

Frankfurt, 22. März 2018

Pressemitteilung

Von Heimwerkern und Innenarchitektinnen: AGOF facts & figures analysiert digitale Potenziale rund ums Thema „Einrichten & Wohnen“

Neue Struktur und neues Design für die AGOF Sonderanalysen zu Branchenpotenzialen

Wenn der Frühling Einzug hält, ist es an der Zeit, auch in die eigenen vier Wände wieder etwas frischen Wind hineinzubringen. Die Verschönerung des Zuhauses hat gerade bei Internetnutzern einen hohen Stellenwert, wie die neueste Sonderauswertung aus der Reihe AGOF facts & figures beleuchtet. Immerhin fast jeder zweite deutsche Onliner über 14 Jahre (49,8%) interessiert sich für Möbel und Wohnungseinrichtung und ein Viertel denkt über Renovierungs- oder Baumaßnahmen nach (24,6%). Hauptziel der Umbaupläne: Das Badezimmer, für das fast zehn Prozent der Onliner bereits Modernisierungspläne haben.

Dabei darf das „Aufpimpen“ der eigenen vier Wände gerne auch exklusiver oder teurer sein, denn einem Fünftel (19,0%) ist es wichtig, dass man ihrer Wohnung ansieht, dass an nichts gespart wurde.

Und diese Verschönerung soll möglichst bald geschehen: 31,7 Prozent beabsichtigen, in den kommenden 24 Monaten Wohnzubehör wie Gardinen oder Lampen zu kaufen, 27,1 Prozent möchten einen neuen Teppich oder ein neues Parkett und 25,6 Prozent freuen sich schon auf ein neues Wohnzimmer. Wer schon einmal die Vorzüge des Online-Kaufs ausprobiert hat, ist sogar noch offener für Neuerwerbungen. Von den Onlinern, die in den letzten zwölf Monaten bereits Möbel über das Internet gekauft haben, planen 47,8 Prozent den Kauf von Wohnzubehör, 39,2 Prozent von Auslegware aller Art und 38,3 Prozent den Kauf eines Wohnzimmers. Dabei muss es nicht immer etwas Fertiges sein, die Onliner basteln auch gerne selbst. Immerhin heimwerken 45,7 Prozent der Onliner mehrmals die Woche oder im Monat und 34,4 Prozent haben in den letzten zwei Jahren Möbel zum Selberzusammenbauen erworben.

Spitzenreiter bei den Heimwerkern sind die Männer, von denen ein Viertel (24,3%) angibt, sich mehrmals die Woche mit Heimwerken oder Do-it-yourself zu beschäftigen, bei den Frauen sind es nur 19,3 Prozent. Entsprechend ist das männliche Interesse bei Produkten rund um Haus und Wohnen überdurchschnittlich hoch beim Thema elektrische Heimwerkergeräte (Affinität 144). Frauen betätigen sich hingegen eher gerne als Innenarchitektinnen, sie interessieren sich mehr für die passende Innenausstattung, wie Kücheneinrichtung (Affinität 143) oder Möbel & Wohnaccessoires (Affinität 134) und jede Dritte (33,3%) plant bereits den Kauf von entsprechendem Wohnzubehör.

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Jürgen Sandhöfer, Dr. Michael Hallemann

BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY ADVERTISING GROUP DEUTSCHLAND | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SEVENONE MEDIA
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

Neue Auswertungsbasis, neue Struktur und neue Themen

Die AGOF facts & figures analysieren turnusmäßig die Potenziale und Perspektiven einzelner Branchen im Internet auf Basis der AGOF Regelstudie. Anfang 2018 wurden diese praxisorientierten Faktensammlungen umfassend überarbeitet. Neue Auswertungsbasis ist nun die täglich erscheinende daily digital facts, anhand derer Analysen jetzt auf Basis frei wählbarer Zeiträume vorgenommen werden können. Gleichzeitig ist auch die Nutzung spezifischer Angebote zu einem bestimmten Themenschwerpunkt im Zeitverlauf abbildbar. Außerdem wurde der Merkmalskatalog durch Kooperationen mit der Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) und der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) deutlich erweitert. Damit können Kundenpotenziale definierter Branchen nun noch dezidierter und detaillierter abgebildet und vor allem um neue relevante Merkmale ergänzt werden.

Den Auftakt der neuen Reihe, die ab sofort alle paar Wochen eine neue Ausgabe vorsieht, bildet der vorliegende Band für die Branche „Einrichten & Wohnen“. Neben Informationen zur Haushaltsausstattung, Interesse und Anschaffungsabsichten rund ums Wohnen – von Möbeln über Gartenbedarf bis hin zu intelligenter Haushaltstechnologie – beleuchtet dieser Sonderband außerdem die Aspekte geplante Modernisierungsmaßnahmen und Strombezug sowie die Mediaspendings der Branche.

Die neueste Ausgabe der AGOF facts & figures steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/> als ausführlicher Berichtsband, inklusive Tabellen und Grafiken, zur Verfügung.

Über die AGOF

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die AGOF Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Katharina Metzger (geb. Böhm)
AGOF Pressesprecherin

Tel.: 069/264 888-318
Fax: 069/264 888-320
Mobil: 0151/126 713 88
Mail: katharina.metzger@agof.de