

Branchen-MONITOR

Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2018

Repräsentative und zielgruppengenaue
Konsumentenbefragung
Basis: 1.000 Teilnehmer

- » Markenbekanntheit
- » Kaufpräferenz: Marke oder Preis?
- » Ausgabeverhalten
- » Einkaufsstättenwahl
- » Anschaffungsabsicht



Impressum

Herausgeber

Marketmedia24, Sürther Hauptstraße 190b, 50999 Köln
 info@marketmedia24.de, www.marketmedia24.de
 Oktober 2018

Kontakt

Sonja Koschel, Telefon +49 (0)2236 3316931, koschel@marketmedia24.de

In Kooperation mit

NoceanZ Marktforschung GmbH, www.noceanz.com

© Marketmedia24

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung von Marketmedia24. Alle Rechte vorbehalten.

Foto Titelseite: ADO Goldkante

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	14
Methodensteckbrief	16
A Gardinen/Dekorationsstoffe	21
1 Markenbekanntheit	22
▶ Gardinen	
▶ Dekorationsstoffe	
2 Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	34
▶ Gardinen	
▶ Dekorationsstoffe	
3 Ausgabeverhalten	42
3.1 Gardinen	43
▶ Fertiggardine für Küchenfenster	
▶ Fertiggardine für Wohnzimmerfenster	
▶ Fertiggardine für Schlafzimmerfenster	
▶ Fertiggardine für Kinderzimmerfenster	
3.2 Dekorationsstoffe	46
▶ Dekorationsstoff für Wohnzimmerfenster	
▶ Dekorationsstoff für Schlafzimmerfenster	
▶ Dekorationsstoff für Kinderzimmerfenster	
4 Einkaufsstättenwahl (nach Art des Geschäftes und nach Produktgruppe)	48
4.1 Gardinen	50
4.2 Dekorationsstoffe	51

5	Anschaffungsabsicht	52
5.1	Gardinen	53
	▶ Fertiggardine für Küchenfenster	
	▶ Fertiggardine für Wohnzimmerfenster	
	▶ Fertiggardine für Schlafzimmerfenster	
	▶ Fertiggardine für Kinderzimmerfenster	
5.2	Dekorationsstoffe	60
	▶ Dekorationsstoff für Wohnzimmerfenster	
	▶ Dekorationsstoff für Schlafzimmerfenster	
	▶ Dekorationsstoff für Kinderzimmerfenster	
B	Innenliegender Sicht- und Sonnenschutz	67
1	Markenbekanntheit	68
2	Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	78
3	Ausgabeverhalten	86
3.1	Rollos	87
	▶ Dachfensterrollo	
	▶ Doppelrollo	
	▶ Seitenzugrollo	
	▶ Raffrollo	
3.2	Vorhänge/Plissees	90
	▶ Flächenvorhang	
	▶ Lamellenvorhang	
	▶ Plissee	
3.3	Jalousien	92
4	Einkaufsstättenwahl (nach Art des Geschäftes und nach Produktgruppe)	94
4.1	Rollos	96
4.2	Vorhänge/Plissees	97
4.3	Jalousien	100

5	Anschaffungsabsicht	102
5.1	Rollos	104
5.2	Vorhänge/Plissees	110
5.3	Jalousien	115
C	Außenliegender Sicht- und Sonnenschutz (inkl. Insektenschutzgitter)	117
1	Markenbekanntheit	118
2	Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	128
3	Ausgabeverhalten	136
3.1	Außenliegender Sicht- und Sonnenschutz	137
	▶ Jalousie	
	▶ Rolllade (mechanisch)	
	▶ Rolllade (elektrisch)	
	▶ Markise	
	▶ Sonnensegel	
3.2	Insektenschutzgitter	140
4	Einkaufsstättenwahl (nach Art des Geschäftes und nach Produktgruppe)	142
4.1	Jalousien	144
4.2	Rollläden	145
4.3	Markisen	146
4.4	Sonnensegel	147
4.5	Insektenschutzgitter	148
5	Anschaffungsabsicht	150
5.1	Jalousien	152
5.2	Rollläden	154
5.3	Markisen	156
5.4	Sonnensegel	157
5.5	Insektenschutzgitter	158

