



Selbst Fachleute durchschauen kaum noch die schier unendliche Vielzahl von Keramik-Badserien auf dem deutschen Markt. Und es werden ständig mehr. Als umfassendes Nachschlagewerk für die tägliche Praxis ermöglicht die SBZ-Markterhebung einen schnellen Überblick. In ausführlichen Einzelbeschreibungen und Übersichten sind alle Serien, Preise, Farben und Zubehör der mittlerweile 91 verschiedenen Serien anschaulich dargestellt.

Keramikserien-Marktübersicht mit allen 12 ISH-Neuheiten

Heftiges Design und verhaltene Farben

Weiße Zeiten – individuelles Design. So lautete vor zwei Jahren die Schlagzeile der SBZ-Keramikserien-Marktübersicht. Ein extrem hoher Weißanteil, rückgängige Zahlen bei farbigen Keramikgegenständen, mehr Designerserien auch in niedrigeren Preissegmenten, mehr architektonisches statt künstlerisches Design, kürzere Modellzyklen und mehr Zubehör, lassen sich die Trends zur ISH 2001 zusammenfassen. Und dieses Jahr sieht's nicht anders aus. Die Tendenzen haben sich eher noch verstärkt und das Tempo der Veränderungen hat zugenommen.

91 Komplettbad-Serien gehen zur ISH 2003 ins Rennen. Oberflächlich betrachtet nicht viel mehr als die 89 Kollektionen vor zwei Jahren. Schaut man etwas genauer hin, fällt jedoch auf, daß Sphinx – zur letzten ISH noch mit neun Badserien vertreten – ganz entfallen ist. Hintergrund ist die Integration des Unternehmens in die Keramag. Die Modelle sind zwar, zumindest als Ersatzbedarf, weiterhin über Keramag lieferbar, werden aber nicht mehr aktiv vermarktet. Vor diesem Hintergrund haben die verbleibenden Hersteller ihr Portfolio also tatsächlich um insgesamt elf Serien aufgestockt, was einem Wachstum der Gesamtpalette um

IDEAL STANDARD: NEWSON



rund 14 % entspricht. Vor allem Keramag und Laufen haben mit drei bzw. vier neuen Serien – ohne daß andere dafür entfallen sind – ihr Portfolio deutlich erweitert. Laufen hat mit einem Sprung von fünf auf neun Serien das Angebot gar fast verdoppelt. Einzig Duravit leistet es sich als namhafter Hersteller in der Keramikserienübersicht, ohne neue Komplettbadserie zur ISH 2003 anzutreten. Die Begründung klingt logisch: Die Neuheiten werden gebracht, wenn es Sinn macht und sie der Markt verlangt. Vor der heutigen Wirtschaftslage – der Inlandsumsatz der deutschen Sanitärkeramikindustrie verringerte sich 2002, nach einem Minus von 9,5 % im Vorjahr, erneut um 11 % auf 237 Millionen Euro – kann es sich schließlich niemand leisten, innovative Produkte über mehrere Monate bis zur nächsten Messe in der Schublade zu lassen. Auch die Vorstellung von Produkten, die dann unter Umständen erst mehrere Monate nach der Messe lieferbar sind, ist marketingtechnisch nicht unbedingt vorteilhaft und hat schon manchen Kunden verärgert.

IDEAL STANDARD: TONIC



Solide und zeitlose Formen

Laufen und Keramag haben zwar unlängst neue Serien vorgestellt, wollten aber nicht ohne Neuheit nach Frankfurt und haben deshalb je eine neue Kollektion im Gepäck.

KERAMAG: JOOP



Badtrends

Alle anderen haben sich ihre Neuheiten für die Messe aufgespart. Ideal-Standard, Roca und Vitra zeigen dort je drei neue Badserien. Villeroy & Boch begnügt sich mit zwei, dürfte aber mit der Eierform Ovo für viel Gesprächsstoff sorgen.

