Nachfrage bei Geberit AquaClean Dusch-WCs nimmt weiter Fahrt auf

Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, Juli 2021

Die Dusch-WCs von Geberit erleben einen wahren Nachfrage-Boom. Thomas Steindl, Vertriebsleiter für Ausstellungen und Design beim Marktführer Geberit, berichtet im Gespräch, welche Gründe er für den Erfolg von Geberit AquaClean sieht und wie sich die Erfolgswelle fortsetzen lässt.

Herr Steindl, Geberit verzeichnet derzeit eine stark ansteigende Nachfrage der Verbraucher nach AquaClean Dusch-WCs.  
Ja, das ist richtig. Diese Entwicklung war schon 2019 erkennbar. 2020 konnten wir dann ein noch erfreulicheres, überdurchschnittliches Wachstum gegenüber dem Vorjahr verbuchen.

Was sind die Gründe für diese positive Entwicklung?  
Wir haben hier Synergien aus verschiedenen Faktoren: Das Bewusstsein für gute Lebensqualität nimmt zu und ist vor allem im letzten Jahr weiter gestiegen. Die Verbraucher legen mehr Wert auf die Verbesserung der persönlichen Körperhygiene in den eigenen vier Wänden. Außerdem zeigt unser umfassendes Konzept an Maßnahmen zur Verkaufsförderung seine Wirkung, mit dem wir unsere Großhändler und Installateure kontinuierlich unterstützen. Als Alternative zu den ausgefallenen Endverbraucher-Messen hat Geberit andere Wege wie zum Beispiel die sozialen Medien verstärkt für Kampagnen zur Information der AquaClean Zielgruppen genutzt.

Lässt sich sagen, welche Modelle besonders gefragt sind und warum?  
Das Geberit AquaClean Sela ist aktuell unser Zugpferd. Wir haben das Modell optimiert und 2019 in dieser neuen Version auf den Markt gebracht. Mit seinem eleganten Design, den ausgewählten Funktionalitäten und dem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis kommt es gut im Markt an. Letztendlich hängt es aber auch von den ganz individuellen Bedürfnissen und Wünschen der Endkunden ab, welches Modell das passende ist. Wenn ein Endkunde etwa flexibel bleiben möchte, dann eignet sich ein AquaClean Tuma WC-Aufsatz. Bei Kunden mit dem Wunsch nach einem Komfort-Komplett-Paket überzeugt AquaClean Mera.

Wir haben für jeden Wunsch und jedes Bedürfnis ein passendes Modell, damit unser Kunde immer die beste Lösung bekommt. In den letzten Jahren wurde die AquaClean Familie in Design und Funktionalität überarbeitet. Dafür haben wir unseren Marktpartnern genau zugehört und unsere Modelle gemeinsam weiterentwickelt.

Welche weiteren Erkenntnisse haben Sie aus Ihren aktuellen Marktanalysen gewonnen, die für die Fachpartner von Geberit bei der zielgruppenspezifischen Ansprache und Beratung ihrer Kunden wichtig sind?  
Großhändler und Installateure sind für unsere Endkunden der wichtigste Erstkontakt beim Kauf eines Dusch-WCs. Durch die Fachberater hat knapp ein Drittel erstmals von dieser Möglichkeit zur Verbesserung der Körperhygiene erfahren. Der Großteil der Kunden informiert sich auch schon sehr gut vorab – etwa auf der Geberit AquaClean Webseite. Für unsere Fachpartner gilt es, bei möglichst vielen Beratungsgesprächen das Thema Dusch-WC anzusprechen und das für die persönlichen Bedürfnisse passende Modell auszuwählen.

Gibt es neue verkaufsunterstützende Maßnahmen für die verschiedenen Kunden- und Preisgruppen Ihrer Fachpartner, um den Nachfrage-Trend weiter zu forcieren?  
Die Trainings und Schulungen in den Bereichen Technik, Verkauf und Aftersales, die wir für die Großhändler und Installateure entwickeln, passen wir laufend den neuen Marktanforderungen an. Neben den offenen Seminaren bieten wir auch individuell auf den Bedarf des Partners zugeschnittene Maßnahmen an. Es zeigt sich, dass regelmäßig geschulte Fachkräfte auch einen größeren Verkaufserfolg haben – nicht zuletzt deshalb, weil sie die Kompetenz haben, gezielter und detaillierter auf die Anforderungen der Kunden einzugehen.

