Sabrina Fritsche
Unternehmenskommunikation

0221 94 36 07-74
presse@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

IFH KÖLN

PRESSEMITTEILUNG

MARKT FÜR FARBEN, LACKE UND TAPETEN VERLIERT 2024 AN DYNAMIK

Umsätze mit Produkten rund um die Themen Anstriche und Tapeten verzeichnen 2024 mit Umsatzvolumen von 4,4 Milliarden Euro ein Minus. Negativtrend der letzten Jahre setzt sich fort. Baumärkte als wichtigster Vertriebsweg bauen Marktposition aus.

Köln, 16. Juni 2025 — Der Markt für Farben, Lacke und entsprechendes Zubehör umfasst 2024 ein Umsatzvolumen von knapp 4,4 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen – ein nominales Minus von 1,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Diese und weitere Daten rund um die Entwicklungen im Markt liefert der neue „Branchenbericht Farben, Lacke, Tapeten" des IFH KÖLN. Nach den coronabedingten Sondereffekten in den Jahren 2020 und 2021 ist der Markt für Tapeten, Anstrichmittel und Malerbedarf (Pinsel, Farbrollen, Tapeziertische, Malervlies etc.) damit auf seinen alten Kurs zurückgekehrt, der überwiegend von stagnierenden bis leicht rückläufigen Tendenzen gekennzeichnet ist.

Längere Renovierungszyklen, veränderte Wohnräume und effizientere Produkte dämpfen Nachfrage

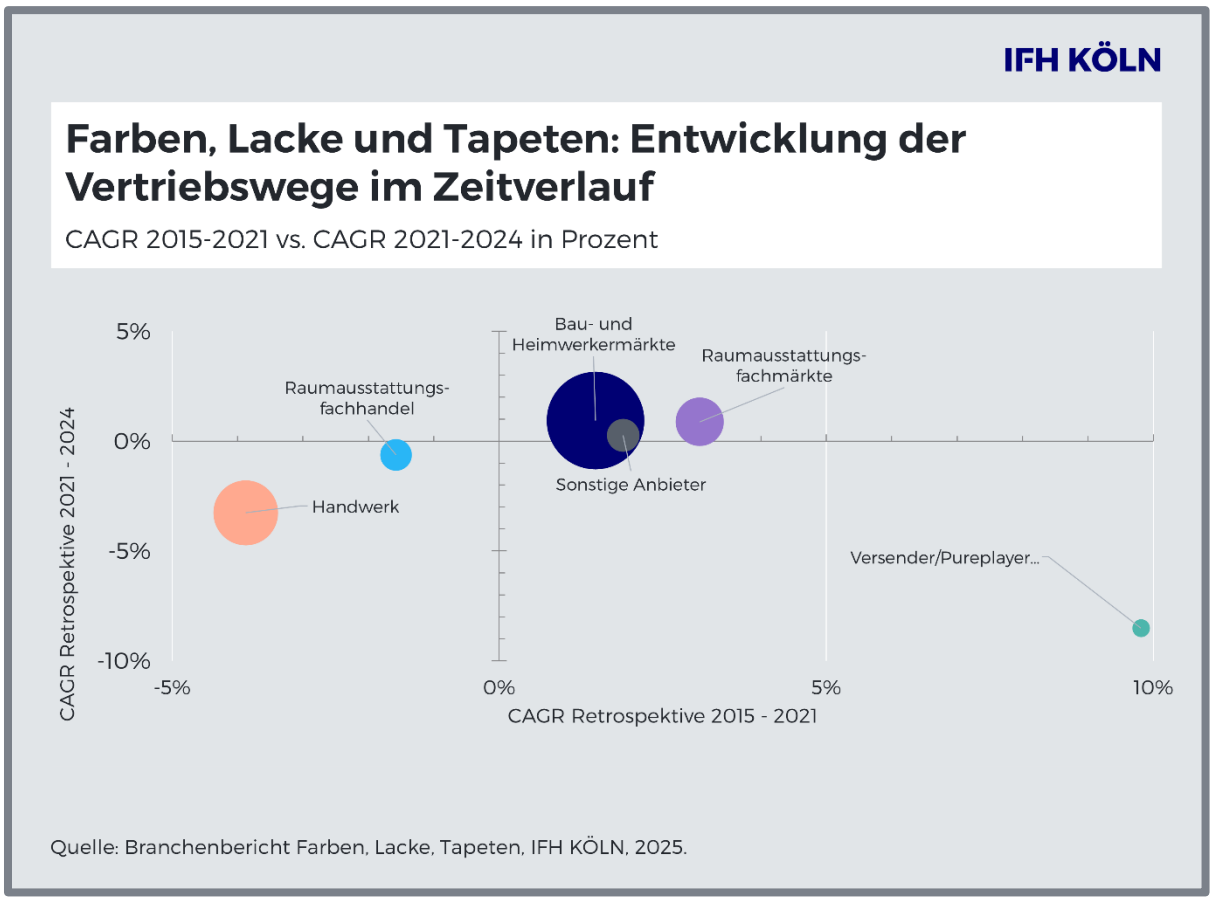
Ohne Berücksichtigung der Ausnahmejahre 2020 und 2021, ergibt sich für den Markt seit 2015 eine durchschnittliche Wachstumsrate von –0,4 Prozent. Während Farben, Lacke und Malerbedarf 2024 in etwa auf dem Umsatzniveau von 2015 liegen, verzeichnen insbesondere Tapeten sowie Verdünnungen deutliche Rückgänge im Vergleich zum damaligen Stand.

> *„Der Negativtrend im Markt lässt sich auf verschiedene Ursachen zurückführen. So wirken sich unter anderem für Farben und Tapeten sowohl verlängerte Renovierungsintervalle als auch Produkte mit höherer Haltbarkeit negativ auf die Absatzentwicklung aus. Zudem entsteht weniger Bedarf durch größere Fensterflächen und offene oder kombinierte Wohnräume, die die streich- und tapezierbare Wandfläche pro Raum verringern. Bei Farben kommt außerdem eine höhere Effizienz hinzu – also größere Flächenleistung bei gleicher Produktmenge –, was die Nachfrage zusätzlich reduziert," erklärt Christian Lerch, Senior Consultant am IFH KÖLN.*

Baumärkte bauen Vorsprung aus, Handwerk verliert Marktanteile

Im Gegensatz zu anderen DIY-Sortimenten – etwa Bauelementen, Baustoffen oder Haustechnik –, in denen das Handwerk bis zu 90 Prozent Marktanteil hält, spielt es im Segment Farben, Lacke und Tapeten mit einem Umsatzanteil von nur 31 Prozent eine deutlich geringere Rolle. Stattdessen dominiert der Einzelhandel die Distribution an Endverbraucher:innen: Vor allem Baumärkte konnten ihre Position in den vergangenen Jahren weiter stärken. Auch spezialisierte Fachmärkte gewinnen an Relevanz, während das Malerhandwerk Marktanteile verliert – begünstigt durch die schwächelnde Baukonjunktur und verstärkte DIY-Aktivitäten privater Haushalte.

Wörter der Meldung: 361
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.728



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der „Branchenbericht Farben, Lacke, Tapeten", Jahrgang 2025, des IFH KÖLN zeigt die Veränderungen der vergangenen Jahre im Gesamtmarkt auf und liefert folgende Daten:

- Gesamtmarktvolumen im Überblick 2015 bis 2024
- Entwicklung der Teilmärkte
- Analyse der Distributionskanäle
- Marktprognose 2025 bis 2029

Die komplette Studie kann hier im IFH Shop heruntergeladen werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Know-how-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de