

küche & bad

www.kuecheundbadforum.de

forum

BELEGEXEMPLAR
BITTE BEACHTEN SIE
SEITE 8

**Nachbericht
Herbstmessen
Neues aus der
Kaffee-Szene**



Oben: Die Preisträger des Publikumspreises. (Fotos: Waburek)

Rechts: Harald Schultes, Geschäftsführer der Initiative LifeCare, mit ein paar einführenden Worten zum Publikumspreis „BadWellnessInnovation des Jahres“



Initiative LifeCare: Publikumspreis verliehen

Am 15. September wurden die Gewinner des Publikumspreises „Bad&WellnessInnovation des Jahres“ im stimmungsvollen Ambiente des Münchener Rathauses ausgezeichnet.

Tosende Preiskämpfe, eine überbordende Angebotsfülle und eine hohe Vergleichbarkeit der Produkte – kein Zweifel, Konsumenten haben es

heutzutage nicht leicht, die richtige Kaufentscheidung im Waren-Wirrwarr zu treffen. Und so fragt sich mancher: Welche Artikel sind wirklich hochwertig, welche umweltverträglich? Eine Antwort liefert ein vielversprechender Ansatz, der den Konsumenten zum neutralen „Produkttempfeler“ erhebt und so eine wertvolle und glaubwürdige Orientierung im Produkte-Labyrinth liefert. Erfolgreich verfolgt wird dieser Ansatz beispielsweise von der Initiative LifeCare, einer unabhängigen

Initiative, die sich zum Ziel gesetzt hat, Endverbrauchern für die Kaufentscheidung eine konkrete Hilfestellung zu geben.

Das jüngste Projekt der Initiative: der Publikumspreis „Bad&WellnessInnovation des Jahres“, ausgerufen unter der Schirmherrschaft der Bundesministerin für Verbraucherschutz Ilse Aigner. Unternehmen der Sanitär- und Wellnessbranche hatten bis 11. Juni Gelegenheit, Produkte für den Award anzumelden. Im Blickpunkt der Jury standen bei der Bewertung für eine Nominierung vor allem die Kriterien Produktnutzen, Innovation, Ergonomie, Design und Ökologie. Dann waren die Verbraucher am Zug und konnten ihre Stimme abgeben. Aus allen nominierten Produkten bestimmten sie mittels Online-Befragung durch das renommierte Marktforschungsinstitut K&A BrandResearch die „ausgezeichneten Produkte“.

Das Signet, das die Gewinner auf ihren Produkten und auch bei Werbemaßnahmen einsetzen können, macht deutlich, für welche der vier Kriterien das Produkt ausgezeichnet wurde. Neben den Verbrauchern profitieren aber auch Handel und Hersteller von dem neuen Gütesiegel – ist es doch ein wirksames Instrument zur Verkaufsförderung und ein zusätzliches Argument für die Kundenansprache.

1.) Kategorie: Duschen und Baden

- Firma: HSK Duschkabinenbau KG
Produkt: „Showerpool“, ausgezeichnet für: Innovation, Ergonomie, Ökologie
- Firma: Villeroy & Boch AG
Produkt: Duschwanne „Squaro superflat“, ausgezeichnet für: Innovation, Produktnutzen, Design, Ergonomie, Ökologie

2.) Kategorie: Wellnesskonzepte

- Firma: Helo GmbH
Produkt: Sauna „Comfort“, ausgezeichnet für: Design, Ergonomie, Innovation

3.) Kategorie: Badmöbel

- Firma: Artiqua GmbH
Produkt: „Dimension 111“, ausgezeichnet für: Innovation, Produktnutzen, Design, Ergonomie, Ökologie

4.) Kategorie: Accessoires

- Firma: Decor Walther
Produkt: „Wood Spa Set“, ausgezeichnet für: Produktnutzen, Design, Ökologie
- Firma: Nicol Wohnbadausstattungs KG
Produkt: Massagelöffel, ausgezeichnet für: Ökologie, Produktnutzen

5.) Kategorie: Bad- und Sanitärkeramik

- Firma: Ceramica Catalano srl
Produkt: „Zero Star“, ausgezeichnet für: Produktnutzen, Design

6.) „Golden Award“: Testsieger über alle Kategorien

- Firma: Artwegger GmbH & Co. KG
Produkt: „Twinline 2“, ausgezeichnet für: Innovation, Produktnutzen, Design, Ergonomie, Ökologie

7.) Unternehmen des Jahres 2010: Sonderpreis für verantwortungsvolle Unternehmensführung

- Firma: Geberit International AG, ausgezeichnet für: Schonung von Ressourcen, Nachhaltigkeit