

GfK

GfK Living

Das GfK MöbelPanel

Erstinformation



Der Kompetenzbereich GfK Living

2

GfK Living

Consumer Knowledge rund um Haus & Garten

Bau & Renovierung

- Bautätigkeit / Bauwesen
- Bauelemente (Fenster, Türen etc.)
- Baustoffe
- Baumaschinen
- Bodenbeläge
- Sanitärarmaturen
- Sanitärkeramik
- Energie (Strom, Heizung, Photovoltaik, Solar etc.)
- Handwerk
- etc.

DIY & Garten

- Baumärkte
- Farben / Lacke / Tapeten
- Gartencenter-/fachgeschäfte
- Gartenhartwaren (Rasenmäher etc.)
- Gartenmöbel
- Gartenteiche
- Gartenwerkzeug
- Lebend Grün
- Power-Tools
- Renovierung
- Werkzeuge
- etc.

Wohnen & Einrichten

- Badmöbel
- Haus- und Heimtextilien
- Haushaltswaren
- Möbel
- Wohnaccessoires
- Dekoration & Accessoires
- etc.

Elektro & Technik

- Elektro Großgeräte / MDA (Geschirrspüler, Waschmaschinen, Kühlschränke etc.)
- Elektrokleingeräte / SDA (Mixer, Mikrowellen, Toaster etc.)
- Geräte für die persönliche Pflege (Rasierer, Haartrockner, Mundhygiene etc.)
- Haustechnik
- Sicherheitstechnik
- Lampen & Leuchten
- usw.

Individuelle Problemlösungen auf internationaler Basis

Agenda

- 1 Zielsetzung & Methodensteckbrief
- 2 Informationsspektrum & Nutzen des GfK MöbelPanels
- 3 Unsere Leistungspakete in der Übersicht

Agenda

- 1 Zielsetzung & Methodensteckbrief
- 2 Informationsspektrum & Nutzen des GfK MöbelPanels
- 3 Unsere Leistungspakete in der Übersicht

Das GfK MöbelPanel

5

Als Entscheider stehen Sie jeden Tag aufs Neue vor der Herausforderung, die Marktposition Ihres Unternehmens abzusichern und idealerweise kontinuierlich auszubauen.

Dabei den richtigen Weg – Ihren Weg – zu finden, ist – insbesondere im hart umkämpften Möbelmarkt – nicht immer einfach.

