

*Design und Deckungsbeiträge:*

## Doppelte Freude

**D**esign und Deckungsbeiträge fangen nicht nur mit dem gleichen Buchstaben an, sie sind auch sonst eng miteinander verknüpft. Im Objektgeschäft ist die Optik nebensächlich, die Funktionalität Voraussetzung – Preis schlägt Design. Anders im Privatkundengeschäft. Kann hier der potente Privatkunde von den Vorteilen einer einheitlichen und oft ein wenig extravaganten Formensprache überzeugt werden, sind die Kosten allein nicht mehr ausschlaggebend. Diesen Umstand nutzen bereits viele Handwerksbetriebe, indem sie ihre Ausrichtung geändert und sich zum designorientierten Komplettbadspezialisten weiterentwickelt haben. Doch nicht nur die (relativ) guten Erlöse für die Sanitärkeramik sprechen für den Verkauf von Serien. Schwillt dem Kunden in seiner Whirlwanne stolz die Brust und fachsimpelt er auf Geburtstagspatys über sein neues Wellness-Feeling, sind Neukunden nicht mehr fern. Das Rad beginnt sich zu drehen. Der Handwerksbetrieb profiliert sich als Bad-Gestalter und Bad-Designer, als Spezialist für Wellness und Wohlbefinden.



**K**ommerzielle Vermarktung des Designs ist keine Erfindung der letzten Jahre. Die Entwicklung von kompletten Serien für die Badausstattung begann schon in den 60iger Jahren. Seitdem beschäftigen sich die Hersteller von Sanitärkeramik immer intensiver mit einer aufeinander abgestimmten Formensprache, die mittlerweile auch Armaturen, Accessoires, Möbel, Duschabtrennungen sowie Bade- und Duschwannen umfassen. Das Geschäft mit klangvollen Designernamen läuft mittlerweile auf Hochtouren. Luigi Colani, F.A. Porsche, André Courrèges, Matteo Thun, Dieter Sieger und Philippe Starck gaben und geben sich die Klinken der Chefetagen in die Hand. Das Bad, bis dahin von den meisten mehr als notwendiges Übel gesehen, wurde salonfähig.

Für jede Geschmacksrichtung und fast jeden Geldbeutel stehen mittlerweile gleich mehrere Produkte mit ähnlicher Anmutung zur Auswahl. Kühl oder sachlich, nostalgisch verspielt oder hypermodern, in schlichtem Weiß oder peppiger Farbe – jedem Kundenwunsch kann heute entsprochen werden. Durch die Vielfalt ist die Produktrange schier unübersehbar. Damit sich Handwerk und Handel aber trotzdem einen aktuellen Überblick verschaffen können, veröffentlichen wir in dieser SBZ eine Übersicht aller Badserien. Mit Duravit, Ideal Standard, Keramag, Villeroy & Boch, die über Duravit vertreibende Schweizer Laufen AG, die niederländische Sphinx, Roca aus Spanien und Ekom/Vitra aus der Türkei, teilen sich acht Hersteller den Markt. Waren es 1993 noch 55 Produktlinien, mittlerweile gibt es 85 Keramikserien.

**A**lle Details, der über den traditionellen Vertriebsweg erhältlichen Sanitärserien, mit Preispositionierung und Farbübersicht finden Sie auf den folgenden Seiten. Nutzen Sie dieses Kompendium als Nachschlagewerk. Verschaffen Sie sich einen aktuellen Überblick. Auch Sie werden die ein oder andere bisher noch nicht beachtete Design- und Produkthanregung finden. Dort verraten wir auch das Wichtigste über die 12 neu zur ISH kommenden Serien. In Frankfurt sollten die Hersteller zusätzlich damit einhergehende Vermarktungs- und Servicekonzepte vorstellen. Denn auch das macht aus Sicht von Handwerk und Handel eine gute Serie aus.

*Dirk Schlattmann*

Dirk Schlattmann