



„Pop up my Bathroom 2015“:

## Ein „Freibad“ für jede Wohnung

WER HÄTTE VOR 25 JAHREN GEDACHT, DASS DAS BAD IM RAUM-KANON EINER WOHNUNG EINE SOLCHE KARRIERE ERFAHREN WÜRD: VOM REINEN FUNKTIONSPRAUM ZUM LIFESTYLE-VORZEIGEBAD, VOM STIEFKIND DES ARCHITEKTEN ZUR PARADEROLLE FÜR DEN AMBITIONIERTEN BADPLANER.

Das Badezimmer wurde zum Aushängeschild des Hotelzimmers, des Hauses und inzwischen vielfach auch der ganz normalen Wohnung. Einziges Manko: die Planung tut sich extrem schwer, die Durchschnittsgröße diesem Anspruch anzugleichen. Gerade einmal acht Quadratmeter sind nicht gerade einer Paraderolle angemessen, Tendenz: gleichbleibend.

Und das, obwohl die gesamte Branche, vornehmlich jene, die sich dem Geschehen „vor der Wand“ im Bad widmet, alles daran setzt, diese Karriere weiter unter Volldampf zu halten. Nächsthöchste Gelegenheit dazu ist die Frankfurter Branchenmesse ISH (10. bis 14. März 2015), die alle zwei Jahre zwar auch großen Raum für die optisch weniger spektakulären Dinge der Sanitär-, Heizungs- und Klima-Szene bietet, deren unübersehbar visuelles Aushängeschild aber die „Erlebniswelt Bad“ geworden ist, wie das Messe-Segment offiziell heißt. Zu dessen Rädelsführer hat sich die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS), der Dachverband der deutschen Unternehmen im Bereich Bad und Sanitär mit ihren 10 Mitgliedsverbänden aus Industrie, Fachgroßhandel und Fachhandwerk, aufgeschwungen. In dieser geballten Macht sieht man eine große Chance, Trends zu formulieren, zu inszenieren und überhaupt zu initiieren. Da kommt eine Messe-Plattform wie die ISH mit ihren erwarteten über 180 000 Besuchern aus Handel und Handwerk gerade recht.

Aber auch VDS-Frontmann Jens J. Wischmann, seines Zeichens Geschäftsführer des Branchenverbandes, weiß nur zu gut, dass trotz aller Euphorie über die positive Entwicklung des Badezimmers viele Entwicklungen in der breiten Masse deutscher Bäder noch nicht so recht angekommen sind. Ein Badezimmer

### Wie wird ein acht Quadratmeter-Bad zum Lifestyle-Bad?

mer wird halt nicht „mal so eben“ renoviert, denn das, so die allgemeine Meinung, die sich im Übrigen in vielen Fällen mit Realität deckt, ist mit viel Aufwand und Dreck verbunden. Daran ändern auch nichts die durchaus kreativen Ideen der einschlägigen Industrie, die zum Beispiel mithilfe von Vorwandssystemen dem übermäßigen Baustellen-Schmutz und Staub Einhalt zu gebieten versuchen. Innovative Gestaltungskonzepte, Technologien, Materialien und Nutzungsangebote für ein Badezimmer, das das Leben nicht nur schöner, sondern auch leichter macht, gibt es weder staubfrei noch zum Nulltarif.

Auch wenn die immer wieder regelmäßig bemühten Statistiken nachweisen, dass die durchschnittliche Verweildauer im Badezimmer länger wird, viele halten sich nach wie vor im Wohnzimmer länger und auch lieber auf, also kommt hierhin die high-end Heimkino-Anlage für etliche tausend Euro, und das ganz ohne Schmutz. Erst wenn man feststellt, dass man mit 50 oder 60+ den Einstieg in die altherwürdige Dusche oder Badewanne nur noch mühsam schafft, kommen erste Zweifel an Investitionen an falscher Stelle.

