



GfK

GfK Living

# Das GfK Living MöbelPanel

Discount-, Konsum- und Premiumkäufer

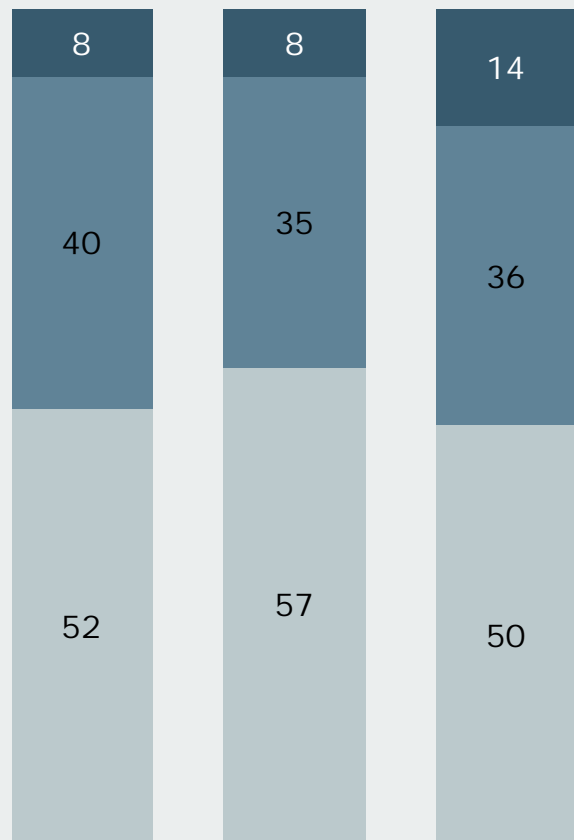
# Der Marktanteil des Premium-Marktes am Gesamtmarkt entwickelte sich positiv



