

„Bubble“, „Busy“, „(R)Evolution“



Statistiker wissen es besser: Das durchschnittliche Badezimmer der Deutschen ist klein und durchschnittlich nur knapp 8 m² groß, also zum Beispiel 2 x 4 m als Grundfläche, konventionell eingerichtet und ziemlich weit weg von der so gern zitierten „Wellness-Oase“. Aber

Gedankenspiele um das Badezimmer der Zukunft

man wird ja noch träumen dürfen, sagten sich die Messe Frankfurt als Veranstalter der Internationalen Sanitär-, Heizungs- und Klima-Messe (ISH) und die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS).

Sie riefen bereits anlässlich der Veranstaltung vor zwei Jahren ein Trendforum ins Leben, um damit der eingeschränkten und konventionellen sanitären Gedankenwelt Horizonte zu öffnen, man nannte es „Pop up my bathroom“. Auch in diesem Jahr wird ein solches Trendforum den Messe-Bereich „Erlebniswelt Bad“ schmücken.

Unklar ist allerdings nach wie vor, warum man es ausgerechnet damals wie heute ausgerechnet „Pop up my Bathroom“ nannte, zumal der Begriff „pop up“ in der Computersprache einen eher faden Beigeschmack hat: jene plötzlich und unverhofft auftauchenden Fenster, für die man dann flugs seinen „Pop up blocker“ aktiviert.

Vielleicht hat man sich aber auch an jenem Trendbegriff der temporären Mode-Läden („Pop-up-Store“) orientiert, die plötzlich an oft abgelegenen Orten auftauchen, exklusive Schnäppchen anbieten und ebenso schnell wieder verschwunden sind. Da heißt es schnell sein und zugreifen. Genau genommen funktioniert auch „Pop up my Bathroom“ so: Zu Messebeginn (12. März 2013) ist es da, und fünf Tage später wieder verschwunden, und zwar mitsamt all den schönen Ideen, die man präsentierte. Danach kehrt wieder der eher triste Alltag ein in unserer sanitären Welt.

Aber es lohnt sich auf jeden Fall, einmal mit Hilfe des VDS über den Tellerrand zu schauen, zumal

man sich nicht nur erneut sehr weit aus dem Fenster gelehnt, sondern auch ein attraktives visuelles Erlebnis geschaffen hat.

So betrachtet bildet die Trend-Plattform sowohl die praktizierten als auch die vermuteten Bedürfnisse von Badnutzern ab und entwickelt davon ausgehend unterschiedliche Bad-Typen, die künftigen Nutzeranforderungen gerecht werden sollen. Ein aktueller Trend-Report zeigt, dass die Verhaltensweisen, Erwartungen und Wünsche der Nutzer bestimmten Mustern zugeordnet werden können. Daraus lässt sich nach Einschätzung der Initiatoren die Entwicklung dreier Bad-Typen ableiten: „Bathroom Bubble“, „Busy Bathroom“ und „Bathroom (R)Evolution“, die im Rahmen der Messe in aufwändigen Trendinszenierungen dargestellt werden.

Zum einen wird das Badezimmer mehr denn je als Rückzugsort für Regeneration, Ich-Erleben und kreative Freiräume benötigt. Aber auch die Gegenbewegung wird künftig wieder eine stärkere Rolle spielen: Das Bad wird durch seine intimen, auch als Gemeinschaftsrituale erlebten Funktionen als familiärer und geselliger Treffpunkt wiederentdeckt; hier trauen sich die Menschen wieder intensivere Begegnungen zu, denen viele in der Hektik des Alltags gerne ausweichen. Zudem wächst in der Gesellschaft der Wunsch nach Sicherheit, Individualisierbarkeit und der Verfügbarkeit von Informationen und Medien. Die Wohnung und insbesondere das Badezimmer werden zum Kokon, der auf die Bedürfnisse des Bewohners zugeschnitten ist wie die ergonomisch geformte Badewanne.

Bei den Trends von „Pop up my Bathroom“ handelt es sich nicht um Einrichtungstrends im üblichen, modeorientierten Sinn, sondern um die Charakterisierung eines Prozesses. Die drei Trends verdichten langfristige Entwicklungs-Prognosen zu einer groben Richtungsangabe künftiger Badplanung.

