

PRESSE-INFO

Szenarien von Marketmedia24 zeigen Wachstumschancen

Garden-Living: Corona verstärkt die Nachfragetrends

Köln. Nicht nur der Frühling stimuliert 2020 die Lust der Deutschen auf Garden-Living. Besonders in Corona-Zeiten wird das ganz private kleine Stück Natur auf Balkon, Terrasse und im Garten für viele zum wichtigsten Lebensraum. Schon früh wurde hier geputzt, verschönert und auch neu eingerichtet. Vielerorts zog der Lebensmitteleinzelhandel die Grillsaison erfolgreich vor. Und Garden-Living zählt zu den wenigen Sortimenten, die im E-Commerce 2019 schwarze Zahlen schrieben, während das Geschäft im Internet im März 2020 generell um fast 20 Prozent einbrach. Profitieren konnten hingegen in einigen Bundesländern bereits in strengen Shutdown-Zeiten Garten- und Baumärkte. Bis 2025 prognostizieren die Marktforscher von Marketmedia24 selbst unter Berücksichtigung von Krisen wie einer Corona-Pandemie für deutsche Baumärkte ein 2-prozentiges Wachstum mit Garden-Living-Produkten.

Im „Branchen-REPORT Garden-Living 2019/2020“ spiegelt Marketmedia24 einen Markt, in dem die Umsätze seit 2010 klar zugelegt haben. Auch wenn zwischenzeitlich Wetterkapriolen sowie die stark unter Druck stehenden Verkaufspreise die Wachstumsdynamik in Grenzen halten. Trotzdem gaben die Deutschen in den letzten fünf Jahren im Jahresdurchschnitt jeweils 1,5 Prozent mehr für die Gestaltung ihrer Balkone und Gärten aus. Vor allem, weil die Sommer in den letzten Jahren das draußen Wohnen und Leben beflügelte.

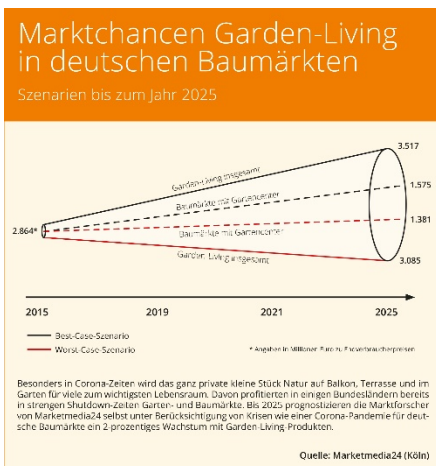
Das unterstreicht auch die Tatsache, dass „Grillen im Garten“ und damit die Warengruppe, die den Großteil des Garden-Living-Marktes ausmacht, weiter zulegt. Schon im April 2020 zeichnet sich ab, dass sich die Trends verstärken werden. Vor allem auch, weil für sehr viele Deutsche der Sommerurlaub 2020 vorwiegend zu Hause stattfinden wird.

Damit wird das Verlangen nach mehr Wohnfeeling die Kaufwünsche für Garten, Terrasse und Balkon noch weiter ansteigen. Speziell die Bedürfnisse der Städter rücken immer stärker in den Fokus. Das bestätigen unter anderem Wohnboutiquen und Einrichter bereits kurz nach der partiellen Rücknahme des Shutdown. Produkte rund ums Garden-Living wurden nachgefragt, und schon am ersten wieder „offenen“ Verkaufstag im April setzt sich der Siegeszug der outdoorfähigen Lichtprodukte fort. Immerhin kommt „Licht im Garten“ derzeit schon auf knapp 250 Millionen Euro.

Vor allem Gartenzubehör und Beleuchtung stehen weiter in der Wahrnehmung, gab sich der BHB - Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. schon in seinem Geschäftsbericht 2019 überzeugt. Und trotz Umsatzrückgang, den die Verbandsmitglieder bei Gartenmöbeln verzeichnen mussten, setzt der BHB generell auf den Trend zum „premium ausgestatteten Garten“. Auch darum verheißt selbst das Worst-Case-Szenario von Marketmedia24 beispielsweise den Gartenmöbeln und Auflagen bis 2025 ein Marktvolumen von 1.016 Millionen Euro. Dieses Wachstum wird mit fast 1,2 Milliarden Euro sogar deutlich höher ausfallen, wenn die Konjunktur nach der Krise wieder auf Vollgas umschaltet.

Die vollständigen Ergebnisse sind veröffentlicht in der Studie „Branchen-REPORT Garden-Living 2019/2020“. Sie liefert auf 57 Seiten mit 32 Charts belastbare Fakten und Zahlen und ist zum Preis von 850,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder www.marketmedia24.de/shop.

3.348 Zeichen inkl. Leerzeichen | 454 Wörter



[» High-res Download Pressegrafik](#)

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
 Telefon +49(0)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 Marktkennntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.