Chartverzeichnis

A Gardinen/Dekorationsstoffe

Chart 1:	Markenbekanntheit von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Produktgruppen	23	Chart 12:	Die Ausgaben für Gardinen/Dekorationsstoffe – nach Produktgruppen (Angaben in Euro)	42
Chart 2:	Markenbekanntheit von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Geschlecht	24	Chart 13:	Die Ausgaben für Gardinen – nach Artikeln (Angaben in Euro)	43
Chart 3:	Markenbekanntheit von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Lifestylegruppen	25	Chart 14:	Die Ausgaben für Gardinen – je Artikel nach Ziel- und Lifestylegruppen (Angaben in Euro)	44
Chart 4:	Markenbekanntheit von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Einkommensklassen	26	Chart 15:	Die Ausgaben für Dekorationsstoffe – nach Artikeln (Angaben in Euro)	46
Chart 5:	Markenbekanntheit von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Haushalten mit Kindern/ohne Kinder	30	Chart 16:	Die Ausgaben für Dekorationsstoffe – je Artikel nach Ziel- und Lifestylegruppen (Angaben in Euro)	47
Chart 6:	Markenbekanntheit von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Digital Natives, Luxus-Consumer, Migranten	33	Chart 17:	Einkaufsstättenwahl für Gardinen/Dekorationsstoffe – nach Produktgruppen und Art des Geschäftes	49
Chart 7:	Kaufpräferenz von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Produktgruppen	35	Chart 18:	Einkaufsstättenwahl für Gardinen – nach Ziel- und Lifestylegruppen	50
Chart 8:	Kaufpräferenz von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Geschlecht/Lifestylegruppen (markenaffin preisaffin)	36	Chart 19:	Einkaufsstättenwahl für Dekorationsstoffe – nach Ziel- und Lifestylegruppen	51
Chart 9:	Kaufpräferenz von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Einkommensklassen	39	Chart 20:	Anschaffungsabsicht von Gardinen – nach Artikeln	53
Chart 10:	Kaufpräferenz von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Haushalten mit Kindern/ohne Kinder	40	Chart 21:	Anschaffungsabsicht Fertiggardine für Küchenfenster – nach Ziel- und Lifestylegruppen	54
Chart 11:	Kaufpräferenz von Gardinen/Dekorationsstoffen – nach Digital Natives, Luxus-Consumer, Migranten	40	Chart 22:	Anschaffungsabsicht Fertiggardine für Wohnzimmerfenster – nach Ziel- und Lifestylegruppen	56
			Chart 23:	Anschaffungsabsicht Fertiggardine für Schlafzimmerfenster – nach Ziel- und Lifestylegruppen	57
			Chart 24:	Anschaffungsabsicht Fertiggardine für Kinderzimmerfenster – nach Ziel- und Lifestylegruppen	58
			Chart 25:	Anschaffungsabsicht von Dekorationsstoffen – nach Artikeln	60

Chart 26:	Anschaffungsabsicht Dekorationsstoff für Wohnzimmerfenster – nach Ziel- und Lifestylegruppen	61
Chart 27:	Anschaffungsabsicht Dekorationsstoff für Schlafzimmerfenster – nach Ziel- und Lifestylegruppen	62
Chart 28:	Anschaffungsabsicht Dekorationsstoff für Kinderzimmerfenster – nach Ziel- und Lifestylegruppen	64

B Innenliegender Sicht- und Sonnenschutz

Chart 29:	Markenbekanntheit von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz	69
Chart 30:	Markenbekanntheit von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Geschlecht	70
Chart 31:	Markenbekanntheit von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Lifestylegruppen	71
Chart 32:	Markenbekanntheit von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Einkommensklassen	72
Chart 33:	Markenbekanntheit von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Haushalten mit Kindern/ohne Kinder	74
Chart 34:	Markenbekanntheit von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Digital Natives, Luxus-Consumer, Migranten	77

