

## Gartenmöbel sind beim Verbraucher in

14.09.2007, 17:10 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *bbw Marketing Dr. Vossen & Partner*

---

Die Freizeitgestaltung ist für viele Menschen zum Sinn gebenden Lebensinhalt geworden. Aber in der heute wenig konstanten Zeit unterliegen gerade auch Freizeitaktivitäten heute starken Veränderungen und Differenzierungen. Was heute „in“ ist, kann morgen schon wieder „out“ sein.

Als relativ konstant hat sich seit Jahren der Freizeitbereich Garten erwiesen. Und das Thema Garten wird als Gegenpol zu unserer hektischen Umwelt an Bedeutung noch deutlich zunehmen. Nahezu jeder Gartenbesitzer verfügt auch über Garten-, Balkon- oder Terrassenmöbel, und immerhin jeder vierte möchte in absehbarer Zeit (in den nächsten vier bis fünf Jahren) neue Möbel anschaffen.

Beim Kauf haben die Verbraucher in der Regel hinsichtlich der Hersteller bzw. Marken in vielen Konsumfeldern eindeutige Vorstellungen. Das was bekannt ist, ist auch gut und käme dementsprechend für den Kauf auch in Frage. Für Gartenmöbel kann dies nicht so ohne weiteres bestätigt werden. Hier spielen andere Kriterien eine größere Rolle. In dem Zusammenhang hat sich auch der Stellenwert der Gartenmöbel vollkommen verändert und wird sich weiterhin verändern. Legte man früher an Gartenmöbel recht wenig Ansprüche an, diese sollten in erster Linie Wind und Wetter trotzen, sind die Ansprüche heute in puncto Funktionalität und Design deutlich gewachsen.

Die Verkäufe von Gartenmöbeln verliefen in den letzten Jahren nicht immer positiv. Natürlich spielt bei den Verkäufer immer auch der Faktor Wetter eine sehr große Rolle, wie eigentlich immer, wenn es um Freizeitaktivitäten geht. Mit dieser Unwägbarkeit muss so manche Branche leben.

Der nicht zufriedenstellenden Entwicklung in 2005 folgte in 2006 die deutliche Belebung. Die Aussichten für 2007 sind dagegen gut bis sehr gut. Eine Befragung der Handelsexperten im Frühjahr/Sommer 2007, eine Kooperation des Dähne-Verlages mit bbw Marketing, dokumentierte noch einmal die überaus positive Stimmung der Branche. Insbesondere für den Verkauf von Gartenmöbeln sahen rd. 56 % der befragten Handelsexperten in 2007/2008 eine deutlich bessere Gesamtsituation als noch in 2006.

Mit dem Wertewandel von der Spaßgesellschaft hin zur Sinngemeinschaft hat sich auch die Einstellung zum „Grünen Wohnzimmer“ verändert. Durchgesetzt hat sich der Trend, dass in wärmeren Jahreszeiten das Leben und das Wohnen vermehrt ins Freie verlagert wird.

Insofern hat die Ausstattung von Balkon oder Terrasse bzw. Garten mit Möbeln, die eine gewisse Repräsentativfunktion besitzen, an Bedeutung gewonnen. Gartenmöbel und -accessoires schaffen eindeutig neue Lebenswelten Als Rückzugsort, sei es allein oder noch lieber mit Freunden, wird der Garten immer beliebter. Dementsprechend haben sich die Produktrends 2007 entwickelt.

Die Expertenbefragung hat wesentliche Trends der jüngeren Vergangenheit noch einmal eindrucksvoll bestätigt. Die Wertschätzung von Qualität der Materialien, Verarbeitung und Design setzt sich im Außenbereich fort. Hieraus hat sich ein besonderer Trend entwickelt: Outdoormöbel können als Indoormöbel genutzt werden und umgekehrt. Vielfach werden auch Elemente des Ethnik-Stils eingebunden. Die Gefühle des Urlaubs werden einfach in den heimischen Garten übertragen. Daneben spielt eine besondere Funktionalität eine große Rolle.