Für Wischmann und sein Kreativ-Team steht entsprechend eine Menge Arbeit ins Haus, um nicht nur Möglichkeiten der modernen Badgestaltung zu kommunizieren, sondern auch das Bewusstsein in breiter Öffentlichkeit zu schärfen, dass ein komfortables Lifestyle-Bad für eine höhere Lebensqualität mindestens ebenso zuträglich ist wie eine Heimkino-Anlage im Wohnzimmer.

Aber wie bringt man das am besten und ein-drucksvollsten unter Volk? Erste Antworten stammen schon aus dem Jahr 2011, als VDS die Initiative „Pop

### Welche Entwicklungen und Trends sind für die nächsten Jahre noch zu erwarten?

up my Bathroom“ mit der Entwicklung so genannter „Konzept-Bäder“ auf Kiel legte. Denn, so der Gedanke, was in der Automobilbranche mit „Konzept-Autos“ für Aufmerksamkeit sorgt, könnte auch in dieser Branche nicht verkehrt sein. Es begann vergleichsweise harmlos mit drei unkonventionell arrangierten Badezimmer-Szenen. 2013 war man schon deutlich mutiger und verlies gewohnte Raum-Kulissen zugunsten der imaginären Bad-Szenarien „Bathroom Bubble“, „Busy Bathroom“ und „Bathroom (R)Evolution“ (SKS Ausgabe 1.2013).

Die Generation „Pop up my Bathroom 2015“ setzt jetzt ganz auf die Phantasie der Betrachter und nimmt ihn gewissermaßen mit ins „Freibad“, aber keineswegs im vermuteten wörtlichen Sinn, sondern eher im Sinn von Freiheit für neue Badkonzepte. Da mutet es schon ziemlich provokativ an, wenn die Bad-Szenerie für „Best Ager“ in einem Baumhaus ähnlichen „Klettergarten“ inszeniert wird mit Akteuren mit Helm und Klettergurt, während Singles ihre imaginäre Bad-Installation weit draußen auf einem See lediglich mit einem Ruderboot erreichen können.

### Konzept-Bäder sollen die Freiheit auch im Kopf herausfordern.

Vier Konzept-Bäder sollen die Freiheit auch im Kopf herausfordern, sich ein Bad, so es denn größer als acht Quadratmeter ist, völlig anders als „normal“ vorzustellen. Das fällt beim „Strandhaus“ für die Zielgruppe Familie noch vergleichsweise leicht, wobei für die Kids ein ausgedientes Schwimmbecken, angefüllt mit Rutsche, Klettergerüst und Unmengen Spielsachen, den Rahmen für ein Bad als „Erfahrungsraum“ und „Spaßraum“ bildet.

Nach Willen der Initiatoren sollen mit einer solchen provokativen Kampagne unter der Überschrift „Freibad“ Grenzen hinterfragt und womöglich eingerissen werden, Barrieren genauso wie scheinbar feste Nutzungskonzepte für das Bad. So sei die Idee von Freiheit im Bad ergonomisch, multifunktional und ästhetisch gesehen mehr als reine Barrierefreiheit. Inwieweit diese fast schon philosophische Rezeptur der eher handwerklich-praktisch strukturierten Besucherschar der Frankfurter Branchenmesse zugänglich gemacht werden kann, bleibt abzuwarten. Immerhin werden die vier Konzeptbäder auf dem Messegelände für eine Sonderschau nachgebaut.

### Freiheit im Bad ist mehr als reine Barrierefreiheit.

### Abenteuer: Kinder brauchen das Bad als Erfahrungsraum



Für Kinder ist das Badezimmer im Idealfall ein Spaßraum, in dem mit Wasser geplätscht und mit Gummieren, Fläschchen und Schwämmen herumgealbert wird, wo Mama einen abrubbelt und Papa nassgespritzt wird. Oft genug ist das Badezimmer für Kinder aber auch angstbehaftet, etwa aus Scheu vor dem Wasser, aus Schamgefühl beim Klo-Gang oder wegen des lästigen Zähneputzens.



