



ISH-Neuheit Imagine
von Ideal Standard

Marktübersicht Badkeramik-Serien: Alle Formen, Farben und Preise

Elf neue Hoffnungsträger

Die alle zwei Jahre von der SBZ durchgeführte Markterhebung ist die einzige Zusammenstellung aller im deutschen Markt über den dreistufigen Vertriebsweg zu ordernden Badkeramik-Serien. In diesem Rahmen stellen wir exklusiv auch die 11 aktuellen ISH-Neuheiten vor. Die zum Ausklappen und Herausnehmen erstellte Preis- und Farbübersicht erleichtert die Übersicht und ermöglicht die Einstufung der Serien auf einen Blick. Nutzen Sie diese SBZ-Ausgabe als ISH-Wegweiser und Nachschlagewerk für Ihre tägliche Praxis.

Seit der Entwicklung von kompletten Badserien in den 60er-Jahren, konzentrieren sich die Anbieter mehr und mehr auf die Entwicklung von Produkten mit einer gemeinsamen Formensprache. Renommiertere Designer geben sich bei der Sanitär-Keramikindustrie seit Jahren die Klinke in die Hand und entwickeln in sich schlüssige Gesamtkonzepte.

Mehr Umsatz mit Kollektionen

„Doch warum eigentlich Badkollektionen verkaufen?“, wird sich der ein oder andere Badprofi schon mal gefragt haben. Ganz einfach: Weil es für den Installateur einfacher und deckungsbeitragsfreundlicher ist, als irgendwelche 08/15-Keramikteile zusammenzuwürfeln. Zwar bieten auch die renommierten Markenhersteller zunehmend attraktive

Waschplatzlösungen an, aber der Einsatz von vollständigen Sanitärkollektionen hat unbestrittene Vorteile. Denn die in sich geschlossenen Serien bieten dem Verkäufer einen nicht zu unterschätzenden Beratungsvorteil und eine stilsichere, schnelle Auswahl – von der Ablage bis zum Badmöbel. Das Bad aus einem Guss wird durch die Harmonie der angebotenen Produkte – durch die optischen Effekte und ausgefeilten Detaillösungen – zur Entspannungsoase. Und dafür bezahlt der Kunde auch schon mal mehr, als er eigentlich wollte.

Elf neue Keramikserien zur ISH

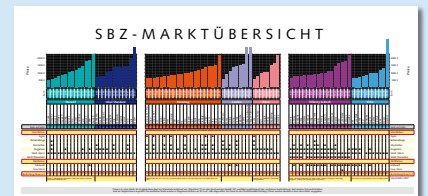
Die Zahl der Anbieter und die Sortimentsvielfalt sind nach wie vor fast unüberschaubar. Die Vielzahl von Badkeramik-Serien, die beim Großhandel über die Ladentheke geht, treibt

ISH-Neuheit
Xeno von Keramag



Preise ohne MwSt.

Die Preisübersicht wurde anhand von vergleichbaren Standardkonfigurationen und den Endverbraucherpreislisten der Hersteller erstellt. Als Vergleichsbasis diente ein Warenkorb aus einem 70-cm-Waschtisch oder einem gleichwertigen Modell sowie einem wandhängenden WC und einem Bidet. Bei einem (geringen) Teil der Serien gibt es kein Bidet. In diesen Fällen, die in der Übersicht besonders gekennzeichnet sind, wurde entweder ein Bidet zugeordnet oder ein Urinal hinzugenommen. Die ermittelten Werte wurden in Diagrammschritten von 50 Euro gerundet. Die Preisangaben erfolgten ohne Mehrwertsteuer.



ISH-Neuheit 4U
von Keramag

auch so manchem Badprofi den Schweiß auf die Stirn. Brenzlich wird es immer dann, wenn ein via Internet gut vorinformierter Endverbraucher kommt, und über Kollektionen spricht, von denen der Fachberater bisher nur oberflächlich oder noch gar nicht gehört hat. Wohl dem, der dann die SBZ-Marktübersicht zur Hand hat.

