

Marktübersicht Badplanungssoftware für Windows

Günstige Zeiten für Einsteiger

Seit der SBZ-Marktübersicht Badplanungssoftware im März 1997 hat sich einiges getan. So ist z. B. die Zahl der gelisteten Produkte von acht auf dreizehn angewachsen. Erstmals mit dabei sind auch zwei Anbieter, die stark in der Möbelbranche engagiert sind. Neben dem breiteren Angebot und einem stärkeren Wettbewerb zeichnet sich 1998 ein interessanter Trend ab: Die Vermarktung der Badplanung als Dienstleistung für den Endkunden rückt stärker als bisher in den Mittelpunkt.

Konkurrenz belebt das Geschäft“ war der Titel der Marktübersicht Badplanungssoftware in SBZ 5/97. Und in der Zwischenzeit hat es tatsächlich einige bedeutende Veränderungen am Markt gegeben. Erfreulich ist zunächst, daß alle der 1997 gelisteten Anbieter auch 1998 präsent sind. Zum ersten Mal mit dabei sind auch zwei Hersteller, deren Arbeitsschwerpunkt in der Möbelbranche liegt. Dabei hat die Firma IMD durch die Verbundgruppe „Mein Bad“ (Einkaufsgesellschaft Küche & Wohnen) Zugang zum Badbereich gefunden. Interessant ist, daß beide Einsteiger in ihre Programmpakete eine komplette kaufmännische Auftragsbearbeitung integriert haben.

Neu in den Reihen der Vertriebsfirmen ist auch Objektplan. Das Unternehmen von Peter Ahrens bietet die Softwareprodukte der Stuttgarter Softwareschmiede Palette an.

Unter den Produktneuheiten sticht eine pfiffige Ergänzung zu den klassischen Badpla-



Zwischenstand und Photorealistik-Ergebnis eines Badplanungsprogramms (Objektplan/Palette)

nungsprodukten hervor. Der „Bad-Berater“ von M₃B, der erstmals auf der Essener SHK der Fachöffentlichkeit präsentiert werden soll, ist als eine Art „elektronischer Magnet-Planer“ für die Kundenberatung am PC konzipiert. Man darf gespannt sein, inwieweit der „Bad-Berater“ den herkömmlichen 2D-Magnetplaner verdrängen wird.



Preisniveau gleicht sich an

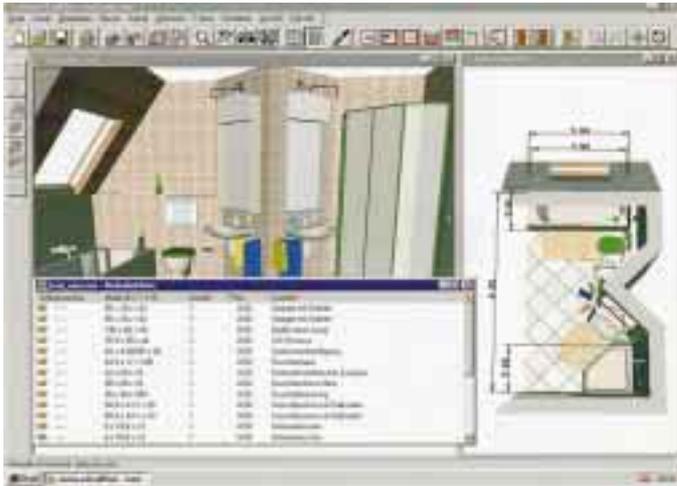
Die Preise der in der Marktübersicht erfaßten Programme haben sich gegenüber dem Vorjahr meist entweder ermäßigt oder sind stabil geblieben. Aus dem Rahmen fallen zwei Angebote: Einen bis Ende Juni 1998 befristeten Aktionspreis bietet Icat für seine Softwareprodukte. Der Preis für das Palette-Produkt (1997: „bagnetop“; 1998:

„Objektplan Profiversion“) hat sich nur optisch verteuert, da jetzt das Zusatzmodul „Photorealistik“ integriert ist. Zusammenfassend läßt sich aber feststellen, daß sich die Preise im Bereich der Standard-Planungssoftware einander angenähert haben. Welchen Preis der Bäderbauer letztendlich bezahlt und welche Zusatzmodule oder Dienstleistungen das Softwarepaket umfaßt, steht auf einem anderen Blatt. Denn der Konkurrenzdruck in diesem Segment ist groß, und das Ringen um Marktanteile dürfte 1998 in eine vorentscheidende Phase gehen. Verstärkende Impulse sind hier von Seiten der Arge Neue Medien zu erwarten, die für 1998 ehrgeizige Pläne und Ziele angekündigt hat (SBZ 23/97, S. 16ff). So ist z. B. geplant, die Zahl der Lizenznehmer um 1500 (verteilt auf die Softwarepartner der Arge) bis zum Jahresende zu steigern.

weiter auf Seite 136

Anmerkungen zu den Tabellen

- Aufgelistet sind nur Badplanungsprogramme auf Windows-Basis.
- Sämtliche Angaben wurden Mitte Dezember 1997 auf Anfrage der SBZ-Redaktion von den Herstellern zur Verfügung gestellt.
- Alle Preisangaben verstehen sich ohne Mehrwertsteuer.