Eine Atmosphäre der Geborgenheit hilft hier oft mehr als bunte Becher, und wenn mal was danebengeht, sollte das weder für die Kinder noch die Eltern zum Problem werden. Kinder brauchen vor allem Platz und Sicherheit. Doch sie wollen auch teilhaben an dem, was oberhalb ihrer Reichweite geschieht. Damit sie auch das Gefühl haben, dazuzugehören, brauchen sie Möbel, Klos und Waschbecken, die ihrer Größe entsprechen. Wo das nicht geht, sollten Hilfsmittel sie auf Augenhöhe bringen. Die Überhöhung dieser Anforderungen war Ausgangspunkt für dieses Konzeptbad.

### Familien brauchen Raum zur Improvisation



Wo mehrere Menschen zusammenleben, wird das Bad zum Ort der Kommunikation, erst recht, wenn es mehrere Generationen sind, die hier den Tag beginnen, Rituale erlernen und leben, sich umeinander kümmern und sich arrangieren müssen. Das sind in der Regel Paare oder Familien mit Kindern, aber auch Familien, die mit ihren pflegebedürftigen Angehörigen zusammenwohnen. In



geschäftigen Familien, in denen jeder seinem eigenen Leben nachgeht, sind Küche und Badezimmer oft die letzten Freiräume für gemeinsame Rituale, gelegentliches Zusammenfinden und der Ort, an dem der Tagesablauf oder Probleme besprochen werden. In einem solchen „Busy Bathroom“ müssen sanitäre Ausstattung und Möblierung vor allem Raum für Improvisation bieten. Hier zählt nicht so sehr das perfekte Styling, sondern die Toleranz von Raum und Bewohnern für das unvermeidliche Chaos.



### Ein Platz zum Träumen und Entspannen für Individualisten

Für die meisten alleinlebenden Badnutzer ist das Badezimmer ein Ort zum Sich-weg-Träumen, zum Sich-schön-Machen, zum energetischen In-den-Tag-Starten und abendlichen Runterkommen. Sie brauchen keine Rücksicht auf Bedürfnisse anderer zu nehmen. Dafür brauchen sie Raum für individuelle Noten: sportliche Fitness-Geräte oder Accessoires, eine Wand für selbstgemachte Bilder oder den vom Urlaubsstrand mitgebrachten Rettungsring, ein Regal für die Musikboxen, Tinkturen oder Blumentöpfe. Sie wollen Farbe im Bad, die sie nach Lust und Laune wechseln können, modische Accessoires und technische Spielereien. Experimentierfelder für ihre Suche nach einem Lebensstil oder aber, mit einem gewissen Alter, die ultimativen Rahmenbedingungen für ihre festen Gewohnheiten.



### Ein Bad für den Wunsch nach Leichtigkeit in jedem Alter

Wenn jeder Schritt wohl überlegt sein will, um nicht ins Wanken zu geraten, bedeutet Geborgenheit Freiheit. Freiheit von lästigen Absicherungen und umständlichem Getue, Freiheit der Bewegung und der vielen Möglichkeiten. Ein engmaschiges Sicherheitsnetz aus vertrauter Umgebung, technischen Einrichtungen und barrierefreiem Wohnraum schenkt Geborgenheit. Menschen, die sich mit körperlichen oder altersbedingten Einschränkungen gleich welcher Art arrangieren müssen, wissen, wie wichtig ein frei zugängliches, sicheres und leicht bedienbares Bad für Selbstständigkeit, Fitness und Wohlbefinden ist. Sie schätzen die Wirkung des Wassers auf Gesundheit und Seele, den Komfort eines Dusch-WCs und das sichere Gefühl, das Halt gebende Möbel, Sitzgelegenheiten und Griffe sowie gute, womöglich sogar sensorgesteuerte Beleuchtungssysteme vermitteln.

