



Branchenstudie „Bauen-Wohnen-Garten“

Wien, Juli 2022

im Auftrag von



Inhaltsverzeichnis

- Highlights
- Studieneckdaten & Beschreibung der Stichprobe
 - Studieneckdaten & Beschreibung der repräsentativen Stichprobe
 - Legende
- Soziodemographie der Personengruppen
- Aktuelle Wohnsituation, Pläne und Interesse für Bauen & Wohnen
- Entscheidungsfaktoren & Informationsquellen beim Kauf von Bau-, Wohn- und Gartenprodukten
- Bekanntheit & Image der (Online-) Händler
- Nutzung und Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus Werbewahrnehmung

Highlights

Highlights

- Beinahe 50% der krone.at-Nutzer:innen leben in einem **eigenen Haus**, gefolgt von der Miet- oder Genossenschaftswohnung. (Seite 12)
- Die **Hälfte der Befragten** gibt an, über einen **eigenen Garten** zu verfügen, knapp gefolgt von einem Balkon und einer Terrasse. Unter den **krone.at-Nutzer:innen** geben sogar **60% an einen eigenen Garten** zu haben. (Seite 12)
- **Größere Anschaffungen**, wie beispielsweise Möbel oder auch Fenster und Türen, werden zumeist in **Abstimmung mit anderen Personen** ausgewählt. Für die **Ausstattung zum Heimwerken** wird dagegen häufiger alleine die Kaufentscheidung getroffen. (Seite 13)
- Das Größte Interesse gilt der Gartengestaltung und dem Möbelkauf und der Wohnungseinrichtung. **Krone.at-Nutzer:innen** (31%) haben signifikant häufiger ein **sehr großes Interesse für Heimwerken und DIYs** als der österreichische Durchschnitt (25%). (Seite 14)
- Fast **50% der krone.at-Nutzer:innen gestaltet** ihr Zuhause häufiger **saisonal** um als der österreichische Durchschnitt (38%). (Seite 15)
- Die Affinität zur Umgestaltung des Zuhauses spiegelt sich auch in den **Plänen der nächsten 12 Monate** wider. So haben krone.at-Nutzer:innen **signifikant häufiger geplant**, in den nächsten 12 Monaten **neue Möbel zu kaufen** (37%), **Zimmer umzugestalten** (35%), **Gartenmöbel zu kaufen** (22%) und ein Zimmer für einen **anderen Zweck einzurichten** (18%) als der österreichische Durchschnitt. (Seite 16)
- Zu Einrichtungsideen lassen sich die Befragten am häufigsten **direkt im Möbelhaus inspirieren**. **Krone.at-Nutzer:innen** lassen sich **häufiger auf Online-Nachrichtenportal** (9%) **inspirieren** als der österreichische Durchschnitt (4%). (Seite 18)

Highlights

- Bei einer Änderung oder Ergänzung der Heizung werden **erneuerbare Energien** wie Luftwärmepumpe und Alternative Heizformen bevorzugt. **Krone.at-Nutzer:innen sind tendenziell unentschlossener** als der österreichische Durchschnitt, so geben diese signifikant häufiger an einen Umstieg der Beheizung zu planen, allerdings wiesen diese noch nicht in welcher Form (15%). (Seite 20)
- Unter den Personen, die planen ihr Haus, ihre Wohnung oder ihren Zweitwohnsitz zu renovieren oder umzubauen, wird am **häufigsten das Ausmalen geplant** (rep. AT 66% / krone.at-Nutzer:innen 75%) gefolgt von der **Erneuerung der Heimtextilien und Lampen**; letzteres planen die **krone.at-Nutzer:innen signifikant häufiger** (54%) als der österreichische Durchschnitt (41%). (Seite 22)
- Einen hohen Stellenwert nimmt auch die **Nachhaltigkeit** im Bereich Bauen ein, so geben 90% an, dass das Thema Nachhaltigkeit im Bereich bauen wichtig ist (Top 2 rep. AT 90% / krone.at-Nutzer:innen 94%). (Seite 23)
- Beim Möbelkauf sind für die Befragten vor allem Faktoren wie **Langlebigkeit, Preis und Materialien** besonders wichtig. (Seite 25)

Highlights

- 39% der befragten ÖsterreicherInnen, die krone.at kennen, nutzen die Webseite mindestens einmal pro Woche (Seite 28).
- Über ein Viertel der Befragten hat bereits einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft oder Service in Anspruch genommen. (Seite 29).
- Werbung auf Online-Nachrichtenportalen für den Bereich Bauen, Wohnen und Garten haben krone.at-Nutzer:innen signifikant häufiger gesehen als der österreichische Durchschnitt (rep. AT 34% / krone.at-Nutzer:innen 53%). (Seite 30) Dabei kann sich ein Viertel der krone.at-Nutzer:innen erinnern dabei auch bereits ein Produkt gekauft zu haben (signifikant häufiger als der österreichische Durchschnitt: rep. AT 15% / krone.at-Nutzer:innen 23%). (Seite 31)
- Werbung auf Social Media-Kanälen für den Bereich Bauen, Wohnen und Garten haben mehr als ein Viertel der Befragten gesehen (rep. AT 31% / krone.at-Nutzer:innen 44%). (Seite 32) Dabei können sich 14% erinnern dabei auch bereits ein Produkt gekauft zu haben (rep. AT 14% / krone.at-Nutzer:innen 21%). (Seite 33)

Studieneckdaten & Beschreibung der Stichprobe

Studieneckdaten & Beschreibung der repräsentativen Stichprobe

Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI) im TALK Online-Panel

Befragte Zielgruppe

Personen ab 15 Jahren; repräsentativ für die Bevölkerung nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung (mit/ohne Matura)

Stichprobengröße

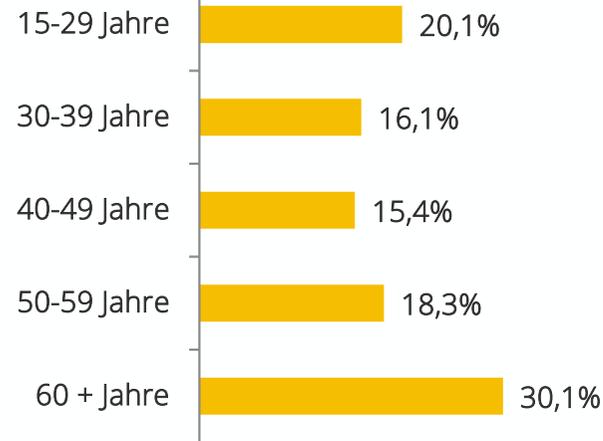
n=549 Netto

Befragungszeitraum

04.07. – 11.07.2022

n= 549

Alter:



Geschlecht:



51,1%



48,9%

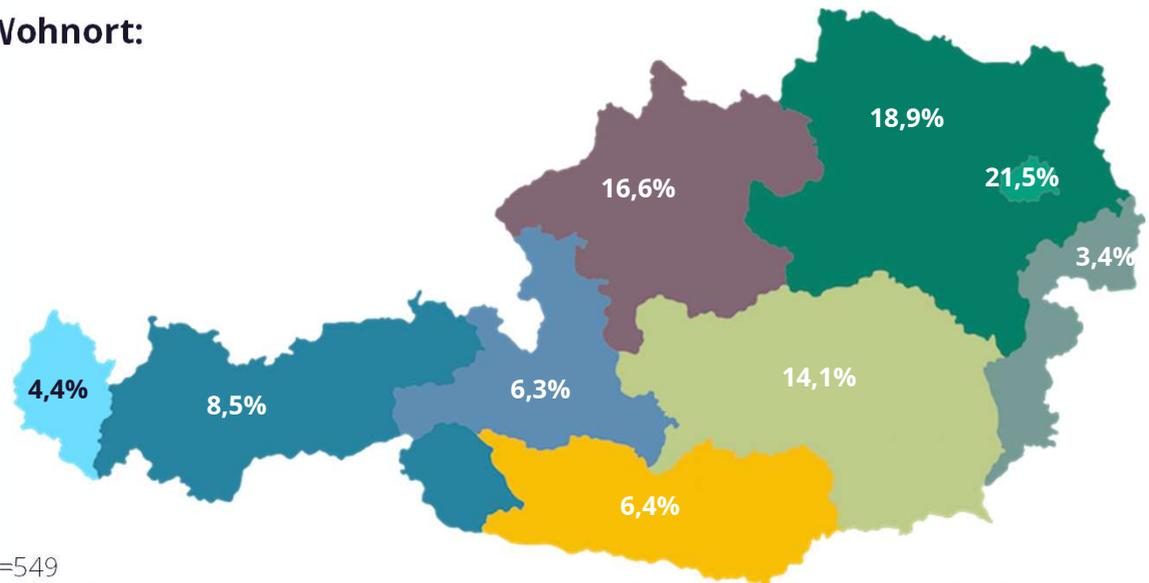
Bildung:

mit Matura
29,8%



ohne Matura
70,2%

Wohnort:



n=549

In %, Einfachantworten, repräsentativ gewichtet gemäß Alter, Geschlecht, Bundesland & Bildung nach Statistik Austria

Legende

Die Ergebnisse werden in Folge nach folgenden 2 Personengruppen analysiert. Es wird dargestellt, wie sich diese Profile hinsichtlich Soziodemographie, Kauf- und Informationsverhalten im Bereich Bauen, Wohnen & Garten sowie Sympathie für (Online-)Händler verhalten.



Repräsentative Stichprobe: Gesamtbevölkerung, 15+ Jahre



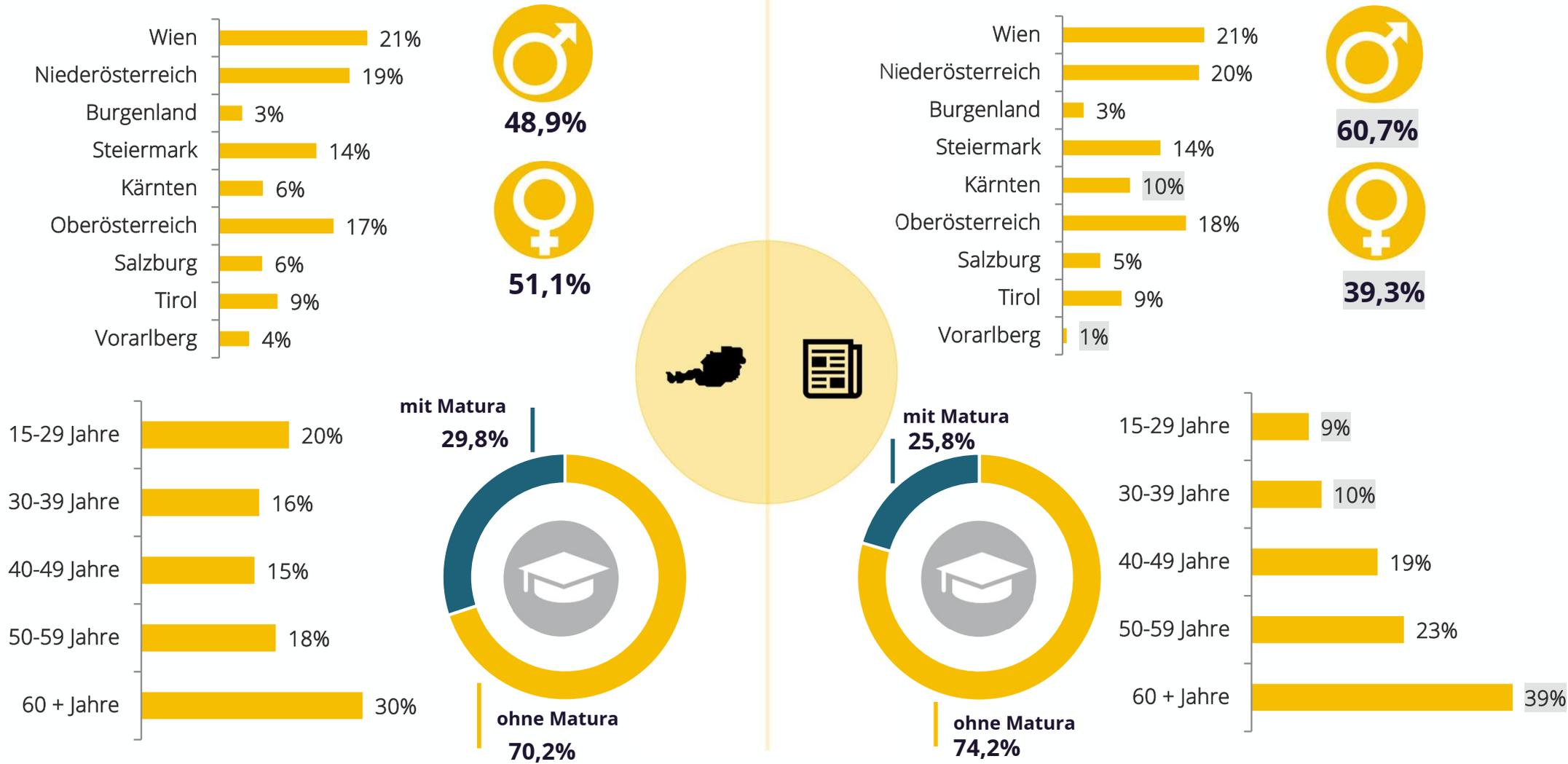
krone.at-Nutzer:innen: Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen

