

sanitärjournal

Fachmagazin für BAD-Design und SHK-Systemtechniken

Palme setzt auf Innovationen, Fertigungstiefe und hohe Qualität

Die Badsanierung gerade im gehobenen Preissegment ist für das SHK-Fachhandwerk schon seit Jahren der entscheidende Umsatzträger. Entsprechend hart ist der Wettbewerb unter den Herstellern. Als Markenanbieter setzt sich der österreichische Duschenspezialist **Palme** vor allem durch seine Innovationen und den gehobenen Qualitätsanspruch ab – und kann sich seinerseits über entsprechende Umsatzzuwächse im zweistelligen Prozentbereich freuen.



Material beherrschen und mit höchster Fertigungspräzision in eine neue Ästhetik bringen – das ist Palme mit den geschwungenen „Curve“-Duschen zweifellos gelungen... (Fotos: Hersteller)

Der Markt für Duschen im Allgemeinen und für bodengleiche im Besonderen boomt. In den vergangenen zehn Jahren ist allein der Anteil der Letztgenannten in Deutschland um fast 250 (!) Prozent gestiegen. Weitere 17,7 Millionen Erstbäder warten außerdem noch auf eine Grundrenovierung, hat die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) 2017 in einer Grundlagenstudie festgestellt – und die meisten davon dürften in der Folge des demografischen

Wandels ebenfalls zumindest schwellenarm mit einer Dusche ausgestattet werden.

Da wundert es den geneigten Betrachter nicht, dass derartige Marktpotenziale Begehrlichkeiten wecken. Zum einen auf der Herstellerseite, die zunehmend durch den Glaser vor Ort unter Druck gerät: Getreu der Devise „Das bisschen Glas-Trennwand können wir auch“ wird frohgemut als Duschtrennung ge-



Oben: Der Firmensitz von Palme ist nach wie vor in Taufkirchen an der Pram, am Gründungsstandort. Dort befindet sich auch die rund 15.000 m² große Fertigung.

Rechts oben: Der Philosophie des Komplettanbieters hochwertiger Duschen folgend, deckt Palme das gesamte Sortiment an freistehenden, über Eck oder in einer Nische montierten Duschwänden ab. Hinzu kommen die unterschiedlichsten Duscharten für die Montage auf dem Wannrand. So werden aus Trends Wohnwelten für eine anspruchsvolle Klientel.

Rechts unten: Mit den Raumtrennwänden gibt Palme dem Trend Vorschub, Wohnbereiche zu separieren, ohne sie zu trennen. „Sie ziehen sanfte Grenzen, wo sie erforderlich sind und gewähren dezente Einblicke, wo sie erwünscht sind“, so der Hersteller. Komfort-Highlights wie beispielsweise besonders sanfte Laufruhe sind das Add-on im Kundengespräch.

setzt, was das eigene Lager (und der einschlägige Zubehörhandel hergeben). Der Kunde ist König, und sei sein Wunsch noch so margenschwach, und die über Jahrzehnte gewachsene Kernkompetenz, Expertise und Spezialisierung der etablierten Dusch-Hersteller wird bekanntlich ohnehin völlig überschätzt. *Ironiemodus aus*...

Zum anderen gerät der Duschen-Markt durch Verschiebungen auf der Vertriebschene unter Druck. Der sogenannte Distanzhandel (vulgo: Versandhandel, noch simpler: Amazon) bringt es mittlerweile auf etwa 13 Prozent Marktanteil. Wobei das große „Aber“ aber gleich hinterher kommt: Bei den meisten Kunden (> 68 Prozent; Quelle: Titze) sind mehr denn je (~ + 5 Proz. p.a.) hochwertige Echtglas-Duschen der Favorit – und die entziehen sich schon material- und damit gewichtsbedingt weitestgehend dem Versandhandel...

Marken-Hersteller wie Palme, die sich „mit Leidenschaft für erstklassigen Kom-

fort und Liebe zum Detail“ auf die Entwicklung und Herstellung hochwertiger Duschoasen fokussieren, hören so etwas natürlich mit Freude, nehmen andererseits aber auch die Marktverschiebungen speziell hin zum Glaser vor Ort ausgesprochen ernst, so Christoph **Lang**, Marketingleiter bei Palme: „Besonders im Objektgeschäft, das naturgemäß unter Preisdruck steht, ist dieser Wettbewerb mittlerweile nicht mehr zu unterschätzen.“ Die denkbare Konsequenz daraus, über seriengefertigte Massensware Umsatz zu machen, ist für den mittelständischen Hersteller aus Österreich aber keine Lösung: „Das widerspricht sowohl unserem Selbstverständnis als Marken-Hersteller mit komplett eigener Fertigung am Standort Taufkirchen wie unserem generellen Qualitätsanspruch“, so Lang.

