

Die Vision: ein ganzheitliches Baderlebnis durch aufeinander abgestimmte Wassererlebnisse, innovative Strahlarten, sowie Licht, Duft und Musik kreieren. In einem „Future Bath Innovation Circle“ hat das Armaturenhersteller Hansa visualisiert.



Foto: Hansa Armaturen



Traditionell punktet die Frankfurter Sanitärmesse hinsichtlich der Standgestaltung mit architektonischen Standgestaltungen, die einer Designmesse durchaus angemessen wären. Damit sollen auch Themenschwerpunkte visualisiert werden, so wie links auf dem Kaldewei-Messestand die Nachhaltigkeit. In der Festhalle, wo sich unter anderem die Unternehmen Villeroy & Boch und Hansgrohe präsentieren, sorgt ein riesiger Wasserfall für die Verbindung.



Foto: Messe Frankfurt

# ISH 2019: Sanitäre Zukunftsvisionen als Messe-Leitthema

Wenn die Frankfurter Messgesellschaft gemeinsam mit den einschlägigen Berufsverbänden zum Schaulaufen der Branchen Sanitär, Heizung und Klima die Tore zum inzwischen auf 275 000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfeld gewachsenen Messegelände für die ISH, die Messe für Wasser, Wärme, Klima, öffnet, scheint für eine Weile der Branchenalltag stillzustehen. Besonders für die Produktmanager der Hersteller ist die Frankfurter Megaschau, die sich sicher nicht ganz zu Unrecht als „Weltleitmesse“ betrachtet, ein absoluter Höhepunkt. Nur wenige Hersteller entziehen sich dieser Verlockung des Schaulaufens.

Das war auch in diesem Jahr vom 11. bis zum 15. März 2019 nicht anders. Doch verglichen mit dem Vorgängerevent 2017 gab es erkennbare Unterschiede. Zwar bot das um 5 Prozent gewachsene Ausstellungsgelände mehr Platz für Aussteller (2 532 gegenüber 2 482 Ausstellern zur ISH 2017), die Zahl der Besucher aber ließ sich damit aber nicht toppen. Mit rund 190 000 Besuchern (laut Schlussbericht der Veranstalter) kamen fast 5 Prozent weniger Schaulustige zum diesjährigen Hochamt der SHK-Branche (2017: 198 810). Gleichzeitig stieg aber der Anteil der Besucher aus

dem Ausland auf Kosten der deutschen Besucher auf fast 48 Prozent (2017: rund 40 Prozent). Einen ähnlichen Trend meldet die Messe für die Beteiligung ausländischer Hersteller: 66 Prozent gegenüber 64 Prozent vor zwei Jahren. Eine solche deutlich gesteigerte Internationalität hatte übrigens auch die Baufachmesse BAU 2019 im Januar gemeldet. Ist das deutsche Fachpublikum zunehmend messemüde? Die Veranstalter in München und Frankfurt freut es indes, lässt sich daraus doch eine zunehmende internationale Reputation ableiten. Und auch viele Hersteller haben nichts dagegen, weil nicht nur in

**Die ISH hat bewiesen, dass sie alle internationalen Branchenplayer vernetzt. Nur gemeinsam können so die politisch gesteckten Klimaschutzziele erreicht werden – natürlich im persönlichen Diskurs hier auf der ISH**  
**WOLFGANG MARZIN, VORSITZENDER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG DER MESSE FRANKFURT**

der SHK-Branche der Exportanteil deutscher Hersteller in der Regel überproportional hoch ist. Die besucherstärksten Länder waren laut Veranstalter-Bilanz China, Italien, Niederlande, Frankreich, Schweiz, Großbritannien, Polen, Belgien, Österreich und die Tschechische Republik. Industrie, Handel und Handwerk stellten die größten Besuchergruppen. Abgesehen von im Sektor Sanitär aktiven Innenarchitekten wurde die Berufsgruppe Architektur eher selten gesichtet, gleichwohl nicht viele der in Frankfurt angesprochenen Themen durchaus architekturrelevant sind. Aber traditionell ist die ISH ein Familientreffen des dreistufigen Vertriebswegs. Dafür aber gaben sich die Aussteller auch in diesem Jahr sehr viel Mühe mit expliziter Messestand-Architektur, die oftmals kaum noch verhältnismäßig war. Insbesondere in den „schönen“ Messehallen war Opulenz und Größe gewissermaßen Leitmotiv der Darstellung, also in jenen Hallen, wo es um sanitäre Bad-Gestaltung ging. Sie gehörten auch 2019 zu den Publikumsbeliebten, in denen es zeitweise schwierig war, zügig durch die Gänge zu eilen. In dem Bereich,