Soziodemographie der Personengruppen

Soziodemographie

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen

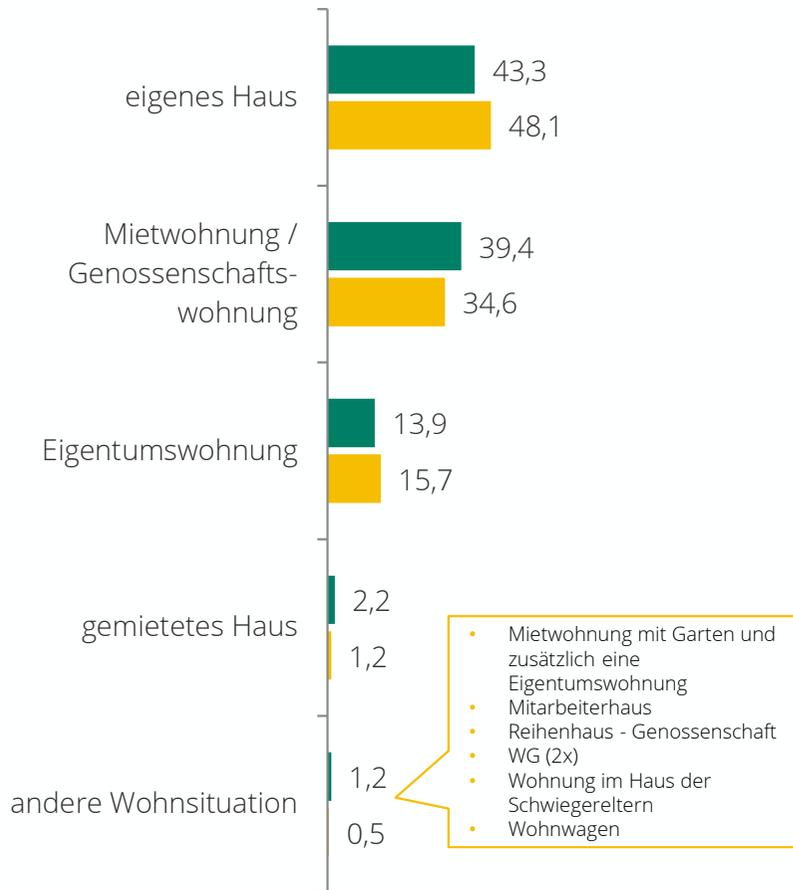


In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Aktuelle Wohnsituation, Pläne und Interesse für Bauen & Wohnen

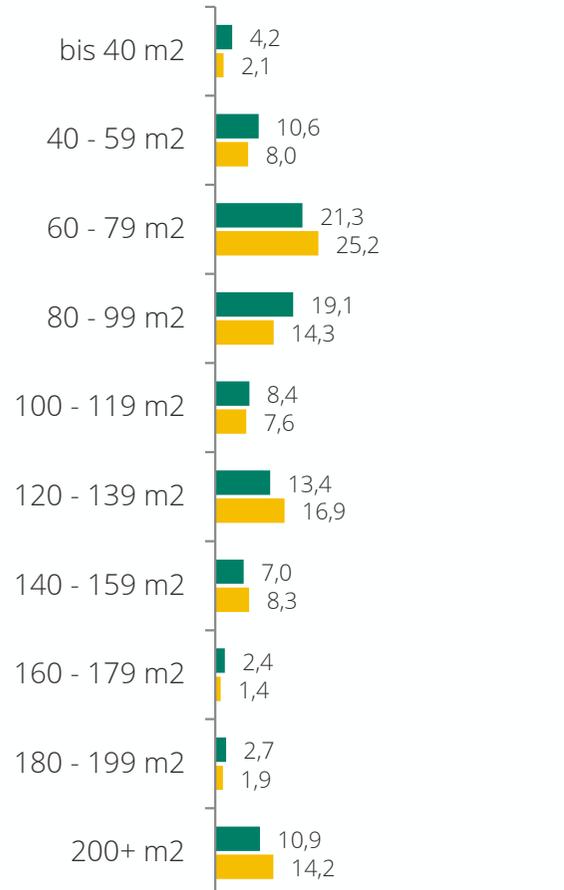
Rund 50% der krone.at-Nutzer:innen wohnen in einem eigenen Haus und verfügen häufiger über einen eigenen Garten als der österreichische Durchschnitt

„Leben Sie derzeit in einer Wohnung oder einem Haus?“



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

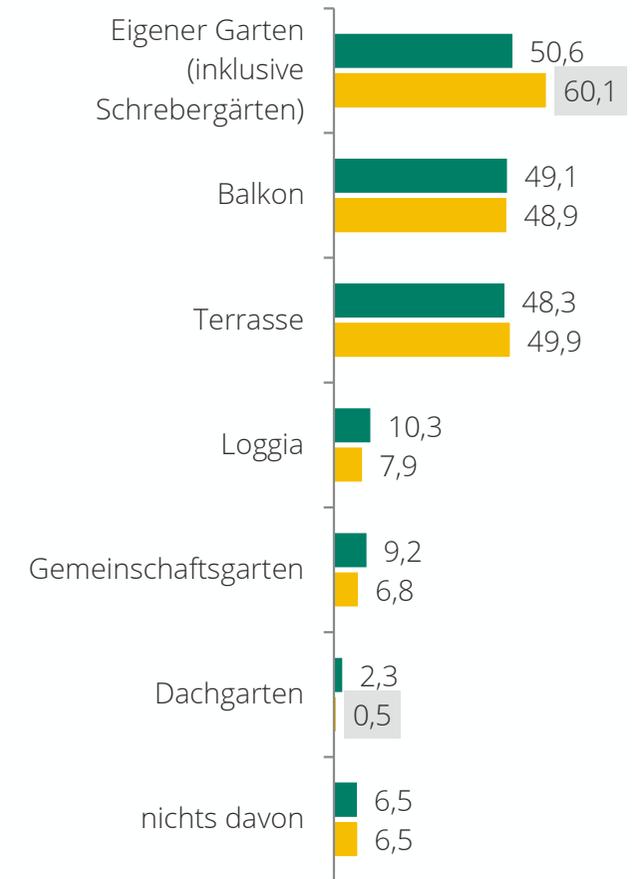
„Wie viel Quadratmeter Wohnfläche stehen Ihnen an Ihrem Hauptwohnsitz zur Verfügung?“



■ Repräsentativ AT ■ krone.at-Nutzer:innen

In %, offene Antwort, kategorisiert, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

„Verfügen Sie auch über Balkon, Terrasse oder einen Garten?“



In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

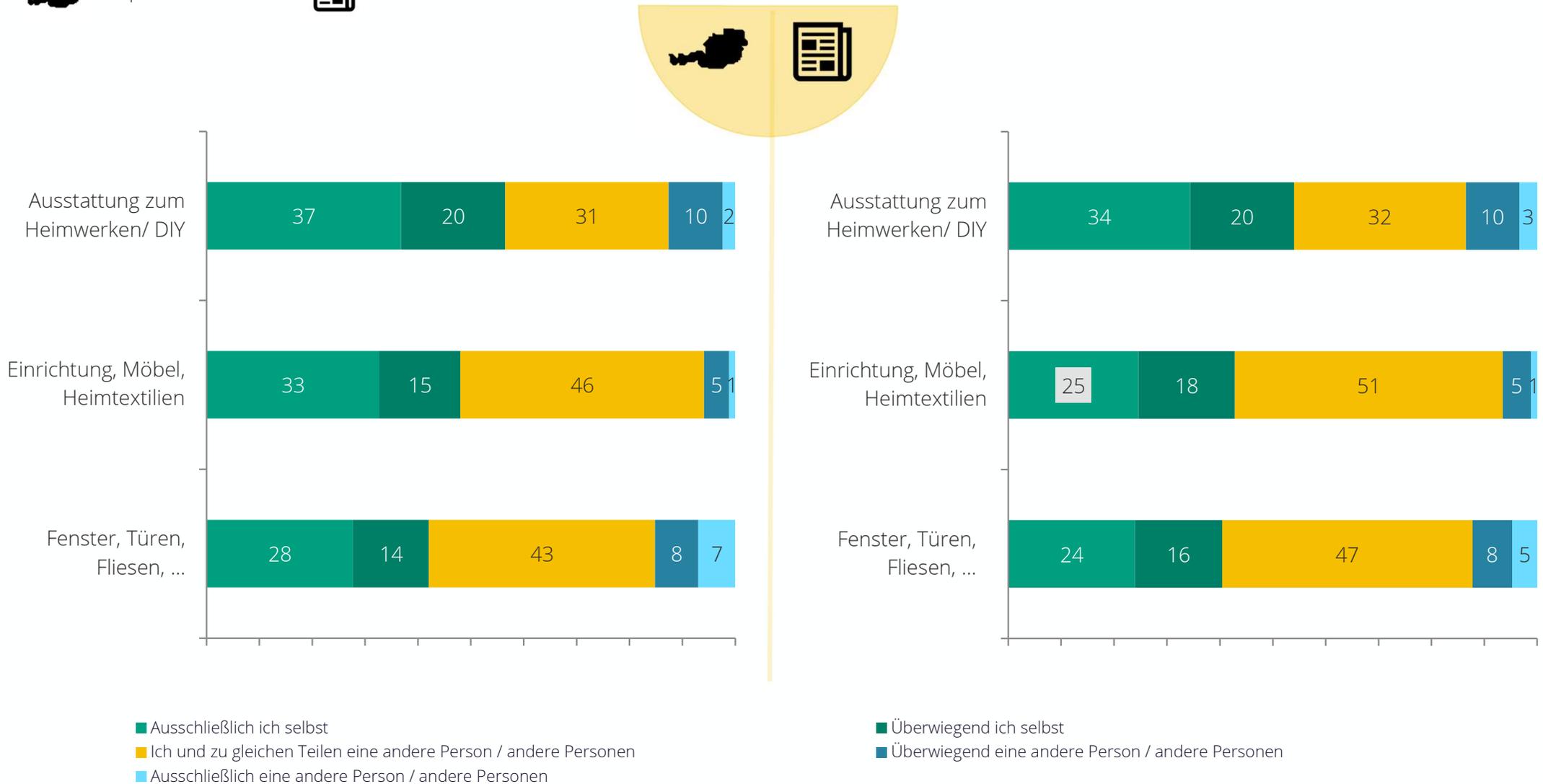
= signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau p <= 0,05

In die Auswahl von größeren Investitionen wie beispielsweise neue Fliesen sind häufig mehrere Personen involviert

„Kommen wir nun zum Thema Bauen, Wohnen & Garten. Wer ist in Ihrem Haushalt zuständig für die Auswahl von?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

