

**BAUMARKTWISEN**

**BAND 25**



**PRODUKTE**

**BERATUNG**

**VERKAUF**

**BAD, SANITÄR, WÄRME**

# Fachwissen aus der Kategorie Bad, Sanitär, Wärme

Jetzt bestellen und als Fachverkäufer profitieren!



**Baumarktwissen – Band 25**  
Bad, Sanitär, Wärme  
2011. ca. 40 Seiten. DIN A4. Kartoniert.  
Bestell-Nr. 61000025.  
€ 16,-

Die Bad- und Sanitärabteilungen der Baumärkte mausern sich zunehmend zu hochkompetenten Shoppeinheiten mit Fachhandelscharakter. Sie zeichnen sich durch eine innovative Produktvielfalt von namhaften Herstellern aus und so werden die Fachverkäufer in dieser Kategorie stets vor neue Aufgaben gestellt, was Beratung und Verkauf angeht.

In der neuen Ausgabe von BAUMARKTWISSEN finden Fachverkäufer Informationen zu folgenden Themen:

- Technisches Wissen zur sanitären Systemen, Montagebeispiele
- Spezielles Wissen zu einzelnen Produkten
- Beispiel für ideale Warenplatzierung im Regal
- Beispiel für technische Unterstützung eines Verkaufsgesprächs
- Antworten auf 10 typische Endverbraucherfragen
- Herstellerstatements, Grafiken, Übersichten, Anbieterlisten
- beispielhafte Warenpräsentationen von Herstellern

**ABO PLUS** Abonnenten von „baumarktmanager“ erhalten die zweimal jährlich erscheinende Themenreihe „Baumarktwissen“ im Gesamtwert von € 32,- pro Jahr kostenlos im Rahmen ihres Abonnements. Die Ausgabe „Bad, Sanitär, Wärme“ liegt Heft 6/11 bei.

Weitere aktuelle Titel aus der Reihe „Baumarktwissen“:



**Band 22: Farben, Tapeten, Innendeko**



**Band 23: Ökologie und Nachhaltigkeit im Baumarkt**



**Band 24: Lampen, Leuchten, Elektroinstallation**

**Direkt bestellen!** Per Fax: 0221 5497-130

baufachmedien.de  
DER ONLINE-SHOP FÜR BAUPROFIS

Fax: 02215497-130 • Telefon: 02215497-291 • service@rohn.de • www.baufachmedien.de

Hiermit bestelle ich:  zum Preis von jeweils € 16,-  zum Vorzugspreis für Abonnenten von jeweils € 11,-

Expl.	Bestell-Nr.	Band	Titel
	61000025	25	Bad, Sanitär, Wärme
	61000024	24	Lampen, Leuchten, Elektroinstallation

Expl.	Bestell-Nr.	Band	Titel
	61000023	23	Ökologie und Nachhaltigkeit im Baumarkt
	61000022	22	Farben, Tapete und Innendekoration

Preise inkl. MwSt. zzgl. Versand. Preisirrtum und -änderungen vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [www.rudolf-mueller.de/agb.html](http://www.rudolf-mueller.de/agb.html). Angaben gemäß DL-InfoV siehe [www.rudolf-mueller.de/impressum.html](http://www.rudolf-mueller.de/impressum.html).

**Ja, ich abonniere „baumarktmanager“.** Ich erhalte 12 Ausgaben pro Jahr für € 148,- (Ausland € 176,-) inkl. MwSt. und Versand und spare damit € 50,- gegenüber dem Einzelheftkauf. Als Abonnent erhalte ich die Themenreihen „Baumarktwissen“ kostenlos im Rahmen meines Abonnements. Ich kann das Abo jederzeit schriftlich zum Ende des Bezugszeitraums abbestellen. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [www.rudolf-mueller.de/agb.html](http://www.rudolf-mueller.de/agb.html). Preisirrtum und -änderung vorbehalten.

**Geschäftsadresse:**

Name/Vorname des Firmenansprechpartners

Firma

Straße

PLZ/Ort

Geschäfts-Telefon/-Telefax

Geschäfts-E-Mail

Alle gefetteten Felder sind Pflichtangaben.

Ich bin damit einverstanden, dass mich die Unternehmen der Verlagsgruppe Rudolf Müller per Telefax und Telefon über ihre Zeitschriften, Bücher, CD-ROM/DVD, Online-Dienste und Veranstaltungen informieren. (bitte ankreuzen)

**Hinweise zum Datenschutz:** Sofern Sie uns keine weitergehende Einwilligung erteilen, werden wir Ihre persönlichen Daten verarbeiten und nutzen, um Ihre Bestellung abzuwickeln, Sie per Post und per E-Mail über unsere Fachmedienangebote sowie die anderer Unternehmen der Verlagsgruppe Rudolf Müller zu informieren. Der Verwendung und Übermittlung Ihrer Daten für Werbe zwecke können Sie per Post an Verlag Siegfried Rohn, Stolberger Str. 84, 50933 Köln oder per E-Mail an [service@rudolf-mueller.de](mailto:service@rudolf-mueller.de) jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen. Dadurch entstehen Ihnen ausschließlich Übermittlungskosten nach den Basistarifen.

Datum, Unterschrift

 Siegfried Rohn

**Verlag Siegfried Rohn GmbH & Co. KG**

Postfach 41 09 49 • 50869 Köln

Telefon: 0221 5497-291

Telefax: 0221 5497-130

service@rohn.de

www.rohn.de

## ISH und BAUMARKTWISSEN

Verschönerungs- aber auch Verbesserungsbedarf sehen viele Haus- und Wohnungsbesitzer in ihren Badezimmern und bei den Heizsystemen. Ein neues Bad bedeutet zunächst einmal viel Arbeit und jede Menge Dreck. Der Aufwand lohnt aber, und so werden den Badezimmern längst fällige Frischekuren verordnet. Dieser Renovierungswille hebt den Umsatz in den Baumärkten. Laut Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e.V. (BHB) betrug in 2010 die Zunahme quer über das Sortiment für Badausstattung, Sanitärelemente, Installationssysteme und den Bereich Heizung fünf Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Das liegt unter anderem daran, dass sich die Bad- und Sanitärabteilungen der Baumärkte zunehmend zu hochkompetenten Shop-einheiten mit Fachhandelscharakter gemausert haben. So zeichnen sie sich beispielsweise durch eine innovative Produktvielfalt von namhaften Herstellern aus. Ein Abbild dieser Innovationen bekamen Besucher der diesjährigen ISH, der Leitmesse für Bad, Sanitär-, Energie- und Klimatechnik zu sehen. Dort präsentierten 2.355 Hersteller aus aller Welt auf einem ausgebuchten Messegelände ihre Neuheiten und Trends für innovatives Bad-Design und umweltfreundliche Gebäudetechnik. Beherrschende Themen waren Ressourcenschonung, Nachhaltigkeit, Effizienz und erneuerbare Energien. Während der fünf ISH-Tage strömten 204.000 Besucher nach Frankfurt.

Vielleicht hatten Sie als Fachverkäufer auch die Gelegenheit, die ISH zu besuchen. Während sich die Aussteller vor einigen Jahren noch speziell an Handwerker und Fachhändler wandten, so existiert inzwischen durchaus ein Angebot für die Großfläche, also für die Baumärkte. Informationen über neue Produkte und Präsentationsformen sind wichtig, denn Sie werden als Fachverkäufer in der Kategorie Bad, Sanitär und Wärme stets vor neue Aufgaben gestellt, was Beratung und Verkauf angeht.



Im vorliegenden BAUMARKTWISSEN versuchen wir, Ihnen ein Teil dieses Fachwissens zu vermitteln. Neben umfangreichen Produktinformationen zeigen wir Ihnen hier Beispiele für die technische Unterstützung Ihrer Verkaufsgespräche sowie Warenpräsentationen. Anbieterlisten mit Hotline-Nummern und Internetadressen der Hersteller runden Ihr BAUMARKTWISSEN ab.

*Klaus Mauelshagen*

Klaus Mauelshagen  
Köln, im Mai 2011



# Besuchen Sie die 5. Kölner Gespräche

7. und 8. September 2011 im Hotel Hyatt Regency Köln

Am 7. September 2011 ist es wieder soweit, es erwarten Sie die 5. Kölner Gespräche. Die in diesem Jahr erstmals wahlweise zweitägige Veranstaltung bietet Ihnen jetzt noch mehr: Der erste Tag steht im Zeichen der „STRATEGIE“ mit dem Thema „Erfolgreiche Konzepte für Bau- und Gartenmärkte“. Am zweiten Tag liegt der Fokus auf der „PRAXIS“ mit dem Motto „Erfolgreiche Jahresgespräche mit Handelskunden“.

Die Tagung ist nicht nur für Entscheider aus der Baumarktszene interessant, sondern richtet sich an die gesamte grüne Branche.

Wer beide Tage bucht, den erwartet ein besonderes Abendprogramm. Nach dem Besuch des neuen Einkaufskonzepts „Globetrotter“ geht es anschließend in ein zünftiges Brauhaus in Köln zum Abendessen und gemütlichen Beisammensein.

**Jetzt anmelden unter**  
[www.baumarktmanager.de/koelner-gespraech](http://www.baumarktmanager.de/koelner-gespraech)

**Telefon: (0221) 5497-348**

**E-Mail: [info@ssb-seminare.de](mailto:info@ssb-seminare.de)**

## Die Themen und Referenten am Strategie-Tag

- Jette Joop-Story (*Michael Ostendorf*, Unternehmer)
- Was ist in der DIY- und Gartencenter-Szene in Europa los? (*Ute Roggendorf*, Chefredakteurin „markt in grün“ und *Jörn Brüningholt*, Redakteur „baumarktmanager“)
- „baumarkt direkt“: Erfahrungen des DIY-eCommerce-Pioniers (*Volker Treffenstädt*, Geschäftsführer baumarktdirekt)
- Die Einkaufskonzeption für die ländliche Region am Beispiel Raiffeisen (*Klaus Seiwert*, Geschäftsführer RWZ, Köln)
- Die Tim-Mälzer-Story / Do it now (*Peter Stechmann*, Geschäftsführer Alpina)
- Praktiker: Das Konzept 2013 (*Andreas Mauz* und *Dietmar Richter*, Geschäftsleiter Praktiker Deutschland)
- Die Expansionspolitik der Eurobaustoff (*Ralf Kaspar Kemmerling*, Geschäftsführer Eurobaustoff)
- Was machen GC richtig? Was machen GC falsch? Wo kann man lernen? (*Engelbert Kötter*, Marketingberater der grünen Szene)
- Jumbo: Der Schweizer Repräsentant der weltweit größten Einkaufsorganisation A.R.E.N.A. (*Jerome Gilg* (CH), Geschäftsführer)
- Globetrotter: Perfekte Inszenierung von Freizeitwelten (*Klaus Dieter Weichbrodt*, Filialleiter Globetrotter Köln)

## Die Themen und Referenten am Praxis-Tag

- Typische Jahresgespräche: Was Baumärkte seit Jahren mit System betreiben – Erfahrungsbericht von *Paul Jungwirth*, Prokurist Riegelhof u. Gärtner (i.R.)
- Jahresgespräche – Eckpfeiler für Ihren Erfolg (*Heike Schrömgens*, Schrömgens Consult)
- Aus Sicht des Handels – Einblicke in die Seele eines Handelseinkäufers (*Mathias Kies*, ehemals Hornbach)
- Verhandeln mit Einkäufern – Wie werden Einkäufer geschult, was sind die Lieblingsstrategien der Einkäufer, Taktiken der Einkäufer im Handel (*Heike Schrömgens*)
- Aus Sicht der Industrie – Das ideale Jahresgespräch – Strategieabgleich auf Augenhöhe versus „Feilscherei“ (*Sven Schmitz*)





Titelfoto: MAU

Für ihre Unterstützung bei der Realisierung von Baumarktwissen Band 25 danken wir nachfolgenden Firmen:

AEG  
Bemis  
BKH  
Caminos  
Conmetall  
Dansani  
Dietsche  
Dusar  
Eurotronic  
Fackelmann  
Henkel  
Inda  
Kleine Wolke  
Nicol  
Sanitop Wingenroth  
Schulte  
Visoft  
Weka

## 3 Editorial

---

### Produkte

- 6 **Echtglasduschen:** Das Plus im modernen Bad
- 8 **Duschbodenelemente:** Barrierefreies Duschen
- 9 **WC-Sitze:** Eine Frage der Qualität
- 10 **Armaturen:** Gesundheit als Verkaufsargument
- 12 **Badmöbel:** Entspannung im Bad
- 14 **Wohnbad:** Kreative Raumideen
- 15 **Badteppiche:** Table Tuft und Cut Loop
- 16 **Accessoires:** Funktionalität im Bad
- 18 **Heißwassergeräte:** Komfort auf engstem Raum
- 19 **Heizkörperthermostate:** Energiekosten senken
- 20 **Klimageräte:** Für heiße Tage
- 21 **Kleben statt Bohren:** Innovative Klebetechnik
- 22 **Silikon:** Qualität zahlt sich aus
- 24 **Saunen und Wärmekabinen:** Wärme für das Wohlbefinden

### Lieferanten für die Branche

- 26 Anbieter von Bad, Sanitär und Wärme
- 28 Anschriften der aufgelisteten Anbieter

### Verkauf

- 29 **Verkaufsgespräch:** »Ich hab da mal 'ne Frage«
- 31 **Warenplatzierung:** Gut gezeigt ist halb verkauft
- 33 **Hightech am POS:** Selbst ist der Kunde

## 35 Impressum

---

# Das Plus im modernen Bad



Bei Nichtgebrauch  
einfach wegzuklap-  
pen – die Ecklösung  
macht sich klein.



Auch offene Duschbereiche lassen  
sich gestalten, hier mit einem sati-  
nierten Glasstreifen.



Eine Duschsäule bringt die Wellness  
ins Haus – mit großer Kopfbrause  
und verstellbaren Düsen.

Die zentrale Stelle im modernen Bad bildet die Dusche. Und das nicht aus reinen Platzgründen, sondern aufgrund der Verbindung von Wellness und Design. Daher findet sich im Baumarkt eine zeitgemäße Auswahl diverser Produkte.

**D**as Bad hat sich von der funktionalen Nasszelle vielerorts schon in einen privaten Wellness-Bereich entwickelt. Dem entsprechend legen Bauherren und Modernisierer heute Wert auf eine schicke Umgebung, in der sie sich wohl fühlen und gern aufhalten. Der Baumarkt bietet daher eine ganze Reihe von Duschtrennungen aus Echtglas mit eleganten Griffen und stabiler Befestigung. Was zeichnet diese Produkte aus?

### Stärke des Glases

Zunächst ist zu nennen, dass wertige Ware aus Einscheibensicherheitsglas hergestellt wird. Dabei variiert die Stärke des ESG genannten Materials – mindestens 5 mm sollten es sein. Dann hält die Duschtrennung auch einen Stoß oder das unsanfte Schließen aus, ohne Schaden zu nehmen. Im höheren Preissegment findet sich 6 oder 8 mm starkes Glas. Eine hochwertige Glasbeschichtung, die für eine leichtere Reinigung sorgt, der so genannte Lotuseffekt, zählt inzwischen zum Standard. Außerdem stehen verschiedene Varianten zur Verfügung, sodass der Endkunde für seine Einbausituation das richtige Modell bekommt. Ob Nische, Eckeinstieg oder Runddusche, ob Schwing- oder Faltdür – alle diese Ausführungen gibt es in unterschiedlichen Maßen. Gute Systeme verfügen darüber hinaus über einen Hebe- und Senkmecha-

nismus. Er bewirkt, dass die Tür beim Öffnen leicht angehoben wird. Dann schleift die Dichtung nicht über den Boden oder den Duschbeckenrand.

Des Weiteren werden innen flächenbündige Scharniere eingesetzt. Diese spezielle Herstellung vereinfacht ebenfalls die Reinigung. Griffe, Scharniere und Stabilisatoren werden in der Regel in Chrom geliefert. Die Profile sind meist in Silbereloxiert, Chromoptik oder bei einigen Modellen in Weiß zu wählen. Ergänzt wird die Auswahl durch die Möglichkeit, andere als klare Glasarten wie Satiniert oder Carré bzw. Druckmotive zu wählen. Letztere sind nur auf klarem Glas möglich.

Passend zu den modernen Duschtrennungen liefern die Hersteller auch Duschsäulen, die anders als die herkömmlichen Armaturen dem Wellnesscharakter entsprechen sollen. Eine große Kopfbrause, separate Düsen und eine Handbrause, am besten kombiniert mit einer Thermostatarmatur, bringen mehr Entspannung und Spaß.

### Schnelle Montage

Mit Fixpro steht eine neue Methode zur Montage von Duschtrennungen zur Verfügung, die das Unternehmen Dusar entwickelt hat. Sie vereinfacht den Aufbau deutlich und kann auch von nur einer Person ausgeführt werden. Der Clou: Duschgläser lassen sich aufgrund der so

genannten Klemmklebetechnik ganz leicht justieren. Das System verfügt zudem über einen Verstellbereich von maximal 25 mm, ohne dass eine Profilüberlappung sichtbar wird.

Zunächst wird das Wandprofil nach der exakten Ausrichtung mit drei Schrauben auf dem Untergrund befestigt. Dann wird der rote Klebeschutzstreifen, der im Profil sitzt, abgezogen. Die Glasfläche, die in das Profil eingeführt wird, ist von beiden Seiten in einem Streifen von ca. 50 mm vollflächig mit FIXPRO Liquid einzusprühen.