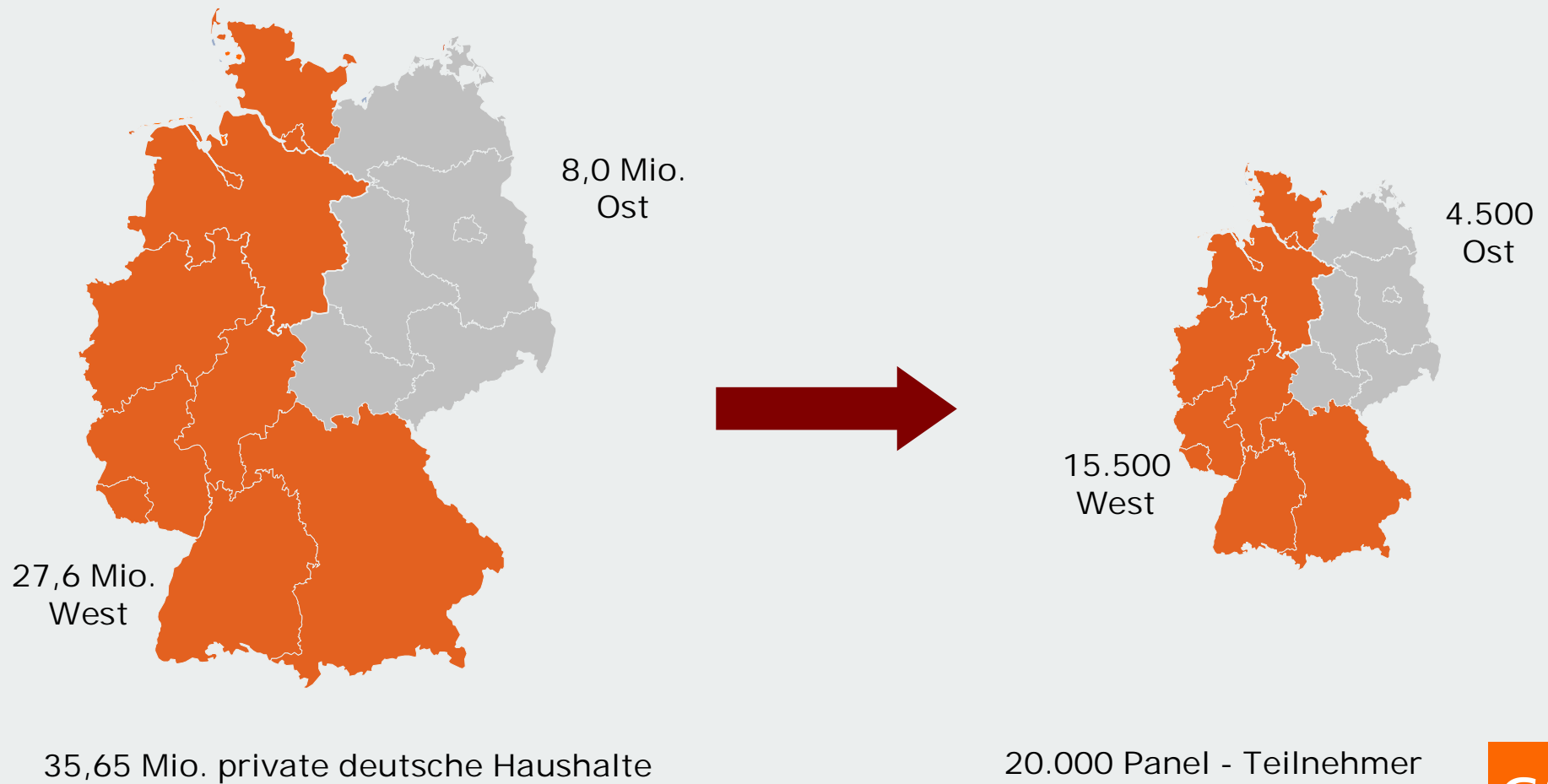
Umsetzbare Erkenntnisse über den Markt, die relevanten Zielgruppen, deren Anforderungen, Informations- und Einkaufsverhalten sind daher unabdingbar.

Schließlich basieren gute Entscheidungen immer auf verlässlichen Marktinformationen.

Das GfK MöbelPanel gibt Ihnen Antworten auf alle zukunftsrelevanten Fragestellungen zum Markt, den relevanten Zielgruppen und deren Informations- und Einkaufsverhalten auf einer einzigartigen, repräsentativen Basis.

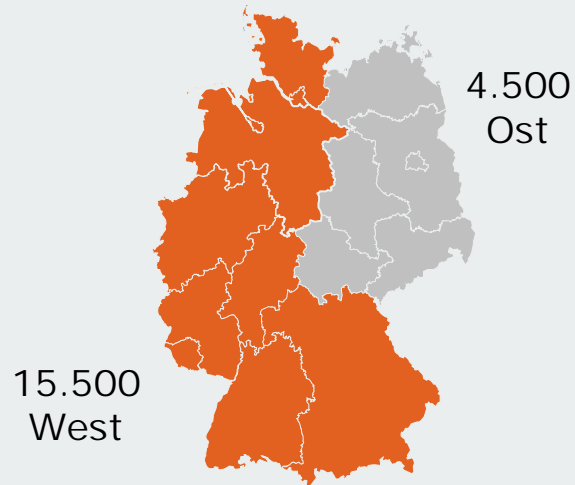
20.000 Panel-Teilnehmer repräsentieren 35,65 Mio. private deutsche Haushalte

