



## PRESSEMITTEILUNG

*Die Outdoor-Ära hat gerade erst begonnen*

### Fifth Room Trend: Wie der Handel davon profitiert

**Wolframs-Eschenbach, 31.05. 2022** – Fifth Room ist zunehmend im Kommen: Das Wohnzimmer wächst nach draußen, vor allem im Sommerhalbjahr verlagern viele ihren Lebensmittelpunkt an die frische Luft. Und gewinnen damit ein zusätzliches Zimmer. Das hat Konsequenzen für die Gestaltung des Außenbereichs – und birgt für den Handel große Chancen. Keter ([www.keter.com/ge\\_de/](http://www.keter.com/ge_de/)), ein weltweit führender Hersteller von Lifestyle-Kunststoffprodukten für Haus und Garten, zeigt wie man am meisten davon profitiert:

#### **Mehr langlebige Produkte anbieten**

Qualität wird wieder zum wichtigen Kaufkriterium, die Covid-Pandemie hat das Kaufverhalten verändert: 56 Prozent der Konsumierenden setzen auf Qualität und Haltbarkeit – nur das Preis-Leistungs-Verhältnis hat noch mehr Gewicht.\* Gerade beim Kauf von Outdoor-Produkten hat das Folgen: War früher vor allem Zweckmäßiges gefragt, treten heute neben Designaspekten Nachhaltigkeit und Qualität in den Vordergrund. Gartenmöbel, Gartenhäuser und Schuppen werden als langfristige Investition gesehen – denn eine lange Nutzungszeit kommt gleichermaßen dem Kaufenden wie auch der Umwelt entgegen.

Outdoor-Produkte wie die von Keter bestehen nachweisbar aus recyceltem oder recyclebarem Kunststoff treffen damit genau den Puls der Zeit: sie sind witterungsbeständig, stabil gebaut, leicht zu pflegen und kommen ohne Holzressourcen aus. Um immer das anzubieten, was morgen gerne gekauft wird, beobachten die Keter-Analysten kontinuierlich Trends und Verbraucherverhalten in aller Welt und geben diese Insights an Produktentwicklung und Designteam weiter. Auf dieses strategische Vorgehen verknüpft mit



technologischem Vorsprung und angesagtem Design können sich Keter Handelspartner seit 40 Jahren verlassen.

*„Decoding Consumer Behavior“, Roland Berger, 2021*

### **Nachhaltigkeit ins Sortiment holen**

Kaufentscheidungen werden heute viel bewusster getroffen als noch vor ein paar Jahren. So sind rund 70 Prozent der Deutschen bereit, für nachhaltige Produkte mindestens fünf Prozent\*\* mehr auszugeben als für andere. Über die Hälfte der Befragten sogar zehn und mehr. Wer seinen Wohnbereich in den Garten erweitert, wird einem ersten Impuls folgend immer natürlichen Materialien wie Holz oder Rattan den Vorzug geben – selbst, wenn diese nicht unbedingt nachhaltig sind. Zum Beispiel wegen ihrer kurzen Lebensdauer oder weil sie aus zweifelhaften Quellen stammen und die gefälltten Bäume nicht ersetzt werden. Nur 2,8 Prozent der Wälder weltweit sind vor Holzeinschlag geschützt.

Keter berücksichtigt bei der Produktentwicklung eben diese Sehnsucht nach Natur - und hat deshalb für Gartenhäuser und Terrassenboxen EVOTECH entwickelt: einen neuen Verbundstoff, der optisch und haptisch natürlichem Holz sehr nahekommt und zu hundert Prozent recycelbar ist.

Einzelhändler, die ebenfalls auf die Vorlieben der Konsumierenden eingehen möchten, können dies durch eine bewusste Erhöhung des Anteils nachhaltiger Produkte am Gesamtsortiment und vor allem auf der Fläche erreichen. Dafür stehen aus der Keter-Produktpalette eine Vielzahl von recycelbaren oder aus Recyclingmaterial hergestellten Haus- und Gartenartikel zur Auswahl.

*\*\*Statista Research, Februar 2020*

### **Designrends im Auge behalten**

Outdoor-Design folgt Indoor-Design. Das bedeutet: Gartenmöbel sollten nicht witterungsfest und langlebig sein, sondern auch den Stil der Inneneinrichtung fortsetzen, sodass kein Bruch, sondern ein harmonischer Gesamteindruck entsteht. Nur so wird aus dem Außenbereich tatsächlich auch ein „fünftes Zimmer“. Das Keter Designteam behält daher stets Trends aus der Innenarchitektur im Auge und weiß, was in den nächsten zwei Jahren nachgefragt wird.



Innovation steht deshalb immer im Fokus - ein marktorientierter Ansatz, von dem Keter Handelspartner schon lange profitieren.

Und selbst am Ende des Produktlebenszyklus schließt sich bei Keter der Kreis: Denn Keter unterstützt in allen Ländern, in denen Keter Produkte erworben werden können das Prinzip der Kreislaufwirtschaft – denn alle sind schon heute zu 100 Prozent recycelbar. Und bis zum Jahr 2028 sollen achtzig Prozent aller von Keter zur Produktion eingesetzten Materialien recycelten Ursprungs sein.

*(Bei Veröffentlichung Link oder Belegexemplar erbeten)*

#### **Über Keter**

Keter ist seit 70 Jahren branchenführend in der Herstellung von Produkten aus Kunstharzstoffen und ebenso lange inspiriert die Marke die Menschen mit innovativen und hochwertigen Produkten, mit denen sie in ihrem Haus und Garten ein außergewöhnliches Ambiente schaffen können. Wir konzentrieren uns darauf, Produkte zu kreieren, die stilvoll, praktisch und langlebig sind, und über Funktionen verfügen, die Menschen helfen, Momente gemeinsam zu genießen.

**[www.keter.de](http://www.keter.de)**

#### **Weitere Informationen und Bildmaterial erhalten Sie bei:**

KETER GERMANY GMBH

Cathrin Ferus

Pressereferentin

Steingrubenweg 11

91639 Wolframs-Eschenbach

Telefon: 0049-911-469518

Mobil: 0049-179-2164845

E-Mail: [cathrin.ferus@catcomm.de](mailto:cathrin.ferus@catcomm.de)