Ist die Glasscheibe in das Wandprofil eingeschoben, kann das Klemmprofil auf der Außenseite bis zum ersten Rastpunkt in das Wandprofil eingedrückt werden. Jetzt lässt sich das Duschglas genau ausrichten und der Stabilisator montieren. Nun wird das Klemmprofil auf ganzer Länge vollständig in das Wandprofil eingedrückt. 60 Minuten kann an der Feinjustierung gearbeitet werden. Die verchromte Abdeckkappe wird oben auf das Profil gesetzt. Nach der Abdichtung mit Silikon ist die Montage abgeschlossen. Die endgültige Festigkeit wird nach 24 Stunden erreicht. Von der Verschraubung der eleganten

Profile ist nach der Fertigstellung nichts mehr zu sehen. Die Innenseite der verchromten Schienen präsentiert sich als glatte Fläche und ist nahezu glasbündig. Auf diese Weise lässt sich die Duschtrennung komfortabel reinigen.

### Service am Point of Sale

Die Produkte oder zumindest eine repräsentative Auswahl werden im Baumarkt durch kundenorientierte POS-Systeme vorgestellt. Hier unterstützen die Hersteller die Verantwortlichen etwa durch das Bereitstellen von Duschtrennungen, die auf einer zwei Quadratmeter großen Fläche verschiedene Lösungen zeigen. Der Kunde kann die Varianten direkt in Augenschein nehmen und sich seinen Favoriten aussuchen. Eine solche Anordnung wird dann sinnvollerweise mit einem Prospektständer ergänzt, auf dem die Flyer der vorgestellten Produkte zu finden sind. Diese Unterlagen, die die wesentlichen Punkte übersichtlich, knapp und anschaulich zusammenfassen, erleichtern dem Fachverkäufer die Beratung. Er kann schneller und gezielter auf die Kundenfragen eingehen und zu einem erfolgreichen Abschluss kommen. ■

### ■ Herstellerstatement

Der Name Dusar steht für hervorragende Badprodukte, die in Deutschland gefertigt werden. Das Anhausener Unternehmen bietet eine breite Palette von Duschtrennungen an, außerdem Badewannenaufsätze, Komplett Duschen, Dusch- und Badewannen, Whirlpools, Duschsäulen sowie das entsprechende Zubehör. Die Pluspunkte im Überblick:

- Montagefreundliche Produkte
- Diverse Sondermaßmöglichkeiten
- Kompetenter Aufmaßservice
- Professioneller Montageservice
- Lieferservice auf Wunsch auch zum Endkunden
- Bundesweiter Kundendienst
- Duschtrennungen: Made in Germany
- über 35 Jahre Erfahrung

[www.dusar.de](http://www.dusar.de)

# Barrierefreies Duschen

Aus optischen und funktionalen Gesichtspunkten entscheiden sich immer mehr Bauherren für verflieste Duschen ohne Stufen und Barrieren. Spezielle Bodenelemente gewährleisten sicheren Abfluss des Wassers.

Mit den neuen Duschbodenelementen besteht die Möglichkeit, eine individuelle Dusche als schwellenlose Lösung zu gestalten. Geräumige und barrierefreie Lösungen verleihen dem Badezimmer ein gleichmäßiges Erscheinungsbild und vergrößern optisch die Dusche. Denn der Trend geht heutzutage eindeutig zur bodengleichen Dusche. Durch eine durchgehende Verlegung des Bodens entstehen ein harmonisches Gesamtbild des Badezimmers und eine größere Raumwirkung.

Eine bodengleiche Dusche ist neben dem optischen Highlight auch besonders für ältere und behinderte Menschen eine Erleichterung im Alltag, da es keine Schwellen und Barrieren gibt. Die Konzeption ohne hinderliche Stufe ermöglicht ein rundum bequemes Duscherlebnis. Moderne Duschbodenelemente

können durch den einfachen, sicheren und schnellen Aufbau und aufgebrachtener Dichtfolie in wenigen Schritten installiert und befließt werden. Die meisten Hersteller bieten die Bodenelemente in verschiedenen Größen, quadratisch und rechteckig, wahlweise mit einem waagerechten oder senkrechten Ablauf an. Sondermaße sind oft auch möglich, z.B. wenn eine runde Variante oder weitere Größen gewünscht werden.

Ein Styroporunterbau dient zum Höhenausgleich des eventuell zuvor eingesetzten Duschbeckens, um somit eine bodengleiche Ebene zu schaffen. Die Duschbodenelemente sollten mit folgenden Eigenschaften ausgestattet sein:

- werkseitig aufgetragene Dichtfolie
- Ablauf, waagrecht oder senkrecht einsetzbar
- Ablaufrost, dreh- und höhenverstellbar

## ■ Herstellerstatement

Gebrüder Schulte ist ein deutscher Hersteller von Produkten für Ihr Bad. Wir garantieren einen gleichbleibend hohen Qualitätsstandard, innovative Ideen und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Mit frischen Ideen und zeitgemäßen Konzepten möchten wir den Kunden inspirieren. Er kann seinen persönlichen Stil verwirklichen und ein neues Gefühl von Entspannung und Wohlbefinden im eigenen Bad erleben. Mit vielen unterschiedlichen Duschkabinen, Badewannenfaltwänden, Wellnesskabinen und Duschsyste-men ist für jeden etwas dabei.

Fachliche Beratung, Aufmaß- und Montageservice und 10 Jahre Produkt- und Nachkaufgarantie mit zusätzlichem Ersatzteilser-service – Dies gilt für unsere Produkte ebenso wie für unseren ausgezeichneten Kundenservice!

[www.schulte.de](http://www.schulte.de)

- vorgefertigtes Gefälle (2%)
- innenliegendes sichtbares Abdichtsystem
- hohe Ablaufleistung 0,6 l/s nach DIN EN 274
- geringe Aufbauhöhe
- rollstuhlbefahrbar (bei Verwendung geeigneter Fliesen)

Passend zum Duschbodenelement bieten einige Hersteller eine bedeutende Auswahl an

hochwertigen Duschkabinen. Ob Ecklösungen, Nischenlösungen oder Rundduschen? Eine rahmenlose Scharnieroptik oder ein stabiles Aluminiumprofil? Echtglas Klar hell, mit Dekor oder Kunstglas? Der Kunde kann in vielerlei Hinsicht seinem ganz persönlichen Geschmack nachkommen. ■



Duschbodenelemente sollten ein vorgefertigtes Gefälle von mindestens 2 Prozent aufweisen, so dass sie direkt befließt werden können.



Ein Duschbodenelement des Herstellers Schulte



# Eine Frage der Qualität

Unterschiedliche Formen, Farben und Dekore – die Angebotspalette an WC Sitzen, die der Kunde im Baumarkt vorfindet, ist riesig, und die Auswahl und konsequenterweise die Beratung ist schwierig. Was sind die Unterschiede und welche Vorteile einzelner Produkte sollte man dem Käufer vermitteln können?

**W**ichtig sind hier zunächst die Unterschiede im Material. Die Mehrzahl der im Handel erhältlichen WC-Sitze besteht aus einem der drei unterschiedlichen verwendeten Materialien, wobei jeder Werkstoff seine bestimmten Vorteile hat.

## Die Materialfrage

Holzkerne sitze sind in der Regel aus recyceltem Holz gefertigt. Sie verbinden umweltgerechte Fertigung mit den antibakteriellen Eigenschaften von Holz. Diese Sitze sind robust und wirken durch entsprechende Farbgebung sehr hochwertig. Sie sind nicht zu verwechseln mit Sitzen mit Holzoptik, die ebenfalls bei den meisten Anbietern erhältlich sind. Steigend ist

auch die Nachfrage nach Sitzen aus Bambus – zum einen wegen des unverwechselbaren Looks, zum anderen aber auch wegen ihrer Umweltfreundlichkeit.

Die Mehrzahl der vertriebenen Sitze jedoch besteht aus verschiedenen Kunststoffmaterialien. Thermoset oder Duroplast ist ein hochwertiger Kunststoff. Sitze aus diesem Werkstoff sind kratzfest, antibakteriell und weitgehend feuerfest. Die Farbe des Materials passt sehr genau zu den Farben der Keramik, daher sind die meisten Sitze der namhaften Badkeramikhersteller aus diesem Material gefertigt. Etwas „preisbewusster“ sind die Sitze aus Thermoplastik, die jedoch die vorher beschriebenen Eigenschaften nicht aufweisen können.

## Passt oder passt nicht

Leider gibt es bei der Befestigung der Sitze keine europaweiten Standards. Die überwiegende Mehrzahl der angebotenen Universal-Sitze passt zwar auf die meisten handelsüblichen WC, eine gezielte Nachfrage nach dem Hersteller der Keramik erspart aber oft die Rückgabe. So können Sie als Fachverkäufer sicherstellen, dass der Kunde einen Sitz mit passender Befestigung erwirbt.

Auch bei den angebotenen Scharnieren gibt es Unterschiede. Preiswerte Sitze gibt es in der Regel mit Kunststoffscharnieren, höherwertige Sitze haben Scharniere aus Edelstahl oder Aluminium. Dabei setzen sich Sitze mit Absenkautomatik immer mehr durch, d.h. der Sitz wird

nur angetippt und schließt selbstständig ohne mit lautem Knall auf der Keramik zu landen.

Ein ebenfalls wachsender Trend sind Sitze, die zum Reinigen komplett von der Toilette entfernt werden können. Mittels eines im Scharnier integrierten Mechanismus kann der komplette WC-Sitz abgenommen werden, und nach beendeter Reinigung wieder aufgesetzt werden. Neben dem Anspruch an das Design des Sitzes sind die Kunden sehr sensibel, was die Befestigung des Sitzes angeht. Wackelnde Toilettensitze werden als sehr störend empfunden. Aber auch hier haben einzelne Hersteller Systeme entwickelt, die nicht nur die Montage erleichtern, sondern auch einen dauerhaft festen Sitz garantieren. ■

# Gesundheit als Verkaufs- argument

Blei im Trinkwasser kann Gesundheit gefährdend sein. Weil dafür schon geringste Spuren im Wasser ausreichen, schreibt die Trinkwasserverordnung entsprechend scharfe Grenzwerte vor. Nicht nur Leitungen, sondern auch Armaturen sollten bleifrei sein.

Zuverlässig verhindern lässt sich die Belastung des Trinkwassers, indem in der gesamten Installation nur bleifreie Materialien eingesetzt werden. Dazu gehören auch die Messing-Auslaufarmaturen in Küche und Bad, denn hier stagniert das Wasser längere Zeit. Blei aus dem Armaturenkörper kann also in das Trinkwasser übergehen. Die neuen Armaturenserien eines namhaften Herstellers sind daher als Erste im zweistufigen Vertriebsweg komplett bleifrei hergestellt. Die Fließwege sind außerdem nickelfrei, sodass die Armaturen auch für Nickel-Allergiker ideal sind.

Während das Thema „Blei im Trinkwasser“ bei Hausanschlüssen oder Versorgungsleitungen im Haus den Endverbrauchern bekannt ist, be-

steht zu bleifreien Armaturen noch erheblicher Informationsbedarf.

## Gesünder leben, bleifrei trinken

Der Hersteller Conmetall hat die Markteinführung der neuen Armaturen daher auch publikumswirksam unter das Motto „Gesünder leben, bleifrei trinken!“ gestellt: Im Markt wird dadurch schon auf den ersten, flüchtigen Blick deutlich, welchen Vorteil – und welchen direkten Nutzen – der Kunde von den neuen Armaturen hat.

Fachlich qualifiziert und trotzdem allgemein gut verständlich wird der erste Eindruck dann beim Nähertreten, am frei stehenden Verkaufspräsentier durch einen kurzen Videofilm vertieft. In



Trotz der einzigartigen Metall-Legierung sind die Armaturen sehr Design-stark und passen so auch in anspruchsvolle Umgebungen.

diesem Film nimmt ein anerkannter Fachmann zur Problematik von Blei im Trinkwasser Stellung und klärt auf, wie man die Risiken vermeiden kann – nämlich durch entsprechende Auslaufarmaturen.

Denn selbst in älteren Häusern gibt es mittlerweile kaum noch Blei-Leitungen: Bereits seit den 70er Jahren werden sie in Deutschland nicht mehr installiert. Stattdessen sind Kupfer- und Kunststoffrohre die Hauptwerkstoffe in der Trinkwasser-Installation, bei denen es diese Ausschwemmungen nicht gibt.

## Blei-Spuren im Wasser

Damit liegt das Augenmerk auf den Messing-Armaturen. Messing ist bekanntlich eine Werkstoff-Legierung, der

für die Armaturenherstellung bisher immer Blei zugesetzt wurde. Dadurch ließ sich das Messing leichter bearbeiten, vor allem bohren und zerspanen. Wenn eine Zapfstelle aber längere Zeit nicht benutzt wird und das Trinkwasser steht, kann es zu einem Übergang von Blei-Spuren in das Wasser kommen.

Wie viel das sein darf, steht in der Trinkwasserverordnung: 25 µg/l waren es bisher, ab 2013 sind nur noch 10 µg/l zugelassen. Diese Grenzwerte können am einfachsten eingehalten werden, wenn in den Armaturenkörpern definitiv keine Bleianteile mehr enthalten sind.

Bestätigt wird das hohe Qualitätsniveau der neuen, bleifreien Armaturen durch die TÜV-Zertifizierung und die vom Hersteller gewährte



Der freistehende Verkaufspräsentier signalisiert von weitem sichtbar den zentralen Claim „Gesünder leben – bleifrei trinken.“ Über ein kurzes Video werden dem Kunden zusätzliche Hintergrundinformationen gegeben, die für die Kaufentscheidung wichtig sind.

5-jährige Garantie. Das gibt dem Kunden zugleich die Gewissheit, ein nach den strengen deutschen Qualitätsanforderungen zugelassenes Produkt in die Trinkwasseranlage einzubauen.

Nachzulesen sind die wesentlichen Informationen für den interessierten Kunden zudem in einem Prospekt, den der Hersteller ergänzend aufgelegt hat. Kurz und knapp sind hier die wesentli-

chen Fakten rund um die Folgen von Blei im Trinkwasser, den Einfluss von Installationsmaterialien sowie ein Überblick über das neue Armaturenprogramm zusammengefasst.

### Breites Sortiment

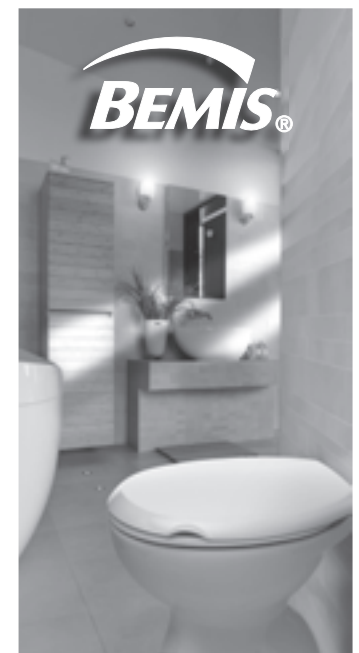
In aller Ruhe kann dann also die Kaufentscheidung zusätzlich unter dem Aspekt getroffen werden, welche Armatur beispielsweise im Austausch optimal in Küche oder Bad passt: Für das Bad stehen neben diversen Einhebelmischern für den Waschtisch auch die passenden Thermostatbatterien für Badewanne und Dusche zur Verfügung. Für die Küche bietet das Programm mehrere Spültisch-Einhebelmischer. Der Schwenkbereich von 360 Grad sowie der großzügig geschwungene Auslauf unterstreichen dabei die Funktionalität dieser Armaturen. Lieferbar ist ebenfalls eine Variante mit einer herausziehbaren Handbrause, beispielsweise zum einfachen Befüllen von Töpfen.

Dass die Armaturen trotz des durch die bleifreie Legierung aufwändigen Herstellungsverfahrens ausgesprochen Design-stark sind, dürfte in diesem Zusammenhang ein weiteres Verkaufsargument sein: Funktionalität und Form sind in dieser Armaturenserie zu einer gelungenen Einheit zusammengeführt worden, denn neben den rationalen Argumenten „Gesundheit“ und „Preis“ spielt die emotionale Komponente „Design“ natürlich auch bei diesen Produkten eine maßgebliche Rolle. Erreicht wurde die teilweise sehr markante Formgebung, die zum Beispiel in besonders moderne Küchen passt, durch die enge Zusammenarbeit der Designer bereits in der Konstruktionsphase der Armaturen: Elegante, geschwungene

Linien wurden dadurch in der Serienfertigung ebenso möglich wie die reduzierten, puristischen Formen.

### Einfache Montage

Alle Waschtisch- und Spültischarmaturen sind hochwertig mit einer umweltschonenden Chrom(III)-Oberfläche veredelt. Bestätigt wird das zusätzlich an einem DNA-Ring an den Armaturen, der für Blei, Nickel, Chrom und Cadmium jeweils einen Wert von 0,0 Prozent ausweist. Serienmäßig mit flexiblen Anschlussschläuchen ausgestattet ist die Montage der neuen, bleifreien Armaturen genauso einfach wie die jeder anderen Armatur. ■



### KOMFORT & ELEGANZ

e-mail: [germansales@bemiseurope.com](mailto:germansales@bemiseurope.com)  
<http://www.bemis.eu>

# Produkte

## Badmöbel



Aktuell sind Holzdekore wie Nussbaum oder Rosenholz, aber auch kräftige Holztöne wie Zwetschge im Trend. Eine neue, hellere Variante stellt die Pinie dar.

