

Pressemitteilung

Sanitärprodukte kurbeln Umsatz in deutschen Bau- und Heimwerkermärkten an

22. September 2016

Nadin Helm-Katzan
T +49 911 395 2412
nadin.helm-katzan@gfk.com

Corina Kirchner
Corporate Communications
T +49 911 395 4570
corina.kirchner@gfk.com

GfK veröffentlicht aktuelle Ergebnisse zur Marktentwicklung

Nürnberg, 22.09.2016 – Innerhalb der deutschen Bau- und Heimwerkermärkte kann der Sortimentsbereich Sanitär- und Badausstattung im ersten Halbjahr 2016 einen Umsatz von 828,5 Millionen Euro verzeichnen. Das entspricht einem Wachstum von 4,5 Prozent. Damit ist dieser Sortimentsbereich im bisherigen Jahresverlauf der wichtigste Umsatztreiber in den Baumärkten.

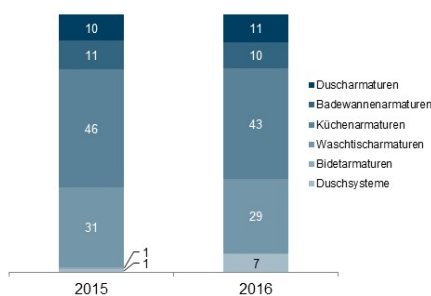
Im ersten Halbjahr 2016 wurden in den deutschen Bau- und Heimwerkermärkten rund 1,8 Millionen Armaturen verkauft, ein Plus von 7 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode. Umsatzseitig konnte sogar ein Plus von 12,6 Prozent generiert werden. Bedeutendste Produktgruppe mit einem Umsatz von fast 44 Millionen Euro sind Küchenarmaturen, mit denen sowohl umsatz- als auch absatzseitig ein Plus erwirtschaftet werden konnte. Höhere Wachstumsraten erzielte die zweistärkste Produktgruppe der Waschbeckenarmaturen mit jeweils rund 10 Prozent in Menge und Wert.

Noch deutlicher als die Armaturen konnte die Warengruppe Duschzubehör (Handbrausen, Kopfbrausen, Brauseschläuche, Duschsets) im ersten Halbjahr 2016 wachsen. Mit einem Umsatzvolumen von knapp 38 Millionen Euro liegt dieses Segment 26,4 Prozent über dem Vorjahresniveau.

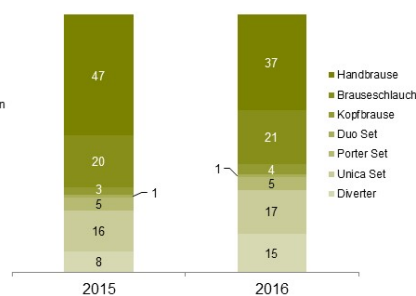
Bau- und Heimwerkermärkte: Armaturen und Duschzubehör 2016 vs. 2015



Armaturen Umsatzanteil in Prozent 2016 vs. 2015



Duschzubehör Umsatzanteil in Prozent 2016 vs. 2015



GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Vorstand:
Dr. Gerhard Hausruckinger
(Sprecher des Vorstands)
Christian Diedrich (CFO)
Matthias Hartmann
David Krajicek
Alessandra Cama

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Böling

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Zu den bedeutendsten Produktgruppen zählen die Duschsets, Brauseschläuche und die Handbrausen. Bei den Duschsets wird nach Duo Set,

Unica Set, Porter Set und Divertern unterschieden. Unica Sets, bestehend aus Handbrause, Brauseschlauch und Duschstange sind mit 180.000 Stück die meist verkaufte Variante innerhalb der Bau- und Heimwerkermärkte. In den ersten sechs Monaten 2016 wurde rund ein Viertel mehr dieser Duschzubehörkombination verkauft als noch ein Jahr zuvor. Der Umsatz stieg im gleichen Zeitraum um fast 35 Prozent.

In der Kategorie Badaccessoires werden von GfK unter anderem Duschabzieher, LED-Kosmetikspiegel, Rasierer- und Föhnhalterungen, Seifenspender, Toilettenbürsten, Handtuchhalterungen und Zahnputzbecher beobachtet. Insgesamt wurde für dieses Spektrum an Badaccessoires im ersten Halbjahr 2016 ein Umsatzvolumen von rund 65 Millionen Euro verzeichnet, ein Plus von 23 Prozent gegenüber der vergleichbaren Vorjahresperiode. Neben den Bau- und Heimwerkermärkten stellen die Drogeriemärkte mit einem Umsatzvolumen von rund 10 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2016 den zweitbedeutendsten Vertriebskanal für diese Produkte dar, Tendenz steigend. Zu den umsatzstärksten Produktgruppen zählen die Toilettenbürsten (13 Millionen Euro), Duschkörbe/-ablagen (9,4 Millionen Euro) sowie die Handtuchhalter (8 Millionen Euro).

Weitere Informationen:

Nadin Helm-Katzan, Tel.+49 911 395 2412, nadin.helm-katzan@gfk.com

Zur Methode

Die Verkaufsdaten werden kontinuierlich im GfK Handelspanel in Stichproben aller relevanten Absatzkanals erfasst und hochgerechnet. Das GfK Handelspanel liefert unabhängige, belastbare und verlässliche Informationen über die tatsächlich generierten Umsätze und einzeln abverkauften Artikel in Deutschland. In das GfK Handelspanel fließen weltweit Daten von mehr als 425.000 Verkaufsstellen ein. Über die Warengruppen aller Sektoren hinweg ergibt sich somit ein Bild über die Entwicklung des Marktes für verschiedene Gebrauchs- und Verbrauchsgüter. Im Bereich Sanitär erfasst GfK Handelsumsätze unter anderem in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Spanien, Italien und Polen.

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt



es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com