6



20.000 Endverbraucher berichten über ihre kompletten (Möbel-)käufe

7



20.000 Panel-Teilnehmer
im GfK-Verbraucherpanel

Detaillierte und strukturierte
Berichterstattung über alle
getätigten (Möbel-) Käufe



Monatliche
Befragung



Die Stichprobe ist hinsichtlich aller relevanten Kriterien repräsentativ

8

Region/Bundesland

Ortsgröße

Haushaltsgröße

Alter der haushaltsführenden Person

Soziale Schicht (Beruf, Bildung, Einkommen)

⇒ Genaues verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit

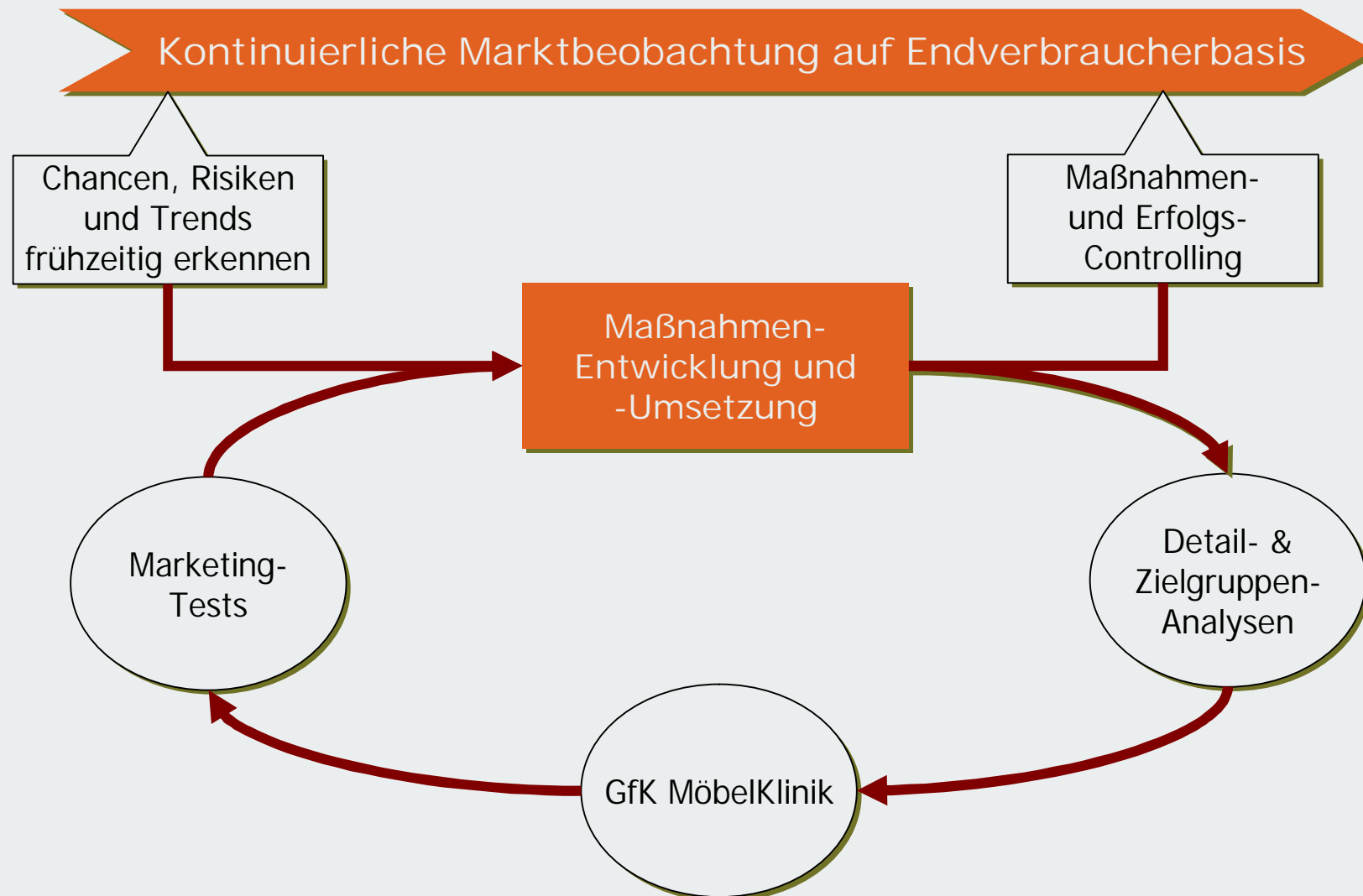


Agenda

- 1 Zielsetzung & Methodensteckbrief
- 2 Informationsspektrum & Nutzen des GfK MöbelPanels
- 3 Unsere Leistungspakete in der Übersicht

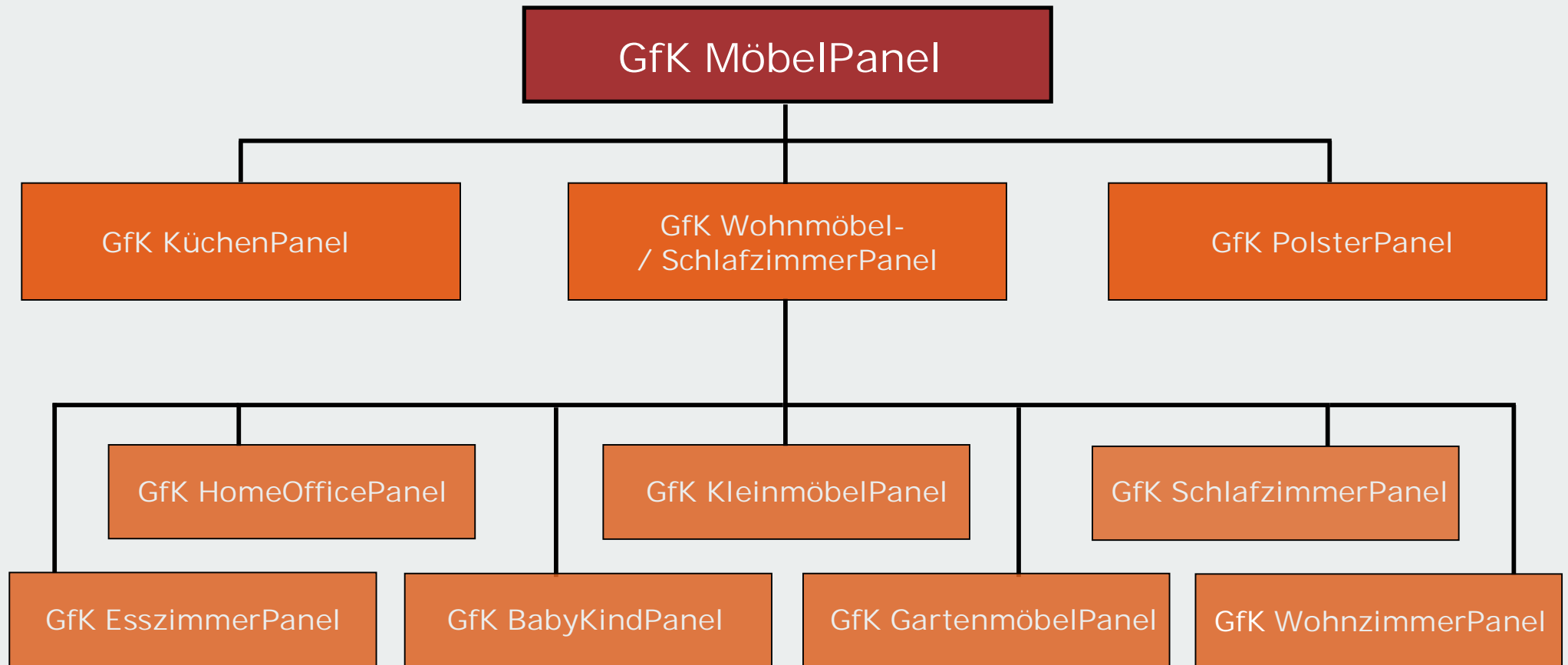
Die kontinuierliche Marktbeobachtung des GfK MöbelPanels als wertvolle Basis zur Absicherung und zum Ausbau Ihrer Marktposition