94 Komplettbad-Serien, drei weniger als noch vor zwei Jahren, gehen zur ISH 2007 ins Rennen (67 Serien waren es 1993). Das Portfolio

SBZ 4/2007

wurde um insgesamt dreizehn neue Serien aufgestockt. Darunter auch mit Emani von Keramag und Vero von Duravit zwei Waschtische, die so erfolgreich waren, dass sie um WC und Bidet ergänzt und zur Serie ausgebaut wurden. Für 22 ehemalige Badkeramikkollektionen kam jetzt das Aus. Dabei traf es mit Kimera von Ideal Standard, Romantik und Courrèges (Keramag), Dellarco (Duravit) oder Vincenta von Vitra Linien, die sich weit über zehn Jahre auf dem Markt behauptet haben. Viele andere aussortierte Serien erwiesen sich dagegen als weitaus kurzlebiger. Gefloppt haben offensichtlich F1 von Keramag sowie Newson von Ideal Standard, die beide nach



ISH-Neuheit Era
von Keramag

Badtrends

nur drei Jahren wieder aus dem Sortiment genommen wurden – Moderna von Laufen brachte es auf vier Jahre Verweilzeit. Wer jedoch meint, dass mit der großen Anzahl der Kollektionen und dem aktuellen Aufwärtstrend auch die Umsätze nachhaltig gestiegen sind, der hat sich leider getäuscht. So meldet der Fachverband Sanitär Keramische Industrie, in dem die Hersteller Duravit, Ideal Standard, Keramag und Villeroy & Boch organisiert sind, seit Jahren rückläufige Umsätze auf dem deutschen Markt. Waren es im Jahr 2001 noch 237 Millionen Euro, sackte der Umsatz innerhalb von drei Jahren auf 207 Millionen Euro im Jahr 2005 ab. Im letzten Jahr kam die Trendwende und der Umsatz stieg wieder vorsichtig auf 216 Millionen Euro. Zur ISH haben sich die Hersteller mächtig ins Zeug gelegt und hoffen, dass möglichst viele Neuheiten zum Absatzmotor mit Initialzündung werden. Ausbaufähig ist nach wie vor der Bidetanteil, der in Deutschland immer noch bei nur ca. 5 % im Verhältnis zur verkauften WC-Menge liegt.

Die Hoffnungsträger

Auf den Bildern dieses Einleitungsbeitrags zur Kollektions-Übersicht und auf je einer Einzel-seite im folgenden Heftverlauf sind die ISH-Neuheiten zu sehen.

Duravit bringt mit D-Code unter der Headline „Baddesign von der Jeans bis zum Smoking“ eine im Hause Sieger designte Kollektion

im untersten Preissegment. Die Serie soll überall dort einen Gegentrend bilden, wo bisher nur „no name“-Produkte zum Einsatz kamen. Gemäß der Devise „Erfolg verpflichtet zur Serie“ wurde die Waschtischserie Vero um WC und Bidet in gleicher Formensprache ergänzt und zur Komplettbadserie ausgebaut. Bereits im letzten Jahr brachte Duravit mit 2nd floor ebenfalls eine „Sieger“-Serie, die den ehemaligen Bestseller Dellarco ablöst. Bei 2nd floor sind die Waschbecken in der

Bicolor-Variante Edelstahl matt erhältlich. Der Anteil der in Weiß verkauften Teile lag im letzten Jahr bei ca. 94 %. Mit Key West und Greenwich hat Duravit bisher zwei Glanzfarben exklusiv angeboten, die nun aus dem Portfolio gestrichen wurden.

Ideal Standard nimmt in den nächsten Monaten mit Esprit, Avance, Kimera, Newson und XL gleich fünf Kollektionen vom Markt. Zur ISH präsentieren die Bonner erstmals Ima-

ISH-Neuheit Lifetime von Villeroy & Boch



ISH-Neuheit Element von Roca





ISH-Neuheit Hall von Roca



ISH-Neuheit Alessi dot von Laufen

Serienwechsel

Hersteller	Aus dem Programm genommen	Seit der ISH 2005 eingeführt	Neu zur ISH 2007 eingeführt
Duravit	Dellarco, Giorno	2nd floor	D-Code
Ideal Standard	Esprit, Avance, Kimera, Newson, XL	Daylight	Imagine
Keramag	Cavelle, Romantik, Cotta, Courrèges, F1	Lineo, Cassini	4U, Era, Xeno
Laufen	Object, Moderna	Palomba	Alessi dot
Roca	Veranda, Meridian, Giralda		Element, Hall
Villeroy & Boch	Banditos, New Haven	Sentique	Lifetime
Vitra	Vicenta, Epoca, Pera Architecta		Istanbul, S50

