



SBZ-Serie „Erfolgreich Bäder vermarkten“

Themenbäder – der neue Trend

Ottmar Kuball*

Der Bädermarkt wird von immer mehr Seiten- und Quereinsteigern als besonders lukrativ entdeckt. Um so entscheidender ist es, sich als Bäderbauer einen fortwährenden Vorsprung zu erarbeiten. Themenbäder bieten eine Chance dazu. Nachdem in SBZ 10/98 das Thema „Hightech“ vorgestellt wurde, vermittelt dieser Artikel Know-how zum Thema „Dekonstruktivismus“.

* Ottmar Kuball ist Betriebswirt des Handwerks, Trainer mit Ausrichtung auf den Bädermarkt sowie geschäftsführender Gesellschafter von „HaZweiOh – Werkstatt für Baderfolg“ (97342 Seinsheim, Telefax 0 93 32/52 62)

Seit geraumer Zeit gilt in der Reisebranche der zynische Slogan „Braun-gebrannt oder abgebrannt“. Er verdeutlicht anschaulich, daß die soziale Schere in Deutschland immer weiter auseinander geht. Die Aufteilung der Nachfrager in Dienstleistungssucher mit mittlerem und gehobenem Anspruch auf der einen, sowie Do-it-yourself-Nachfragern auf der anderen Seite ist in vollem Gange. Im oberen Preissegment findet eine starke Individualisierung statt. Die Kunden fordern Produkte und Dienstleistungen, die auf ihre individuellen, besonderen Bedürfnisse zugeschnitten sind. „Den“ Kunden gibt es nicht mehr. An seine Stelle sind dieser Kunde und jener Kunde getreten.



Teil 2

Gewinner und Verlierer im Wettbewerb

Das Know-how mit Themenbädern kann ein wichtiger Baustein im Leistungsangebot eines modernen Bäderbauers sein. Themenbäder ermöglichen die außergewöhnliche Badgestaltung für besonders innovative

Bäderbauer mit anspruchsvollen Kunden. Eine aktive Bäderbauerin am Ammersee plant derzeit, ihr repräsentatives Bäderstudio um das Segment „Themenbäder“ zu erweitern. Die dynamische Chefin hat seit 1996 vielfältige Erfahrungen im Studioverkauf gesammelt und geht jetzt den nächsten Schritt für ihr Bäderstudio. Sie hat erkannt, daß im Badverkauf ständig neue Impulse gesetzt werden sollten. Alles ändert sich immer schneller und radikaler, alte Regeln und Erfahrungen gelten nicht mehr. Langfristige Prognosen sind das Papier nicht mehr wert, auf dem sie geschrieben wurden. Selbst bislang erfolgreiche Bäderprofis machen sich mittlerweile Sorgen darüber, ob ihre Qualifikationen ausreichen werden, um diese Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Wie können sich Bäderbauer auf die Zukunft vorbereiten? Sie sollten bereit sein neue Aufgaben anzunehmen. Sie sollten sich permanent neue Fähigkeiten aneignen. Die Bereitschaft, sich mit Themenbädern intensiv auseinander zu setzen, kann bedeuten, daß die Mitbewerber ein Stück an Boden verlieren werden. Nur die Verlierer im Wettbewerb sperren sich gegen das Neue. Ohne es zu wissen, verfolgen sie mit Überzeugung die

4-Phasen-Philosophie:

Phase 1: Veränderungen werden abgelehnt, weil sie gegen die bestehende Lehre verstoßen.

Phase 2: Mit dubiosen Beweisen wird versucht, die Unsinnigkeit der Veränderung zu belegen.

Phase 3: Das Neue setzt sich trotzdem durch.

Phase 4: Alle behaupten, schon immer für das Neue gewesen zu sein.

In welcher Phase jeder einzelne steht, ist Ausdruck seines Denkens und Handelns.

Je vergleichbarer Badprodukte und -leistungen sind, desto billiger müssen sie notgedrungen angeboten werden. Das „Andersein“ erfordert einigen Mut. Die dauerhafte Aufgabe in einem Bäderstudio ist es, sich ein anderes Merkmal herauszugreifen, seinen Wert zu dramatisieren und damit den Marktanteil zu erhöhen.

Mini-Bildquiz zum Themenbad „Dekonstruktivismus“

Wenn Sie noch mehr Stilsicherheit zum Thema Dekonstruktivismus suchen, versuchen Sie bitte das folgende Mini-Bildquiz zu lösen. Testen Sie doch schon einmal Ihre Themenfitneß. Die Auflösung finden Sie am Ende dieses Artikels.