10



Inhaltlicher Aufbau des GfK MöbelPanels der Verbraucherforschung

11



Das GfK MöbelPanel sorgt für Durchblick im Markt

12

Der Markt für Möbel

- Marktvolumen (Segmente, Regionen etc.)
- Sortimentsbereiche und Produktvarianten
- Bezahlte Durchschnittspreise
- Materialien/-farben
- Vertriebswege
- usw.

Die Zielgruppen im Markt

- Beschreibung & Potenziale
- Anforderungen
- Nutzungsverhalten
- Informationsverhalten
- Einkaufsverhalten
- Entscheidungseinflüsse
- usw.

Die Entwicklung & Trends

- Nachfrageentwicklung
- Preisentwicklung
- Materialtrends
- Funktionstrends
- Bedeutung der Vertriebswege
- usw.

Die Bedeutung & Performance der Anbieter im Markt

- Marktanteile bekannter Marken
- Wahrnehmung der Hersteller
- Erfolgsfaktoren im Vergleich
- Potenziale / Relevant Set
- Vom Handel gewährte Nachlässe
- usw.



Das GfK MöbelPanel beantwortet Ihre Fragen zum Markt

1. Der Markt für Möbel

- Wie viele **Möbel** werden **pro Jahr (Menge und Wert)** insgesamt in Deutschland verkauft?
- Wie verteilt sich dieser Markt auf die einzelnen **Vertriebswege** (auch innerhalb der Preissegmente)?
- Wie hoch ist das Marktvolumen in den einzelnen **Regionen** (Bundesländer, Ost/West etc.)?
- Wie verteilt sich der Deutsche Markt auf die einzelnen **Sortimentsbereiche** pro Jahr?
- Wie hoch ist das Marktvolumen hinsichtlich der unterschiedlichen **Materialqualitäten** (Vollmassiv, Furnier, Dekor etc.) sowie der **Materialausführungen** (Buche, Eiche, Ahorn etc.)?
- Wie hoch ist der Anteil an **Zubehör-Käufen**?
- Wie hoch ist der Anteil an **Sondermaßen (Schräge und Raumhöhe)** bei Schränken?
- Wie lange ist die durchschnittliche **Nutzungsdauer** der verschiedenen Elemente?
- usw.

Das GfK MöbelPanel beantwortet Ihre Fragen zu den Zielgruppen

2. Die Zielgruppen im Markt

- Welche **Zielgruppenpotenziale** (Einkommen, Alter usw.) gibt es in den einzelnen Preissegmenten?
- Welche **Zielgruppentypen** lassen sich auf Basis der Anforderungen an Qualität, Funktion, Design etc. identifizieren und wie unterscheiden sich deren Ansprüche?
- Auf welche **Faktoren (Qualität, Material, Funktionalität etc.)** achten einzelne Zielgruppen?
- Wie viele **Möbelhäuser und welche Vertriebschienen** werden vor dem Kauf besucht?
- Wie sieht das Verhältnis zwischen **Ersatz- und Erweiterungsbeschaffung** der Zielgruppen aus?
- Wie viel **Zeit** vergeht **zwischen dem Wunsch und dem tatsächlichen Kauf**?
- Welche Bedeutung haben einzelne **Werbemaßnahmen** von Industrie und Handel (Prospekt, Internet, Fernsehwerbung, POS etc.) und welche Wirkung erzielen diese beim Konsumenten?
- Inwieweit beeinflussen **Testurteile, Gütezeichen, Designerpreise** etc. die einzelnen Zielgruppen?
- Welche Rolle spielen **Nachlässe, Marken, Sonderangebote** etc. aus Sicht der Verbraucher?
- Welche **Zusatzkäufe (Esstische, Couchtische etc.)** stehen unmittelbar beim Kauf noch an?
- usw.