Eine weitere Badserie mit weichem Design, die ihre formale Anleihe bei einem Gegenstand des täglichen Lebens, nämlich dem Glas nimmt, ist Calm von Vitra. Ansonsten wurden die Keramikgegenstände eher massiver und kantiger. Und das sogar sehr konsequent. Wie schon bei der Starck Edition 3, die im Sommer letzten Jahres präsentiert wurde, setzen jetzt auch die ISH-Neuvorstellungen der Designer Marc Newson (Ideal-Standard) und Joop (Keramag) auf wichtige Formen. Nicht ganz so mächtig, aber immer noch recht massig kommen

SBZ-Marktübersicht

Hersteller	Seite	Telefon	Telefax	ISH-Stand
Duravit	41	(0 78 33) 7 00	(0 78 33) 7 02 89	3.1 B 99
Ideal Standard	64	(02 28) 52 10	(02 28) 52 12 41	3.1 C 11
Keramag	84	(0 21 02) 91 60	(0 21 02) 91 62 45	3.1 A 10
Laufen	112	(0 26 02) 94 93 33	(0 26 02) 9 49 33 55	3.1 C 69
Roca	124	(0 26 02) 9 36 10	(0 26 02) 93 61 22	3.1 B 51
Villeroy & Boch	138	(0 68 64) 8 10	(0 68 64) 81 26 92	2.0 A 01
Vitra/Ekom	164	(0 22 73) 9 85 00	(0 22 73) 98 50 50	3.1 D 19



LAUFEN: LIVING

Sense und Matrix von Vitra daher. Schon deutlich zierlicher sind Dama Senso (Roca), Living (Laufen) und Subway (Villeroy & Boch). Obwohl sie immer noch hauptsächlich von geraden Linien geprägt sind, ist doch die eine oder andere geschwungene Kurve damit kombiniert. Derer deutlich mehr hat America von Roca, die einzige der neuen Kollektionen, die noch auf den sogenannten Landhausstil setzt. Ansonsten scheint dieser Trend der letzten Jahre – wenn auch auf noch hohem Niveau – eher wieder rückläufig zu sein.

Auf die sichere Seite ging Ideal-Standard mit Celia und Tonic. Beide orientieren sich an der Kelchform. Celia etwas runderlicher und Tonic etwas eckiger. Klassisch-modern und zeitlos sind die Attribute, mit denen

ROCA: AMERICA



Preisermittlung

Die Preisübersicht wurde durch die Redaktion anhand vergleichbarer Standardkonfigurationen und von Bruttopreisangaben der Hersteller erstellt. Als Vergleichsbasis diente ein Warenkorb mit einem 70 cm breiten Waschtisch oder einem gleichwertigen Modell sowie einem wandhängenden WC und Bidet, alles in Weiß (Alpin).

Waren einzelne Teile nicht lieferbar, haben wir einen Vergleichswert von Artikeln passender bzw. gleichwertiger Serien angesetzt. Die ermittelten Werte wurden im Diagramm in Schritten von 50 Euro gerundet. Alle Preisangaben enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer.

Badtrends



leren Kundenwünsche gestalten. Gleichzeitig bieten die Hersteller ihren Zielgruppen mit passend zur Kollektion gestalteten Armaturen, Möbeln, Wannen und Accessoires auch zunehmend mehr Hilfestellung bei gestalterischen Fragen. Immer häufiger untermauert durch einen eingeführten Designernamen. Auch in niedrigeren Preissegmenten.

Fast hinter jedem neuen Produkt, das früher noch von „No-name-Gestaltern“ entwickelt wurde, steht heute ein bekannter Name. Und das ohne Preisaufschlag. Eher das Gegenteil ist der Fall. Ein prägnantes Beispiel ist die Starck Edition 3, die zum Teil preislich sogar noch unter bisherigen Standard-Objektserien angesiedelt ist. Aber auch Top-Designerserien wie Foster, 500 von Antonio Citterio, Subway von Moll-Design, Sense von Defne Koz oder Joop liegen deutlich unter dem Preisniveau von altbekannten Designerserien wie z.B. Matteo Thun. Ansonsten entwickelten sich die Preise für die bestehenden Badserien ganz unterschiedlich. Manche wurden gesenkt, die meisten blieben konstant und einige Kollektionen wurden sogar teurer. Ganz so wie sich der Markt für den jeweiligen Hersteller darstellt. Oder die Verantwortlichen meinen, darauf reagieren zu müssen.



Farben im Rückwärtsgang

Dem (erschwinglichen) Luxus bei den Formen steht eine deutliche Zurückhaltung bei den Farben gegenüber. Nur noch 7 bis 10 % Farbanteil meldet die deutsche Sanitärkeramikindustrie. Das ist von der jeweiligen Produktzusammenstellung und

solche Serien, die man sich auch noch nach Jahren ansehen kann, geschmückt werden. Beständigkeit und Werthaltigkeit sind als Fixpunkte in einer wirtschaftlich schlechten, unruhigen Zeit gefragt. Und in diesem Sinne sind die eher unauffälligen Modelle – wenn auch eine formal ganz anders gestaltete – Antwort auf dasselbe Kundenbedürfnis, das die vierschrötigen Designermodelle ansprechen.