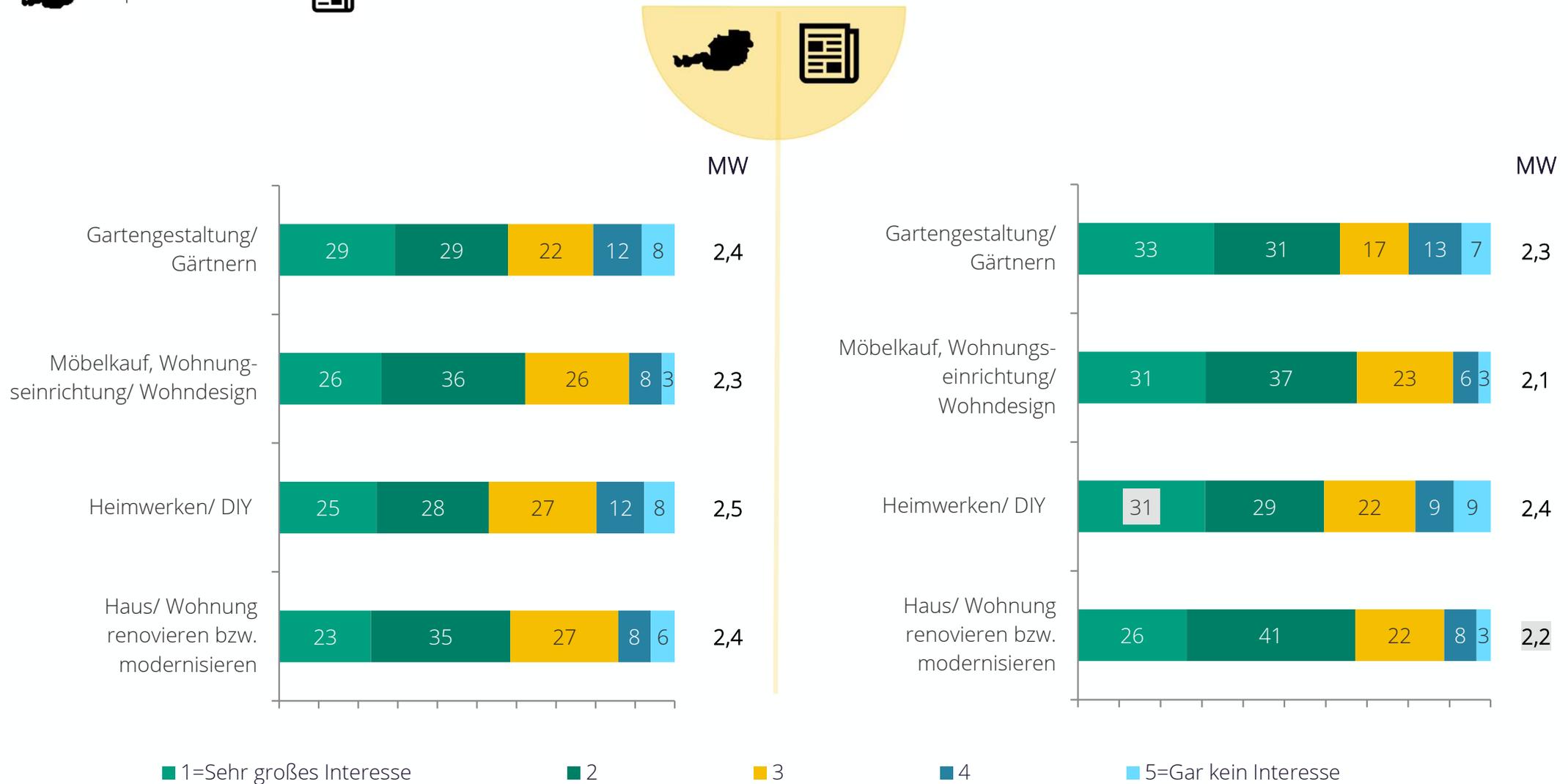
 = signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau $p \leq 0,05$

krone.at-Nutzer:innen haben signifikant häufiger ein sehr großes Interesse für Heimwerken und DIYs als der österreichische Durchschnitt

„Wie groß ist Ihr Interesse in folgenden Bereichen?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen

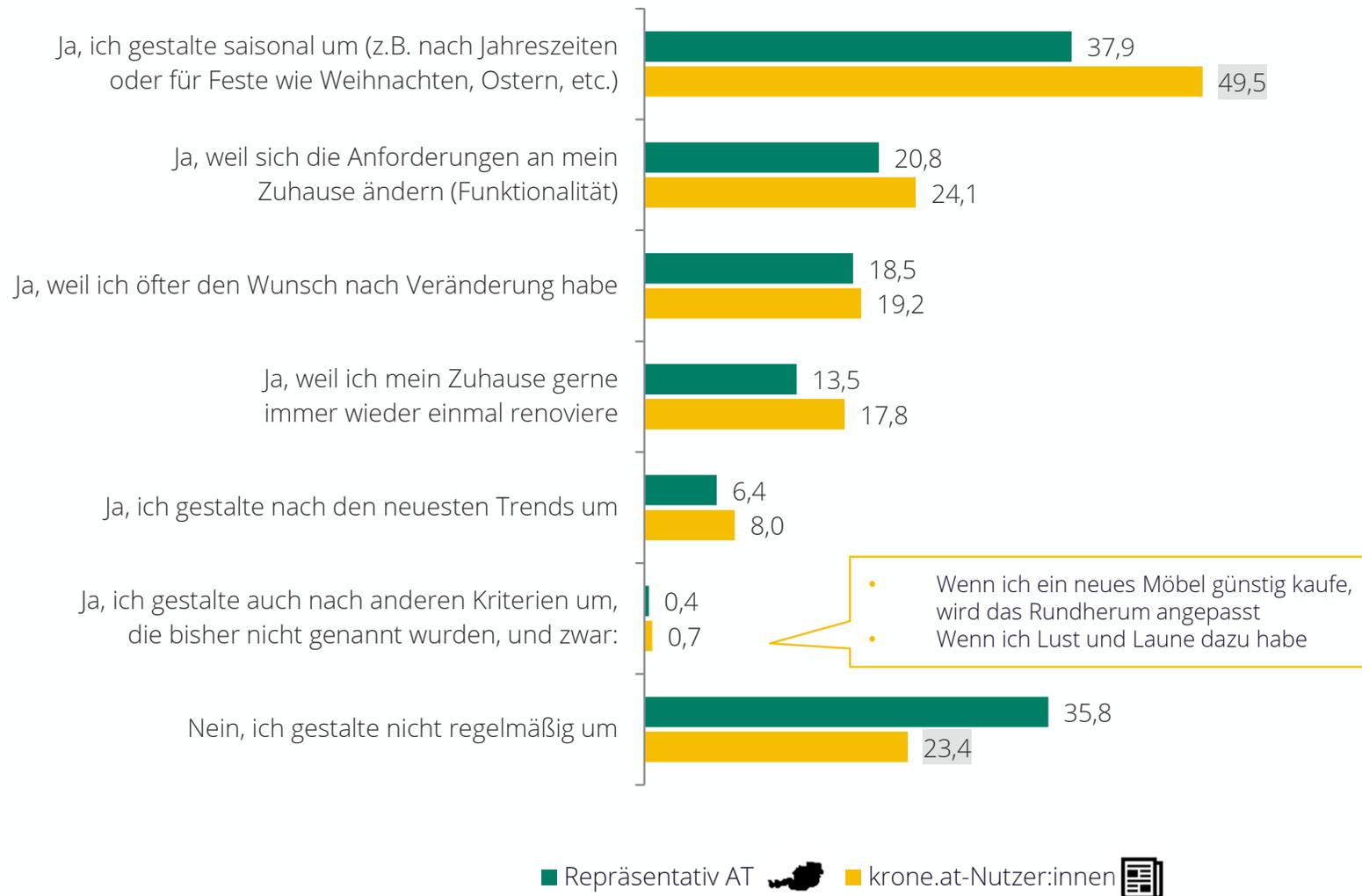


In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

 = signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau $p \leq 0,05$

Die Hälfte der krone.at-Nutzer:innen gestaltet ihr Zuhause saisonal um, häufiger als der österreichische Durchschnitt

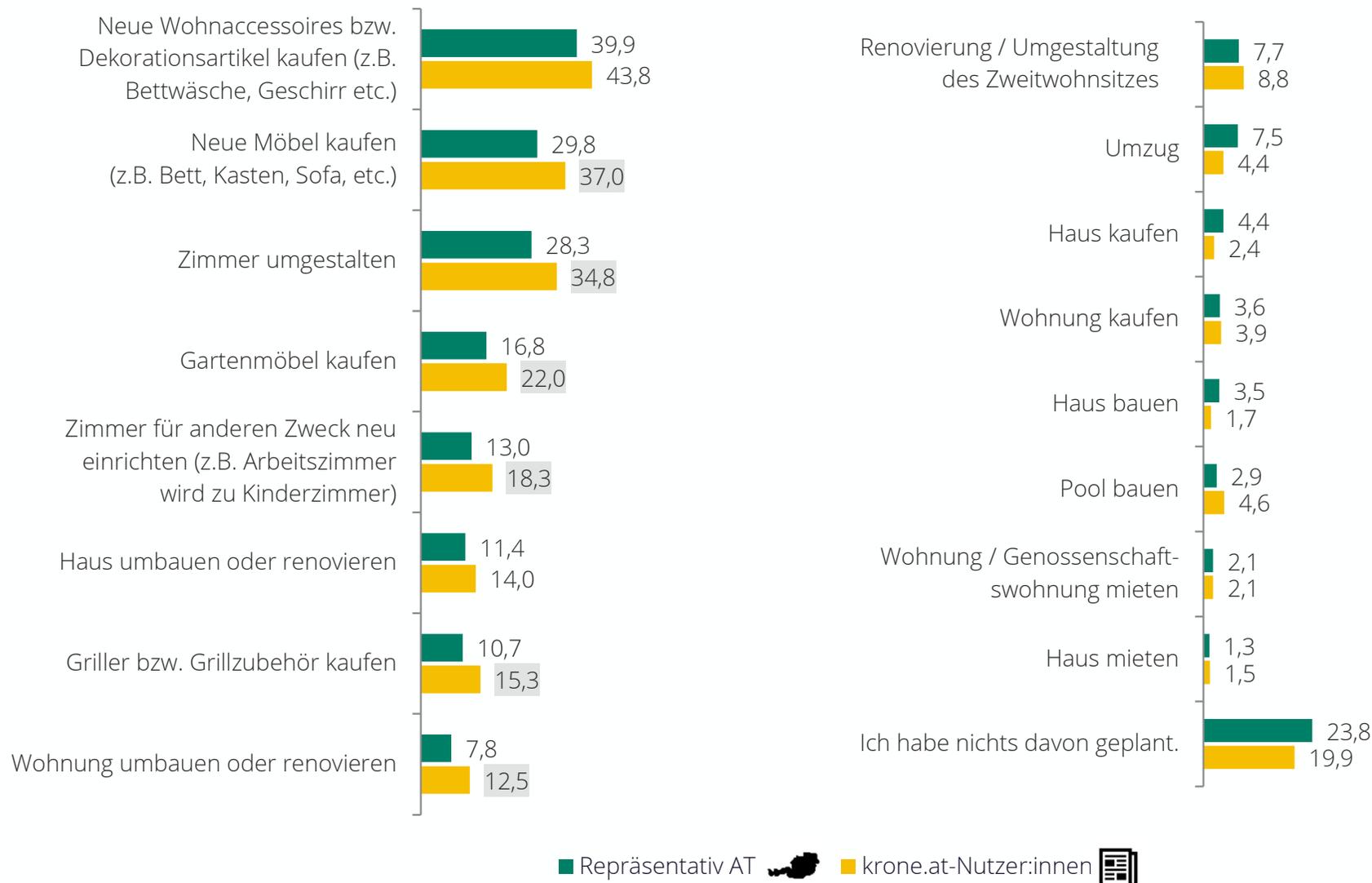
„Wenn Sie nun an Ihr Zuhause denken: Gestalten Sie regelmäßig (d.h. zumindest alle 12 Monate) bei Ihnen zuhause um?“



In %, Mehrfachantwort; Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Anschaffung neuer Wohnaccessoires und Möbel sowie die Umgestaltung von Zimmern sind am häufigsten geplant

„Wenn Sie ganz allgemein an Ihre Wohn- und Lebenssituation denken: Was haben Sie in den nächsten 12 Monaten geplant?“



