

Wellness ist keine Marketing-Erfindung, es ist ein Lebensstil. Das Trendthema erweist sich als langlebiger und komplexer als von vielen erwartet. In diesem Einstiegsbeitrag blicken wir über den SHK-Tellerrand hinaus

21

Eine BBW-Trendstudie untersucht den Wettbewerbsfaktor Wellness. Die Umfrage unter Badnutzern liefert interessante Ergebnisse, benennt Defizite und macht Mut für die Zukunft. Die SBZ stellt exklusiv erste Ergebnisse vor

26

# Inhalt

## Kommentar

Dirk Schlattmann:  
Wellnesskur für Installateure 3

## Verbände

### › Zentralverband ‹

Meldungen 12  
Konjunkturumfrage Herbst 2004:  
Auftragspolster etwas größer 14  
SHK-Fortbildungsseminar  
auf Mallorca: 15  
Wichtige Impulse mitnehmen

### › Baden-Württemberg ‹

Abendgespräch mit Politik,  
Wirtschaft und Handwerk:  
Die Zukunft ist blau, rot gelb 16

### › Berlin ‹

Standortbestimmung:  
Laut zu Wort melden 18

## Rubriken

Firmen & Fakten 6  
Produkte 66  
Cartoon/Impressum 68

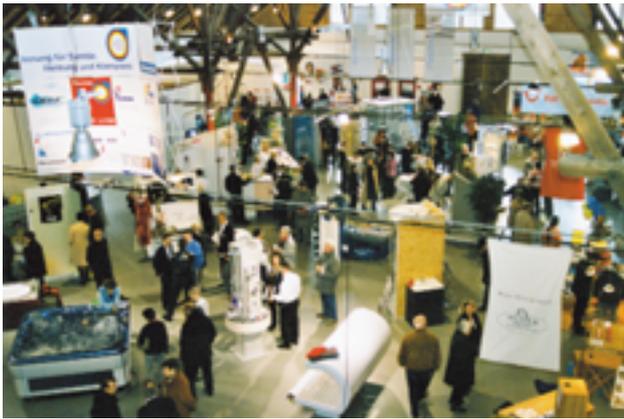
## Wellness

Trendthema Wellness:  
Energiequell für Körper und Geist 21  
Die Welt des Körperkults:  
Aktuelle Studie zum Wettbewerbs-  
faktor Wellness 26  
GfK-Studie „Baden und Duschen  
in Deutschland“: Wellness-Bädern  
auf der Spur 28  
SBZ-Herstellerumfrage:  
Markt mit Hindernissen 34  
Planung von Wellnessbädern: Auf  
der Suche nach Nutzerwünschen 40  
Workshop mit der  
Bad & Heizung Concept AG:  
Mit Wellness auf „du“ 42  
Handwerksbetriebe als Wellness-  
Vermarkter: Im Team zum Erfolg 44  
Die Wellness-Realisten:  
Markt reagiert auf preiswerte  
Alternativen 48  
Aus dem Süden Europas:  
Ein europäischer Wellness-Geist 50  
Marktübersicht Saunakabinen in  
Elementbauweise: Heiße Angebote 52  
Lexikon der Wellness-Begriffe 60



Glaut man den farben-  
prächtigen Stories in Wohn-  
und Lifestyle-Magazinen ist  
das Badezimmer als Wohl-  
fühloase bereits Standard.  
Die Realität sieht jedoch an-  
ders aus. Die SBZ fühlt mit  
der Exklusivauswertung ei-  
ner Ende 2004  
erschiedenen  
VDS-Studie  
dem Wellness-  
Trend auf den  
Zahn

28



Wenn es um die konsequente Vermarktung von Wellness-Produkten geht, zeigt sich die Branche häufig ratlos. Anhand eines Praxisbeispiels zeigen wir Ihnen, wie sieben SHK-Handwerksbetriebe eine „Bad- & Wellness-Messe“ erfolgreich gestaltet haben

44

52

Während es sich beim Badezimmer um das „Brot-und-Butter-Produkt“ des Installateurs handelt, gerät der Verkauf von Saunakabinen oft ins Hintertreffen. Dabei gibt es eine eingeschworene

Sauna-Fan-Gemeinde, die sich als dankbare Kunden erweisen. Eine Marktumschau zeigt, was up to date ist