„Bei der Analyse der Bedürfnisse ging es weniger darum, was die Menschen heute im Bad alles machen und wie sie ihr Bad stylen, als darum, was sie tun könnten. Wir wollen den Konsumenten und den Badplanern Mut machen, Wünsche zu artikulieren

„Bathroom (R)Evolution“ – ergonomisch, digital und intuitiv

Der dritte Trend stellt unter Fokus auf die Ergonomie im Bad Gedankenspiele zu den Möglichkeiten der Badeinrichtung als Schnittstelle zwischen Mensch und Technik an. Das Konzept der Barrierefreiheit bezieht sich hier auf die freie Zugänglichkeit und ergonomische Bedienbarkeit sowohl der Ausstattungselemente als auch ihrer technischen Oberflächen, vereint in einem Produkt und abgestimmt auf einen kompletten Raum. Berührungslose Armaturen, individualisierbare Duschprogramme, programmierbare Klimatechnik und Lichtsysteme, gestalterische Features wie LED-Effekte, Multimedia-Ausstattung und mit Apps bedienbare Informationsplattformen sind die schon heute verfügbaren Mittel zum Bad-Tuning. Mit ihrer Etablierung wird sich das Bad für jeden, der ein hohes Maß an Sicherheit, Komfort und Individualisierung wünscht, in eine Wohlfühlmaschine verwandeln, bei der er alle Fäden in der Hand hält.



„Bathroom Bubble“ – entrückt, wohnlich, intim

„Bathroom Bubble“ beschreibt einen Badezimmer-Typus, der als letzter Rückzugsort eines von Hektik und ständiger Verfügbarkeit geprägten Alltags genutzt wird und soll Grenzen schaffen „in einer zunehmend entgrenzten Umwelt“. Das Badezimmer bietet nicht nur Abgeschiedenheit, sondern auch atmosphärische Dichte und eine wohnliche, Geborgenheit vermittelnde Einrichtung. Der Umgang mit dem Element Wasser erhält hier einen rituellen Wert. Wie ein abgeschottetes Schutzgebiet innerhalb eines durchlässig werdenden Wohnkokons wird das Badezimmer zu einer ganz privaten Insel, auf der es sich herrlich entspannen, nachdenken oder kreativ sein lässt.



beziehungsweise auch einmal andere Lösungsangebote zu machen“, erläutert Jens Wischmann, Geschäftsführer der VDS, das Konzept. Wischmann kann sich dabei auf die Ergebnisse einer von der Gesellschaft für Konsumforschung GfK durchgeführten Umfrage im Auftrag der VDS stützen. Demnach wird der Wohnbereich Badezimmer für 16 Prozent der Befragten wichtiger bzw. viel wichtiger werden und ist damit im Bedeutungszuwachs höchstens noch mit Küche (15 Prozent) und Wohnzimmer (16 Prozent) vergleichbar. Hierbei ist den Menschen die uneingeschränkte Nutzung im Alter (81 Prozent) und der Wohlfühlfaktor (76 Prozent) im Bad besonders wichtig.

„Busy Bathroom“ – groß, multifunktional, kommunikativ

Intimität und Gemeinschaftserlebnis müssen kein Widerspruch sein. „Busy Bathroom“ sei der Hot Spot eines modernen Lebensstils und trägt in Konzeption und Ausstattung dem lange unterdrückten Bedürfnis nach Kommunikation im Badezimmer Rechnung, so das Konzept. Überall da, wo die Badekultur einen Ausgleich schafft zu Kälte und Alleinsein, oder wo sie wie in anderen Kulturkreisen rituelle Formen annimmt, wird Kommunikation im Bad zu einem wichtigen Aspekt des körperlichen wie seelischen Wohlbefindens. In diesem Fall geht es vor allem darum, Möglichkeiten zur gemeinsamen, barrierefreien Nutzung, zur Kommunikation, zur Multifunktionalität und zum Wohlfühlen zu schaffen, um mehr Zeit und Intimität mit Familie und Freunden teilen zu können. Auch die zunehmende multimediale Ausstattung und digitale Vernetzung des Bades kommen diesem kommunikativen Trend entgegen.



Fotos: VDS/ISH

Die Visionen von dem Badezimmer der Zukunft haben sich die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (www.sanitaerwirtschaft.de/) gemeinsam mit ISH Frankfurt (<http://ish.messefrankfurt.com/frankfurt/de/besucher/willkommen.html>) ausgedacht und ausführlich im Internet publiziert: www.pop-up-my-bathroom.de/de/