

#germanbathrooms

Grundlagenstudie Badezimmer.

**Jetzt
bestellen!**



Die Deutschen und ihre Badezimmer.

Bestandaufnahme | Zielgruppenanalyse | Präferenzen und Potentiale

Informationsunterlage



Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS)

Die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. ist der Dachverband der deutschen Unternehmen im Bereich Bad und Sanitär mit 8 Mitgliedsverbänden aus Industrie, Fachgroßhandel und Fachhandwerk.

Der mittelständische Wirtschaftszweig umfasst 49.071 Unternehmen aus allen drei Bereichen (142 Unternehmen Sanitärindustrie einschließlich sonstige technische Gebäudearmaturen, 269 Großhandelsunternehmen, 48.660 Handwerks- und installierende Unternehmen Großhandel und Handwerk sind auch im Bereich Heizung, Lüftung, Klima tätig), mit zusammen 27,2 Mrd. € Gesamtumsatz in der Sanitärbranche und 547.000 Beschäftigten (Beschäftigte Industrie Gesamt, Großhandel, Handwerk)*.

Die VDS vertritt dabei die gemeinsamen Interessen der Mitglieder in der Öffentlichkeit, besonders durch eine umfassende PR- und Öffentlichkeitsarbeit für den Lebensraum Bad. Neben der gesteigerten Nachfrage nach individuellen und zunehmend auch altersgerechten Lösungen wird die Branche mit smarter Sanitärtechnik, modernster Wasser(spar)technologie sowie fachgerechter Installation ebenfalls ihrer Verantwortung für nachhaltige Ressourcenschonung gerecht.

www.sanitaerwirtschaft.de



**Zahlen Stand: September 2024 für 2023; Quelle: B+L Marktdaten GmbH im Auftrag von Messe Frankfurt / VDS / BDH / VdZ*

Content

Grundlagenstudie Badezimmer 2024 | #germanbathrooms

**Inhaltsver-
zeichnis**
Grundlagen-
studie

	Vorwort Jens J. Wischmann	
01	Bedeutung des Badezimmers für Wohnqualität und Immobilienwert	Seite 10
02	Fakten zum Badezimmer	Seite 14
03	Hilfestellung im Badezimmer	Seite 38
04	Badezimmer-Renovierung	Seite 46
05	Wichtige Kriterien bei einer möglichen Bad-Neugestaltung	Seite 70
06	Badezimmer und Technologie	Seite 84
07	Das Wunsch-Badezimmer	Seite 86
08	Informationsverhalten	Seite 96
09	Bedeutung verschiedener Faktoren bei der Kaufentscheidung für ein neues Badezimmer	Seite 104
10	Nachhaltigkeit im Badezimmer	Seite 108
11	Fazit	Seite 114
12	Visuelle Analyse: Die deutschen Badezimmer	Seite 122
	Verzeichnis der Umfrageergebnisse	Seite 143
	Impressum	Seite 145



Foto: Martin Synowzik; Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS)

„Die Zufriedenheit mit dem **Badezimmer** und der nachhaltigen Qualität der Ausstattung ist so hoch wie nie. Doch auch die Ansprüche wachsen – **das Bad soll endlich Zimmer werden.**“

Jens J. Wischmann

Bestandsaufnahme der privaten Bäder in Deutschland, Zielgruppenanalysen, Konsumentenpräferenzen und Marktpotenziale

Die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS) stellt eine umfassende Grundlagenstudie über den aktuellen Zustand der privaten Badezimmer in Deutschland vor. Die in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut forsa entstandene Studie zeichnet ein repräsentatives Bild der aktuellen Ausstattung deutscher Bäder, analysiert das Informationsverhalten und die Wunschvorstellungen der Konsumenten und Konsumentinnen, bestimmt die Kauforte und gibt Einblicke in die Erwartungen von Immobilieneigentümern und Mietern.

Wie sehen die Deutschen das Badezimmer? Inwieweit ist es für sie schon Wohnraum, was fehlt noch, und was sind sie bereit, zu ändern und zu investieren? Wie definieren sie Nachhaltigkeit im privaten Bad, was wünschen sie sich vom Badezimmer? Die Erfahrung der Pandemie und die Angst vor Klimawandel, Wohlstands- und Sicherheitsverlust verstärken die Sehnsucht nach Geborgenheit – in der Folge ist das Zuhause noch wichtiger geworden. VDS und Sanitärwirtschaft muss interessieren, ob, wie und inwieweit damit auch das Badezimmer als Rückzugsraum wohnliche Qualitäten hinzugewinnt.