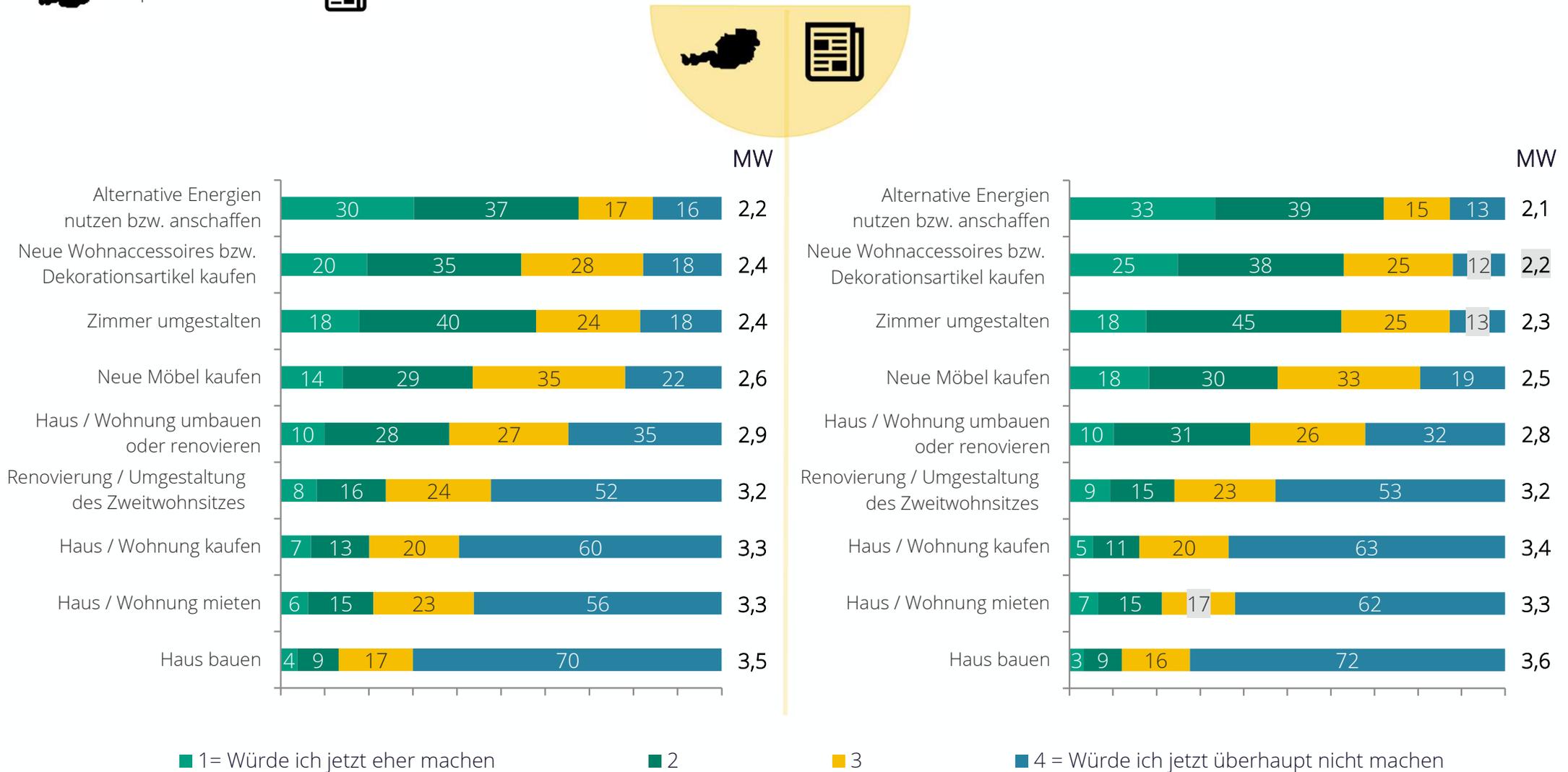
In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Die Nutzung alternativer Energien wird am stärksten positiv von der aktuellen Situation beeinflusst

„Aktuell sind die Lebenshaltungskosten in unterschiedlichen Bereichen gestiegen bzw. am steigen. Wenn Sie folgende Pläne hätten, wie sehr beeinflusst die aktuellen Situation diese?“

 = repräsentativ AT

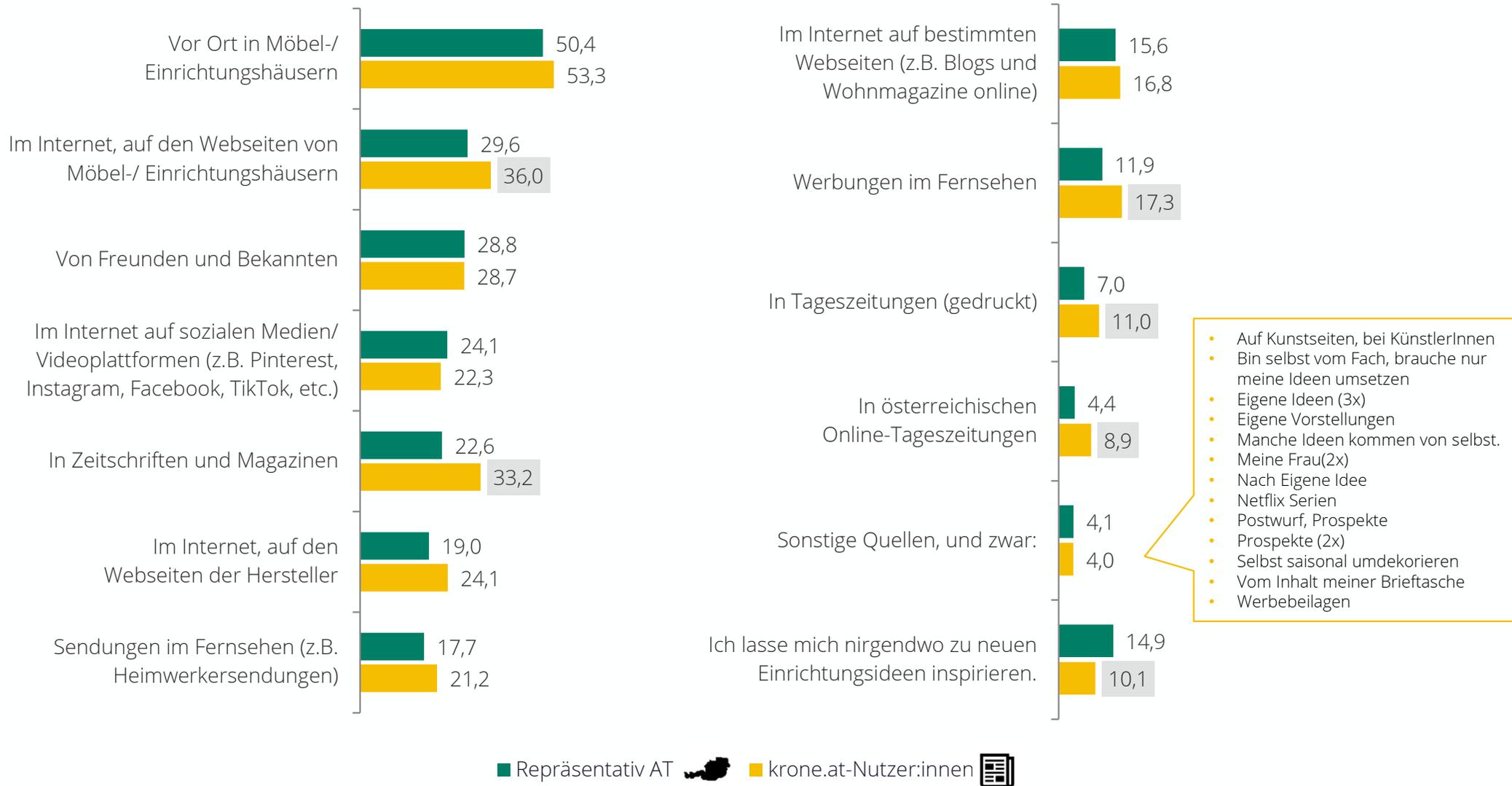
 = krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Wichtigste Inspirationsquelle sind Möbelhäuser; krone.at-Nutzer:innen lassen sich häufiger in Online-Tageszeitungen inspirieren als der österreichische Durchschnitt

„Wodurch lassen Sie sich zu neuen Einrichtungsideen inspirieren?“

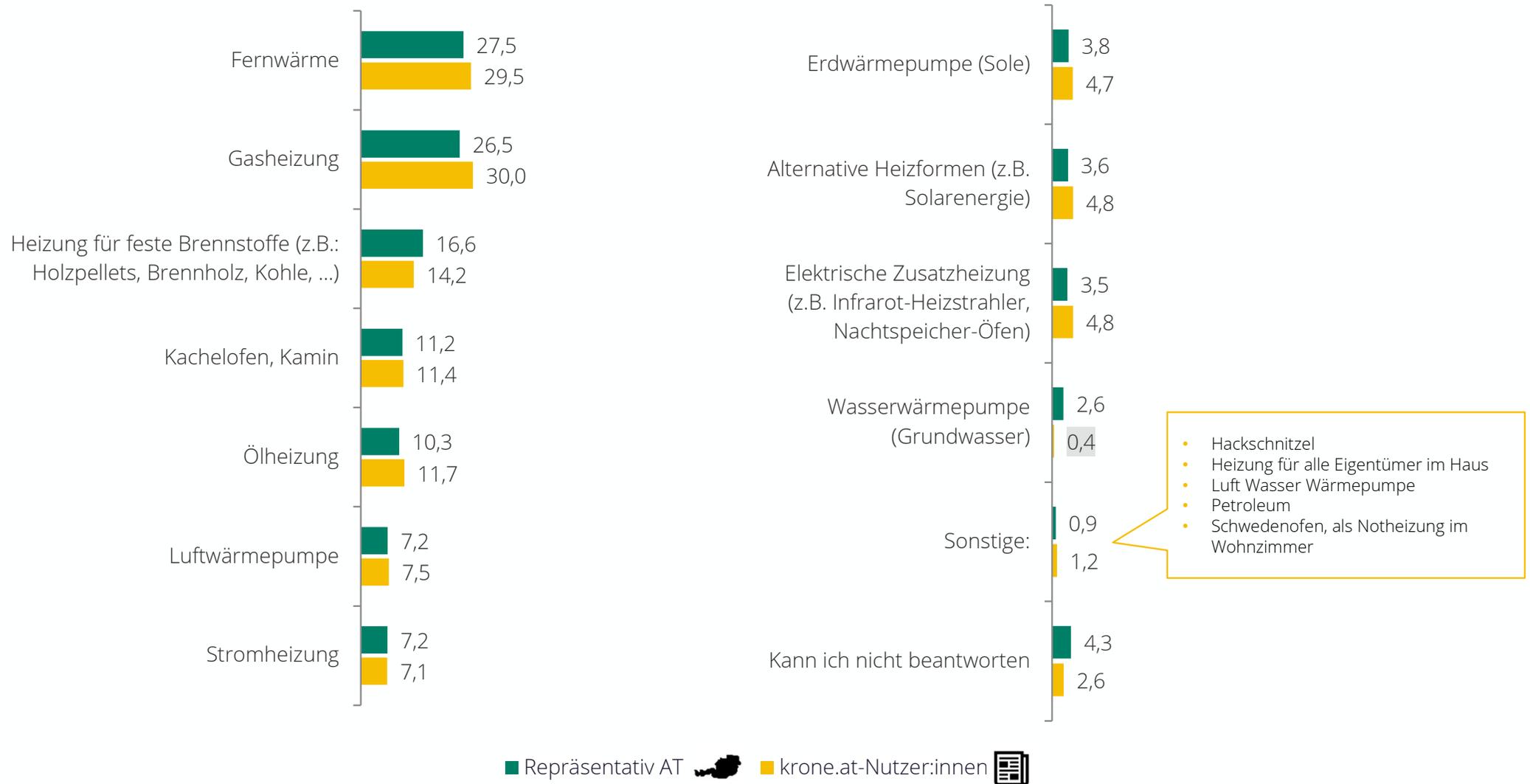


In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Die aktuell häufigsten Heizungsarten sind Fernwärme, Gasheizungen sowie Heizungen für feste Brennstoffe

„Kommen wir nun wieder zu Ihrer aktuellen Wohnsituation:

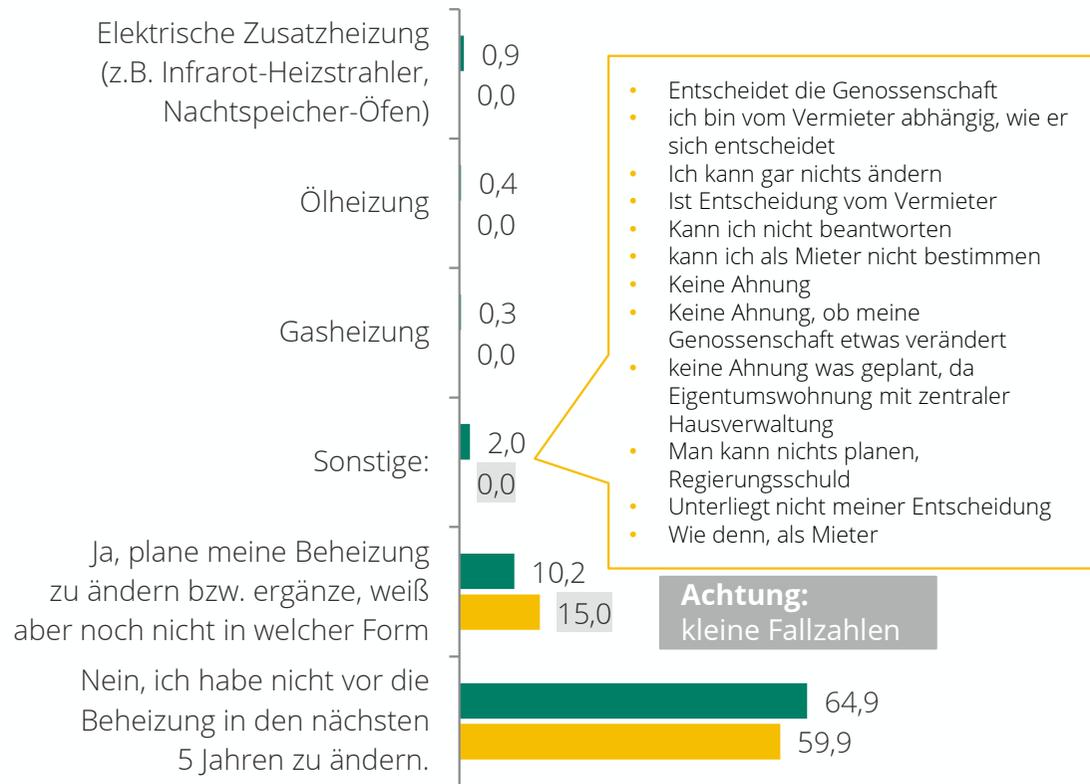
Mit welchen der folgenden Heizungsarten heizen Sie in Ihrem Haus / Ihrer Wohnung im Moment?“



In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

krone.at-Nutzer:innen haben tendenziell häufiger vor die Beheizung zu ändern, sind allerdings noch unentschlossen in welcher Form

„Haben Sie vor Ihre Art der Beheizung in den nächsten 5 Jahren auf eine der folgenden Beheizungsarten zu ändern bzw. als zusätzliche Heizungsart zu ergänzen? Wenn ja, auf welche?“



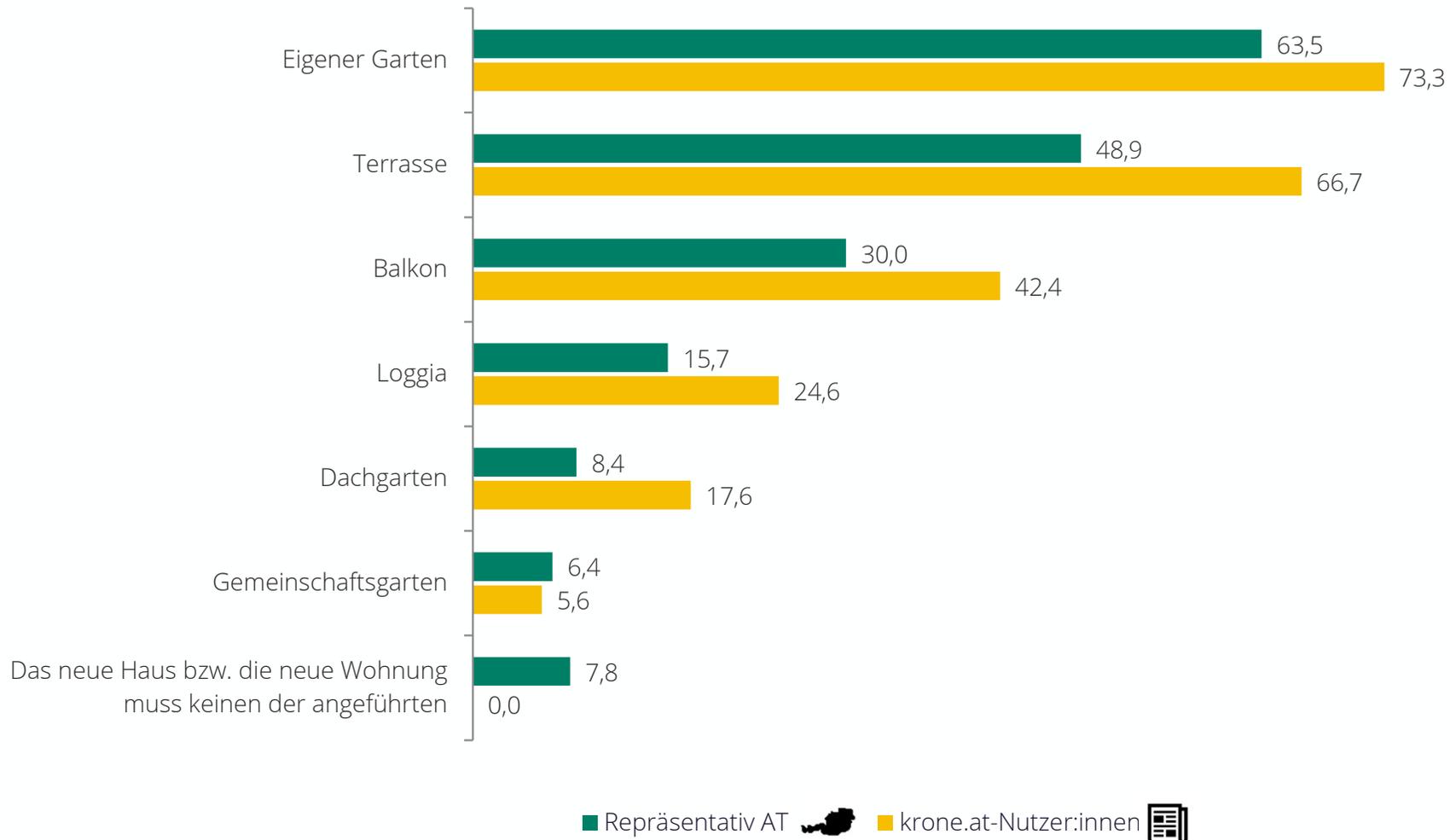
■ Repräsentativ AT ■ krone.at-Nutzer:innen

In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Ganz vorne bei den Wünschen sind ein eigener Garten, eine Terrasse oder ein Balkon

„Sie haben angegeben, dass Sie in den nächsten 12 Monaten planen ein neues Haus bzw. eine neue Wohnung zu kaufen, zu bauen oder zu mieten. Über was sollte das Haus bzw. die Wohnung verfügen?“

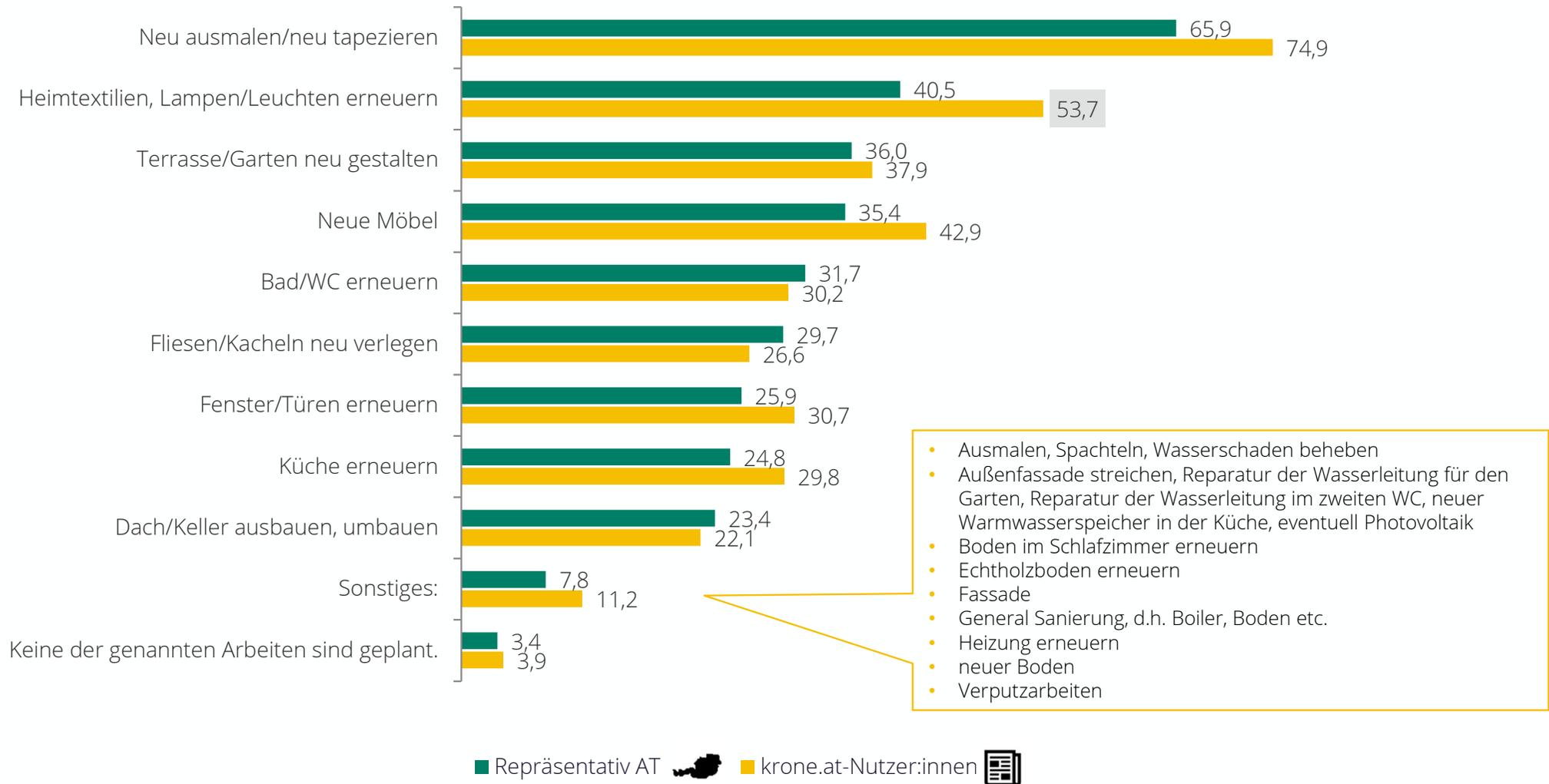
Achtung: kleine Fallzahlen



In %, Mehrfachantwort, Personen, die in den nächsten 12 Monaten ein Haus bauen oder eine Wohnung bzw. Haus kaufen oder mieten wollen, Repräsentativ: n=59; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=14

krone.at-Nutzer:innen wollen häufiger Heimtextilien oder Lampen erneuern; neu ausmalen bzw. tapezieren wird am häufigsten geplant