Kreuzen Sie bitte an: Welches Detail auf den folgenden Abbildungen deutet jeweils eindeutig auf das Thema „Dekonstruktivismus“ hin (es sind auch mehrere richtige Antworten möglich)?



Bild A

- a Mauerwerk
- b Badewanne
- c Armatur



Bild D

- a Spiegelform
- b Halbsäule am Waschtisch
- c Sanitärfarbe



Bild B

- a Wandfarbe
- b Drückersplatte Spülkasten
- c Fliesen-anordnung



Bild E

- a Fliesen-bordüre
- b Formge-bung der Objekte



Bild C

- a Möbel-oberfläche
- b Wand-konstruktion



Bild F

- a Wasch-tische
- b Wand-gestal-tung
- c Decken-gestal-tung

Auflösung zum Mini-Bildquiz: Bild A: a), Bild B: b), Bild C: b), Bild D: a) b), Bild E: -- (keine richtige Lösung), Bild F: b) c)



Für die Serie „Lavillette“ übertrug der Designer Dieter Sieger die Ideale der dekonstruktivistischen Architektur vom Bauwerk aufs Bad-Design

Bäderbauer sollten keine Scheu vor neuen Themen haben. Wenn es um Gestaltungsfragen und Einrichtungs-Know-how geht, braucht man vor allem Raumgefühl, Gespür für Farben und Mut zum Ausprobieren. Bäderbauer sollten bereit sein, sich ständig weiterzuentwickeln. Die ersten Gewehre mußten so lange zum Schuß vorbereitet werden, daß Pfeil und Bogen zwölfmal schneller waren. Es ist also durchaus vernünftig, sich langsam an die Gestaltung von Themenbädern heran zu treten. Am Beispiel eines Dekonstruktivismus-Badezimmers wird erkennbar, wie einfach und schnell ein Thema umgesetzt werden kann.

Im modernen Bäderstudio der Magdeburger Brückfeld KG sind vor allem Themenbäder (hier eine dekonstruktivistische Koje) das Unterscheidungsmerkmal zum Wettbewerb



Ein funktionelles Kunstobjekt. Die gebrochene Natursteinplatte, der unverkleidete Eisenträger und der deformierte Spiegel sind Ausdruck des Dekonstruktivismus. Die puristische Armatur beruhigt die Szenerie



Das Dekonstruktivismus-Badezimmer

Beschreibung

- Während dem Konstruktivismus der rechte Winkel zugrunde liegt, wehrt sich der Dekonstruktivismus gegen Sachzwänge, Gesetze und Klischees. Baukünstlerische Gesetzmäßigkeiten werden in Frage gestellt.
- Die Dinge fallen auseinander, sind bewußt außer Form gebracht. Der Dekonstruktivismus spiegelt die Zerrissenheit der Welt.
- Bunte Zwischentöne, gebändigt durch weiß und grau sind anzutreffen. Die Gesetzmäßigkeiten der Farben werden außer acht gelassen. Provozierende Farb- und Materialkombinationen erzeugen Spannung.
- An Baumaterialien ist alles erlaubt: Metall, Holz, Naturstein, Beton, Kunststoff
- Die Formensprache übersetzt man oft mit der Aussage: „alles kaputt“. Dynamische Formen sind gefragt. Die asymmetrische Form dominiert. Kreis und Rechteck sorgen für gestaltete Spannung
- Im Badezimmer eignen sich asymmetrische Objekte, also alles was außer Form gebracht wurde (das bekannteste Beispiel:

Lavillette von Duravit). Die klare Formensprache der Armaturen beispielsweise beruhigt das Szenario. Dagegen können Spiegel zur Deformierung beitragen.

- Selbst rohes, unverputztes Mauerwerk und blanke Betonwände können im Badezimmer eingesetzt werden. Pflastersteine am Boden könnten eine logische Konsequenz sein. Fliesen werden u. U. in Schiefelage gebracht. Die Deckengestaltung kann unterbrochen werden. Objekte (z. B. Bilderrahmen, Vasen) können ebenfalls außer Form sein.