Repräsentative Grundlagenstudie bildet die Realität in deutschen Bädern ab

Die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS) führt mit der Grundlagenstudie 2024 #germanbathrooms die in den 80er-Jahren begonnene Marktforschungs-Reihe fort. Beratender und ausführender Partner ist mit forsa wieder eines der führenden unabhängigen Markt- und Meinungsforschungsinstitute Deutschlands. Die Studie knüpft an die Ergebnisse der Vorgängerstudie von 2017 an und erneuert nach einer durch die Pandemie und ihre Nachwirkungen verlängerten Pause von sieben Jahren die Kontinuität, die diese Grundlagenstudien für die Sanitärwirtschaft so wertvoll machen.

Basic-Tool für die zukunftsorientierte Ausrichtung von Handel und Industrie

Die aktuelle Studie bietet den Marktpartnern der Sanitärwirtschaft in einem schwierigen Marktumfeld u.a. zu den Nutzerbedürfnissen und -erwartungen Orientierung und liefert Argumente für die Kundenansprache. Für die Industrie enthält sie u.a. Basisinformationen zu Märkten, Consumer Needs und erfolgversprechenden Produktfeatures. Das Marktforschungsinstitut forsa befragte dafür über 3.000 Eigentümer und Mieter per forsa.omninet-Panel

(mit einer Basis von rund 150.000 Teilnehmern). Das Ergebnis ist eine repräsentative und einzigartige Momentaufnahme über den aktuellen Zustand der privaten Badezimmer in Deutschland.

„Insgesamt bestätigt die Studie den Erfolg und die Leistungsfähigkeit des dreistufigen Vertriebswegs der Sanitärwirtschaft“ so VDS-Geschäftsführer Jens J. Wischmann. „Dieser muss sich auch weiterhin Herausforderungen stellen, etwa was Customer Journey, Nachhaltigkeit und die Bewältigung der demografischen Entwicklung und des energetischen Strukturwandels betrifft. Hierzu ist ein Tool wie die Marktforschungsstudie ein unverzichtbares Mittel, um Kommunikationsstrategien, Serviceausrichtung und Produktentwicklungen den sich ändernden Rahmenbedingungen und Erwartungen der Konsumenten und Konsumentinnen anzupassen.“

Umfangreiches Datenmaterial in übersichtlich gestalteter Form

Die Grundlagenstudie #germanbathrooms umfasst insgesamt 60 Auswertungen und dokumentiert auf 148 Seiten in 14 Kapiteln die Statements der 3.056 Befragten - visuell attraktiv aufbereitet, lesefreundlich gestaltet und vorsichtig interpretiert.

Die Studie richtet sich in erster Linie an Unternehmen und Stakeholder der Sanitärwirtschaft, dürfte aber auch für Projektentwickler, Architekten, Bauindustrie und sonstige Teilnehmer der Immobilienbranche sowie für die mit der Entwicklung und Förderung von Wohnraum befassten öffentlichen und nichtöffentlichen Institutionen von besonderem Interesse sein.

Weitere Informationen: www.sanitaerwirtschaft.de

Zielsetzung der Studie und Datengrundlage

Die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft beauftragte forsa im Frühjahr 2024 mit der Durchführung der Befragung.

Forsa forsa, 1984 von Prof. Manfred Güllner gegründet, ist eines der wenigen in Deutschland noch nicht konzerngebundenen, sondern unabhängigen privaten Markt- und Meinungsforschungsinstitute mit Standorten in Berlin, Frankfurt am Main, Dortmund und Hamburg.

Als „Full-Service“-Institut ermittelt forsa alle für ein Forschungs- oder Beratungsprojekt benötigten und relevanten Fakten unter Berücksichtigung aller verfügbaren Daten („Big Data“) und mithilfe maßgeschneiderter Primärerhebungen mit den bewährten Methoden der empirischen Sozialforschung.

forsa war in den 1980er-Jahren Pionier beim Einsatz computergestützter Erhebungsverfahren in Deutschland. Mit forsa.omninet leistete forsa wiederum Pionierarbeit auf dem Gebiet bevölkerungsrepräsentativer Befragungen per Internet. www.forsa.de

forsa.