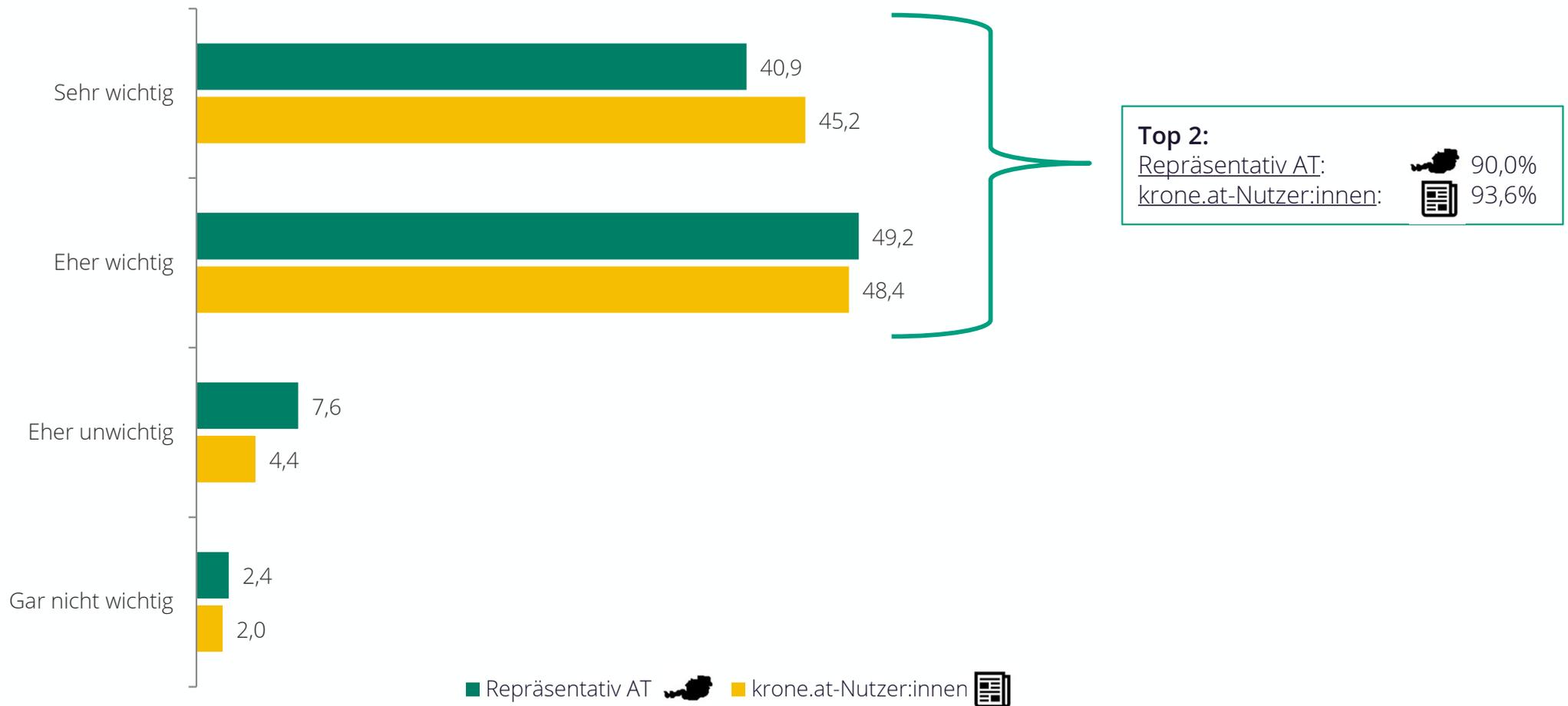
„Sie haben angegeben, dass Sie in den nächsten 12 Monaten planen ein Haus bzw. eine Wohnung zu renovieren oder auch die Umgestaltung Ihres Zweitwohnsitzes planen. Welche Arbeiten sind hierfür geplant?“



In %, Mehrfachantwort, Personen, die in den nächsten 12 Monaten ihr Haus, Wohnung oder Zweitwohnsitz renovieren oder umbauen möchten, Repräsentativ: n=127; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=48

Für mehr als 90% der Befragten ist Nachhaltigkeit im Bereich Bauen sehr wichtig oder eher wichtig.

„Wie wichtig erachten Sie das Thema Nachhaltigkeit ganz generell im Bereich Bauen?“



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

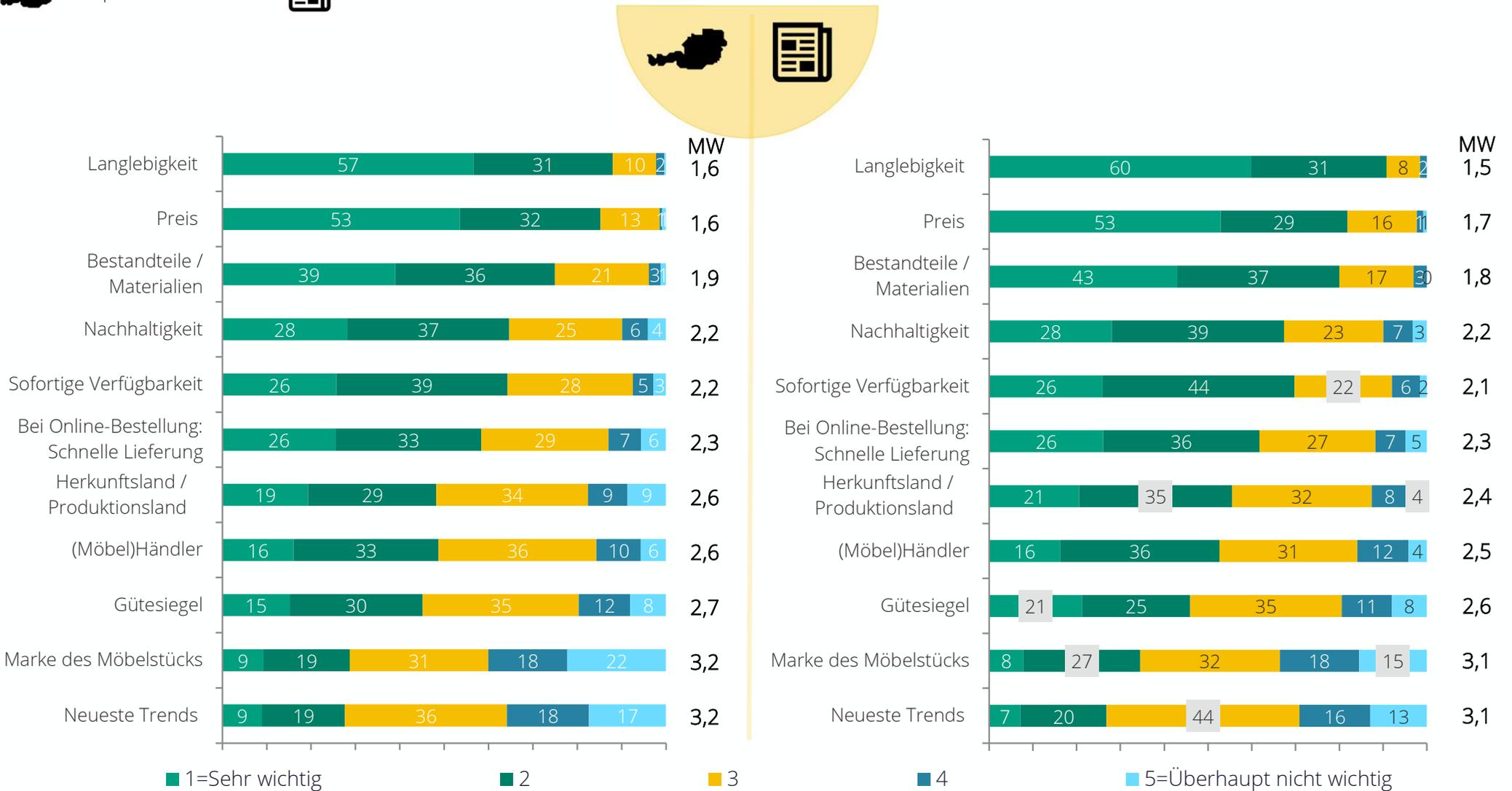
Entscheidungsfaktoren beim Kauf von Bau-, Wohn- und Gartenprodukten

Der größte Fokus beim Möbelkauf liegt auf der Langlebigkeit der Produkte und dem Preis

„Und wie wichtig sind Ihnen folgende Faktoren beim Möbelkauf?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen

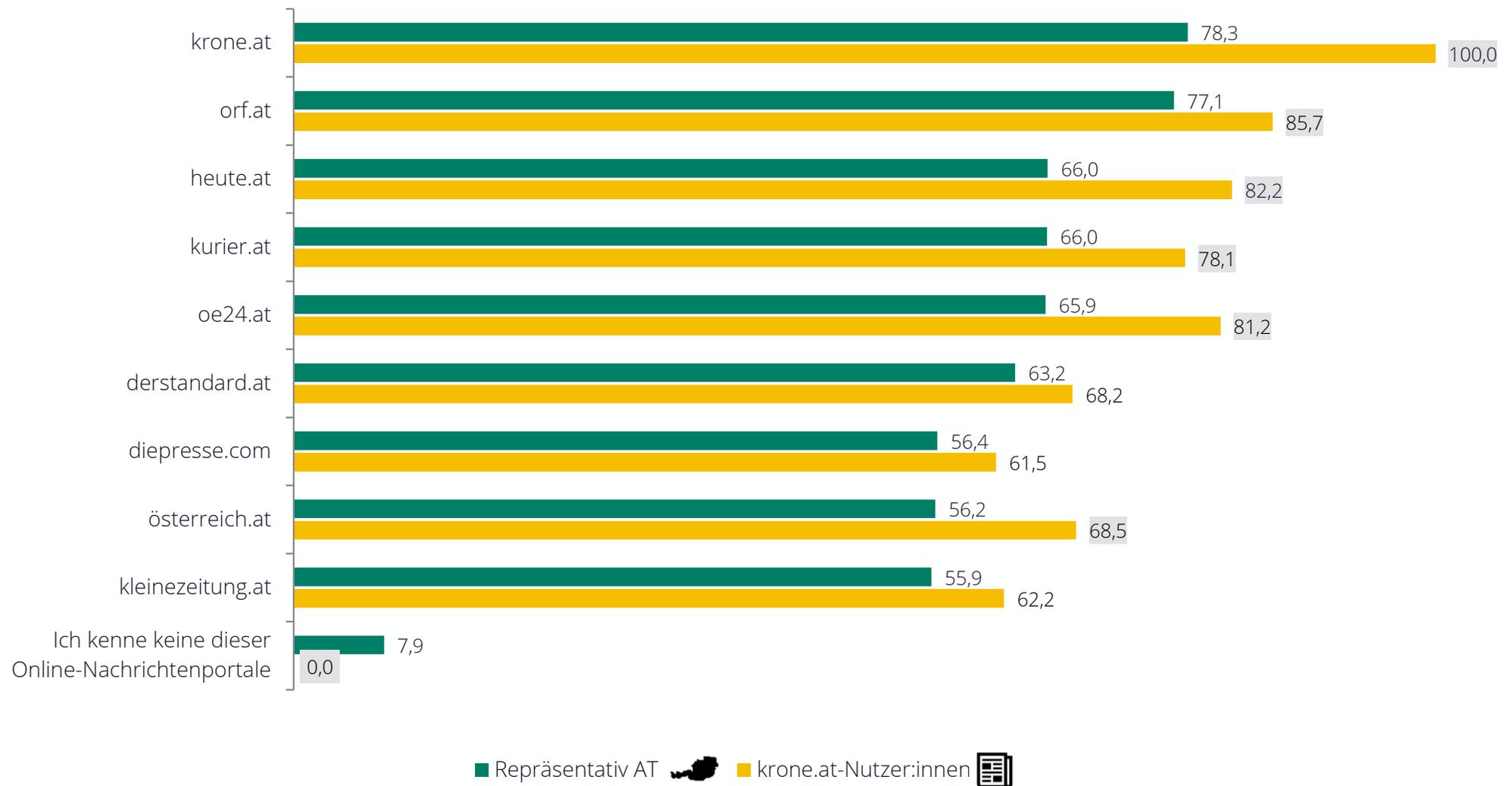


In %, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Nutzung und Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus Werbewahrnehmung

krone.at ist die bekannteste Webseite (gestützte Bekanntheit) unter den abgefragten österreichische Online-Nachrichtenportale

„Bitte denken Sie nun an österreichische Online-Nachrichtenportale. Welche der folgenden Webseiten kennen Sie zumindest dem Namen nach?“