Das GfK MöbelPanel beantwortet Ihre Fragen zur Marktentwicklung

15

3. Die Entwicklungen und Trends

- Wie entwickelt sich die zukünftige **Nachfrage nach Möbeln** in Deutschland?
- Welche **(Preis-)Segmente** gewinnen, welche verlieren an Bedeutung?
- Welche Kombinationen und Funktionen liegen im **Trend**?
- Wie entwickelt sich die **Bedeutung der einzelnen Vertriebswege** innerhalb der Segmente?
- Welche **Materialien und Farben** gewinnen künftig an Nachfrage?
- Wie entwickeln sich die **Durchschnittspreise** für die einzelnen Möbel-Segmente?
- In welchen Bereichen ändert sich das **Einkaufsverhalten** der Verbraucher?
- Welche **Werbe- und VKF-Maßnahmen** gewinnen, welche verlieren an Bedeutung?
- Wie entwickeln sich der Anteil und die Bedeutung einzelner **Marken bzw. Hersteller**?
- usw.

Das GfK MöbelPanel beantwortet Fragen zur (eigenen) Performance

16

4. Die Bedeutung & Performance der Anbieter im Markt

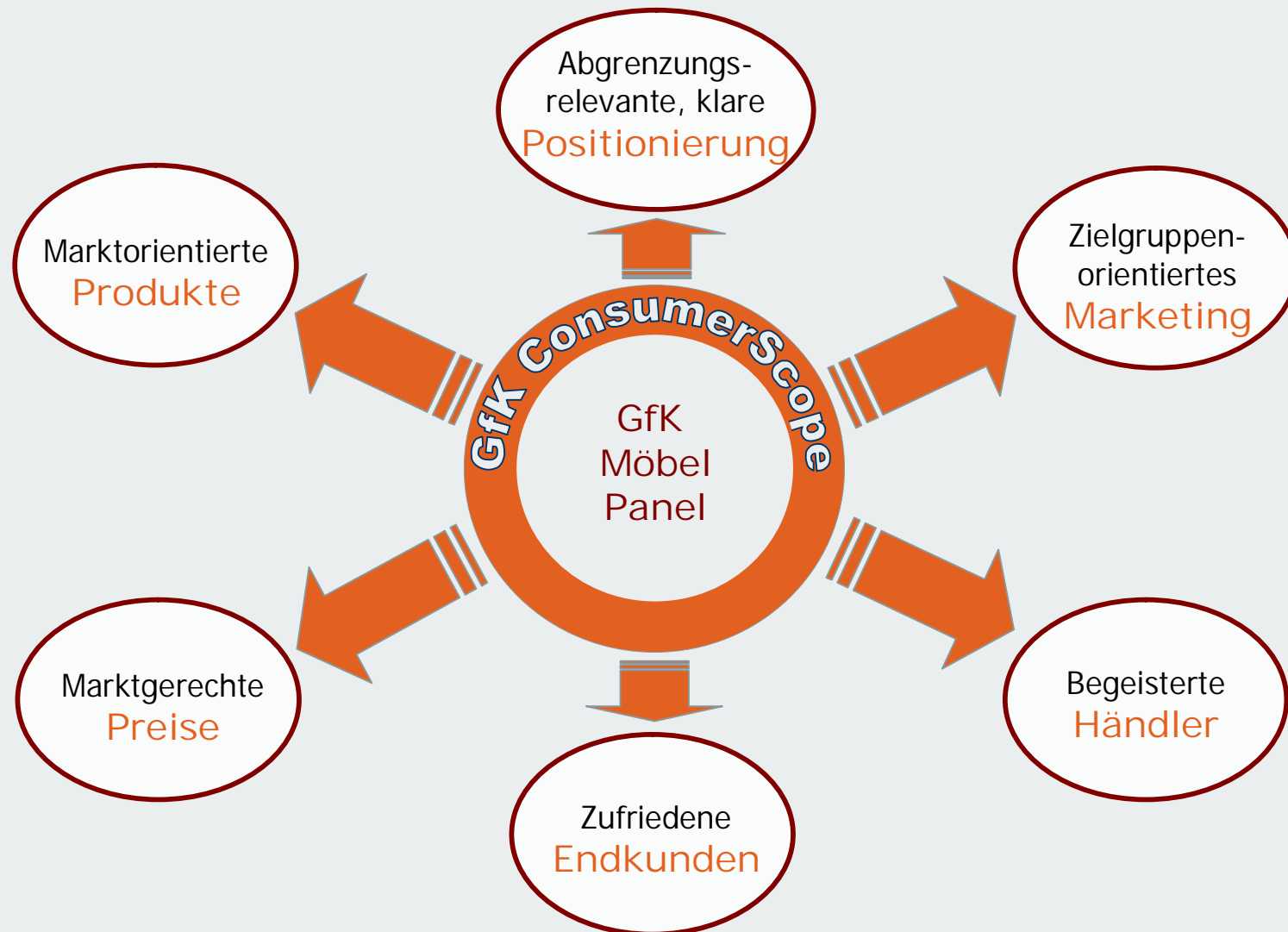
- Welche **Möbelhersteller** sind den Käufern **beim Kauf generell aufgefallen**?
- Von welchen Möbelherstellern **kennen Endverbraucher die Produkte**?
- Welche Möbelhersteller **kamen beim Kauf noch in Frage**, die nicht gekauft wurden?
- Welche **Kriterien** erfüllt der gekaufte Hersteller, der **beim Einkauf überzeugte**, besser als die anderen?
- usw.

