

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in white, set against an orange square background.

GfK Living

A photograph of two men in a furniture store. On the left, a younger man in a purple t-shirt is looking at a document. On the right, an older man in a dark suit and glasses is also looking at the document. They are standing in a well-lit room with various furniture items visible in the background.

Möbelkaufkriterien Ersteinrichter vs. Käufer 60+

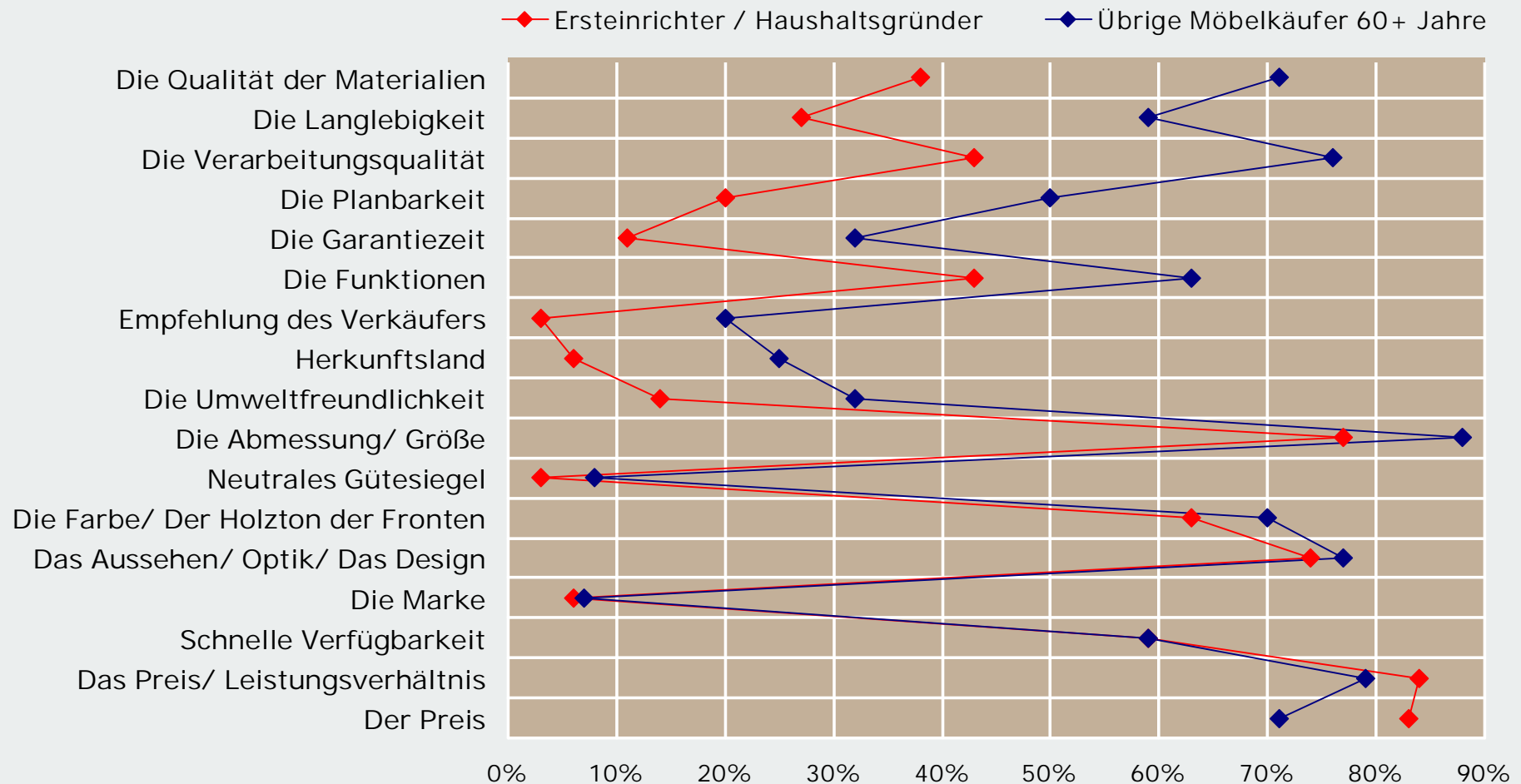
Auszug aus dem GfK Living MöbelPanel 2007



Möbel-Käufer über 60 Jahren legen neben Qualität auch Wert auf Verlässlichkeitskriterien wie Herkunftsland oder Garantiezeit

2

Wichtigkeit von Möbel-Kaufkriterien Ersteinrichter vs. Möbelkäufer über 60 Jahre





Summary und Hintergrundinformation

Kurz-Summary

Die „Alten“ werden immer jünger, die „Jungen“ immer später alt. Auch im Möbelmarkt lohnt sich daher die Frage: „Wo unterscheiden sich die Generationen beim Kauf von Möbeln?“ Mit Blick auf die Differenzen zwischen Ersteinrichtern und Möbelkäufern über 60 Jahren fällt zum Beispiel auf, dass bei den älteren Möbel-Käufern vor allem Qualität, Qualität und nochmals Qualität im Vordergrund steht. Auch Verlässlichkeitskriterien wie das Herkunftsland oder eine lange Garantiezeit werden von älteren Möbel-Käufern als weitaus wichtiger bewertet als von Ersteinrichtern. Diese wiederum müssen, zumeist aufgrund eines schmalen Budgets, natürlich Abstriche bei ihren Ansprüchen machen und vorwiegend auf den Preis achten.

Das GfK Living MöbelPanel

Das GfK MöbelPanel gibt Ihnen Antworten auf alle zukunftsrelevanten Fragestellungen zum deutschen Möbelmarkt, den relevanten Zielgruppen und deren Informations- und Einkaufsverhalten auf einer einzigartigen, repräsentativen Basis. Alle Informationen sind auch im zeitlichen Verlauf dargestellt, so dass sich daraus Entwicklungen und Trends ableiten lassen. Innerhalb des MöbelPanel lassen sich, neben einem Marktoverview, wiederum einzelne Marktberichte zu Wohn-, Ess-, Schlaf- und Kinderzimmer, sowie Homeoffice-, Garten- und Kleinmöbel ableiten.

Der Kompetenzbereich GfK Living

4

Ausführliche Informationen zu GfK Living finden Sie unter unserer neu gestalteten Homepage „www.gfk-living.com“!

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

- Elektrogroßgeräte / 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



GfK

GfK Living

GfK AG
GfK Panel Services Deutschland
Kompetenzbereich GfK Living
Stefan Hörnemann
Research Consultant GfK Living

Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 – 4317
Fax.: +49 (0) 911 / 395 – 4092
Email: stefan.hoernemann@gfk.com
www.gfk-living.com