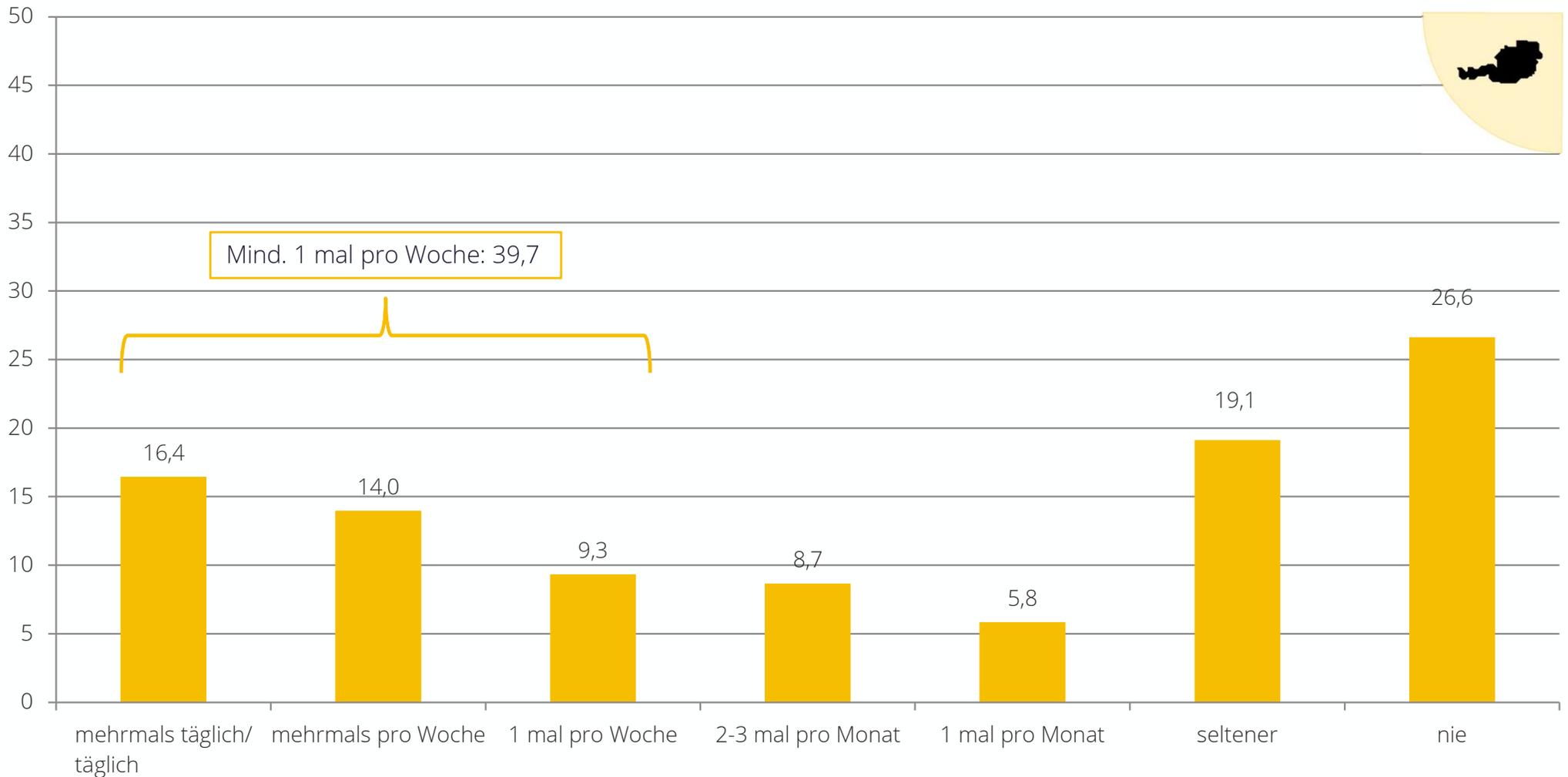


In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

40% der Befragten, die krone.at kennen, nutzen die Webseite mindestens einmal pro Woche

„Wie häufig nutzen Sie krone.at?“

 = repräsentativ AT



In %, Einfachantwort, Personen, die die Webseite krone.at kennen, Repräsentativ: n=435

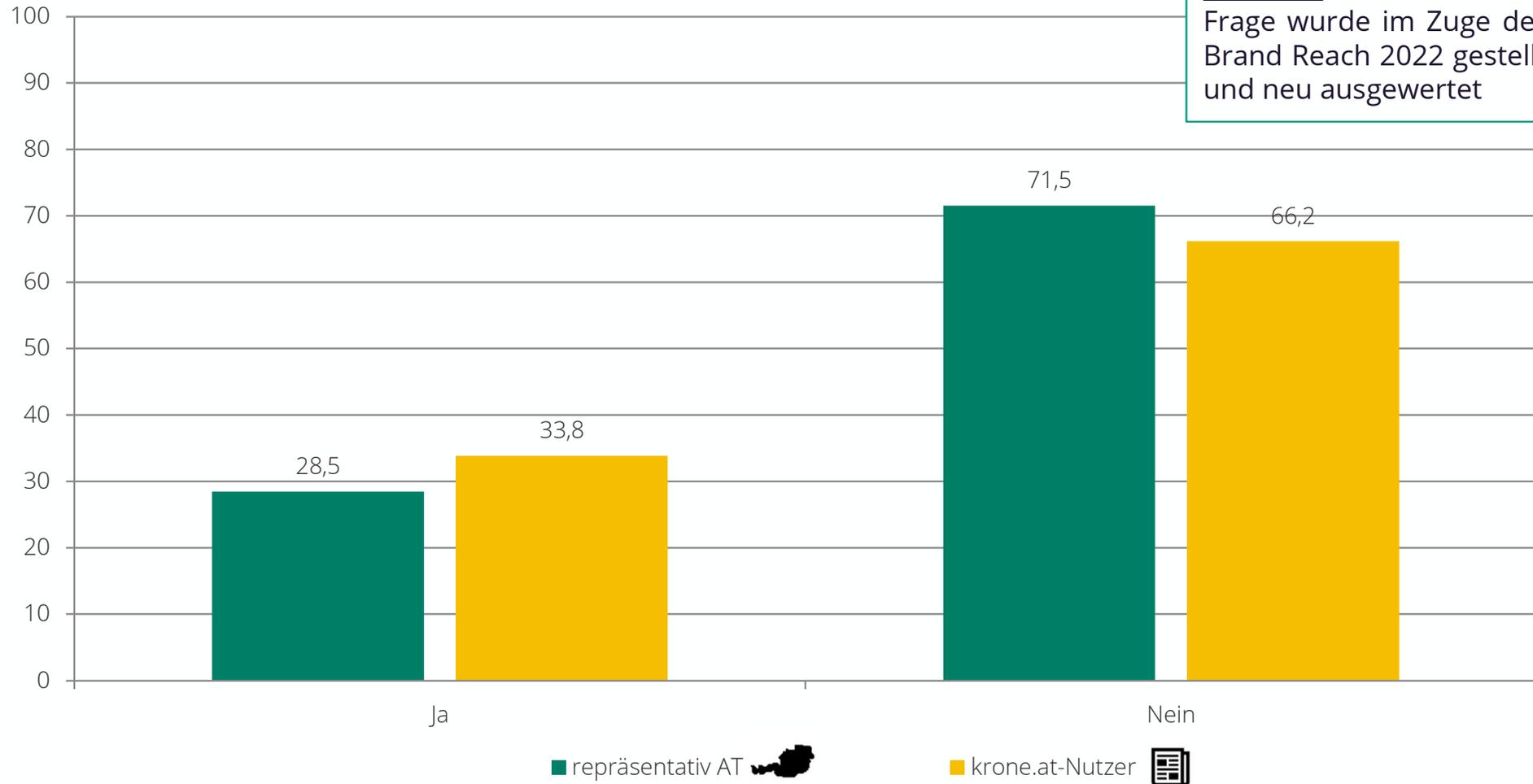
Rund 30% der Befragten hat bereits einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft oder Service in Anspruch genommen.

„Können Sie sich bewusst daran erinnern mindestens einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft oder Service in Anspruch genommen zu haben?“

 = repräsentativ AT



= krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort, Personen, die Online-Nachrichtenportale regelmäßig nutzen und bereits Werbung auf Online-Nachrichtenportalen gesehen haben; Repräsentativ: n=272; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=115

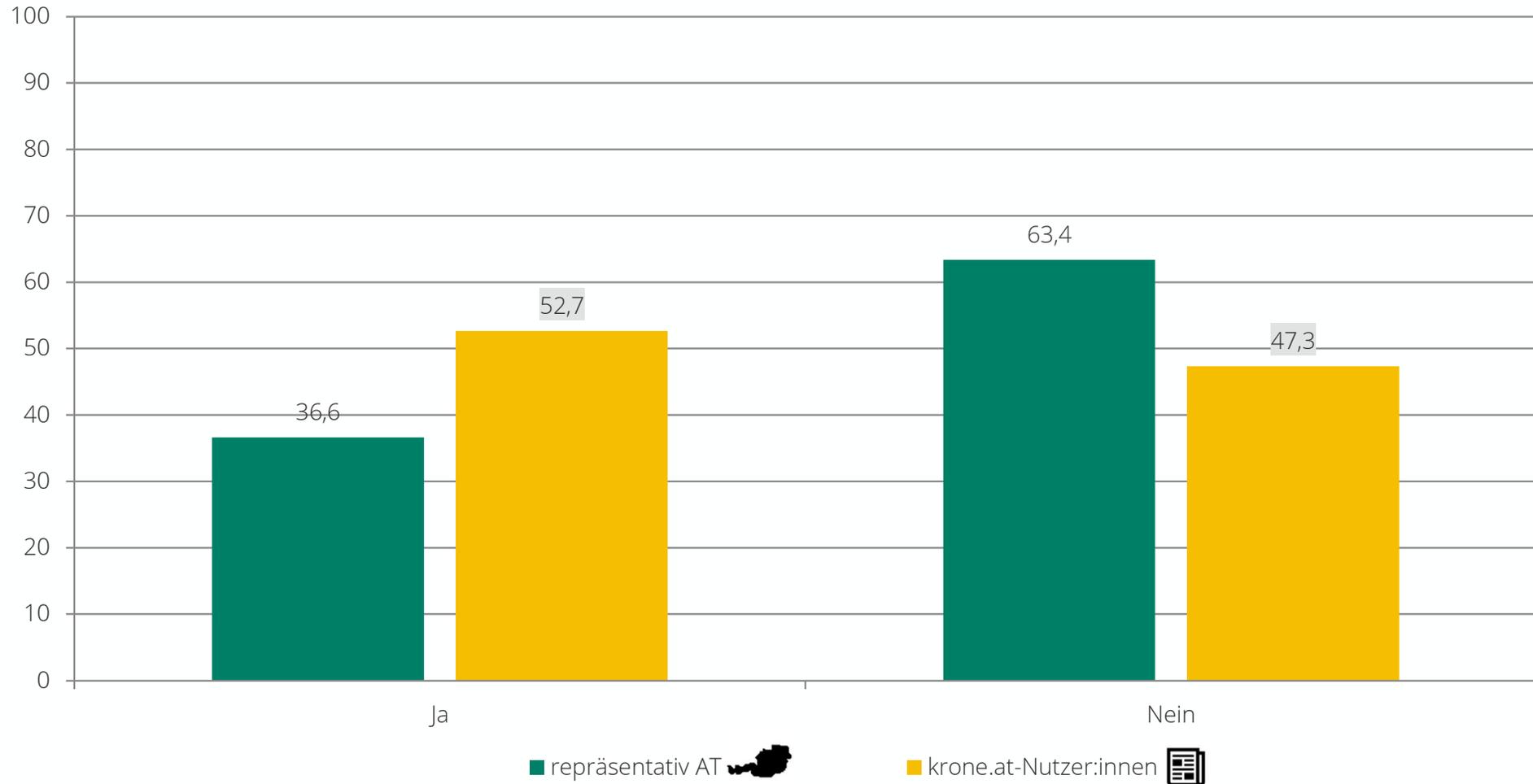
Mehr als 50% der krone.at-Nutzer:innen geben an, bereits Werbung für den Bereich Bauen, Wohnen & Garten auf Online-Nachrichtenportalen gesehen zu haben

„Wenn Sie nun wieder an Online-Nachrichtenportale ganz allgemein denken, haben Sie hier schon einmal Werbung für den Bereich Bauen, Wohnen & Garten gesehen?“

