

bbw-Trendstudie - Badmöbel 2010 bei markt-studie.de

23.08.2010, 11:37 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *dynamic technologies GmbH, Köln*



Das Thema Wohnen hat bei den Deutschen nach wie vor einen hohen Stellenwert. Allerdings im Wettstreit der Verbrauchsausgaben für Miete, Strom, Gas usw. sind die Möbelausgaben nur zweiter Sieger. Die heimische Marktversorgung betrug in 2009 etwas mehr als 410 Mio. €. Der Inlandsmarkt hat somit das Niveau von 2005 bislang nicht wieder erreichen können. Die Ergebnisse der aktuellen bbw-jomondo Verbraucherbefragung zeigen allerdings, dass die Absicht einer Baderneuerung bzw. -verschönerung bei den deutschen Verbrauchern durchaus hoch ist. Insofern sind die allgemein recht optimistischen Erwartungen der Branche mittelfristig durchaus angebracht.

Das Wunschbad mit den zugehörigen Wunschprodukten hat sich im Zeitablauf doch sehr verändert. Waren die Bäder früher sehr funktional gestaltet, so geht man heute mehr und mehr dazu über, auch das Bad als Wohnraum zu sehen und stärker zu integrieren. Somit erlebt nun das Bad ähnlich wie schon vorher die Küche, eine deutliche Aufwertung. Diesen Impuls nimmt die Möbelindustrie gerne auf. Durch den kräftigen Bedeutungszuwachs und den vielfältigen Ansprüchen der Verbraucher haben die Designer die Badmöbel und den Sanitärbereich entdeckt. Heute definieren die Verbraucher die Produkthanforderungen völlig neu. So wünschen die Verbraucher heute nicht nur Design, sondern viel Stauraum und als technischen Aspekt ein gutes Licht. Das Thema „Integration des Bades in den Wohnraum“ kann immer mehr überzeugen. Ein begehrter Kleiderschrank, eine Platzierung von Badmöbeln auch mitten im Zimmer und eine Verbindung zum Schlafzimmer waren in dem Zusammenhang die hauptsächlichen Wünsche.

Das Thema Stil ist bei Möbeln eigentlich immer eine spannende Sache. Aber ändern sich bei Badmöbeln die Vorlieben für Material oder Flächen schon mal schneller, so haben sich die Neigungen der Verbraucher bezüglich des Stils in den letzten Jahren nicht sehr viel verändert. Nach wie vor dominiert die Variante Modern / Zeitgemäß mit einer hohen Beliebtheit, mit Abstand folgt die Variante Design / Avantgarde.

Zum Dauerbrenner avanciert derweil das Thema Möbel und Marke. Mit Hilfe einer offenen Befragung wurde die Markenkenntnis der Verbraucher auf die Probe gestellt. Zahlreiche Probanden mussten aber von vornherein passen. Auch was ansonsten zu „Papier“ gebracht wurde, war wenig erbauend. Es wurden insgesamt 150 Marken, besser gesagt Namen genannt, die zumeist davon zeugten, dass die Verbraucher hinsichtlich der Marken von Badmöbeln im tiefsten Dunkel tappen. So konnte ein Unternehmen der Badausstattung eindeutig den Vogel abschießen. Villeroy konnte alleine 100 Nennungen für sich verbuchen und bereits an der zweiten Stelle rangiert mit Ikea ein Handelsunternehmen. Ikea ist es bekanntlich hervorragend gelungen, sich selbst zur Marke zu machen. An der dritten Stelle rangiert Pelipal, ein Unternehmen, welches auch von den Händlern beim Image ganz oben gesehen wird.

Aber wo und warum gehen die Verbraucher trotz oder gerade wegen der mangelhaften Markenkenntnisse tatsächlich Badmöbel einkaufen? Bei der Auswertung der Befragung wurde die Polarisierung des Marktes deutlich. Der Fachhandel (Möbel und Bad) erzielt eine hohe Zustimmung, aber ebenso die günstigere Schiene Mitnahme und Heimwerkermärkte. Der spezielle Küchenhandel mit Badabteilung wird vom Verbraucher dagegen als Vertriebschiene kaum wahrgenommen. Einer großen Beliebtheit erfreut sich dagegen der Versandhandel insbesondere mit dem Newcomer E-

Commerce.

In den letzten Jahren haben die Handelsunternehmen immer wieder neue Ideen zur Kundenbindung umgesetzt. In Zukunft jedoch noch mehr und insbesondere gezielter investieren müssen, in die Beratungsqualität der Mitarbeiter, in den Kundenservice und in die Präsentation ihrer Produkte. Die bbw-Analyse zeigt für den Bad-Möbelhandel differenziert auf, wo die besten und rentabelsten Ansatzpunkte sind. Einige ältere Aussagen und Vorstellungen der Experten sind auf jeden Fall zu überdenken.

Ziel dieser Studie ist es, einen schnellen und aktuellen Zugriff auf spezielle Markt- und Verbraucherdaten zu ermöglichen und diese in einen gesamtwirtschaftlichen Kontext zu stellen. Der Report Küchen sowie weitere Möbelstudien befinden sich in Bearbeitung.

Zu der aktuellen bbw-Trendstudie Badmöbel 2010:
<http://www.markt-studie.de/studien/badmoebel-2010-p-123689.html>

bbw Marketing: Weitere Marktdaten und Marktanalysen:
<http://www.markt-studie.de/studien/bbw-marketing-dr.-vossen-und-partner-m-93.html>

Portrait

dynamic technologies ist der Anbieter von www.markt-studie.de, www.reports-research.com und www.estudio-mercado.es. Auf diesen Portalen können Interessierte in mittlerweile über 61 000 Marktstudien von mehr als 200 europäischen Anbietern sowie aktuellen Marktdaten für über 6000 Marktsegmente, 10.000 Firmen- und Branchenprofile recherchieren und Marktstudien online bestellen. Das Portal bietet außerdem einen kostenfreien Recherche- und Empfehlungsservice für individuelle Marktforschungen an.

News-ID: 458972 • Views: 123 (Stand: 29.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:
<https://www.openpr.de/news/458972/bbw-Trendstudie-Badmoebel-2010-bei-markt-studie-de.html>