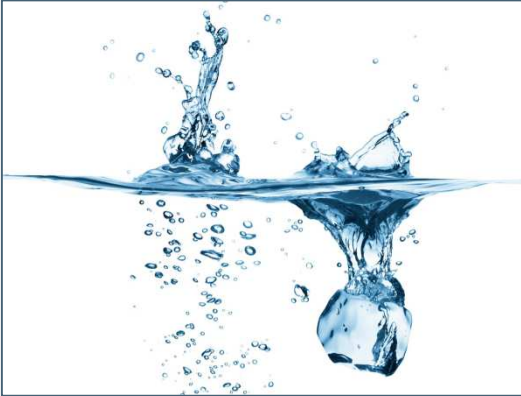


Titze



Badmöbel und Spiegelschränke
in Deutschland

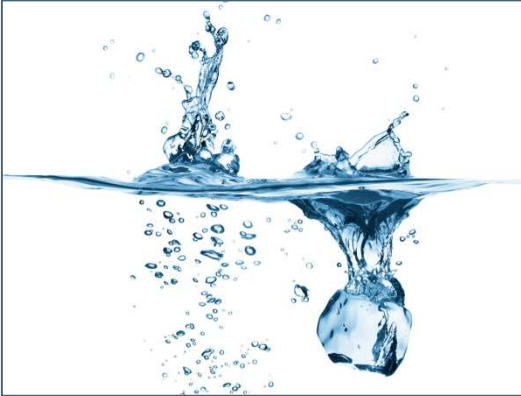
Neue Märkte – Neue Perspektiven

Unternehmensberatung Titze GmbH.

Auf den Stöcken 16. 41472 Neuss. Germany

Telefon +49 (0)2182 871200. Telefax +49 (0)2182 8712022

info@titze-online.de. www.titze-online.de



Vorwort

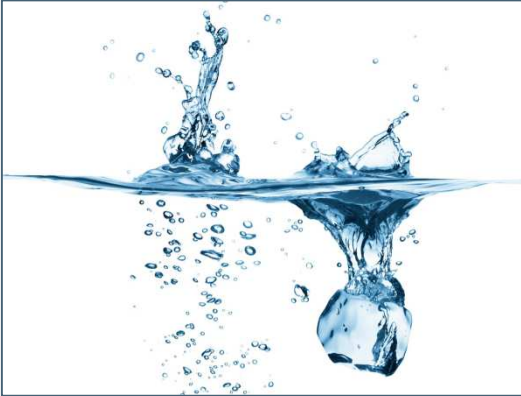
Seit 1995 analysiert die Unternehmensberatung Titze GmbH den Bad- und Sanitärmarkt in Deutschland. Badmöbel und Spiegelschränke sind ein elementarer Bestandteil dieser Arbeit. Daher freuen wir uns ganz besonders, Ihnen heute die Jubiläumsausgabe (10. Auflage) unserer Studie

Badmöbel und Spiegelschränke in Deutschland Neue Märkte – Neue Perspektiven

vorstellen zu dürfen. Niemand hat den Badmöbelmarkt analytisch derartig intensiv über einen so langen Zeitraum verfolgt.

Die letzten zwei Jahre jedoch haben den Einzelhandel in Deutschland nochmals nachhaltig und gravierend verändert. Der alten Handelswelt, dem stationären Einzelhandel, gelingt es nur noch sehr unzureichend, die notwendige Begehrlichkeit für ihre Güter und Dienstleistungen beim Endverbraucher zu erwecken.