Die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) e.V. lässt regelmäßig untersuchen, welche Badezimmer den Bürgerinnen und Bürgern in Deutschland zur Verfügung stehen, wie die Badezimmer ausgestattet sind, welche Erwartungen an ihre Nutzung gestellt werden und wie zufrieden die Bundesbürger mit ihren Badezimmern sind. Außerdem wird ermittelt, in welchem Zustand sich die Badezimmer befinden bzw. wie groß der Renovierungsbedarf ist, wie das Wunsch-Badezimmer aussehen sollte, wo und wie Ausstattungsgegenstände erworben werden und wie sich das Informationsverhalten der Kaufinteressierten aktuell darstellt. Ziel ist die Erfassung des Ist-Zustands und aktueller Entwicklungen zur Antizipation künftiger Bedarfe. In den Jahren 2006 und 2011 wurden die Untersuchungen mithilfe einer schriftlichen Befragung durchgeführt. Mit der Studie 2017 erfolgte durch forsa die Umstellung auf eine Online-Umfrage. Da der turnusmäßige Zeitraum der anstehenden Befragung mitten in die Corona-Pandemie fiel, verzichtete die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft auf die Befragung im Jahr 2021 und beauftragte forsa im Frühjahr 2024 mit der Durchführung der Befragung.

Die aktuelle Untersuchung geht durch einen geänderten Fragenkatalog auf Themen und Strukturen ein, die seit der Vorgängerstudie an Bedeutung gewonnen haben. So wird der stärker gewordene Wunsch nach mehr Wohnlichkeit im Badezimmer genauso adressiert wie Themen, die gesellschaftlich und für die Sanitärwirtschaft an Relevanz gewonnen haben. Hier sind insbesondere die neuen Schwerpunkte Nachhaltigkeit im Badezimmer und das barrierefreie Badezimmer zu nennen sowie das durch die digitalen Medien veränderte Informationsverhalten. Zusätzlich wurde die Möglichkeit des Uploads von Fotos des jeweiligen Badezimmers im Fragenlayout von Forsa technisch ermöglicht. Erstmals konnte zusätzlich eine visuelle Auswertung erfolgen.

Auswahlgrundlage der in diesem Jahr befragten Personen waren die rund 150.000 Teilnehmer des forsa.omninet-Panels, ein für die deutsche Online-Bevölkerung ab 14 Jahre repräsentatives Panel. Die Teilnehmer des forsa.omninet-Panels werden mithilfe telefonischer Umfragen ausgewählt, es ist also keine zur Verzerrung der Stichprobe führende Selbstanmeldung möglich.

Befragt wurden wie in den Vorgängerstudien Personen, die an Kaufentscheidungen für Badezimmereinrichtungen und Sanitärprodukte beteiligt sind. 2024 wurden insgesamt 3.056 Personen vom 28. Februar bis 13. März 2024 befragt. Die bei jeder Stichprobenerhebung mögliche statistische Fehlertoleranz beträgt +/- 2 Prozentpunkte. Bei der Interpretation der Ergebnisse muss beachtet werden, dass ein direkter Vergleich der aktuellen Ergebnisse mit denen der früheren Studien nicht immer bzw. nur bedingt möglich ist, da die Zahl der Befragten, die Erhebungsmethode und die Formulierung einzelner Fragen gegenüber den Vorgängerstudien geändert wurden.

Grundgesamtheit:	Befragte, die an Kaufentscheidungen für Badezimmer und Sanitäreinrichtungen im Haushalt (mit) beteiligt sind
Stichprobengröße:	3.056 Befragte
Berücksichtigte Fotos:	665 Badezimmer
Erhebungsmethode:	Online-Befragung (forsa.Omninet)
Erhebungszeitraum:	28. Februar bis 13. März 2024



Foto: Grundlagenstudie Badezimmer; Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. | Forsa

Visuelle Analyse auf Basis von Fotos privater Bäder

Die Studie erlaubt im zweiten Teil einen Blick hinter private Türen, die sonst zumeist verschlossen bleiben. Dies gelingt mit einem innovativen Format, das hier mit der Visuellen Analyse erstmalig eingeführt wurde. 465 von den Befragten hochgeladene private Badezimmerfotos bilden die Basis für diese empirische Arbeit. Die große Breite der eingesandten Beispielbäder von veraltet bis modern, rudimentär bis komfortabel, chaotisch bis gestylt spricht für ein ungeschöntes, authentisches Bild von der Realität deutscher Badezimmerkultur.

02 | 12

**Fakten zum
Badezimmer**

Wie **alt** sind die deutschen Badezimmer?
Wie sind die Badezimmer ausgestattet?
Und wieviele Bäder müssen **saniert** werden?



