

PRESSE-INFO

Neue Studie „Branchen-SPIEGEL Wohnbäder 2018“ erschienen

Bad- und Sanitärbranche braucht mehr Show und Schulung

Köln, 17. November 2017 - Von der Nasszelle zum Traum für jedermann. Moderne Wohnbäder sind zu individuellen Wohlfühlräumen mit hohem Prestigewert avanciert. Entsprechend freut sich der deutsche Markt für Bad- und Sanitärartikel jüngsten Hochrechnungen von Marketmedia24 zufolge auch 2017 erneut über ein Umsatzplus. Vor allem der Wohnungsbau ist ein wichtiger Marktmotor, der die Pro-Kopf-Ausgabe der Deutschen auf fast 110 Euro steigen ließ. Allerdings reicht diese Konsumausgabe nicht für überproportionale Umsatzsteigerungen bei den Vertriebswegen mit den größten Marktanteilen (Handwerk/Bau- und Heimwerkermärkte). Vielmehr sind es der Möbelhandel sowie Direktvertrieb und Distanzhandel, die das Jahr 2017 mit einer schwarzen drei vor dem Komma beenden werden.

Schöne neue Badezimmerwelt. So viel Design, so viel Flexibilität, so viel Variabilität, so viel Hightech, so viel mitdenkende Lösungen und Optionen gab es noch nie. Die volle Bandbreite der Wünsche weckenden Optionen erschließt sich den Konsumenten allerdings nur bei intensiverer Recherche. In der Tat könnten wesentlich mehr und hochwertigere Kaufimpulse ausgelöst werden, wissen auch die Branchenverbände, die sich mit Blick auf die weitere Zukunft für mehr Show und Schulung aussprechen.

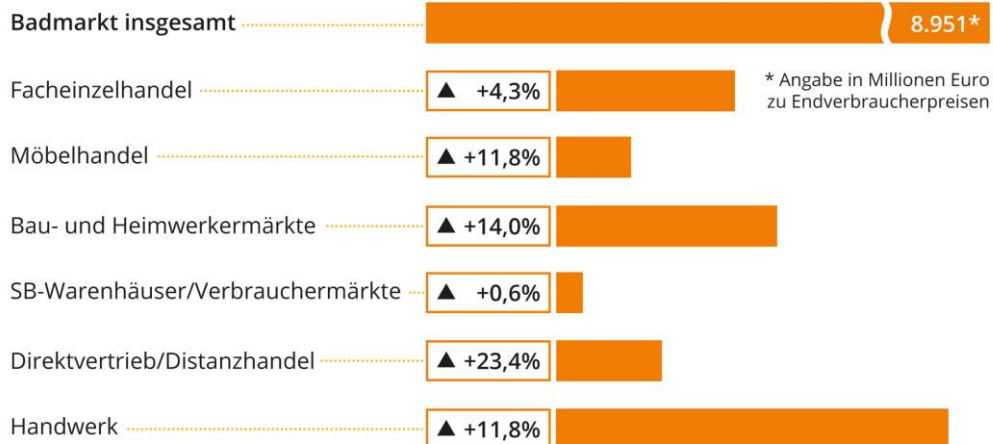
Derweil herrscht allein aufgrund der anhaltend positiven Wohnungsbauperspektiven fundierter Optimismus in der Branche. Schließlich wird in Deutschland gebaut wie lange nicht mehr. Und im Vergleich zu 2013 hat das Marktvolumen des deutschen Bad- und Sanitärmarktes 2017 um **knapp 12** Prozent zugelegt. Umsatz-Spitzenreiter sind dabei Badewannen, Duschen, Waschbecken und WC-Ausstattungen aus Kunststoff, die gegenüber 2016 um fast 10 Prozent zulegten. Auch die Kurzfristprognose von Marketmedia24 schreibt die positive Entwicklung fast aller Warengruppen in 2018 und 2019 noch deutlicher fort.

Gute Aussichten und volle Auftragsbücher können allerdings auch träge machen. Darauf deutete zum Beispiel erneut das schwache Interesse der Branchenbetriebe hin, sich an der gemeinsamen Verbraucherinitiative zu beteiligen. Dabei liegen seit mehr als 30 Jahren noch immer über zwei Millionen Bäder sozusagen brach. Umsatzpotenzial, das aktiv erschlossen werden will. Das gelingt den angestammten Vertriebswegen in unterschiedlichem Maß. Mangelnde Abschlussquoten ermittelte eine Forsa-Umfrage zum Beispiel für die Baumärkte, während die Marktanteile des Facheinzelhandels seit 2013 Jahr für Jahr sinken.

Die übrigen stationären Wettbewerber haben das Fürchten jedoch noch nicht gelernt. Schließlich hat der Online-Tsunami in dieser Branche gerade mal die 10 Prozentmarke hinter sich gelassen. Allerdings nimmt die Dynamik dieser Marktteilnehmer zu, warnen die Marktforscher in Köln.

Online/Direktvertrieb geben Gas

Die Umsatzveränderung im deutschen
Bad- und Sanitärhandel 2017 gegenüber 2013



Mit gut 41 Prozent Marktanteil dominiert das Handwerk seit Jahren unangefochten die Vertriebsstatistik. Auch die Baumärkte halten mit gut 20 Prozent Schritt. Die größten Umsatzzsprünge jedoch gelingen im Vergleich der Jahre 2017 zu 2013 dem Distanzhandel/Direktvertrieb. Hier freut man sich über ein Plus von über 23 Prozent.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Die vollständigen Ergebnisse sind veröffentlicht im neuen „Branchen-SPIEGEL Wohnbäder 2018“, der belastbare Markt- und Vertriebsdaten bis zum Jahr 2019 liefert. Die Studie ist zum Preis von 340,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

3.184 Zeichen inkl. Leerzeichen | 424 Wörter

Suchen Sie Gesprächsstoff zu Ihren Marktthemen und Bilder, die Sie inspirieren? Dann werfen Sie einen Blick in den Marketmedia24-Blog - für neue Querverbindungen im Kopf: <http://blog.marketmedia24.de>.

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49(0)2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Die Markt- und Handelsspezialisten von Marketmedia24 halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie.

Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.