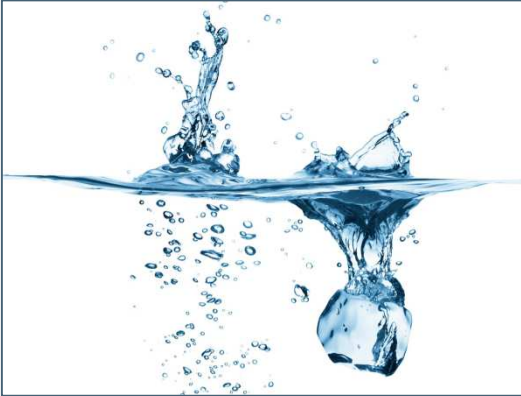
Nutznießer ist die neue Handelswelt bestehend aus allen Formaten des Distanzhandels und dort vor allem aus dem heutigen Erfolgsmotor des Distanzhandels, dem boomenden Vertriebsweg E-Commerce. Die Schnelllebigkeit des Marktes erfordert ein generelles Umdenken aller Marktteilnehmer. Übernahmen und Insolvenzen verringern die Anzahl der Marktteilnehmer kontinuierlich. Dabei bleibt der Badmarkt vielversprechend. Nach wie vor warten allein 2,5 Mio. Bäder in Deutschland im gehobenen Bereich auf ihre baldige Sanierung.



Vorwort

Die Ihnen heute vorliegende Marktstudie belegt einmal mehr die signifikanten Branchenprobleme. Wir analysieren die aktuelle Marktsituation und prognostizieren deren Entwicklung und Trends bis 2015. Lernen Sie mit unserer Hilfe, den Markt erfolgreicher zu bearbeiten.

Nach Durchsicht der Studie stehen wir Ihnen für ein zweistündiges individuelles Beratungsgespräch in unserem Hause ohne zusätzliche Kosten zur Verfügung.



Inhalt

1. Einführung
 - 1.1. Hintergrund
 - 1.2. Wichtigste Ergebnisse
2. Rahmendaten des Badmarktes
 - 2.1. Baubestand
 - 2.2. Alter der Bäder
 - 2.3. Neubauvolumen
 - 2.4. Sanierungsvolumen
3. Badstruktur
 - 3.1. Größe
 - 3.2. Ausstattung
 - 3.3. Nutzung
4. Konsumentenverhalten
 - 4.1. Wohnwünsche
 - 4.2. Anschaffungsplanung
 - 4.3. Ausgabenbereitschaft
 - 4.4. Nachfragepotenzial
5. Marktvolumen
 - 5.1. Produktion
 - 5.2. Außenhandel
 - 5.3. Inlandsmarktversorgung
6. Herstellersituation
 - 6.1. Anbieterstruktur
 - 6.2. Marktbedeutung der TOP 10-Anbieter



Inhalt

7. Handelsstruktur
 - 7.1. Veränderungsprozess oder wie die neue Handelswelt den Markt verändert
 - 7.2. Einkaufsverbände
 - 7.3. Marktanteile
8. Die alte Handelswelt – Stationärer Handel
 - 8.1. Sanitärhandel
 - 8.2. Bad- und Fliesenhandel
 - 8.3. Bau- und Heimwerkermärkte
 - 8.4. Möbelhandel
 - 8.5. Küchenhandel
 - 8.6. Sonstiger stationärer Handel
9. Die neue Handelswelt – Distanzhandel
 - 9.1. Versandhandel
 - 9.2. Ebay
 - 9.3. TV-Shopping
10. Der Motor der neuen Handelswelt – E-Commerce
 - 10.1. Allgemeine Informationen
 - 10.2. Rahmendaten
 - 10.3. Käufer
 - 10.4. Angebot Badmöbel
 - 10.5. Aktueller Umsatz und zukünftige Umsatzentwicklung
11. Die Zukunft der neuen Handelswelt
 - 11.1. Mobil Commerce
 - 11.2. Social Commerce
12. Objektgeschäft mit Badmöbeln

