### Fachpresse - Kurzfassung

### Neues Fundament

Datum: 12.09.2017

**Die Deutschen und ihre Bäder / Repräsentative Transparenz / VDS: Siebte Grundlagenstudie ermittelt Fakten, Trends und Wünsche / Bundesbürger wollen Bad für jedes Alter / 17,7 Mio. „Erstbäder“ noch nicht renoviert / Starke Profi-Positionen / Wenig Internet-Käufe / Kompetenzbonus aktiv nutzen / Altersgerechte Bäder bleiben ergiebiges Geschäftsfeld / Gesundbrunnen „Bad“ im Aufwind / Dauerhafte Verbraucheroffensive ohne Alternative**

**Hamburg/Bonn – (vds)** Für die Deutschen soll das Badezimmer vor allem in jeder Lebensphase bequem nutzbar sein. Wie sie ihre sanitären Befindlichkeiten sonst noch schildern, weiß die Nation jetzt ebenfalls. Denn: Zum inzwischen siebten Mal ließ die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) umfangreiche Basisinformationen zur Badsituation der Bundesbürger ermitteln. Die für ca. 62 Mio. Deutsche ab 18 Jahren repräsentative Studie, bei der das forsa-Institut rund 3.000 Personen im Rahmen einer Online-Erhebung befragte, liefert nicht nur eine aktuelle Bestandsaufnahme. Sie bietet auch konkrete Einblicke in badbezogene Erwartungen, Meinungen und Wünsche der Verbraucher. Die Analysen machen Überraschungen ebenso aktenkundig wie sie langfristige Tendenzen bestätigen. So lautet das Resümee des Branchen-Dachverbandes, der das Material aufbereitete und Mitte September 2017 in Hamburg der Öffentlichkeit vorstellte.

Was bei der neuen „Durchleuchtung“ der Bad-Szene von Aachen bis Zwickau herauskam und welche Konsequenzen bzw. Ansatzpunkte sich daraus für die Profi-Arbeit ergeben, fasst Jens J. Wischmann in einer „Top 10-Liste“ zusammen. Sie enthält nach Aussage des VDS-Geschäftsführers im Einzelnen:

**1** In ihrem durchschnittlich 9,1 qm großen – und damit moderat „gewachsenen“ – Bad halten sich die Deutschen 40 Minuten am Tag auf. Dabei liegen Frauen über und Männer unter dem Mittelwert. Auch generell zeigt sich: Das weibliche Geschlecht ist oft badaffiner als die „Herren der Schöpfung“. Das stelle eine wichtige Information u. a. für die künftige Zielgruppenansprache dar.

**2** Über Potenzial und Arbeitsmangel könne sich die Sanitärbranche auch künftig nicht beklagen. Das resultiere schon aus dem mit knapp 20 Jahren hohen Durchschnittsalter der 17,7 Mio. noch nicht renovierten Erstbäder.

**3** 19 % und damit rund 12 Mio. Bundesbürger ab 18 Jahren sind mit ihrem vorhandenen Bad nicht zufrieden. Zu klein, renovierungsbedürftig und nicht altersgerecht geben sie als häufigste Kritikpunkte zu Protokoll. Auch das sei letztlich „Wasser auf die Mühlen“ kundenorientierter Badexperten.

**4** Die Deutschen kaufen Badprodukte nach wie vor überwiegend im Geschäft und vor allem bei Sanitärfachhandwerk/-handel. Das Internet spielt hier insgesamt trotz steigender Tendenz (noch) eine relativ geringe Rolle, dürfe jedoch als Wettbewerber natürlich keineswegs bagatellisiert werden. Gleiches gelte im Übrigen ausdrücklich für Baumärkte und – zumindest in Teilsegmenten – für Möbel- und Einrichtungshäuser.

**5** Die Kosten einer kompletten Badrenovierung schätzen die Deutschen im Durchschnitt auf 9.200 Euro. Und: 33 % können die erforderliche Investitionssumme nach eigenem Votum gar nicht beurteilen. Hier müsse die Sanitärbranche intensiv, gezielt und nachvollziehbar aufklären.

**6** Die Verbraucher attestieren den Badprofis von Handwerk und Handel eine sehr hohe Informations- und Beratungsqualität. Das hat der Studie zufolge entsprechende Auswirkungen auf die Kaufentscheidung. Besonders bei Spezialthemen wie „Komplettrenovierung“ und „Altersgerechtes Bad“ verfügen Sanitär-Fachbetriebe über einen deutlichen Vertrauensvorsprung. Er sei ein wichtiges Element der „ganzheitlichen Kernkompetenzen“, die man konsequent festigen müsse.

**7** Badezimmer sollen für die Deutschen primär in jeder Lebensphase bequem nutzbar, praktisch und funktional, zum Entspannen und Wohlfühlen geeignet sowie qualitativ hochwertig sein. Die Empfehlung etwa für das professionelle Badmarketing könne nur lauten, sich an diesen zentralen Kriterien zu orientieren.

**8** Das altersgerechte Bad bleibe ein Geschäftsfeld mit ausgezeichneten Perspektiven. Die Kombination aus hohem Bedarf, starker Nachfrage und ausgeprägtem Profi-Trend sei ebenso selten wie für die Branche prädestiniert.

**9** Die Studie liefere konkrete Indizien dafür, dass das gesundheitsorientierte Bad zum nächsten realen Markttrend avancieren könne. Die von der VDS vor einigen Jahren gestartete Informationsoffensive treffe offenkundig ins Schwarze und habe so für die Branche ein weiteres „Erfolgsthema“ besetzt.

