

PRESSEINFORMATION

Datum: 07.03.2019

Gute Grundlagen

VDS zur „ISH“: Verbraucher entscheiden / Stabiles Fundament für Badgeschäft / Studie: Großer Bad-Vorsprung / Dachverband: Dreifache Präsenz in Frankfurt / „Waterlounge“: Zwanglose Informationsdrehscheibe / Aktion Barrierefreies Bad: Wirtschaftsminister Altmaier neuer Schirmherr / „Pop up my Bathroom“ inszeniert Farben / „Werkstatt Bad“: Wie Assistenzsysteme die Handwerkerpraxis erleichtern / Franziska van Almsick „vor Ort“

Bonn – (vds) Nicht zum ersten Mal findet die „ISH“ in einer geopolitisch sehr angespannten Phase statt. 2019 sind die entsprechenden Turbulenzen im unmittelbaren Vorfeld der Leitmesse für „Water. Energy. Life.“ besonders heftig. Die „gefährliche Gemengelage“ etwa aus populistischen und protektionistischen Tendenzen, Handelskonflikten, Sanktionen und einem eventuell unregulierten Brexit sorgt auch oder gerade für erhebliche weltwirtschaftliche Skepsis. Mit Blick auf dieses Risikopotenzial dürfte sich die internationale Branchenmesse Mitte März als „wichtiges Stimmungsbarometer“ erweisen. Das prognostiziert die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS), betont aber zugleich, dass letztlich die Verbraucher mit ihrem realen Investitionsverhalten entscheiden. Das „professionelle Badgeschäft“ verfüge hier über ein stabiles Fundament und zudem über günstige Perspektiven. Daher könne es

der Branche zumindest in der Gesamtbetrachtung durchaus gelingen, 2019 das 10. Wachstumsjahr in Folge zu schaffen.

Nach Schätzungen von ifo, konnte die Sanitärbranche 2018 erneut ein Umsatzplus von nominal knapp 3 % auf 24,8 Mrd. Euro (nach 24,1 Mrd. Euro) verzeichnen. Die Verkaufserlöse im Inland seien daran mit 20,6 Mrd. Euro (20,1 Mrd. Euro) und die im Ausland mit 4,2 Mrd. Euro (4 Mrd. Euro) beteiligt. Allerdings müsse man die positive Gesamtbetrachtung durchaus differenzieren. Während z. B. das Fachhandwerk konstant hohe Auslastungszahlen und Auftragsreichweiten melde, habe etwa die Armaturenindustrie inzwischen sogar mit leichtem Gegenwind zu kämpfen. Dafür gebe es neben dem Fachkräftemangel noch eine Reihe weiterer Ursachen als Resultat „allgemeiner Marktveränderungen“. Aufgrund der zunehmenden weltpolitischen Unsicherheiten komme zudem mit Blick auf 2019 derzeit eine „gewisse konjunkturelle Skepsis“ auf.

Der letzten verfügbaren ifo Prognose zufolge könne die Branche 2019 immerhin mit einem leicht geringeren Wachstum von 2,7 % auf 25,6 Mrd. Euro rechnen, davon entfielen auf das Inland 21,3 Mrd. Euro und auf das Ausland 4,3 Mrd. Euro.

Positive Signale kommen u. a. von der aktuellen Marktforschung, meldet der Dachverband in seiner Messe-Vorschau. Dazu zähle eine vom Fachschriften-Verlag beauftragte Studie des Ipsos-Institutes. Sie erstreckte sich z. B. auf über 9 Mio. Eigenheimbesitzer in Deutschland, die bis 2020 in ihren Immobilien (größere) Renovierungen planen. Im Ausstattungsbereich behauptete danach das Bad – wie schon vor zwei Jahren – mit 38 % klar seine Position als Investitionsfavorit. Trotz eines deutlichen Anstiegs auf 27 % musste sich die Küche abgeschlagen mit Rang 2 begnügen. Laut der repräsentativen Erhebung brachten es die Nächstplatzierten (Rollläden / Jalousien 20 %, Innentüren 19 %) nur auf die Hälfte der Bad-Quote. Bei der Frage, welche Produkte die Renovierer konkret erwerben wollen, zeigte sich ein meist kräftiges Plus bei den einzelnen Werten. Für die Macher der Untersuchung resultiert daraus

ein noch stärkeres Interesse an kompletten Badmodernisierungen, informiert Jens J. Wischmann ergänzend.