Bei den Waschbecken hat sich Glas als Material einen gewichtigen Anteil erobert, da damit effektvolle Farbspiele möglich werden.

Scharniere mit speziell ausgestatteten Dämpfungssystemen ermöglichen das sanfte Schließen der Türen.



Fotos: Fackelmann

# Entspannung im Bad

Die Zeit der „Nasszelle“ zur Deckung der Grundbedürfnisse ist vorbei. Das Badezimmer ist eine Quelle der Energie und des Wohlbefindens geworden, und daher muss seine Einrichtung angenehm auf die Sinne wirken, ohne Kompromisse bei der Funktionalität einzugehen.

Im Baumarkt werden im Allgemeinen zwei verschiedene Programme von Badmöbeln angeboten. Während bei den zerlegten Möbeln der

Aufbau der Schränke vom Kunden selbst vorgenommen wird – unterstützt durch klare Anleitungen und Montagehilfen, werden aufgebau-

te Möbel bereits zusammengeschraubt und quasi „fertig für die Wandinstallation“ in den Markt geliefert. Dieses Serviceangebot kann für

den Endkunden als erstes Differenzierungsmerkmal der unterschiedlichen Badmöbelanbieter herangezogen werden.

## Aktuelle Trends

Die Zeiten, in denen Badmöbel schlicht, kantig und weiß waren, gehören schon lange der Vergangenheit an. Dabei hat sich im Lauf der letzten Jahre weniger ein Geschmackswandel in Richtung bunte Farben oder verspielte Details vollzogen, vielmehr haben Schlagworte wie Wellness, Behaglichkeit und Natürlichkeit an Stellenwert zugelegt.

Dies wird in erster Linie durch warme Holztöne, pastellige Nuancen oder praktische Details erreicht, die Atmosphäre ins Badezimmer zaubern oder alltägliche Handgriffe erleichtern. Aktuell sind Holzdekore wie Nussbaum oder Rosenholz, aber auch kräftige Holztöne wie Zwetschge oder das dunkle Melinga-Eiche im Trend. Für das eher designorientierte Publikum kann mit dem Kontrast aus schwarz und weiß weiterhin stark gepunktet werden. Gerne verzichtet man jedoch auf ein tiefes Schwarz und gibt einem leichter zu kombinierenden Anthrazit den Vorzug.

Im Inneren der Schränke ist seit Jahren ein „trading up“ erkennbar. Dies betrifft in erster Linie die Verarbeitung und Mechanik der Scharniere und Schub-Einzüge. Das sanfte Schließen der Türen durch Dämpfungssysteme oder die automatische Schubzuführung vermitteln bei hochwertigen Badmöbeln einen hör-, seh- und fühlbaren Qualitätsbeweis, wenn man sich die Ausstellungsstücke im Markt näher betrachtet und erkundet. Ergänzend bieten kompetente Anbieter Ordnungssysteme für Schubladen oder weitere Zusatzausstattung an, um den Zugriff zu den Utensilien des täglichen Bedarfs im Badezimmer sauber, bequem und sicher zu gewährleisten.

Auch die ausgefeilte Technik kommt in Spezialfällen zu ihrem Recht, wenn es z.B. um platzsparende Lösungen für die Montage des Siphons geht und somit mehr Stauraum in der Schublade des Waschtischunterbaus geschaffen wird. Das Zauberwort lautet hier „Raum-Spar-Siphon“. Des Weiteren bietet die LED-Technik gerade bei der Ausleuchtung und optischen Dekoration von Badmöbeln immer neue, interessante Gestaltungsmöglichkeiten.

Für die loftartige Gestaltung von Badezimmern oder Gäste-WC werden zunehmend gerne Waschtischplatten-Lösungen angeboten, bei denen viele Aufsatz- und Einbaubecken aus Gussmarmor, Glas, Edelstahl oder Keramik zum Einsatz kommen können.

Diese Plattenlösungen erlauben ein „barrierefreies“ Unterfahren mit einem Rollstuhl, oder den Aufenthalt davor in sitzender Haltung. Für das erste oder das neue Bad oder auch das Gäste-WC stellt die Lösung eine gute Alternative dar.

## Waschbecken, Waschtische

Im Markt finden sich heute gleichberechtigt nebeneinander eine Vielzahl an Beckenvarianten. Dabei lassen sich diese nicht alleine über das Design und die Form differenzieren, auch verschiedene Materialien erzeugen individuelles Ambiente und finden Kunden in unterschiedlichen Zielgruppen.

Keramik ist sicherlich der Klassiker, Gussmarmor und Mineralwerkstoffe bilden attraktive Alternativen, die eine große Farbpalette zulassen. Auch Glas hat sich einen gewichtigen Anteil erobert, da damit effektvolle Farbenspiele möglich werden.

Der Trend zu kubischen, geradlinigen Becken scheint sich etwas abzuschwächen und auch extravagante Designbecken, schwungvolle Konturen und auch runde Formen holen sich bedeutsame Anteile zurück.

Einzelbecken, komplette Waschtische, Aufsatzbecken und Einbaubecken finden mittlerweile gleichberechtigt Ihre Käuferschichten, was angesichts der letzten Jahre, in denen geschlossene Platten eindeutig präferiert wurden und ein mit Silikon installiertes Becken verpönt war, durchaus eine Gesinnungs- und Geschmackskehr erkennen lässt.

## Spiegel und Spiegelschränke

In letzter Zeit scheint sich eine Vorliebe für klassisch geschnittene, lineare Spiegelemente zu entwickeln. Stauraum im/um die Spiegelfläche scheint vor allem in designorientierten Bädern nicht das ausschlaggebende Kriterium zu sein. Optik, Design und Gesamtambiente hat hier Priorität.

In kleineren Bädern haben funktionell gestaltete Spiegelschränke, teilweise mit asymmetrisch gestalteten Türeinteilungen, weiterhin eine große Bedeutung. Die Spiegelflächen sollten einen 3-D-Rundumblick bieten, das Innere mit Steckdose und Schaltern für die Beleuchtung sowie mit ausreichenden Stauflächen (z.B. Glasböden) ausgestattet sein. Die Breiten sind dabei sehr flexibel von 60–120 cm wählbar.

Kreative Beleuchtungssysteme, zunehmend mit LED-Leuchten, als Aufsatz oder in Lichtkränzen integriert, schaffen zusätzliche optische Highlights und lassen auch kleinere Badezimmer hell und freundlich erstrahlen. ■



Die gesunden  
Armaturen  
für Bad und Küche.



Gesünder leben –  
bleifrei trinken!

- 100% BLEIFREI
- 100% NICKELFREIE  
WASSERWEGE
- 5 JAHRE GARANTIE



100% BLEIFREI

CONMETALL GmbH & Co. KG  
[www.conmetall.de](http://www.conmetall.de)

# Kreative Raumideen

In unserer schnelllebigen Welt steigen die Anforderungen an den Einzelnen ständig. Leistungsfähig bleibt nur, wer regelmäßig Regenerationsphasen in seinen Alltag integriert.

So werden beispielsweise individuelle Gestaltungsmöglichkeiten für das Badezimmer als Entspannungs-Raum immer wichtiger. Im Auftrag eines renommierten Markenherstellers hat ein Marktforschungsinstitut jetzt den Bedeutungswandel der einstigen Nasszelle untersucht. Im Vergleich zu früheren Studien konnte dabei ein deutlicher Wandel der Definition des Badezimmers festgestellt werden: So legt man heute Wert auf Design und Qualität, jedoch ohne die früher übliche Statusdemonstration nach außen.

Das Bad gilt als individueller „So-bin-ich-eigentlich-Raum“ jenseits des Alltags und entwickelt sich von einer einfachen Nasszelle immer mehr zur Wellness-Oase. Die Individualität des Einzelnen gewinnt immer mehr an Bedeutung.

Diesen Erkenntnissen trägt das neue Konzept von Sanitop-Wingenroth, unter der Marke »mein Wohnbad«, Rechnung. Unter der Klamm-



Verschiedene Gestaltungs- und Ausstattungsbeispiele für »mein Wohnbad«.

mer von »mein Wohnbad« sind verschiedene Komplettbäder konfiguriert. Dabei sind unterschiedliche Stilwelten, Einbausituationen sowie

Preispunkte berücksichtigt. Die Bäder sind in zielgruppenspezifische Kategorien und in kreative Raumkonzepte unterteilt: Junges Bad, Familienbad, Nostalgiebad, Loftbad etc.

Zu jedem dieser Bäder sind weitere Varianten konzipiert, so dass durch die große Produktauswahl der persönliche Stil optimal umgesetzt werden kann. Die Komplettbäder bestechen durch die perfekt aufeinander abgestimmte, harmonische Produktzusammenstellung.

Durch diese Segmentierung werden alle relevanten Käufergruppen sowie die Mehrzahl der Endkunden-Bedürfnisse abgedeckt. Eine permanente Aktualisierung

des Sortimentes gewährleistet die Aktualität der Bäder.

Durch die Konfiguration als Komplettbäder wird die Beratungsleistung am POS auf das Wesentliche konzentriert und dem Endkunden eine professionelle Entscheidungshilfe an die Hand gegeben. Der Kunde ist allerdings nicht auf die Konfiguration angewiesen, sondern kann sich sein Bad – innerhalb der Stilrichtung – auch individuell zusammenstellen.

Das Multichannel Marketing-Konzept ist darauf ausgerichtet an allen relevanten Kontaktpunkten dem Endverbraucher eine höchstmögliche, eigenständige Beratungsleistung zu vermitteln. ■

## ■ Herstellerstatement

Sanitop-Wingenroth stellt sich auf den Bedeutungswandel des Bades ein und hat 8 unterschiedliche Bädertypen entwickelt, in diesen unterschiedliche Stilwelten von modern bis nostalgisch, abgebildet werden. Die heterogene Kundenstruktur von heute wird dadurch in seiner Bedürfnisstruktur komplett erfasst. Hochwertig emotional inszenierte Bad-/Bilderwelten ermöglichen die Erschließung neuer Zielgruppen und wirken gleichzeitig als Ideengeber sowie Inspirationsquelle. Mit einem ausgefeilten Marketing-Konzept werden alle »Endkunden-Plattformen« bespielt. Endverbraucher-Broschüre, Website [www.mein-wohnbad.de](http://www.mein-wohnbad.de), Ausstellungen. Das interaktive POS Touch Screen Terminal rundet die Maßnahmen ab und ist als digitaler Verkaufsberater Wegweiser in eine multimediale Zukunft.

**Markus Bieletzki**, Leiter Marketing der Sanitop-Wingenroth GmbH & Co. KG

# Table Tuft und Cut Loop

Die wesentlichen Qualitätsmerkmale eines Badteppichs sind die Güte des eingesetzten Garnes, die Beschaffenheit des Trägermaterials und die Beständigkeit der Beschichtung.

Am deutlichsten ist die Qualität eines Teppichs am Flor zu erkennen. Entscheidend sind hierbei die Höhe des Flors, die Flordichte und die Stärke des verwendeten Garnes. Eine sehr beliebte Florhöhe bewegt sich um die 25 mm; Premium-Badteppiche können durchaus eine Florhöhe von bis zu ca. 40 mm aufweisen.

## Material

Je nach dem Anspruch an Pflegeleichtigkeit, Haltbarkeit und Optik gibt es die Wahl zwischen verschiedensten Synthetik- und Naturmaterialien. Bei den synthetischen Fasern werden hauptsächlich Acryl-, Polyamid- und Polyestergerarne eingesetzt. Sie sind abriebfest, schnell trocknend und flusen kaum. Sie sind mit strapazierfähigen Rückenbeschichtungen ausgerüstet und bieten so als Zusatznutzen rutschhemmende Eigenschaften. An Naturfasern wird hauptsächlich Baumwolle verwendet, aber auch Bambus, Leinen und Mischgewebe erweitern das Materialangebot. Diese Fasern bieten die besonderen Vorteile eines Naturproduktes: Hohe Wasseraufnahmefähigkeit, gute



Braune Garnituren stellen eine Assoziation zu Naturprodukten her und werden deshalb wieder sehr stark nachgefragt.

bei 40 Grad waschbar. Großteppiche sollte man in die Wäscherei geben. Um die voluminöse Garnoptik lange zu erhalten, Badteppiche in der Maschine getrennt von anderer Wäsche waschen. Um ungleiches Aufhellen zu vermeiden, sollten alle Teile einer Garnitur immer zusammen gewaschen werden. Tipp: Baumwoll-Badteppiche in einem Kissenbezug waschen, um den anfänglichen größeren Anfall an Baumwollflusen aufzufangen. Badteppiche können bei reduzierter thermischer Belastung im Wäschetrockner oder am besten flach auf einem Trockengestell getrocknet werden. Das Trocknen auf der Heizung oder mit anderer direkter Hitze einwirkung schadet der Rückenbeschichtung.

## Umweltfreundlichkeit

Achten Sie als Fachverkäufer auf das Zeichen „Textiles Vertrauen. Schadstoffgeprüfte Textilien nach Öko-TexStandard 100“. Dieses Zeichen stellt sicher, dass Sie Ihren Kunden ein schadstofffreies und humanökologisch unbedenkliches Produkt empfehlen. Die Nachhaltigkeit von Produkten ist in Zeiten von ständig wachsendem Umweltbewusstsein ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung geworden. Teppiche aus kontrolliert biologischem, nachhaltigen Plantagenanbau ohne Einsatz von chemischen Düngern und Pestiziden können deshalb mit dem Zeichen „EKO-Sustainable Textile“ ausgezeichnet werden. ■

Hautverträglichkeit und Temperatur ausgleichende Materialeigenschaften. Je nach Fertigungsmethode können Baumwollteppiche auch ohne Rückenbeschichtung hergestellt werden und sind dadurch mit höheren Temperaturen (z.B. 60 Grad) waschbar sowie beidseitig einsetzbar.

## Fertigung

Die Table-Tuft-Technik eignet sich besonders gut für aufwändig gestaltete, hochwertige Teppiche. In einem Modell können gleichzeitig verschiedene Farben und Florhöhen kombiniert werden. Mit den Tuftmaschinen sind Florhöhen von ca. 15 bis

ca. 40 mm möglich. Für Mustertierungen innerhalb eines unifarbigen Modells ist die Cut-Loop-Technik prädestiniert. Muster werden bei diesen Teppichen über eine Struktur, bestehend aus Schlinge (Loop Pile) und geschnittenem Flor (Cut Pile) erzeugt. Badteppiche werden hauptsächlich in folgenden Größen gefertigt: Deckelbezüge, WC-Vorleger und Badteppiche in den Größen 60 x 100 (90) cm, 70 x 120 cm, 80 x 150 cm sowie mehrteilige Sets.

## Pflege

Um viel Freude an Badteppichen zu haben, wird eine kontinuierliche Pflege empfohlen. Dazu gehört regelmäßiges, vorsichtiges Ausschütteln, damit Staub etc. entfernt und der Flor gelockert und aufgerichtet werden kann. Dazu kann man auch einen Staubsauger bei geringster Leistungsstufe benutzen. Komplette Durchnäsung ist zu vermeiden bzw. für eine vollständige Trocknung zu sorgen. Badteppiche sind in der Waschmaschine

## ■ Herstellerstatement

Kleine-Wolke-Produkte begegnen den Herausforderungen des täglichen Gebrauchs mit hoher Qualität und einer langen Lebensdauer. Oberste Zielsetzung von Kleine Wolke ist es, die Wünsche unserer Kunden mit kurzen Reaktionszeiten und hoher Flexibilität bestmöglich zufrieden zu stellen. Unser Designteam in Bremen entwickelt jährlich neue innovative Produkte und schafft unverwechselbare Wohnwelten. Kleine Wolke hat das richtige Produkt für den aktuellen Trend und die Kapazität, um die Nachfrage der Kunden in jeder Hinsicht zu erfüllen.

**Kleine Wolke Textilgesellschaft mbH & Co. KG**



# Funktionalität im Bad

Fotos: Inda

Wenn man gemeinhin das Wort »Accessoires« verwendet, denkt man in erster Linie an etwas Zusätzliches oder Nebensächliches, an Zubehör oder Beiwerk. An etwas, was verschönert, aber nicht essentiell notwendig ist.

**D**ies trifft allerdings bei den hier zu besprechenden Badaccessoires nur bedingt zu. Badaccessoires sind unverzichtbar und notwendig in jedem Badezimmer oder auf jeder Gästetoilette. Man stelle sich nur ein Bad oder eine Toilette ohne Handtuchhalter, Toilettenpapierhalter oder WC-Bürstengarnitur vor. Bad-Accessoires sind also ein Muss und kein Kann für jedes komplette Baumarktsortiment.

Neben einer perfekten Funktionalität dienen Accessoires dann natürlich der Verschönerung, der Komplettierung, der Farbgestaltung, der Individualität im Rahmen eines Gesamtkonzeptes für das Bad. Sie sind häufig die Elemente im Bad, die Akzente setzen; die zum Ausdruck

der verschiedensten Einrichtungsstile im Bad bzw. im gesamten Haus werden.