Basis: Menge Sitzeinheiten, Anteil in %

Anteile der Käufergruppen am Gesamtmarkt

Menge  
1. Hj. 2007 1. Hj. 2008 1. Hj. 2009

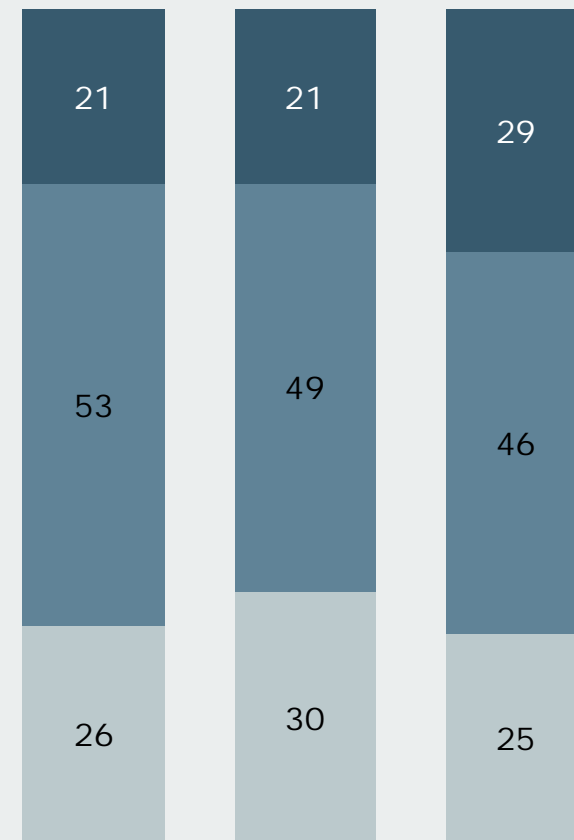


Premium-Käufer

Konsum-Käufer

Discount-Käufer

Wert  
1. Hj. 2007 1. Hj. 2008 1. Hj. 2009



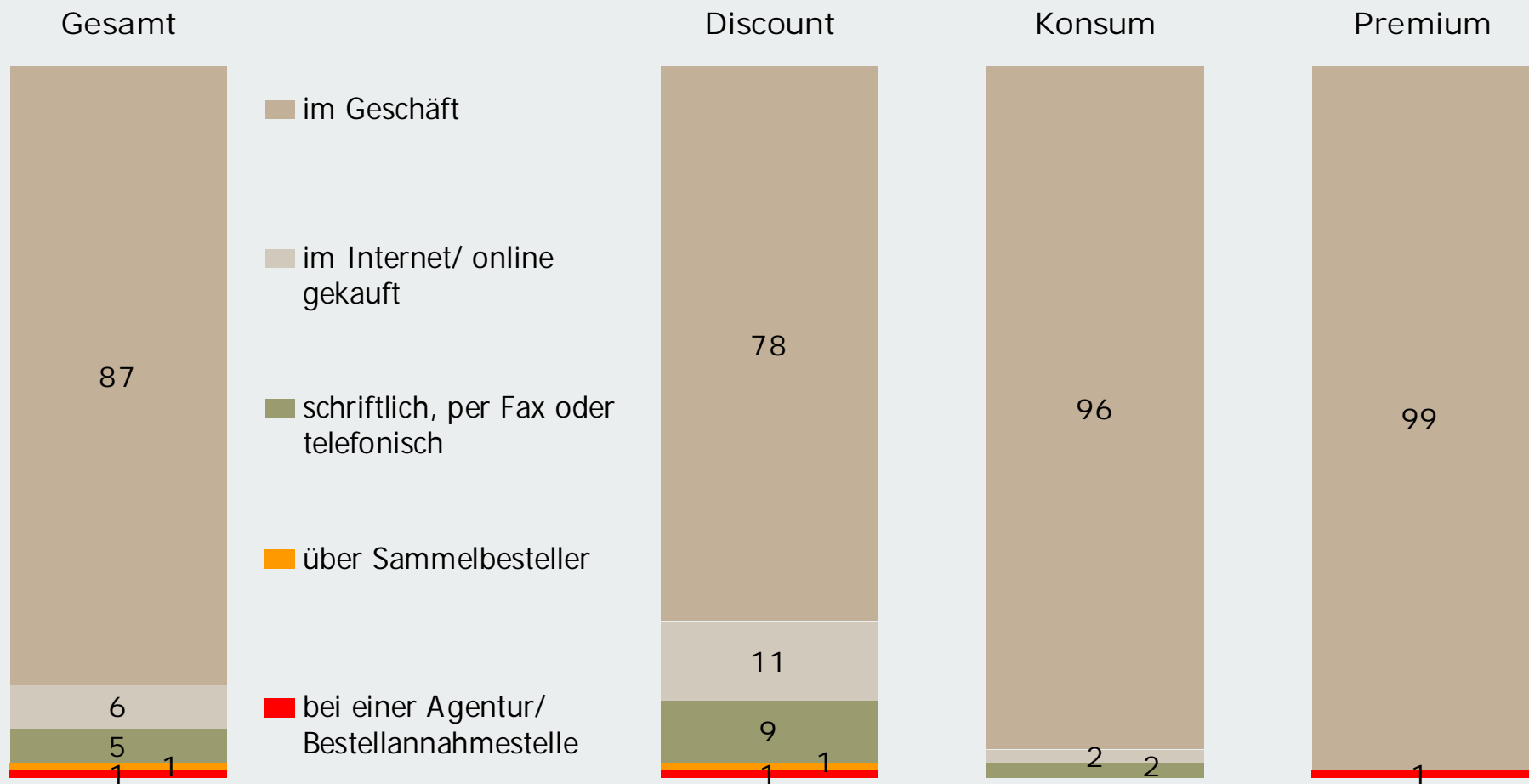


# Premiumkäufer haben ihre Polstermöbel überwiegend im stationären Handel gekauft

Basis: Menge Sitzeinheiten, Anteil in %, 1. Halbjahr 2009

Wie haben Sie die Polstermöbel gekauft?