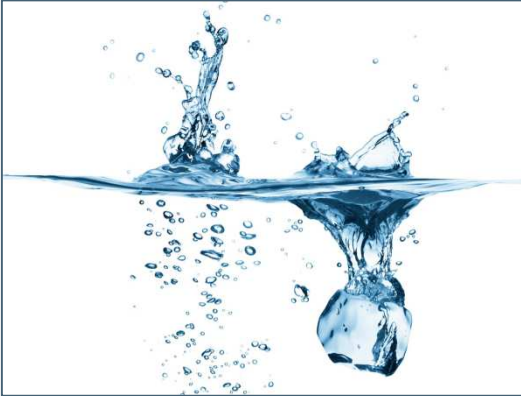


Inhalt

- 13. Sortiment
 - 13.1. Sortimentsüberblick
 - 13.2. Vermarktungsniveaus
 - 13.3. Materialien
 - 13.4. Oberflächen
 - 13.5. Frontfarben
 - 13.6. Preisklassen
 - 13.7. Kaufkriterien
 - 13.8. Stilrichtungen
 - 13.9. Zubehör

- 14. Trendentwicklungen im Badmarkt
 - 14.1. Endverbraucher
 - 14.2. Sortiment
 - 14.3. Herstellerstruktur
 - 14.4. Handelsstruktur
 - 14.5. Trends bis 2015

Anhang:
Übersicht der erstellten Tabellen und Grafiken
Übersicht der neuen Handelswelt für Badmöbel



Datenerhebung

Der Aufbau unserer hier vorliegenden Jubiläumsausgabe basiert auf den Erfahrungen von mehr als 50 veröffentlichten Marktstudien in der Möbel- und Einrichtungsbranche der Unternehmensberatung Titze GmbH aus den letzten 20 Jahren. Allein zehn davon zum Thema Badmöbel. Niemand in Deutschland verfolgt diesen Markt über einen so langen Zeitraum analytisch mit der gleichen Intensität.

Die vorliegende Studie beschreibt die heutige Marktsituation und die zukünftige Entwicklung mit einem deutlichen Schwerpunkt auf den Veränderungen durch die neue Handelswelt.

Die Erstellung der Studie gliedert sich bekanntermaßen in folgende Teile:

Desk Research (1. Stufe)

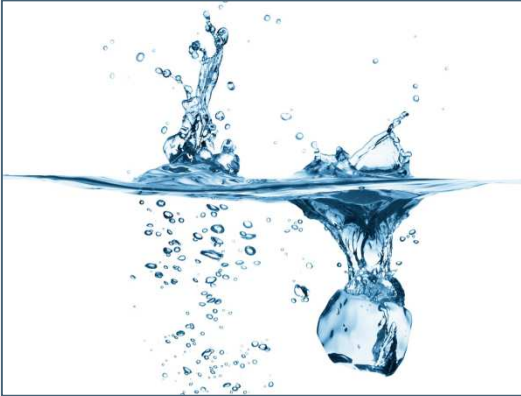
- Zusammentragen von statistischen Daten
- Ausführliche Analyse der Fachliteratur, Primär- und Sekundärliteratur sowie Internetrecherche

Desk Research (2. Stufe)

- Analyse der Webseiten von mehreren hundert Marktteilnehmern aus Handel und Industrie unter besonderer Berücksichtigung der Ausrichtung der Marktteilnehmer auf die neue Handelswelt E-Commerce.

Field Research (1. Stufe)

- 20 persönliche und telefonische Interviews mit Marktteilnehmern aus Fachverbänden von Handel und Industrie, Fachpresse und in der Badmöbelbranche tätigen Agenturen und Beratern.



Datenerhebung

Field Research (2. Stufe)

- Persönlicher Besuch von jährlich 100 Verkaufsstellen des Einzelhandels in allen marktrelevanten Vertriebswegen. Dabei machen wir uns ein eigenes Bild vom aktuellen Marktgeschehen.

Field Research (3. Stufe)

- Detaillierte Analyse der Aktivitäten der neuen Handelswelt zum Thema Badmöbel.