Badaccessoires lassen sich in 3 Segmente unterteilen:

- wandmontierte Badausstattungsserien (geschraubt oder geklebt)
- freistehende Badausstattungsserien
- sonstige Ausstattungsgegenstände

## **Wandmontierte Ausstattungsserien**

Nach wie vor größtes Segment sind die wandmontierten Badausstattungsserien. Diese beinhalten folgende »unverzichtbare« Artikel: Handtuchhalter in verschiedenen Formen und Dimensionen, Toilettenpapierhalter, Bademantel- bzw. Handtuchha-

ken und WC-Bürstengarnitur. Komplettiert wird eine Serie durch Glashalter, Seifenablage, Seifenkorb, Lotionsspender und Ablage.

Wandmontierte Ausstattungsserien werden in Kunststoff oder Metall hergestellt. Kunststoffserien repräsentieren heute nur noch einen kleinen Marktanteil (< 10%), haben ihre Stärke aber nach wie vor im Preiseinstiegsbereich und bei der Suche nach farbigen Ausstattungsserien. Beim restlichen Angebot handelt es sich in erster Linie um verchromte Metallausführungen. Häufigste Basismaterialien sind hierbei Messing, Zink, Aluminium oder auch Edelstahl. Beim benutzten Basismaterial und der Verchromung dieses Basismaterials beginnen dann auch die gro-

ßen Qualitätsunterschiede zwischen den einzelnen Serien. Qualitätsunterschiede, die häufig nicht direkt visuell erkennbar sind, die sich aber langfristig zeigen, vor allem durch auftretende Korrosion.

Wichtige und notwendige Informationen zur Beurteilung der Produktqualität sind:

- verwendetes Basismaterial (Messing, Zink, Aluminium, Edelstahl)
- Stärke der Nickelaufgabe als Bindungsglied zwischen Basismaterial und Chromauflage
- Stärke der Chromauflage
- Resistenz des Produktes im Salzbadtest bis zum Korrosionsbeginn

Diese Informationen sollten vom jeweiligen Lieferanten geliefert werden. Die vom Lieferanten gewährte Produkt-

garantie von 2 bis zu 10 Jahren sollte die genannten Aspekte widerspiegeln.

Weitere Qualitätsindikatoren sind Antirotationsmechanismen, die verhindern, dass das an der Wand befestigte Objekt im Laufe der Zeit anfängt, sich zu lockern und zu drehen. Wichtigste Voraussetzung ist die Befestigung des Wandmontageelementes in jedem Fall mit zwei Schrauben.

Bezüglich der Schrauben ist darauf zu achten, dass nicht rostende Edelstahlschrauben verwendet werden und keine einfachen Eisenschrauben, die nach kurzer Zeit zu Rostansätzen tendieren. Auch die Verwendung geeigneter Dübel garantiert zusätzlich die Befestigung des Objektes. Visuelle Qualitätsunterschiede zeigen sich beim neuen Produkt vor allem bei der Gleichmäßigkeit der Chromauflage (vor allem bei Verwendung verschiedener Basismaterialien), bei den Schweißpunkten (vor allem bei den Seifenkörben) und der generellen Verarbeitung der Ecken.

Nach diesen mehr technischen Aspekten stellt sich die Frage der Sortimentsstruktur. Es ist unstrittig, dass zahl-



Wandmontierte Ausstattungsserien werden zumeist in einer verchromten Metallausführung angeboten.

reiche verschiedene Einrichtungsstilrichtungen im Bad existieren. Die Bezeichnungen für diese Einrichtungsstile sind je nach Betrachter unterschiedlich. Eine häufig anzutreffende Unterteilung sieht folgendermaßen aus (in Klammern die ungefähren Marktanteile):

- klassischer Einrichtungsstil (8–10%)
- traditioneller Einrichtungsstil (35–40%)
- moderner Einrichtungsstil (40–45%)
- designorientierter Einrichtungsstil (10–15%)

Zum Komplettsortiment gehört eine Auswahl aus allen Einrichtungsstilen, mit Schwerpunkten gemäß den angeführten Marktanteilen. Unter Berücksichtigung einer gewissen Staffelung des Preisniveaus bei jedem Einrichtungsstil (insbesondere in den anteilmäßig starken Segmenten) kommt sehr schnell ein Mindestangebot von 15 bis 25 verschiedenen Serien zusammen.

Bis vor wenigen Jahren waren die Serien im Regal sehr komplett mit einigen Doppelplatzierungen einschließlich einer vertikalen oder horizontalen Musterleiste auf 100 bis 125 cm pro Serie präsentiert. Aktuell kann man feststellen, dass heute zwei komplette Serien durch Optimierung der Verpackung, durch den Wegfall von Doppelplatzierungen und extremen Langsamdrehern auf 125 cm gehängt werden können bzw. fünf Serien in 270 cm Regalen. Dies hat eine gewünschte Bestandsreduzierung mit paralleler Drehzahlverbesserung zur Folge.

### Freistehende Badausstattungsserien

In den letzten Jahren hat die Bedeutung der freistehenden Badausstattungsserien stark zugenommen.

Die Produktanzahl bei diesen Serien ist deutlich geringer. Seifenablage, Zahnputzbecher, Lotionsspender und WC-Bürstengarnitur machen das Gesamtangebot aus. Die freistehenden Badausstattungsserien findet man in vielfältigen Materialien: Metall, Glas, Kunstglas, Kunststoff, Holz oder Keramik. Man findet die Produkte darüber hinaus in den verschiedensten Stilrichtungen und Farben.

Charakterisierend ist der relativ geringe Einzelwert pro Produkt, der dazu führt, dass Artikel schneller ausgetauscht und gekauft werden, um sich neuen Trends bei Design und Farbe anzupassen. Wichtig für den Abverkauf ist eine ansprechende Präsentation im Regal oder besser noch auf Sonderregalen/Sonderständen. Viele Lieferanten führen diese Präsentationsstände in ihrem Merchandisingprogramm.

Insgesamt zeichnet sich für diesen Produktbereich der freistehenden Serien ein starker Anstieg ab, auch weil einige Produkte aus dem Angebot der wandmontierten Serien zunehmend durch freistehende Artikel substituiert



Die freistehenden Badausstattungsserien findet man in vielfältigen Materialien: Metall, Glas, Kunstglas, Kunststoff, Holz oder Keramik.

werden; so z.B. der Seifenhalter und der Zahnputzbecher. Ein interessantes, wachsendes, weitgehend problemloses Marktsegment, welches gewöhnlich gute Drehzahlen und Margen generiert. Die Aktualität des Sortiments in Bezug auf Materialien, Farben und Formen ist ein entscheidender Faktor; schnelle Sortimentsveränderungen und -anpassungen sind notwendig.

### Sonstige Ausstattungsgegenstände

Auch der Bereich der sonstigen Ausstattungsgegenstände hat in den letzten Jahren im Baumarktsortiment zunehmend an Bedeutung gewonnen. In diesen Bereich fallen Produkte, die ergänzend im Bad Anwendung finden: Kosmetikspiegel, Handtuchständer, WC-Bürstenständer mit integriertem Rollenhalter, Kosmetikeimer, Rollwagen, Wäscheboxen und vieles mehr.

Diese Produkte werden häufig als reine Werbeprodukte im Sortiment geführt; häufig zu sehr niedrigen Preisen und dementsprechenden Qualitäten. Ein Blick in den Fachhandel verrät aber, dass auch bei diesen Produkten tolles Design, perfekte Funktionalität und ein hoher Qualitätsstandard durchaus nachgefragt wird. Hier besteht die Möglichkeit, mit entsprechenden Angeboten Umsatz aus dem Fachhandel zu gewinnen und zusätzliche Umsätze durch das Upgrading des typischen Baumarktsortiments zu erzielen.

Fazit: Badaccessoires sind Teil eines Gesamtkonzeptes Bad, sie sind unverzichtbar wie Wanne und Armatur und können durch typisches Design, hohe Qualität und perfekte Funktionalität das i-Tüpfelchen in jedem Bad sein. ■

# Komfort auf engstem Raum

Trinkwasser ist kostbar, Energie teuer. Deshalb weisen einige Hersteller jetzt den Weg zur umweltverträglichen und technisch komfortablen Warmwasserbereitung.



Eine Sensorarmatur ist perfekt auf die neuen elektronischen Klein-Durchlauferhitzer abgestimmt. Der Warmwasserfluss stoppt, sobald der Nutzer die Hände aus dem Sensorbereich nimmt.

Foto: AEG

Die neue Generation elektronischer Klein-Durchlauferhitzer überzeugt durch ständige Leistungsbereitschaft, höchste Energie- und Wassereinsparung sowie durch kompakte Bauform. Die Geräte eignen sich für alle entfernt liegenden und selten genutzten Zapfstellen, beispielsweise im Gäste-WC, und gilt überdies als perfekte Austauschlösung für alle veralteten Speichersysteme.

Bei konventionellen Kleinspeichern ist die Heißwassermenge begrenzt, außerdem verbrauchen diese Geräte zwangsläufig Betriebsenergie, um die voreingestellte Wassertemperatur zu halten. Klein-Durchlauferhitzer nutzen dagegen eine ganz andere Technik: Benötigtes Wasser wird unmittelbar während des Durchströmens erwärmt, wodurch

eine Bevorratung von Warmwasser grundsätzlich entfällt. Somit verbrauchen Klein-Durchlauferhitzer nur dann Strom, wenn wirklich warmes Wasser entnommen wird. Anders als bei solchen Geräten, die die Warmwassertemperatur durch Zumischen von Kaltwasser regulieren, steigert der elektronisch gesteuerte Klein-Durchlauferhitzer die Wirtschaftlichkeit auf engstem Raum. Ausgeklügelte Elektronik regelt die Heizleistung stufenlos. Hierbei sorgt ein verkalkungsunempfindliches, effektives Blankdrahtsystem für sekundenschnelle Aufheizung bis zum Leistungslimit.

Jeweils ein Gerät versorgt eine Entnahmestelle, beispielsweise ein Waschbecken oder einen Waschplatz. Da im Bad oder Gäste-WC meist nur warmes Wasser erforderlich ist, verfügt der Durch-

lauferhitzer über einen weiten Einstellbereich von 30 bis 50 °C. Die eingestellte Wassertemperatur wird gradgenau erreicht und kein Wasser bei der Temperatureinstellung verschwendet. So spart das Gerät gegenüber herkömmlichen 5-Liter-Speichern bis zu 66 Prozent Energie und bis zu 50 Prozent Wasser. Auch in Sachen Waschplatz-Ästhetik punkten die Klein-Durchlauferhitzer. Mit den geringsten Abmessungen nehmen diese Geräte nur wenig Platz in Anspruch und gefallen optisch. Sie lassen sich sowohl über als auch unter dem Waschplatz montieren. Benötigt wird lediglich ein Kaltwasseranschluss sowie ein 230-V-Netzanschluss.

## **Berührungslos spart zusätzlich**

Moderne Durchlauferhitzer können in der Regel mit

allen am Markt erhältlichen Waschtisch-Armaturen kombiniert werden.

Da beim Einsatz eines solchen Geräts ohnehin der Netzanschluss vorhanden sein sollte, empfehlen die meisten Hersteller auch für private Bäder, Wellnessbereiche und Gäste-WCs die Kombination mit einer sensorgesteuerten Armatur. Denn dann sind die Wasser- und Energieeinsparpotenziale am größten, weil der Warmwasserfluss stoppt, sobald der Nutzer die Hände aus dem Sensorbereich nimmt.

Neben dieser Doppelsparnis bringen die Sensorarmaturen berührungslosen Komfort an den Waschplatz und erzielen anhaltende Sauberkeit: Weil die Armatur nicht berührt wird, bekommt sie nicht so schnell Seifen- und Kalkflecken. ■

# Energiekosten senken

Die jüngste energiepolitische Debatte in Deutschland macht eines klar: Neben dem schnellen Umstieg auf erneuerbare Energiequellen liegt eine Lösung der Energieversorgung in der Senkung des Verbrauchs.

Das bisherige Energiemanagement wird angesichts ständig steigender Preise, steigender Umweltbelastung und einem verantwortungslosen Umgang mit den Ressourcen der Erde künftig erheblichen Veränderungen ausgesetzt werden. Potentiale gibt es genug, ob in Industrie, Handel oder im privaten Umfeld. Experten schätzen das Energie-Einsparpotential auf bis zu 20% der gesamten verbrauchten Energiemenge in Deutschland. Auf Grund der stark steigenden Nachfrage durch die Kunden drängt intelligente Technik zur Reduktion des Energieverbrauchs aus einer Nische immer mehr in die vorderen Regale der Fachmärkte – mit steigenden Verkaufszahlen.

## Intelligente Technik

Wer kann es sich noch leisten während Abwesenheit, Betriebsstillstand oder zum Beispiel in der eigenen Wohnung nachts die Heizung voll weiterarbeiten zu lassen? In Zeiten der – politisch überall propagierten – Energiewende gilt es, Energie und somit

automatisch Geld zu sparen und dadurch die Ressourcen unserer Erde zu schonen. All dies verbunden mit maximalem Komfort ist das Ziel moderner Unternehmen, die immer effizientere und intelligentere Produkte auf den Markt bringen.

## Effizienz steigern

Nur durch modernste Fertigungsmethoden lassen sich technische Lösungen herstellen, die höchsten Qualitätsansprüchen genügen und aktiv dazu beitragen, in erheblichem Maß Energie zu sparen.

Dass dabei quasi „nebenbei“ auch die Heizungskosten dramatisch gesenkt, weniger fossile Brennstoffe verbraucht werden und das Klima unseres Planeten entlastet wird, sind nur einige der positiven Nebenwirkungen nachhaltiger Einsparmaßnahmen. Wirtschaftlich ist die Nutzung energiesparender Technik auf jeden Fall sinnvoll, der konsequente Einsatz effizienter Technik, zum Beispiel moderner Energiespar-Regler ermöglicht zum Beispiel sofort die Reduktion der verbrauch-



Foto: Eurotronic

Ein moderner Energiespar-Regler ermöglicht die Reduktion der verbrauchten Brennstoffe in der Heizung um bis zu 30 Prozent.

ten Brennstoffe in der Heizung um bis zu 30 Prozent.

## Energiespar-Regler

Der dargestellte Energiespar-Regler ist zum Beispiel äußerst geräuscharm und besticht durch seine sehr kompakte Bauform. Dabei ist er nicht größer als ein handelsüblicher Thermostatkopf. Durch die optimierte Menüstruktur ist der Energiespar-Regler intuitiv bedienbar und lässt sich mit dem neu entwickelten Klickverschluss noch

schneller und einfacher montieren. Werden mehrere Regler im Haus verteilt eingesetzt, können diese komfortabel am PC programmiert und verwaltet werden und mittels des eigenen Programmier-Sticks sehr schnell individuell eingestellt werden. Mit bis zu fünf Jahren Batterielaufzeit, einer Frostschutzfunktion und einer „Fenster-Offen-Erkennung“ bietet dieser Energiespar-Regler maximalen Komfort bei minimalem Aufwand. ■

## ■ Herstellerstatement

Die steigenden Energiepreise führen dazu, dass immer mehr Menschen über den Einsatz moderner Energiespar-Produkte nachdenken. Das freut uns natürlich sehr, denn wir entwickeln und vertreiben seit vielen Jahren Produkte, die genau diesen Anforderungen entsprechen. Für die Zukunft sehe ich eine wachsende Bedeutung unseres Marktsegments. Distributoren und der Fachhandel spüren die verstärkte Nachfrage bereits heute. Diese Nachfrage wird nach meiner Überzeugung in den kommenden Monaten – insbesondere in der bevorstehenden Heizperiode – noch weiter steigen. Energie zu sparen ist mittlerweile ohne große Umbaumaßnahmen in fast jeder vorhandenen Umgebung möglich, dies gilt für Unternehmen genauso wie für private Haushalte.

**Dieter Herber**, geschäftsführender Gesellschafter, Eurotronic Technology GmbH.

# Für heiße Tage

Nach den ersten warmen Tagen des Jahres wird bei vielen Kunden der Wunsch nach Kühlung in den Wohn- und Arbeitsräumen geweckt. Die modernen Klimageräte können da Abhilfe schaffen und können noch mehr fürs Wohlbefinden leisten.

## Mobil oder Split

Die modernen Klimageräte sind durch die Verwendung von Fluorchlorkohlenwasserstoff (FCKH)-freien Kältemitteln umweltverträglicher als dies noch vor Jahren war. Entscheidend für den Nutzer und natürlich auch für den Anbieter sollte sein, dass nur Klimageräte mit Energieklasse A eingesetzt werden. Dann sind auch die Verbrauchskosten in einem angenehmen Rahmen. Grundsätzlich ist für den Bauproduktmarkt sowohl der Vertrieb von mobilen Klimageräten als auch von sog. Splitklimageräten interessant.

Bei mobilen Klimageräten sollte man darauf achten, dass diese über einen Schlauchanschluss verfügen, und somit die warme Luft direkt ins freie abgeben können. Moderne Anbieter liefern standardgemäß nicht nur die Abluftschläuche, sondern auch die entsprechenden Anschlussteile für die Mauerdurchführung bzw. für die Durchführung durch ein Fenster/Glas etc. mit. Mobile Klimageräte sind für alle Nutzer interessant, die den Montageaufwand scheuen, bei Mietern ist das beispielsweise der Fall.

