

Preisverleihung in Stuttgart

Das schönste Bad

Mit der Preisverleihung für das schönste Ausstellungsbad fand Mitte September ein von Hansa Anfang des Jahres ausgeschriebener Wettbewerb seinen Abschluß. Mitte September kam es in Stuttgart zur mit Spannung erwarteten Prämierung.



Mit diesem Ausstellungsbad hat Kyas + Strigl GmbH aus Waldshut-Tiengen in der Kategorie Großhandel den 1. Preis gewonnen. Der Gestaltungsvorschlag zeigt eine aufwendige und luxuriöse Badlösung, die bis ins Detail durchdacht ist: Eckbadewanne mit integriertem Wanneneinlauf und Whirlpool-Funktion, Doppelwaschtisch, Einhandmischer Hansaronda mit ausziehbarer Schlauchbrause. Die Armaturen und Accessoires im eleganten Bicolor Chrom-Gold verleihen dem Marmorbad einen eleganten Charakter

Zum Hauptgewinner in der Kategorie Sanitärhandwerk, mit dem auch insgesamt besten Ergebnis wurde die Paul Hermle GmbH aus Gosheim durch dieses sehr individuellen Wohnbad. Hohe Aufmerksamkeit wird schon allein durch die außergewöhnliche Wand- und Deckenarchitektur erzielt. Die durchgängige Farbgestaltung in Blau-Weiß vermittelt Klarheit und Tiefe, belebende Akzente werden mit frischem Gelb gesetzt. Trotz kreativer Gestaltung mangelt es nicht an Funktionalität: Badmöbel schaffen viel Stauraum, die flache Eckdusche mit Fronteinstieg und die freistehende Badewanne sind äußerst benutzerfreundlich



Mit diesem Ausstellungsbad hat die Thyssen Schulte Bautechnik aus Kroppach in der Kategorie Großhandel den zweiten Preis gewonnen



Der zweite Platz in der Kategorie Sanitärhandwerk ging für dieses Bad an die Firma Gonther Haustechnik GmbH in Willinghausen

Gesucht wurde die schönste, mit Hansaronda-Accessoires ausgestattete Badkoje. Der Wettbewerb gehört zu den umfangreichen Marketingmaßnahmen, mit denen das Unternehmen das neue Design seiner Armaturenserie Hansaronda und die Neueinführung der Produktgruppe Hansaronda Accessoires in den Focus der Öffentlichkeit rückt. Mehrere Hundert Teilnehmer aus Großhandel und Sanitärhandwerk sind der Aufforderung gefolgt, die neuen Produkte in ihren Ausstellungen zu plazieren und gleichzeitig zu zeigen, wie durch eine durchdachte und attraktive Produktpräsentation Aufmerksamkeit erregt und der Kunde überzeugt werden kann. Von den 250 Ausstellungsbädern, die die Wettbewerbsbedingungen erfüllt hatten, kamen,

die jeweils 15 schönsten Ausstellungsbäder des Großhandels und der Installateurbetriebe in die Endauswahl. Eine neutrale, siebenköpfige Jury aus Fachjournalisten, Innenarchitekten und Designern – zu der übrigens auch SBZ-Redakteur Dirk Schlattmann gehörte – oblag es anhand einheitlicher Bewertungskriterien die sechs Hauptpreisträger zu bestimmen. Beurteilt wurden die Bäder nach Idee, Gesamtästhetik und Funktionalität sowie nach Realisierbarkeit.

Dreißig preisgekrönte Bäder

Jury und Hersteller waren angenehm überrascht, mit wieviel Einfallsreichtum die Bäder gestaltet wurden. Das gilt für die Bäder mit großzügigen, unkonventionellen Grundrissen gleichermaßen wie für Badezimmer auf kleinem Raum oder unter der Dachschräge. Die Preisträger haben mit ihren Ausstellungsbädern bewiesen, daß sie ihr Handwerk beherrschen. Angefangen von der Auswahl der Materialien über durchgängige Farbkonzepte bis hin zu einer harmonischen Zusammenstellung von Fliesen, Keramik, Möbeln, Armaturen und Accessoires stimmt es hier. Für die Jury war wichtig, daß bei der Planung nicht nur an die optische Wirkung innerhalb der Ausstellung gedacht wurde, sondern auch an die Mög-

lichkeit der Umsetzung für den Ausstellungsbesucher. Der Kunde soll sich im Ausstellungsbad wohlfühlen und sich vorstellen können, dieses Bad bei sich zu Hause zu haben. Um diesen Transfer zu ermöglichen, müssen jedoch auch Emotionen angesprochen werden. Die Gewinner-Bäder zeigen auf vielfältige Weise, wie dies möglich ist. Dabei spielt auch die Dekoration eine wichtige Rolle. Ein Handtuchhalter ohne Handtuch oder eine Seifenschale ohne Seife können nunmal nicht den Eindruck eines lebendigen Bades vermitteln.

