

VDS



Vereinigung Deutsche
Sanitärwirtschaft e.V.

+70

+60

+50

+40

MARKT
FORSCHUNGS
REPORT
2013



EDITORIAL



1

SEITEN
03 ff.

EIGENE STUDIEN GfK-STUDIE **08 / 2012**

Umfassende Analysen zum Thema
„Die Badezimmer in Deutschland“

2

SEITEN
10 ff.

EIGENE STUDIEN IFO-MARKTBERICHTE **11 / 2013**

Fakten und Prognosen für die Haus-
und Gebäudetechnik

3

SEITEN
13 ff.

EIGENE STUDIEN / FORSA-ERHEBUNGEN **03 / 2013 03 / 2011 09 / 2010**

Erhellendes über die Bundesbürger
und ihre Bäder

4

SEITEN
20 ff.

FREMDUNTERSUCHUNGEN **12 / 2013 11 / 2011 01 / 2011**

u. a. Euroconstruct-Berechnungen
zum europäischen Baugeschehen

Sehr geehrte Damen und Herren,

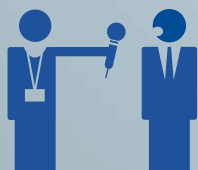
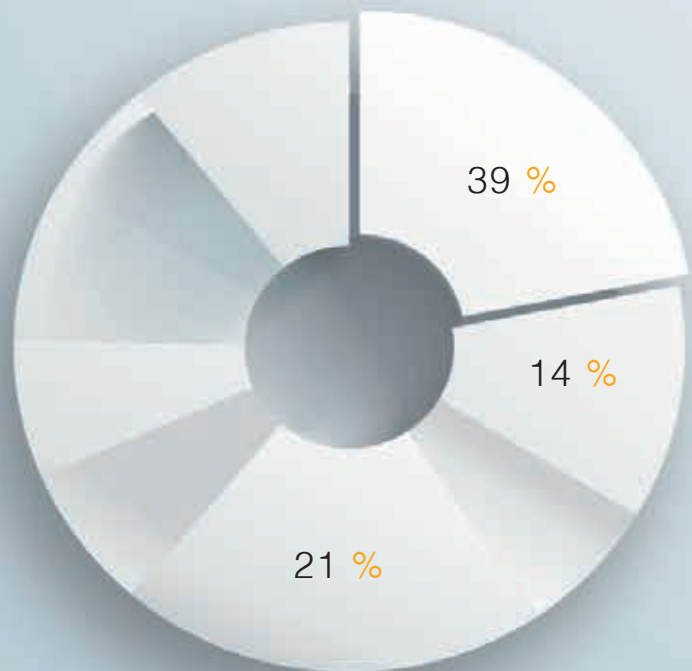
mit der dritten Ausgabe des Marktforschungsreports lässt die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS) nach zuletzt 2009 weitere vier Jahre Tatsachen, Trends und Meinungen rund um das Badezimmer sowie die Sanitärbranche Revue passieren. Sie finden neben umfassend und pointiert analysierten Eigen-Erhebungen ausgewählte Fremd-Untersuchungen, die wir ebenfalls exklusiv für Sie ausgewertet und zusammengestellt haben. Insgesamt beinhaltet die Sammlung 40 Grafiken und Diagramme mit entsprechenden Kurztexten. Der Überblick ist so aufgebaut, dass die einzelnen Studien, dort, wo es sich anbietet, nach Themen und chronologisch geordnet erscheinen. Wie in den vorausgegangenen Auflagen enthält die CD auf der Ausklappseite wieder alle Materialien; einige Abbildungen zusätzlich in englischer Übersetzung.

Im Namen der VDS und ihres Vorstandes wünsche ich Ihnen eine spannende und zugleich aufschlussreiche Lektüre.