7 Mio. private Badezimmer in Deutschland müssen dringend saniert werden.

Fast alle Befragten (91 %) finden ihr Bad zweckmäßig eingerichtet und funktional. Schön und modern und dem neuesten Stand der Technik entsprechend sind die Bäder bei 36 bzw. 47 Prozent nicht. Fast jeder fünfte Befragte (18 %) gibt an, dass das Badezimmer dringend renovierungsbedürftig sei.

18 % der Bäder in Deutschland sind dringend renovierungsbedürftig.



Projiziert man diese Erkenntnisse auf die Anzahl der Badezimmer in Deutschland, müssen rund 7 Mio. privat genutzte Bäder in Deutschland dringend saniert werden (Datenbasis Microsensus von 2022; Anzahl der Privathaushalte in Gebäuden mit Wohnraum, ohne Wohnheime: 39,3 Mio.).

Den Allgemeinzustand ihres Badezimmers beschreibt die große Mehrheit der Badnutzer als für seine Funktionen „zweckmäßig eingerichtet“. Diese Charakterisierung wird relativ unabhängig vom Alter der Immobilie getroffen (vgl. S. 18) und zeigt kaum Abweichungen von den Ergebnissen 2017: Als „voll und ganz“ (53 %) bzw. „eher“ (41 %) zweckmäßig bezeichneten vor sieben Jahren insgesamt 94 % der Befragten ihr Badezimmer. Das klingt gut, bedeutet aber im Umkehrschluss, dass aktuell nach Einschätzung von 9 % der Befragten die Badezimmer in Deutschland nicht einmal die Basisanforderungen ausreichend erfüllen.

Entspannung herrscht in 70 % der Badezimmer

Die Fragen nach der Zufriedenheit mit dem Ist-Zustand und dem Wohlfühlfaktor belegen, dass 72 % bzw. 70 % über gute bis sehr gute sanitäre Räumlichkeiten verfügen, in denen sie sich auch entspannen können – eine heute zu den Grundanforderungen zu zählende Funktion des Badezimmers, das über die ursprüngliche ausschließliche Hygienefunktion längst hinausgewachsen ist.

Die allgemeine Zufriedenheit mit dem Badezimmer wird an anderer Stelle noch einmal gesondert abgefragt und bewertet (vgl. Abb. 12a und 12b; S. 32f) – vor allem, um eine direkte Vergleichbarkeit mit den Studienergebnissen von 2017 zu gewährleisten. An dieser Stelle sollte differenziert gefragt und alle vier Antwortkategorien „trifft voll und ganz“, „eher“, „eher nicht“ und „überhaupt nicht zu“ wiedergegeben werden. Dadurch kann die aktuelle Studie mit den Zufriedenheitswerten "trifft eher zu" und "trifft eher nicht zu" den Übergang zwischen den Bädern abbilden, die zwar keinen dringenden, wohl aber eine wünschenswerten Modernisierungsbedarf haben: In diesem „Mittelfeld“ bewegt sich ein großer Anteil von summiert 66 % der deutschen Badezimmer, die das Marktumfeld für Modernisierungen jenseits (dringender) Sanierungsfälle umreißen.

Fast jeder Zweite findet, dass sein Badezimmer nicht dem neuesten Stand der Technik entspricht.

Das Qualitätsniveau zeigt bei den Fragen nach Ästhetik und Modernität bzw. nach dem neuesten Stand der Technik eine erste deutliche Absenkung: Immerhin 36 % finden nicht, dass ihr Badezimmer schön und modern sei, und mit 47 % sagt fast die Hälfte der Befragten, dass ihr Bad nicht dem neuesten Stand der Technik entspricht. Vergleicht man diese Aussagen mit den Zufriedenheitswerten, scheint dies für viele allerdings noch kein ausreichender Grund für eine Modernisierung zu sein, die von 18 % der Badnutzer als dringend angesehen wird (vgl. Abb. 08; S. 27). Entspricht das Badezimmer rein optisch nicht mehr dem Zeitgeist oder hat sich der persönliche Geschmack verändert, wächst auch der Wunsch, das Bad umzugestalten.

So zeigen die summierten Werte (trifft „eher“ und trifft „voll und ganz“ zu) bei der Frage nach dem Wunsch nach einer kompletten Neugestaltung des Badezimmers (39 %) und dem Empfinden, dass das Badezimmer optisch nicht mehr dem aktuellen Stand bzw. dem eigenen Geschmack entspricht, (37 %) eine deutliche Übereinstimmung. Mit summiert 44 % rangiert der mangelnde Stauraum als Negativ-Merkmal des Badezimmers noch vor der mangelnden Größe (32 %), obwohl beide Faktoren offensichtlich miteinander im Zusammenhang stehen.

