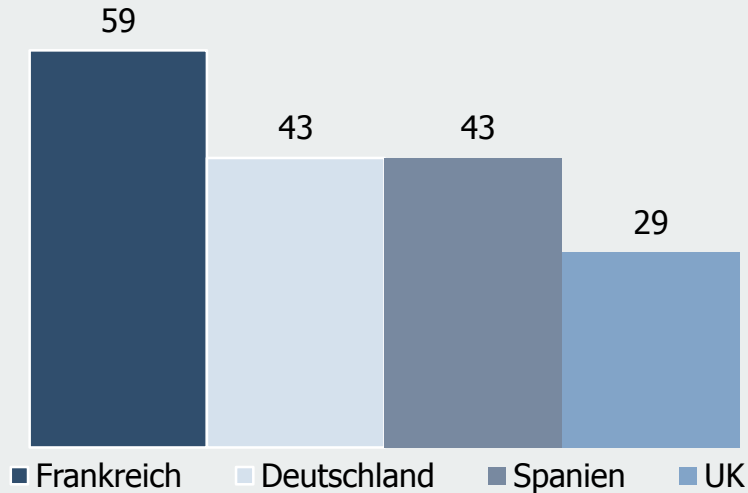


Das Interesse der westeuropäischen Heimwerker an neuen Wohntrends ist groß

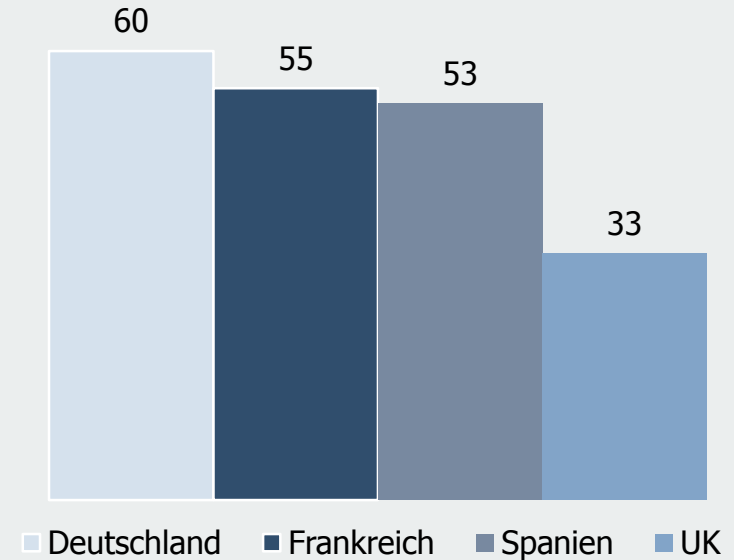
Zustimmung zu Aussagen über Renovierung und Verschönerung

- Höchste und zweithöchste Zustimmung (Top Box) in % -

„Ich halte mich regelmäßig über Verschönerungstrends auf dem Laufenden.“



„Mir ist es wichtig, neue Wohntrends in meinem Zuhause umzusetzen.“



Basis: Personen, die sich hauptsächlich um Renovierungsarbeiten im Haushalt kümmern (ausgewählt aus länderspezifisch repräsentativen Haushaltsstichproben)

Ausgiebige Information ist Standard vor Anschaffungen für Heimwerkerarbeiten

Zustimmung zu verschiedenen Aussagen über Renovierung und Verschönerung

- Top Box in % -



Basis: Personen, die sich hauptsächlich um Renovierungsarbeiten im Haushalt kümmern (aus länderspezifisch repräsentativen Haushaltsstichproben)

Quelle: International DIY Consumer Study by GfK Living & Retail, Online-Befragung in mehreren europäischen Ländern, April 2010 (n=500 pro Land, Gesamt = 3.000)

Größte Zufriedenheitslücke klappt bei After Sales Service und kompetentem Personal

