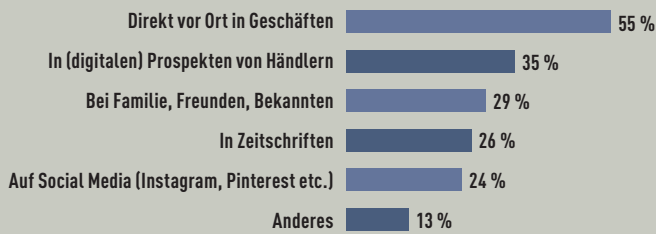


Bonial: Umfrage zu Wohnaccessoires

Deko wird spontan gekauft

Wohnaccessoires verschönern nicht nur das Zuhause. Sie schaffen eine Wohlfühl-Atmosphäre und verleihen der eigenen Persönlichkeit Ausdruck. Doch welche Deko-Artikel sind den Verbraucher:innen eigentlich am wichtigsten? Wo lassen sie sich inspirieren und wo kaufen sie am liebsten? Antworten darauf liefert die aktuelle Bonial-Umfrage exklusiv für die „P&G“.

Wo lässt du dich für Wohnaccessoires inspirieren?



Quelle: Bonial Umfrage, April 2024, Grafiken: P&G

Ob gerahmte Bilder der eigenen Kinder, farbenfrohe Kissen oder Weihnachtskerzen – Accessoires und Deko verwandeln eine Wohnung in einen individuell gestalteten Lebensraum. Um herauszufinden, was genau die Verbraucher:innen wollen, hat Bonial jetzt exklusiv für die „P&G“ eine Umfrage durchgeführt. Der Marktführer im Bereich der digitalen Angebotskommunikation verfügt mit seinen Portalen „kaufDA“ und „Mein-Prospekt“ über rund 14 Mio. Nutzer:innen monatlich. Fast 1.700 von ihnen haben an der Umfrage teilgenommen.

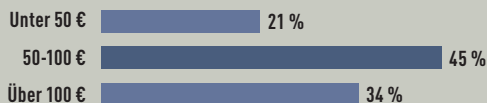
Blumen und saisonale Deko gefragt

Das Ergebnis zeigt: Die meisten Menschen legen viel Wert auf die Dekoration ihrer eigenen vier Wände. Für 22 Prozent der Befragten ist sie „sehr wichtig“ und für 38 Prozent „wichtig“. Nicht so sehr im Fokus steht die Deko für 29 Prozent und elf Prozent interessieren sich gar nicht für Wohnaccessoires.

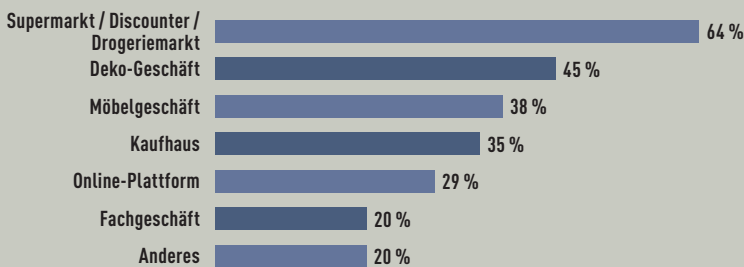
Am angesagtesten sind Blumen und Pflanzen (58 %), gefolgt von saisonalen Deko-Artikeln zu bestimmten Anlässen wie Weihnachten und Ostern (47 %) sowie Heimtextilien wie Kissen und Decken (41 %). Licht – in Form von Kerzen und Deko-Leuchten – sind für 35 bzw. 33 Prozent von zentraler Bedeutung. Vasen (27 %), Bilder/Bilderrahmen (26 %) und Körbe/Boxen (19 %) werden ebenfalls gern gekauft.



Wie viel Geld gibst du im Jahr für Wohnaccessoires aus?



Wo kaufst du Wohnaccessoires ein?



Quelle: Bonial Umfrage, April 2024, Grafiken: P&G

Wechselfreudig bei Stil und Preis

Auf eine klare Stilrichtung wollen sich die Verbraucher:innen dabei nicht festlegen. Mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) wechselt je nach Anlass oder Produkt. 22 Prozent bevorzugen einen modernen Style und 15 Prozent einen klassisch-eleganten. Retro-Looks und poppige Varianten erfreuen sich wenig Beliebtheit (6 bzw. 2 %).

Auf ein spezielles Preissegment legen sich die Bonial-User:innen dabei nicht fest. Überwiegend für den Discount entscheiden sich 17 Prozent, für den mittleren Preisbereich 21 Prozent und für das gehobene Segment drei Prozent. Demgegenüber stehen fast 60 Prozent, die mal teuer und mal günstig kaufen – je nachdem, was sie entdecken. Dies bietet dem Handel großes Potenzial. Je attraktiver die Accessoires präsentiert werden, desto eher sind die Kund:innen bereit, Geld auszugeben.

Inspiration im Geschäft

Dafür spricht auch ein weiteres Umfrage-Ergebnis: Mit 87 Prozent kauft die große Mehrheit der Befragten ihre Wohnaccessoires und Deko-Artikel spontan ein – immer dann, wenn sie etwas Schönes sehen. 33 Prozent gönnen sich zu saisonalen Anlässen wie Weihnachten und Halloween neue Produkte und 24 Prozent nutzen private Anlässe wie Geburtstage, um Accessoires zu shoppen.

Dementsprechend lassen sich auch die meisten Verbraucher:innen direkt in den Geschäften inspirieren (55 %). 35 Prozent finden ihre Ideen in

(digitalen) Prospekten von Händlern, 29 Prozent bei Familie und Freunden, 26 Prozent in Zeitschriften und 24 Prozent auf Social-Media-Plattformen.

Im Supermarkt wird gern gekauft

Und welche Summen sind die Befragten bereit, für diese Produkte auszugeben? 21 Prozent shoppen für weniger als 50 Euro im Jahr Wohnaccessoires und Deko-Artikel. Bei 45 Prozent sind es zwischen 50 und 100 Euro und bei immerhin 34 Prozent mehr als 100 Euro.

Der häufigste Kaufort ist dabei durchaus überraschend: Rund zwei Drittel (64 %) entscheiden sich für einen Supermarkt/Discounter oder Drogeriemarkt. 45 Prozent shoppen in einem Deko-Geschäft und 38 Prozent in einem Einrichtungshaus. Erst dann folgen Online-Plattformen mit 29 Prozent.

Sebastian Kerkhoff, Senior Vice President „Home & Living“ bei Bonial, betont: „Gemäß den Umfrageergebnissen ist eine gezielte Angebotskommunikation im Bereich Wohnaccessoires äußerst wichtig. Die überwiegende Mehrheit der Befragten schätzt Wohnaccessoires – darunter insbesondere Blumen/Pflanzen, saisonale Dekoartikel und Heimtextilien. Sowohl physische Ladengeschäfte als auch digitale Prospekte haben das Potenzial, zu begeistern und als Quelle der Inspiration zu dienen. Durch eine gezielte Angebotskommunikation können Einzelhändler und Marken das Interesse der Verbraucher:innen an Wohnaccessoires wecken und Impulskäufe fördern.“

SILJA BERNARD



Bio Tee-Aufgussbeutel der ökologisch nachhaltige Teegenuss

- 10 Premiumsorten mit je 20 Aufgussbeuteln
- Bio-zertifiziert
- Verpackung aus FSC-Papier
- ohne zugesetzte Aromen



Premium Tee mit Bioqualität
www.cilia.eu

CILIA GmbH
Büttnerstraße 64
30165 Hannover

