



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 <

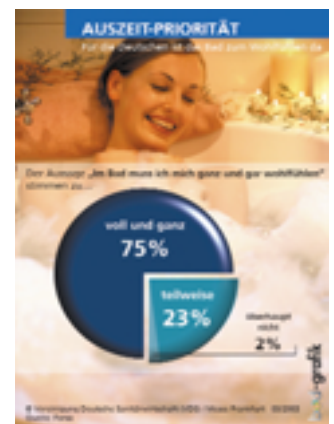
Standortbestimmung:
Laut zu Wort melden 18

Rubriken

Firmen & Fakten 6
Produkte 66
Cartoon/Impressum 68

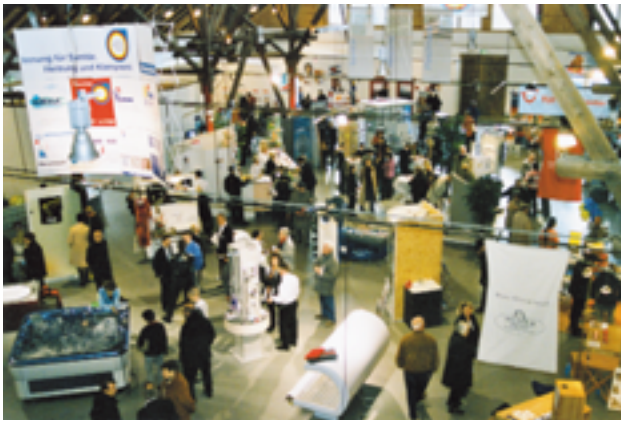
Wellness

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

