

EXKLUSIVE BONIAL-UMFRAGE

BEI SOFAS FÜHRT DER **STATIONÄRE HANDEL**

Welche Art von Sofa gefällt den Konsument:innen wirklich? Wo wollen sie kaufen? Und wie viel Geld würden sie für eine neue Couch ausgeben? Darum dreht sich die exklusive Bonial-Umfrage für „möbel kultur“. Spannendes Ergebnis: **Möbelhäuser stehen beim Kauf** weiterhin hoch im Kurs.

Ihr Sofa ist den Deutschen wichtig. Laut einer aktuellen Umfrage von Bonial haben 40 Prozent der Befragten ihr Polstermöbel in den letzten fünf Jahren gekauft.

Kein Möbelstück prägt den Look eines Wohnzimmers stärker als das Sofa. Es gilt vielen als der Mittelpunkt der Wohnung, ein Ort der Entspannung und des gemütlichen Beisammenseins. Aber wie oft gönnen sich die Verbraucher:innen eigentlich neue Polstermöbel? Und wie soll es aussehen? Diesen Fragen ist Bonial in seiner Umfrage nachgegangen, die im November 2024 exklusiv für „möbel kultur“ durchgeführt wurde.

Der Marktführer im Bereich der digitalen Angebotskommunikation verfügt mit seinen Portalen „kaufDA“ und „MeinProspekt“ über rund 14 Mio. Nutzer:innen monatlich. Fast 2.000 User:innen haben sich an der aktuellen Befragung beteiligt.

MEHRHEIT KAUFT STATIONÄR

Klares Ergebnis der Umfrage: Die Mehrheit der Nutzer:innen sitzt auf einem eher neuen Sofa. 40 Prozent haben ihr aktuelles Modell innerhalb der vergangenen fünf Jahre erstanden. Bei 27 Prozent ist der Kauf zwischen fünf und zehn Jahren her. 10 bis 15 Jahre besitzen 14 Prozent ihre Couch und länger als 15 Jahre nur 12 Prozent. Es gibt aber immerhin auch 7 Prozent, die noch nie ein solches Möbelstück erworben haben.

Die meisten der Umfrage-Teilnehmer:innen, die schon mal ein Sofa gekauft haben, sind dafür in ein Möbelhaus gegangen – nämlich 69 Prozent. Für einen Polstermöbel-Spezialisten haben sich 12 Prozent entschieden.

Das Internet scheint dagegen noch kein sehr attraktiver Kauf-Ort zu sein: Lediglich 10 Prozent haben ihre Couch online erstanden. Diejenigen, die das E-Commerce genutzt haben, waren überwiegend zufrieden mit ihrer Entscheidung. 77 Prozent würden ihr nächstes Modell auch online erwerben, 23 Prozent dagegen lieber im stationären Handel.

STOFF & DUNKLE TÖNE SIND IN

Bezogen auf das Material stehen bei den Umfrage-Teilnehmer:innen Stoff (38 %) und Microfaser (25 %) hoch im Kurs. Leder mögen 21 Prozent am liebsten. Kunstleder gefällt nur 3 Prozent der Befragten.

Hinsichtlich der Farben gibt es keine eindeutige Präferenz. 37 Prozent betonen, dass es bei dem Kolorit auf die Wohnumgebung, Trends etc. ankommt. 39 Prozent der Befragten bevorzugen dunkle Töne, 20 Prozent mögen eher hellere Nuancen. Bunt ist dagegen höchst unbeliebt. Lediglich vier Prozent können sich ein mehrfarbiges Sofa in ihrem Wohnzimmer vorstellen.

FUNKTIONEN ÜBERSCHÄTZT

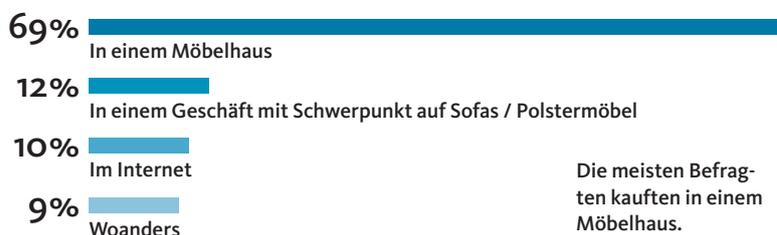
Verschiedenste Sofa-Funktionen gehören bei vielen Herstellern zu den wichtigsten Verkaufsargumenten – besonders im konsumigen Bereich. Da reicht die Auswahl von Becherhaltern bis zum Smartphone-Lade-Modul. Offenbar wird die Bedeutung solcher Features jedoch eher überschätzt. Denn laut der Bonial-Umfrage sind immerhin ein Viertel der Teilnehmer:innen (26 %) Funktionen überhaupt nicht wichtig. ▶

WANN HAST DU ZULETZT EIN SOFA GEKAUFT?



Fast 70 Prozent der Befragten haben innerhalb der vergangenen zehn Jahre ein neues Sofa gekauft.

WO HAST DU DAS LETZTE SOFA GEKAUFT?



Die meisten Befragten kauften in einem Möbelhaus.

Wenn sie sich technische Features wünschen, dann steht eine große Liegefläche im Fokus. Knapp die Hälfte der Befragten (49 %) wünscht sich eine solche Schlaf-funktion. Gerade in kleineren Wohnungen kann sie das Gästezimmer ersetzen. Eine Relax-Möglichkeit mit verstellbarer Rückenlehne und Fußelement würden 27 Prozent begrüßen. Eine verstellbare Rückenlehne ist 18 Prozent sehr wichtig und eine verstellbare Armlehne nur 8 Prozent.