3



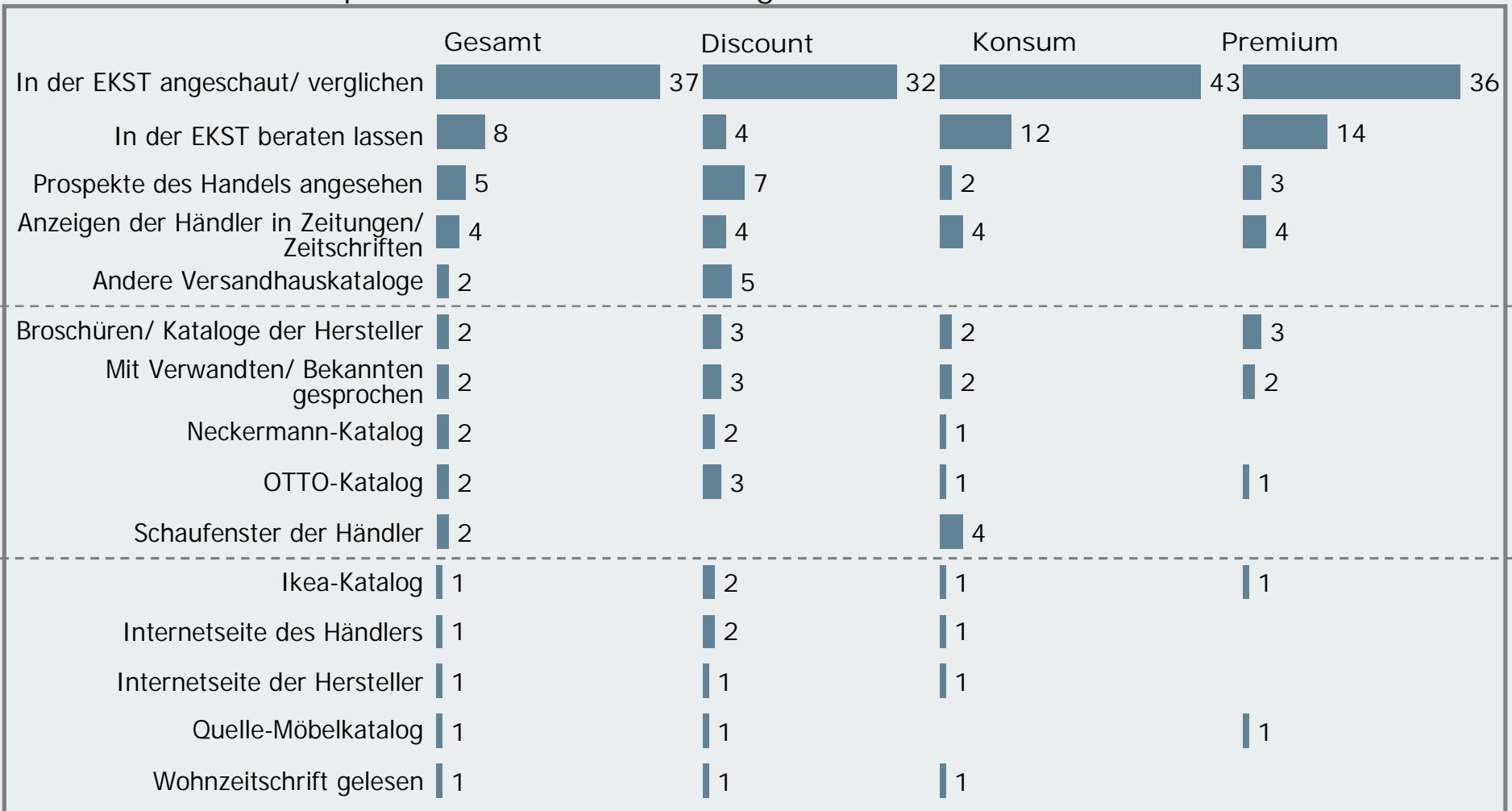
# Der Premiumkäufer legte - im Vergleich zu den anderen Käufertypen - am meisten Wert auf die Beratung

Basis: Menge Sitzeinheiten, Anteil in %, 1. Halbjahr 2009

4

TOP BOX Antworten (6 und 7 in einer Skala von 1 [gar nicht wichtig] – 7 [sehr wichtig])

Welche Informationsquelle war für Sie die wichtigste?





## Das GfK MöbelPanel

5

Im Hinblick auf die Anzahl verkaufter Möbel, im speziellen Polstermöbel, zeigt das GfK MöbelPanel im Zeitverlauf 2007 bis 2009 gerade vor dem Hintergrund der allgemeinen Finanzkrise eine interessante Entwicklung:

Der Marktanteil der Zielgruppe der Premiumkäufer, welche bereit ist für Polstermöbel etwas mehr zu investieren, stieg seit dem 1. Halbjahr 2007 deutlich an. Im ersten Halbjahr 2008 zunächst noch auf ähnlichem Niveau wie im Vorjahreszeitraum, stieg der Marktanteil der Premiumkäufer in 2009 mengenmäßig um 6%, wertmäßig sogar um 9% an.

Im Vergleich der Zeiträume 2007 vs. 2009 büßten die Konsum- und Discountkäufer dagegen sowohl in der Menge als auch im Wert Marktanteile ein.

Betrachtet man die drei Käuferzielgruppen hinsichtlich der gewählten Einkaufsstätte, zeigte sich im 1. Halbjahr 2009 deutlich, dass Premiumkäufer überwiegend im stationären Handel kauften; Discountkäufer dagegen zu 11% im Internet/online. Dabei verwundert es nicht, dass Premiumkäufer auch den höchsten Wert auf die Beratung in der Einkaufsstätte legten.

Das GfK MöbelPanel wird zweimal jährlich berichtet, wobei 20.000 repräsentativ ausgewählte deutsche Haushalte befragt werden. Auf dieser Basis stellen wir Ihnen stets aktuelle Informationen des Möbelmarktes zur Verfügung. Weitere Details erhalten Sie bei:

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

GfK Living

GfK SE  
Panel Services / GfK Living  
Markus Lilienfein  
Senior Research Consultant

Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
Tel.: +49 (0) 911 / 395 - 4317  
Email: [markus.lilienfein@gfk.com](mailto:markus.lilienfein@gfk.com)  
[www.gfk-living.com](http://www.gfk-living.com)