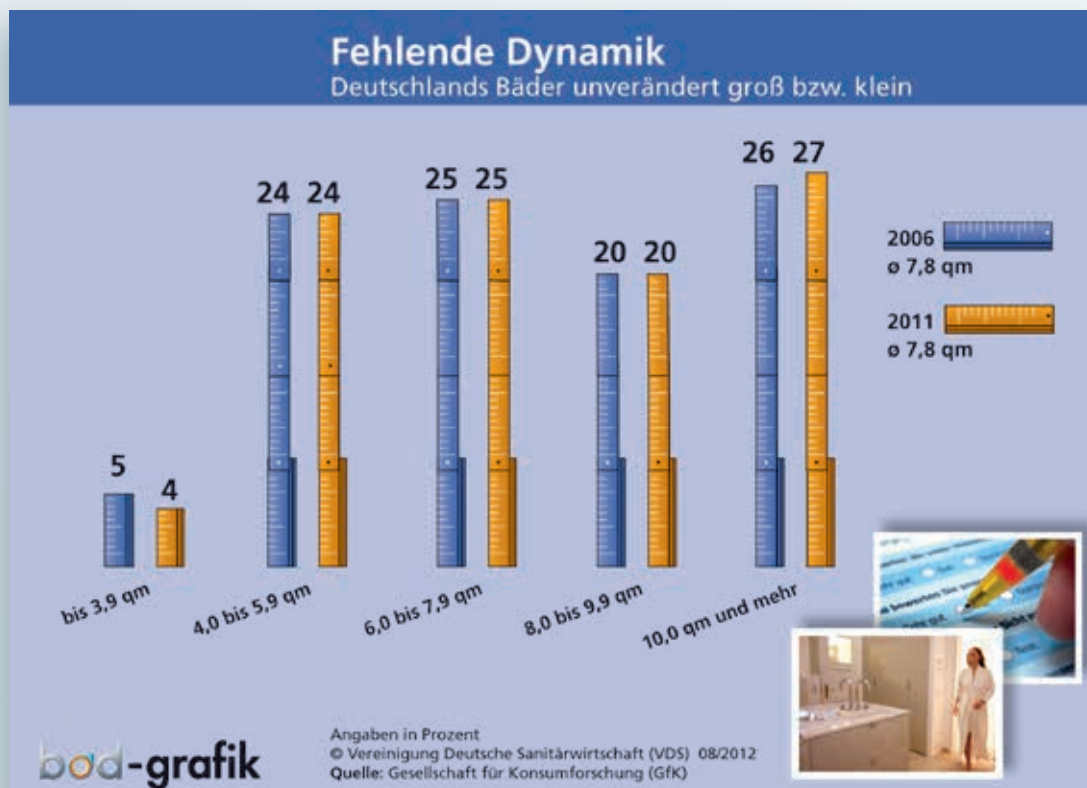
RA Jens J. Wischmann, Geschäftsführer

Bonn, Dezember 2013

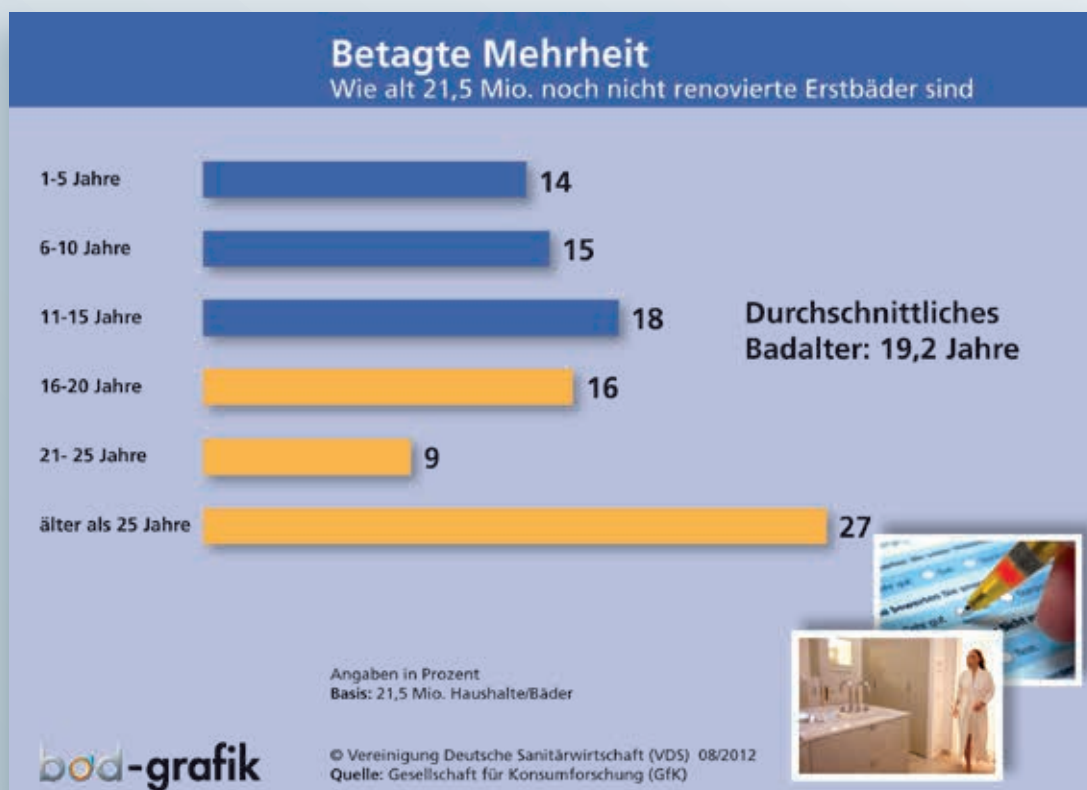
EIGENE
GfK-STUDIE
08 / 2012



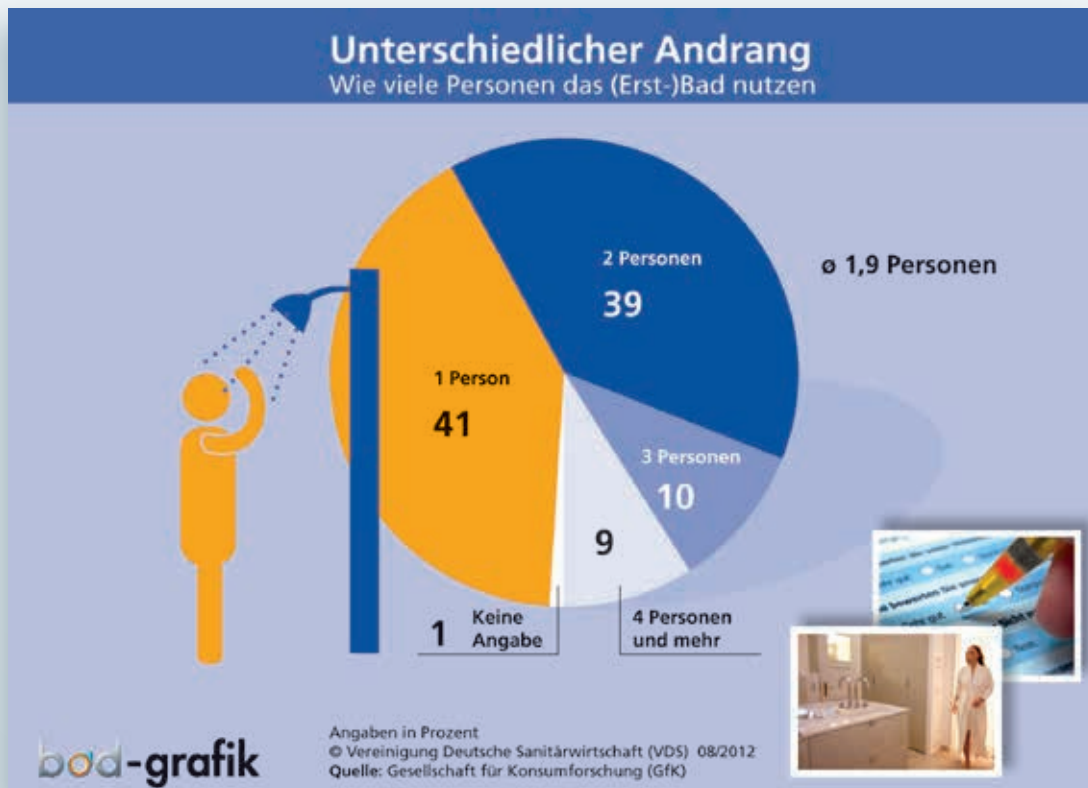
Das deutsche Durchschnittsbad misst 7,8 Quadratmeter und liegt damit exakt auf dem für 2006 ausgemachten Niveau. Es wird von knapp zwei Personen genutzt und das mit täglich je 40 Minuten immerhin 4 Minuten länger als ebenfalls 2006 ermittelt. Die meisten Bundesbürger möchten eine pflegeleichte und zweckmäßig-funktionale Einrichtung, dicht gefolgt von dem Wunsch nach einer altersgerechten Ausstattung. Diese und weitere Erkenntnisse aus der im Jahr 2012 im Auftrag der VDS durchgeführten, für rund 41 Mio. Privathaushalte repräsentativen Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) sind auch heute noch gültig.



Stillstand: Die aktuelle Durchschnittsgröße deutscher Bäder liegt mit 7,8 Quadratmetern exakt auf dem für 2006 ermittelten Niveau. Nach wie vor scheitern laut Studie immer noch 28 % und damit 12,4 Mio. Erstbäder an der 6 Quadratmeter-Hürde.



Oldies: Stolze 21,5 Mio. Erstbäder wurden der Untersuchung zufolge seit dem Bau bzw. Bezug des Hauses noch nicht renoviert. Ihr Durchschnittsalter beträgt fast zwei Jahrzehnte.



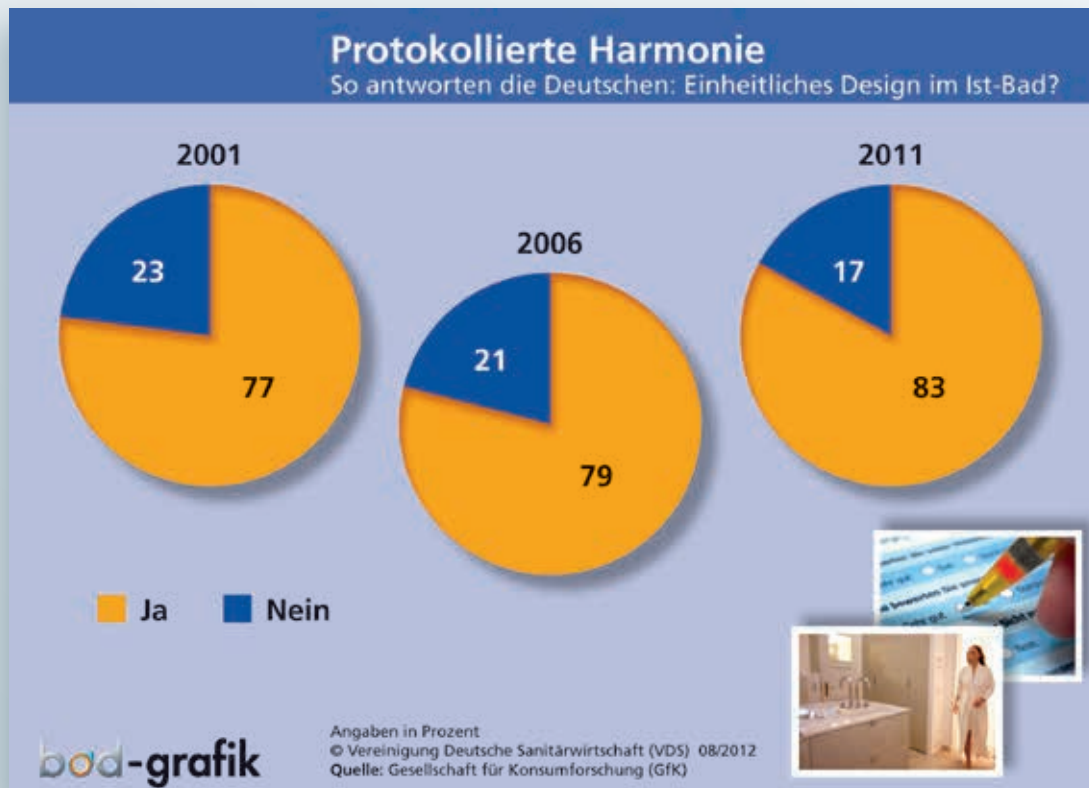
Mittelwert: Das statistische deutsche Durchschnittsbad nutzen täglich knapp zwei Personen. Für den gegenüber 2006 leicht reduzierten „Andrang“ ist primär der Anstieg der Ein-Personen-Bäder verantwortlich.



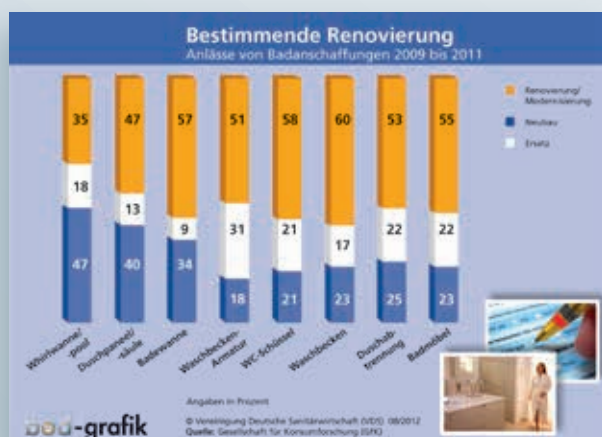
Zugabe: Im Bad halten sich die Deutschen heute im Mittel täglich 40 Minuten und damit exakt 4 Minuten länger als 2006 auf. Ein gutes Drittel lässt sich sogar bis zu einer Stunde Zeit.



Betrieb: In knapp 4,4 Mio. Haushalten kommt es den GfK-Recherchen zufolge „täglich“ bzw. „ab und zu“ in der morgendlichen Rushhour zu Engpässen im Bad. 74 % begründen das mit der Existenz nur eines Badezimmers.



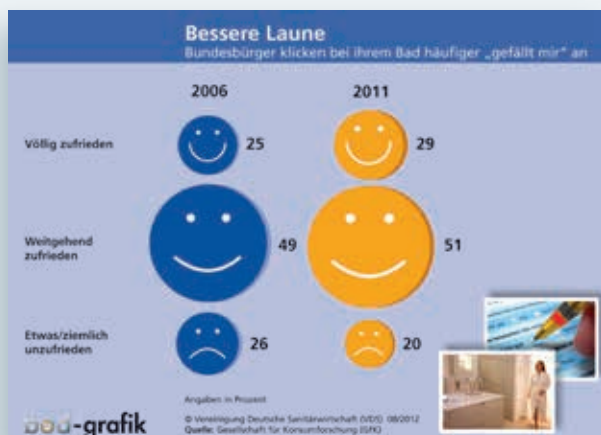
Harmonie: Das „einheitliche Design“ ihrer Bäder bejahen vier von fünf Deutschen. Die entsprechende Quote erhöhte sich im letzten Jahrzehnt kontinuierlich von 77 % auf jetzt 83 %.



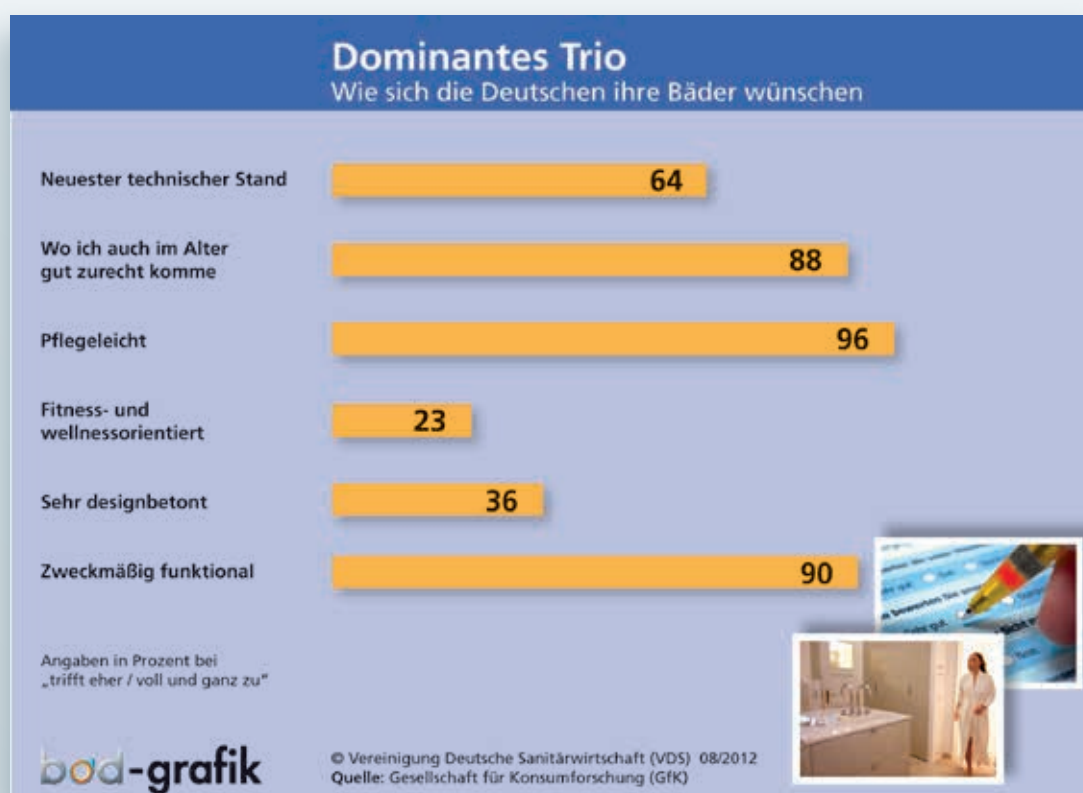
Hauptdarsteller: Renovierung und Modernisierung waren auch von 2009 bis 2011 per saldo die mit Abstand wichtigsten Anlässe für den Kauf neuer Badprodukte. Überdurchschnittliche Neubau-Quoten ermittelte die Repräsentativstudie bei Whirlwannen, Duschkabinen und Badewannen.