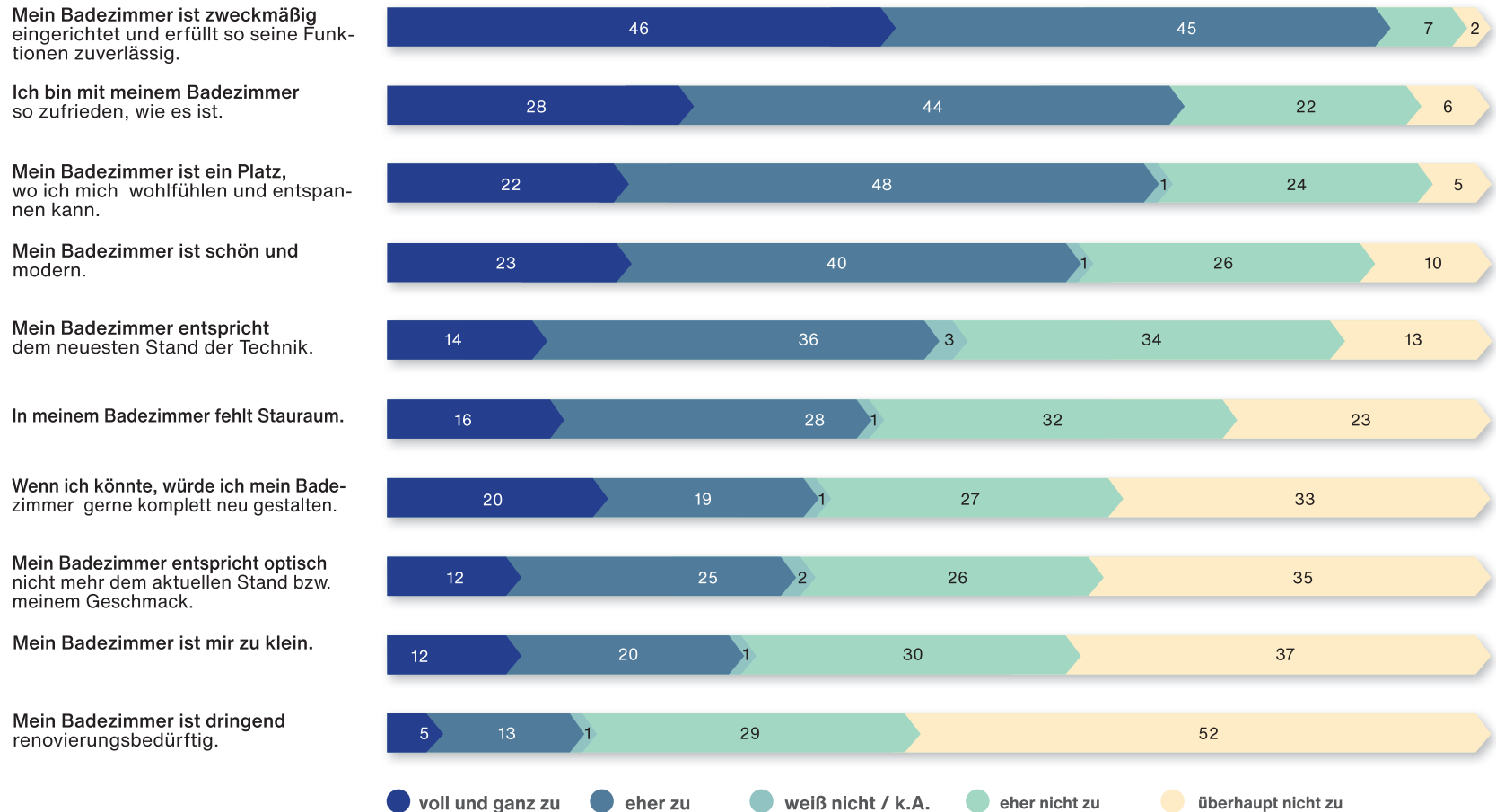
Renoviert wird oft erst, wenn's nicht mehr anders geht.

Dass dennoch „nur“ 18 % der Befragten ihren Bädern einen dringenden Renovierungsbedarf attestieren, spricht dafür, dass Bäder nach Meinung vieler nur dann renoviert werden müssen, wenn funktionale Mängel auftreten. Insgesamt belegen die Ergebnisse den Wunsch nach Modernisierung der technischen Ausstattung (47 %) und der Optik (37 %) genauso wie einen Bedarf an optimierten Stauraumangeboten (44 %) für eine bessere Nutzung des oft als knapp empfundenen (32 %) Raums. Mit 18 % empfindet sogar fast jeder fünfte Badnutzer, dass sein Badezimmer dringend renoviert werden müsste.

