

17.12.2024 – 10:15 Uhr

Cleverer Stauraum: Mehr Umsatz pro Küche und zufriedene Kunden



Bad Essen, Osnabrück (ots) -

Eine aktuelle Verbraucherbefragung im Auftrag von Kesseböhmer zeigt: Stauraum und Organisation stehen bei Kunden ganz oben auf der Prioritätenliste, wenn es um die Küchenplanung geht. 85,7 % der Befragten gaben an, mit der Stauraumorganisation ihrer Küche unzufrieden zu sein oder diese verbessern zu wollen. Das eröffnet dem Küchenhandel große Potenziale: Mit durchdachten Stauraumlösungen können Händler sowohl ihre Kunden begeistern als auch den Umsatz pro Küche steigern.

Was Kunden wirklich wichtig ist

Die Studie, durchgeführt über die App-Plattform Appinio, befragte 1.000 Personen, die in den letzten zwei Jahren eine Küche gekauft haben oder dies in den kommenden zwei Jahren planen. Das Ergebnis ist eindeutig:

- **Stauraum schlägt Design:** Neben Funktionalität ist Stauraum das wichtigste Kaufkriterium - noch vor Langlebigkeit, Qualität und Design.
- **Inspiration wird im Handel gesucht:** 71 % der Befragten informieren sich im Küchenstudio über clevere Stauraumlösungen und lassen sich vor Ort inspirieren.
- **Mehrwert schafft Mehrumsatz:** Kunden, die von Stauraumlösungen überzeugt sind, sind bereit, höhere Budgets zu investieren.

Chancen für den Handel

"Die Küche von innen heraus planen - das ist der Schlüssel. Wenn es uns gelingt, Kunden von Anfang an für smarte Stauraumlösungen zu begeistern, können Händler sich vom Wettbewerb abheben und gleichzeitig ihren Umsatz steigern", erklärt Marc Overbecke, Leiter des Service-Teams Handel bei Kesseböhmer.

Gerade in Zeiten rückläufiger Neuplanungen bietet die proaktive Vermarktung von Stauraumausstattungen eine einfache Möglichkeit, Mehrwert für Kunden zu schaffen und attraktive Margen zu erzielen.

Effiziente Marktforschung für verlässliche Ergebnisse

Die Studie wurde über Appinio, eine App-basierte Plattform mit über 1,5 Millionen Nutzern, durchgeführt. Die 1.000 Befragten waren jeweils zur Hälfte Frauen und Männer zwischen 25 und 69 Jahren, die aktiv in eine neue Küche investiert haben oder dies planen. Die Umfrage dauerte nur wenige Minuten und lieferte dank ihres

spielerischen und intuitiven Formats ehrliche und relevante Ergebnisse.

Die Studie ist verfügbar

Kesseböhmer stellt die vollständigen Ergebnisse in einer Broschüre bereit, die sowohl als Print- als auch als digitale Version unter dem Link: [Kesseböhmer](#) erhältlich ist. Händler, die die Erkenntnisse für ihre Beratung nutzen möchten, können die Studie direkt bei Kesseböhmer anfordern.

Pressekontakt:

Thore Brors
Director Marketing
Telefon: +49(5742)46-1154
t.brors@kesseboehmer.de

Medieninhalte



DISPENSA - Apothekerschrank von Kesseböhmer / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/177802 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100100801/100926976> abgerufen werden.