Zufriedenheit beim letzten Einkauf vs. Wichtigkeit

- Top Box in % -



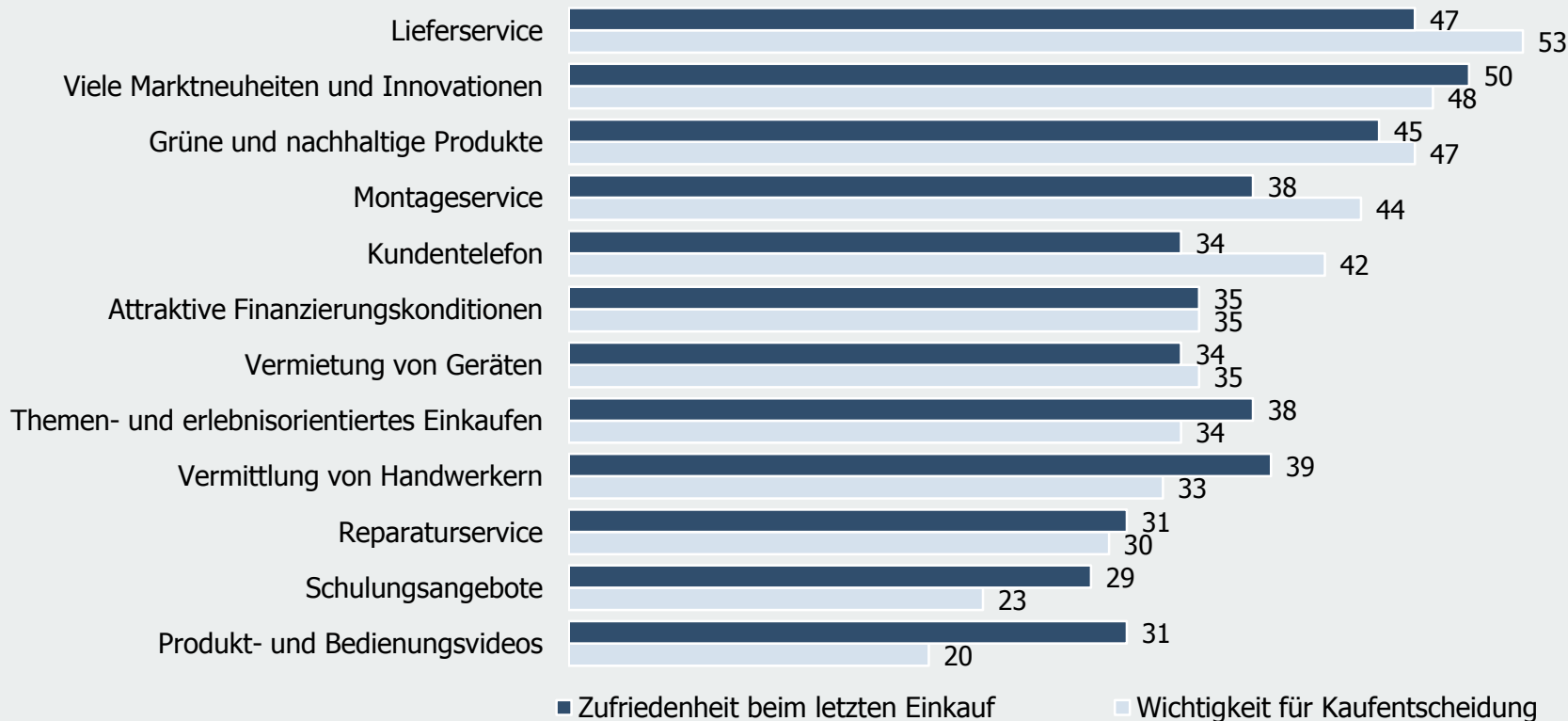
Basis: Personen, die sich hauptsächlich um Renovierungsarbeiten im Haushalt kümmern (aus länderspezifisch repräsentativen Haushaltsstichproben)

Quelle: International DIY Consumer Study by GfK Living & Retail, Online-Befragung in mehreren europäischen Ländern, April 2010 (n=500 pro Land, Gesamt = 3.000)

Bei vielen Zusatzangeboten werden die Erwartungen der Käufer offenbar gut erfüllt

