

Ausweg aus der Konjunkturkrise?

Design zu Dumpingpreisen?

Privat gut, aber geschäftlich bescheiden“, hört man derzeit leider nur allzu häufig auf die Frage nach dem Wohlbefinden. Daß dieses Jahr kein Zuckerschlecken wird, war bereits zu Anfang klar. Doch der abermalige Umsatzeinbruch auf dem deutschen SHK-Markt, der bis dato mit Verlusten im zweistelligen Prozentbereich bei der

Industrie und einem Minus von ca. sieben Prozent beim Großhandel zu Buche schlägt, hat die Befürchtungen weit übertroffen. Trotz dieser wirtschaftlich traurigen Zeiten keimt bei Handwerksbetrieben das Pflänzchen Hoffnung. Dies zeigt zumindest unser SHK-Barometer (Seite 14), in dem wir jeden Monat repräsentativ auch das allgemeine Stimmungsbild sowie die Auftragslage abfragen. Frei nach dem Motto „Schlimmer geht’s nimmer“ waren über ein Drittel der Befragten der Ansicht, die Lage werde sich in den nächsten sechs Monaten bessern. Hoffen wir, daß sie recht behalten.

Angesichts der durchwachsenen Stimmung tun besondere Ereignisse den lädierten Seelen besonders gut. So präsentierte Duravit Mitte Juni im Frankfurter Städel-Museum die neue Badserie von Philippe Starck. 900 Gäste aus 46 Ländern waren angereist, um bei hochsommerlichen

Temperaturen von über 40 °C dem Meister des außergewöhnlichen Designs zu lauschen. Abgesehen davon, daß die Schwarzwälder erstmals die Wannen zur Keramik selbst produzieren, überraschte vor allem der Preis von Starck 3. Einen 60er Waschtisch gibt’s für unter 100 Euro brutto. Damit will Duravit eine neue Epoche bei der Ausstattung von Sanitärobjekten einleiten. Entwicklungsvorgabe war, ein Bad für die Menge zu schaffen, das wenig kostet und dennoch ein markantes Design sowie die Sicherheit einer bekannten Marke bietet. So soll namenlose Billigware durch Markenprodukte ersetzt werden und Design auch im öffentlichen und halböffentlichen Bereich Einzug

halten. Ein vielfältiges Produktprogramm, das „starck“ an die 60er Jahre erinnert und auch im mittleren Preissegment liegen könnte, soll dort ebenso Lösungen ermöglichen, wie in schwierigen Grundrissen oder Kleinstbädern.

Angesichts dieser Kombination von Preis und Designanspruch drängt sich die Frage auf, ob durch die von Duravit neu eingezogene Preisschiene für Label-Produkte ein allgemeiner Preisverfall im Designbereich eingeläutet wurde. Warum soll der Häuslebauer viel Geld für exklusive Waschbecken ausgeben, wenn er Sanitärkeramik à la Starck schon für eine Hand voll Euros bekommt? Duravit-Chef Franz Kook hofft dagegen, daß er durch den Transfer der Marke Starck für Standardprodukte im unteren Preissegment wieder bessere Deckungsbeiträge erzielen kann. Die im mittleren und gehobenen Preissegment angesiedelten Serien sollen trotz der Kannibalisierungsfahrer an Fahrt gewinnen.

Damit Sie, liebe SBZ-Leser, sich selbst ein Bild von den mit Starck 3 verbundenen Entwicklungen machen können, haben wir am Rande des Events ein Exklusiv-Gespräch mit dem exzentrischen Designer geführt. Weil Duravit auch die Wannen für seine Badserien ab Starck 3 selbst fertigen will und die Design-Ehe mit dem langjährigen Partner Hoesch aufgekündigt hat, haben wir die Firmenchefs Franz Kook und Jochen Drewniok befragt, ob oder wie es künftig mit der Musterliaison vergangener Zeiten weitergeht. Daß Sie nicht nur über diese SBZ-Beiträge wieder zu interessanten Exklusiv-Informationen kommen wünscht Ihnen

Ihr

Dirk Schlattmann

Dirk Schlattmann
SBZ-Redaktion