Was lässt sich darüber hinaus zum Wettbewerb sagen? Wie ist die Position von Geberit beim Dusch-WC im Vergleich zu anderen Herstellern im Markt?  
Der Wettbewerb trägt dazu bei, die Reinigung mit Wasser noch stärker im Bewusstsein der Verbraucher zu verankern. Dazu haben auch die anderen Hersteller von Dusch-WCs beigetragen. Dieser Wettbewerb inspiriert uns, unsere Produkte ständig weiterzuentwickeln. Auch deshalb ist Geberit nach wie vor Marktführer in Deutschland und baut diese Position weiter aus. Die langjährige und vertrauensvolle Partnerschaft mit unseren Großhändlern und Installateuren hilft uns dabei. Bei all diesen Aspekten zahlt es sich aus, dass Geberit seit 1978 mit Dusch-WCs am Markt ist und mit viel Erfahrung in puncto Technik, Weiterentwicklung und neuen Funktionalitäten überzeugt. Darüber hinaus steht Geberit bei den Kunden für Qualität, Komfort und Design.

Wird sich der Absatztrend für AquaClean Dusch-WCs weiter fortsetzen? Wie sieht Ihre Prognose für die nächsten Monate aus?  
Die Erfolgskurve für die Dusch-WCs von Geberit wird sich weiter nach oben entwickeln, denn der Markt bietet noch Potenziale. Die vielen Endkunden, die wir seit 2019 dazugewonnen haben, sind gleichzeitig neue AquaClean Botschafter, denn die Bedeutung der Weiterempfehlung im Familien- und Freundeskreis ist groß. Außerdem haben wir neue Aktionen in der Planung, mit denen wir die Beratungs- und Fachkompetenz unserer Großhändler und Installateure weiter unterstützen.

Was dürfen Endkunden und Ihre Handelspartner in der nächsten Zeit erwarten? Werden Sie Neuheiten auf den Markt bringen?  
Ein Teil unseres Erfolgsrezepts ist es, dass wir das Ohr ganz nah an unseren Marktpartnern und den Kunden haben. Ihre Anregungen und Wünsche nehmen wir sehr ernst. Das hat zum Beispiel dazu geführt, dass beim AquaClean Sela neben dem Spülrand auch das Design überarbeitet wurde. Aktuell haben wir noch viele weitere Innovationen und Ideen zusammen mit unseren Schweizer Ingenieuren im Fokus – vor allem in Hinblick auf die kommenden Messen, auf denen wir dann sicher wieder persönlich vertreten sein können.

Vielen Dank, Herr Steindl, für dieses interessante und informative Gespräch.

Bildmaterial

|  |  |
| --- | --- |
| Ein Bild, das Person, Mann, Anzug, drinnen enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | **[Geberit\_Thomas\_Steindl\_1.jpg]** Thomas Steindl ist Vertriebsleiter für Ausstellungen und Design bei Geberit. Foto: Geberit |
| Ein Bild, das Person, Mann, Anzug, Kleidung enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | **[Geberit\_Thomas\_Steindl\_2.jpg]** Im Gespräch erläutert Thomas Steindl, welche Gründe er für den Erfolg des Dusch-WCs Geberit AquaClean sieht. Foto: Geberit |
| Ein Bild, das drinnen, Wand, Boden, Toilette enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | **[Geberit\_AquaClean.jpg]** Geberit AquaClean – ein Dusch-WC, das Kunden mit Qualität, Design und Funktionalität überzeugt. Foto: Geberit |

**Weitere Auskünfte erteilt:**

Ansel & Möllers GmbHKönig-Karl-Straße 10, 70372 Stuttgart  
Filippo Corsani, Katrin Bühner  
Tel. +49 (0)711 92545-217

Mail: f.corsani@anselmoellers.de

**Über Geberit**

Die weltweit tätige Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte. Geberit verfügt in den meisten Ländern Europas über eine starke lokale Präsenz und kann dadurch sowohl auf dem Gebiet der Sanitärtechnik als auch im Bereich der Badezimmerkeramiken einzigartige Mehrwerte bieten. Die Fertigungskapazitäten umfassen 29 Produktionswerke, davon 6 in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 12 000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit 2020 einen Umsatz von CHF 3,0 Milliarden. Die Geberit Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).