

Schwarz wird zum Stil-Statement, Funktion bleibt König

## **Leifheit präsentiert Trendreport 2025: Das sind die aktuellen Designtrends im Haushalt**

**Nassau, 12. August 2025 – Der Besen darf stylisch sein, der Wäschetrockner muss nicht versteckt werden und Bügeln funktioniert auch in Schön. Immer mehr Menschen wünschen sich nicht nur funktionale, sondern auch ästhetisch ansprechende Haushaltshelfer – und das mit gutem Grund: Der Alltag findet längst nicht mehr hinter geschlossenen Schranktüren statt. Wer heute aufräumt, sortiert, wischt oder trocknet, möchte sich nicht nur organisieren, sondern auch wohlfühlen. Wie stark sich der Anspruch an Form und Funktion verändert hat, zeigt der aktuelle Trendreport von Leifheit, im Rahmen dessen 1.017 Personen befragt wurden. Weitere Informationen finden Sie unter [www.leifheit.de](http://www.leifheit.de).**

Was früher aus dem Blickfeld verschwand, darf heute gesehen werden. Die klassische Trennung von „praktisch“ und „schön“ scheint zunehmend überholt. Stattdessen wünschen sich viele Verbraucherinnen und Verbraucher Produkte, die gut funktionieren und gleichzeitig gut aussehen – insbesondere, wenn sie dauerhaft im Wohnumfeld sichtbar sind.

### **Design ist Kaufkriterium – aber Funktion bleibt König**

Die Ergebnisse des aktuellen Trendreports von Leifheit zeigen: Funktion bleibt entscheidend, aber ästhetische Aspekte gewinnen deutlich an Bedeutung. Die Mehrheit der Befragten (60 Prozent) gibt an, dass ihnen ein stimmiges Design bei Haushaltsprodukten wichtig ist – auch wenn die Funktion an erster Stelle steht. Fast ein Drittel (30 Prozent) sagt hingegen, dass ihnen gutes Design am wichtigsten ist. Nur ein kleiner Teil (2 Prozent) entscheidet beim Kauf ausschließlich nach dem Preis.

### **Schwarz bleibt Trend: Designfarben setzen Akzente im Alltag**

Die visuelle Gestaltung spielt eine immer größere Rolle. Besonders gefragt sind Produkte in modernen, neutralen Farben, hochwertigen Materialien und klarer Formensprache. Schwarz (37 Prozent), mattes Weiß

(35 Prozent) und Edelstahloptik (35 Prozent) gehören zu den bevorzugten Farbtönen, dicht gefolgt von warmen Naturfarben wie Beige oder Oliv (32 Prozent) und Pastelltönen (31 Prozent). Für viele Konsumentinnen und Konsumenten ist es wichtig, dass sich Haushaltshelfer farblich in den Wohnstil einfügen – das sagen insgesamt 82 Prozent (davon 47 Prozent: „unbedingt“, 35 Prozent: „eher schon“).

Vor allem schwarze Haushaltsprodukte sind beliebt – und setzen gleichzeitig Trends: Ein erheblicher Teil der Befragten (43 Prozent) findet Schwarz besonders modern und stilvoll, weitere 35 Prozent schätzen die Farbe, halten sie aber nicht für jede Einrichtung geeignet. Nur ein kleiner Teil (14 Prozent) lehnt schwarze Designs grundsätzlich ab.

### **Wäsche, Müll & Reinigung: Diese Produkte brauchen ein Design-Update**

Besonders groß ist der Wunsch nach gestalterischer Aufwertung bei Produkten, die bislang vor allem als funktional galten. An erster Stelle stehen Wäschetrockner und Leinen: 47 Prozent der Befragten wünschen sich hier ein ansprechenderes Design. Knapp dahinter folgen Mülltrennsysteme (46 Prozent) sowie Besen und Staubwischer (45 Prozent), die ebenfalls als optisch verbesserungswürdig empfunden werden. Auch klassische Küchenhelfer wie Schüsseln oder Aufbewahrungsboxen stehen bei 44 Prozent der Teilnehmenden auf der Liste der Produkte, die in Zukunft nicht nur praktisch, sondern auch stilvoll gestaltet sein sollten.