dem die Veranstalter den Titel „Water“ gaben, war man in der Tat um Schönheit bemüht. Extravagantes und Utopisches gaben sich die Klinke in die Hand, währenddessen über allem der „Hashtag“ Digitalisierung schwebt. Obwohl zugegebenerweise dieser „#“ in diesem Zusammenhang nicht im Sinne der Erfinder ist. Allerdings hat sich das Doppelkreuz mittlerweile aus der Begrenzung der sozialen Medien befreit und taucht als Modebegriff überall dort auf, wo es um die Betonung eines Schlagwortes geht. Und auch an einem anderen Schlagwort kam man bei zahlreichen Ausstellern kaum vorbei: die Zukunft des Badezimmers, natürlich eng verknüpft mit der Digitalisierung. Selten wurde der Besucher so häufig mit Visionen, Prototypen oder Zukunfts-Szenarien konfrontiert wie an diesen fünf Tagen Messebetrieb. Dazu zählten auch jene Szenarien, die zwar serienreif sind, aber für das Bad eines Normalsterblichen weder erschwinglich noch praktikabel sind. Der Blick in die sanitäre Glaskugel verschleierte allzu oft das Gewöhnliche. Aber das kennt man ja, zumal

## Die Zukunft des Badezimmers und die Digitalisierung sind unzertrennlich

Als Synonym für ein weiteres Messethema: Die Sanitärhersteller haben die Farbe wiederentdeckt. Hier plakativ dargestellt auf dem Dornbracht Messestand.



Foto: SH Messe Frankfurt, Jürgen Kattmann, Axel Burgard, VDL, Villeroy&Boch, Sprinz

Sogar Armaturenhersteller Jörger, sonst eher bekannt für klassisches Design, lehnt sich farblich und grafisch weit aus dem Fenster. Hier mit der neuen Armaturenlinie „Exal“.



Eine Dusche in 17 Farben, 20 Abmessungen, drei Oberflächen und mit fünf Designblenden bietet rund 5000 Möglichkeiten für eine individuelle Badplanung verspricht Kaldewei in Verbindung mit seiner Duschfläche „Nexsys“.



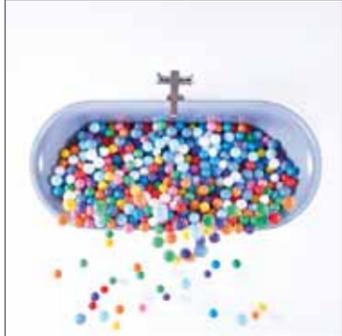
Schwarz-weiß-Kontraste in möglichst futuristischen Ambiente war auf vielen Messeständen die Devise. Hier zum Beispiel die Cisal-Armaturenserie „Vita“ von dem US-amerikanischen Designer Karim Rashid, die an die Silhouetten eines Zweiges oder Bambusrohrs erinnern soll.



Nicht nur farbig, sondern auch transparent: Designer Stefan Diez hat für Burgbad das klassische Badmöbelkonzept ausinandergenommen, neu zusammengesetzt und an die Wand gehängt. Das Programm ist aus Glas und nennt sich „rgb“.



Dass es künftig in unseren Badezimmern bunter zugeht, darin sind sich die meisten Fachleute einig. Ob es allerdings so bunt wird, wie die Aktion „Pop up my Bathroom“ es vorhersagt, scheint allerdings fraglich. 12 Farbtrends soll es geben.



Nicht nur Farbe, auch Bilder liegen in der Dusche im Trend. Hier bewegt man sich geradezu auf Wolken. Möglich macht es die ViPrint-Technologie für die keramischen Duschböden „Subway Infinity“ von Villeroy & Boch.



Echtglas-Duschabtrennungen kann jeder. Hier verbindet sich Sicherheitsglas mit beidseitigem Farb- und Motivdruck. Für die einen ist es Schamschutz, für andere Dekoration. Sprinz realisiert dafür auch eigene Motive.





Für die Startup-Aktion hatte die Messe das großzügige Areal der Galeria reserviert. Hier sorgten zahlreiche Veranstaltungen für lebendige Atmosphäre, wie das an zwei Tagen stattfindende „Speeddating“.  
(Fotos:VdZ e.V./Thilo Ross)



Neu im Frankfurter Messe-Programm war die Aktionsfläche „Start-up@ISH“, wo es indirekt auch um die sanitäre Zukunft ging. Hier versuchten junge Unternehmen Partner für ihre Ideen zu finden. Dazu unter anderem ein Luftentfeuchter, der die Luft im Bad entfeuchtet (Duschkraft, links), eine mit UV-C-Strahlung desinfizierte WC-Bürste (Schmidtem, rechts) oder der haarfreie Duschausschlag (Freilauf, unten).