Zufriedenheit beim letzten Einkauf vs. Wichtigkeit

- Top Box in % -



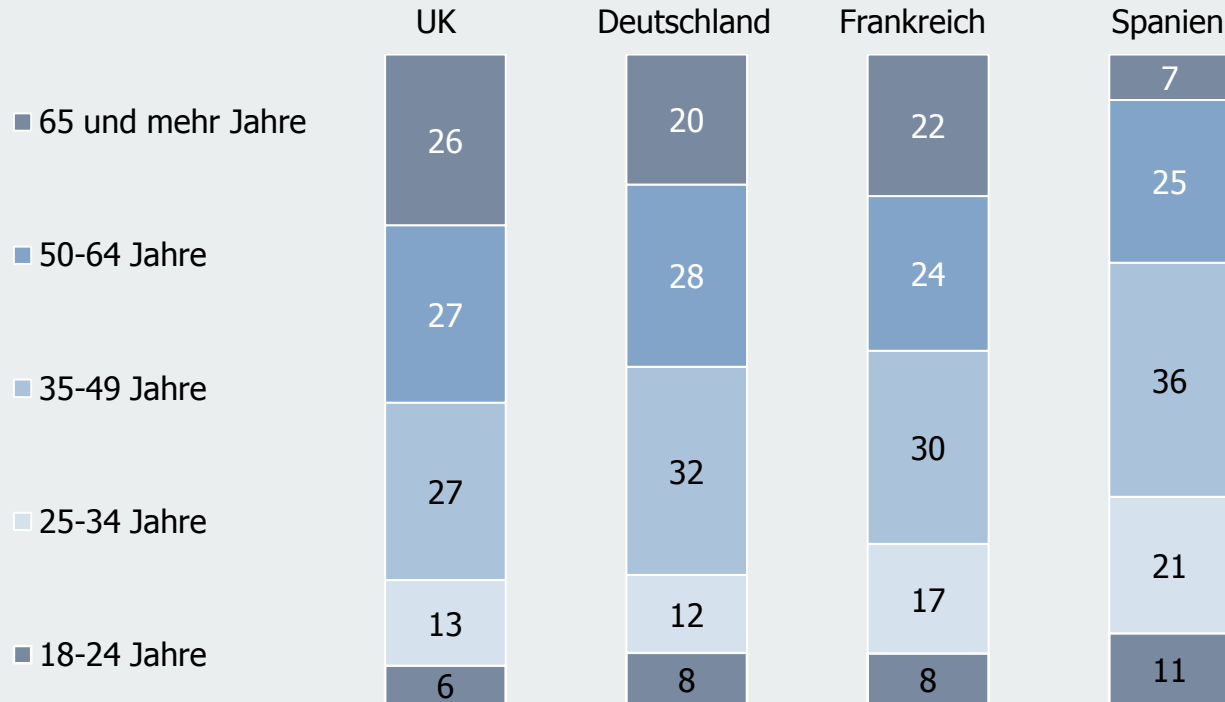
Basis: Personen die sich hauptsächlich um Renovierungsarbeiten im Haushalt kümmern (aus länderspezifisch repräsentativen Haushaltsstichproben)

Quelle: International DIY Consumer Study by GfK Living & Retail, Online-Befragung in mehreren europäischen Ländern, April 2010 (n=500 pro Land, Gesamt = 3.000)

Die Altersgruppe 50 plus ist eine bedeutende Zielgruppe für Baumärkte, Einrichtungshäuser und Co.

Altersgruppe der Person, die sich im Haushalt hauptsächlich um die Umsetzung von Renovierungsarbeiten kümmert