Field Research (4. Stufe)

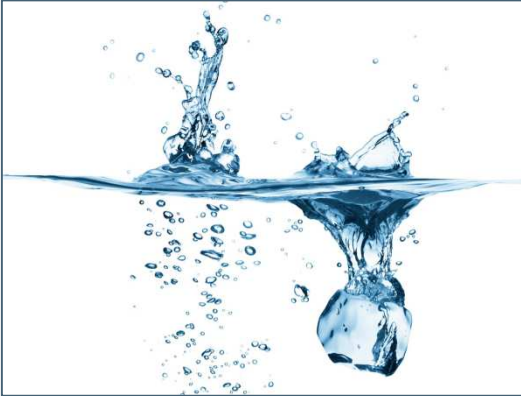
- 50 persönliche und telefonische Interviews mit Geschäftsführern und Einkaufsleitern von ausgewählten Handelszentralen. Die befragten Unternehmen repräsentieren die Meinung von deutlich mehr als 1.000 Handelsfilialen.

Field Research (5. Stufe)

- Persönlicher Besuch einer Vielzahl von themenrelevanten Fachmessen im In- und Ausland verbunden mit einer kontinuierlichen Marktbeobachtung.

Auswertung und Bericht

- EDV-gestützte Auswertung aller ermittelten Daten aus Desk Research und Field Research in einem eigens für diesen Zweck modifizierten EDV-Programm. Alle inhaltlichen Details befinden sich im Berichtsband. Der Anhang enthält eine Übersicht der erstellten Tabellen und Grafiken und erstmalig eine Übersicht der neuen Handelswelt für Badmöbel.



Datenerhebung

Auswertung und Bericht

- EDV-gestützte Auswertung aller ermittelten Daten aus Desk Research und Field Research in einem eigens für diesen Zweck modifizierten EDV-Programm. Alle inhaltlichen Details befinden sich im Berichtsband. Der Anhang enthält eine Übersicht der erstellten Tabellen und Grafiken und erstmalig eine Übersicht der neuen Handelswelt für Badmöbel.

Zeitraumen

- Die vorbereitenden Arbeiten begannen im Herbst 2010. Das Konzept wurde wegen der schnelllebigen Marktentwicklung im Handel in den letzten drei Monaten nochmals überarbeitet.

Projektteam

- Die Projektarbeiten wurden von drei Personen gesteuert. Desk Research, Stichprobenaufbau, Fragebogenerstellung, EDV-Auswertung und die grafische Umsetzung unterlagen Frau Susanne Schlagmann-Titze. Ihr assistierte Frau Stephanie Zellmann.
- Herr Titze selber verantwortet den redaktionellen Gesamtinhalt und steht Ihnen jederzeit gerne für Rückfragen zur Verfügung.

Geplant ist, die Studie jeweils zur ISH in Frankfurt zu überarbeiten und thematisch zu aktualisieren.



Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Kapitel 1.

Inlandmarktversorgung Badmöbel inklusive Spiegelschränke 2001 - 2010

Kapitel 2.

Wohnungsbestand in Deutschland 2002 bis 2009 in 1.000 Wohnungen

Altersstruktur der Wohngebäude in Deutschland in 1.000 Wohnungen

Anteil der Bürger in Deutschland mit Wohneigentum 2008 in %

Alter der nicht renovierten Bäder 2006 in %

Gebäudeteile mit stärkerem Sanierungsbedarf in den kommenden 3 Jahren

Wohnungsfertigstellungen in Deutschland nach Gebäudeart 2003 - 2012 in 1.000 Wohnungen

Anteil der Ein- und Zwei bzw. Mehrfamilienhäuser an den Wohnungsfertigstellungen 2003 - 2012"

Entwicklung der Baugenehmigungen in Deutschland 2003 - 2010

Fertiggestellte Wohnungen in Europa in Wohngebäuden

Ausgabe für Modernisierung in Deutschland 2007 in Mio. Euro

Maßgebliche Modernisierungen in Deutschland 2006 in %

Die zehn wichtigsten Renovierungsgründe im Bad in %

Akzeptanz von Lärm bei der Badrenovierung in %

Durchführung der Badrenovierung in %

Gründe für den Verzicht auf einen Fachhandwerker in %

Kapitel 3.