Badkonzept „His & Hers“ für Aufsehen sorgte (siehe auch unseren separaten Beitrag). Insgesamt aber dominierte im Wesentlichen die Farbe Schwarz, besonders gerne als matte Oberfläche, als inzwischen schon fast eine traditionelle Farbkomponente im Badezimmer.

Aber auch das gehörte zum messedominanten Thema Zukunft: Erstmals präsentierten auf dem Sonderareal „Start-up@ISH“ innovative Start-ups im internationale Rampenlicht. Organisiert wurde es federführend von der VdZ (Spitzenverband der Gebäudetechnik) mit der Messe Frankfurt und weiteren Trägern der ISH. Leider etwas abseits gelegen, gab es hier etliche ansehnliche Ideen für Sanitär und Badezimmer, wie zum Beispiel einen Duschenentfeuchter, den haarfreien Duschausschlag oder die mit UV-C-Strahlung desinfizierte WC-Bürste.

Insgesamt 28 Start-ups waren auf dem Start-up@ISH-Areal mit einem eigenen Messestand vertreten und stellten ihre Ideen an fünf Messetagen potenziellen Geschäftspartnern, Investoren und Fachbesuchern vor. Ziel des Areals war es, junge Gründer und etablierte Unternehmen zusammenzubringen. Interaktive Veranstaltungsformate bildeten das Rahmenprogramm auf dem Sonderareal.

Von einer weniger schönen Seite des Messelebens berichtete auch in diesem Jahr wieder der Zoll. Wie schon 2017 waren auch auf der ISH 2019 15 Mitarbeiter des Hauptzollamts Darmstadt zwei Tage lang auf der Suche nach Plagiaten unterwegs. Insgesamt konnten sie 761 mutmaßliche Fälschungen von hochwertigen Armaturen, Pumpen und Brausen enttarnen. Diese stammten überwiegend aus China und vereinzelt aus der Türkei. Die Anzahl der Plagiate habe sich mehr als vervierfacht: Anlässlich der ISH 2017 hatte das Hauptzollamt Darmstadt noch 169 Fälschungen sichergestellt. Der Zollrundgang wird bereits seit 2007 auf der ISH durchgeführt. Initiiert wurde er vom VDMA Fachverband Armaturen.

Die nächste ISH findet vom 22. – 26.03.2021 in Frankfurt am Main statt.



761 mutmaßliche Fälschungen von Armaturen, Pumpen und Brausen entdeckte das Hauptzollamt Darmstadt bei seinem Messerundgang, viermal mehr als vor zwei Jahren.

Alle Informationen über Frankfurter Sanitärmesse ISH 2019: <https://ish.messefrankfurt.com/frankfurt/de.html>.

Hersteller der Produkte auf der Bildleiste unten: Jörger (blaue Armatur „Exal“: Jörger Armaturen GmbH, Seckenheimer Landstraße 270–280, 68163 Mannheim, [www.joerger.de](http://www.joerger.de));

Kaldewei (Duschflächen „Nexsys“: Kaldewei GmbH, Beckumer Straße 33-35, 59229 Ahlen, [www.kaldewei.com](http://www.kaldewei.com));

Cisal (schwarze Armaturen „Vita“: Cisal, Via Pietro Durio 160, 28010 Alzo di Pella (NO), [www.cisal.it](http://www.cisal.it));

Burgbad (Badmöbel „rgb“: Burgbad AG, Kirchplatz 10, 57392 Schmallenberg, <https://burgbad.de/de/>);

Villeroy & Boch (Duschboden „Subway Infinity“: Villeroy & Boch AG, Saaruferstraße, 66693 Mettlach, <https://www.villeroy-boch.de/>);

Sprinz (Duschabtrennungen: Joh. Sprinz GmbH & Co. KG (Haldenstraße 1, 88287 Grünkraut, <https://www.sprinz.eu/>).

Die gezeigten drei Start-up-Produkte sind der Duschenentfeuchter (Duschkraft GmbH, Werftstr. 20, 18057 Rostock, [www.duschkraft.de](http://www.duschkraft.de)), der haarfreie Duschausschlag (Freilauf GmbH & Co. KG, Im Landkapitel 12, 54498 Piesport, [www.frei-lauf.com](http://www.frei-lauf.com)) und die WC-Bürste (Schmidtem Design, Ansbacher Str.71, 10777 Berlin, [www.schmidtem.com](http://www.schmidtem.com))

Zur vollständigen Ausgabe 3.2019 als PDF zum Blättern