Seit der letzten ISH sind 22 Keramikserien aus dem Programm gefallen und 19 hinzugekommen, davon wurden Vero von Duravit und Emani von Keramag zur Badserie ausgebaut

SBZ-Marktübersicht

Hersteller	Seite	Telefon	Internet	ISH-Stand
Duravit	49	(0 78 33) 7 00	www.duravit.de	3.1, B 99
Ideal Standard	68	(02 28) 52 10	www.idealstandard.de	3.1, C 11/C 21
Keramag	84	(0 21 02) 91 60	www.keramag.de	3.1, B 11
Laufen	113	(0 26 02) 94 93 33	www.laufen.com	3.1, B 51
Roca	126	(0 26 02) 9 36 10	www.roca.es	3.1, C 69
Villeroy & Boch	138	(0 68 64) 8 10	www.villeroy.de	2.0, A 01
Vitra	162	(02 21) 2 77 36 80	www.vitra-bad.de	3.1, D 19

gine, eine im anspruchsvollen mittleren Preissegment angesiedelte Serie. Klares Design sowie minimalistische Formen zeichnet die vom Mailänder Designer Ronen Joseph entworfene Serie aus, bei der der Waschplatz regelrecht inszeniert wird. Erst im letzten Jahr stellte Ideal Standard die vom Designbüro Artefakt entworfene Kollektion Daylight vor. Auch bei den Bonnern hat der Anteil der farbig verkauften Keramik stetig nachgelassen. Mittlerweile geht 95 % in Weiß über die Großhandelstheke.

Keramag nutzt die Vorteile des Firmenverbundes in der Sanitec-Gruppe und integrierte einige Produkte der italienischen Tochterfirma Pozzi Ginori. Mit 22 Keramikkollektionen stellen die Rateringer das mit Abstand größte Sortiment.

Zur ISH bringen sie mit 4U, Era und Xeno drei neue Linien im unteren und mittleren Preissegment. Und der Waschplatz Emani by Antonio Citterio wurde jetzt aufgrund des guten Anklangs der Waschtische zu einer eigenständigen Kollektion ausgebaut. Mit den Serien 500, Lineo und Emani hat Keramag bereits drei Kollektionen des italienischen Designstars Antonio Citterio im Programm. Der Klassiker Renova Nr. 1 hat unter dem Namen Comprimo spezielle Badlösungen für kleine Räume hinzu bekommen und bietet nun insgesamt 140 Modelle. Der Weiß-Anteil der von Keramag verkauften Produkte liegt bei 90 %.



**ISH-Neuheit
D-Code von Duravit**



**Aus der Waschtischlösung Vero wurde
zur ISH eine vollständige Duravit-Kollektion**

Mit Alessi dot geht bei **Laufen** eine zweite Kollektion aus der italienischen Designschmiede an den Start. Im Top-Preissegment angesiedelt, soll sie mit ihrer außergewöhnlichen Linienführung den exklusiven Privatkunden ansprechen. Bereits im letzten Jahr hatte Laufen unter dem Namen Palomba eine Kollektion aus der Feder

des Designer-Ehepaares Ludovica und Roberto Palomba im Markt platziert. Bei der Serie stand die Natur Pate: die Palombas nennen sie den Fingerprint der Natur. Der Anteil der in Weiß verkauften Teile lag im letzten Jahr bei 95 %. **Roca** bringt unter dem Namen Element und Hall zwei Serien neu auf den deutschen

Markt. Diese sind im oberen Preissegment platziert und das Resultat der Zusammenarbeit von Roca und dem Architekten David Chipperfield. Extreme Schlichtheit und gerade Linien prägen die Kollektion. Das spanische Unternehmen liefert 95 % der Produkte in Weiß aus.



ISH-Neuheit Istanbul von Vitra



**ISH-Neuheit
S50 von Vitra**



Badtrends

Villeroy & Boch präsentiert zur ISH die Kollektion Lifetime. Die von Designer Reiner Moll kreierte Serie ist im unteren Preissegment angesiedelt und mit zahlreichen praktischen Features ausgestattet. Im letzten Jahr haben die Mettlacher mit Sentique ebenfalls eine Serie des Designers aus Schwäbisch Gmünd auf den Markt gebracht. Mit Silver Effect und Gold Effect hat Villeroy & Boch bisher zwei Mattfarben exklusiv angeboten, die nun aus dem Portfolio gestrichen wurden. Der Farbanteil der verkauften Keramikserien ging im letzten Jahr geringfügig noch oben: 90 % verlasen das V & B-Werk in Weiß.