Beschreibungen zum Badezimmer

Wie würden Sie Ihr Badezimmer beschreiben? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Ihr Badezimmer zu?

Die folgenden Aussagen treffen auf das Badezimmer ...



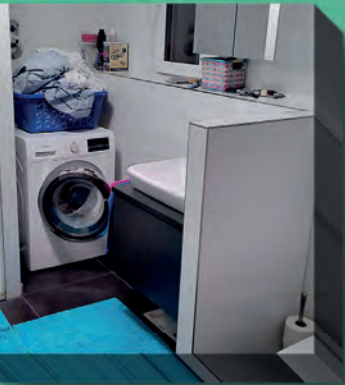
72 % der Menschen in Deutschland sind mit ihrem Badezimmer grundsätzlich zufrieden.



Basis: 3.056 Befragte | Angaben in Prozent
 Grundlagenstudie Badezimmer 2024
 #germanbathrooms
 Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS) |
 Forsa

#germanbathrooms

Grundlagenstudie Badezimmer.



12 | 12

Visuelle Analyse
Die deutschen
Badezimmer





Die Deutschen und
ihre Badezimmer.

465 Menschen haben
uns einen Blick in ihr
privates Badezimmer
erlaubt.

Ergebnisse der Grundlagenstudie Badezimmer 2024
der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS)

Oktober 2024



Kapitel 12 | 12

Visuelle Analyse:
Die deutschen Badezimmer

Methodik: Beschreibung visuelle Analyse

Jenseits von Werbeprospekten und Badplanungskonzepten: Wie sieht es wirklich aus in deutschen Badezimmern? Könnten wir doch nur mal einen Blick in die Badezimmer werfen!

Eine einmalige Gelegenheit dazu bot die Umfrage zur Grundlagenstudie Badezimmer 20224 **#germanbathrooms**. Die Macher der Studie waren zunächst skeptisch – schließlich steht dieser Raum für Intimität und Privatsphäre –, wollten aber einen Versuch starten. Dabei ist das Bad der wohl letzte Raum in der Wohnung bzw. im Haus, in dem immer ein Schlüssel von innen steckt. Technisch ist die Abfrage von Bildmaterial problemlos zu bewerkstelligen, und per Handy ist auch schnell ein Foto gemacht. Doch würden die um Fotos gebetenen Studienteilnehmer auch dazu bereit sein?

Mitten aus dem Leben

Das Ergebnis überraschte dann umso mehr: Von 3.056 Befragten haben 487 ein verwertbares Foto hochgeladen. 465 aussagekräftige und verwendbare Fotos konnten ausgewertet werden. Die Fotos wurden von Forsa datenschutzrechtlich geprüft; eine Bearbeitung von Fotos mit Menschen, Menschen im Spiegel oder persönliche Angaben wurde ausgeschlossen. Die große Breite der eingesandten Beispielbäder von veraltet bis modern, rudimentär bis komfortabel, chaotisch bis gestylt spricht für ein ungeschöntes, authentisches Bild, das die visuelle Analyse vom deutschen Badezimmer zeigt. Die damit zwar nicht repräsentative, aber doch aussagekräftige Basis von 465 Bädern erlaubte eine Auswertung in den Bereichen Farbe, Einrichtungsstil, Nutzungsart und allgemeinem Zustand des Badezimmers sowie die Dokumentation weiterer vorhandener Ausstattungsobjekte. Die visuelle Auswertung hat darüber hinaus auch Informationen über die Ausstattung und Nutzung von Badewannen, Duschen und den Spritzwasserschutz ergeben.

Die Kriterien für eine visuelle Auswertungen sind begrenzt, sodass die visuelle Analyse die vorangegangenen Informationen und Ergebnisse der Befragung nicht ersetzen können – wohl aber ergänzen. Die Auswertung erfolgte nach vereinbarten Abgrenzungskriterien. Eine visuelle, empirische Analyse beruht auf Erfahrung und Beobachtung und bleibt damit immer auch interpretationsabhängig. Auch aufgrund der unterschiedlichen Basisgrößen sowie der voneinander abweichenden Definitionen und inkonsistenten Selbsteinschätzungen der Befragten kann es bei wenigen sich überschneidenden Kriterien zu Differenzen zwischen den Ergebnissen der visuellen Analyse und den Umfragewerten der Grundlagenstudie kommen.