Gewinner: Bei der Relevanz der (genutzten) Informationsquellen für die tatsächliche Kaufentscheidung hatten die Bad-Profis auch von 2009 bis 2011 klar die Nase vorn, geht aus der Erhebung hervor. Aber beachtlich: die hohen Werte bei alternativen Vertriebskanälen.



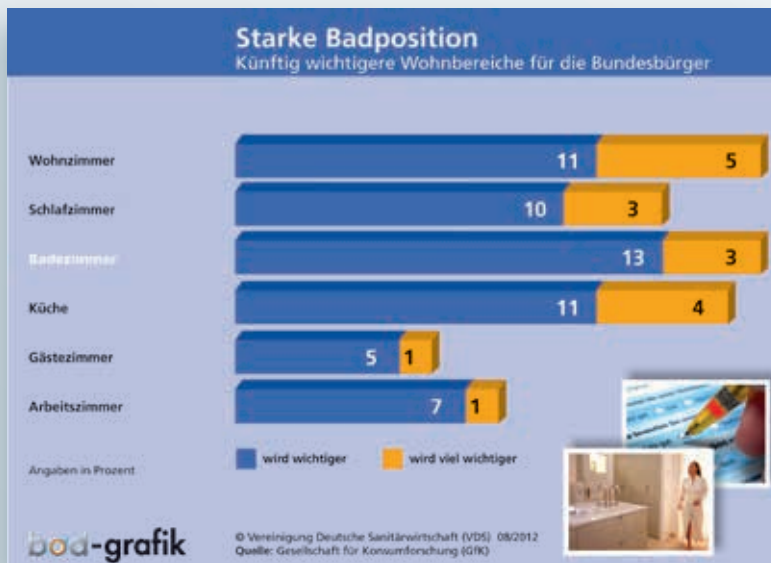
Veränderung: Insgesamt sind die Bundesbürger mit ihren Bädern heute zufriedener als 2006. Hinter der gesunkenen Quote der „etwas/ziemlich Unzufriedenen“ verbergen sich aber trotzdem 7,3 Mio. Haushalte.



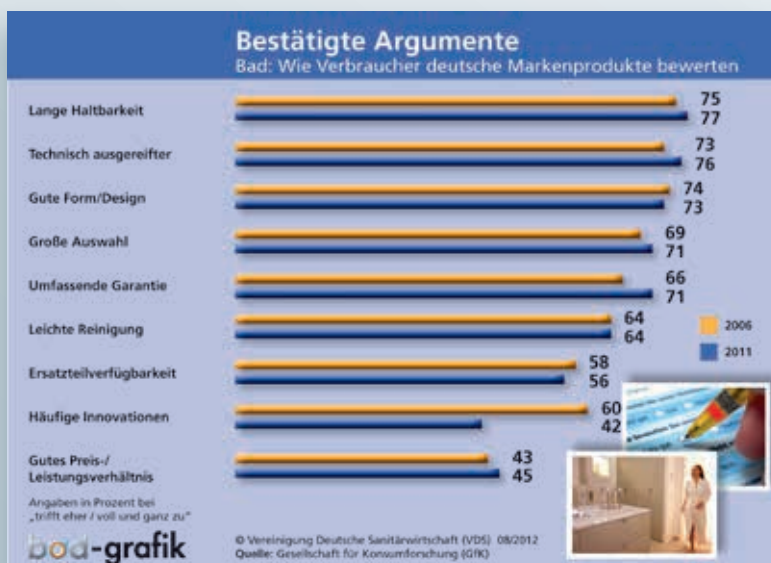
Pragmatismus: Pflegeleicht und zweckmäßig-funktional soll das Wunschbad der Deutschen sein. Den „Klassikern“ ist die altersgerechte Ausstattung jedoch bereits dicht auf den Fersen.



Störfaktor: Als stärksten Frust-Auslöser der Deutschen ermittelte die Repräsentativstudie das „veraltete, renovierungsbedürftige Bad“. Das und die weiteren Ärgernisse lassen sich in der folgenden Formel zusammenfassen: offenkundige Defizite hier, konkretes Geschäftspotenzial für die Branche dort.



Favoriten: Gemeinsam mit Wohnzimmer und Küche liegt das Bad bei den Bundesbürgern vorn, wenn es um Wohnbereiche geht, die künftig wichtiger bzw. viel wichtiger werden. Auch das dokumentiert die günstigen Rahmenbedingungen für die Sanitärbranche.



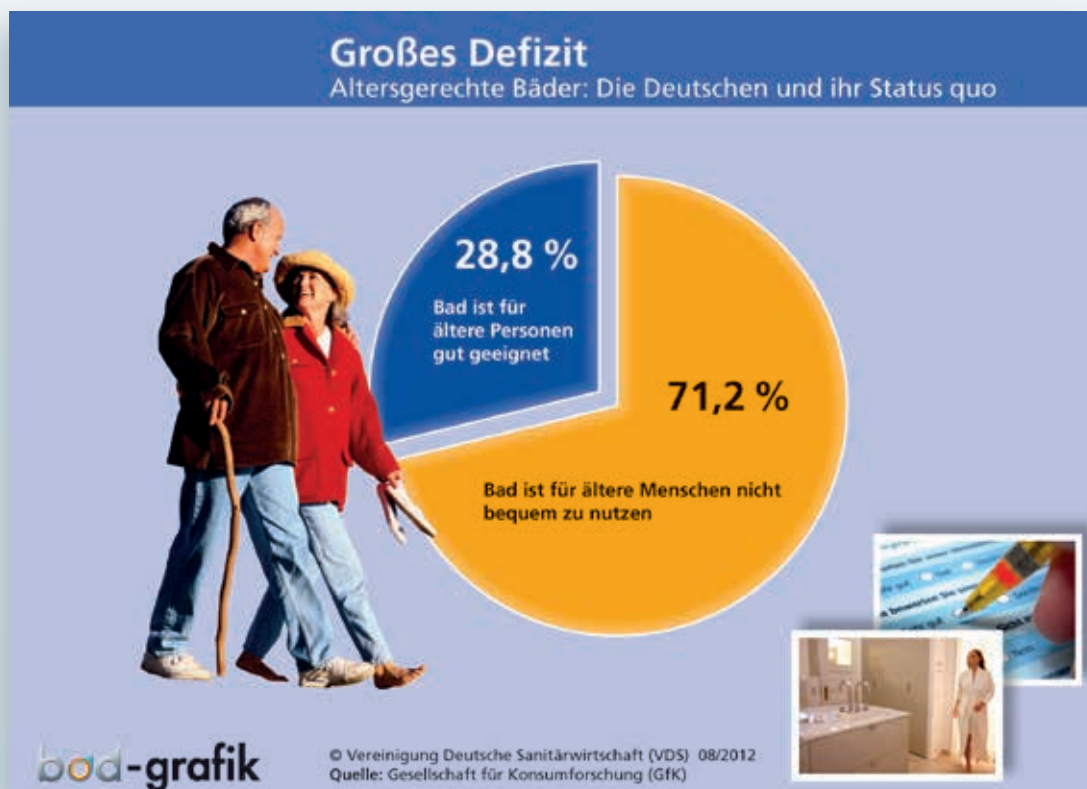
Konstanz: Deutsche Markenprodukte für das Bad punkten bei den Verbrauchern nach wie vor besonders mit einer hohen Lebensdauer, ausgereifter Technik und einem guten Design. Einziger Wermutstropfen laut Studie: die von den Bundesbürgern gegenüber 2006 schwächer eingestufte Innovationskraft.



Medaillenvergabe: Die Kriterien „uneingeschränkte Nutzung im Alter“, „muss mich ganz und gar wohlfühlen“ und „Ordnung durch Stauraum besonders wichtig“ nehmen die drei Top-Plätze bei den grundsätzlichen Bad-Einstellungen der Deutschen ein. Auch das übrige Umfrage-Ranking begünstigt die Profi-Schiene.



Individualität: Auf dem Weg zum neuen Bad steht für die Bundesbürger die „volle Berücksichtigung“ ihrer persönlichen Wünsche an erster Stelle. Wichtig sind ihnen danach auch die fachkundige Beratung von Anfang an sowie ein verlässlicher Partner, der das „Bad aus einer Hand“ möglichst zum Festpreis offeriert.



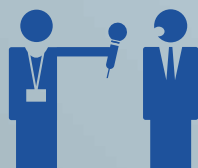
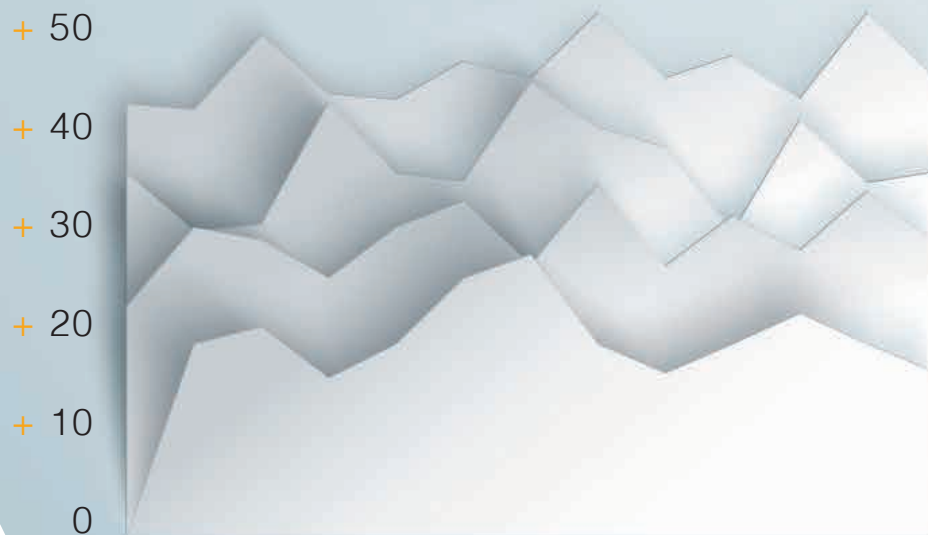
Diskrepanz: Altersgerechte Bäder sind ein oft geäußelter Wunsch, aber eine eher selten anzutreffende Realität in deutschen Wohnungen. Dieser repräsentative Befund verspricht mit Blick auf den demografischen Wandel für die Zukunft einen anhaltenden Renovierungsboom.