Design zum kleinen Preis

Allen Badserien gemein ist, daß die Variantenvielfalt deutlich zugenommen hat und mehr Teile erhältlich sind. Das gilt sowohl für die Sanitärkörper wie auch für das Zubehör. Besonders letzteres wurde überproportional ergänzt. Dadurch und ob der vielfach modularen Bauweise, lassen sich aus ein und derselben Serie ganz unterschiedliche Bäder für die immer individuel-





Preispositionierung der einzelnen Hersteller abhängig. Im oberen Segment läuft so gut wie alles in Weiß. Falls noch Farben gefragt sind, dann eher in den mittleren oder unteren Preisschienen. Damit ist die Entwicklung zur „Entfärbung“ zwar nicht mehr so dramatisch wie in den letzten Jahren aber auf einer sowieso schon tiefen Basis immer noch spürbar. Grund können sowohl die „Nachwehen“ von den auch heute noch vorhandenen aber schon lange nicht mehr aktuellen Farben wie Curry oder Moosgrün sein oder aber wiederum der Kundenwunsch nach Werthaltigkeit und Zeitlosigkeit. Um es kurz zu machen: Es ist seit der letzten ISH keine einzige neue Farbe hinzugekommen. Dafür sind mit Calypso, Capri, Mento, Classicweiß und Whisperrosa fünf Farben komplett entfallen. Außerdem wurden bei vielen Serien die Farbvarianten deutlich reduziert. 10 von 18 seit der letzten ISH hinzugekommenen Serien und 7 von 12 ISH-Neuheiten sind nur in Weißtönen erhältlich. Davon vier sogar nur in

der einzigen Farbe Alpinweiß. Insgesamt gibt es damit 25 Badserien, die ausschließlich in Alpinweiß lieferbar sind. Rund 30 % des gesamten Angebotes also. Rechnet man die weiteren vier Serien, die außer in Alpinweiß auch in Starwhite oder Edelweiß erhältlich sind hinzu, liegt der Anteil der Serien, die ausschließlich in Weißtönen erhältlich sind, sogar noch deutlich höher. Falls überhaupt noch Farben häufiger angeboten werden, dann sind dies hauptsächlich Pergamon und Manhattan. Wobei sich trefflich darüber streiten läßt, ob es sich dabei um „wirkliche“ Far-

ben oder Schwarzweiß-Schattierungen handelt. Weit abgeschlagen folgt dann Ägäis als erste „farbige“ Farbe. Gegen den Trend zur Entfärbung läuft es nach eigenen Angaben bei Villeroy & Boch. Die Saarländer halten weiterhin an ihren zwei metallischen, zur letzten ISH 2001 eingeführten „Hausfarben“ Gold-Effect und Silver-Effect fest. Beide Farben sollen einen Anteil von über 3 % vom Gesamtumsatz haben. Womit sie auf einer Höhe mit Manhattan und nur ganz knapp hinter Pergamon und Starwhite, den zwei umsatzstärksten Farben der Mettlacher, lägen.

Wer sich die Produktkonzepte der Hersteller und auch die auf den folgenden Seiten aufgeführten ISH-Neuheiten anschauen möchte, sollte die Gelegenheit auf der im März stattfindenden ISH in Frankfurt wahrnehmen und die Stände der Hersteller besuchen. Doch vorab: Starten Sie auf den folgenden Seiten zu einem Rundgang durch Deutschlands größte und aktuellste Badausstellung – der SBZ-Marktübersicht. →

Serienwechsel seit der ISH 2001

Seit der letzten ISH sind sieben Keramikserien aus dem Programm gefallen und 18 neue hinzugekommen

	Aus dem Programm	Seit der ISH 2001 eingeführt	Neu zur ISH 2003
Duravit	Orchidee	Philippe Starck 3	
Ideal Standard	Noblesse		Celia, Newson, Tonic
Keramag		500, Visit	Joop
Laufen		Alessi, Moderna, Swing	Living
Roca	Dama, Liberty		America, Dama Senso
Villeroy & Boch	Opera		Ovo, Subway
Vitra/Ekom	Decada, Medea		Calm, Matrix, Sense