Darüber hinaus präsentieren manche Hersteller voluminöse Wohnlandschaften zum gemütlichen Herumfläzen. Attraktiv sind diese Modelle zweifellos, allerdings für die Mehrheit der Befragten keine Option. 62 Prozent von ihnen hätten nämlich gar nicht den Platz, um ein solches Modell in ihrem Wohnzimmer unterzubringen.

„MADE IN GERMANY“ WICHTIG?

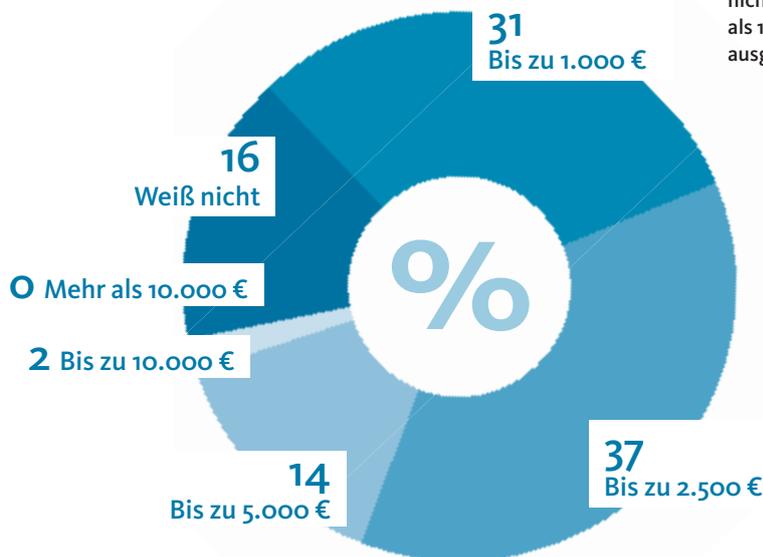
Auf die Herkunft ihres Polstermöbels achten immer mehr Verbraucher:innen. Ob das Modell „made in Germany“ ist, ist für 35 Prozent der Befragten „sehr wichtig“ und für 24 Prozent „wichtig“. Keine große Rolle spielt das Argument dagegen für 41 Prozent. Ob diejenigen, die angegeben haben, dass ihnen „made in Germany“ wichtig ist, allerdings wirklich ein solches Modell zu Hause haben oder wissen, in welchem Land ihr Sofa produziert wurde, bleibt unklar.

MITTLERE PREIS-RANGE

Spannend ist auch die Frage, wie viel Geld die Umfrage-Teilnehmer:innen für ein neues Sofa ausgeben würden. Knapp ein Drittel (31 %) würde aktuell nicht mehr als 1.000 Euro investieren. 37 Prozent der Befragten sind bereit, bis zu 2.500 Euro auszugeben. Und für immerhin 14 Prozent ist ein Budget von bis zu 5.000 Euro realistisch. Mehr als 5.000 Euro zu bezahlen, erwägen nur zwei Prozent.

Dabei sind die Befragten durchaus bereit, für ein nachhaltig produziertes Polstermöbel mehr Geld auszugeben. Für 8 Prozent gilt dies „auf jeden Fall“ – unabhängig vom Aufpreis. Mehrkosten von bis zu 10 Prozent würden 23 Prozent der Umfrage-Teilnehmer:innen akzeptieren. Für 7 Prozent kommt sogar ein Aufpreis von bis zu 20 Prozent in Frage. 35 Prozent sind dagegen nicht bereit, für eine nachhaltige Fertigung tiefer in die Tasche zu greifen, und 27 Prozent sind hierbei unentschlossen.

WIE VIEL GELD WÜRDST DU FÜR EIN NEUES SOFA AUSGEBEN?



Knapp ein Drittel würde nicht mehr als 1.000 Euro ausgeben.

WELCHE DER FOLGENDEN FUNKTIONEN SIND DIR BEI EINEM SOFA WICHTIG?

(Mehrfachnennungen möglich)



Vor allem eine Schlaffunktion steht bei den Befragten hoch im Kurs.

Quelle: Bonial, Umfrage 11/24, Grafiken: möbel kultur

Nicht besonders hoch im Kurs stehen gebrauchte Sofas. 17 Prozent können sich vorstellen, ein solches Modell zu erwerben, 20 Prozent würden es sich zumindest überlegen. Die große Mehrheit von 63 Prozent möchte dagegen kein Second-Hand-Polstermöbel haben.

„Die exklusiven Umfrage-Ergebnisse auf ‚kaufDA‘ und ‚MeinProspekt‘ zeigen deutlich: Der Wunsch nach einem gemütlichen Zuhause hat in den letzten Jahren auch die Nachfrage nach Sofas geprägt. Auffällig ist, dass über zwei Drittel der Haushalte, die ein neues Sofa erworben haben, dies gezielt im Möbelhaus taten. Qualität und

Nachhaltigkeit stehen dabei im Fokus der Konsument:innen, und viele sind bereit, für nachhaltig produzierte Möbel höhere Preise zu akzeptieren. Doch auch bei Sofas gilt, Angebote beeinflussen das Kaufverhalten und schaffen zusätzliche Anreize“, betont Sebastian Kerkhoff, Senior Vice President „Home & Living“ bei Bonial, abschließend.

SILJA BERNARD

www.bonial.com