Neues Konzept und neuer Schirmherr

In der Mainmetropole selbst zeige der Branchen- und zugleich Trägerverband der „ISH“ dreifach Flagge. So biete die knapp 200 Quadratmeter große „Waterlounge“ in Halle 3.1, an die sich im Übrigen die ZVSHK-Sonderschau „Pflegebad 2030“ direkt anschließe, interessierten Bad-Profis, Architekten, Planern, Designern und Medienvertretern wieder eine zwanglose Möglichkeit zum Austausch über aktuelle Trends und Entwicklungen. Dazu gehörten auch die Resultate einer neuen forsa-Studie, die aus Anlass der Messe initiiert worden sei und untersuche, wie die Bevölkerung heute zum Thema „Bad und Gesundheit“ stehe.

Den fachlichen Mittelpunkt in der „Waterlounge“ bilde zum einen die vertriebsstufenübergreifende Bad-Akademie. Für sie kündigt Wischmann ein neues Konzept an, über dessen Kernelemente man in Frankfurt ebenfalls informiere. Zum anderen gehe es um die „erfolgreiche Arbeit“ der Aktion Barrierefreies Bad (ABB). Wie fest sich die firmen- und produktunabhängige Initiative inzwischen auch in der Politik etabliert habe, unterstreiche die „jüngste und sehr erfreuliche Nachricht aus Berlin“: Mitte Januar übernahm Peter Altmaier die Schirmherrschaft über das Gemeinschaftsprojekt von VDS und ZVSHK. Im entsprechenden Schreiben des Bundeswirtschaftsministers hieß es u. a.: „Angesichts der demografischen Entwicklung in unserem Land stehen wir gemeinsam vor großen Herausforderungen, auf die wir in allen Bereichen angemessen reagieren müssen. Die Aufklärungskampagne ‚Aktion Barrierefreies Bad‘ ist dabei ein wichtiger Baustein, damit Bürgerinnen und Bürger sich kompetent informieren lassen und die vorausschauende Planung ihrer Bäder in die Hand nehmen können.“ Für die Branche bedeutet das laut Wischmann eine wichtige Bestätigung ihrer Seriosität und ihres Engagements.

Farben an die Macht

Die in Kooperation mit der Messegesellschaft realisierte und im Saal „Europa“ (Halle 4.0) gezeigte Inszenierung „Pop up my Bathroom“ zähle auch zu den konstanten Eckpfeilern der VDS-Beteiligung. Das Trendforum beschäftigte sich 2019 mit der (neuen) Bedeutung von Farben im Bad. Es lasse sich dabei von der Erkenntnis leiten, dass Lifestyle-Bäder zunehmend durch Vielfarbigkeit geprägt sind. Folgerichtig machten die Initiatoren 12 Farbtrends aus, die die lange Weiß-Dominanz beenden oder zumindest verringern sollen.

Um welche Tendenzen es sich genau handele und wie Farben Planung, Gestaltung und Ausstattung individueller Bäder bestimmten, erlebten die Besucher in der „Colour Selection“. Mut zur Farbe löst, so die Prognose, minimalistische Zurückhaltung als Signal für Eleganz und Designbewusstsein ab. Passend zum zentralen Thema gebe es parallel ein Vortragsprogramm mit in- und ausländischen Experten. Vertiefende Infos liefere die spezielle Website www.pop-up-my-bathroom.de.

Assistenzsysteme für die Baustelle

Völlig andere Ziele verfolge die von der VDS ebenfalls wieder verantwortete „Werkstatt Bad“. Sie soll wie schon 2017 gerade den Profis aus dem Fachhandwerk konkreten Nutzen verschaffen. Während die Plattform zur Premiere vor zwei Jahren die rationelle Montage durch Vorfertigung in den Fokus rückte, demonstriere sie diesmal am Beispiel der Badsanierung, wie physische und kognitive Assistenz- und Unterstützungssysteme die Baustellenarbeit des Handwerkers optimieren und erleichtern können.

