

Titze



Der Markt für Sanitärkeramik und Sanitärarmaturen

in Deutschland bis 2015

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

Eine qualitative Marktstudie mit Ausblick bis 2015 in Zeiten gravierender wirtschaftlicher Veränderungsprozesse zu erstellen, das erscheint durchaus mutig. Unsere vielfältigen Erfahrungen aus mehr als 20 Jahren erfolgreicher Marktforschung und intensive Kenntnis der Strukturen des Bad- und Sanitärmarktes lassen uns allerdings vom Gelingen dieser Maßnahme überzeugt sein.

Niemals zuvor veränderte sich die Handelslandschaft so schnell und gravierend wie in den letzten fünf Jahren. Die Schnellebigkeit erfordert ein generelles Umdenken aller Marktteilnehmer. Übernahmen und Insolvenzen verringern die Anzahl der Marktteilnehmer kontinuierlich. Kein Unternehmen, egal ob Händler oder Hersteller, kann heute ohne klare Positionierung überleben.

Dabei entwickelt sich kein Einrichtungsbereich so vielversprechend wie das Bad. Allein 2,5 Millionen Bäder im gehobenen Bereich warten auf ihre baldige Sanierung. Dabei stehen die Wünsche nach Individualität im Vordergrund des Interesses. Diesem Tatbestand tragen wir mit der neuen Studientrilogie zum Bad- und Sanitärmarkt Rechnung. Neben der Ihnen heute vorliegenden ersten Auflage unserer Studie „Der Markt für Sanitärkeramik und Sanitärarmaturen in Deutschland bis 2015“ erscheinen ebenfalls im März 2009 die Marktstudien

- „Der Markt für Badmöbel und Spiegelschränke in Deutschland bis 2015“
- „Der Markt für Badewannen, Dusch- und Wellnessysteme in Deutschland bis 2015“.



Vorwort

Wir analysieren in der hier vorliegenden Studie im Detail die aktuelle Marktsituation und prognostizieren deren Entwicklung und Trends bis 2015. Lernen Sie hieraus, 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
2. Wichtigste Ergebnisse
3. Rahmendaten in Deutschland
 - 3.1. Wirtschaftskonjunktur
 - 3.2. Baukonjunktur
4. Badstruktur in Deutschland
 - 4.1. Größe
 - 4.2. Ausstattung
 - 4.3. Alter
 - 4.4. Nutzung
 - 4.5. Anschaffungsplanung
 - 4.6. Ausgabenbereitschaft
 - 4.7. Nachfragepotenzial
 - 4.8. Zielgruppen
5. Wettbewerbssituation
 - 5.1. Sanitärkeramik
 - 5.1.1. Anbieterstruktur
 - 5.1.2. Marktbedeutung der TOP 10-Anbieter
 - 5.2. Sanitärarmaturen
 - 5.2.1. Anbieterstruktur
 - 5.2.2. Marktbedeutung der TOP 10-Anbieter
6. Marktvolumen
 - 6.1. Sanitärkeramik
 - 6.1.1. Produktion
 - 6.1.2. Außenhandel
 - 6.1.3. Inlandsmarktversorgung
 - 6.2. Sanitärarmaturen
 - 6.2.1. Produktion
 - 6.2.2. Außenhandel
 - 6.2.3. Inlandsmarktversorgung



Inhalt

7. Sortimentsstruktur
 - 7.1. Sanitärkeramik
 - 7.1.1. Sortimentsüberblick
 - 7.1.2. Handelsstrukturen
 - 7.1.3. Programme
 - 7.1.4. Vermarktungsniveaus
 - 7.1.5. Trendentwicklungen bis 2015
 - 7.2. Sanitärarmaturen
 - 7.2.1. Sortimentsüberblick
 - 7.2.2. Handelsstrukturen
 - 7.2.3. Programme
 - 7.2.4. Vermarktungsniveaus
 - 7.2.5. Trendentwicklungen bis 2015
8. Handelsstruktur
 - 8.1. Marktanteile nach Vermarktungsformen und Vertriebswegen
 - 8.2. Einkaufsverbände
 - 8.3. Stationärer Handel
 - 8.3.1. Sanitärhandel
 - 8.3.2. Badhandel
 - 8.3.3. Bau- und Heimwerkermarkt
 - 8.3.4. Küchenhandel
 - 8.3.5. Möbelfachhandel
 - 8.3.6. Möbelmitnahme und -discount
 - 8.3.7. Sonstige
 - 8.4. Nicht stationärer Handel
 - 8.4.1. Versandhandel
 - 8.4.2. E-Commerce
 - 8.4.3. Ebay
 - 8.4.4. TV-Shopping
 - 8.5. Objektvermarktung
9. Entwicklung des Badmarktes bis 2015

Anhang: Übersicht der erstellten Tabellen und Grafiken



Datenerhebung

Der Aufbau der neu konzipierten Studie zum Thema Badmöbel und Spiegelschränke in Deutschland bis 2015 basiert auf den Erfahrungen von mehr als 40 veröffentlichten Marktstudien in der Möbel- und Einrichtungsbranche der Unternehmensberatung Titze GmbH aus den letzten 20 Jahren. Allein zum Thema Badmöbel, ein Dauerbrenner unserer Reihe qualitativer Marktstudien, ist es die neunte, in diesem Fall vollständig überarbeitete und ergänzte Auflage. Die vorliegende Studie beschreibt die heutige Marktsituation und die zukünftige Entwicklung mit einem wertenden Ausblick bis 2015.

