



Dietrich W. Thielenhaus

Für die SHK-Report-Leser nimmt der Autor, im Hauptberuf geschäftsführender Gesellschafter der seit 1986 in der SHK-Branche erfolgreichen Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (Wuppertal), in seiner regelmäßigen Kolumne „KLARTEXT“ aktuelle Themen, Probleme und Herausforderungen auf's Korn.

Gute Zeiten

Das ifo-Institut hat im Juni seine Wachstums-Prognose für 2014 auf 2 % angehoben. Die Arbeitslosigkeit werde auf 6,7 % zurückgehen. Bei den Verbraucherpreisen wird mit einem Anstieg um 1,1 % gerechnet. Als ein Motor der Wirtschaftsleistung erweisen sich die Bau-Investitionen, die 2014 um 3,8 % und 2015 um 3,3 % zulegen sollen. Optimistisch stimmen auch die Wohnungsbaugenehmigungen, die im ersten Quartal 2014 – gegenüber dem Vorjahreszeitraum – um 15 % gestiegen sind. Insgesamt sind 63.900 neue Wohnungen genehmigt worden. Vor allem im Mehrfamilienhausbereich wird eine boomartige Erhöhung um 22,5 % gemeldet.

Kaufkraft und Konsumverhalten

Das Kaufverhalten der privaten Haushalte wird durch die realen Kaufkraftsteigerungen und die Niedrigpreispolitik der EZB beflügelt. Im Juni kletterte das Konsumklima laut GfK auf den höchsten Wert seit Dezember 2006. Das Geldvermögen der Deutschen ist 2013 auf einen Rekordwert von rund 5,2 Billionen Euro gestiegen. Unter Einbeziehung der Immobilien summiert sich das Gesamtvermögen auf über 10 Billionen Euro. Darin nicht enthalten sind mobile Werte wie Autos, Schmuck oder Antiquitäten. Die Deutschen neigen dazu, ihr Geld eher auszugeben als es zu Minimal-Zinsen bei Banken anzulegen. Vor allem Sachwertinvestitionen in eigene Häuser und Wohnungen, die zugleich die persönliche Lebensqualität verbessern, gewinnen weiter an Bedeutung. Die hohe Auslastung der Kapazitäten im Fachhandwerk schafft Planungssicherheit und Spielräume für moderate Preisanpassungen. Und die niedrigen Kredithürden seitens der Banken erleichtern fremdfinanzierte Investitionen in die eigenen Betriebe.

Altengerechte Bäder: Prognosen und Perspektiven

Die altersgerechte Ausstattung von Wohnungen rückt in der Immobilienwirtschaft ganz oben auf die Agenda. Neuen Untersuchungen zufolge fehlen hierzulande bis 2020 rund 2,5 Mio. entsprechend ausgestattete Wohnungen. Derzeit – so das Kuratorium Deutsche Altenhilfe (KDA) – verfügen nur 5 % der insgesamt 11 Mio. Seniorenhaushalte über barrierefreie Wohnumfelder. Und das Pestel-Institut hat ermittelt, dass der Anteil der Pflegebedürftigen an der Gesamtbevölkerung bis 2035 von 2,9 auf 4,5 % zunehmen wird. Die daraus resultierende Zahl von dann 3,5 Mio. Menschen werde bis 2050 auf 4 Mio. steigen. Der Sanitärwirtschaft eröffnet sich hier ein interessanter Zukunftsmarkt. Der stark ausgeprägte Wunsch älterer Menschen, möglichst lange in den vertrauten vier Wänden zu bleiben, sichert eine stabile Nachfrage nach barrierefreien Problemlösungen. Vor allem die älteren Inhaber von Einfamilienhäusern und Eigentumswohnungen verfügen über eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraft, um ihre Badezimmer auf den neuesten Stand bei Komfort und Sicherheit bringen zu lassen. Häufig werden auch nicht mehr genutzte Räume wie ehemalige Kinderzimmer zu Zweitbädern und Gäste-WCs umfunktioniert. Oft mangelt es aber bei den Senioren noch an Aufklärung über das heute Mögliche und technisch Machbare. Hier ist vor allem das örtliche Sanitärhandwerk gefordert, um mit kompetenter Verbraucherberatung den gewaltigen latenten Nachholbedarf zu konkreten Modernisierungsaufträgen werden zu lassen. Aber auch im Mietwoh-

nungssektor bestehen erhebliche Potenziale. So will der größte Wohnungskonzern, die Deutsche Annington Immobilien SE, der rund 210.000 Wohnungen gehören, noch in diesem Jahr 1.300 leer stehende Einheiten altengerecht umbauen. Dabei sollen pro Wohnung bis zu 12.000 Euro investiert werden.