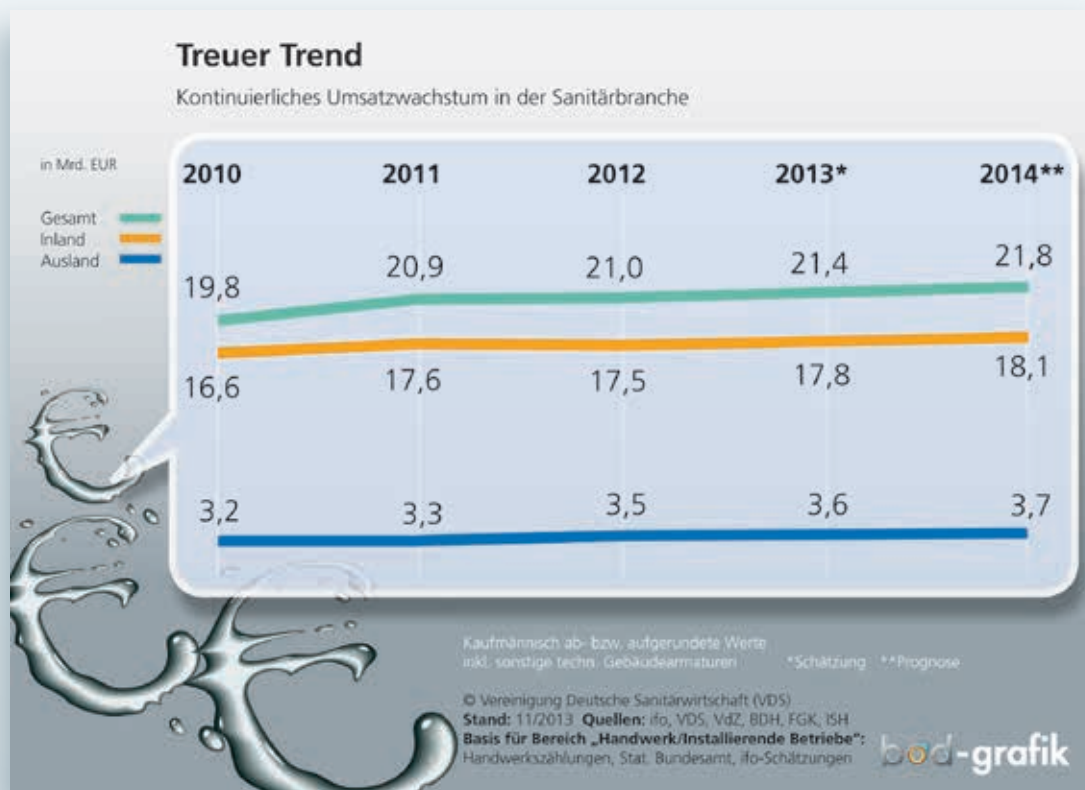
Bonus: In das Markttrennen um altersgerechte Bäder schicken die Verbraucher die Sanitärprofis offenkundig mit einem großen Vertrauensvorsprung. Das beginnt schon beim Thema „Informationskompetenz“.

EIGENE
IFO-
MARKTBERICHTE

11 / 2013



Im Auftrag von VDS, Forum für Energieeffizienz in der Gebäudetechnik e.V. (VdZ), BDH Bundesindustrieverband Deutschland Haus-, Energie- und Umwelttechnik e.V. und ISH erstellt das Münchener ifo-Institut einen jährlichen Marktdatenbericht für die Haus- und Gebäudetechnik. Die auf den folgenden Seiten enthaltenen Grafiken und Erläuterungen basieren auf Mitte November 2013 vorgelegten Zahlen und geben Auskunft über die Umsatzentwicklung der Branche. Prognosen zur Beschäftigung und Unternehmenszahlen ergänzen die Übersicht. Regelmäßige Updates finden Sie auf unserer Internetseite www.sanitaerwirtschaft.de.



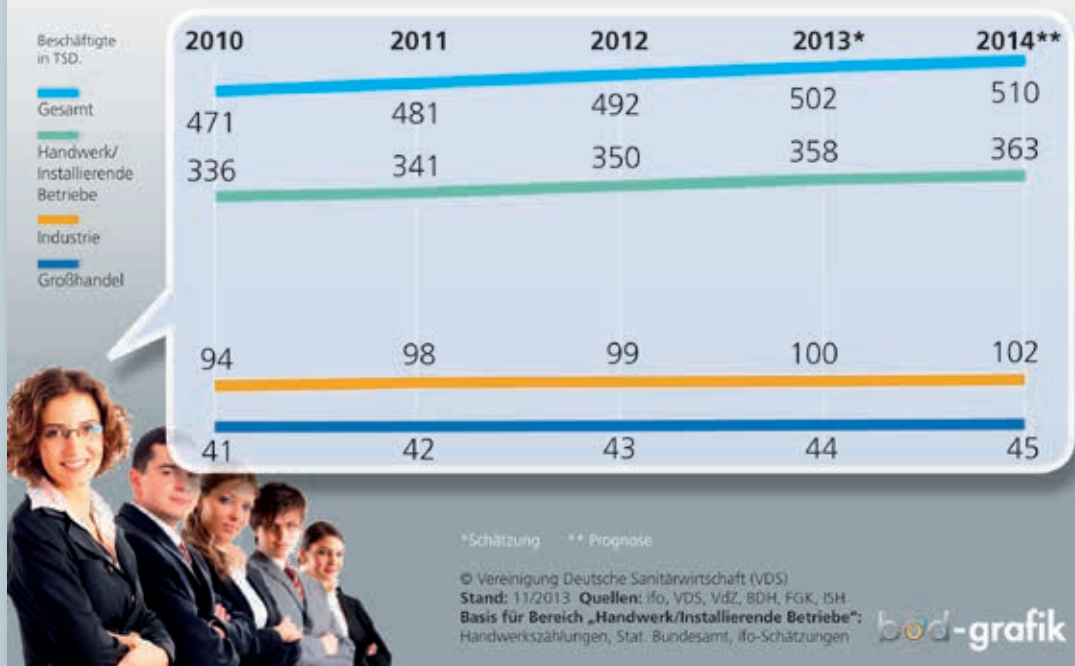
Die Sanitärbranche darf sich erneut über eine positive Umsatzentwicklung freuen. Laut ifo-Schätzung kletterten die Verkaufserlöse 2013 um 1,9 % auf 21,4 Mrd. Euro. Das ist sowohl auf Steigerungen im Inlands- (+ 1,7 %) als auch im Auslandsgeschäft (+ 2,8 %) zurückzuführen. Zum Vergleich: 2012 lag das Gesamtwachstum bei lediglich 0,5 %.



Die deutsche Haus- und Gebäudetechnikwirtschaft wartete auch 2013 mit positiver Bilanz auf. Auf Basis einer ifo-Schätzung wuchsen die Verkaufserlöse um 1,4 % auf 51,0 Mrd. Euro. Damit überwand die Branche nach 2012 zum zweiten Mal die 50 Mrd. Euro-Marke.

Gute Nachricht

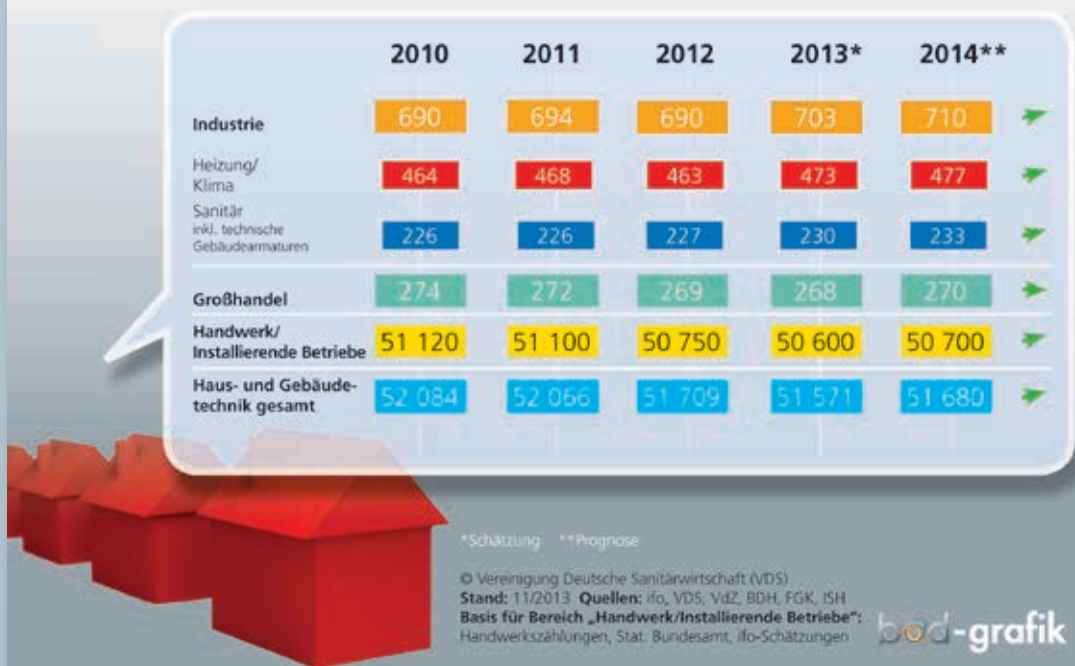
Haustechnikwirtschaft: Mittelständische Branche schafft neue Arbeitsplätze



Dank guter Branchenkonjunktur hat sich die Zahl der Arbeitsplätze in der deutschen Haustechnikwirtschaft in der Vergangenheit kontinuierlich erhöht. Wie das ifo-Institut schätzt, übersprang das Beschäftigungsniveau 2013 knapp die 1/2 Mio.-Hürde. Für 2014 wird mit insgesamt 510.000 Stellen ein weiterer Anstieg prognostiziert.

