

# Branchen-REPORT Garden-Living 2025

Repräsentative Konsumentenbefragung

Wettbewerbsanalyse

Umsätze für 26 Produktgruppen

Marktanteile und Umsätze der Vertriebskanäle

Fundierte Branchenszenarien bis zum Jahr 2025



# Impressum

## Herausgeber

Marketmedia24, Sürther Hauptstraße 190b, 50999 Köln  
 info@marketmedia24.de, www.marketmedia24.de  
 Juni/Juli 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: © by GLATZ AG, Schweiz

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	10
A Repräsentative und zielgruppengenaue Konsumentenbefragung Basis: 1.000 Teilnehmer	13
Methodensteckbrief	14
1 Ergebnisse für die Warengruppe Garten- und Balkonmöbel	16
1.1 Kaufhäufigkeit	16
1.2 Markenbekanntheit	18
1.3 Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	20
1.4 Einkaufsstättenwahl	22
1.5 Zielgruppen: Digital Natives   Luxus-Consumer   Migranten	24
1.6 Wohnsituation: Haushalte mit/ohne Kinder   Mieter versus Eigentümer	26
2 Ergebnisse für die Warengruppe Sonnenschirme	28
2.1 Kaufhäufigkeit	28
2.2 Markenbekanntheit	30
2.3 Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	32
2.4 Einkaufsstättenwahl	34
2.5 Zielgruppen: Digital Natives   Luxus-Consumer   Migranten	36
2.6 Wohnsituation: Haushalte mit/ohne Kinder   Mieter versus Eigentümer	38
3 Ergebnisse für die Warengruppe Grillgeräte	40
3.1 Kaufhäufigkeit	40
3.2 Markenbekanntheit	42
3.3 Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	44
3.4 Einkaufsstättenwahl	46
3.5 Zielgruppen: Digital Natives   Luxus-Consumer   Migranten	48
3.6 Wohnsituation: Haushalte mit/ohne Kinder   Mieter versus Eigentümer	50

<b>4</b>	<b>Ergebnisse für die Warengruppe Außenbeleuchtung</b>	<b>52</b>	<b>3</b>	<b>Handelsdaten für 6 Vertriebskanäle</b>	<b>117</b>
4.1	Kaufhäufigkeit	52	3.1	Vertriebskanäle Garden-Living-Produkte insgesamt	118
4.2	Markenbekanntheit	54	3.1.1	Marktanteile 2010 bis 2017	118
4.3	Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	56	3.1.2	Umsätze 2010 bis 2017	120
4.4	Einkaufsstättenwahl	58	3.2	Vertriebskanäle Garten- und Balkonmöbel (inkl. Auflagen)	122
4.5	Zielgruppen: Digital Natives   Luxus-Consumer   Migranten	60	3.2.1	Marktanteile und Umsätze 2017	122
4.6	Wohnsituation: Haushalte mit/ohne Kinder   Mieter versus Eigentümer	62	3.3	Vertriebskanäle Gartenschirme	124
<b>5</b>	<b>Ergebnisse für die Warengruppe Garten- und Balkondekoration</b>	<b>64</b>	3.3.1	Marktanteile und Umsätze 2017	124
5.1	Kaufhäufigkeit	64	3.4	Vertriebskanäle Grillen im Garten	126
5.2	Einkaufsstättenwahl	66	3.4.1	Marktanteile und Umsätze 2017	126
5.3	Zielgruppen: Digital Natives   Luxus-Consumer   Migranten	68	3.5	Vertriebskanäle Licht im Garten	128
<b>6</b>	<b>Ergebnisse für die Warengruppe Garten- und Balkonausstattung</b>	<b>70</b>	3.5.1	Marktanteile und Umsätze 2017	128
6.1	Kaufhäufigkeit	70	3.6	Vertriebskanäle Garten- und Balkondekoration	130
6.2	Einkaufsstättenwahl	72	3.6.1	Marktanteile und Umsätze 2017	130
6.3	Zielgruppen: Digital Natives   Luxus-Consumer   Migranten	74	3.7	Vertriebskanäle Garten- und Balkonausstattung	132
<b>B</b>	<b>Wettbewerbsanalysen</b>	<b>77</b>	3.7.1	Marktanteile und Umsätze 2017	132
1	Industrie im Portrait	79	<b>D</b>	<b>Die deutsche Garden-Living-Branche in der Vorausschau bis zum Jahr 2025</b>	<b>135</b>
2	Handel im Portrait	89	1	Marktaussichten	137
<b>C</b>	<b>Die deutsche Garden-Living-Branche in der Rückschau 2010 bis 2017</b>	<b>101</b>	1.1	Der Trend gestattet Optimismus	137
1	Marktdaten für 6 Warengruppen	102	1.2	Doch politische Wirkungskräfte könnten beeinträchtigen	140
1.1	Umsätze zu Endverbraucherpreisen 2010 bis 2017	103	1.3	Nicht nur ökonomische Einflüsse	143
1.2	Pro-Kopf-Ausgaben 2010 bis 2017	107	2	Marktszenarien für Garden-Living-Produkte	145
2	Marktdaten für 26 Produktgruppen	110	2.1	Optimistisches Szenario	146
2.1	Umsätze zu Endverbraucherpreisen 2017	110	2.2	Pessimistisches Szenario	147
2.1.1	Garten- und Balkonmöbel sowie Auflagen	110	2.3	Zukunftsraum	148
2.1.2	Gartenschirme	112	3	Handelsszenarien für Garden-Living-Produkte	149
2.1.3	Grillen im Garten	113	3.1	Außer beim Online-Handel nur geringe Veränderungen	149
2.1.4	Licht im Garten	115	3.2	Optimistische und pessimistische Umsatzerwartungen	152
2.1.5	Gartendekoration und -ausstattung	116			