Die sog. Split-Klimageräte bestehen aus einem Innenteil (meist Wandgerät) und einem Außenteil, welches an der Hauswand auf einer Konsole befestigt wird, oder auf festem Untergrund (Terrasse etc.) auf den Boden platziert wird. Beide Teile werden durch eine sog. Kältemittellei-



Ein mobiles Klimagerät.

tung miteinander verbunden. Bei diesen Systemen ist der Kältekreislauf gesplittet, deshalb die Bezeichnung „Splitgeräte“. Im Innengerät befindet sich der sog. Verdampfer und der Ventilator für die Verteilung der kühlen Luft, und eine Ablassleitung für das anfallende Kondensatwasser. In der Außeneinheit ist der Kompressor untergebracht. Dadurch haben die Splitgeräte u.a. den Vorteil, dass sie wesentlich leiser arbeiten als die mobilen Geräte.

## Energieeffizienz beachten

Wenn man sich als Verbraucher beim Kauf eines Split-Klimagerätes auch für ein Energieklasse-A-Gerät entscheidet, ist der Stromver-

brauch wesentlich geringer als bei den mobilen Geräten. Zudem fügen sich die moderne Wandgeräte schön in das Wohn-Ambiente ein.

Viele Markenhersteller bieten Splitgeräte mit sog. Schnellverschlüssen an. Diese verfügen bereits über die notwendige Kältemittel- und Elektro-Verbindungsleitungen. Die meisten Split-Klimageräte sind werkseitig bereits mit Kältemitteln vorgefüllt, deshalb ist eine schnelle und einfache Montage möglich. Dennoch sollten alle Arbeiten an Kältemittelleitungen natürlich von einem Fachmann vorgenommen werden.

Die angebotenen Klimageräte werden meistens in BTU (British Thermal Unit) eingeteilt, ein BTU entspricht ungefähr: 1 BTU = 0,000293071 kWh. Bei mobilen Klimageräten deckt man mit einem Sortiment von 8.000 BTU –

14.000 BTU alle Einsatzanforderungen im Ein- und Zweifamilienhaus gut ab. Bei Split-Klimageräten werden meist die 9.000 BTU und die 12.000 BTU-Varianten angeboten. Als Faustformel kann man sagen, mit einem 9.000 BTU-Klimagerät kann man Räume zwischen 20–30 m<sup>2</sup> kühlen, mit einem 12.000 BTU-Klimagerät dann schon Räume von ca. 35–45 m<sup>2</sup>.

## Luftreinigung

Bei allen Varianten von Klimageräten hat der Nutzer neben dem Kühleffekt auch noch die Vorteile, dass die Luft gereinigt wird (bei modernen Splitklimageräten mit der sog. Plasma-Technologie) und die Raumluftfeuchtigkeit wird reduziert. Dadurch steigen das körperliche Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit. ■

## Herstelleraussagen

Mit Klimageräten, sowohl mobile als auch Splitgeräte, lässt sich im DIY-Markt ein sehr guter Umsatz mit ansehnlichen Renditen erwirtschaften. Als Baumarktleiter bzw. Einkäufer sollte man allerdings Wert darauf legen, nur Klimageräte der Energieklasse A zu handeln. Ein breites Sortiment mit unterschiedlichen Leistungsgrößen, ein überschaubares Zubehörsortiment mit Kupferleitungen, Wandkonsolen etc. runden dieses interessante Saisongeschäft ab. Mit unserem COOLEXPRESS-Sortiment vertreiben wir ein komplettes Programm von mobilen Klimageräten und Split- und Multi-Split-Klimageräten, alle in Energieklasse A, und dem notwendigen Zubehör.

Eine schnelle Verfügbarkeit in der Saison durch unser großes Zentrallager und die Möglichkeit entsprechende Fachfirmen für die Installation zu vermitteln runden das COOLEXPRESS-Servicepaket ab. Alle COOLEXPRESS-Klimageräte haben 3 Jahre Werks-Garantie.

**Siegfried Mayer**, Geschäftsführer BKH Bayerische Klima- und Heiztechnik UG

# Innovative Klebetechnik

Das Badezimmer ist ein zentraler Wohlfühl-Wohnraum in Haus oder Wohnung. Es wird eingerichtet, geschmackvoll dekoriert und auch umgestaltet. Formschöne Accessoires erzielen dabei eine tolle Wirkung. Aber ist bei der Montage wirklich das Bohren das einzige Mittel der Wahl?

Wer Angst vor Bohr-  
löchern in den Fliesen oder Rissen auf Oberflächen hat, muss bei der Ausstattung seines Bades auf Wand-Accessoires keineswegs verzichten. Denn neben Design, Farbe und Material können sich Heimwerker beim Badzubehör auch zwischen den beiden Montagearten Kleben oder Bohren entscheiden. Körbe, Spiegel und Accessoires wie Papierrollenhalter bis hin zum Seifenspender lassen sich mit einem Kleber ganz einfach befestigen. So können auch auf Glastrennwänden beispielsweise dreifach verchromte Duschkörbe geklebt werden.

Seit einigen Jahren ist Kleben eine einfache Alternative zur herkömmlichen Montage durch Bohren geworden. Die Klebemasse funktioniert auf Fliesen, Glas, Leichtbauwänden, Beton, Naturstein und Metall. Sie lässt sich einfach auftragen und bei Auszug oder beim Umdekorieren rückstandslos entfernen. Das Accessoire lässt sich nach dem Abmontieren an anderer Stelle wieder verwenden.

Der Kleber trägt bis zu 70 kg Gewicht pro Adapter. Zudem ist die Klebemasse lösemittelfrei, geruchsneutral, Wasser- und UV-beständig und verursacht keine Korrosion bei Metallverklebung.

## Argumente für das Kleben

- Hochbelastbare Befestigung ohne zu bohren
- Kein Werkzeug erforderlich
- Kein Lärm, kein Schmutz während der Montage



Sechs Schritte zum sicheren Kleben

- Starke Reduzierung von Montagezeiten und -kosten
- Kein Risiko, Leitungen anzubohren
- Keine Beschädigung von Flächen (Risse, Platzer etc.)
- Hygienische Befestigungen von Accessoires auf der Fliesenmitte (keine Schimmelbildung)
- Alle Befestigungen können rückstandslos entfernt werden

Als Entscheidungshilfe bei der Wahl zwischen herkömmlichem Bohren und innovativem Kleben verfügt der Handel über verschiedene Verkaufsfördermaßnahmen. Damit sich der Kunde selbst ein Bild von der Klebetechnik machen kann, gibt es Glasmustertafeln, auf denen Bad-Accessoires angebracht sind. Für diejenigen, die vor dem Kauf genau wissen möchten, wie die Montage durch Kleben funktioniert, gibt es eine Klebeanleitung in Form einer leicht verständlichen Foto-Story, die als Prospekt ausliegt. Um die Leichtigkeit der Anbringung zu veranschauli-

chen, kann ein Film direkt am PoS präsentiert werden.

## Kleben statt Bohren – so wird es gemacht

Wer sich für die innovative Klebetechnik entscheidet, erhält beim Kauf eines Badzubehörs eine leicht verständliche Montageanleitung. Bei der Montage wird das Bad-Accessoire mit dem Klebeband an der gewünschten Position vorfixiert. Der Artikel wird weggenommen, so dass die Halterung aufgrund des Klebebandes an

der Wand bleibt. Daraufhin wird die Klebetube mit dem Powerkleber angesetzt und der Kleber so lange durch die Schrauböffnung in den Hohlraum gedrückt, bis die Klebemasse aus der anderen Öffnung austritt. Daraufhin werden Adapter und Kleber gut mit Wasser befeuchtet. Denn erst in Verbindung mit Wasser härtet der Kleber aus. Nach 24 Stunden ist der Kleber so gut ausgehärtet, dass die Produkte auf dem Adapter befestigt werden können. Nach 5–7 Tagen hat der Kleber seine Endfestigkeit erreicht. ■

## Herstellerstatement

Bei dem Traditionsunternehmen Dietsche, das 1873 im Schwarzwald gegründet wurde, gibt es schon seit über 30 Jahren Klebetechnik für Badaccessoires. War es früher Badzubehör aus Kunststoff, das mit starkem Doppelklebeband montiert wurde, ist es seit nunmehr fast 10 Jahren ein breites Sortiment an Bad-Accessoires, das mittels Powerkleber leicht montiert werden kann. In den vergangenen Jahren verzeichnet Dietsche eine kontinuierlich steigende Nachfrage nach Badutensilien mit innovativer Klebetechnik. Sie ermöglicht Mietern und Eigentümern eine hohe Flexibilität bei der Gestaltung ihres Badezimmers. Enzo Rodi by Dietsche ist in Baumärkten, Fachmärkten, Kauf- und Warenhäusern und im Versandhandel im In- und Ausland erhältlich.

Roman Dietsche GmbH

# Qualität zahlt sich aus

Viele Reklamationen beruhen auf falschen Produktanwendungen. So auch bei Silikonen. Den Kunden sind mögliche Qualitätsunterschiede oftmals gar nicht bewusst. Wer nicht richtig beraten wird, orientiert sich am Preis. Die Gefahr dabei: Der Kauf minderwertiger Produkte bedeutet oftmals schlechte Ergebnisse für den Verbraucher und in der Folge unzufriedene Kunden für den Handel.

Silikondichtmassen sind aus dem Standardsortiment eines Baumarktes nicht wegzudenken. Sie werden insbesondere bei stark belasteten Fugen im Sanitärbereich (z. B. zwischen Badewanne und Wand) und auch bei Glasfugen im Fensterbereich eingesetzt. Silikonfugen sind wasserabweisend, hochelastisch und beständig gegenüber Reinigungsmitteln und Chemikalien.

Trotzdem gibt es ein Problem. Für die Verbraucher ist die Kartusche Silikon meistens nur ein „B“-Produkt. Hier wird gespart und deutlich weniger auf Qualität geachtet als beim Primärmaterial. Vielen Kunden sind mögliche Qualitätsunterschiede überhaupt nicht bewusst.

Hier kommt die kompetente Beratung des Handels ins Spiel. Denn: Warum sich auf lange Sicht der Kauf eines Qualitätsproduktes auszahlt, ist im Beratungsgespräch schnell auf den Punkt gebracht.

### Das macht den Unterschied

Minderwertige Silikone weisen meist große Mengen an Extendern auf. Das sind Mineralöl-basierte Produkte, die zum Verschnitt von Silikonen eingesetzt werden. Stärker „gestreckte“ Silikone sind zwar preiswerter – das wirkt sich aber auch auf die Leistung aus. Grund: Die Streckmittel wandern nach und nach aus der getrockne-



Qualitätsprodukte werden zusätzlich zu den gängigen Kartuschen auch in praktischen Spendern angeboten.

Fotos: Henkel Sista

ten Fuge heraus. Nach einem Jahr können so 30 bis 50 Prozent der Ursprungsfuge weggeschrumpft sein.

Eine solche Fuge kann ihre Aufgabe nicht mehr erfüllen. Die Haftung lässt nach, eine sichere Abdichtung ist unmöglich. Im Bad bedeutet das beispielsweise: Wasser kann in die Bausubstanz eindringen und Schäden verursachen. Hinzu kommt, dass die extendierenden Silikonmassen in der Regel schneller

schimmeln und häufig nicht vergilbungssicher sind.

Die Qualitätssilikone (z.B. von Henkel) hingegen verfügen über deutlich bessere Eigenschaftsprofile. Sie bestehen zu 90 Prozent aus Silikon, werden ohne Extender hergestellt und bieten dem Anwender absolute Sicherheit im Hinblick auf Anwendung und Haftung.

Wer weiß, welche Fragen er seinen Kunden am POS stellen muss, leistet die best-



Im Sista Ratgeber finden Fachverkäufer alle notwendigen Basisinformationen, Tipps und Verkaufsgrundlagen.

mögliche Beratung und erleichtert die Kaufentscheidung.

### Die wichtigsten Fragen und Antworten:

*Ist der Kunde Anfänger oder ein geübter Heimwerker?*

Diese Frage macht im Hinblick auf die Applikationsform Sinn. Qualitätsprodukte werden zusätzlich zu den gängigen Kartuschen auch in praktischen Spendern angeboten. So bleibt ungeübten Verwendern der Einsatz einer Kartuschenpistole erspart. Das Silikon kann per leichtem Fingerdruck in die Fuge gespritzt werden.

Tipp: Wer noch nicht oft Silikon verarbeitet hat, tut sich meist mit wasserbasierten Produkten leichter. Denn die frische Fuge lässt sich einfach mit klarem Wasser und den Fingern glätten, korrigieren und reinigen. So lange das Silikon noch nicht ausgehärtet ist, kann es außerdem einfach und für die Umwelt bedenkenlos mit Wasser von den Händen und dem Arbeitsgerät entfernt werden. Das ist besonders wichtig, wenn mal was daneben geht.

Für welchen Anwendungsbereich wird die Fugendichtungsmasse benötigt?

Feuchträume: Im Bad ist ein haftungsstarkes Sanitär-Silikon mit Schimmelschutz gefragt.

Boden: Ein Silikon empfehlen, da aufgrund der Belastungen des Bodens ein elastischer Dichtstoff besser geeignet ist. Acrylate sind hauptsächlich für den Wandbereich geeignet, da dort der Untergrund porös ist.

Küche: Der Dichtstoff muss lebensmittelecht und trinkwasserneutral sein, da er mit Speisen in Kontakt kommen kann. Generell sollte hier ein sauer oder neutral vernetzendes Silikon verwendet werden.

Glas/Aquarium: Für Glasanwendungen und den Aqua-

### ■ Herstellerstatement

Als praktische Hilfestellung bei der Kundenberatung haben wir einen kompakten und übersichtlichen Leitfaden entwickelt. Im Sista Ratgeber „Silikone & Acrylate – Richtig beraten. Richtig anwenden“ finden Fachverkäufer alle notwendigen Basisinformationen, Tipps und Verkaufsgrundlagen zum Thema Fugendichtungsmassen. Um eine erfolgreiche und reklamationfreie Beratung sicherzustellen, zeigt Sista außerdem Produktempfehlungen und deren Einsatzmöglichkeiten auf. Von detaillierten Informationen zu den verschiedenen Anwendungsgebieten bis zu den am häufigsten gestellten Kundenfragen – wer den Sista Ratgeber zur Hand hat, ist bestens auf die unterschiedlichsten Kundenfragen vorbereitet und beweist umfangreiche Kompetenz im FDM-Bereich.

**Johanna Liehn, Junior-Brand-Managerin Henkel Sista**

rien-Bau gibt es spezielle Silikone, die transparent, fungizidfrei und besonders haftungsstark sind.

*Auf welchem Untergrund soll verputzt werden?*

Auf bestimmten Unter-

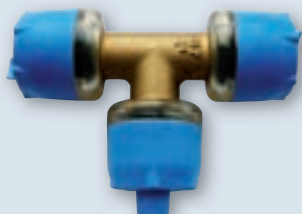
gründen dürfen nur Dichtstoffe mit speziellen Eigenschaften verwendet werden, damit keine Wechselwirkungen zwischen Dichtstoff und Untergrund auftreten. Beispielsweise auf Acryl. Laut einem unabhängigen Markt-

forschungsinstitut betrug 2009 das Marktvolumen für Badewannen und Duschtassen aus Acryl 53 Prozent. Doch viele Silikone weisen auf Acryl eine mangelhafte Haftung auf. Hier sollten Fachverkäufer genau hinschauen, um dem Kunden ein optimales Ergebnis zu ermöglichen.

Außerdem ist zu achten auf:

- chemische Unverträglichkeit, z. B. saures Silikon auf Beton oder korrosionsfähigen Metallen (Ergebnis: schlechte Haftung und Verfärbungen)
- physikalische Unverträglichkeit, z.B. Silikon auf Bitumen oder herkömmlicher Dichtstoff auf Naturstein (Verfärbungen von Dichtstoff bzw. Untergrund) ■

## WIROFLEX STECKSYSTEM



### BAUMARKTNEUHEIT:

Wiroflex Stecksystem  
Schnell – Einfach – Zuverlässig

### DIE KINDERLEICHTE VERBINDUNG

Das neue Wiroflex Stecksystem ist sowohl für die Trinkwasser- als auch zur Heizungsinstallation geeignet. Die neue Technik erlaubt es, Wiroflex Rohre mit Hilfe von Steckfittings zu verbinden. Die Wiroflex Steckfittings werden einfach und ohne Werkzeug auf das kalibrierte Rohr gesteckt. Ein Sichtindikator hilft dabei zu kontrollieren, ob der Fitting passend angebracht ist. Die Zeitersparnis ist enorm, da Arbeitsschritte entfallen.

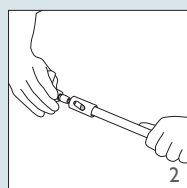
### ÜBERSICHTLICHER POS-AUFTRITT

Das Wiroflex Stecksystem ist in unterschiedlichen Rastervarianten erhältlich. Produkt, Verpackung und POS-Auftritt greifen ineinander und führen den Kunden übersichtlich durch das Sortiment. Ein speziell entwickeltes Farbleitsystem kennzeichnet die zu den Steckfittings passenden Rohrgrößen. Die Wiroflex Steckfittings sind für alle Wiroflex Rohrgrößen erhältlich:

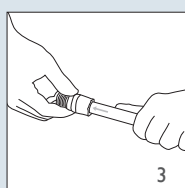
● 16 mm ● 20 mm ● 26 mm



Schneiden.