Chart 35:	Kaufpräferenz von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz	79
Chart 36:	Kaufpräferenz von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Geschlecht/Lifestylegruppen (markenaffin preisaffin)	80
Chart 37:	Kaufpräferenz von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Einkommensklassen	83
Chart 38:	Kaufpräferenz von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Haushalten mit Kindern/ohne Kinder	84
Chart 39:	Kaufpräferenz von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Digital Natives, Luxus-Consumer, Migranten	84
Chart 40:	Die Ausgaben für innenliegenden Sicht- und Sonnenschutz insgesamt – nach Artikeln (Angaben in Euro)	86
Chart 41:	Die Ausgaben für Rollos – nach Artikeln (Angaben in Euro)	87
Chart 42:	Die Ausgaben für Rollos – je Artikel nach Ziel- und Lifestylegruppen (Angaben in Euro)	88
Chart 43:	Die Ausgaben für Vorhänge/Plissees – nach Artikeln (Angaben in Euro)	90
Chart 44:	Die Ausgaben für Vorhänge/Plissees – je Artikel nach Ziel- und Lifestylegruppen (Angaben in Euro)	91
Chart 45:	Die Ausgaben für Jalousien – Angaben in Euro	92
Chart 46:	Die Ausgaben für Jalousien – nach Ziel- und Lifestylegruppen (Angaben in Euro)	93
Chart 47:	Einkaufsstättenwahl für innenliegenden Sicht- und Sonnenschutz – nach Artikeln und Art des Geschäftes	95
Chart 48:	Einkaufsstättenwahl für Rollos – nach Ziel- und Lifestylegruppen	96

Chart 49:	Einkaufsstättenwahl für Flächenvorhänge – nach Ziel- und Lifestylegruppen	97
Chart 50:	Einkaufsstättenwahl für Lamellenvorhänge – nach Ziel- und Lifestylegruppen	98
Chart 51:	Einkaufsstättenwahl für Plissees – nach Ziel- und Lifestylegruppen	99
Chart 52:	Einkaufsstättenwahl für Jalousien – nach Ziel- und Lifestylegruppen	100
Chart 53:	Anschaffungsabsicht von innenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Artikeln	103
Chart 54:	Anschaffungsabsicht Dachfensterrollos – nach Ziel- und Lifestylegruppen	104
Chart 55:	Anschaffungsabsicht Doppelrollos – nach Ziel- und Lifestylegruppen	106
Chart 56:	Anschaffungsabsicht Seitenzugrollos – nach Ziel- und Lifestylegruppen	108
Chart 57:	Anschaffungsabsicht Raffrollos – nach Ziel- und Lifestylegruppen	109
Chart 58:	Anschaffungsabsicht Flächenvorhänge – nach Ziel- und Lifestylegruppen	110
Chart 59:	Anschaffungsabsicht Lamellenvorhänge – nach Ziel- und Lifestylegruppen	111
Chart 60:	Anschaffungsabsicht Plissees – nach Ziel- und Lifestylegruppen	114
Chart 61:	Anschaffungsabsicht Jalousien – nach Ziel- und Lifestylegruppen	115

C Außenliegender Sicht- und Sonnenschutz (inkl. Insektenschutzgitter)		
Chart 62:	Markenbekanntheit von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz	119
Chart 63:	Markenbekanntheit von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Geschlecht	120
Chart 64:	Markenbekanntheit von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Lifestylegruppen	121
Chart 65:	Markenbekanntheit von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Einkommensklassen	122
Chart 66:	Markenbekanntheit von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Haushalten mit Kindern/ohne Kinder	124
Chart 67:	Markenbekanntheit von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Digital Natives, Luxus-Consumer, Migranten	127
Chart 68:	Kaufpräferenz von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz	129
Chart 69:	Kaufpräferenz von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Geschlecht/Lifestylegruppen (markenaffin preisaffin)	130
Chart 70:	Kaufpräferenz von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Einkommensklassen	133
Chart 71:	Kaufpräferenz von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Haushalten mit Kindern/ohne Kinder	134