Praktisch: die Stückliste der im Bad plazierten Objekte (Innova)

PC-Badplanung offensiv vermarkten

Eine offensive Aktivität der Arge Neue Medien ist die von Herstellern, Handel und Handwerk gemeinsam entwickelte CD-ROM mit „virtuellen Informationen zu Bad und Heizung“. Mit diesem Produkt will man den Endverbrauchern nicht nur Lust auf ein neues Bad machen, sondern ihren Bedarf auch gezielt auf den dreistufigen Vertriebsweg lenken. Um eine breite Wirkung zu erzielen, ist eine großflächige Verbreitung über die Marktpartner, über Wohn- und Bauzeitschriften etc. geplant. Aufgeschlossene Fachhandwerker nutzen deshalb die Chance, gegen einen geringen Kostenbeitrag „ihre“ silbernen Scheiben mit Name, Adresse und Firmenlogo bestücken zu lassen (weitere Infos per Telefax: 0 52 51/



Hilfreich: Vermarktungsunterstützung für die Badplanung als Dienstleistung des Fachhandwerkers (M₃B)

29 66 68). Unter die Lupe nehmen läßt sich das Produkt erstmals auf der SHK Essen in Essen. Übrigens: Die CD-ROM soll nicht kostenlos sondern gegen eine (geringe) Schutzgebühr abgegeben werden. Denn bekanntlich gilt: „Was nichts kostet, ist nichts wert“.

Eine weitere Aktion der Arge Neue Medien ist ein aktualisierter Badplanungs-Datenbestand bis etwa Mitte des Jahres sowie die Profilierung der Computer-Badplanung als Markenzeichen fortschrittlicher Fachhandwerker und Fachgroßhändler.

Drum prüfe, wer sich bindet

Die EDV-Marktübersicht will kurz und übersichtlich die wichtigsten Daten und Fakten der einzelnen Programme auflisten. Qualitative Aspekte hinsichtlich Produktleistung, Beratung, Schulung, Nachbetreuung, Hotline, Softwarepflege, Leistungsfähigkeit des Anbieters etc. kann eine Softwareübersicht nie bieten. Beachtet werden sollten deshalb im Vorfeld u. a.:

- Für die Kaufentscheidung sollte genügend (Test)Zeit eingeplant werden. Werbeaussagen wie „die Software ist kinderleicht zu bedienen“ sollte am sinnvollsten derjenige „eigenhändig“ am Bildschirm prüfen, der die Software später nutzt.



- Damit die Badplanungssoftware nicht zur Insellösung wird, sollten vor dem Kauf auch die modularen Erweiterungs- und Ergänzungsmöglichkeiten sowie die Integration in die vorhandenen Programmumgebung (z. B. kaufmännischer Bereich) geklärt werden.
- Programme werden immer komplexer und die Daten umfangreicher. Damit die Bearbeitung auch in Zukunft zügig vorangeht, sollte bei der Hardwareausstattung (vor allem bei Prozessor, Hauptspeicher und Festplatte) nicht an der falschen Stelle gespart werden.

Bäderbauer, die ihre Kundenberatung durch ein Computer-Badplanungsprogramm ergänzen wollen, bieten sich 1998 günstige Einstiegschancen. Zum einen vereinfacht der Wettbewerb unter den Anbietern das Verhandeln über Konditionen. Allerdings ist eine sorgfältige Auswahl



Einfach: Im Grundriß wird automatisch ein 3D-Raum mit Bemaßung erstellt (IMD)

wichtig, denn der Konkurrenzkampf könnte auf Dauer auch Opfer kosten. Trotzdem sind die Einstiegschancen höher als die Risiken. Denn vor allem in diesem Jahr profitieren engagierte Fachhandwerksbetriebe von den breit angelegten Vermarktungsaktivitäten der Arge Neue Medien. So ist beispielsweise die CD-ROM der Arge – gute Qualität vorausgesetzt – ein wirkungsvolles und preiswertes Marketinginstrument zur gezielten Kundenansprache. Darüber hinaus wird es für die Betriebe sicherlich auch weitere, interessante Angebote geben, um die Badplanung per Computer als Dienstleistung-Markenzeichen professionell zu präsentieren. Und wie immer hat derjenige, der hier schnell reagiert, in seiner Region die Nase vorn. JW