Erste Praxisansätze durch Exoskelette (physisch) und VR-/AR-Systeme (kognitiv) präsentieren und vermitteln die Projektbeteiligten in Halle 4.2. Ermöglicht werde die Durchführung durch mehrere Kooperationspartner. Neben der Messe Frankfurt und dem ZVSHK nennt Wischmann die Sponsoren Geberit und Kermi. Ferner sei den Firmen TillerStack (Datenbrillen) und exoIQ (Exoskelette) zusammen

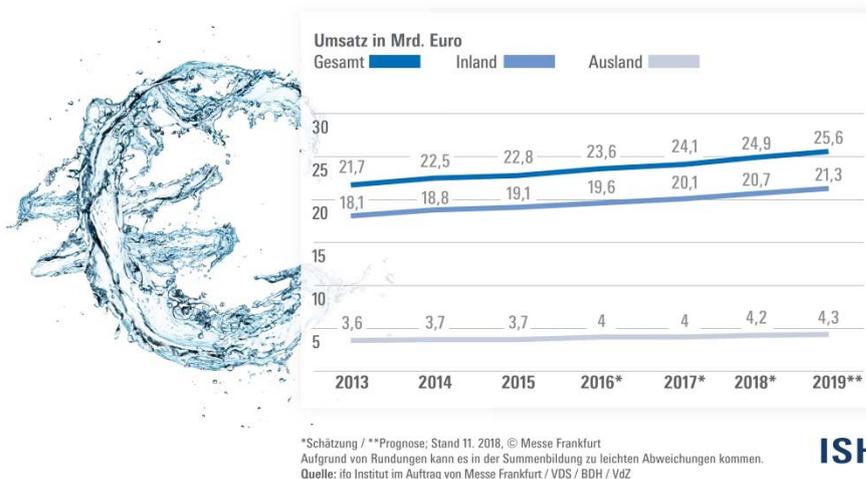
mit der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg für ihre Unterstützung zu danken. Auf Basis der Messe-Reaktionen und -Erfahrungen wolle man dann die realen Marktchancen derartiger Systeme ausloten.

Prominenter und medialer Einsatz

Last but not least verdiene natürlich auch der Besuch von Franziska van Almsick besondere Erwähnung. Am 13. März sei die populäre Badbotschafterin „vor Ort“. Für ihren ganztägigen Aufenthalt sähen die Planungen gegenwärtig Interviews, Fotoaufnahmen und einen selektiven Messerundgang vor – flankierende Öffentlichkeitsarbeit inklusive.

Bildunterschriften

Kontinuierlicher Anstieg: Umsatzprognose für die Sanitärbranche.



Das „professionelle Badgeschäft“ verfügt über ein stabiles Fundament und zudem über günstige Perspektiven. Daher könne es der Branche zumindest in der Gesamtbetrachtung durchaus gelingen, 2019 das 10. Wachstumsjahr in Folge zu schaffen.

Foto: Messe Frankfurt/VDS



Ihr umfassendes Leistungs- und Aktivitätenprogramm für die Branche will die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) auch während der „ISH“ transparent machen. Ein Forum dafür ist die knapp 200 Quadratmeter große „Waterlounge“ in Halle 3.1. In zwangloser Atmosphäre informiere man hier u. a. über ein neues Konzept der Fortbildungseinrichtung Bad-Akademie und die „erfolgreiche Arbeit“ der Aktion Barrierefreies Bad (ABB). Für Letztere übernahm Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier Mitte Januar 2019 die Schirmherrschaft.

Foto: Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS)

Bild 4728



Die im Saal „Europa“ (Halle 4.0) gezeigte Inszenierung „Pop up my Bathroom“ gehört erneut zu den zentralen Elementen der „ISH“-

Beteiligung der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). Das Forum beschäftigt sich 2019 mit der (neuen) Bedeutung von Farben im Bad und hat dafür 12 Farbtrends identifiziert. Ihre Umsetzung erfolgt in der Mainmetropole in der „Colour Selection“.

Foto: Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) / Messe Frankfurt Exhibition GmbH _____ Bild 4730

Hinweis an die Redaktion: Der Text und die folgenden Bildunterschriften sind als Word-Datei im Pressebereich von www.sanitaerwirtschaft.de im Download verfügbar.

Die Grafik „Kontinuierlicher Anstieg“ kann unter <https://ish.messefrankfurt.com/frankfurt/de/presse/pressemeldungen/ish/aktualisierte-branchendaten-presse.html> heruntergeladen werden.

Weitere Fotos und Texte zum Trendforum Pop-up-my-bathroom unter <http://www.pop-up-my-bathroom.de/de/press/press.html#/>

Herausgeber: Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e. V. (VDS), Rheinweg 24, 53113 Bonn, Telefon 02 28/92 39 99 30, Telefax 02 28/92 39 99 33, E-Mail info@sanitaerwirtschaft.de