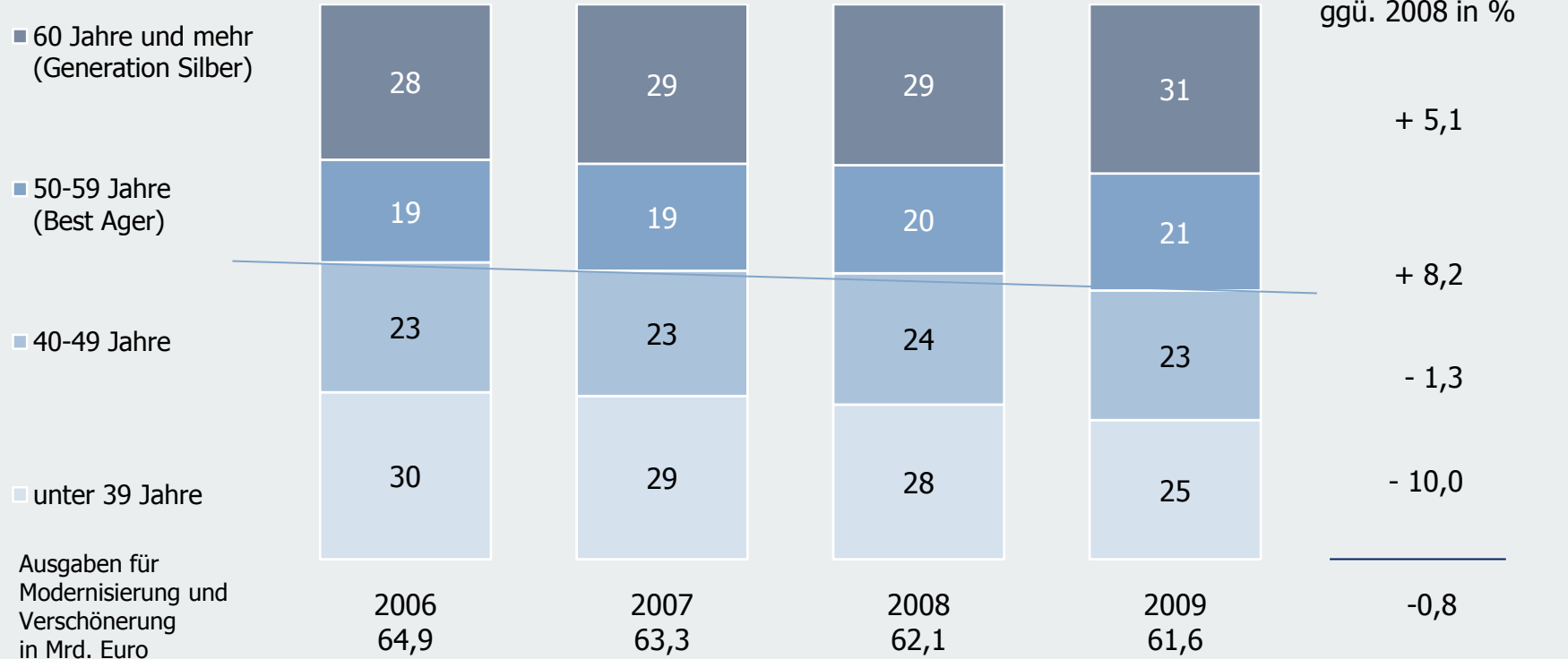
- Angaben in % -



In Deutschland stammt mittlerweile mehr als die Hälfte der Umsätze für Modernisierung und Verschönerung von älteren Haushalten

Ausgaben für Modernisierung und Verschönerung nach Altersgruppe der Haushalt führenden Person in Deutschland