Sanfte Welle

Haus- und Gebäudetechnik: Begrenztes Auf und Ab bei Unternehmenszahlen



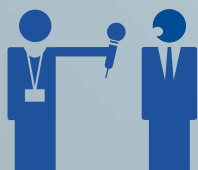
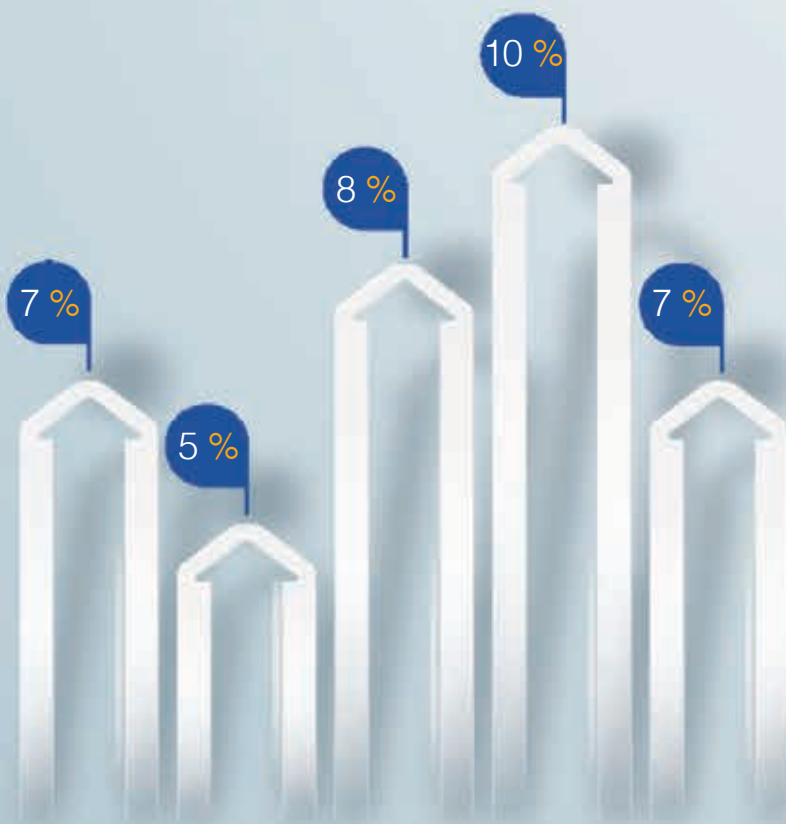
Mit rund 51.500 fiel die Zahl der Unternehmen in der Haus- und Gebäudetechnikbranche 2013 abermals niedriger aus als in den Vorjahren. Während die Industrie sich in der Aufwärtsbewegung befand, knickten Großhandel und Handwerk jeweils leicht ein. 2014 jedoch soll es für das Trio unisono nach oben gehen. So jedenfalls die ifo-Prognose.

EIGENE
forsa-
ERHEBUNGEN

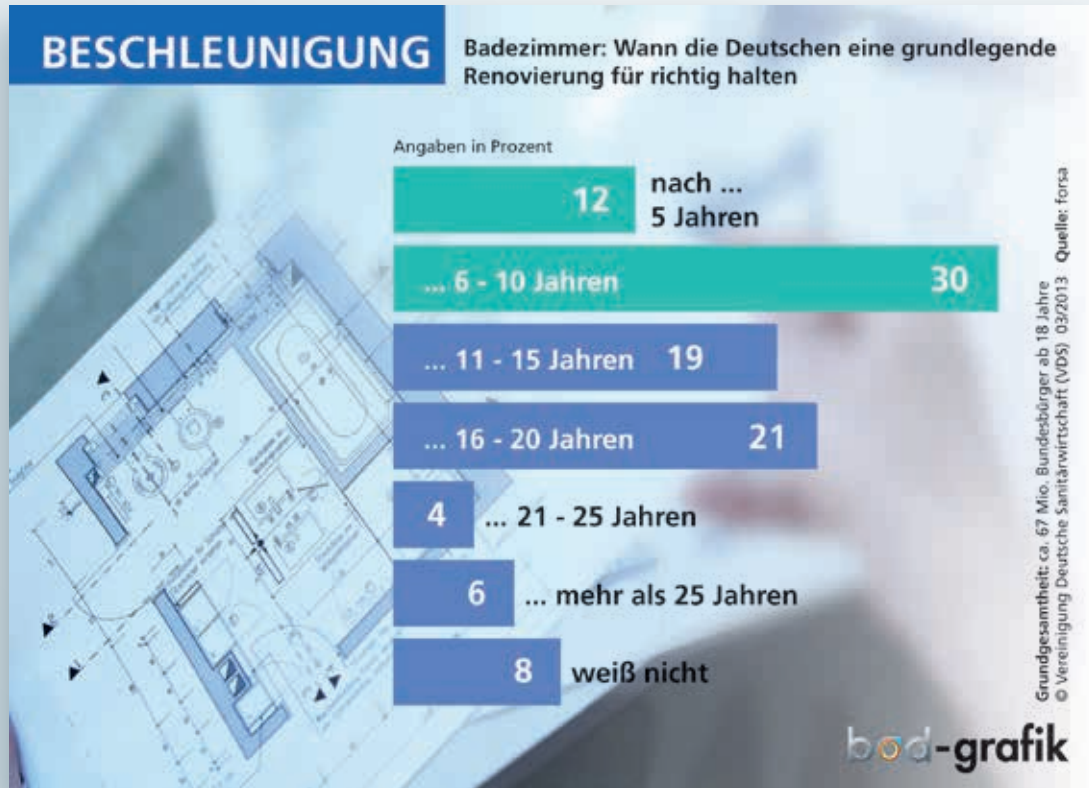
09 / 2010

03 / 2011

03 / 2013



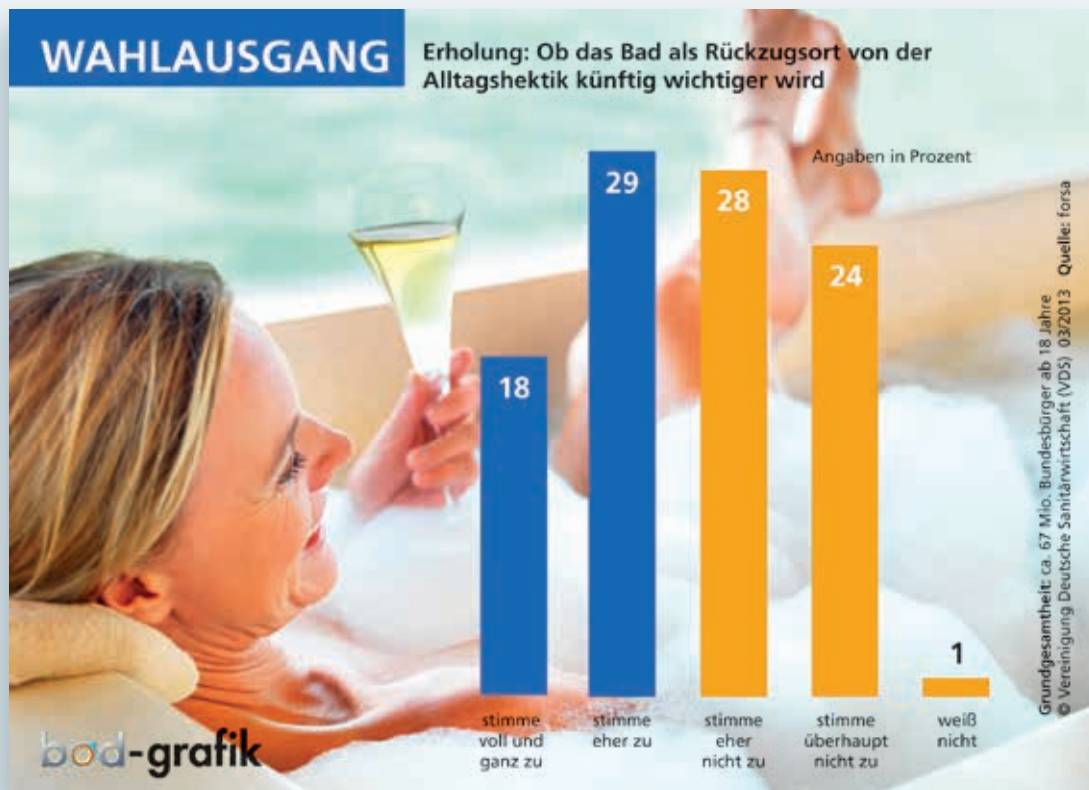
Wann die Deutschen eine grundlegende Renovierung ihres Badezimmers für richtig halten, ob es als Rückzugsort von der Alltagshektik künftig an Bedeutung gewinnt oder welcher Wohnbereich im Hinblick auf eine altersgerechte Ausstattung für wichtig gehalten wird – all das und noch viel mehr ermittelten diverse forsa-Erhebungen jeweils im Auftrag der VDS. Zur besseren Übersicht sind die Ergebnisse der Repräsentativumfragen aus den Jahren 2010, 2011 und 2013 thematisch unter den Oberbegriffen Renovierung, Regeneration/Planung, Altersgerecht/Barrierefrei sowie Komplettbad zusammengefasst. Der Vollständigkeit halber möchten wir anführen, dass die Grafiken „Berechnet und verteilt“ sowie „Spezifiziert und sortiert“ auf Seite 19 allein auf VDS-Recherchen basieren.



Wenn die Bundesbürger ihr eigenes Votum auch in die Tat umsetzen, werden Deutschlands Bäder künftig erheblich schneller als bisher von Grund auf erneuert. 42 % der Bevölkerung sprechen sich etwa für eine umfassende Renovierung nach spätestens 10 Jahren aus.



