

PRESSE-INFO

Neuer „Branchen-REPORT Garden-Living“ erschienen

Bedarfs- und preisunabhängiger Mehrkonsum

Köln. Je mediterraner die deutschen Sommer werden, desto stärker wächst das Interesse der Konsumenten an Garden-Living-Produkten. Zuletzt summierten sich die Ausgaben der Deutschen für mehr Wohnfeeling unter freiem Himmel auf ein Marktvolumen von 2,98 Milliarden Euro. Mit 1,3 Prozent Wachstum fällt das damit verbundene Umsatzplus jedoch eher bescheiden aus. Preisstrategien und Wettbewerb wirken sich weiterhin dämpfend aus. Dennoch weist das Marktforschungs- und Beratungsinstitut Marketmedia24, Köln, in seiner jetzt erschienenen Studie „Branchen-REPORT Garden-Living“ auch größere Umsatzveränderungen aus. Beispielsweise ist die Pro-Kopf-Ausgabe für Licht im Garten in den letzten acht Jahren um stolze 43,3 Prozent gestiegen. Auch in den Szenarien bis zum Jahr 2025, die erstmals auch die Entwicklungen je Garden-Living-Warengruppe ausweisen, stehen die Zeichen aktuellen Erhebungen zufolge nicht nur für Licht im Garten auf Wachstum.

Das Interesse an Garden-Living in Form von deutlich höheren Umsätzen mit entsprechenden Renditen zu realisieren ist schon länger eine Herausforderung für Industrie und Handel. Denn nach wie vor sind selbst im Segment der qualitativen Nachfrage Preise ausschlaggebende Argumente beim Kauf. Allenfalls dort, wo der Outdoor-Lifestyle stark prestigebehaftet ist, sind Marken ein gefragter und preisstabilisierender Mehrwert. Dennoch wächst die Zahlungsbereitschaft, werden innovative und nachhaltige Aspekte wichtiger. Hier wirkt der Megatrend der Verschmelzung von innen und außen kräftig mit. Denn zum einen zieht immer mehr hochwertiges Garden-Living-Mobiliar in Wintergärten oder ganz in den Innenraum. Zum anderen sorgen bodentiefe Fenster für einen nahtlosen Übergang in den Außenraum. Dabei lassen sich potente Käufer gern von Outdoor-Arealen beispielsweise in Gastronomie und Hotels inspirieren, wissen Händler, die sich über eine dort initiierte Privatnachfrage freuen.

Aktuelles Trendszenario prognostiziert 3,3 Milliarden Euro

Insgesamt kann die Branche optimistisch in die Zukunft schauen. Denn der Markt für Garden-Living erweist sich seit Jahren als recht stabil. Lediglich extreme „Einbrüche“ könnten wie 2012 das Wachstum eintrüben, nicht aber über längere Zeit hinweg stoppen. Folglich errechneten die Zukunftsforscher von Marketmedia24 im Garden-Living-Trendszenario ein Marktvolumen in Höhe von rund 3,3 Milliarden Euro für 2025. Sollte die Zeitspanne bis dahin zu den konjunkturell beflügelten Phasen zählen, kann der Umsatz sogar höher ausfallen. Denn dann steigen die Spielräume für den bedarfs- und preisunabhängigen Garden-Living-Mehrkonsum. Die Umsätze für Gartenmöbel einschließlich Auflagen würden unter diesen Bedingungen auf über 1 Milliarde Euro steigen.

Chancen für stationäre Formate

Auf Vertriebsseite findet sich – wie in vielen Branchen – der Online-Handel auf der Gewinnerliste wieder. Mit knapp 20 Prozent Marktanteil folgen Internet- und Versandhandel der Nummer eins im Markt: den Bau- und Heimwerkermärkten. Diese halten sich mit großem Abstand zum Wettbewerb an der Spitze, auch indem sie im Internetgeschäft mitmischen. Insgesamt aber führt für Volumen-Lieferanten die breiteste Straße zum Kunden über den stationären Handel. Für die Zukunft verlangt der Markt rund um das Gartenleben und -wohnen aber von diesen Marktteilnehmern Differenzierung und Profilierung. Anbieter müssen sich vom Gemischtwarenladen verabschieden und eine Kunden-Segmentierung vornehmen, empfiehlt Marketmedia24. Hier liegen besonders die Chancen für Fachhandelsformate. Dem Wunsch nach Erlebniskauf erfüllen vor allem Fach-Gartencenter, die sich als Gegenpol zur virtuellen Welt positionieren. Insbesondere im urbanen Raum besteht Bedarf, der die viel diskutierte Idee vom Outlet-Gartencenter in der Stadt neu in den Fokus rückt.

Die neue Auflage 2019/20 der Studie „Branchen-REPORT Garden-Living“ liefert auf 55 Seiten mit 31 Charts belastbare Fakten und Zahlen. Sie ist zum Preis von 850,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder steht zum direkten Download unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

4.166 Zeichen inkl. Leerzeichen | 548 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49 2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten.

„Echtes Marktwissen von echten Menschen für echte Menschen“ – mit dieser Grundidee ist Marketmedia24 angetreten, um eine Gruppe von Persönlichkeiten zu einem profitablen Experten-Netzwerk zusammenzuschließen. Neben höchster Qualität stellt Firmeninhaberin Sonja Koschel Fairness und schöpferische Vielfalt in den Mittelpunkt des Unternehmens.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte haut-nah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung. Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkenntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.