Die Erstellung der Studie gliedert sich in folgende Teile:

Desk Research

- Zusammentragen von statistischen Daten.
- Ausführliche Analyse der Fachliteratur, Primär- und Sekundärliteratur sowie Internetrecherche.
- Analyse der Webseiten von mehreren hundert Marktteilnehmern aus Handel und Industrie unter besonderer Berücksichtigung der Ausrichtung der Marktteilnehmer auf Aktivitäten im Bereich E-Commerce.



Datenerhebung

Field Research

- 20 persönliche und telefonische Interviews mit Marktteilnehmern aus Fachverbänden von Handel und Industrie, Fachpresse und in der Badbranche tätigen Werbeagenturen und Beratern.
- Persönlicher Besuch von jährlich 100 Verkaufsstellen des Einzelhandels in allen marktrelevanten Vertriebswegen. Dabei machen wir uns ein eigenes Bild vom aktuellen Marktgeschehen.
- 50 persönliche und telefonische Interviews mit Geschäftsführern und Einkaufsleitern von ausgewählten Handelszentralen. Die befragten Unternehmen repräsentieren die Meinung von mehr als 1.500 Handelsfilialen.
- 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.



Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Kapitel 2: Wichtigste Ergebnisse

Inlandsmarktversorgung Sanitärkeramik und Sanitärarmaturen

Kapitel 3: Rahmendaten in Deutschland

Wirtschaftsdaten Deutschland 2008 (Teil 1)

Wirtschaftsdaten Deutschland 2008 (Teil 2)

Prognosen des Wirtschaftswachstums (BIP) in %

Wohnungsfertigstellungen in Deutschland insgesamt

Wohnungsfertigstellungen in Deutschland nach Gebäudearten

Anteil der Ein- und Zwei- bzw. Mehrfamilienhäuser an den

Wohnungsfertigstellungen

Entwicklung der Baugenehmigungen in Deutschland 2001 - 2008

Fertiggestellte Wohnungen

Auswirkungen der Finanzkrise auf geplante Projekte - Neubauten

Auswirkungen der Finanzkrise auf geplante Projekte - Modernisierungen

Kapitel 4: Badstruktur in Deutschland

Größe der Bäder 1994 - 2006

Wünsche der Verbraucher für ihr Traumbad in %

Alter der nicht renovierten Bäder 2006 in %

Gebäudeteile mit stärkerem Sanierungsbedarf - Insgesamt

Gebäudeteile mit stärkerem Sanierungsbedarf aus Sicht der Architekten

Gebäudeteile mit stärkerem Sanierungsbedarf aus Sicht der Bauunternehmer

Gebäudeteile mit stärkerem Sanierungsbedarf aus Sicht der SHK-Installateure

Badauslastung nach Personen in %

Tägliche Aufenthaltsdauer im Bad in %

Aktivitäten der Deutschen im Bad in %

Orte der häuslichen Entspannung in %

Stellenwert des Bades im Vergleich zu anderen Wohnräumen?

Stellenwert der verschiedenen Wohnbereiche

Wann entspannen Sie im Bad?

Kaufkraft in Europa 2008 in € je Einwohner

Verfügbares Geld in 2009 im Vergleich zu 2008 in %

Renovierungspläne von Privatpersonen bis 2010 in %



Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Kapitel 4: Badstruktur in Deutschland

Renovierungsgründe der Verbraucher in %
Mehrgenerationentauglichkeit des eigenen Bades in %
Geplante Badrenovierungen nach der Finanzkrise in %
Stellenwert des Bades bezüglich der Erholung in %
Anschaffungspläne für Badmöbel nach Altersgruppen in %
Sparquoten des verfügbaren Einkommens nach Ländern 2008 in %
Ausgaben für Renovierung und Einrichtung 2005 - 2010 in Mrd. €
Wofür würden Sie 500 € vom Staat ausgeben?
Bereitschaft zu höheren Ausgaben für Qualität in %
Umzüge in Deutschland in %
Umsatzbedeutung Junge Leute bis 25 Jahre
Umsatzbedeutung Frauen und Männer 25 bis 50 Jahre
Umsatzbedeutung Jungsenioren 50 bis 65 Jahre
Umsatzbedeutung Rentner ab 65 Jahre
Ausländische Mitbürger
Die vier Wohntypen