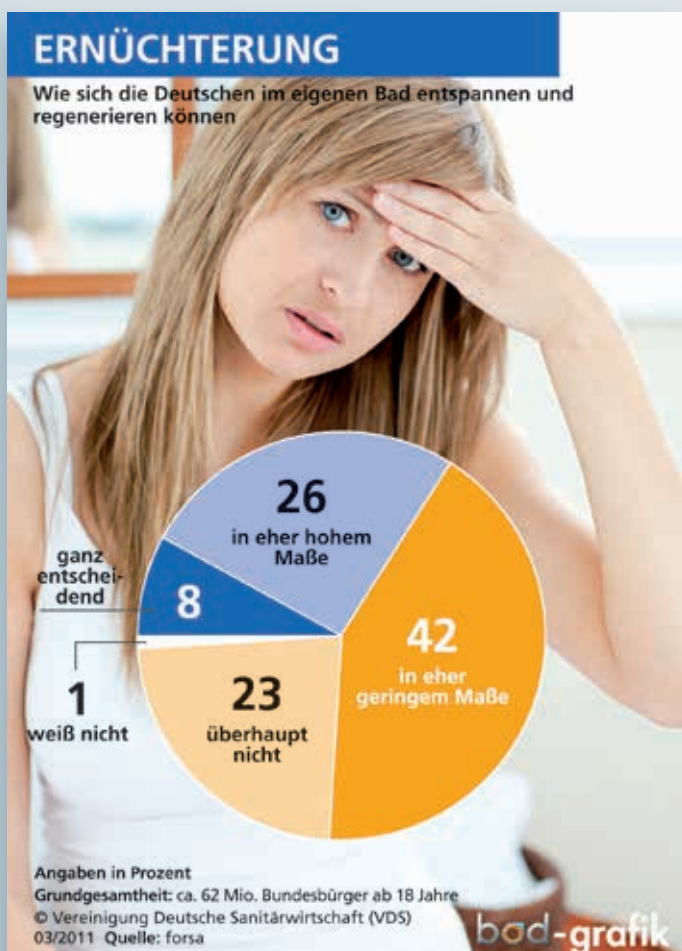
Entwarnung: Die Angst vor Schmutz, Staub, Lärm und einer (wochenlangen) Baustellenatmosphäre ist für Haus- und Wohnungseigentümer kein Renovierungsverhinderer, fand das forsa-Institut in einer repräsentativen Umfrage heraus. Nur insgesamt 9 % wollen danach eine umfassende Badmodernisierung „solange wie möglich verschieben“ oder „ganz auf sie verzichten“.



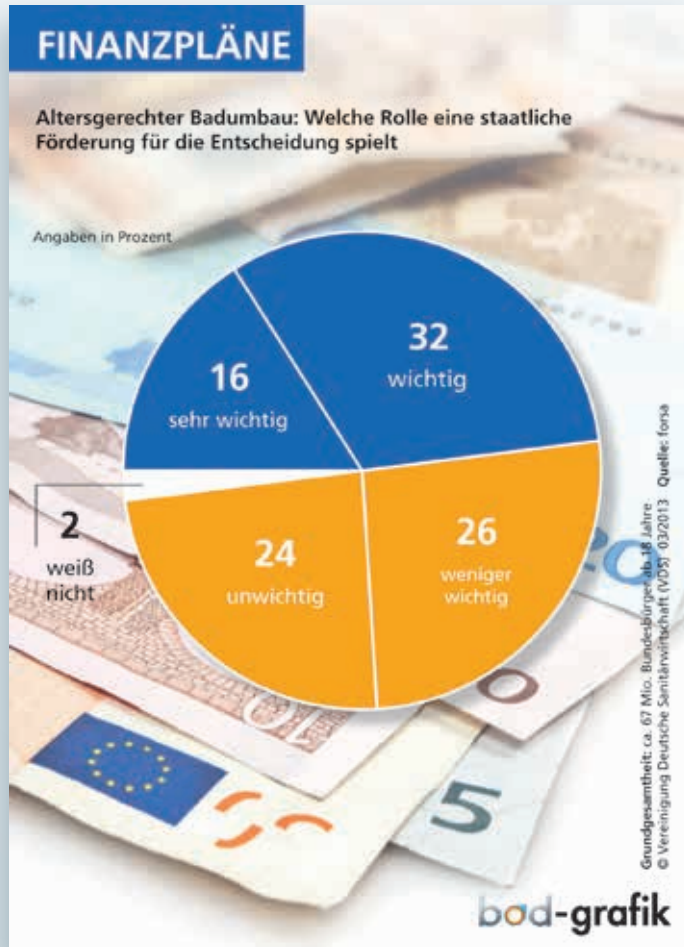
Insgesamt glaubt etwa die Hälfte der Deutschen, dass das Bad als „Rückzugsort“ von der zunehmenden Alltagshektik in Zukunft eine größere Rolle spielt. Das ermittelte das forsa-Institut im März 2013 im Rahmen einer für rund 67 Mio. Bundesbürger ab 18 Jahre repräsentativen Studie. Damit schneidet der private Mikrokosmos „Bad“ selbst gegenüber populären Entspannungsalternativen wie Urlaub oder Garten sehr gut ab.



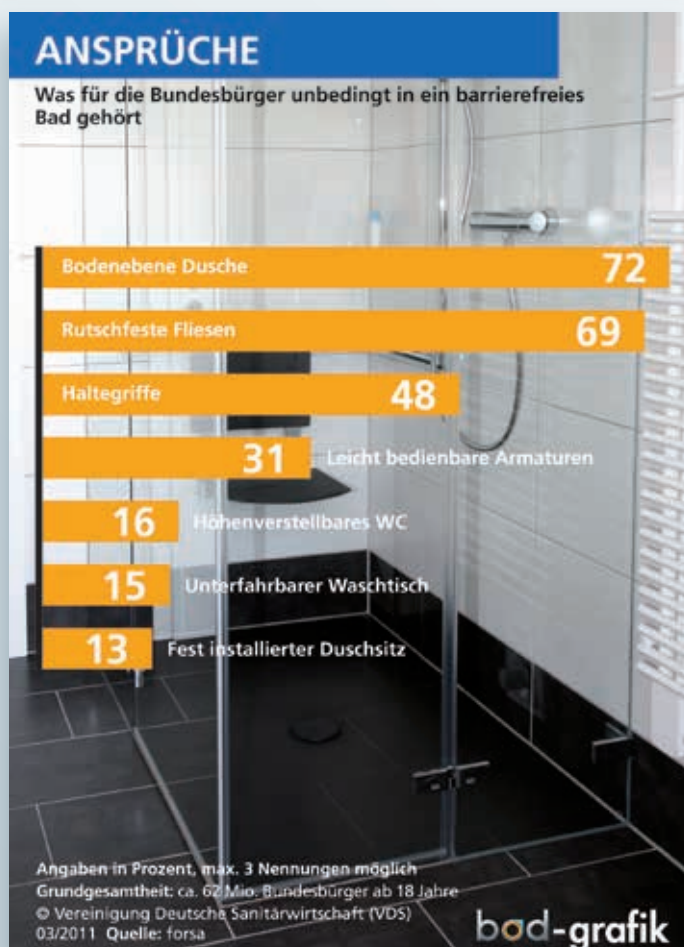
Skepsis: Mehrheitlich können die Deutschen mit der Idee relativ wenig anfangen, Bad und Schlafzimmer miteinander zu verbinden. Aber immerhin freundet sich ein knappes Viertel der Bundesbürger mit dem Gedanken an, die traditionell strikte Separierung beider Räume zu beenden. Stand 2011.



Frust-Tendenz: Im Jahr 2011 fühlte sich eine klare Mehrheit der Bundesbürger ab 18 Jahre im eigenen Bad mehr oder minder unwohl. Zur persönlichen Entspannung und Regeneration trug es danach nämlich für 42 % nur „in eher geringem Maße“ und für 23 % sogar „überhaupt nicht“ bei.



Bei der Frage, wie stark eine staatliche finanzielle Förderung die Entscheidung für einen altersgerechten Badumbau beeinflusst, teilt sich die deutsche Bevölkerung in zwei gleich große Lager. Entsprechende Bund- und Länderprogramme können beim Abbau des erheblichen Defizits an barrierefreien Bädern ein effizientes Modul sein.



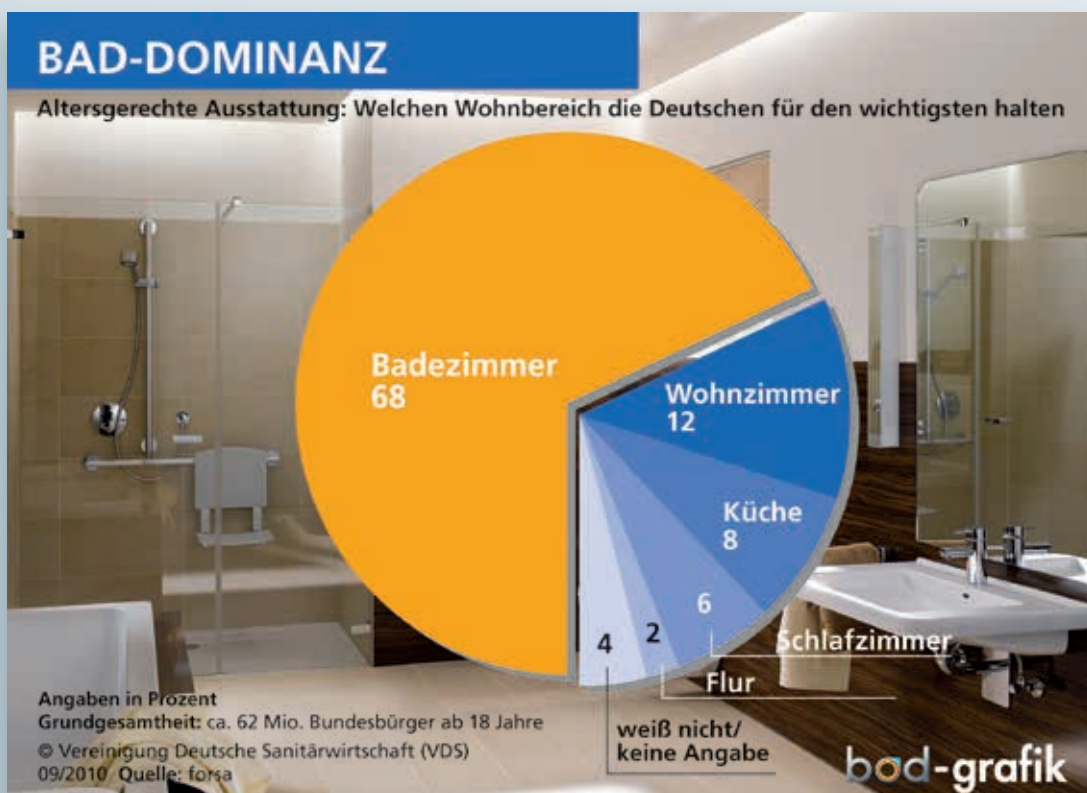
Top-Duo: Eine bodenebene Dusche und rutschfeste Fliesen waren für die Bundesbürger schon 2011 ein absolutes Muss, wenn es um die Ausstattung barrierefreier Bäder geht. Auf der Hitliste unverzichtbarer Produkte folgen danach mit einigem Abstand Haltegriffe und leicht bedienbare Armaturen.