 = repräsentativ AT



= krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

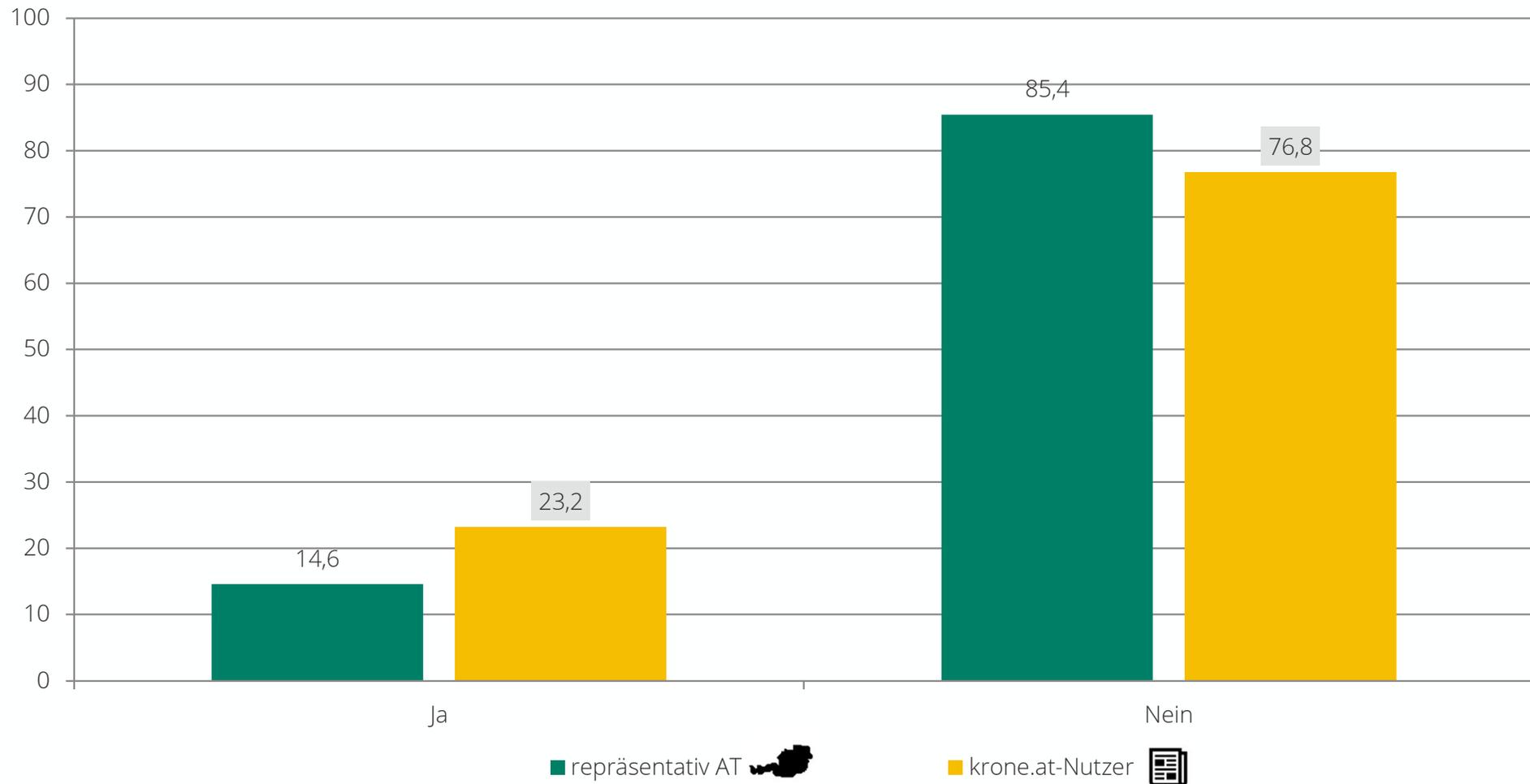
Beinahe ein Viertel der krone.at-Nutzer:innen haben bereits einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft

„Können Sie sich bewusst daran erinnern mindestens einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt aus dem Bereich Bauen, Wohnen & Garten gekauft oder Service in Anspruch genommen zu haben?“

 = repräsentativ AT



= krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

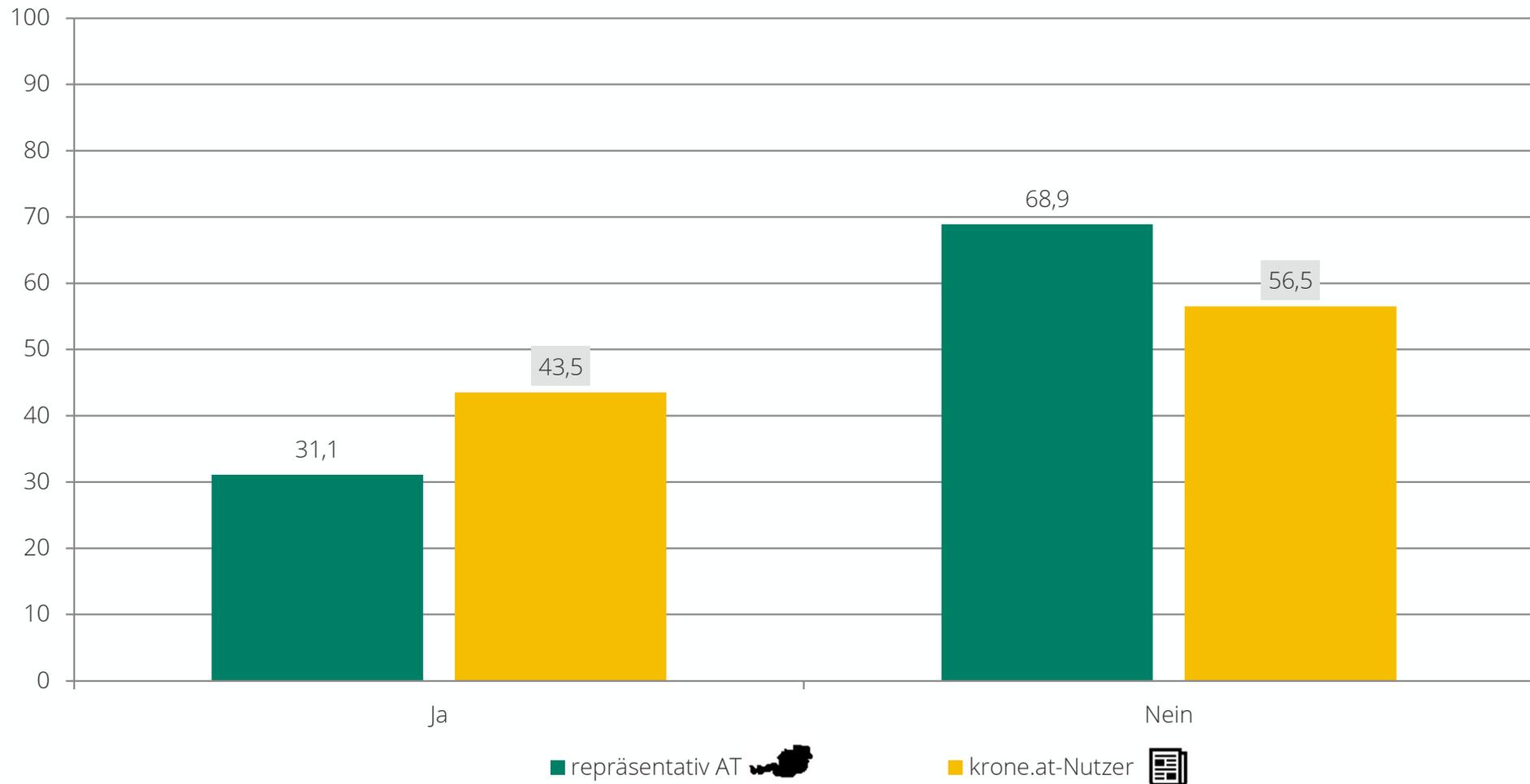
Mehr als ein Viertel der Befragten hat bereits Werbung für den Bereich Bauen, Wohnen & Garten auf Social Media-Kanälen gesehen

„Wenn Sie nun an Social Media-Kanäle ganz allgemein denken, haben Sie hier schon einmal Werbung für den Bereich Bauen, Wohnen & Garten gesehen?“

 = repräsentativ AT



= krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

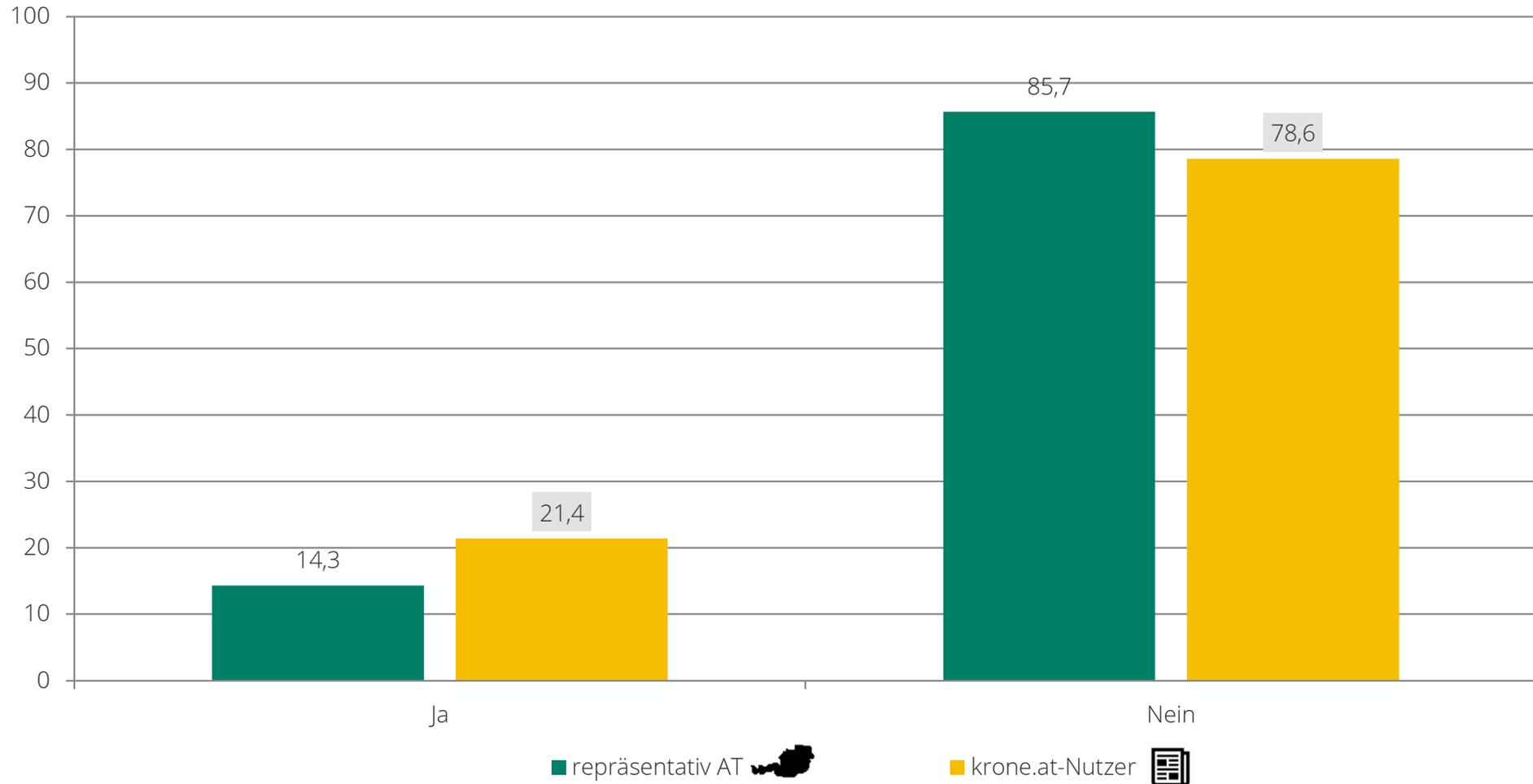
Rund 14% der Befragten hat bereits einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf Social Media-Kanälen ein Produkt aus diesem Bereich gekauft oder Service in Anspruch genommen.

„Können Sie sich bewusst daran erinnern mindestens einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf Social Media ein Produkt aus dem Bereich Bauen, Wohnen & Garten gekauft oder Service in Anspruch genommen zu haben?“

 = repräsentativ AT



= krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=549; krone.at-Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=173

Kontakt

MindTake Research GmbH

Karlsgasse 7/5

1040 Wien

FBNr.: 257512w

UID: ATU61393566

DVRNr.: DVR3000686

Tel.: +43 1 228 88 10 10

Fax: +43 1 228 98 01

Mail: office@mindtake.com

Web: www.mindtake.com

Projektleitung

Juliane Ortner

Juliane.Ortner@mindtake.com