Kapitel 5: Wettbewerbssituation

Anbieter von Sanitärkeramik 2009 nach Nationalität in %
Welche Anbieter von Sanitärkeramik führen Sie im Sortiment?
Die wichtigsten Anbieter von Sanitärkeramik (Einstiegspreisklasse)
Die wichtigsten Anbieter von Sanitärkeramik (mittlere Preisklasse)
Die wichtigsten Anbieter von Sanitärkeramik (Premiumbereich)
Anbieter von Sanitärarmaturen 2009 nach Nationalität in %
Welche Anbieter von Sanitärarmaturen führen Sie im Sortiment?
Die wichtigsten Anbieter von Sanitärarmaturen (Einstiegspreisklasse)
Die wichtigsten Anbieter von Sanitärarmaturen (mittlere Preisklasse)
Die wichtigsten Anbieter von Sanitärarmaturen (Premiumbereich)

Kapitel 6: Marktvolumen

Produktion Sanitärkeramik 2000 - 2008 in Mio. €
Außenhandel Sanitärkeramik 2000 - 2008 in Mio. €
Inlandsmarktversorgung Sanitärkeramik 2000 - 2008 in Mio. €
Inlandsmarktversorgung Sanitärkeramik 2000 - 2008 in Mio. €
Produktion Sanitärarmaturen 2000 - 2008 in Mio. €
Außenhandel Sanitärarmaturen 2000 - 2008 in Mio. €
Inlandsmarktversorgung Sanitärarmaturen 2000 - 2008 in Mio. €
Inlandsmarktversorgung Sanitärarmaturen 2000 - 2008 in Mio. €

Kapitel 7: Sortiment

Welcher Handelszentrentyp wurde befragt?
Welche Produkte verkaufen Sie?



Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Kapitel 7: Sortiment

Sortimentsstruktur Sanitärkeramik

Marktanteile Sanitärkeramik 2009 nach Vertriebsformen in %

Sanitärkeramik nach Farben in %

Marktanteile Sanitärkeramik nach Vermarktungsniveaus 2008 in %

Sanitärkeramik nach Vertriebsform und Vermarktungsniveau 2008 in %

Sortimentsstruktur Sanitärarmaturen

Marktanteile Sanitärarmaturen 2009 nach Vertriebsformen in %

Anteil der Arten von Sanitärarmaturen für Waschtische 2008

Veränderung der Anteile der Armaturentypen bei Waschtischen

Anteil der Arten von Sanitärarmaturen für Badewannen 2008

Veränderung der Anteile der Armaturentypen bei Badewannen

Anteil der Arten von Sanitärarmaturen für Duschen 2008

Veränderung der Anteile der Armaturentypen bei Duschen

Sanitärarmaturen nach Dekoren in %

Sanitärarmaturen nach Vermarktungsniveaus 2008 in %

Sanitärarmaturen nach Vertriebsform und Vermarktungsniveau

Kapitel 8: Handelsstruktur

Stationärer Handel – Vertriebsformen und ihre Vertriebswege

Nicht Stationärer Handel (Distanzhandel) – Vertriebsformen und ihre Vertriebswege

Marktanteile Sanitärkeramik 2009 nach Vertriebsformen in %

Marktanteile Sanitärarmaturen 2009 nach Vertriebsformen in %

Veränderung der Vertriebswege – Gewinnen wird...

Veränderung der Vertriebswege – Gleich bleiben wird...

Veränderung der Vertriebswege – Verlieren wird...

Vertriebswege im Bad- und Sanitärhandel in Deutschland nach Preisniveaus

Anteile an den Umsätzen im Distanzhandel 2007 in %

Internetnutzung in Deutschland nach Altersgruppen in %

Online-Käufer in Deutschland in Millionen

E-Commerce Umsätze in Deutschland 2001 – 2009 in Mio. €

Anzahl der Kunden von Onlineshops 2008 in Mio.

Anteil der Ebay-Käufer aller 18- bis 60-jährigen in %

Anteil der Ebay-Verkäufer aller 18- bis 60-jährigen in %

Anzahl bei Ebay gekaufter Artikel in den letzten 6 Monaten der Bevölkerung

Anzahl der angebotenen Artikel in der Ebay-Gruppe Möbel & Wohnen

TV-Shopping in Deutschland nach Nettoumsatz 2000 - 2007

Kapitel 9: Entwicklung des Badmarktes bis 2015

Wofür steht das eigene Zuhause? Das Zuhause als...



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 **Der Markt für Sanitärkeramik und Sanitärarmaturen in Deutschland bis 2015**
als CD-Rom zum **Preis von €2.000,-**
9. Auflage, 218 Seiten, 100 farbige Grafiken und Tabellen,
Stand: 03/2009

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 Strategieggespräch mit Herrn Winfried Titze in Neuss enthalten.