Marketmedia24
Gartenmöbel weiterhin begehrt

Freitag, 13.07.2018

Gute Nachrichten für die Garden-Living-Branche: Fast 62% der Deutschen zwischen 30 und 49 Jahren kaufen für Garten und Balkon bevorzugt Markenmöbel, selbst wenn diese „etwas teurer“ sind. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Konsumentenbefragung (Basis 1.000 Teilnehmer). Das Marktforschungsinstitut Marketmedia24 in Köln gibt diese jetzt in Zusammenarbeit mit dem Primärforschungsspezialisten Noceanz in Würzburg im neuen „Branchen-Report Garden-Living 2025" heraus. In der Studie wird – nach Ziel- und Altersgruppen aufgeschlüsselt – gezeigt, wie der Konsument heute tickt, was er wo wie oft gekauft hat und wo er wie wohnt.

Das moderne Konsumentenverhalten stellt alle Marktteilnehmer vor völlig neue Herausforderungen. Aufschlussreich für Hersteller und Händler ist es zum Beispiel, dass Frauen zwar tendenziell die größeren Umsatztreiber für Garden-Living sind, aber auch 40,1% der Männer 2017 Dekorationsartikel für Garten und Balkon gekauft haben. Oder dass Marken selbst im Gartenmöbelbereich nur eine sehr untergeordnete Rolle spielen.

„Dabei kommt die Erkenntnis, dass die Markenbekanntheit trotz Markenaffinität nur schwach ausgeprägt ist, einer Strategieempfehlung gleich“, so Sonja Koschel, Inhaberin von Marketmedia24. 35% der Deutschen können in der ungestützten Markenbefragung gar keine Angaben zu Marken im Garten- und Balkonmöbelbereich machen. 55% müssen bei Sonnenschirmen und 56,1% bei Außenbeleuchtung passen. Lediglich in der Grillgerätesparte ist ein höheres Markenbewusstsein vorhanden.

Die vollständigen Forschungsergebnisse sind veröffentlicht im „Branchen-Report Garden-Living 2025“. Die neue Studie umfasst 155 Seiten mit 46 Charts und zahlreichen Illustrationen und ist hier zu beziehen.

Weitere Ergebnisse der Studie lesen Sie im **Sonderheft MÖBELMARKT Outdoor Lifestyle 2019** im MÖBELMARKT 08/2018.

Gartenmöbel weiterhin begehrt

Links

- Marketmedia24