



*Die Challenge Edition, mit dem Waschtisch-
element Kapstadt und dem Duschbereich
Miami, im Rohzustand . . .*



*. . . und fertig verflies. Der Einsatz von Poresta-Elementen bietet dem Installateur zusätzliche
Erlösmöglichkeiten*

Illbruck Challenge Edition

Mit Sonderserie auf Kurs

Bereits seit geraumer Zeit macht Illbruck mit individuellen Badplanungskonzepten, bei denen sich die Installateure dem „Hauswerkstorf“ Poresta bedienen, auf sich aufmerksam. Unmittelbar nach dem öffentlichkeitswirksamen Einlauf der werkseigenen Segeljacht als Gewinner des Volvo Ocean Races in Kiel brachten die Bad Wildunger eine spezielle „Siegeredition“ auf den Markt.

Die Illbruck-Sanitärtechnik GmbH aus Bad Wildungen widmet der Segelrennyacht „Illbruck“ und ihrer Crew eine Produktserie. Pünktlich zum siegreichen Zieleinlauf der Segeljacht beim Volvo Ocean Race feierte die neue „Challenge Edition“ Premiere. Mit der Edition will sich das Unternehmen der Herausforderung, leistungsstarke Produkte für eine neuartige Badgestaltung anzubieten, stellen. Modernes Design im Dusch- und Waschtischbereich für anspruchsvolle Bäder in mittlerer Raumgröße können nun mit standardisierten Poresta-Komplettsystemen umgesetzt werden. Die Challenge Edition umfaßt fünf Duschplatzmodelle, davon zwei Modelle in zwei verschiedenen Größen und eine Waschtischeinheit in zwei Ausführungen. Die Produkte bestehen aus mehreren Komponenten. Die Duschplätze enthalten das bodenebene Duschelement Poresta-BF mit integriertem Ablauf und Gefälle, diverse Wandelemente im Poresta-Tec-Design und eine Glamü-Echtglastür aus 8 mm Sicherheitsglas weiß-transparent. Die massiven Messingbeschläge heben die Drehtür beim

Öffnen um 5 mm an. Dadurch wird ein reibungsloses Öffnen und Schließen der Tür ermöglicht. Die Tür ist mit einem 4 x 7 cm große Logo der Illbruck Challenge Edition gekennzeichnet. Der Waschtischbereich umfaßt Trägerplatten Poresta-TP mit Unterbau für Einbauwaschtisch, Regalelemente und Befestigungszubehör. Die Dusch- und Waschtischanlagen können nach der Montage direkt verflies werden. In den Komplettseinheiten sollen sich auch die Attribute, wie Know-How, Produktqualität und Leistungsfähigkeit, die auch für den Segelsport von Bedeutung sind widerspiegeln. In Anlehnung an das Volvo Ocean Race wurden die Einheiten nach den Städtenamen der Etappenziele Kapstadt, Sydney und Miami benannt.



Mit Teamgeist, Hightech und Motivation hat sich „Mittelständler“ Illbruck auch gegen multinationale Konzerne durchsetzen können

Historischer Sieg

32 000 Meilen durch Hitze, Kälte und Nässe

Das Volvo Ocean Race führt alle vier Jahre über 32 250 Seemeilen – das sind rund 60 000 Kilometer – in neun Etappen und neun Monaten einmal um die Welt. Einen aus Seglersicht historischen Sieg landete das Illbruck-Team, daß am 9. Juni 2002 das Volvo Ocean Race in Kiel für sich entschied. Damit gewann zum ersten Mal seit 1974 eine deutsche Yacht diese Weltregatta, die die „Illbruck“ unter fast neun Monate um den Globus führte.

Fast vier Jahre dauerten die Vorbereitungen unter der Regie von Michael Illbruck, der den Sieg als Resultat aus Teamgeist, Hightech und Motivation sieht. Und dieses Erfolgsrezept will der sympathische Chef auch auf die Firma übertragen. Illbruck war der einzige Mittelständler beim Volvo Ocean Race, seine Konkurrenten multinationale Konzerne wie der schwedische Bankenkonzern SEB, der Medienmogul Rupert Murdoch oder der Sport-Multi Amer aus Finnland.

Zwei Millionen Euro hat Eigner Michael Illbruck allein der Bau des neuen Bootes gekostet. Marketing-Ausgaben, um die Kunststoff- und Isolier-Marke Illbruck, Jahresumsatz rund 500 Millionen Euro, weltweit zu vermarkten. „Wenn ich das vergleiche mit anderen Unternehmen, die Werbeaufwand betreiben, halten wir das für sehr überschaubar. Spezifisch für Illbruck ist das Thema Segelsport natürlich vorrangig. Normal ist, daß wir das weiter entwickeln. Segeln ist für uns eine Imagepositionierung nach innen wie nach außen.“ □