Foto: Grundlagenstudie Badezimmer; Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. | Forsa

#germanbathrooms

Grundlagenstudie Badezimmer.



Verzeichnis der Umfrageergebnisse

Anhang

Verzeichnis der Umfrageergebnisse

Verzeichnis der Umfrageergebnisse

Befragung Forsa: Abb 01–39b | visuelle Analyse Fotos Badezimmer: Abb 40–52

Nr.		Seite	Nr.		Seite
01	Bedeutung verschiedener Bereiche für eine gute Wohnqualität	11	30a	Wichtige Kriterien bei einer möglichen Bad-Neugestaltung	73
			30b	Wichtige Kriterien bei einer möglichen Bad-Neugestaltung	75
02	Bedeutung eines ansprechenden Badezimmers bei der Wohnungswahl	13	31a	Wichtige Kriterien bei einer möglichen Badezimmer-Neugestaltung – Geschlecht, 1 von 2	77
03	Anzahl der Badezimmer und separaten WCs	17	31b	Wichtige Kriterien bei einer möglichen Badezimmer-Neugestaltung – Geschlecht, 2 von 2	79
04	Alter des Badezimmers	19			
05	Ausstattung des Badezimmers	21	32a	Wichtige Kriterien bei einer möglichen Badezimmer-Neugestaltung – Alter, 1 von 2	79
06	Größe des Badezimmers: Eigentumsverhältnisse	23			
07	Größe des Badezimmers: Alter	25	32b	Wichtige Kriterien bei einer möglichen Badezimmer-Neugestaltung – Alter, 2 von 2	81
08	Beschreibungen zum Badezimmer	27			
09	Beschreibungen zum Badezimmer - nach Alter des Bades	29	33	Bekanntheit verschiedener technischer Entwicklungen und Möglichkeiten für Badezimmer	83
10	Engpässe im Badezimmer	31			
11	Engpässe im Badezimmer: Anzahl der Badezimmer	31	34a	Das Wunsch-Badezimmer – insgesamt und Geschlecht	89
12a	Zufriedenheit mit dem Badezimmer	32	34b	Das Wunsch-Badezimmer – insgesamt und Alter	91
12b	Zufriedenheit mit dem Badezimmer: zeitliche Entwicklung (2006 - 2024)	32	35a	Farbgestaltung und Stilvarianten des Wunschbades – insgesamt und Geschlecht	93
			35b	Farbgestaltung und Stilvarianten des Wunschbades – insgesamt und Alter	95
13	Gründe der Unzufriedenheit mit dem Badezimmer	35			
14	Einschätzungen zum Badezimmer	37			
15	Hilfestellung im Badezimmer	41	36a	Informationsquellen für Sanitärprodukte – Geschlecht	97
16	Interesse für barrierearme Ausstattung des Badezimmers	43	36b	Informationsquellen für Sanitärprodukte – Geschlecht	99
17	Bedeutung eines barrierearmen Badezimmers für ein selbstbestimmtes Leben im Alter	45	37a	Informationsquellen für Sanitärprodukte – Alter, 1 von 2	101
			37b	Informationsquellen für Sanitärprodukte – Alter, 2 von 2	103
18	Renovations-Stand deutscher Badezimmer	49	38	Kaufkriterien beim Badezimmer	107
19	Vollständige oder teilweise Renovierung des Badezimmers?	51	39a	Nachhaltigkeit im Badezimmer – insgesamt und Geschlecht	111
			39b	Nachhaltigkeit im Badezimmer – insgesamt und Alter	113
20	Neuanschaffungen im Zuge von Renovierung	53	40	Badezimmer: Art der Nutzung	127
21	Kauforte Neuanschaffungen im Zuge von Renovierung oder Einrichtung eines neuen Badezimmers	55	41	Stil der Badezimmereinrichtung	127
			42	Badezimmer: Raumtyp	129
22	Renovierungspläne für das Badezimmer von Eigentümern	57	43	Farben der Keramikprodukte	129
			44	Badmöbel und Farben	129
23	Renovierungsbedarf in Mietverhältnissen	57	45	Farben der Badmöbel	129
24	Renovierungsabsichten der Vermieter	59	46	Farben Bodenfliesen im Badezimmer	131
25	Konkrete Änderungsvorhaben im Badezimmer	61	47	Farben Wandfliesen im Badezimmer	131
26	Barrierefreie Renovierung	63	48	Anordnung Wandfliesen im Badezimmer	131
27	Gründe fehlender Umbaupläne des Badezimmers	65	49	Duschplätze im Badezimmer	133
28	Geschätzte Kosten der Badezimmer-Neugestaltung	67	50	Vorrichtungen Spritzschutz in Duschen	133
29	Gründe Einschätzungen zu den Kosten einer Badezimmer-Neugestaltung	69	51	Allgemeiner Zustand Badezimmer	135
			52	Ergänzende Ausstattung Badezimmer	137