### **Ein durchdachter Look zählt – auch im Alltag**

Auch das Zusammenspiel von Form, Farbe und Produktlinie spielt beim Kauf eine zunehmend wichtige Rolle: Für 45 Prozent der Befragten ist ein durchgängiger Look über mehrere Produkte hinweg ein klares Argument bei der Kaufentscheidung. Auch Verpackung und Produktpräsentation, ob im Handel oder Online, beeinflussen laut Umfrage 41 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten spürbar.

Leifheit greift diesen Wandel gezielt auf – mit Haushaltslösungen, die Funktion und Gestaltung sichtbar vereinen. Ein Beispiel dafür ist das Air Board M Black Plus, das modernes Design mit technischer Raffinesse verbindet: Die ultraleichte Bügelfläche erleichtert das Handling, während der Thermo-Reflect-Bezug durch reflektierende Wirkung die Bügelzeit reduziert. Eine stabile Ablage mit integrierter Steckdose und Kabelhalter macht das Modell besonders praktisch – nicht nur optisch, sondern auch im täglichen Einsatz.

Auch der Wäscheständer Pegasus 150 Solid Slim Black folgt dem Anspruch an Design und Alltagstauglichkeit. Als Teil der stilvollen Black Line, überzeugt er mit seiner schlanken Silhouette, die mit nur 55 cm Tiefe

#### **Unternehmenskontakt:**

Leifheit AG  
Barbara Horn  
Leifheitstraße 1, 56377 Nassau  
Tel.: 02604/977-0  
E-Mail: [barbara.horn@leifheit.com](mailto:barbara.horn@leifheit.com)

#### **Pressekontakt:**

PUNKT PR GmbH  
Benjamin Kolthoff  
Völckersstraße 44, 22765 Hamburg  
Tel.: 040/853760-0  
E-Mail: [info@punkt-pr.de](mailto:info@punkt-pr.de)

problemlos durch jede Tür passt – ideal für schmale Räume. Gleichzeitig bietet er ausreichend Trockenfläche für eine volle Maschinenladung – und das in einem Look, der sich harmonisch in moderne Wohnumfelder einfügt.

Der Trendreport zeigt deutlich: Haushaltsprodukte sind sichtbarer geworden – und damit auch anspruchsvoller. Was früher schnell im Putzschrank verschwand, wird heute Teil eines gestalteten Alltags. Verbraucherinnen und Verbraucher achten nicht nur auf Funktion, sondern zunehmend auch auf Qualität, Ästhetik und Langlebigkeit – und genau dort setzt Leifheit mit seinem Sortiment an.

### **Über Leifheit:**

*Seit Jahrzehnten vertrauen Millionen Menschen bei der Hausarbeit auf die Marke Leifheit. In Deutschland benutzen 30 Millionen Haushalte mindestens ein Produkt der Marke Leifheit und alle 1,5 Sekunden wird irgendwo auf der Welt ein Leifheit-Produkt gekauft. Die hochwertigen und zuverlässigen Produkte für ein „Sauberes Zuhause“, „Frische Wäsche“ und die „Clevere Küche“ stehen für Funktionalität und Zeitersparnis.*

The logo for the brand Leifheit, featuring the word "LEIFHEIT" in a bold, red, sans-serif font. The text is enclosed within a white rectangular border with rounded corners, which is itself set against a dark blue background.

### **Unternehmenskontakt:**

Leifheit AG  
Barbara Horn  
Leifheitstraße 1, 56377 Nassau  
Tel.: 02604/977-0  
E-Mail: [barbara.horn@leifheit.com](mailto:barbara.horn@leifheit.com)

### **Pressekontakt:**

PUNKT PR GmbH  
Benjamin Kolthoff  
Völckersstraße 44, 22765 Hamburg  
Tel.: 040/853760-0  
E-Mail: [info@punkt-pr.de](mailto:info@punkt-pr.de)