**10** Per saldo komme es entscheidend darauf an, sich von der unverändert florierenden Bad-Konjunktur nicht „einlullen“ zu lassen. Das engagierte „Ran an die Verbraucher“ sei daher auf Dauer ohne Alternative. Denn: „Die Konkurrenz schläft bekanntlich nicht.“

***Hinweis an die Redaktion:*** *Quelle aller Angaben ist die für ca. 62 Mio. Deutsche ab 18 Jahren repräsentative, im Auftrag der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) vom forsa-Institut durchgeführte Bad-Grundlagenstudie 2016/2017.*

**Bildtexte**

Mit Blick auf die konkreten Kaufkriterien in Sachen „Badezimmerausstattung“ stellte das forsa-Institut den Befragten neun „Dimensionen“ zur Wahl. Das Resultat: Funktionalität vor Beratung und Service sowie Preis. Weit abgeschlagen: die Digitalisierung.

**Grafik:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3181

Künftige Badkäufer wollen sich vorrangig bei den Sanitär-Spezialisten informieren, da es die Fachausstellung und der Fachbetrieb insgesamt auf einen Anteil von 85 % bringen. Relevante „Erkundungsquellen“ sind der Untersuchung zufolge u. a. außerdem Baumärkte, Onlineshops und die Internetseiten von Herstellern.

**Grafik:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3178

Die Kosten einer kompletten Badrenovierung schätzen die Deutschen im Durchschnitt auf 9.200 Euro. Und: 33 % können die erforderliche Investitionssumme nach eigenem Votum gar nicht beurteilen. Hier muss die Sanitärbranche intensiv, gezielt und nachvollziehbar aufklären, fordert die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS).

**Grafik:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3175

Lediglich 17 % der Bäder hierzulande sind nach Aussage ihrer Besitzer derzeit „voll und ganz“ für ältere Menschen bequem nutzbar. Demzufolge wäre nur in 6 Mio. der insgesamt 36 Mio. bewohnten Wohnungen in Deutschland ein Bad vorhanden, das die Bezeichnung „altersgerecht“ ohne Abstriche verdient. Der als Konsequenz des demografischen Wandels bereits spürbare „Renovierungsboom“ wird daher anhalten, prognostiziert die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS).

**Grafik:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3184

Zwei Drittel der Deutschen ab 18 Jahren rechnen damit, dass ein altersgerechter Umbau deutlich bzw. etwas teurer wäre als eine „normale“ Badrenovierung. Eine Mehrheit von 51 % ist der Untersuchung zufolge bereit, das „in jedem Fall“ oder „wahrscheinlich“ zu akzeptieren. Nur 9 % lehnen einen möglichen Aufpreis (eher) ab. Auch dieses Stimmungsbild zeigt nach Meinung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) die Aufgeschlossenheit der Bundesbürger für eine fundierte Fachberatung.

**Grafik:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 3186

Franziska van Almsick nimmt die neue Bad-Grundlagenstudie zum Anlass, zwei Appelle an die Bundesbürger zu richten: „Macht Eure Bäder größer.“ und „Noch mehr neue Bäder braucht das Land – und das bitte schneller.“ Für die populäre Schwimm-Ikone ist klar, dass die Menschen dadurch ein erhebliches Wohlfühl-Potenzial ausschöpfen können.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4630

In ihrem durchschnittlich 9,1 qm großen – und damit moderat „gewachsenen“ – Bad halten sich die Deutschen 40 Minuten am Tag auf. Dabei liegen Frauen über und Männer unter dem Mittelwert. Auch generell zeigt die Studie, dass das weibliche Geschlecht oft badaffiner als die „Herren der Schöpfung“ ist. Der Branchen-Dachverband VDS stuft das als eine wichtige Information für die künftige Zielgruppenansprache durch die Badspezialisten ein.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4639

Die Bundesbürger ab 18 Jahren attestieren den Badprofis von Handwerk und Handel eine sehr hohe Informations- und Beratungsqualität. Besonders bei Spezialthemen wie „Komplettrenovierung“ und „Altersgerechtes Bad“ verfügen Sanitär-Fachbetriebe laut Studie über einen deutlichen Vertrauensvorsprung. Er ist aus VDS-Sicht ein Resultat der „ganzheitlichen Kernkompetenzen“, die man konsequent festigen müsse.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4638

Die neue Basisstudie stellt nach Überzeugung von Hartmut Dalheimer die in Tiefe und Breite wohl umfassendste Grundlagenerhebung in Sachen Bad dar. Sie dokumentiert damit zugleich die „systematische, seriöse und fundierte Aufklärungsarbeit unserer Branche“, betonte der Vorsitzende der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) bei der Vorlage der inzwischen zum siebten Mal durchgeführten Untersuchung vor Journalisten in Hamburg.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 670

Für Jens J. Wischmann ergibt sich aus der neuen Grundlagenstudie ein „facettenreiches Porträt der Gegenwart und Zukunft privater Bäder in Deutschland“. Es liefert damit auch oder gerade Fachleuten eine stabile Informations- und Arbeitsbasis, resümiert der Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS).

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 671

Erläuterte während der Pressekonferenz in Hamburg die Grundlagen der erstmals online durchgeführten repräsentativen Badstudie: Frank Linnig. Der Chef der die VDS auch bei diesem Projekt betreuenden Agentur Linnigpublic wies u. a. auf die veränderte Methodik hin, die die Vergleichbarkeit mit den bisherigen Erhebungen einschränke. In wichtigen Punkten lasse sich aber ein direkter Bezug zu früheren Untersuchungen herstellen.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 672