Die sechs Schönsten

Bei der Preisverleihung im SI-Zentrum Stuttgart wurden die sechs Hauptpreisträger gebührend gefeiert. Vorstandschef Wolfram Göhring bedankte sich bei allen für das Engagement und überreichte den beiden 1. Preisträgern die Gutscheine für die beiden als Hauptgewinn ausgeschriebenen Smart-Mobile. Für die Plätze zwei und drei hatte Hansa jeweils zwei Reisen nach Budapest und zwei Videokameras ausgelobt. Übrigens: Für einige der Anwesenden war es sicher neu zu erfahren, daß klimatechnische Komponenten des Smart ebenfalls von Hansa sind. Bemerkenswert ist, daß grundsätzlich große Unterschiede zwischen den Ausstellungsbädern von Handel und Handwerk festgestellt wurden. „Die von den Installateuren eingereichten Vorschläge sind von großer Liebe zum Detail gekennzeichnet. Ihnen ist anzusehen, daß sie mit viel Herz, Lust, Seele – also mit viel persönli-

Sieger in der Großhandelskategorie

1. Preis: Kyas + Strigl GmbH, 79761 Waldshut-Tiengen
2. Preis: Thyssen Schulte Bautechnik GmbH & Co. KG, 57612 Kroppach
3. Preis: CL. Bergmann GmbH, 36304 Alsfeld

Sieger in der Handwerkerkategorie

1. Preis: Paul Hermle GmbH, 78559 Gosheim
2. Preis: Gonther Haustechnik GmbH, 34628 Willinghausen
3. Preis: Lutz Bäder GmbH, 67269 Grünstadt



Mit diesem Ausstellungsbad hat die CL. Bergmann GmbH in Ailsfeld in der Kategorie Großhandel den dritten Preis gewonnen



Der dritte Platz in der Kategorie Sanitärhandwerk ging für dieses Bad an die Lutz Bäder GmbH in Grünstadt

chem Engagement gestaltet wurden. Derartig gestaltete Ausstellungsköjen bieten sich geradezu an, potentielle Kunden für hochpreisige Bäder zu begeistern.

Bei den Bädern der Großhändler hingegen merkte man, das die Ausstellungsverantwortlichen 'ne Menge Köjen zu „füllen“ haben. Bei diesen Großhandelsköjen stehen häufig nüchterne Sachlichkeit und Produktdarstellung im Vordergrund.“

Stiefkindern und Abhilfemaßnahmen

Doch es gab unter den Einsendungen auch viele Bäder, die den Erwartungen nicht entsprochen haben. So wurden Fotos von Ausstellungsbädern eingereicht, die eher lieblos und wenig einfallsreich gestaltet sind. Dr. Johannes Haupt, Leiter Marketing und Vertrieb bei Hansa, dazu: „Wenn sich Fachhandel und Fachhandwerk auch in Zukunft erfolgreich gegen die Konkurrenz aus den Baumärkten behaupten wollen, müssen sie zeigen, daß sie besser sind. Und das geht am besten in den Ausstellungen. Was nützen technisch und qualitativ hochwertigere Produkte, wenn sie nicht ansprechend präsentiert werden? Wozu entwickeln wir als Industrie komplette, designorientierte und aufeinander abgestimmte Produktserien, wenn sie in den Ausstellungen nicht zu sehen sind? Der Kunde von heute ist infor-

miert, kritisch und wählerisch. Er kommt in die Badausstellung, um sich inspirieren und beraten zu lassen. Und hier kann er vor Ort mit fachlicher Kompetenz überzeugt werden. Das Ergebnis unseres Wettbewerbs zeigt jedoch, daß da auf weiten Strecken noch ein großer Nachholbedarf besteht.“

Deshalb hat sich Hansa zum Ziel gesetzt, Fachhandwerk und Großhandel in dieser Beziehung mehr zu unterstützen. Deshalb läßt der schwäbische Armaturen- und Accessoires-Hersteller jetzt eine Broschüre auflegen, in der er u. a. die

erfolgreichen Ausstellungsbäder des Wettbewerbs dokumentiert. Beispielbäder in verschiedenen Größen, Einrichtungsstilen und unterschiedlichen preislichen Ausstattungen sollen Anregungen vermitteln und zur Nachahmung anregen. Ein weiterer Schritt wird sein, daß Hansa aktive Hilfe bei der Grundrißplanung und Ausgestaltung anbietet. Dr. Haupt: „Als Fachhandwerkspartner Nr. 1, zu dem wir seit 1980 bei Markt Intern ununterbrochen gewählt wurden, sehen wir es als unsere Pflicht, unseren Marktpartnern zu einem dauerhaften Erfolg zu verhelfen.“ □



Preisträger und Veranstalter freuten sich über die guten Ergebnisse