



Als katastrophal schätzt Thomas Bußkamp, Vorsitzender des Fachverbandes Matraszen-Industrie und CEO der EuroComfort Group, die Lage derzeit ein.

Kompetenz-Zentrum Textil + Sonnenschutz: Facts vom „BBQ digital“

Tiefroter Jahresstart

Preisexplosionen besonders für Container, aber auch Rohstoffengpässe bei Schaum, Verpackungsmaterialien, Federkernen und Co. führten dazu, dass die Geschäftsführer der Verbände im Kompetenz-Zentrum Textil + Sonnenschutz beim „BBQ digital“-Event nicht allzu viel Erfreuliches berichten konnten. Vorangetrieben werden soll die Kreislaufwirtschaft, für die bereits die Website www.kreislaufwirtschaft.eu gelauncht wurde.

Foto: Shutterstock / Fotobild

Heimtex¹
-24,1%

Umsatz insgesamt
(-29,3% im Inland,
-16,2% im Ausland)

ViS²
+5,1%

Umsatz Maßkonfektion
(aber: -47,9% DM)

FM³
-24,2%

Umsatz insgesamt
(-18,5% Absatz)

¹ Heimtex: Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie

² ViS: Verband lenenliegender Sicht- und Sonnenschutz

³ FM: Fachverband Matraszen-Industrie

Branchen-Konjunktoren Q1 2021

Es hätte besser laufen können: In den ersten drei Monaten verzeichnete nur der ViS ein Umsatzplus bei der Maßkonfektion.

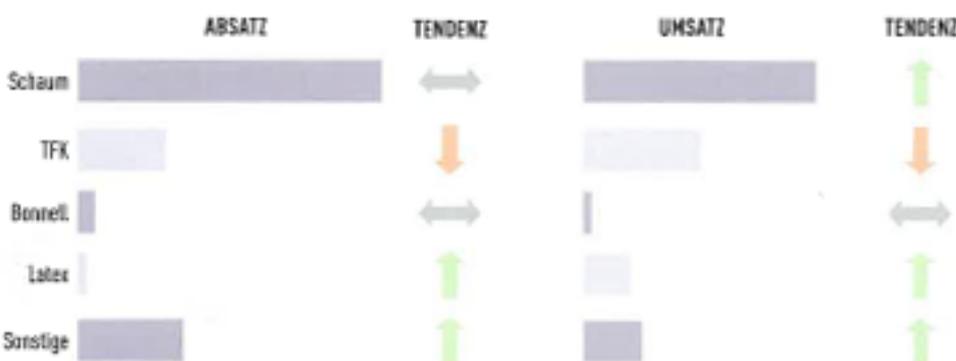
Preissteigerungen „bis zu“ in Q1

Schaum:	+ 40 % (Hauptanstieg Q4 2020)
Container:	+ 800 %
Verpackung:	+ 45 w%
Stoffe/Garne:	+ 30 %
Aluprofile:	+ 30 %
Federkerne:	+ 10 % (Hauptanstieg Q4 2020)

Matraszenteknologie nach Marktanteilen – 1. Quartal 2021

Tendenz: ■ = steigend ■ = sinkend ⇔ = stagnierend

Quelle: Fachverband Matraszen-Industrie



Besonders betroffen von der schlechten Konjunktur waren Taschenfederkerne. Für Latex lief es gut.

Den Start ins Jahr 2021 verbagelten Lockdown und Bundesnotbremse massiv. Das offenbaren die Bilanzen für alle drei Verbände im Kompetenz-Zentrum Textil und Sonnenschutz für das erste Quartal 2021. Anhaltende Rohstoffengpässe, von denen laut Hauptgeschäftsführer Martin Auerbach schon mehr als 90 Prozent der Mitglieder betroffen sind, und massive Preissteigerungen bringen einige Mitgliedsunternehmen bereits in eine existenzbedrohende Lage. Denn die kaufmännisch zwingend erforderliche Weitergabe von Preissteigerungen stößt beim Handel, der auf ausgehandelte Konditionen pocht, auf Widerstand.

Bei den Matraszen, für die Thomas Bußkamp berichtete, betragen die Umsatzrückgänge rund ein Viertel gegenüber dem Vorjahreszeitraum, bei gleichzeitig rund einem Fünftel

weniger abgesetzten Stückzahlen. Am stärksten betroffen sind Taschenfederkerne und Unterfederungen. Kleine Lichtblicke gab es dagegen bei Latex und sonstigen Matraszen. Beide schließen das erste Quartal 2021 mit einem deutlichen zweistelligen Plus bei Umsatz und Absatz ab, wobei der Effekt mit Blick auf den geringen Anteil am Gesamtmarkt allerdings überschaubar bleibt.

Vergleichbar sind die Umsatzrückgänge bei den Heimtextilien. Der Umsatz ist, so Ottmar Ihling, Heimtex-Vorsitzender und Geschäftsführer von Apelt, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum nochmals um knapp ein Viertel zurückgegangen. Davon am stärksten betroffen sind die textilen Bodenbeläge, bei denen das Minus fast 40 Prozent gegenüber dem 1. Quartal 2020 beträgt. Vergleichsweise am besten schließen die Möbelstoffe ab: Hier ist der Umsatz-

rückgang gerade noch einstellig, und es kann sogar ein kleines Plus bei der abgesetzten Menge verbucht werden.

Einzig, Ingo Fahl, ViS-Vorsitzender und Geschäftsführer von Ifasol, konnte von einem Umsatzzuwachs in Höhe von gut 3 Prozent berichten, wobei nur die Maßkonfektion vor allem für Plissees, Wabenplissees und Jalousien zulegen konnte, während der DIY-Bereich in Folge der Ladenschließungen um fast 50 Prozent einbrach.

Viel Positives ist beim Thema Kreislaufwirtschaft passiert. Mit dem Launch der Website www.kreislaufwirtschaft.eu wurde der Turbo gezündet. Wichtig ist neben den eigenen Aktivitäten jetzt, so Martin Auerbach, die Vernetzung mit den verschiedenen Akteuren entlang der Wertschöpfungskette.

■ www.heimtex.de
■ www.matraszenverband.de
■ www.vis-online.de