

**resimdo**  
*upgrade your home*

## MARKTENTWICKLUNG MÖBELFOLIE



## MARKTENTWICKLUNG MIT DIAGRAMMEN UND ZAHLEN

Bereits seit vielen Jahren ist selbstklebende Folie mit Musterung auf dem Markt erhältlich. Allerdings entwickelte sich bis 2010 kein großer Bedarf in Deutschland. Eher stiefmütterlich steht die Folie hinter den klassischen Methoden wie Streichen, Lackieren, Tapezieren oder gar dem Neukauf der Einrichtungsgegenstände an. Erst seit 2010 ist eine deutliche Steigerung beim Bedarf und an Interessenten zu erkennen. Das zeigt vor allem die Anzahl der Suchenden im Internet und Anfragen von gewerblichen oder privaten Kunden, die den Nutzen der selbstklebenden Folie zunehmend erkennen. Als einfache Methode der Umgestaltung umgeht eine Folierung Baumaßnahmen und damit verbundene Nachteile. Mit der Bekanntheit der Folierung, deren Vorteile und Innovationen in der Folienbranche entsteht ein Markt der Zukunft.



Vergleich des Suchvolumens der Wörter streichen & lackieren zu folieren & kleben Quelle: Google Trend, zuletzt abgerufen am 01.04.2015

Diagramm 1 zeigt die Entwicklung im Suchvolumen der Wörter streichen und lackieren im Vergleich zu kleben und folieren. Allein die Entwicklung des Begriffes Folieren unterstreicht die positive Entwicklung der Folierung. Das Wort entsteht erst im Zusammenhang mit der Anwendung von Folie und existiert vorher schlichtweg nicht. Die kontinuierliche Steigerung im Suchvolumen zeigt das zunehmende Interesse seitens der Bevölkerung. Synonym für folieren ist das Verb kleben und zeigt ebenfalls steigende Tendenzen, die parallel zum Verlauf des Begriffes folieren laufen. Die Zunahme beginnt im Jahr 2010 und hielt sich in den Jahren zuvor relativ konstant. Die bisherige Entwicklung zeigt, dass sich der Bereich Folierung noch in den Kinderschuhen befindet und längst nicht sein vollständiges Potenzial entfaltet hat. Welche Entwicklungstendenzen sich ergeben macht Diagramm 2 deutlich.