Was die Deutschen an und in ihren Bädern am meisten stört in %

Größe der Bäder in Deutschland 1994 - 2006 in %

Die wichtigsten Wohnbereiche der Deutschen in %

Wichtigste Räume der Deutschen in %

Wünsche der Verbraucher für ihr Traumbad in %

Badauslastung nach Personen in %

Tägliche Aufenthaltsdauer im Bad in %

Aktivitäten der Deutschen im Bad in %

Wann entspannen Sie im Bad?

Kapitel 4

Wohnwünsche für die Zukunft in %

Wohnwünsche im Alter in %

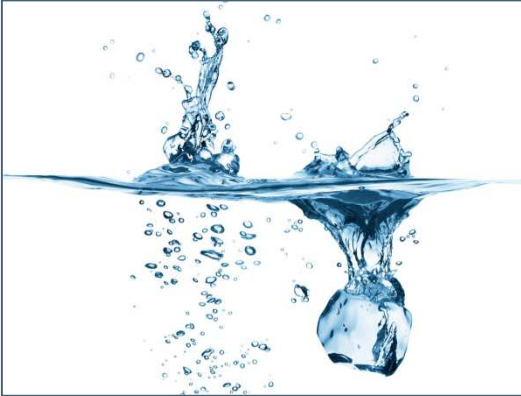
Kaufkraft in Europa 2008 in € je Einwohner

Renovierungspläne von Privatpersonen bis 2010 in %

Möchten Sie in diesem Jahr auf jeden Fall ihr altes Bad renovieren?

"Welche Kriterien spielen für Sie die größte Rolle bei einem neuen Badezimmer?*"

Welche Anschaffungen sind in diesem Jahr noch geplant?



Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

"Ausgaben für Renovierung und Einrichtung 2005 - 2010 in Mrd. €"
Wenn ich Möbel kaufe, achte ich vor allen Dingen auf den Preis
Welche Möbel stehen im Moment auf Ihrer Einkaufsliste ganz oben?
Ausgaben für Möbel- und Einrichtungsgegenstände

Kapitel 5

Produktion Badmöbel inklusive Spiegelschränke 2001 - 2010 in Mio. €
Außenhandel Badmöbel inklusive Spiegelschränke 2001 - 2010 in Mio. €
Inlandsmarktversorgung Badmöbel inklusive Spiegelschränke 2001 - 2010
Inlandsmarktversorgung Spiegelschränke 2001 - 2010 in Mio. €

Kapitel 6.

Anbieter von Badmöbeln 2011 nach Nationalität in %
Anbieter von Spiegelschränken 2011 nach Nationalität in %
Anbieter von Badmöbeln und Spiegelschränken 2011 nach Nationalität in %
Die wichtigsten Anbieter von Badmöbeln und Spiegelschränken nach Häufigkeit
der Nennungen
Die TOP 10 Anbieter von Badmöbeln in % (Einstiegspreisklasse)
Die TOP 10 Anbieter von Badmöbeln in % (Mittlere Preisklasse)
Die TOP 10 Anbieter von Badmöbeln in % (Premiumbereich)
Die TOP 10 Anbieter von Spiegelschränken

Kapitel 7.

