

Bäder 2013:

Wie stylt sich heute das Badezimmer?

Der reichliche Besucher-Zustrom und das allgemeine Gedränge alle zwei Jahre aus Anlass des Branchen-Festivals „ISH“ auf dem Frankfurter Messegelände beweist: Das Badezimmer hat an Stellenwert gewonnen. Das zeigt sich nicht unbedingt an der räumlichen Größe, da es das heutige durchschnittliche Badezimmer trotz aller Bewusstseins-Erweiterung immer noch nicht auf mehr als 8 Quadratmeter Grundfläche bringt.

Zahlreiche, vornehmlich vom Branchenverband Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) initiierten Umfragen zeugen davon, dass bei allen Wohnkonzepten das Thema Badezimmer als private „Wellness-Oase“ einen stetig höheren Stellenwert einnimmt. Zwar hinkt die Realität noch kräftig hinter dem Wunsch hinterher. Wer sich aber auf dem weltgrößten Showroom für die Sanitärrends von morgen, der ISH, umschaute, bekommt einen illustrierten Eindruck von den Möglichkeiten, die sich für eben die Realisierung eines „Traumbades“ bieten.

Insofern ist die Frankfurter Messe durchaus ein wichtiger Indikator dafür, wie man künftig badet und duscht. Ein Streifzug Mitte März durch die Messehallen in Frankfurt am Main zeigt: Der private Bereich im privaten Rückzugsgebiet gibt sich zunehmend wohnlich und individuell und weist dabei sogar autobiografische Züge auf. Das ist, verglichen mit den letzten Jahren, nicht grundsätzlich neu. Die Welt des Bades hat sich auch anlässlich der diesjährigen Nabelschau der sanitären Branche nicht marginal verändert. Die Hersteller setzen eher auf eine (Produkt-)Politik der kleinen Schritte. Vermutlich weil man gelernt hat, dass nur eine eher kleine Konsumenten-Gruppe extravagante Badlösungen zu realisieren bereit ist, auch wenn solches immer wieder in Hochglanz-Publikationen offeriert wird.

Dabei ist jene Konsumenten-Gruppe, die zwar keine extravaganten, dafür aber besondere Badlösungen benötigt, aus demografischer Sicht keineswegs klein. Aber alle, die besondere Impulse für ein langes unbeschwertes und vor allem selbstständiges Leben im Bad erwarteten, mussten schon sehr genau hinschauen, wenn man einmal von dem überbordenden Angebot bodengleicher Duschlösungen oder sensorgesteuerter Armaturen mit Design-Ambitionen absieht. Dass die ISH ein gesteigertes Interesse einschlägiger Hersteller an der Verbreitung sogenannter Dusch-WCs offenbarte, lag dem Vernehmen nach in erster Linie an Hygiene-Aspekten und weniger an der Befriedigung des sanitären Bedarf der „Best Ager“ und darüber hinaus, für die diese Produkte mehr als prädestiniert sind.

Immerhin scheinen sich zumindest die Branchenverbände hier in der Verantwortung. So macht aktuell die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) in diesem Jahr das Thema „Barrierefreie Bäder“ zu einem Aktions-Schwerpunkt. Und der Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) hat das mittlerweile überreiche Angebot an Produkt- und Designpreisen mit einem Produkt-Award „Badkomfort für Generationen“ angereichert, der anlässlich der Frankfurter Messe vergeben wurde. Fraglich bleibt allerdings, inwieweit ein solcher Produkt-Preis für suchende und planende Bad-Gestalter wirklich hilfreich ist.



Elektronik im Bad ohne Programmier-Kenntnisse. Dornbracht machte es vor mit seiner Smartwater-Technologie.

Dieser neue Einhebelmischer ist zudem ein schönes Beispiel, wie sich Gegensätze gekonnt vereinen lassen. Die Armatur ist aus technisch anmutendem Chrom, aber geformt wie eine sanfte Woge.

Mit der neuen Aktion „Barrierefreie Bäder“ will die Sanitärbranche Flagge zeigen und sich damit ihrer besonderen Aufklärungsverantwortung stellen. Offiziell wurde die verbraucherorientierte, produkt- und firmenübergreifende Initiative während der „ISH“ ins Leben gerufen.

Der Wunsch nach der ganz besonderen Note hinterlässt im Badezimmer überall Spuren, sogar an der WC-Betätigung. Modelle, die diamantgeschliffene Kanten haben, scheinen randlos vor der Wand zu schweben.



Das Ende des wulstigen Beckenrandes? Waschbecken sollen graziler werden. Laufen hat es mit seiner Saphir-Keramik vorgemacht (links), Bette macht es mit Stahlemail (Mitte) und Philippe Strack hat für Duravit ebenfalls eine dünnwandige Waschschaale entworfen mit dem Gag einer aus dem Becken „wachsenden“ Armatur (rechts)

Doch zurück zum Messe-Angebot und die angesagte Trendsuche. So geben sich nach Beobachtungen von Insidern, wie zum Beispiel der VDS, die Designs weich und leicht geschwungen, bei den Farben herrschen die softeren Töne vor. Selbst das Wasser fließt sanft und ansprechend verpackt, bedacht mit phantasievollen Produkt-

Bezeichnungen. Luxus präsentiert sich in eleganter, zurückhaltender Form und häufig angereichert mit technischen Feinheiten, stets auf der Suche nach Alleinstellungsmerkmalen, was häufig zu recht merkwürdigen Auswüchsen führt. Die Möbel geben sich schlicht, barocke Anlehnungen findet man kaum. Schränke muten noch filigraner an, als sie es ohnehin schon waren. Ganze Waschplätze lösen sich in viele kleine Einheiten auf und möchten als „ConceptWall“ am liebsten gleich mit der Wand verschmelzen.