Nähe zum Kunden entscheidend

Statt sich auf „Preisdumping“ und „me too“-Produkte einzulassen, setzt Palme daher in der Entwicklung der sogenannten Duschoasen mehr denn je auf die



eigene Innovationskraft. Mittlerweile hält das familiengeführte Unternehmen fast drei Dutzend Patent- und Gebrauchsmuster, die „überwiegend im engen Dialog mit unseren Kunden entstanden sind“, sagt Christoph Lang und leitet damit auf eine weitere Stärke über, durch die sich Palme im Markt profiliert: die intensive Marktnähe, die sich nicht zuletzt durch eine bundesweit flächendeckend arbeitende Servicemannschaft ausdrückt. Die sieht sich ausdrücklich nicht als Konkurrenz, sondern vielmehr als „verlängerter Arm“ des Fachhandwerks und unterstützt diesen vom Aufmaß bis zur Montage der dreistufig vertriebenen Echtglasduschen. Das schon seit Jahren mit einem anhaltenden Auftragsboom lebende Fachhandwerk wird so ganz konkret entlastet. Zudem trägt der Herstellerservice zur „Schmerzminderung“ bei, denn gerade die kundenspezifisch produzierten Duschlösungen erfordern vom Aufmaß bis zur Montage ein Höchstmaß an Präzision und Fachkenntnis: „Und genau das stellen wir dem Fachhandwerk gerne unterstützend zur Verfügung“, so Lang.

Auf Wunsch bringen Palme Duschoasen sogar die Magie des Lichts in das Badezimmer: Für die vertikale Beleuchtung an der Seite beispielsweise mit den „Vario“-Schienen, in die LED-Lichter integriert sind. Bei ausgewählten Duschoasen mit LED-Beleuchtung kann auch der Querbügel für magische Lichteffekte sorgen.



Maßarbeit im eigenen Haus

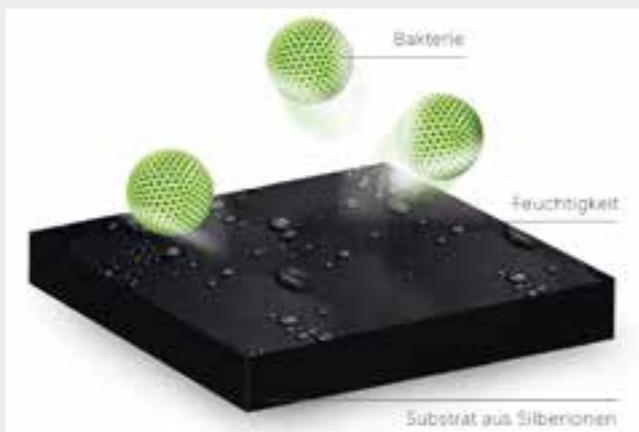
Jeder Support vor Ort kann aber letztlich nur so gut sein, wie es das Produkt als solches hergibt. Palme setzt daher schon seit Jahren auf eine sehr weitgehende Fertigungstiefe im eigenen Haus, beispielsweise bei den Aluminiumprofilen. Zur Wandbefestigung oder als Schwallschiene zum Aufsetzen auf superflachen Duschtassen. Die gesamte Bearbeitung erfolgt bei Palme inhouse, bis hin zum Eloxieren oder Pulverbeschichten. So ist ein konstant hohes Qualitätsniveau bei Einhaltung engster Toleranzen, zugleich aber auch einem Maximum an Flexibilität in der Fertigung gewährleistet.

Ähnliches gilt für die von ausgewählten Zulieferern just in time beigeestellten 4 bis 8 mm-Sicherheitsgläser. Mehr als die Hälfte davon ist Maßarbeit, das Lieferspektrum umfasst neun verschiedene Tönungen. Christoph Lang: „Damit gibt es kaum einen Kundenwunsch, den wir nicht erfüllen könnten.“ Mittlerweile sogar bis hin zur elegant geschwungenen Duschwand: Die „Palme Walk-in Curve“ oder die „Aprejo Curve“ sorgen mit einem vertikalen 80 mm-Radius für eine ganz neue Duschästhetik, die sich durch Eleganz und Leichtigkeit auszeichnet. Das zu realisieren, setzt aber wiederum tiefe Materialkenntnis und ein perfektes Beherrschen der Fertigungsverfahren voraus – womit man wieder beim beschriebenen Palme-Selbstverständnis wäre...

