

Formen: Mehr als das Auge fassen kann

Kompaß für den Badkeramik-Dschungel

Rechtzeitig zur ISH haben sich die Hersteller wieder mächtig ins Zeug gelegt und wollen ihre Umsätze u. a. mit neuen Produkten ankurbeln. 15 neue Serien ergänzen den bereits bestehenden Badkeramik-Dschungel. Der umfaßt, obwohl sich die Hersteller von elf Ladenhütern getrennt haben, immer noch 89 Kollektionen. Ergänzt werden sie durch designorientierte Waschtischvarianten, die gemeinsam mit dazu passenden WC's und Bidets anderer Kollektionen, ebenfalls dem Seriengedanken nacheifern. Die Vielfalt ist selbst für den Fachmann – ganz gleich ob Handwerker, Händler oder Ausstellungsberater – nicht mehr überschaubar. Doch welche Serien taugen für die Ausstellung oder sind es wert, in Prospektform dem Endkunden nahegebracht zu werden? Um Ihnen eine Entscheidungshilfe an die Hand zu geben, haben wir unsere im zweijährigen Rhythmus zur ISH durchgeführte SBZ-Keramikserien-Übersicht neu aufgelegt. Auf Seite 35 finden Sie ein Ausklapposter auf dem Sie alle Serien, Preise und dazugehörigen Farben auf einen Blick finden. Zusätzlich sind die einzelnen Bäder jeweils auf einer Einzelseite – inklusive Zubehör und Komplementärprodukten – in Wort und Bild beschrieben. Für den Einsatz im Rahmen Ihrer Kundenberatung



können Sie unter der Service-Telefonnummer (07 11) 6 36 72 21 weitere SBZ-Exemplare bestellen. Nutzen Sie die Aufstellung und demonstrieren Sie bei Ihren Kunden Kompetenz in Sachen Badberatung.

Auch die zur ISH neu vorgestellten Serien haben nach der Maxime „frisch auf den Tisch“ in dieser SBZ Premiere. Mit ihnen wollen die acht Hersteller überwiegend Marktnischen schließen. Allen Beteuerungen – Handel und Handwerk sollen doch mehr hochwertige Produkte verkaufen – zum Trotze, scheint der Preis- und Erlösverfall weiterzugehen. Für die drei Teile Waschbecken, WC und Bidet liegen die Preise der Neuen zwischen 1100 und 1900 DM. Einzig Ideal-Standard und Laufen haben sich sich mit

rund 2500 DM für Venice21 bzw. Mylife über die scheinbar magische 2000-DM-Grenze getraut. Damit liegen die meisten neuen Designer-Kollektionen preislich nicht weit von den gut eingeführten Objektserien entfernt. Anscheinend glauben die Hersteller selbst nicht mehr an die eigenen Appelle zum Verkauf höherwertiger Produkte. Schlagen Markt und Rahmenbedingungen letztlich doch die Anstrengungen um bessere Deckungsbeiträge? Wie gut, daß es zumindest die (noch) aufreispflichtigen Oberflächenveredelungen gibt.

Eine klare Bereinigung hat es bei den Farben gegeben. Sage und schreibe 16 sind aus dem Programm genommen worden. Lediglich Villeroy & Boch zeigt sich mutig und bringt zwei neue Mattfarben mit goldenen und silbernen Metallic-Effekten. Angesichts der Tatsache, daß 90 % der Sanitärkeramik in der Farbe Weiß verkauft werden, ist es nicht verwunderlich, daß immer mehr Kollektionen ausschließlich in Weiß produziert werden. Die eingestellten Farben sind durchweg herstellerspezifisch – also nur von einem Hersteller für dessen Produkte lieferbar. Die Taktik, ein eigenes Farb-Süppchen zu kochen, um sich damit vom Markt abzusetzen, scheint nicht aufzugehen. „Wir leben in einer weißen Zeit,“ so lautet die Einschätzung des Vorsitzenden des Bundesverbandes der sanitärkeramischen Industrie und Duravit-Chef Franz Kook. Wollen wir hoffen, daß es ein „Weißer Riese“ wird.

Ihr

Dirk Schlattmann

Dirk Schlattmann
SBZ-Redaktion