Chart 72:	Kaufpräferenz von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Digital Natives, Luxus-Consumer, Migranten	134
Chart 73:	Die Ausgaben für außenliegenden Sicht- und Sonnenschutz insgesamt (inkl. Insektenschutzgitter) – Angaben in Euro	136
Chart 74:	Die Ausgaben für außenliegenden Sicht- und Sonnenschutz – nach Artikeln (Angaben in Euro)	137
Chart 75:	Die Ausgaben für außenliegenden Sicht- und Sonnenschutz – je Artikel nach Ziel- und Lifestylegruppen (Angaben in Euro)	138
Chart 76:	Die Ausgaben für Insektenschutzgitter – Angaben in Euro	140
Chart 77:	Die Ausgaben für Insektenschutzgitter – nach Ziel- und Lifestylegruppen (Angaben in Euro)	141
Chart 78:	Einkaufsstättenwahl für außenliegenden Sicht- und Sonnenschutz – nach Artikeln und Art des Geschäftes	143
Chart 79:	Einkaufsstättenwahl für Jalousien – nach Ziel- und Lifestylegruppen	144
Chart 80:	Einkaufsstättenwahl für Rollläden – nach Ziel- und Lifestylegruppen	145
Chart 81:	Einkaufsstättenwahl für Markisen – nach Ziel- und Lifestylegruppen	146
Chart 82:	Einkaufsstättenwahl für Sonnensegel – nach Ziel- und Lifestylegruppen	147
Chart 83:	Einkaufsstättenwahl für Insektenschutzgitter – nach Ziel- und Lifestylegruppen	148

Chart 84:	Anschaffungsabsicht von außenliegendem Sicht- und Sonnenschutz – nach Artikeln	151
Chart 85:	Anschaffungsabsicht Jalousie – nach Ziel- und Lifestylegruppen	152
Chart 86:	Anschaffungsabsicht Rolllade (mechanisch) – nach Ziel- und Lifestylegruppen	154
Chart 87:	Anschaffungsabsicht Rolllade (elektrisch) – nach Ziel- und Lifestylegruppen	155
Chart 88:	Anschaffungsabsicht Markise – nach Ziel- und Lifestylegruppen	156
Chart 89:	Anschaffungsabsicht Sonnensegel – nach Ziel- und Lifestylegruppen	157
Chart 90:	Anschaffungsabsicht Insektenschutzgitter – nach Ziel- und Lifestylegruppen	158

Vorwort

Das moderne Konsumentenverhalten, das seinen Ausdruck in höchst unterschiedlichen Customer Journeys findet, stellt alle Marktteilnehmer vor völlig neue Herausforderungen. Umso dringender werden zuverlässige und detaillierte Forschungsergebnisse gebraucht. Dieser Aufgabe stellen sich Marketmedia24, Köln, und die Noceanz GmbH, Würzburg, gemeinsam.

Die langjährige Zusammenarbeit beider Partner mündet in Studienbüchern über deutsche Konsumgütermärkte, die ergänzend zu den etablierten Markt- und Handelsanalysen von Marketmedia24, nun zusätzlich auf den Ergebnissen exklusiver, repräsentativer Verbraucherbefragungen basieren.

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Mit dem Erfahrungsschatz von mehr als 20 Jahren, bündelt Marketmedia24 das Wissen von einem Dutzend Spezialisten.

„*Echtes Marktwissen von echten Menschen für echte Menschen*“ ist die Grundidee von Marketmedia24. Neben höchster Qualität stellt Firmeninhaberin Sonja Koschel Fairness und schöpferische Vielfalt in den Mittelpunkt des Unternehmens.

Die Autorinnen und Autoren, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte hautnah und knietief: Sie besuchen Messen und Branchenevents, sprechen mit Marktplayern und -partnern, gehen zu Herstellern, in Handelshäuser und Vorstandsetagen und beraten, coachen und referieren nach Maß.



Sonja Koschel

Inhaberin und Geschäftsführerin
Marketmedia24



Michael Schäfenacker

Geschäftsführer/CEO
Noceanz GmbH

Marktforschung im Bereich Handel und Konsumgüter ist seit 1996 die Kernkompetenz der **Noceanz GmbH**. Das Unternehmen verfügt über Erfahrung und Expertise bei der Organisation, Durchführung und Auswertung von Marktforschungsprojekten für Unternehmen, öffentliche Einrichtungen und Kommunen, sowohl in Deutschland als auch in den Nachbarländern.

Professionalität gewährleisten die Noceanz Research Manager, von denen jeder über langjährige Erfahrungen in der Feldarbeit, im Online-Bereich, im CATI-Studio, bei der Durchführung von Face-to-Face-Befragungen und Mystery Checks verfügt.



Methodensteckbrief

Für die vorliegende Studie wurden im Zeitraum 22.08. bis 24.08.2018 insgesamt **1.000 Personen** befragt.

Methode

Die Befragung wurde online durchgeführt.

Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit umfasst die Wohnbevölkerung von Deutschland zwischen 18 und 80 Jahren, die in den letzten drei Jahren Produkte aus dem Bereich Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz gekauft haben oder in den nächsten 12 Monaten kaufen wollen.