Kalibrieren.



Stecken.



### WIROFLEX BEDEUTET PROFI-QUALITÄT

Michael Böckmann, Produktmanager Installation bei Sanitop-Wingenroth, beschreibt die Vorteile vom neuen Wiroflex Stecksystem

- ▶ Eine deutlich kürzere Montagezeit vermeidet, dass kleine Reparaturen zu Großprojekten werden.
- ▶ Bei Reparaturen ist es einfach unkomplizierter zu stecken.
- ▶ Das Wiroflex Stecksystem ist sowohl für die Trinkwasser- als auch für die Heizungsinstallation einsetzbar.
- ▶ Die Sichtkontrolle sorgt für zusätzliche Montagesicherheit. Der Profi verzichtet allerdings nie auf den Praxistest.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:  
© 0 25 81-78 81 11



## Produkte

### Saunen und Wärmekabinen



Das Bedürfnis der Endverbraucher nach Wellness in den eigenen vier Wänden steigt. Das Saunen-Sortiment umfasst qualitativ hochwertige Bausätze.



Fast alle Elementsaunen haben extra breite, stabile Liegeflächen und sind bis 250 kg belastbar.

# Wärme für das Wohlbefinden

Das Bedürfnis der Endverbraucher nach Wellness in den eigenen vier Wänden steigt. In Bäder, aber auch in anderen Räumen lassen sich Saunen und Infrarot-Wärmekabinen integrieren. Einige Hersteller bieten hochwertige Bausätze zum Selbstaufbau an.

Das Saunen-Sortiment umfasst qualitativ hochwertige Bausätze zum Selbstaufbau aus vorgefertigten Elementen, aus massiven Blockbohlen und auch solche für besondere Ansprüche an Design und Komfort. Doch welche Unterschiede gilt es beim Kauf einer Sauna zu beachten? Das Angebot kann man in vier Rubriken einteilen: Elementsaunen, 230-Volt-Saunen, Massivholzsaunen sowie Komfortsaunen aus Massivholz-Elementen.

#### Elementsaunen:

Die Inneneinrichtung der Elementsaunen besteht aus einem Spezialholz mit geringer Wärmeleitfähigkeit und

glatter, feiner Struktur. Fast alle Elementsaunen haben extrabreite, stabile Liegeflächen und sind bis 250 kg belastbar. Wände und Decke sind aus vorgefertigten Elementen, energiesparend und saunagerecht gedämmt. Die Isolierung garantieren 40 mm dicke Mineralwolle-Isolierplatten und die Wasserdampfdiffusionssperre.

Der Innenraum ist rundum mit 14 mm starken Nut- und Federbrettern verkleidet. Außen setzt sich die Sauna aus zwei Seiten mit 14 mm starken Nut- und Federbrettern, einer Rückwand, einer Seitenwand und der Decke mit speziellen Holzfaserplatten zusammen. Die vorgefertigten,

passgenauen Elemente lassen sich einfach und schnell zusammenbauen. Außerdem kann der Kunde durch verschiedene Ofenmodelle zwischen klassischem Saunieren oder der Kombination aus Sauna und Warmluft-Dampfbad wählen.

#### 230-Volt-Saunen:

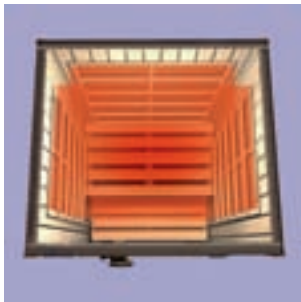
Durch Volumenverkleinerung der Elementsaunen genügt bei gleichem Platzangebot eine geringere Ofenleistung, um die Sauna optimal zu beheizen. Dafür ist ein 230-Volt-Anschluss ausreichend. Somit kann man auch dort eine Sauna betreiben, wo kein Kraftstromanschluss (400 Volt) möglich ist.

#### Massivholzsaunen:

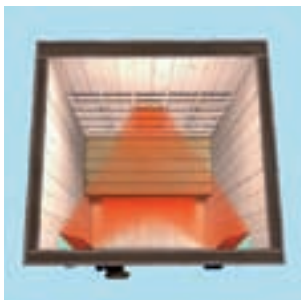
Für Freunde der klassischen, rundum massiven Sauna wird die Massivholzsauna angeboten. Hier kommen Blockbohlen in 45 mm Stärke mit Doppelnut und -feder zum Einsatz. Diese sorgen für eine hohe Stabilität und Dichte, für eine lange Lebensdauer und optimales Saunaklima. Außerdem kann zwischen verschiedenen Ofen-Modellen und Ausstattungen gewählt werden.

#### Komfortsaunen aus Massivholz-Elementen:

In den WEKA-Massivholz-Elementsaunen verbinden sich die Vorteile von Element- und Massivholzbauweise: vor-



Das Wirkungsprinzip eines Flächenstrahlers



Das Wirkungsprinzip eines Keramikstrahlers



Eine Infrarot-Wärmekabine hat oft einen geringeren Platzbedarf und sorgt für Gesundheit und Wohlbefinden.

gefertigte Elemente ermöglichen den einfachen Aufbau (Mindestraumhöhe 205 cm) – die Massivholzbauweise gewährleistet ein besonders mildes Saunaklima durch Wärmespeicherung und -abgabe. Die Sauna besteht aus einzelnen, 45 mm starken, massiven Elementen, die passgenau zusammengesetzt werden.

Eine moderne Optik sowie ein angenehmes Klima inklusive wohlriechendem Holzduft machen das Saunaerlebnis komplett.

#### Wärmekabinen:

Mit einer Grundfläche ab etwa 1 qm passen Infrarot-Wärmekabinen in nahezu jedes Zimmer. Als Anschluss dient die Steckdose – also haushaltsübliche 230 Volt. Damit ist die Kabine in kurzer Zeit betriebsbereit und der Energieaufwand mit ca. 1–2 kWh pro Anwendung äußerst gering. Der Kunde kann zwischen klassischen Keramik- oder modernen Flächenstrahlern wählen.

#### Keramikstrahler:

Die Infrarot-Keramikstrahler zählen zu den linienförmigen Wärmequellen. Die Strahlerelemente sind in eine große, konkave Strahlereinfassung integriert. Diese bewirkt eine großflächige, effektive Wärmereflexion in der Kabine. Die meisten Hersteller verwenden ausschließlich die mildereren und besser verträglichen Keramikstrahler im Gegensatz zu den herkömmlichen Magnesiumstrahlern (Temperaturen bis zu 70 °C).

Vorgefertigte Wandelemente sowie ein massives Fußbodenelement gewährleisten eine problemlose Montage. Der Innenraum ist rundum mit 14 mm starken Nut- und Federbrettern verkleidet. Außen setzt sich die Kabine aus drei (zwei bei Eckkabinen) 14 mm starken, naturbelassenen Fichtenholz- oder Furnierplatten, Rückwänden aus Hartfaserplatten sowie einem vorgefertigten Deckenelement mit hochwertiger Abschlussblende zusammen.

#### Flächenstrahler:

Flächenstrahler verteilen ihre Wärme parallel von einer Fläche, nicht von einem Punkt aus, d. h. die ganze Kabine wird von den angenehmen Wärmestrahlen erfasst. Dadurch wird eine geradezu homogene Strahlenverteilung sowie eine besonders milde Wärme innerhalb der Kabine erzielt (Temperaturen bis zu 55 °C). Vorgefertigte Wandelemente sowie ein vorgefertigtes, massives Fußbodenelement gewährleisten eine problemlose Montage. Die von einigen Herstellern bereits in die Wand- und Bo-

denelemente unsichtbar eingearbeiteten Flächenstrahler sind in der Regel steckerfertig vorbereitet. Der Innenraum ist rundum mit 14 mm starken Nut- und Federbrettern aus naturbelassenem, nordischem Fichtenholz verkleidet. Außen setzt sich die Kabine aus drei Außenwänden (zwei bei Eckkabinen) in optisch hochwertigem Furnier verschiedener Dekore oder Fichtenschalung, Rückwänden aus Hartfaserplatten sowie einem vorgefertigten Deckenelement mit hochwertiger Abschlussblende zusammen. ■

#### ■ Herstellerstatement

Vom Kleinunternehmen mit wenigen Großkunden wurde WEKA zum Saunalieferanten schlechthin. Neben den führenden Baumarktketten beliefern wir Fachhandel (Holz), Gartencenter, Versandhandel und Onlineshops. Qualität made in Germany: Durch die Verarbeitung hochwertiger, nordischer Hölzer können wir für viele Artikel 5 Jahre Garantie auf alle Holzteile gewähren. Regelmäßige TÜV-Zertifizierungen bieten zudem höchste Sicherheit. Unsere umfangreichen Service-Leistungen wie Kundendienst, Lieferung und Aufbau sprechen für sich. WEKA – denn ich wähle Qualität!

WEKA, Marketing-Team

# Lieferanten für die Branche

Hersteller/Vertreiber	Sanitärkeramik	Spülkästen	Wannen	Wellnesprodukte	Duschkabinen	Duschvorhänge	Sanitäre Accessoires	Spezialprodukte	Kamine
ADOB - Adolf Doll GmbH KG							●		
Conmetall GmbH & Co. KG	●	●	●						
Coram (Deutschland) GmbH						●	●		
DeLonghi Deutschland GmbH									
Dusar GmbH			●	●	●				●
EHT Haustechnik GmbH									
Fackelmann GmbH & Co. KG	●						●		
friedola Gebr. Holzapfel GmbH							●		
GEO Produkte GmbH			●		●				
Haas + Sohn Ofentechnik GmbH									●
Haceka GmbH							●		
KC Dichtstoff GmbH & Co. KG								●	
Kleine Wolke						●	●		
Kleining GmbH									●
Lugato GmbH & Co. KG									
Marley Deutschland GmbH		●							
MEM Bauchemie GmbH								●	
Optifit - eurofit									
Ottofond GmbH			●	●					
Ridder GmbH						●	●		
Riegelhof & Gärtner GmbH									
RORO Türen + Fenster GmbH				●					
Sanwood-Bad-Ausstattungs-GmbH				●		●	●		
Scanbad									
Wilhelm Schildmeyer GmbH & Co. KG									
Sunset Energietechnik GmbH									●
TEST RITE International (Germany) GmbH	●						●		
Robert Testrut GmbH & Co. KG							●		
Wilhelm Kesper GmbH & Co. KG									
Wenko-Wenselaar GmbH & Co. KG						●	●		
Wepos Chemie GmbH								●	

	WC-Sitze	Heizkörper	Armaturen	Durchlauferhitzer	Badezimmermöbel	Badtextilien	Spiegel	Heißwassergeräte	Sonstiges
	●		●						
	●		●						
	●		●		●	●	●		
		●						●	
				●				●	
					●		●		
						●			
		●	●						
						●			
									Fliesenkleber, Silicone, Fugenmörtel, Abdichtungen, Grundierungen, Kleber, Acrylate
					●		●		
			●						
	●				●	●	●		Artikel für Sicherheit und Komfort im Bad
									Be- und Entlüftung (Einbauventilatoren), Bodenabläufe, HAT-/KG-Rohre, Fliesenrahmen
	●					●	●		
					●		●		
					●				
		●						●	Solaranlagen: Solarwärme zur Brauchwassererwärmung mit Heizungsunterstützung und Photovoltaikanlagen
	●				●		●		
									Ofenrohre und Ofenzubehör, aber keine Kamine, Brennstoffe und Anzündhilfen
					●				
	●				●	●	●		

# Lieferanten für die Branche

## Adressenliste

Anschriften der in der vorstehenden Tabelle aufgeführten Anbieter		
Hersteller/Vertreiber	Hotline-Telefon-Nr.	Internet
ADOB - Adolf Doll GmbH KG	07705 - 9567-0	<a href="http://www.adob.de">www.adob.de</a>
Conmetall GmbH & Co. KG	05141 - 180	<a href="http://www.conmetall.de">www.conmetall.de</a>
Coram (Deutschland) GmbH	02157 - 12090	<a href="http://www.coram.de">www.coram.de</a>
DeLonghi Deutschland GmbH	01805 - 225521	<a href="http://www.delonghi.de">www.delonghi.de</a>
Dusar GmbH	02639 - 921488	<a href="http://www.dusar.de">www.dusar.de</a>
EHT Haustechnik GmbH	01803 - 911323	<a href="http://www.aeg-haustechnik.de">www.aeg-haustechnik.de</a>
Fackelmann GmbH & Co. KG	05151 - 811 - 0	<a href="http://www.fackelmann.de">www.fackelmann.de</a>
friedola Gebr. Holzapfel GmbH	05651 - 303 500	<a href="http://www.friedola.de">www.friedola.de</a>
GEO Produkte GmbH	06202 - 2093-0	<a href="http://www.geoprodukte.com">www.geoprodukte.com</a>
Haas + Sohn Ofentechnik GmbH	0 27 72/50 10 (0)	<a href="http://www.haassohn.com">www.haassohn.com</a>
Haceka GmbH	05221 - 9694 - 0	<a href="http://www.haceka.de">www.haceka.de</a>
KC Dichtstoff GmbH & Co. KG	06147/5019-0	<a href="http://www.kcde.de">www.kcde.de</a>
Kleine Wolke	0421/6261-322	<a href="http://www.kleinewolke.de">www.kleinewolke.de</a>
Kleining GmbH	02562 - 9354 - 0	<a href="http://www.kleining.de">www.kleining.de</a>
Lugato GmbH & Co. KG	040 - 69407-0	<a href="http://www.lugato.de">www.lugato.de</a>
Marley Deutschland GmbH	05031 - 53152	<a href="http://www.marley.de">www.marley.de</a>
MEM Bauchemie GmbH	0491 - 9258	<a href="http://www.mem.de">www.mem.de</a>
Optifit - eurofit	05773/880	<a href="http://www.optifit.de">www.optifit.de</a>
Ottofond GmbH	02957 - 9877 - 0	<a href="http://www.ottofond.de">www.ottofond.de</a>
Ridder GmbH	02604 - 954144	<a href="http://www.ridder-online.de">www.ridder-online.de</a>
Riegelhof & Gärtner GmbH	06150 - 960-0	<a href="http://www.rug.de">www.rug.de</a>
RORO Türen + Fenster GmbH	0 80 85/93 88 (0)	<a href="http://www.roro-online.com">www.roro-online.com</a>
Sanwood-Bad-Ausstattungs-GmbH	0561 - 58098-0	<a href="http://www.sanwood.de">www.sanwood.de</a>
Scanbad	040 - 55009539	<a href="http://www.scanbad.de">www.scanbad.de</a>
Wilhelm Schildmeyer GmbH & Co. KG	05731 - 76000	<a href="http://www.w-scgukdneyer.de">www.w-scgukdneyer.de</a>
Sunset Energietechnik GmbH	09195 - 9494-430	<a href="http://www.sunset-solar.de">www.sunset-solar.de</a>
TEST RITE International (Germany) GmbH	040 - 6068700	<a href="http://www.testrite.de">www.testrite.de</a>
Robert Testrut GmbH & Co. KG	0281 - 818707	<a href="http://www.kaminoflam.de">www.kaminoflam.de</a>
Wilhelm Kesper GmbH & Co. KG	05632 - 4008-0	<a href="http://www.kesper-badmoebel.de">www.kesper-badmoebel.de</a>
Wenko-Wenselaar GmbH & Co. KG	02103 - 573-0	<a href="http://www.wenko.de">www.wenko.de</a>
Wepos Chemie GmbH	02162 - 2662697	<a href="http://www.wepos.de">www.wepos.de</a>

# „Ich hab da mal 'ne Frage“

Seit sich die Energiepreise in den letzten Jahren verteuert haben, gehen Kaminöfen in den Baumärkten „wie geschnitten Brot“. Fachkundige Beratung ist nicht nur im Sinne des Kunden, sondern auch im Interesse der Baumarktbetreiber, allein schon, um Reklamationen zu vermeiden. Hier nun die zehn Fragen, die beim Kaminofen-Kauf von den Kunden am häufigsten gestellt werden.

## *Wie hoch sollte die Heizleistung sein, die ich benötige?*

Die Heizleistung eines Kaminofens sollte den Bedürfnissen des Aufstellraums entsprechen. Sinnvoll ist hier ein Vorgespräch mit dem zuständigen Schornsteinfeger, der diese gemeinsam mit dem Kunden ermitteln kann. Welche Heizleistung der jeweilige Kaminofen letztlich hat, hängt vom Heizverhalten des Kunden und vom jeweiligen gewählten Brennstoff ab. Eine zu hohe oder zu niedrige Heizleistung sollte nicht gewählt werden, da man ansonsten in die Gefahr läuft, den Ofen zu überlasten oder mit einer viel zu niedrigen Temperatur zu betreiben, welches zum Verrußen und zu extrem hohen Schadstoffausstoß führt.

## *Welche Art der Verkleidung ist sinnvoll?*

Die Art der Verkleidung, sei es Speckstein, Keramik oder einfach nur Stahl, ist eine Frage des Designs und des persönlichen Geschmackes. Vielfach wird gerade Speckstein gerne als Speichermaterial angeboten. Eine Aussage, die zwar so auch korrekt ist, aber verschweigt, dass für eine effektive Nutzung eines solchen Speichermaterials eine sehr hohe Masse notwendig

ist. In dem Gewichtsbereich, in dem Speckstein bei Kaminöfen klassischerweise verwendet wird, hat er eher dekorativen Charakter. Specksteinspeicher-Öfen hingegen bestehen aus über 500 kg reinem Speckstein und sind auch konstruktiv ganz anders aufgebaut.

