

vor lässt, kann nicht sinnvoll sein. Auch die ständig zunehmende Bürokratisierung von Prozessen, die der Gesetzgeber den Unternehmern abverlangt, bindet wertvolle personelle Ressourcen, die an anderer Stelle effektiver einsetzbar wären.“

Hier schloss die Keynote des Piloten und Beraters Peter Brandl an, der aufzeigte, was Luftfahrt und Management gemeinsam haben beziehungsweise was Unternehmen gerade in herausfordernden Situationen von der Fliegerei lernen können. Um das Thema Aus- und Weiterbildung von Fachkräften ging es bei der Vorstellung des „Bildungsgangs Interior Designer Einrichtung“ durch die in Köln ansässige Fachschule des Möbelhandels (MöFa). Im Rahmen der Jahrestagung präsentierten sich die Unternehmen Mondri und FillMatic, TripleR und Ecomade, die Lösungen zeigten, um das Megathema Kreislaufwirtschaft praktisch anzugehen: Papierverpackungen als nachhaltige Alternative zur Kunststoffumhüllung für den Transport von Matratzen und Bettwaren, Ideen zur Einführung des Digitalen Produktpasses und Designprinzipien für nachhaltige Matratzen.

## Der Markt verschiebt sich

Wie drängend die Nachhaltigkeitsthemen sind, beschrieb Bußkamp am Beispiel der Zusammenarbeit seines Verbandes mit den europäischen Industrieverbänden der Schäume und Matratzenhersteller: Hier gehe es um koordinierte Reaktionen auf massive Marktverschiebungen durch stark zunehmende Importe in den europäischen Markt sowie um eine abgestimmte Kommentierung der von der EU geplanten Rücknahmeverpflichtung und Recyclingquoten für Matratzen. „Das ist eine Mammutaufgabe“,

so Bußkamp. Dass die die geringe Nachfrage aktuell die größte Herausforderung der Mitgliedsunternehmen ist, zeigt auch die aktuelle Mitgliederbefragung von Heimtex und Matratzenverband – gefolgt von Arbeitskräftemangel und Bürokratie/Vorschriften. Drängendste Forderungen der Verbände an die Politik sind folglich der Bürokratieabbau und eine Reform der Energiepolitik, die nicht nur auf die Industrie ausgerichtet ist, sondern den Mittelstand stärkt. Ebenfalls werden Konjunkturprogramme für KMU gefor-

dert. Primäres Ziel ist dabei, der deutschen Wirtschaft Perspektiven zu eröffnen, die ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken, damit weiterhin in hoher Qualität und zu wettbewerbsfähigen Konditionen in Deutschland produziert werden kann, um Verbrauchern eine Alternative zu asiatischen Produkten zu bieten.

Dass sich die deutschen Matratzenhersteller derweil auf internationalem Parkett rar machen, ist allerdings auch Teil der Wahrheit. „Ich persönlich würde mir eine stärkere Sichtbarkeit gera-

de dem Handel gegenüber wünschen – zum Beispiel durch gesamtheitliche Auftritte auf den Messen wie der imm cologne“, betonte Thomas Bußkamp im öffentlichen Teil der Jahrestagung. Auch intern wurde das Thema noch vertieft, doch 2024 werden lediglich zwei Verbandsmitglieder in Halle 9 vertreten sein. Die Hoffnungen des Verbandes ruhen nun darauf, dass sich im Folgejahr wieder deutlich mehr Mitglieder unter den imm-Ausstellern finden.

Stefan Mielchen

## Umsatz und Absatz bei Matratzen und Heimtextilien gesunken

Der Umsatz der Matratzenhersteller lag 2023 im ersten Halbjahr -5%, der Absatz -16% unter Vorjahr. Erstmals liegen auch die Ergebnisse für den Verkauf von Boxspring vor (Absatz -16%, Umsatz -10%) und lassen auch da die Kaufzurückhaltung der Kunden bei Produkten mit hohem Invest erkennen. Bei den Technologien waren sowohl das größte Segment Schaum (-18%) als auch das Nischenprodukt Latex (-14%) am wenigsten nachgefragt, ebenso das Preiseinstiegsprodukt Bonnell (-14%). Bei Taschenfederkern zeigten sich die geringsten Verluste beim Absatz (-7%). Bei Sonstigen hat die Nachfrage um rund ein Drittel zugelegt (+30%).