Das Thema „Lifestyle“ hat die Verbraucher voll erfasst. Diese Aussage ergibt sich aus der aktuellen Expertenbefragung. Klassische Designs sind zwar nicht out, aber moderne Kompositionen sowie mediterrane Anklänge kommen beim Verbraucher heute wesentlich besser an. Dementsprechend dominiert in der Farbpalette die Farbe „natur“.

Bei den Gartenmöbeln steht nach wie vor Metall hoch im Kurs, jedoch die Holzvarianten nehmen deutlich zu. Neben

dem Einsatz von Teakhölzern werden auch andere tropische Hölzer bevorzugt. Aus der Schar der heimischen Hölzer haben sich insbesondere die druckimprägnierte Kiefer, die Rotbuche, Lärche und Kastanie gut bewährt. Aber bei Gartenmöbeln liegt auch Metall weiter stark im Trend. Verkaufsschlager der letzten Saison waren Alu-Textilien-Möbel ebenso wie die Alu-Geflechtmöbel. Der Trend geht eindeutig weg vom Kunststoff in der billigen Machart. Balkon- und Gartenmöbel aus Kunststoff besitzen nur noch dann eine Marktbedeutung, wenn sie hochwertig verarbeitet sind, wodurch die deutschen Produzenten eindeutig bessere Chancen erhalten haben.

Die Studie mit Inhalten zum Markt, zum Verbraucher, zum Sortiment, zu den Zielgruppen und zur Kundenbindung kann ab September 2007 bei bbw-Marketing Liebigstraße 23, 41464 Neuss, bestellt werden.

Die Studie kostet in der Subskription bis zum 15. Oktober 2007 € 650,- € plus Mehrwertsteuer.

Kontakt:

bbw Marketing Dr. Vossen  
Liebigstraße 23  
41464 Neuss

Fon: 02131 2989722  
Fax: 02131 2989721  
bbwmarketing@email.de  
www.bbwwmarketing.de

Zielsetzung von bbw Marketing:

Versorgung der Wirtschaft mit vertriebsspezifischen Informationen:

Marktdaten  
Distributionsdaten  
Kundeninformationen  
Trendinformationen  
Strategien

Was ist das Besondere an bbw Marketing?

Die Fülle an Informationen, die zudem kaum qualitativ bewertbar ist, führt zu einer Verunsicherung der Daten-Anwender. Dies drückt sich in einem veränderten Umgang mit Markt- und Vertriebsdaten aus. Weniger ist mehr!

Das neue Wunschdenken lautet:

"Reduktion der Informationsvielfalt und Qualifizierung der Daten".

bbw Marketing produziert mit fundierten vertriebsspezifischen Informationen die gewünschte Validität. Die Ausrichtung lautet: Konzentration auf das Wesentliche durch eine profilierte Ausrichtung. Erreicht wird dieses Anliegen durch eine Vernetzung von Spezialisten. Die Partner gewährleisten mit ihren speziellen Kenntnissen in differenzierten Arbeitsfeldern die Qualität.

Geführt wird bbw Marketing von Dr. Vossen, der 14 Jahre die Markt- und Trendforschung der BBE in Köln geleitet und dort jährlich 50 und mehr Trend- und Konsumgüterstudien herausgegeben hat. Zuvor war Dr. Vossen zehn Jahre als Assistent und Dozent an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln tätig.

Leistungen von bbw Marketing:

Branchenanalysen "Markt und Verbraucher"  
Basis: Befragungen plus Desk Research Forschung  
Befragungsstudien mit dem Fokus auf:

Verbraucher  
Industrie  
Handel  
Dienstleistungen

Kundenstruktur von bbw Marketing:

### **Portrait**

Konsumgüterhersteller  
Großhändler  
Einkaufvereinigungen  
Einzelhändler  
Finanzdienstleister  
Unternehmensberatungen  
Werbeagenturen u.a.

---

News-ID: 158285 • Views: 108 (Stand: 08.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/158285/Gartenmoebel-sind-beim-Verbraucher-in.html>