Sicherheit: Wenn die Bundesbürger nach einem geeigneten Fachbetrieb für den Bau eines barrierefreien Bades suchen (würden), kommt es ihnen in erster Linie auf einen „garantierten Festpreis“ an.



Priorität: Altersgerecht ausgestattete Bäder sind für die Deutschen eindeutig Nummer 1 bei der Aufgabe, die Konsequenzen aus dem demografischen Wandel zu ziehen und deshalb die Wohnungen entsprechend einzurichten.



Bereits 2010 hielten 68 % der Bundesbürger ab 18 Jahre das Bad für den wichtigsten Raum, wenn es um altersgerecht ausgestattete Wohnungen geht.

ANSICHTEN

Wie Haus- und Wohnungsbesitzer den Begriff „Komplettbad“ verstehen



Angaben in Prozent

Grundgesamtheit: etwa 33 Mio. in Haus- und Wohnungseigentum lebende Bundesbürger ab 18 Jahre
© Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS)
09/2010 Quelle: forsa

bod-grafik

Verständnisprobleme: Nur die Hälfte der privaten Haus- und Wohnungsbesitzer verstand im September 2010 unter dem Begriff „Komplettbad“ das, was die Profischiene damit meint. Knapp 40 % vermuteten dahinter jedoch ein mehr oder minder vorgefertigtes Bad.



Beweis: Wie wichtig die Qualifizierung zum „Bad-Manager“ auch unter betriebswirtschaftlichen Aspekten ist, zeigt die Budgetzusammensetzung eines Komplettbad-Beispiels. Danach entfällt fast die Hälfte der Gesamtsumme von 38.000 Euro auf das professionell zu koordinierende Segment „Folgegelerke“.

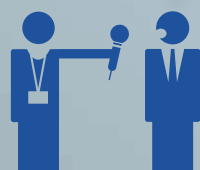


FREMDE
UNTER-
SUCHUNGEN

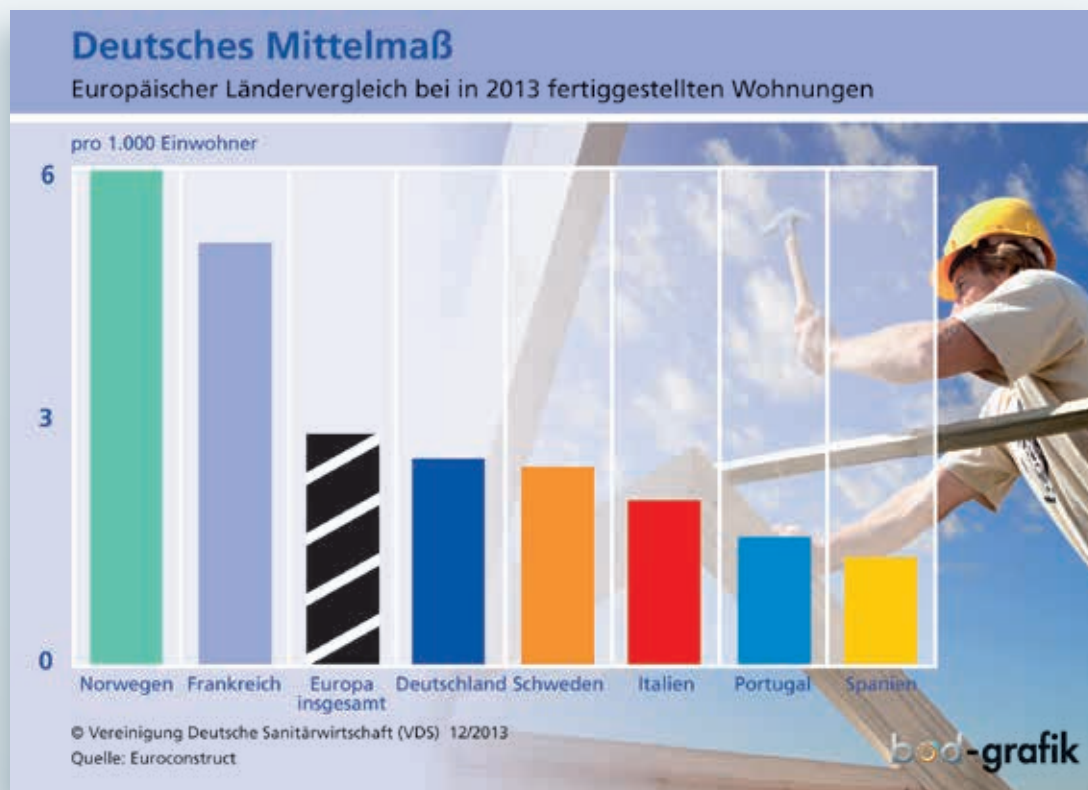
12 / 2013

11 / 2011

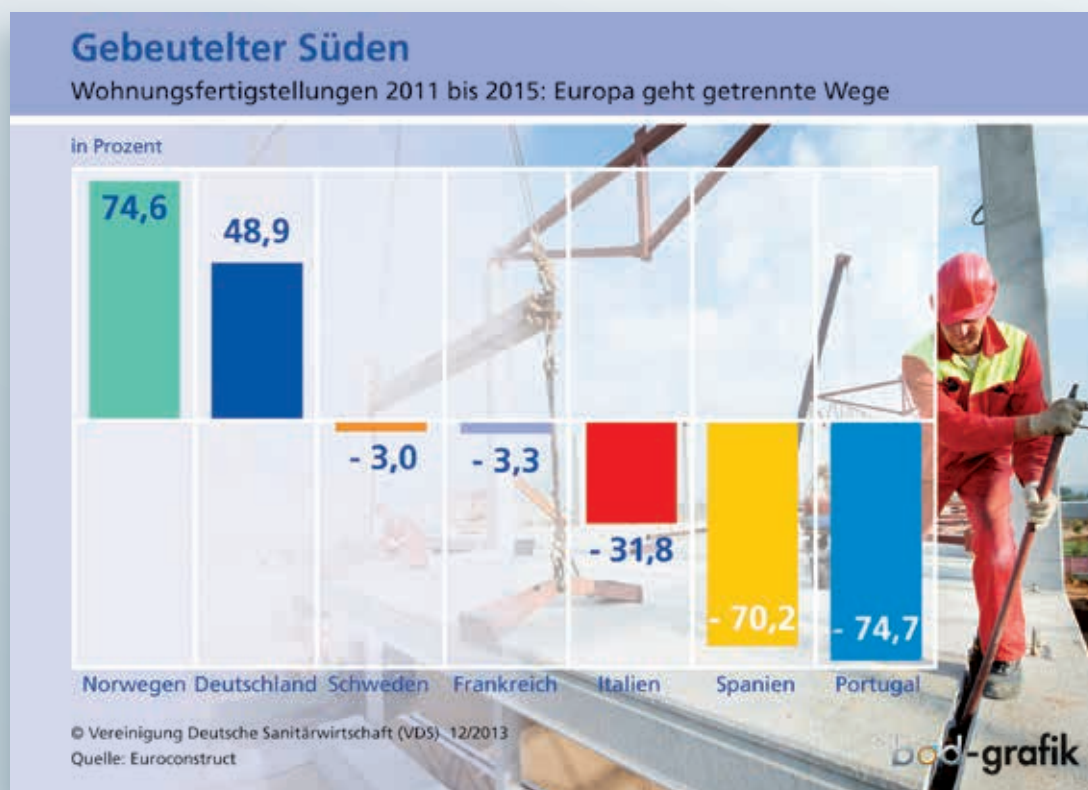
01 / 2011



Zu den Fremderhebungen, die in dieser Ausgabe Berücksichtigung finden, zählen zum einen aktuelle Euroconstruct-Berechnungen zur Entwicklung des europäischen Bausektors. Zum anderen nehmen sowohl die AWA Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse als auch „Der private Baupmarkt“ des Fachschriften-Verlages das Renovierungsverhalten der Bundesbürger unter die Lupe. Zudem gibt eine Untersuchung des Statistischen Bundesamtes Auskunft darüber, wie stark die Deutschen in die Jahre kommen. Neue Weichenstellungen im privaten Wohnungs- bzw. Bäderbau sind danach mehr denn je erforderlich. Gerne weisen wir in dem Zusammenhang auf die „Aktion Barrierefreies Bad“ hin. Mehr unter www.aktion-barrierefreies-bad.de



Der europäische Wohnungsbau driftet zunehmend auseinander. Das lässt sich aus Erhebungen und Schätzungen der Forschungsgemeinschaft Euroconstruct für 2013 ablesen. Bei Fertigstellungen nach Einwohnern liegen Norwegen und Frankreich klar über dem Durchschnitt. Deutschland nimmt knapp darunter einen Mittelplatz ein. Spanien hingegen muss weiter abreißen lassen.

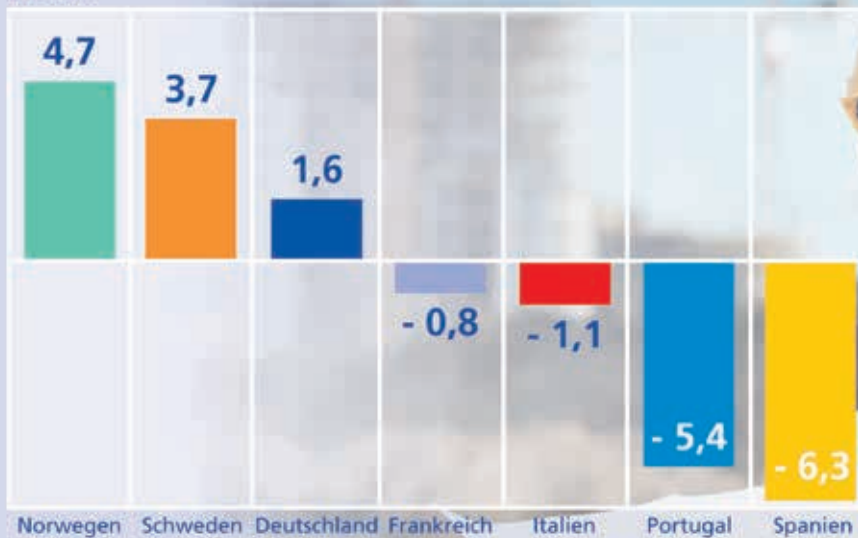


Im Süden auch künftig nichts Neues: Die Wohnungsfertigstellungen in Portugal, Spanien, aber auch Italien befinden sich weiter im Sturzflug. Das errechnete bzw. prognostiziert Euroconstruct für den Zeitraum 2011 bis 2015. Der Norden dagegen darf sich glücklich schätzen. In der Vergleichsperiode schneiden Norwegen und Deutschland prozentual mit großen Abständen am besten ab.