Bei der Umsatzbetrachtung war Latex (-12%) größter Verlierer, bei den großen Segmenten TFK (-4%) und Schaum (-2%) zeigen sich vergleichsweise geringe Verluste. Auch bei den Warengruppen ist die Nachfrage deutlich zurückgegangen (Topper -34%, Unterfederung/Lattenroste -15%). Entsprechend dazu die Entwicklung beim Umsatz (Topper -12%, Unterfederung/Lattenroste -8%). Der Ausblick auf die zweite Jahreshälfte deutet eine leichte Entspannung bei Umsatz und Absatz an. In der kumulierten Betrachtung (1.-3. Quartal) liegt der Umsatz um -3 %, der Absatz um -12% unter dem Vorjahr.

Bei den Heimtextilien bleibt der Gesamtumsatz des ersten Halbjahres -4% hinter dem Vorjahr zurück. Größter Verlierer sind die Möbel- und Dekostoffe sowie Gardinen mit einem Umsatzrückgang von -15%. Der größte Bereich Bettwaren verzeichnet mit -5% ein vergleichsweise

geringes Minus, der ebenfalls große Bereich Spalte Textile Bodenbeläge liegt beim Umsatz nahezu auf Vorjahresniveau (+0,1%), die Nachfrage hat um -9% abgenommen. Positiv ist, dass zumindest das Objektgeschäft langsam wieder anzieht. Der Trend des rückläufigen Umsatzes setzt sich im weiteren Verlauf des Jahres fort. In der kumulierten Betrachtung (1.-3. Quartal) liegt der Umsatz -5% unter Vorjahr.

MM



Der wiedergewählte Vorstand des Matratzenverbandes (v.l.): Carl-Christoph Held (Frankenstolz), Klaus Neudecker (Rummel), Thomas Bußkamp (Badenia, Vorsitzender), Hannes Brandtner (Werkmeister) sowie Geschäftsführer Martin Auerbach.

Anzeige

## Erfolgreicher Räumungsverkauf mit der Schmid Handelsgesellschaft mbH Hand in Hand mit einer erfahrenen „Begleitung“ zum Erfolg!

Ob Umbau, Jubiläum, Generationswechsel, Geschäftsübergabe oder Geschäftsschließung, wählen Sie zwischen zwei verschiedenen Abrechnungsmodellen. Sie können zwischen einer schnellen „Sofortlösung“ und einer partnerschaftlichen „Begleitung“ wählen. Bei der Sofortlösung hat der Unternehmer kein wirtschaftliches Risiko, er bekommt einen fixen Betrag, mit dem er planen kann. Bei der Begleitung behält der Unternehmer das Zepter in der Hand und organisiert gemeinsam mit der Firma Schmid seinen Räumungsverkauf. Die Firma Schmid begleitet den Inhaber und schlägt in allen Bereichen individuelle und passende Lösungen vor. Für die Marketingstrategie und Bekanntmachung aller notwendigen Aktivitäten wird – je nach Kunde – auf unterschiedliche Werbemaßnahmen gesetzt. Ob mehrstufiges Mai-

ling, Einleger, Presseberichte, Anzeigenreihen, Plakatwerbung oder Social-Media-Posts – der Werbebedarf Ihres Sonderverkaufs wird rechtzeitig und zuverlässig geplant. Die hochwertige Optik aller Maßnahmen ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg. Hierbei werden die Ideen und Vorstellungen der jeweiligen Auftraggeber selbstverständlich berücksichtigt.

Sie planen einen Umbau, Jubiläum, eine Standort-schließung oder einen Generationswechsel? Wir unterstützen Sie gerne.



[www.schmid-auktionen.de](http://www.schmid-auktionen.de)