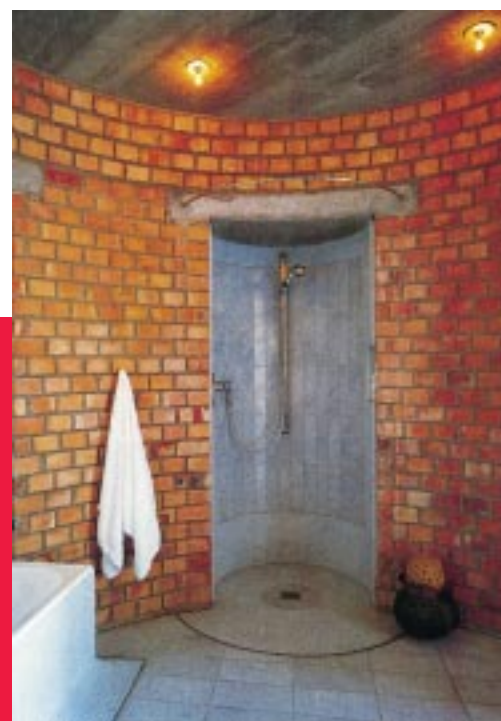
Das Geheimnis der Themenbad-Gestaltung

Der deutsche Designer Dieter Sieger arbeitet mit Leib und Seele in den unterschiedlichsten Bereichen. Dennoch oder vielleicht gerade deswegen hat er sich in den vergangenen Jahren einen exzel-

lenten Ruf als Spezialist für Badezimmer erworben. Allein für Duravit hat er bis heute über ein halbes Dutzend Serien, von Giamo bis Medici, entworfen. Darunter auch die spektakuläre Serie Lavillette. Im Bäderstudio der Brückfeld KG in Magdeburg wurde die Serie benutzt um eine Koje konsequent im Dekonstruktivismus-Stil umzusetzen. Im Bodenbereich haben die Planer mit unterschiedlichen Materialien und Anordnungen die gesuchte Unruhe realisiert. Ein Fliesenband legt sich über die Hauptwand und unterstreicht damit die Dynamik des Themas. Deckenelemente schieben sich in unterschiedlicher Gestaltung unter- und übereinander. Die Accessoires Lavillette unterstützen das Ambiente stilgerecht. Selbst die Kojenbeschriftung, in einem fünfeckigen Bilderrahmen, wurde außer Form gebracht. Der Grund für diese Detailgenauigkeit liegt in einem einzigen Wort: Konsequenz. Dies ist das Geheimnis bei der Themenbadgestaltung. Alle Aussagen, Materialien, Farben und Formen werden nach einem Thema gestaltet. Dies ist der alles entscheidende Grundsatz.

Der Spaßfaktor

Erfahrungsgemäß ist schätzungsweise jeder siebte Badkunde an konsequent gestalteten Themenbädern interessiert. Allerdings eröffnet sich mit dem Leistungsbaustein „Themenbäder“ die Chance, immer öfter Aufträge von anspruchsvollen Kunden zu gewinnen. Außerdem bieten Themenbäder die Möglichkeit, daß Bäderbauer ihre besondere Gestaltungskompetenz nach außen sichtbar machen können. Diese Kompetenz hat einem Bäderstudiobetreiber im Fränkischen zu einem 180 000 DM-Badauftrag verholfen. Ausschlaggebend war für den Kunden – neben anderen Leistungen (Beleuchtungsplan etc.) – eine besonders stimmig präsentierte Stil- und Materialcollage. Solche Erfolgserlebnisse kommen nicht von ungefähr. Die Bereitschaft, das entscheidende mehr an Badkompetenz aufzubauen, zahlt sich aus. Außerdem erhöht sie den Spaßfaktor am Badverkauf. □



Merkmale des Dekonstruktivismus-Badezimmers im Überblick

Typisierung:

Richtung der Architektur, die baukünstlerische Gesetzmäßigkeiten in Frage stellt.

Farben:

Gesetzmäßigkeiten der Farben außer acht lassen. Es ist alles erlaubt.

Formen:

Dynamische Formen - Kreis, Rechteck, asymmetrischer Keil. Thema: „alles kaputt“.

Materialien:

Metall, Holz, Naturstein, Beton, Kunststoff, Glas

Bad-Objekte:

Alle asymmetrischen Objekte sind besonders geeignet

Bemerkungen, Empfehlungen:

- Provozierende Farb- und Materialkombinationen
- Stilbruch erlaubt
- Blanker Beton, blankes Mauerwerk
- Pflastersteine am Boden
- Fliesen in Schiefelage
- Objekte (auch Bilderrahmen, Vasen etc.) außer Form
- Türverkleidung nur teilweise
- Spiegel asymmetrisch
- Deckengestaltung unterbrechen
- Beispielsweise Fliesen mit Knie durchbrechen (Hundertwasser-Effekt)