Hotel-Boom: über 480.000 neue Luxusbäder weltweit

Der internationale Hotelmarkt boomt. Über 1.900 neue Top-Hotels mit 480.000 Zimmern sollen 2014 weltweit eröffnet werden, 583 davon in Europa. Allein in diesem Jahr sind weltweit folglich über 480.000 neue Luxus-Badezimmer mit hochwertigen Design-Produkten auszustatten. Aber auch der deutsche Hotelmarkt bleibt auf Wachstumskurs. So ist die Zahl der Übernachtungen 2013 – zum vierten Mal in Folge – auf nun 411,8 Mio. gestiegen. Auch für das laufende Geschäftsjahr zeigt sich die große Mehrheit der über 34.400 Hotels optimistisch. Vor diesem Hintergrund dürfte die Investitionsbereitschaft in Neubau und Modernisierung weiter zunehmen. Das gilt auch für den unteren Preisbereich der Budget-Hotels. Hier sind in Deutschland derzeit 54 neue Häuser in Bau. Die fünf führenden Budget-Ketten betreiben hierzulande insgesamt schon über 250 Hotels. Generell gewinnt der Zustand von Hotelbädern, Wasch- und Toilettenräumen immer mehr an Bedeutung. Die sanitäre Ausstattungsqualität zählt für Hotels mittlerweile zu den wichtigsten Kriterien für Auslastung und Gästebindung. Wachstumsorientierte Betriebe setzen daher verstärkt auf hochwertiges Badambiente. Die barrierefreie Badausstattung rückt ebenfalls in den Focus. Auch wegen der in Hotels relativ kurzen Renovierungszyklen eröffnet sich hier für die Sanitärbranche ein außerordentlich interessantes Tätigkeitsfeld. Den Herstellern ist zu empfehlen, Netzwerke und Kooperationen mit spezialisierten SHK-Handwerksbetrieben sowie Architekten und Fachplanern auf- bzw. auszubauen. Außerdem ist die Entwicklung „maßgeschneiderter“ Marketing-Strategien ratsam, die die Hotel-Entscheider zielgruppengerecht ansprechen und eine langfristige Markenbindung aufbauen.

„Europa wird rot“

Nur kurz nach den Europa-Wahlen haben die sozialistischen und sozialdemokratischen Regierungen in Europa eine neue Initiative gestartet, um den Stabilitätspakt und damit Merkels (relativen) Sparkurs aufzuweichen und auszuhebeln. Insbesondere die notorischen Schuldenmacher-Regierungen Frankreichs und Italiens, die sich dem Reformdruck bisher weitestgehend verweigert haben, machen sich in einer unheiligen Allianz mit dem SPD-Vorsitzenden dafür stark, die Stabilitätskriterien „flexibel“ auszulegen, also den jeweiligen nationalen Regierungsinteressen der Schuldenländer nach Belieben unterzuordnen. Politisch verkauft werden soll dieser Paradigmenwechsel mit der irreführenden Scheinalternative „Wachsen statt Sparen“. Der deutsche Wirtschaftsminister konterkariert seine Behauptung, „für mehr Ehrlichkeit in der Debatte“ einzutreten, mit dem originellen Vorschlag, die durch Reformpolitik entstehenden Kosten nicht auf die Defizite anzurechnen. Mit anderen Worten: Kreative Buchführung soll die Realitäten vernebeln, zusätzliche Freiräume für noch höhere Staatsschulden schaffen und strukturelle Reformen auf Lippenbekenntnisse reduzieren. Man will flexibel und großzügig sein, solange Deutschland für die finanziellen Konsequenzen haftet. Die „Wirtschaftswoche“ titelt: „Europa wird rot“.