Die Zukunft wird bunt

Entsprechend offen ist Christoph Lang, wenn man ihn nach den Perspektiven für die Palme-Duschoasen fragt: „Zur Zeit“, sagt der Duschenspezialist, „wird der deutschsprachige Markt noch von sehr reduzierten Duschlösungen dominiert. 95 Prozent unserer Duschen werden beispielsweise mit verchromten Beschlägen ausgeliefert. Als einer der wesentlichen Player im Markt, der Trends aktiv mitgestaltet, schauen wir mit unseren Designern jedoch auch immer über den ‚Tellerand‘ hinaus, beispielsweise nach Italien.“ Und von da kommen, die Messen in Mailand und Bologna haben es gezeigt, eindeutige (Farb)Signale: Das Bad wird zum Wohnraum, und damit sind Farben wie Kupfer (besonders aktuell!) und Anthrazit,

PALME ALS INNOVATIONSSCHMIEDE



Für besondere Hygieneanforderungen hat Palme ein spezielles Beschichtungsverfahren entwickelt, das keimtötend wirkt.

Palme hat eine lange Historie. Die Wurzeln reichen familiengeschichtlich gesehen bis zu einer in den 50er-Jahren gegründeten Schlosserei mit Reparaturwerkstätte für landwirtschaftliche Geräte zurück. Die erste Duschtrennung aber verließ 1972 das Werk in Taufkirchen, heute noch Unternehmenssitz des Markenherstellers. Seit 1992 gibt es ein Tochterunternehmen in Deutschland, in Neuhaus am Inn. Aktuell beschäftigt Palme rund 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diese mittelständische Struktur mit einer ausgeprägten Nähe zu jedem einzelnen Produkt ist eine wesentliche Basis für die zahlreichen Palme-Innovationen, die die Duschoasen im harten Wettbewerbsumfeld unverwechselbar machen. Dazu gehören beispielsweise spezielle Magnetbeschläge oder Federkörper, um Dusch-Schiebewände einfacher von der Führung zu lösen und

so besser reinigen zu können. Mehr Reinigungsfreundlichkeit bietet auch die „Palme.nano“-Spezialbeschichtung der Gläser, die das Wasser abperlen und Ablagerungen wie Kalk etc. nicht in die Glasoberfläche eindringen lässt. So ist nicht nur bester Schutz, sondern auch ein besonders hoher Hygienefaktor möglich.

Wer noch mehr Hygiene möchte, für den bietet Palme für die Duschprofile die Beschichtung „PALM.care“. Als permanenter Materialbestandteil verhindert „PALM.care“ nach Herstellerangaben durch eine spezielle Wirkstoffkombination und mit Hilfe von Silberionen das Wachstum von Bakterien und Pilzen auf der Profil-Oberfläche. Die starke Keimvermehrung zwischen den Reinigungszyklen werde somit unterbunden.

www.palme.com

künftig aber auch Rot, Gelb und Violett auch für die Dusche mehr als salonfähig.

Christoph Lang: „Das geht bis hin zu entsprechend bedruckten Alu-Dibond-Rückwänden für die Duschen oder eingefärbten Duschwänden. Ein Highlight ist hier im Moment Mokka. Es wird auf jeden Fall bunter im Bad, das steht fest.“

Der zweite Trend: Das Bad, die Dusche wird „vollständiger“. Palme liefert auf Wunsch beispielsweise zur Duschabtrennung passend gleich die abgestimmten Wandverkleidungen aus 6 mm-Alu-Dibondplatten. Das ist eine ideale Lösung für Renovierungen, wenn das Bad gewissermaßen minimalinvasiv einen komplett neuen Look bekommen soll, denn die maßgenau gefertigten Platten kön-



Perfektion bis ins Detail, mit abgesicherter Qualität dank eigener Fertigung – das zeichnet Palme Duschen aus, hier die neue Schwall-schiene.

nen direkt auf den gereinigten Altfliesen angebracht werden. Ebenfalls neu: Ablagemöglichkeiten, die auf die Dusche abgestimmt sind und gleich mitgeordnet werden können.

In der Summe sieht sich Palme mit dieser strategischen Ausrichtung für die entscheidenden Marktentwicklungen der kommenden Jahre bestens gerüstet, so Lang: „Als Qualitätsanbieter mit eigener Fertigung haben wir zum einen genug Alleinstellungsmerkmale, um uns schon

im ersten Kundengespräch vom Wettbewerb abzusetzen. Zum anderen gibt es auch im Objektgeschäft einen Trend zur höherwertigen Ausstattung, die wir mit einem speziell darauf abgestimmten Sortiment von Alu-Dibond-Duschwänden bis hin zu Raum- und Sanitärrennwänden ebenfalls hervorragend bedienen können.“ Aber das ist wieder eine ganz andere Geschichte, die rund um das Thema Markt-Diversifikation und Risikostreuung noch einmal gesondert zu erzählen wäre... ■