# Chart-Verzeichnis

## A Repräsentative und zielgruppengenaue Konsumentenbefragung Basis: 1.000 Teilnehmer

Chart 1: Markenbekanntheit Garten- und Balkonmöbel – Top-10-Ranking	18
Chart 2: Einkaufsstättenwahl Garten- und Balkonmöbel – nach Altersklassen	23
Chart 3: Kauffrequenz Garten- und Balkonmöbel – Ø Jahre seit dem letzten Kauf	25
Chart 4: Einkaufsstättenwahl Garten- und Balkonmöbel – nach Haushalten mit und ohne Kinder	26
Chart 5: Anschaffung von Sonnenschirmen nach Bundesländern	29
Chart 6: Markenbekanntheit Sonnenschirme – Top-Ranking	30
Chart 7: Einkaufsstättenwahl Sonnenschirme	35
Chart 8: Kauffrequenz Sonnenschirme – Ø Jahre seit dem letzten Kauf	37
Chart 9: Markenbekanntheit Grillgeräte – Top-10-Ranking	42
Chart 10: Einkaufsstättenwahl Grillgeräte	47
Chart 11: Kauffrequenz Grillgeräte – Ø Jahre seit dem letzten Kauf	49
Chart 12: Markenbekanntheit Außenbeleuchtung – Top-10-Ranking	54
Chart 13: Einkaufsstättenwahl Außenbeleuchtung	59
Chart 14: Kauffrequenz Außenbeleuchtung – Ø Jahre seit dem letzten Kauf	61
Chart 15: Einkaufsstättenwahl Garten- und Balkondekoration	67

Chart 16: Kauffrequenz Garten- und Balkondekoration – Ø Jahre seit dem letzten Kauf	69
Chart 17: Einkaufsstättenwahl Garten- und Balkonausstattung	73
Chart 18: Kauffrequenz Garten- und Balkonausstattung – Ø Jahre seit dem letzten Kauf	75

## B Wettbewerbsanalysen

Chart 19: Der Außenhandel (Importe/Exporte) mit Garden-Living-Produkten 2010 bis 2017	86
Chart 20: Die wichtigsten Handelskanäle im deutschen Garden-Living-Markt und ihre Positionierung	92

## C Die deutsche Garden-Living-Branche in der Rückschau 2010 bis 2017

Chart 21: Der deutsche Markt für Garden-Living-Produkte 2010 bis 2017 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	103
Chart 22: Der deutsche Markt für Garden-Living-Produkte im Jahresvergleich 2010 und 2017	105
Chart 23: Die Pro-Kopf-Ausgaben für Garden-Living-Produkte 2010 bis 2017	108
Chart 24: Der deutsche Markt für Garten- und Balkonmöbel sowie Auflagen 2017	111
Chart 25: Der deutsche Markt für Sonnenschirme, Ampelschirme und Sonnensegel 2017	112
Chart 26: Der deutsche Markt für Grills, Grillzubehör, Grillpflege und Grill-Accessoires 2017	114

Chart 27: Der deutsche Markt für Außen-Wand-/Decken-Leuchten, Steh-/Wegeleuchten und Strahler 2017	115	Chart 40: Die Marktanteile der Vertriebskanäle von Garten- und Balkondekoration 2017	130
Chart 28: Der deutsche Markt für Gartendekoration und -ausstattung 2017	116	Chart 41: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Garten- und Balkondekoration 2017	131
Chart 29: Die Marktanteile der Garden-Living-Vertriebskanäle 2010 bis 2017 – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	119	Chart 42: Die Marktanteile der Vertriebskanäle von Garten- und Balkonausstattung 2017	132
Chart 30: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Garden-Living-Produkten 2010 bis 2017 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	120	Chart 43: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Garten- und Balkonausstattung 2017	133
Chart 31: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Garden-Living-Produkten im Jahresvergleich 2010 und 2017	121	<b>D Die deutsche Garden-Living-Branche in der Vorausschau bis zum Jahr 2025</b>	
Chart 32: Die Marktanteile der Vertriebskanäle von Garten- und Balkonmöbeln (inkl. Auflagen) 2017	122	Chart 44: Der deutsche Garden-Living-Markt in der Vorausschau bis zum Jahr 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	148
Chart 33: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Garten- und Balkonmöbeln (inkl. Auflagen) 2017	123	Chart 45: Die Marktanteile der Garden-Living-Vertriebskanäle im Jahresvergleich 2010 bis 2025 (Handelsszenario) – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	151
Chart 34: Die Marktanteile der Vertriebskanäle von Gartenschirmen 2017	125	Chart 46: Die Umsätze der Garden-Living-Vertriebskanäle im Jahresvergleich 2010 bis 2025 (Handelsszenario)	152
Chart 35: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Gartenschirmen 2017	125		
Chart 36: Die Marktanteile der Vertriebskanäle bei Grillen im Garten 2017	126		
Chart 37: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Grillen im Garten 2017	127		
Chart 38: Die Marktanteile der Vertriebskanäle bei Licht im Garten 2017	128		
Chart 39: Die Umsätze der Vertriebskanäle mit Licht im Garten 2017	129		



## 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

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 CATI-Studio, bei der Durchführung von Face-to-Face-Befragungen und Mystery Checks verfügt.



**Michael Schäfenacker**

Geschäftsführer/CEO  
Noceanz GmbH

# 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<br>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.