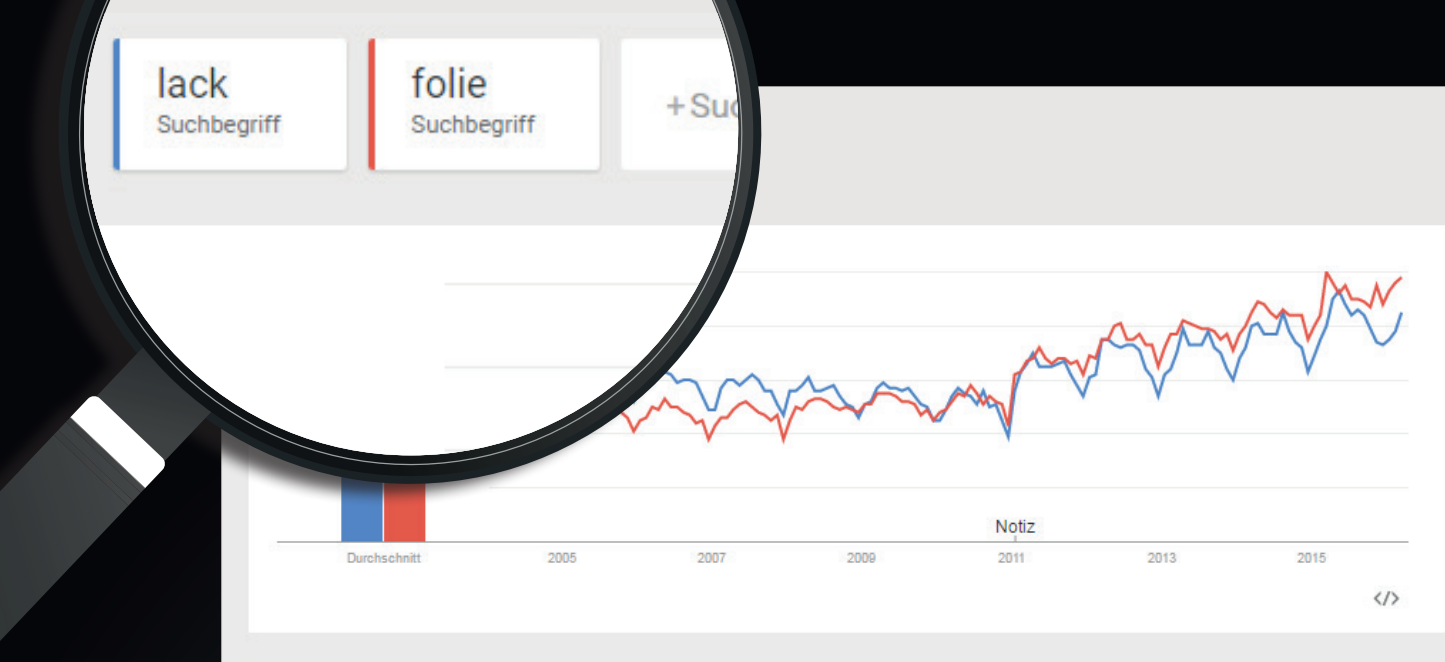


Diagramm 2: Vergleich des Suchvolumens der Wörter Lack und Folie  
 Quelle: Google Trends, zuletzt abgerufen am 01.04.2015

In Diagramm 2 zeigt sich der Entwicklungstrend zwischen den Worten Lack und Folie. Während vor 2010 das Wort Lack deutlich oberhalb von Folie befindet, holt der Folienbegriff das Suchvolumen 2010 bis 2011 ein. Ab 2012 überholt das Wort Folie sogar den altbekannten Lack. Das bedeutet, dass sich in der Bevölkerung zunehmend Folie integriert und ein hohes Interesse besteht.



Allerdings bleibt die Frage offen was die beiden Diagramme aussagen. Herkömmliche Renovierungsmethoden finden sich in den Worten lackieren, streichen, Lack oder Farbe wieder. Im Zusammenhang mit Folie etabliert sich kleben und als neue Wortkreation folieren. Mit stetigem Zuwachs an Interessenten, überholt Folie sogar den klassischen Begriff Lack. Hier lässt sich der Schluss ziehen, dass Folie mehr in den Fokus der breiten Bevölkerung gerät. Welche Entwicklung sich aus der zunehmenden Beliebtheit der Folie ergeben, zeigt das folgende Kapitel.

### Faktor Bekanntheit Folierung

Mit der erfolgreichen Etablierung des Wortes Folie, entstehend weitere Folienkategorien. Passend zu den einzelnen Themen, bei denen man die Folie einsetzen möchte, kreieren die Suchenden einen zugehörigen Begriff. So bleibt Folie zwar das allgemeine Wort in der Wortgruppe, allerdings bilden sich immer mehr unterschiedliche Folienbegriffe.