Zusätzliche Fragen, die wir (entsprechende Basis vorausgesetzt) – auf Ihr Unternehmen beziehen können:

- Welche **Kundentypen** sprechen Sie derzeit mit Ihren Produkten an?
- Bei welchen **potenziellen Zielgruppen** sind Sie beim Kauf in Frage gekommen (relevant set)?
- Welche **Erfolgsfaktoren** sprechen im Mitbewerbervergleich aus Kundensicht für Ihre Produkte?
- Wie oft wird Ihre Ware mit **Nachlässen** verkauft (inkl. durchschnittliche Höhe der Nachlässe)?
- usw.

Damit bildet das **GfK MöbelPanel** eine fundierte Basis für marktgerechtes Agieren

17



Agenda

- 1 Zielsetzung & Methodensteckbrief
- 2 Informationsspektrum & Nutzen des GfK MöbelPanels
- 3 Unsere Leistungspakete in der Übersicht

Unsere Leistungspakete in der Übersicht

19

Berichtsrhythmus:

Halbjahr oder Jahr

Ergebnislieferung:

Jeweils 8 KW nach Ende des Berichtszeitraums

Berichtsform:

Sie erhalten einen umfassenden Bericht mit anschaulichen PowerPoint-Charts inklusive einem Management Summary in gedruckter und elektronischer Form.

Unsere Instrumente für Ihren Erfolg

20

Weitere beispielhafte Lösungen zur Absicherung und zum Ausbau Ihrer Marktposition:

Strategie- und Marken-Workshops

Preis-/Elastizitätsstudien

Image- und Konkurrenzanalysen

Potenzial-Analysen

Zielgruppen-Segmentierung

Kundenzufriedenheitsanalysen / Kundenloyalitätsanalysen

Gruppen-/Zukunftsdiskussionen mit Experten oder Endverbrauchern

Kundenbefragung am POS (Produkt-/Materialchecks)

Aktive Kundennachbetreuung

etc.

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within a solid orange square.

GfK Living

Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an:

GfK Panel Services Deutschland
Kompetenzbereich GfK Living
Oliver Schmitz
Division Manager

Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 - 4469
Email: oliver.schmitz@gfk.com
www.gfk-living.com