## *Gibt es Normen, die ich vor dem Kauf berücksichtigen muss?*

Kaminöfen dürfen in Deutschland nur angeschlossen und betrieben werden, wenn sie entsprechend geprüft wurden und den jeweiligen Anforderungen entsprechen. Hier ist die EN/DIN 13240 zu erfüllen, die auch eine Sicherheitsprüfung beinhaltet. Über die Güte oder Qualität eines Kaminofens kann eine solche Norm allerdings nichts aussagen. Das CE-Zeichen auf den Geräten zeigt auf, dass das entsprechende Modell erfolgreich geprüft wurde und den zum Zeitpunkt der Prüfung aktuellen Vorschriften genügt.

## *Was bedeutet die Abkürzung BlmSchV?*

Die 1. Revision der Bundes-Immissionschutzverordnung ist zum 22.03.2010 in Kraft getreten. Diese regelt die maximal zulässigen Grenzwerte bei Feinstaub und CO<sub>2</sub>, die

ein Kaminofen in Deutschland erreichen darf. Diese Verordnung besteht aus zwei Stufen, wobei die erste Stufe seit dem 22.03.2010 gilt, die zweite Stufe tritt ab dem 01.01.2015 in Kraft. Aktuell darf ein Kaminofen maximal 75 mg Feinstaub sowie 2.000 mg CO<sub>2</sub> erzeugen. Ab dem 01.01.2015 reduzieren sich diese Werte auf 40 mg bei Feinstaub und 1.250 mg bei CO<sub>2</sub>. Alle Werte beziehen sich auf 13% O<sub>2</sub> und Nm<sup>3</sup>.

## *Wann und wo gelten die so genannten Verbrennungsverbote?*

Oft liest man in den Katalogen der Hersteller, dass gewisse Geräte zusätzlich zur EN/DIN 13240 auch die Anforderungen für München, Regensburg etc. erfüllen. Die deutschen Kommunen haben das Recht, lokale Verbrennungsverbote auszusprechen und den Betrieb von Kaminöfen an eine strengere Einhaltung von selbst gesetzten Grenzwerten zu koppeln. So verlangt zum Beispiel die Stadt Aachen schon jetzt Grenzwerte, wie sie eigentlich erst 2015 gelten sollen. Die Hersteller sind natürlich bestrebt, diese Anforderungen zu erfüllen und dokumentieren dieses durch die jeweiligen Aussagen in ihren Katalogen.

## *Was ist der Unterschied zwischen Primärluft und Sekundärluft?*

Um ein Kaminofen zu betreiben, benötigt der jeweilige Brennstoff Luft. Hier unterscheidet man zweierlei Möglichkeiten, diese Luft dem Brennstoff zuzuführen. Die sogenannte Primärluft trifft von unten das Brenngut und wird meistens durch den Aschekasten sowie Gussrost geleitet. Die Sekundärluft hingegen trifft das Brenngut von oben und gelangt für normal durch Schieberegler in den Türen in den Brennraum. Während mineralische Brennstoffe wie Braunkohle etc. für eine optimale Verbrennung sowohl Primär- als auch Sekundärluft benötigen, braucht der Brennstoff Holz nur die Sekundärluft. Dieses kann man sich an dem Beispiel eines Lagerfeuers begrifflich machen, bei dem das Holz direkt auf dem Boden liegt und man nicht noch zusätzlich ein Rost oder dergleichen benötigt. Lediglich für das schnellere Anheizen eines Ofens kann bei Holz zusätzlich die Primärluft genutzt werden, für den weiteren Betrieb ist sie nicht nötig. Hier ist unbedingt die jeweilige Bedienungsanleitung des jeweiligen Herstellers zu beachten, damit der Ofen sicher und richtig betrieben wird.

### Was sind die Vorteile von Zeitbrandöfen?

Kaminöfen sind klassischerweise Zeitbrandfeuerstätten. Dieses bedeutet nun nicht, dass diese Modelle nur eine gewisse Zeit brennen dürfen, diese Definition richtet sich vielmehr danach, wie lange eine Zeitbrandfeuerstätte mit einer Brennstoffaufgabe brennt. Holz als typisches Brennmaterial hat keine Dauerbrandeigenschaft. Egal wie gut der Kaminofen konstruiert ist, innerhalb kurzer Zeit ist das Holz verbrannt. Zeitbrandfeuerstätten können natürlich auch mit mineralischen Brennstoffen, also mit Kohle (Braunkohle) betrieben werden. Dieser Brennstoff ist für einen Dauerbetrieb geeignet. Solange die Kaminöfen aber nicht speziell für diesen Dauerbetrieb konzipiert sind, sind und bleiben sie Zeitbrandfeuerstätten.

### Und wann spricht man von einem Dauerbrandofen?

Im Gegensatz zu den Zeitbrandfeuerstätten müssen Dauerbrandöfen eine Mindestbrenndauer mit einem Brennstoff aufweisen. So gilt ein Kaminofen dann als Dauerbrandofen, wenn er z.B. mit einer Brennstoffaufga-

be Kohle im Schwachlastbereich mind. zwölf Stunden brennt und danach bei einer Neuaufgabe des Brennstoffes wieder von alleine zündet. Bei seiner Nennwärmeleistung muss dieser Dauerbrandofen immer noch mind. 4 Stunden mit seinem Brennstoff haushalten, damit er ein Dauerbrandofen sein darf. Da Holz klassischerweise keine Dauerbrandfunktion hat, gibt es so gut wie keine Dauerbrandöfen, welche Holz hierfür benutzen. Normale Dauerbrandöfen müssten also korrekt heißen: Zeitbrandöfen für Holz, Dauerbrandöfen für Kohle.

### Über welches Verbrennungssystem verfügen diese Öfen?

Auch wenn man es einem Kaminofen nicht ansieht, aber es steckt viel Technik und Know-how in einem solchen Ofen. Wichtig ist vor allem das Verbrennungssystem, denn dieses sorgt für eine schöne und vor allem emissionsarme Verbrennung des Brennstoffes. Gerade die Sekundärluftzufuhr ist für eine klare Scheibe wichtig. Genau so wie bei einem Auto, bei dem im Winter die Scheiben beschlagen, hat auch der Kaminofen einen kalten Gegen-

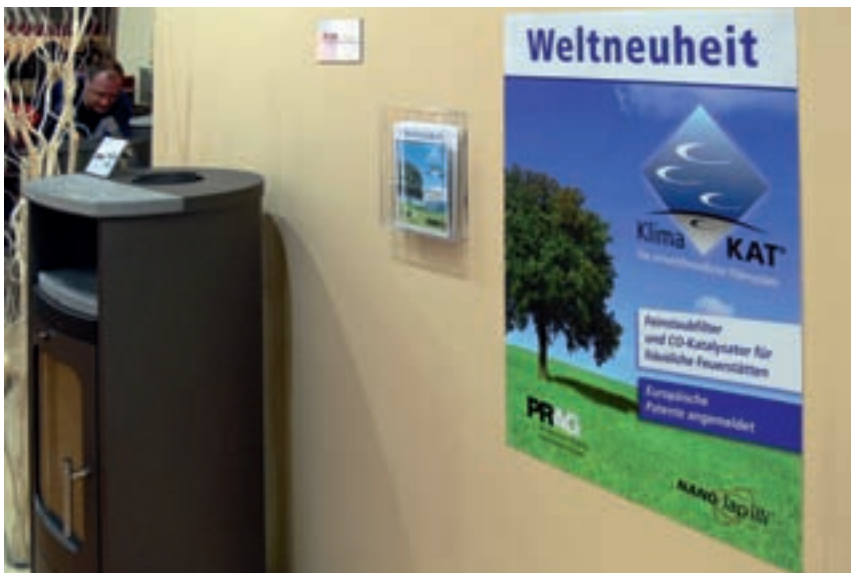
stand im Feuerraum, das Glas. Als Wärmeübergangsträger hat es die Eigenschaft, dass sich dort alle flüchtigen Partikel ansetzen wollen. Im Auto ist es die Feuchtigkeit, im Ofen ist es der Ruß. Hat man bei einem Auto die Möglichkeit, sich mittels des Gebläses und heißer Luft der Sache zu entledigen, muss ein Kaminofen dieses selber bewerkstelligen. Hierfür wird die benötigte Sekundärluft so in den Brennraum geleitet, dass sich diese vorher erwärmt und erst dann die Scheibe trifft. Viele Hersteller reden hier von einer Scheibenspülluft, die dafür sorgen soll, dass man immer ein herrliches Flammenbild hinter der Scheibe sieht. Einfache Schieberegler in den Türen reichen hier nur für die preiswerten Modelle aus, große und gewinkelte Scheiben brauchen ein komplexeres Verbrennungssystem.

Als Besonderheit gelten die Dauerbrandöfen, die die Primärluftzufuhr mittels einer Automatik regeln. Diese Luftzufuhr ist wichtig für den Abbrand von Kohle und wird mittels eines Temperaturfühlers reguliert. So bekommt der Kaminofen immer seine optimale Luftzufuhr und kann mit dem Brennstoff Kohle beim

Schwachlastbetrieb mind. zwölf Stunden heizen. Völlig neu auf dem Markt sind Kaminöfen, die auch die Sekundärluft mittels einer Automatik steuern. Hier erfolgt dann die Regelung des Kaminofens vollautomatisch und der Kunde muss nichts mehr einstellen, sondern kann sich ganz Genuss des Flammenbildes widmen.

### Wie muss mein Brennstoff beschaffen sein?

Egal wie gut man einen Kaminofen konstruiert, ohne den passenden Brennstoff wird er nicht funktionieren. Holz sollte gut gelüftet und trocken gelagert sein. Kommt es in den Kaminofen, dann sollte es eine Restfeuchte von nicht mehr als 20% aufweisen. Beschichtete Hölzer oder Spanplatte gehören nicht in einen Kaminofen. Spanplatte als Beispiel erzeugt eine derartige Hitze, dass man seinen Kaminofen damit innerhalb kürzester Zeit gnadenlos überlastet und zerstört. Buche und Birke hat sich als optimales Holz herausgestellt und liefert ein wunderschönes Flammenbild. Viele Kaminöfen können zusätzlich auch mit Braunkohle betrieben werden. Dieses kann man aus der Bedienungsanleitung des jeweiligen Herstellers entnehmen. Bei vielen Herstellern steht der geeignete Brennstoff auch auf dem CE-Zeichen, welches normalerweise an der Rückseite angebracht ist. Stets sollte man aber bedenken, dass man nicht zu viel und nicht zu wenig Brennstoff auflegt. Hat man die richtige Heizleistung gewählt, so kann man den Kaminofen immer im optimalen Bereich betreiben. Ein „Streichholzfeuer“ sollte also genauso vermieden werden wie der Versuch, aus seinem Kaminofen einen Hochofen zu machen. ■



Stichwort Verbrennungssystem: Auf der ISH in Frankfurt wurden moderne Systeme vorgestellt, die über Feinstaubfilter und CO-Katalysatoren verfügen.



Breite Gänge laden zum Verweilen am Regal ein, enge Gänge erhöhen das Lauftempo des Kunden.

# Gut gezeigt ist halb verkauft

Bei der Produktpräsentation in Baumärkten kommt es nicht nur auf die Übersichtlichkeit an. Die Platzierung beeinflusst das Verhalten der Kunden und damit auch Umsatzanteile.

Die meisten Kunden, auch die der Baumärkte, unterliegen einem Rechtsdrall. Das heißt, bei Betreten des Marktes wendet sich der Kunde instinktiv zunächst nach rechts. Dort muss die Informationstafel sein, damit der Kunde ohne zu suchen die Abteilung „Bad und Sanitär“ findet.

## Warme und kalte Zonen

Die ersten und letzten Meter einer Präsentationswand spielen eine Rolle: Sie sind „kalt“. Die ersten, weil noch die rationale Überlegung vorherrscht – „jetzt entscheide ich mich noch nicht“ –

und die letzten Meter einer Wand, weil der Kunde schon entscheidungsmüde ist. Interessant ist auch die Tatsache, dass viele Kunden nicht gerne in Mittelgänge gehen. Die Verweildauer bei Bad und Sanitär ist im Vergleich zu anderen Produktgruppen recht groß, da stören Mittelgänge mit großem Kundendurchlauf.

Zu beachten ist auch die Begehungsgeschwindigkeit. Breite Gänge laden zum Verweilen am Regal ein, enge Gänge erhöhen das Lauftempo des Kunden – schlecht für Impulsartikel. Selbst bei gleicher Gangbreite kann durch flankierende, hoch ange-

brachte Regalteile in völlig geradem Verlauf der Eindruck der Enge entstehen. Ein unliebsamer Effekt, der durch Queranordnungen eines Regalteils zum Kundenlauf gemindert werden kann. Auch sogenannte optische Stopper, wie Schilder, über Produktneuheiten können Abhilfe schaffen. Gegenstände, die unmittelbar im Betrachtungskegel liegen, werden gut in Erinnerung bleiben. Sie werden länger betrachtet. Dem Kunden wird das aber nicht bewusst. In der Bäderabteilung legen die Anbieter wenig Wert auf attraktive Lichtverhältnisse, was sich negativ auf Kunden auswirken kann.

Gleichmäßige Ausleuchtung langweilt schnell, Lichtpunkte setzen z.B. ein Badstudio effektiv in Szene.

## Höhe signalisiert Wertigkeit

Stehen Kunden vor einer Badinstallation im Markt, tastet sich ihr Blick diagonal über die einzelnen Produkte: von oben links über die Mitte des oberen Drittels des nach rechts unten. Bei Regalen, wo der Kunden zwischen Armaturen wählen kann, ist es ähnlich: Wonach der Kunde unmittelbar greifen kann, ohne seine Haltung zu verändern, das erscheint ihm am

attraktivsten. Verkaufsstrategen nutzen diese Erkenntnisse, indem sie die Regalblöcke, je nach Höhe des Regalbrettes, in unterschiedliche Zonen einteilen und ihnen eine gewisse Wertigkeit zuweisen.

Die vier unterschiedlichen Zonen:

- Reckzone (höher als 1,80 m)
- Griffzone (im Bereich 1,20 bis 1,60 m)
- Hüftzone (im Bereich 1,20 m)
- Bückzone (unter 0,80 m)

Die sogenannte Griffzone ist der attraktivste und verkaufstaktivste Platz im Regal. Bleibt die wichtige Frage, welche Produkte wo platziert werden:

- In der Reckzone: die Sonderangebote?
- In der Griffzone: Produkte, deren Verkauf forciert werden soll?
- In der Hüftzone: die sogenannten „Premium Produkte“?
- In der Bückzone: die Auslaufprodukte?

Für den Baumarkt sind zwei Strategien möglich: Die Gewinn versprechenden, gut kalkulierten Artikel werden in die verkaufstarken Zonen platziert. Die weniger Gewinn bringenden Produkte kommen an die verkaufsschwachen Stellen.

Die beste Positionierung für Badartikel ist die Griffzone, auch Sichtzone bezeichnet. Das ist der kürzeste Weg eines Artikels zur Hand des Kunden. Wenn man die Artikel von dieser Zone in die Bückzone legt, verliert man nach Aussagen der Experten etwa ein Drittel an Aufmerksamkeit des Kunden, und auch einen erheblichen Umsatzanteil. Wenn Sie viele gleiche Produkte in einer Warenschütte präsentieren, verlieren diese an Wert. Gezeigte Ware in „der Masse“ heißt für den Kunden, dass es sich um minderwertige „Konsumware“ handelt. Hochwertiges sollte

also in geringer Stückzahl angeboten werden. Niveaivolles Design überzeugt nicht in großer Masse.

Die Warenanordnung richtet sich also auch nach der Wertigkeit. Bieten Sie hochpreisige Artikel an, gehören sie in die Griffzone. Als Aktionsware kommen sie später in die Hüft- oder Bückzone. Interessant ist auch die Erwartungshaltung des Käufers. Unbewusst meint er: was unten steht ist preisgünstiger, aber auch von geringem Wert. Die Mitte des Regals bietet wenig Aufmerksamkeitswert.

Das kann sich durch Plakate oder Aufkleber im Gang (Hinweispeile) ändern. „Suchartikel“ (solche, die der Kunde sucht) können weniger auffällig platziert sein als „Impulsartikel“ (solche, die der Kunde spontan mitnimmt). Je nach Werbeaktion bewährt es sich, die Platzierung der Artikel etwas zu ändern.

Übrigens sollten Sie auch Ihre Mitarbeiter präsentieren. Jeder ist auf einem Photo abgebildet und mit Namen gekennzeichnet, und das Ganze wird im Bilderrahmen an der Kasse platziert. So spürt der Kunde, dass auch die Mitarbeiter zum Unternehmen gehören.

Nur was der Kunde sieht, kauft er. Mitnahme-Artikel profitieren davon. Also: Gut platziert ist halb verkauft. Eine gute Platzierung bietet den Kunden schnelle Informationen, Anregungen und eine umfassende Übersicht. Gleichzeitig gilt: Regalraum ist knapp und daher kostbar. Wie viel Platz jedem Produkt zusteht, hängt von seinem Marktanteil ab.