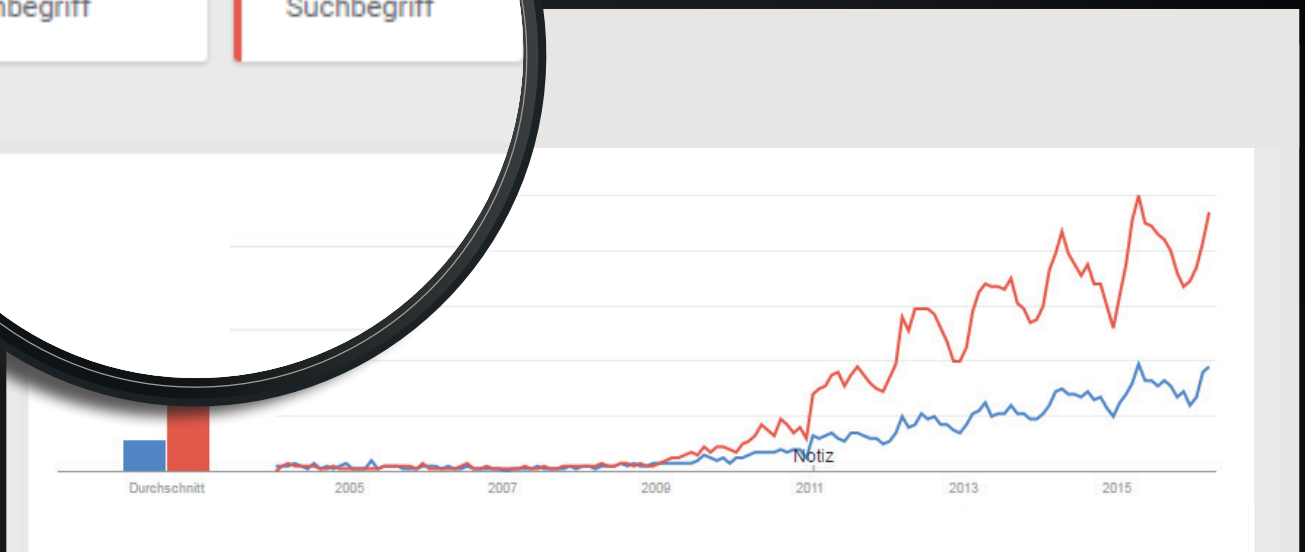


Folienbegriffe im Vergleich: Möbelfolie, Fliesenfolie, Türfolie  
 Quelle: Google Trends, zuletzt abgerufen am 01.04.2015

Diagramm 3 zeigt die Entwicklung themenbezogener Folienbegriffe im Zeitablauf. Beispiele hierfür sind die Wortzusammensetzungen Türfolie, Möbelfolie und Fliesenfolie. Auch in dieser Kategorie sind deutliche Anstiege seit 2010 zu erkennen. Der Vergleich der Folienbegriffe zeigt, dass sich die Folie nicht nur fest etabliert, sondern auch weiter entwickelt zu neuen Wortgruppen mit Themenbezug. Das Suchvolumen beschränkt sich folglich nicht nur auf ein einzelnes Wort, sondern ganze Wortbereiche. Den Zusammenhang zu der Folierung allgemein zeigt Diagramm 4.



Entwicklung der Worte Folierung und Folieren  
Quelle: Google Trends, zuletzt abgerufen am 01.04.2016



Im Diagramm 4 ist deutlich erkennbar, dass die Worte Folierung und Folieren erst im Jahr 2009 ein sichtbares Suchvolumen vorweisen. Das bedeutet, dass die Wörter vor dieser Zeit nicht existierten bzw. nicht in Gebrauch waren. Seit ihrer Entstehung zeichnet sich eine jährliche Steigerung von ca. 10% an Suchvolumen ab. Trotz saisonaler Schwankungen bleibt die steigende Tendenz deutlich zu erkennen. Zudem ist kein asymmetrischer Einbruch im Zeitablauf zu erkennen und bestätigt die Kontinuität und Stabilität.

Insgesamt gehen die Wortgruppen im Zusammenhang mit Folie und die darauf bezogenen Tätigkeiten Folierung und folieren in ihrer Entwicklung Hand in Hand. Kontinuierliche Steigerung ohne Rückschritt beweist das deutliche Interesse der Bevölkerung an dem Thema.

Neue Wortkreationen mit Themenbezug verdeutlichen das Verständnis für die Anwendungsgebiete. In wenigen Jahren erreicht die Folie sogar den gleichen Bedeutungsgrad von klassischen Methoden, die im Zusammenhang mit Renovierung oder Umgestaltung einen fest integrierten Bestandteil darstellen (vgl. Diagramm 2: Vergleich des Suchvolumens der Wörter Lack und Folie).

