

Unruhige Zeiten am Betten- und Matratzenmarkt



Foto: Simba

Die deutsche Matratzenindustrie nahm den negativen Trend aus dem letzten Quartal 2015 mit in die ersten drei Quartale 2016 und musste in diesem Zeitraum teils deutliche Umsatzrückgänge hinnehmen. Das vierte Quartal 2016 zeigte sich wieder etwas freundlicher, kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Matratzenmarkt derzeit recht unruhig ist. Der Boxspring-Sektor wächst unvermittelt weiter, One-fits-all-Anbieter drängen verstärkt auf den Markt und es werden immer weniger hochwertige Matratzen verkauft.

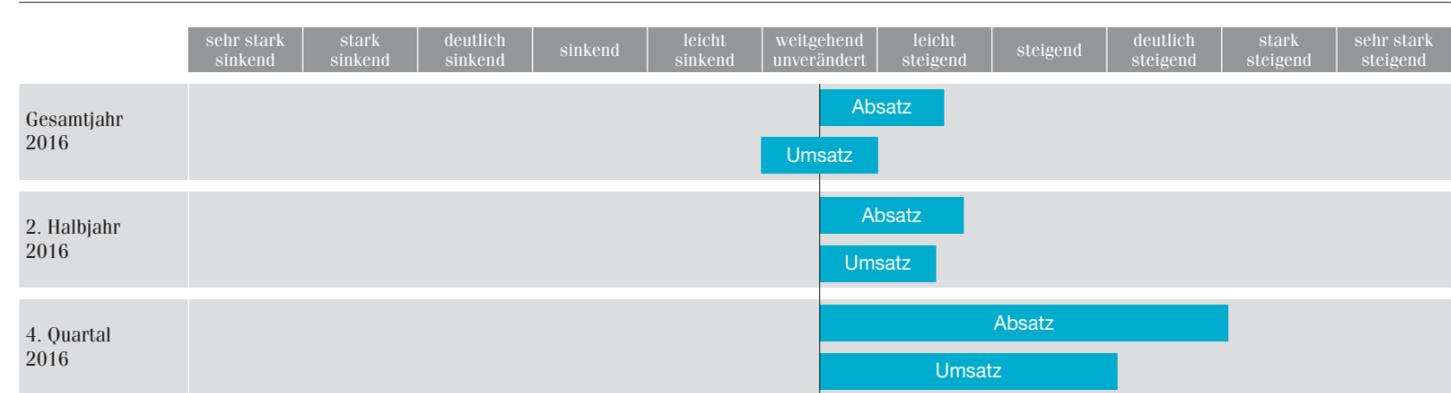
Dies spiegelt sich auch im größten Bereich, den Schaumstoffmatratzen, wider. Während die abgesetzte Menge laut den Auswertungen des Fachverbandes Matratzen-Industrie über alle vier Quartale 2016 im Plus lag, weist diese Technologie bei der Umsatzbetrachtung für das Gesamtjahr Verluste gegenüber 2015 auf (vgl. Grafik 2). Besser stellte sich die Situation in der zweitstärksten Technologie, den Taschenfederkernen (TFK), dar. Hier verzeichnet der Fachverband Matratzen-Industrie sowohl steigende Absatzzahlen als auch steigende Umsätze. Damit ist dieser Bereich auch der einzige, der mehr Matratzen absetzen konnte und gleichzeitig auch den Umsatz erhöhte. Latex konnte zwar bei stagnierenden Absatzzahlen den Umsatz steigern, fällt aber aufgrund der geringen Marktanteile bei der Betrachtung des Gesamtmarktes kaum ins Gewicht.

Die restlichen Technologien weisen für das Jahr 2016 alle stagnierende oder sinkende Tendenzen auf. Nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes erwirtschaftete die deutsche Matratzenindustrie 2016 3,7% weniger Umsatz als noch im Vorjahr.

Brexit, Trump und die Folgen

Unter dem Strich sind die Umsätze in der Matratzenindustrie also rückläufig, was sicherlich auch mit der aktuellen gesamtwirtschaftlichen Lage zusammenhängt. Das BIP in Deutschland legte im letzten Jahr um 1,9% zu und erzielte damit das größte Wachstum seit 2011. Für das globale Wirtschaftswachstum prognostizierte die OECD für 2016 ein Plus von 2,9% und damit den geringsten Wert seit 2009. Auch die Prognosen für die Folgejahre befinden sich mit 3,3% (2017) und 3,6% (2018) auf einem eher unterdurchschnittlichen Niveau.

Grafik 1: Gesamtmarkt – Veränderungen zum Vorjahreszeitraum



Besonders auffällig war im Jahr 2016, dass die abgesetzte Menge an Matratzen stärker stieg als der Umsatz.