Starkes Gefälle

Europäischer Wohnungsbau: Durchschnittliche Jahres-Veränderungsraten 2013 bis 2015

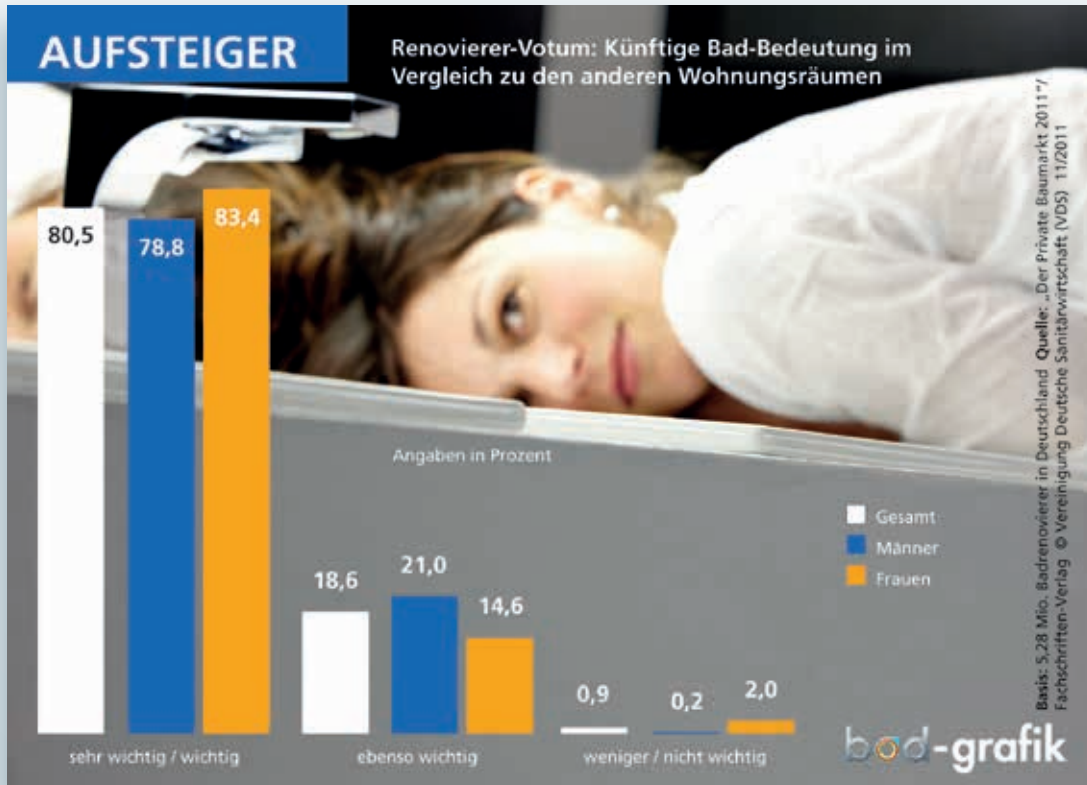
in Prozent



© Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) 12/2013
Quelle: Euroconstruct

bod-grafik

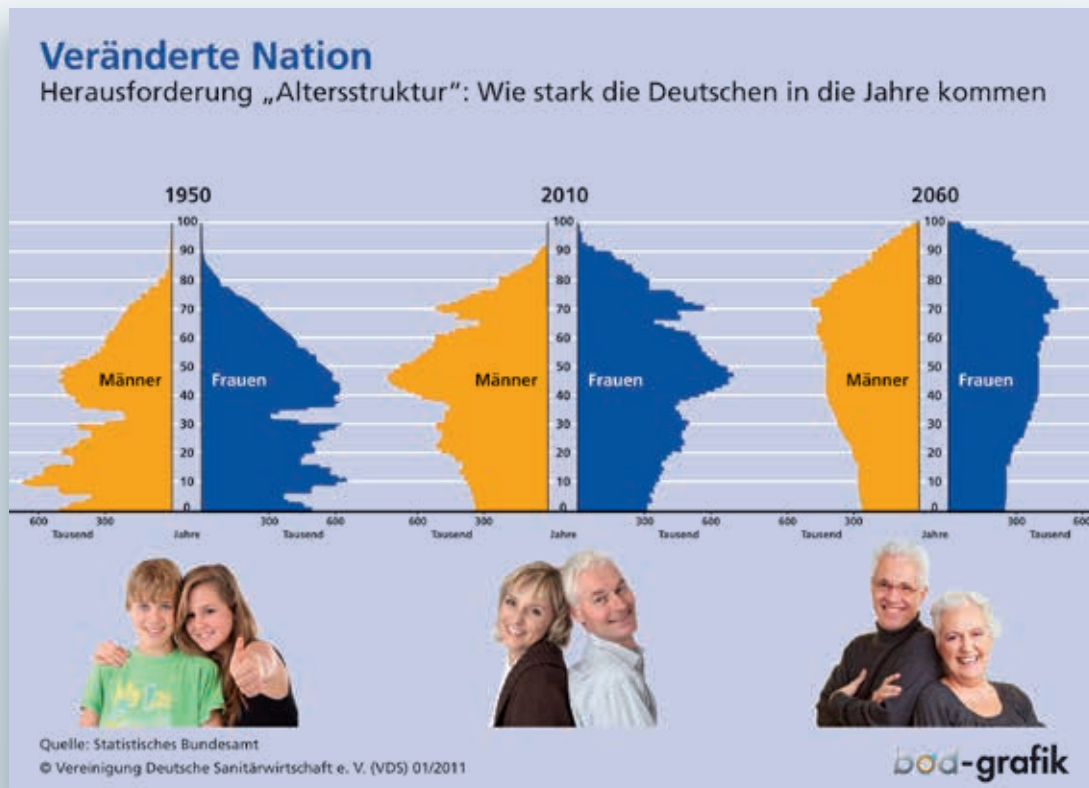
Nochmals schlechte Aussichten für die Iberische Halbinsel: Laut Euroconstruct soll der Wohnungsbau von 2013 bis 2015 seinen Abwärtstrend mit durchschnittlich - 5,4 bzw. - 6,3 % fortsetzen. Währenddessen gibt es speziell in Norwegen, Schweden und auch Deutschland Chancen auf weiterhin positive Jahres-Veränderungsraten.



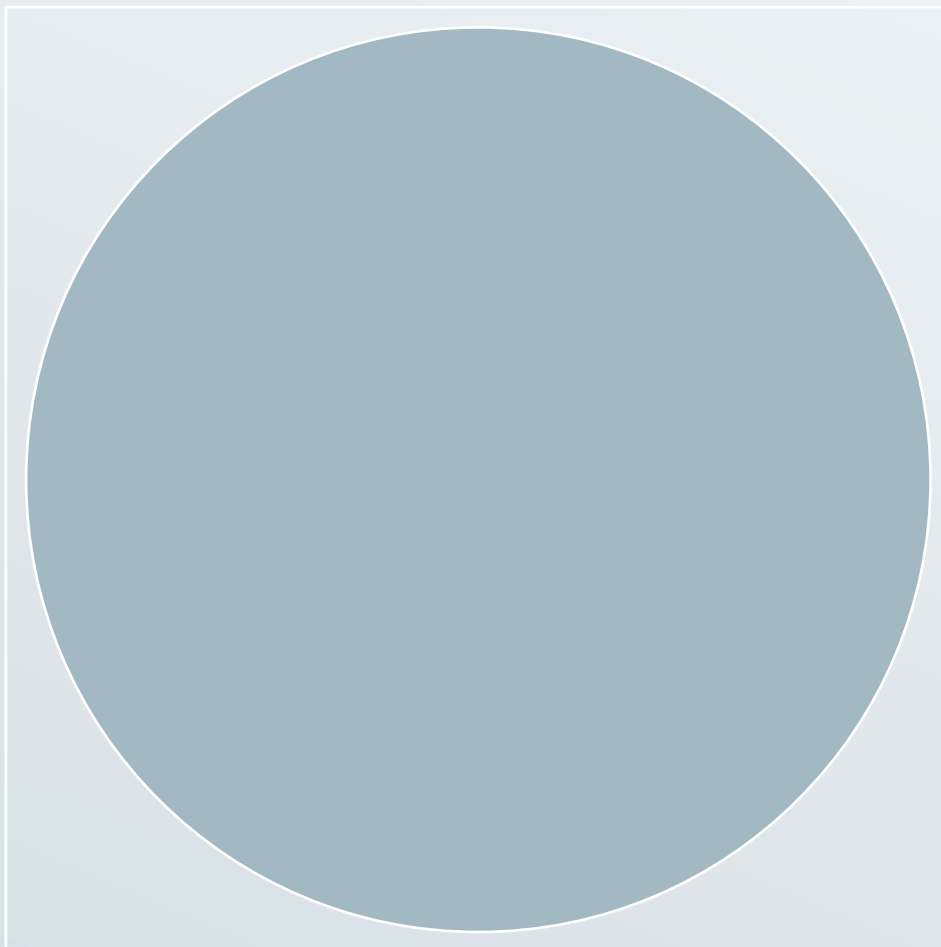
Im Rahmen der Untersuchung „Der Private Baumaarkt 2011“ bewerteten 80 % der knapp 5,3 Mio. Teilnehmer das Bad im Vergleich zu anderen Wohnräumen als „sehr wichtig/wichtig“. Mit 83,4 % sind Frauen besonders „badaffin“. Aber auch für Männer trifft das in hohem Maße zu.



Der „AWA 2011“-Studie zufolge nimmt das Bad bei den Renovierungsabsichten der Bundesbürger ab 14 Jahre hinter der Küche Platz 2 ein. 4,5 Mio. Personen wollten bis 2013 in den Sanitärbereich investieren. Ob sie es auch getan haben? Wir hoffen, ja!



Der demografische Wandel hinterlässt in der deutschen Bevölkerung ebenso tiefe wie nachhaltige Spuren. Das Ergebnis ist der mehr oder minder rasante Alterungsprozess. Das gilt heute wie 2011 und erfordert neue Weichenstellungen.



IMPRESSUM

Herausgeber:

Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS)
Rheinweg 24, D-53113 Bonn, info@sanitaerwirtschaft.de

www.sanitaerwirtschaft.de
www.aktion-barrierefreies-bad.de
www.gutesbad.de
www.pop-up-my-bathroom.de
www.bad-akademie.de

Fotos, Grafiken und Tabellen, soweit nicht anders angegeben: VDS

Konzeption, Gestaltung und Redaktion: Linnigpublic

Nachdruck nur mit Quellenangabe gestattet
© VDS 12/2013