Content

Grundlagenstudie Badezimmer 2024 | Experteninterviews

Vorwort Jens J. Weichmann

01 Bedeutung des Badezimmers für Wohnqualität und Immobilienwert	Seite 08
02 Fakten zum Badezimmer	Seite 20
03 Hilfestellung im Badezimmer	Seite 24
04 Badezimmer-Renovierung	Seite 28
05 Wichtige Kriterien bei einer möglichen Bad-Neugestaltung	Seite 32
06 Badezimmer und Technologie	Seite 36
07 Das Wunsch-Badezimmer	Seite 40
08 Informationsverhalten	Seite 44
09 Entscheidung für ein neues Badezimmer	Seite 48
10 Nachhaltigkeit im Badezimmer	Seite 52
11 Fazit	Seite 56
12 Impressum	Seite 60
Verzeichnis der Umfrageergebnisse	Seite 64

Herausgeber: Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDW) | Experteninterviews mit Forster

3.056 Befragte, 60 Auswertungen auf 148 Seiten in 14 Kapiteln: Die von VDS und forsa erstellte Grundlagenstudie 2024 #germanbathrooms bietet der Sanitärwirtschaft Orientierung zur Entwicklung des Bereichs Badezimmer und bringt mehr Transparenz in einen komplexen, durch die Involvierung diverser Gewerke und die Teilhabe verschiedener Vertriebsstufen gekennzeichneten Markt. Neben einer aktuellen Bestandsaufnahme der privaten Bäder in Deutschland werden Zielgruppenanalysen, Konsumentenpräferenzen und Marktpotenziale wiedergegeben.

Die Studie wurde visuell attraktiv aufbereitet, lesefreundlich gestaltet und vorsichtig interpretiert. Die Inhalte sind in Kapiteln wie Fakten zum Badezimmer, Hilfestellungen/Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Renovierung oder Informationsverhalten übersichtlich gegliedert. Neben der ausführlichen Auswertung der Umfrageergebnisse werden die jeweiligen Kerninhalte in pointierten Aussagen zusammengefasst. So entstand eine Studie, die sowohl einen schnellen Überblick verschafft als auch tiefe Einblicke gewährleistet.

**Jetzt
bestellen!**

750 Euro

(ermäßigter Preis für
Branchenmitglieder:

490 Euro), jeweils zuzügl.
19% MwSt.

Bestellungen an:

info@sanitärwirtschaft.de

#germanbathrooms

Grundlagenstudie Badezimmer.

Impressum

Im Interesse der Lesbarkeit haben wir auf genderneutrale Formulierungen, wie etwa die hier häufig anzuwendende korrekte Ansprache von "Badplanern und Badplanerinnen sowie Installateuren und Installateurinnen" verzichtet. Selbstverständlich sind - insbesondere bei Berufsbezeichnungen - immer sämtliche Vertreter (männlich/weiblich/divers) gemeint, auch wenn explizit nur eines der Geschlechter genannt ist.

Illustrationen: Björn Steinmetzler
Projektleiterin forsa: Judith Leicht
Content und Texterstellung: Claudia Wanninger, Frank A. Reinhardt (FAR.consulting)
Layout: FAR.consulting
Fotos Produkte: burghad, Hansgrohe, Villeroy & Boch, Geberit, Bette, Kaldewei, Duravit

Geistiger Schutz und Nutzungsbedingungen

Diese Studie ist geistiges Eigentum der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS). Das Kopieren, Verbreiten oder Veröffentlichlichen der Inhalte, ganz oder in Teilen, ist ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung untersagt. Insbesondere ist die Nutzung zu werblichen Zwecken oder die Weitergabe der Inhalte an Dritte nicht gestattet. Zuwiderhandlungen werden rechtlich verfolgt.

Alle Angaben ohne Gewähr. Änderungen vorbehalten.

Herausgeber: Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS), Bonn, in Kooperation mit forsa, Berlin

Schutzgebühr: 750 Euro (ermäßigter Preis für Branchenmitglieder: 490 Euro), jeweils zuzügl. 19% Mwst.

Aktueller Stand: 10 | 2024

www.sanitaerwirtschaft.de