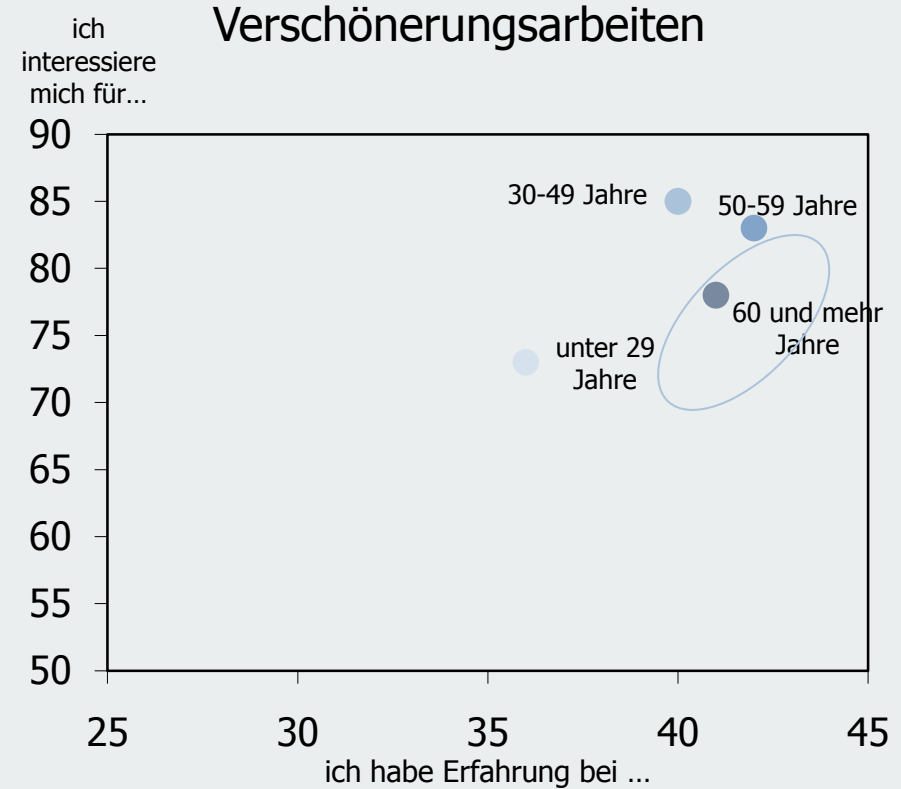
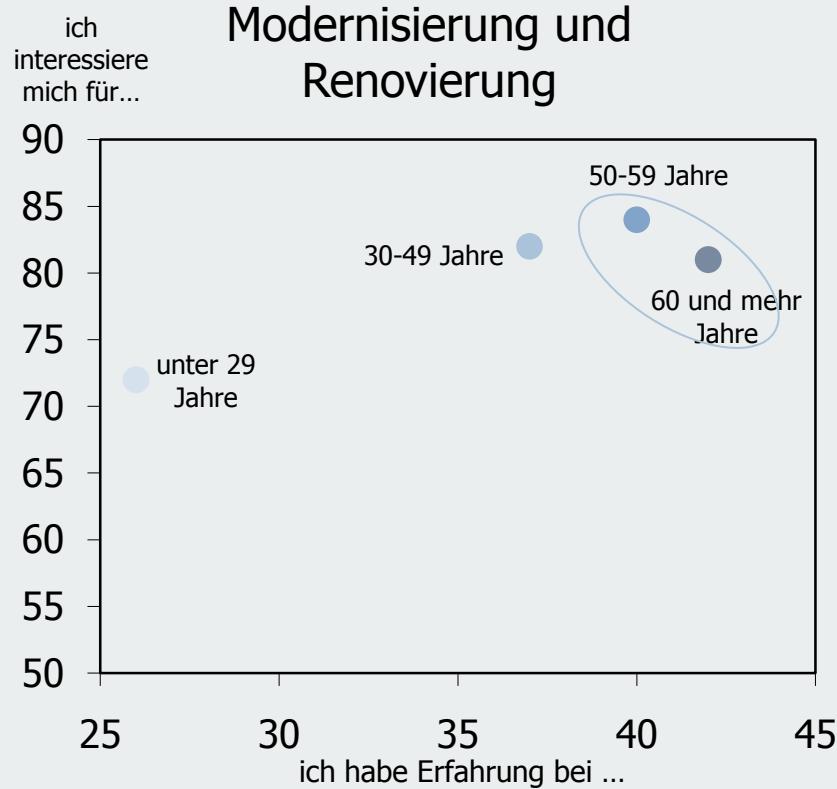
- Angaben in % -



Insbesondere die Altersgruppe über 50 Jahre hat Erfahrungen bei Modernisierung und Renovierung

Interesse und Erfahrung an Modernisierung/Renovierung und Verschönerungsarbeiten nach Altersgruppen

- in % -



Basis: Personen die sich hauptsächlich um Renovierungsarbeiten im Haushalt kümmern (aus länderspezifisch repräsentativen Haushaltsstichproben)

Quelle: International DIY Consumer Study by GfK Living & Retail, Online-Befragung in mehreren europäischen Ländern, April 2010 (n=500 pro Land, Gesamt = 3.000)