In Europa rechnen Experten vor allem für die für Deutschland wichtigen Handelspartner Frankreich, Italien und Spanien mit einer weiteren Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage. Falls durch die Wahl Trumps die Rechtspopulisten im europäischen Superwahljahr 2017 Aufwind erhalten, könnte sich deren Haltung zu Europa und zum Freihandel negativ auf die weltweite Konjunktur auswirken. Hinzu kommen die ungewissen Auswirkungen von Trumps Außenpolitik sowie der Brexit.

Trends kommen und bleiben

Eine ähnliche Unruhe wie in der globalen Politik und Wirtschaft ist auch im Matratzenhandel zu spüren. Der Boxspring-Trend ist zwar nicht mehr ganz neu, er hält den Markt aber nach wie vor auf Trab und hat mittlerweile einen Anteil von 20% erobert. Ein neuer Trend, der 2016 richtig Fahrt aufgenommen hat, sind One-fits-all-Matratzen. Nach Schätzungen von Branchenexperten wird das Potenzial dieses Segments derzeit zwar nur auf 3 bis 5% vom Markt geschätzt, die Auswirkungen auf die traditionellen Matratzenanbieter sind dennoch spürbar. „In einem wachsenden Markt wäre das kein Problem. Doch der Matratzenmarkt stagniert seit Jahren bei rund

Das vierte Quartal 2016 lief vor allem für die Schaum-Matratzen wieder etwas besser. Grafiken: Fachverband Matratzen-Industrie e.V.

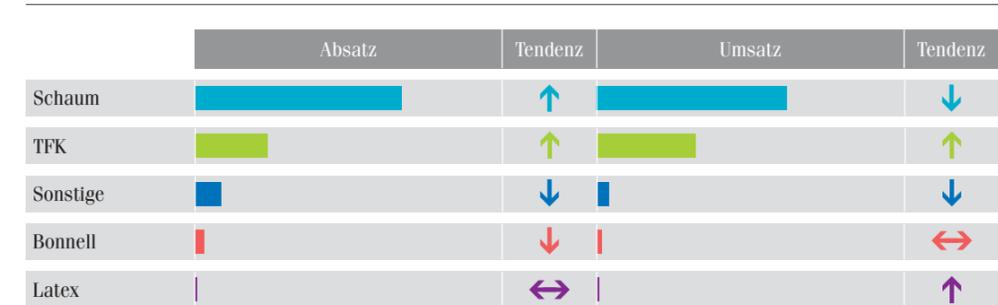
1,3 Mrd. Euro. Wenn neue Player kommen und aus dem Markt drei bis vier Prozent herausnehmen, dann fehlen die und fordern uns auf, uns selbst noch schneller weiterzuentwickeln“, so Marcus Diekmann, Director Digital, E-Commerce und Omnichannel bei Matratzen Concord, in einem Interview mit „Internet World“. Allein die Tatsache, dass Emma die insolvente Traditionsmarke Dunlopillo

gekauft hat, lässt aufhorchen. Matratzen Concord, Europas größter Matratzenfachhändler, hat das Problem der klassischen Matratzen-Fachhändler erkannt und will das Bewusstsein für wertige Matratzen wieder steigern. „Wie sind uns ziemlich sicher, dass wir gegenüber den One-fits-all-Matratzen einen Vorteil haben. Denn wir haben nicht nur eine Matratze, sondern für jeden Typ die richtige Matratze und kön-

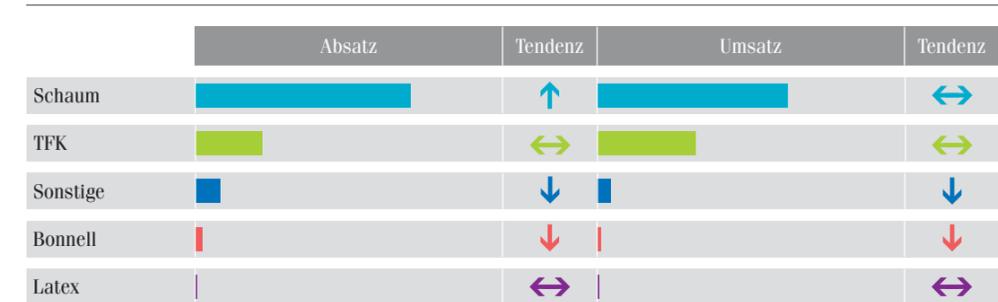
nen die Federkern-Liebhaber oder den Rückenkranken, Allergiker, Seitenschläfer etc. individuell abholen“, so Diekmann weiter. [ast moebelmarkt.de](http://moebelmarkt.de) → THEMEN

Über das Gesamtjahr konnten wir schon 2015 einzig TFK-Matratzen sowohl Absatz als auch Umsatz steigern.

Grafik 2: Technologien nach Marktanteilen – Gesamtjahr 2016



Grafik 3: Technologien nach Marktanteilen – 4. Quartal 2016



Tendenzen: ↑ = steigend ↔ = stagnierend ↓ = sinkend