Doch die Popularität der Folie und der damit zusammenhängenden Tätigkeiten stellen nicht den einzigen Faktor zum Erfolg der Folie und Folierung im Allgemeinen dar. Das Material bildet die Basis für eine erfolgreiche Folierung und fließt als zweiter, wesentlicher Bestandteil in die Gesamtentwicklung ein.

## Faktor Folienmaterial

Bereits seit Jahren steht das Wort Qualität für Langlebigkeit, Leistung und Funktionalität. Produkte, die mit Qualität in Verbindung gebracht werden, genießen großes Ansehen. Ein hochwertiges Produkt zu führen ist das Verkaufsargument. Das Prinzip beschränkt sich nicht nur auf Elektronikartikel oder Fahrzeuge; für alle Produkte und Leistungen sind qualitative Eigenschaften von Bedeutung. Die Folie bleibt davon nicht unberührt. Eine Folierung bereitet nur Freude, wenn sie langfristig erhalten bleibt und bestimmte Besonderheiten erfüllt. Das erreicht sie nur anhand ihrer robusten Eigenschaften und optischen Fähigkeiten.

Bereits vor 2010 gab es Folien für Möbel und begründet das Suchvolumen zu der Zeit wie die Diagramme 1, 2 und 3 zeigen. Die Erklärung dafür ist die herkömmliche Folie aus dem Baumarkt. Beinahe jeder kennt das Material und steht bereits seit langer Zeit zum Verkauf. Dennoch hat es die Folie nicht geschafft eine derartige Entwicklung herbei zu führen. Sie scheint den Kundenbedürfnissen nicht zu entsprechen, so dass sie keinen Kaufgedanken auslöst. Dafür gibt es mehrere Gründe. Eine geringe Dicke von 40-70µ schränkt die Belastbarkeit der Folie ein. Kratzer sind schnell zu sehen oder bringt das Material sogar zum Reißen. Der Farbdruck ist nur optischer Natur und wirkt für viele Interessenten künstlich. Die breite der Folie ist mit weniger als 50cm nur eingeschränkt für handelsübliche Möbelteile anwendbar. Viele Komponenten haben zu der stagnierenden Entwicklung bis zum Jahr 2010 beigetragen.

Das war jedoch nicht auf der ganzen Welt so. Die Folie hat sich außerhalb Deutschlands stark weiterentwickelt. Dicke und stabile Folien mit robusten Eigenschaften sind entstanden. Vielfältige Oberflächen mit fühlbarer Struktur bilden unterschiedliche Materialien mit außergewöhnlichen Designs ab. Langlebigkeit und Haltbarkeit bei schneller Installation haben sich durchgesetzt und treffen genau ins Schwarze. Seit die Existenz dieser speziellen Möbelfolie zunehmende Bekanntheit erreicht, steigt das Interesse und die Kunden entdecken die Folienwelt neu für sich, ihr zu Hause und im Betrieb.

## Zukunft von Folie und Folierung

Die Welt der Folien ermöglicht es neue Bereiche abzudecken und steht noch am Anfang ihrer Entwicklung. Einsatzmöglichkeiten, Interessensgebiete und Branchen befinden sich noch in der Anfangsphase das Potenzial der Folien für zu nutzen. In der schnelllebigen Gesellschaft von heute bietet die robuste Möbelfolie eine ideale Möglichkeit sich zu entfalten. Dabei setzt eine Folierung Vorteile um, die herkömmliche Methoden nicht leisten können. Schnell, einfach und ohne Baustelle stellt sie eine günstige Alternative der Oberflächenveredelung und Renovierung dar. Das Ausmaß im Bedarf ist in der aktuellen Situation noch nicht erkennbar, aber zeigt deutliche Tendenzen sich erfolgreich am Markt zu etablieren. Jetzt ist der ideale Zeitpunkt sich in diesem Bereich zu integrieren.

