

Nicht nur Sylt retten!

Was Forscher und Wissenschaftler schon lange vorausgesagt haben, bestätigte Anfang Februar auch die Uno: Der Welt droht bis Ende des Jahrhunderts eine Klimaerwärmung um ca. 6,4 Kelvin. „Wenn Sylt im Meer versinkt“ lautete beispielsweise die Schlagzeile in der renommierten Tageszeitung Stuttgarter Nachrichten, in der der Treibhauseffekt für das Ansteigen des Meeresspiegels verantwortlich gemacht wird. Zwar können derartige Meldungen, die sich durch alle Medien ziehen, nicht fröhlich stimmen, doch vom Aufruf zur Reduzierung der Schadstoffemissionen durch Heizungssanierung profitiert letztlich auch unsere Branche. Wenn die Ölscheichs gerade mal nicht an der Preisschraube drehen und indirekt für den Einsatz alternativer Energien bzw. für die Heizungssanierung werben, dann unterstützt uns sogar die Uno. Nicht so im Fokus der Öffentlichkeit steht dagegen das Thema Badsanierung, das jahrzehntelang als Aushängeschild der SHK-Branche galt. Aufgrund der Diskussion um Energie und Schadstoffemissionen ist das Badezimmer im brancheninternen Ran-

king in den Hintergrund getreten. Bei vielen Handwerksbetrieben hat sich die Gewichtung zugunsten der energie- und umweltrelevanten Produkte verschoben. Letztlich ist es gleich, ob der Betrieb mit guten Aufträgen im Heizungs- oder Badbereich sein Geld verdient – Hauptsache die Deckungsbeiträge stimmen. Und wenn das Unternehmen sich dabei noch als Umweltschützer etablieren und etwas Gutes für die Umwelt tun kann ... Diesen Trend und die allgemeine Kaufzurückhaltung in den letzten Jahren spüren auch die im Fachverband Sanitär Keramische Industrie zusammengeschlossenen Unternehmen Duravit, Ideal Standard, Keramag und Villeroy & Boch. Lagen die Umsätze im Jahr 2001 noch bei 237 Millionen Euro, schmolzen sie in 2005 auf 207 Millionen Euro zusammen. Im letzten Jahr ging es zwar wieder ein wenig bergauf, aber die Initialzündung fehlt (noch). Gemeinschaftliche Werbeaktivitäten der drei Vertriebsstufen in Millionenhöhe gibt es seit dem Scheitern der letzten VDS-Werbeaktion im Jahr 2001 nicht mehr und sind auch leider nicht in Sicht.

Doch zumindest produkttechnisch ist die Badbranche gut gerüstet. Das zeigen auch die vielen Produktinnovationen für die ISH 2007. Ein umfassendes Bild von der breiten Produktpalette vermittelt unsere aktuelle Marktübersicht Badkeramikserien, die die SBZ im zweijährigen Rhythmus



zur ISH herausbringt. In diesem Rahmen stellen wir exklusiv auch die elf neuen Bad-Keramik-Kollektionen vor, die in Frankfurt als Hoffnungsträger an den Start gehen. Während die Produktvielfalt nach wie vor fast unüberschaubar ist, ist der Trend bei den Farben weiter rückläufig. Abgesehen von einigen wenigen Bicolor-Waschtischen sind mit Ägäis, Bahamabeige, Manhattan, Pergamon und Grey Stone gerade mal noch fünf Keramikfarben lieferbar – zu Spitzenzeiten waren es 30. Doch mehr dazu auf den folgenden Seiten.

Beleben Sie Ihr Badgeschäft und nutzen Sie diese SBZ-Ausgabe als Nachschlagewerk für Ihre tägliche Beratungspraxis rund um Wellnesstrend und Badkollektionen. Und um Sylt doch noch vor den Fluten zu retten, bleibt es Ihnen natürlich unbenommen, ein paar Dreckschleudern aus dem Verkehr zu ziehen und diese durch neue Heizungsanlagen zu ersetzen.

Vielleicht sehen wir uns ja auf der ISH. Darauf freut sich

Ihr
Dirk Schlattmann

Dirk Schlattmann
Handwerksmeister und
SBZ-Chefredakteur