### Quer- und Längsplatzierung

Zwischen quer und längs platzierten Warenträgern muss man unterscheiden. Bei Längsplatzierung werden die Kunden systematisch an relativ langen Warenträgern vorbeigeführt. Die Warenträger der Querplatzierung sind dagegen kürzer. Sie eignen sich für abwechslungsreiche Präsentation, die zu Spontaneinkäufen reizt. Querplatzierung ist für viele Kunden interessanter, und schafft eine höhere Kaufatmosphäre als die Längsplatzierung, die allerdings eine größere Übersichtlichkeit bietet. Das begünstigt die Personalaufsicht und reduziert die Diebstahlquote. Auch die Bestückung der Warenträger ist rationeller und spart Kosten. Viele Märkte

entscheiden sich für die Kombination zwischen Längs- und Querplatzierung. Bei der Warenpräsentation müssen diese Ziele erreicht werden:

1. Kundenfreundliche Dekoration
2. Verkaufsfördernde Präsentation
3. Vermeiden von Diebstahl
4. Einfaches Einräumen der Ware für das Personal

Damit sich der Kunde besser zurechtfindet, gibt es die Möglichkeit der Blockbildung (zum Beispiel sortiert nach Marken: Alle Produkte eines bestimmten Lieferanten stehen zusammen). Eine Alternative ist die sogenannte Kreuzblockplatzierung: Dabei wird der Lieferant als „Marktführer“ mit seinen Produkten in die Mitte gestellt. Rundherum schließen sich passende Produktblöcke der anderen Hersteller an.

Rechts geht bei der Platzierung vor links. Was links liegt, bleibt links liegen. Rechtshänder unter den Kunden schauen zuerst nach rechts. Die Augenzonen sind immer besser als die Bück- oder Reckzone. Produkte dort verkaufen sich um 20 Prozent schlechter. Gerade die Mitnahmeartikel werden von Spontan-Käufern in der Augenzonen gerne gekauft. Verwandte Produkte verkaufen sich besser, wenn sie horizontal, also nebeneinander, präsentiert sind.

Für die Beratungszone eignet sich die Mitte der Ausstellung. Hier hat das Personal den besseren Überblick und der Kunde führt sich eher angesprochen, als wenn die Beratungszone am Anfang der Abteilung ist. Schließlich gilt für die Präsentation in Baumärkten, dass der Kunde sich durch Vorinformationen, wie z.B. Prospekte und Warenauszeichnung, erst einmal selbst schlau machen kann und erst bei schwierigen Fragen einen Berater anspricht. ■

### Verkaufsaktive Zonen

- Alle Produkte, die rechts vom Kunden sind.
- Anlaufflächen, d.h. Wände, auf die der Kunde zuläuft, wenn er an Regalen vorbeigeht.
- Stauzonen, d.h. im Kassensbereich (geeignet für Impulsartikel).

### Verkaufsschwache Zonen in der Sanitärabteilung

- die Eingangszonen: Fachleute nennen die ersten 5–10 m dieses Bereichs die „Rennstrecke“, denn die Kunden durchqueren diesen Bereich mit der gleichen Geschwindigkeit, mit der sie den Laden betreten haben.
- alle Regale links vom Kunden, die nicht durch optische Stopper auffallen.
- Gänge mit geringer Breite und durchlaufenden Kunden in anderen Abteilungen.
- die Verkaufsbereiche mit Zugluft.



Die Touchscreen-Lösung mit dem Apps-Charakter überzeugt durch spielerisch leichte Bedienung.

Fotos: Visoft

## Selbst ist der Kunde

Do-it-yourself-Beratung entlastet Mitarbeiter und erhöht die Beratungsqualität: Hightech in der Badausstellung bringt zufriedene Kunden und kann den Umsatz steigern.

**K**eine Frage, viele Bad- und Fliesenausstellungen sind längst sehr kundenorientiert, modern und aufwändig angelegt. Einige Baumärkte haben da etwas Nachholbedarf. Und wieder einige denken bereits heute darüber nach, wie man Service und Beratungsqualität noch weiter verbessern könnte, ohne allzu tief in die Tasche greifen zu müssen. Schließlich sind Zeit, Personal und Service-Aufwand Kostenfaktoren, die nur begrenzt vorhanden und ausbaufähig sind.

### Virtueller Beratungsplatz

Moderne Technik macht es möglich. Integrieren Sie als Fachverkäufer einen virtuellen Beratungsplatz in der Flie-

sen- und Badausstellung. Und jeder Kunde sieht auf einen Blick, wie die ausgesuchten Fliesen verlegt werden können, wie sie auf der Wand oder auf dem Boden aussehen werden und ob die Bordüre auf halber Höhe wirklich so effektiv aussieht wie gedacht.

Das geht so einfach: Auf einem robusten Touchscreen-Monitor wartet eine Diashow auf die Kunden. Attraktive Badplanungen, Katalogbilder der Hersteller oder unterschiedliche Badwelten – von Landhausstil bis elegant, von Wellness-Oase bis klassisch, von modern bis familientauglich – machen so richtig Appetit. Zugleich kann sich der Kunde orientieren, in welche Richtung die neue Badgestaltung gehen soll. Anregungen

kann es ja nie genug geben. Und wenn die dazu gehörenden Fliesen auch noch gleich neben dem Info-Pult liegen, umso besser.

Dann geht es direkt zur Sache: Einfach, selbsterklärend und fehlerresistent, so leicht wie Apps zu benutzen. Per Fingertipp den Grundriss wählen, der dem eigenen Bad am nächsten kommt. Dann den Rollbalken (Scrollbar) laufen lassen – genau wie bei den Apps – nach oben, nach unten, stopp.

Jetzt aus dieser Reihe Wandfliesen – vertikal am rechten Bildschirmrand aufgelistet – die besten herausuchen, mit dem Finger auf eine Wand rüberziehen – zack, schon ist das Ergebnis da. Sieht es gut aus? Oder sind die hell kleinformatigen

Fliesen besser? Antippen, rüberziehen, fertig. Und? Wie wirkt das eigentlich mit großen Formaten? In Rot? In Grau? Mit oder ohne Bordüre? Alle Wände gleich? Oder nur Akzente setzen?

### Antippen, rüberziehen, fertig

Genauso lassen sich die Boden-Varianten austauschen. Nur dafür ist der Scrollbar horizontal am Bildschirm unten angebracht. Die Alternativen – auch in unterschiedlichen Verlegearten wie diagonal, Verbund etc. – laufen genauso schnell und einfach durch wie die Wandfliesen. Einfach durchlaufen lassen. Auch das Prinzip ist gleich: Antippen, rüberziehen, anschauen, entscheiden.

„Seit wir die Touchscreen-Lösung für Bad-Ausstellungen einsetzen, sehen wir die Faszination, die von diesem neuartigen Kundenberatungsinstrument ausgeht“, freut sich Ottmar Weber, der verantwortliche Entwicklungs-Ingenieur der Firma ViSoft. Die Kunden treffen auf höchst spielerische Art und Weise fundierte Entscheidungen, die sie später nicht bereuen und von deren positivem Effekt sie überzeugt sind. „Reklamationen, Unzufriedenheit und Kaufreue werden dann mit Sicherheit signifikant abnehmen“, ist Weber überzeugt.

### Das volle Bad-Programm

Der Touchscreen-Kundenberater mit dem APPS-Charakter macht aber nicht nur in der Fliesenabteilung eine gute Figur, er kann auch Sanitär-Objekte und Armaturen zeigen und austauschen. Hier finden sich die Armaturen-Sets – in der Regel jeweils passend für Waschbecken, Dusche, Badewanne und Bidet einer Serie – vertikal am rechten Bildschirmrand und die zur Wahl stehenden Sanitär-Sets unten horizontal aufgelistet. Gleiche Anwendung wie in der Fliesenwelt. Ein optimales Verkaufsinstrument, um Hausmarken, Verkaufsa-



Per Fingertipp den Grundriss wählen und dann die die Wand- und Bodenfliesen auswählen.



Der Touchscreen-Kundenberater kann auch Sanitär-Objekte und Armaturen zeigen und austauschen.

voriten oder Sonderangebote umsatzstark und in kurzem Zeitfenster ab zu verkaufen.

Und das ist sehr einfach zu steuern: Denn das Touchpad zeigt nur Wand- und Bodenfliesen, die Sie als Verkaufsförderer festgelegt und in den Wandtafeln und Bodenmustern definiert haben. Ein Auf-

wand von etwa einer Minute pro Muster, um das im Badplanungsprogramm zu generieren. Auch die Verlegearten und Fliesenkombinationen bestimmen Sie als Fachverkäufer im Vorfeld für Ihre Kunden. Ebenso die Sanitär- und Armaturen-Sets. Die Idee dahinter: Sie inszenieren die Fliesen, Armaturen und Sanitär-Objekte im Verkaufsberater, die vorrätig sind, schnell verkauft werden sollen, die schwierig abzusetzen sind oder die die höchste Marge bieten – die Entscheidung liegt bei Ihnen. Sie legen es Ihren Kunden nur einfach besser nahe.

### Bilder sagen mehr als Worte

Der Vorteil: Kunden sind selbst ihre besten Berater. Sie sehen schnell und absolut wirklichkeitsnah wie Fliesen, Sanitär-Objekte und Armaturen tatsächlich in dieser

oder jener Kombination aussehen werden. Das ist professionell und macht den Kunden sicher, eine gute endgültige Entscheidung getroffen zu haben. Ein Programmfeld zeigt auch exakt an, welche Produkte ausgewählt wurden – selbst Preisangaben und Mengen sind hier möglich, wenn gewünscht.

Beratung findet individuell statt und bindet trotzdem kaum zusätzlich Personal. Es gibt keine störenden, immer wiederkehrenden Soundtracks – wie bei vielen Produktvideos – die als Dauerberieselung doch dem einen oder anderen ganz schön auf die Nerven gehen.

Das Touchpad vermittelt indirekt auch Professionalität und High-End-Know-how im Baumarkt, eine Botschaft, die sich immer positiv auswirkt und ist mit Sicherheit im Bemühen um die Gunst der Kunden ein Joker.

### Was ist dafür nötig?

Ein gängiger Touchscreen-Monitor ab ca. 300 Euro, die Software und zum Erzeugen der Wandtafeln, Bodenmuster, Sanitär- und Armaturen-Sets und ein professionelles 3D-Badplanungsprogramm. Dazu ein bisschen Zeit, um den 3D-Verkaufshelfer mit Infos aufzufüllen. Wer das nicht selbst machen will, kann die Gestaltung und Aktualisierung der Vorgaben auch beim Software-Hersteller gegen eine Aufwandsentschädigung in Auftrag geben.

Doch wer sich selbst damit beschäftigt, hat noch einen zweiten großen Vorteil: Er kann seinen Kunden eine maßgeschneiderte 3D-Badplanung anbieten, die keine Gestaltungs- und Darstellungswünsche offen lässt. Und das ist in Sachen Beratung ein wirkungsvolles Alleinstellungsmerkmal. ■

### ■ Herstellerstatement

ViSoft Premium, die absolut fotorealistische 3D-Badplanungssoftware kommt aus Baden-Württemberg, dem Land der Erfinder, Tüftler und Genies. Das Produkt ViSoft Premium bringt mit Schnell-Funktionen und absolut praxisorientiert individuelle Bad- und Raum-Planungen samt ihrer technischen Eingaben auf den Bildschirm – ohne CAD-Know-how, in 3D, in Echtzeit und als bewegte Bilder. Neben dem Visualisierungs-Modul Photo Tuning, dem Ausgabe-Modul Living Wall, dem Auswahl-Modul Spectrum gehört noch das Beratungs-Modul ViSoft Pad zur Produktpalette. Diese sensationelle Touchscreen-Lösung mit dem Apps-Charakter überzeugt durch spielerisch leichte Bedienung: Mit dem Finger den Raum auswählen, Fliesen, Sanitär-Objekte und Armaturen aussuchen, in den Raum rüberziehen. Fertig. Auf Fingerspitzen virtuell durch den geplanten Raum gehen, schwenken, zoomen, bewegen. Ein PoS-Instrument mit Charisma.

Rainer Nissler, Geschäftsführer ViSoft GmbH

## Impressum



**Baumarktwissen Band 25**  
**Bad, Sanitär, Wärme**  
Mai 2011  
ISSN 1436-7548

**Redaktion:** Klaus Mauelshagen, Horst Pieck (Layout)

**Redaktionsassistentz:** Sabine Katte, 0221 5497-324

**Anzeigenverkaufsleitung:** Verena Thiele, 0221 5497-362  
E-Mail: anz.baumarktmanager@rohn.de | 1

**Anzeigenassistentz:** Christina Steinruck, 0221 5497-343

**Anzeigenverwaltung:** Astrid Jüngst, 0221 5497-269

**Kundenservice:** Maike Braun, 0221 5497-291  
Fax: 0221 5497-349, E-Mail: service@rohn.de

**Bezugspreise:**  
Das 1. Exemplar kostenfrei über die Abo-Auflage.  
Jedes weitere Exemplar zum Abonnenten-Vorzugspreis von Euro 11,-,  
Einzelverkauf für Nicht-Abonnenten: Euro 16,-.

**Verlag:**  
Verlag Siegfried Rohn  
GmbH & Co. KG,  
Stolberger Straße 84, 50933 Köln  
Postfach 41 09 49, 50869 Köln,  
Telefon: 0221 5497400,  
Fax Redaktion: 0221 5497-278,  
Fax Anzeigen: 0221 5497-268,  
E-Mail: info@rohn.de  
Internet: www.baumarktmanager.de  
www.rohn.de

**Geschäftsführer:** Claus Albus, Dr. Christoph Müller

**Druck:** Grafisches Centrum Cuno, 39240 Calbe

Das Werk einschließlich seiner Texte ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und Verarbeitung in elektronischen Systemen.



Ein Unternehmen der Gruppe Rudolf Müller

# baumarktmanager. Macht.Vorsprung.



**baumarktmanager**  
EURO-Marketing der DIY-Branche  
Erscheint 12-mal jährlich.  
Jahresabo € 148,- inkl. MwSt. und Versand  
(Ausland € 176,-, Einzelheft € 16,50).

## Entscheidend für Ihren Erfolg:

- Umfangreiche Marktübersichten
- News und Trends aus der Branche
- Strategien und Kampagnen der Wettbewerber im In- und Ausland

**Direkt bestellen!** Per Fax: 0221 5497-349

**baufachmedien.de**  
DER ONLINE-SHOP FÜR BAUPROFIS

Fax: 0221 5497-349 • Telefon: 0221 5497-291 • [service@rohn.de](mailto:service@rohn.de) • [www.baufachmedien.de](http://www.baufachmedien.de)

Ja, schicken Sie mir die nächsten 2 Hefte **baumarktmanager** für nur € 11,50 inkl. MwSt. und Versand!

Als Dankeschön-Geschenk wünsche ich mir (bitte ankreuzen)

Edelstahl-Isolierkanne    Armbanduhr    Stahl-Taschen-Messer    USB-Karte

Wenn ich **baumarktmanager** nach den 2 Heften weiter beziehen möchte, brauche ich nichts weiter zu tun. Ich erhalte dann 12 Ausgaben pro Jahr zum Abo-Preis von z.Zt. € 148,- inkl. MwSt. und Versand (Ausland: € 176,-) und damit € 50,- günstiger als im Einzelheftkauf.

Ich kann das Jahres-Abo jederzeit zum Ende des Bezugszeitraums schriftlich abbestellen. Möchte ich die Zeitschrift nach den zwei Heften nicht weiter beziehen, kündige ich den Bezug innerhalb von 7 Tagen nach Erhalt des zweiten Heftes.

Preisirrtum und Änderungen vorbehalten. Preise inkl. MwSt. und Versand. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe [www.rudolf-mueller.de/agb.html](http://www.rudolf-mueller.de/agb.html).

### Geschäftsadresse:

Name/Vorname des Firmenansprechpartners

Firma

Straße

PLZ/Ort

Geschäfts-Telefon/Geschäfts-Telefax  
Alle gefetteten Felder sind Pflichtangaben.

Geschäfts-E-Mail

Ich bin damit einverstanden, dass mich die Unternehmen der Verlagsgruppe Rudolf Müller per Telefax und Telefon über ihre Zeitschriften, Bücher, CD-ROM/DVD, Online-Dienste und Veranstaltungen informieren. (bitte ankreuzen)

**Hinweise zum Datenschutz:** Sofern Sie uns keine weitergehende Einwilligung erteilen, werden wir Ihre persönlichen Daten verarbeiten und nutzen, um Ihre Bestellung abzuwickeln, Sie per Post und per E-Mail über unsere Fachmedienangebote sowie die anderer Unternehmen der Verlagsgruppe Rudolf Müller zu informieren. Der Verwendung und Übermittlung Ihrer Daten für Werbezwecke können Sie per Post an Verlag Siegfried Rohn, Stolberger Str. 84, 50933 Köln oder per E-Mail an [service@rudolf-mueller.de](mailto:service@rudolf-mueller.de) jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widersprechen. Dadurch entstehen Ihnen ausschließlich Übermittlungskosten nach den Basistarifen.

Datum, Unterschrift



**Verlag Siegfried Rohn  
GmbH & Co. KG**

Postfach 41 09 49 • 50869 Köln  
Telefon: 0221 5497-291  
Telefax: 0221 5497-349  
[service@rohn.de](mailto:service@rohn.de)  
[www.rohn.de](http://www.rohn.de)

1258