Produktgruppen/Artikel

A Gardinen/Dekorationsstoffe

Gardinen	Fertiggardine für Küchenfenster
	Fertiggardine für Wohnzimmerfenster
	Fertiggardine für Schlafzimmerfenster
	Fertiggardine für Kinderzimmerfenster
Dekorationsstoffe	Dekorationsstoff für Wohnzimmerfenster
	Dekorationsstoff für Schlafzimmerfenster
	Dekorationsstoff für Kinderzimmerfenster

B Innenliegender Sicht- und Sonnenschutz

Rollos	Dachfensterrollo
	Doppelrollo
	Seitenzugrollo
	Raffrollo
Vorhänge/Plissees	Flächenvorhang
	Lamellenvorhang
	Plissee

Jalousien

C Außenliegender Sicht- und Sonnenschutz

Rollladen	Rolllade (mechanisch)
	Rolllade (elektrisch)

Markisen

Sonnensegel

Jalousien

Insektenschutzgitter



Themen

- Thema 1** Markenbekanntheit (gestützt)
„Welche der folgenden Marken kennen Sie?“
- Thema 2** Kaufpräferenz
„Marke oder Preis?“
- Thema 3** Ausgabeverhalten
„Was geben Sie für die folgenden Produkte aus?“
- Thema 4** Einkaufsstättenwahl
„Wo kaufen Sie üblicherweise die folgenden Produkte?“
- Thema 5** Anschaffungsabsicht
„Welche der folgenden Produkte planen Sie wann zu kaufen?“

Ziel- und Lifestylegruppen

		Verteilung der befragten Personen
Geschlecht	Frauen	50,4%
	Männer	49,6%
Lifestylegruppen	Youngster (bis 19 Jahre)	1,4%
	Mid Ager (20-49 Jahre)	52,9%
	Best Ager (50-64 Jahre)	34,7%
	Senioren (über 65 Jahre)	11,0%
Einkommensklassen	Unterdurchschnittliches Einkommen (unter 1.300 Euro)	14,1%
	Durchschnittliches Einkommen (1.301 Euro bis unter 2.000 Euro)	19,4%
	Höheres Einkommen (2.001 Euro bis unter 5.000 Euro)	59,1%
	Hohes Einkommen (über 5.000 Euro)	7,3%
Haushaltssituation	Haushalt mit Kind	33,0%
	Haushalt ohne Kind	67,0%
Digital Natives		29,1%
Luxus-Consumer		55,3%
Migranten		14,9%

Wir entfalten Ihr Marktpotenzial

MARKT- UND HANDELSDATEN

Deutsche Konsumgütermärkte im Zahlenspiegel

Bei der Erhebung unserer Markt- und Handelsdaten arbeiten wir mit Verbänden und Institutionen der Industrie und des Handels zusammen, werten statistisches Basis-material aus, diskutieren mittelfristige Prognosen und längerfristige Vorausschau (Szenarien) mit Branchen- und Fachexperten, immer auch mit Blick auf die relevanten exogenen und endogenen Einflüsse der Marktplätze.

Unser regelmäßiges Angebot umfasst dabei mit 400 Warengruppen die folgenden Fokus-Branchen:

- | | | |
|--|----------------------|---------------------------|
| ✓ Bad und Sanitär | ✓ Fashion und Schuhe | ✓ Leuchten und Lampen |
| ✓ Berufskleidung und
Schutzausrüstung (PSA) | ✓ Gardinen | ✓ Möbel |
| ✓ Bücher | ✓ Garten | ✓ PBS-Artikel |
| ✓ Büromöbel | ✓ GPK/Haushaltswaren | ✓ Sicht- und Sonnenschutz |
| ✓ Fahrräder | ✓ Heimtextilien | ✓ Spielwaren |
| | ✓ Küchen | ✓ Sport und Outdoor |

BRANCHENSTUDIEN

Auch in Ihrem Auftrag erforschen wir Markt- und Handelsdaten.

Wir kennen Ihre Märkte. Mit Gespür und einem 20-jährigen Erfahrungsschatz erstellen wir Auftragsstudien. Mit Blick auf Ihre individuellen Bedürfnisse. Auch in Ihrem Unternehmensdesign.