

# Bäder – von Laien und Profis



Jeder Branche hängt ein Image an, das mehr oder weniger falsch ist. So gibt es mit Sicherheit auch Finanzbeamte, die duftige Typen sind. Doch wenn ich in meinem Freundes- und Bekanntenkreis erzähle, dass ich etwas mit der Sanitärbranche zu tun habe, bekomme ich garantiert ein bis zwei Geschichten zu hören, die von negativen Erfahrungen erzählen. Oft bleibt mir dann angesichts der haarsträubenden Storys nur übrig, zustimmend und entschuldigend zu nicken. Neben technischen Problemen sind es überraschender Weise oft Herausforderungen im Badezimmer, die mit gesundem Menschenverstand gelöst werden könnten. So etwa die Geschichte von der in der Dusche installierten Armatur, die nach Montage der Echtglastüren dem Öffnen dieser Türen im Wege stand. Fünf Kundendienst- und Handwerksbesuche später konnte mein Freund dann endlich duschen. Eine solche Horrorgeschichte wird natürlich mindestens fünf Mal weitererzählt – und das trägt nicht dazu bei, das Vertrauen in die Handwerkskompetenz zu erhöhen. Besonders dann, wenn es darum geht, einem SHK-Handwerker eine Bausumme von 30000 Euro für ein komplett neu gestaltetes Bad anzuvertrauen.

Dass die Branche jedoch auch viel Positives vorzuweisen hat, zeigt der SBZ-Ideenwettbewerb. Ganz offensichtlich haben viele Hand-

werker allen Horrorgeschichten zum Trotz eine hohe Kompetenz in Sachen Badplanung. Die Wettbewerbsteilnehmer konnten sich nicht nur mit Produktkenntnis profilieren, sondern auch mit Kreativität und Einfallsreichtum überzeugen. Die Bandbreite der Einreichungen dokumentierte aber auch den sehr uneinheitlichen Leistungsstand. Und der reichte von der zweifachen Gewinnerin Martina Zendel bis hinunter zu einem Wettbewerbsbeitrag, der auf einer besseren „Serviette“ lieblos dahingekritzelt war. Und auf diese Zeichnung hin, sollte der potenzielle Kunde sage und schreibe 40000 Euro investieren. Der Beitrag flog natürlich in der ersten Bewertungsrunde aus dem Wettbewerb – und einen Auftragsabschluss hätte es wohl auch nicht gegeben. Insgesamt aber machten die Spitzenleistungen, die mit tollen Zeichnungen und einer ganzheitlichen Badplanung punkteten, solche Ausreißer mehr als wett.

Ich bin überzeugt, dass in der ganzheitlichen Badplanung noch enormes Wachstumspotenzial liegt. Es geht nicht nur darum, Vertrauen in das Handwerk zu sichern, sondern auch um die Erschließung neuer Geschäftsfelder für die Handwerksbetriebe – allen voran die so genannten „Best Ager“. Hier fehlt es oft nur an der richtigen Ansprache – das Know-how ist in vielen Fällen vorhanden.

Doch nicht jeder Installateur hat ein kreatives Händchen oder eine Partnerin, die die Aufgabe einer anspruchsvollen Badplanung ausfüllen kann. Häufig sind auch die anderen Aufgaben rund um die Betriebsführung so umfassend, dass für die Badplanung keine Zeit bleibt. Auch der SBZ-Kreativ-Wettbewerb hat gezeigt, immer mehr Handwerksbetriebe tun sich deshalb mit einem bzw. einer Innenarchitektin zusammen. Gerade dieser Berufsstand ist angesichts eines Überangebotes qualifizierter Planer dankbar für eine lohnenswerte Kooperation.

Ganz gleich wie Sie es auch machen – erschließen Sie sich über die Professionalisierung Ihrer Badplanungen neue lukrative Auftragspotenziale oder bauen Sie Ihr Know-how aus. Glauben Sie mir, es lohnt sich. Zwei ausgezeichnete Beispiele zum Thema Badplanung finden Sie in der aktuellen SBZ. Anregende Lektüre wünscht Ihnen

*Dipl.-Designer Frank A. Reinhardt  
Ständiger Mitarbeiter der SBZ-Redaktion  
und Jurymitglied beim Kreativwettbewerb*