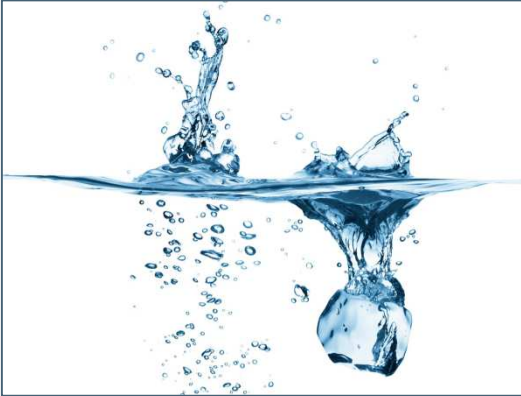
Die neue Handelswelt – Distanzhandel
Die alte Handelswelt - Stationärer Handel
Marktanteile Badmöbel und Spiegelschränke nach Vertriebsformen 2011 in %

Kapitel 8.

Warum Badrenovierer Baumärkte bevorzugen in %
Was Badrenovierer an Baumärkten stört in %
Die Top 20 Möbelhändler in Deutschland und ihr Umsätze 2009 in Mio. Euro

Kapitel 9.

Entwicklung der Distanzhandelsumsätze 2007-2010 in Mrd. Euro
Anteil des E-Commerce am gesamten Versandhandel 2007-2010 in %
Versandhändler in Deutschland, die Badprodukte im Katalog anbieten
Versandhändler in Deutschland mit einem zusätzlichen E-Commerce-Shop
Anzahl bei Ebay gekaufter Artikel in den letzten 6 Monaten in %
Anzahl der angebotenen Möbel in der Ebay-Gruppe Möbel und
Anzahl der angebotenen Artikel in der Ebay-Gruppe Badmöbel und
Badaccessoires



Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Kapitel 10.

"Internetnutzer ab 14 Jahren in Deutschland in % der Bevölkerung 1995-2009"

Internetnutzung in Deutschland nach Altersgruppen in %

Anzahl der Internetnutzer weltweit in Millionen

Nutzung verschiedener Medien zu Informationszwecken 2009 in %

Nutzung verschiedener Medien zu Informationszwecken 2009 in %

Entwicklung der durchschnittlichen Verweildauer im Internet 2008 - 2010 in Minuten pro Tag

Onlinekäufer in Deutschland in Millionen

Alter der Onlinekäufer 2008 und 2018 im Vergleich in %

Anzahl der Onlinekäufer pro Jahr

Bereitschaft Produkte online zu kaufen in %

Möbelkauf online innerhalb der nächsten 12 Monate in %

Bestellwege im Distanzhandel in %

Top 15 Onlinehändler, die überwiegend Badprodukte führen

TOP 15 Onlinehändler, die unter anderem Badprodukte führen

E-Commerce-Umsätze in Deutschland 2001 - 2010 in Mio. Euro

Anteil des Distanzhandels am gesamten Einzelhandel in %*

Anteil des Onlinehandels am Non-Food-Einzelhandels in %

Onlineanteil im Non-Food-multi-channel-Handel in %

Anteil Onlineshops nach Produktsegmenten in %

Anteil Onlineumsätze nach Sortimentsgruppen in %

TOP 10 Onlinehändler 2010 nach Umsatz in Mio. Euro

Top 10 Onlinehändler nach 1.000 Besuchern 01/2011

Onlineumsatz nach Warengruppen 2009 und 2010 in Mio. Euro

E-Commerce-Umsatz mit Möbeln in Deutschland 2006 – 2014

Kapitel 11.

Neu verkaufte Smartphones in Deutschland 2008 - 2011 in Mio. Euro

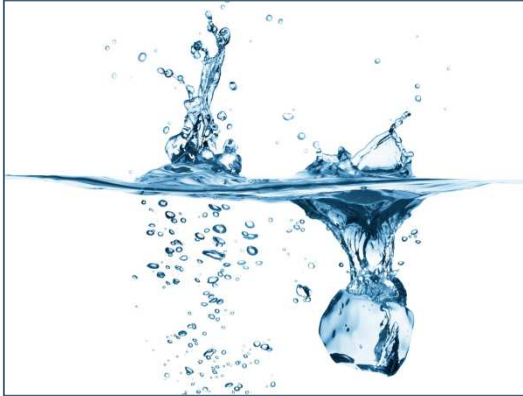
Wünsche an die Erweiterung der mobilen Serviceleistungen in %

Nutzung sozialer Netzwerke in Deutschland in %

Bei welchen Social Networks sind Sie registriert?