Mit zwei neuen Serien im Gepäck reist **Vitra** nach Frankfurt. Mit der schon im letzten Jahr von Stardesigner Ross Lovegrove geschaffenen Kollektion Istanbul steigt Vitra nun ins Top-Luxusegment ein. Das türkische Unternehmen stellt damit die teuerste und wohl eine der aufwendigsten Serien des gesamten Marktes, die schon beim Start über 100 Teile umfasst. Die neue für den Barrierefrei-Bereich gestaltete Serie S50 ist dagegen eher im preiswerten Objektbereich angesiedelt und soll die aus dem Programm fallende Pera Architecta ersetzen. Der Weißanteil der Vitra-Kollektionen ist der geringste im Markt und liegt bei „nur“ 87 %.

Weniger Farbe – mehr Möbel

Betrachtet man Neuheiten und bestehende Serien, wird die extreme Produktvielfalt deutlich. Für jede Geschmacksrichtung und fast jeden Geldbeutel stehen gleich mehrere Produkte mit ähnlicher Anmutung zur Auswahl. Kühl oder sachlich, minimalistisch, nostalgisch verspielt, extravagant, naturbetont oder hypermodern – jedem Kundenwunsch kann entsprochen werden. Nur bei den Farben muss der extravagante Kunde Abstriche machen. Indischelfenbein, Flanell, Graphit oder Jasmin erinnern an bessere (Farb)Zeiten. Vielleicht haben Moosgrün und das allseits beliebte Curry auch derart bleibende Eindrücke hinterlassen, dass der Farbanteil bei Keramikserien von ca. 6 % bedeutungs-

Diese Serien wurden im letzten Jahr eingeführt und sind erstmals auf einer ISH zu sehen

Jetzt updaten!

Der große Ordner der Badkeramikkollektionen



Auf Basis der SBZ-Marktübersicht haben wir Ende 2005 den Ordner der Badkeramikkollektionen als Beratungsinstrument für die tägliche Praxis herausgebracht. Zum Aktualisieren Ihres Ordners können Sie die 19 Seiten mit den neuen Serien (Seite 50, 55, 65, 70, 73, 84, 86, 89, 90, 98, 111, 115, 122, 128, 131, 148, 156, 163 und 171) dieser SBZ heraustrennen, laminieren oder in Klarsichthülle

verpacken und in Ihren Ordner einreihen. Die Serien, die vom Markt genommen werden, entnehmen Sie bitte der Übersichtsaufstellung „Serienwechsel“ in diesem Beitrag. Das aktualisierte Ausklapp-Poster finden Sie ebenfalls in dieser SBZ.

Eine konfektionierte und bereits laminierte **Ergänzungslieferung** können Sie (Liefertermin April) zum Preis von 14,80 Euro zzgl. Versandkosten unter badordner@sbz-online.de oder telefonisch beim SBZ-Leserservice unter (0 89) 8 58 53-5 58 bestellen. Dort erhalten Sie auch die aktualisierte Vollversion des Badkeramik-Ordners.

los geworden ist (vor zwölf Jahren noch ca. 30 %). Die Industrie hat sich jedenfalls darauf eingestellt. Waren damals noch 38 Farben im Sortiment, sind es mit Ägäis, Beige, Manhattan, Pergamon und Grey Stone heute gerade mal noch fünf Varianten im Angebot. Farbtupfer bringen derzeit lediglich die Bicolor-Waschbecken-Variationen.

Umfangreicher dagegen wurde das auf die Serien abgestimmte Angebot an Möbeln, Wannen, Armaturen und Accessoires. Doch sehen Sie selbst. Starten Sie jetzt auf den nächsten Seiten zu einem Rundgang durch Deutschlands größte und aktuellste Badausstellung – die SBZ-Marktübersicht Badkeramik. Als umfassendes Nachschlagewerk für die tägliche Praxis ermöglicht sie einen schnellen Überblick. Die Preis- und Farbübersicht finden Sie auf dem nebenstehenden Ausklappposter. Auf den folgenden Seiten werden die Serien in ausführlichen Einzelbeschreibungen anschaulich dargestellt, inklusive aller ISH-Neuheiten 2007. DS

2nd floor von Duravit

Sentique von Villeroy & Boch

Palomba von Laufen

Cassini von Keramag

Lineo von Keramag

Daylight von Ideal Standard