Wie sollten Unternehmen ihre Marke pflegen?

Einkaufsverhalten in virtuellen sozialen Netzwerken in %



Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Kapitel 13.

Welche Produkte verkaufen Sie 2011?

Welche Produkte verkaufen Sie? Veränderungen 2011 zu 2009 in %

Umsatzanteile der einzelnen Produktgruppen 2011 in %

Sortimentsstruktur Badmöbel

Sortimentsstruktur Spiegelschränke

Badmöbel nach Vermarktungsniveau 2011 in %

Vermarktungsniveau Badmöbel Veränderungen 2011 zu 2009 in %

Badmöbel nach Vertriebsform und Vermarktungsniveau 2011 in Mio. €

Spiegelschränke nach Vermarktungsniveau 2011 in %

Vermarktungsniveau Spiegelschränke Veränderungen 2011 zu 2009 in %

Spiegelschränke nach Vertriebsform und Vermarktungsniveau 2011 in Mio. €

Verwendete Materialien bei Badmöbeln 2011 in %

Verwendete Materialien bei Badmöbeln Veränderungen 2011 zu 2009 in %

Verwendete Materialien bei Spiegelschränken 2011 in %

Verwendete Materialien bei Spiegelschränken Veränderungen 2011 zu 2009

Verkaufte Badmöbel nach Oberflächenmaterial 2011 in %

Verkaufte Badmöbel nach Oberflächenmaterial Veränderungen 2011 zu 2009

Verkaufte Badmöbel nach Frontfarben 2011 in %

Verkaufte Badmöbel nach Frontfarben Veränderungen 2011 zu 2009 in %

Badmöbel und Spiegelschränke nach Preisklassen 2011 in %

Badmöbel und Spiegelschränke nach Preisklasse Veränderungen 2011 zu 2009 in %

Vertriebswege Badmöbel und Spiegelschränke in Deutschland 2011 nach Preisniveaus

Wichtige Kaufkriterien von Badmöbeln nach Schulnoten 2011

Wichtige Kaufkriterien von Badmöbeln nach Schulnoten Veränderung 2011 zu 2009

Sehen Sie große Marktchancen in der Zusammenarbeit mit branchenfremden Marken?

Stilrichtungen bei Badmöbeln 2011 in %

Stellenwert des Zubehörs beim Kauf von Badmöbeln 2011 nach Schulnoten

Welche Materialien setzen Sie bei Waschtischen 2011 ein?

Umsatzverteilung bei Waschtischen 2011 in %

Umsatzverteilung bei Waschtischen Veränderungen 2011 zu 2009 in %



Bestellung

Bestellung per Telefax +49 (0)2182 8712022
Bestellung per Email info@titze-online.de

Unternehmensberatung Titze GmbH
Auf den Stöcken 16
41472 Neuss
Germany

Wir bestellen hiermit verbindlich

- o **Badmöbel und Spiegelschränke in Deutschland**
Neue Märkte – Neue Perspektiven
als CD-Rom zum **Preis von € 2.000,-**
10. Auflage, 248 Seiten, 129 farbige Grafiken und Tabellen,
Stand: 03/2011

Firma _____
Straße _____
Land / PLZ / Ort _____
Ansprechpartner _____
Telefon _____
V.A.T.-Nr. _____
Bestelldatum _____
Unterschrift _____

Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer, Porto und Verpackung. Bei Bestellungen aus dem Ausland bitte die Umsatzsteueridentnummer angeben! Im Preis ist ein zweistündiges Strategiegespräch mit Herrn Winfried Titze in Neuss enthalten.