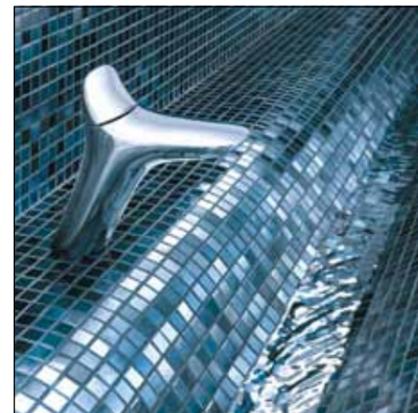
Generell ist alles, was groß herauskommt, schön schlank verarbeitet und weit entfernt von Protz. Das gilt ebenfalls für die zahlreichen modularen Konzepte, die sich am Platzangebot orientieren und dazu größtmögliche Flexibilität bieten. Der Wunsch nach der ganz besonderen Note hinterlässt überall Spuren, sogar an der WC-Betätigung. Modelle, die sich bedeutungsvoll zum Beispiel „Sigma50“ (Geberit) nennen und diamantgeschliffene Kanten haben, scheinen randlos vor der Wand zu schweben.

Hier und da deutet sich eine Rückkehr zum Minimalismus an. Die Arrangements wirken elegant, lässig,

feminin und chic. Die Konzentration auf die pure Form und der Verzicht auf üppiges Dekor prägen diese Tendenz. Spannung erzeugen attraktive Proportionen und Funktionen, um dem modernen, zeitlosen Look auch eines Mainstream-Badezimmers einen Überraschungseffekt geben zu können. Das liegt sicher auch daran, dass die neuen Bäder äußerst smart sind. So prasselt aus immer größer und flacher werdenden Kopfbrausen im XXL-Format längst nicht nur ein schöner Schauer, sondern verschiedene Regenarten, Nebel, Licht und Düfte ergänzen sich zu komplexen, von Wetterphänomenen und Stimmungen der Natur inspirierten Choreografien, die einen weiteren Messtrend skizzieren: hin zur elektronischen Steuerung.

Allerdings muss man der Branche konstatieren, dass man sehr sensibel mit diesem Thema umgeht. Man hat offensichtlich gelernt, dass der durchschnittliche Badbenutzer kein Computer-Programm möchte. Ihm reichen die üblichen, einfach zu bedienenden Schnittstellen wie Bluetooth oder Ähnliches, der Unterhaltung und Kommunikation wegen. Die Mehrheit aller neu vorgestellten Armaturen für das private Bad lassen sich konventionell bedienen, sogar die Freunde der guten alten Zweigriff-Armatur fanden in Frankfurt ein reichhaltiges Angebot. Elektronik findet hauptsächlich dort statt, wo es sinnvoll und nützlich, weil hygienisch ist, also im öffentlichen oder halböffentlichen Sanitärbereich. Auffallend dabei: hier geht es längst nicht mehr nur um Zweckmäßigkeit, sondern vor allem auch ums Aussehen bei objektgerechtem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Zwar für den durchschnittlichen Badbenutzer, nicht aber für die Industrie ist das Thema „Dusch-WC“ tabu. Am Versuch, ein solches Hygiene-Objekt auch in deutschen Badezimmern heimisch zu machen, beteiligten sich auf der ISH aktuell unter anderem Villeroy & Boch (ViClean Ultimate und ViClean Leaf, links), Duravit (SensoWash, 3. von links) und Geberit (AquaClean Sela, rechts).





Schnittstellen wie Bluetooth oder Ähnliches, der Unterhaltung und Kommunikation wegen, sind auch im Bad zu Hause

Die große „Weiß-heit“, die sich die Textilwirtschaft zu Jahresbeginn werbewirksam auf die Fahnen schrieb, kleidet nicht nur sie. In reinem Weiß ziehen sich ebenfalls viele Badkollektionen an und schauen dabei längst nicht mehr so klinisch clean aus wie einst gescholten. Das liegt vor allem an ihrer Umgebung. Stehlampen, Sessel, Beistelltische, Bilder, Fotos und viele andere Dinge, die für einen persönlich Bedeutung haben, werden im Badezimmer immer wichtiger, weil sie die Individualität ihrer Nutzer ausdrücken und außerdem der schnellste und einfachste Weg sind,

um aus der Uniformität auszurechnen.

Erfrischende Töne wie Pastellblau oder Minzgrün zählen ebenso zu den Farben der Stunde und haben zumindest an Möbelfronten Hochkonjunktur. In der Dekoration blinzelt

Auch wenn durchschnittliche Badezimmer nur 8 Quadratmeter groß sind, die Industrie setzt auf großzügige Waschplätze (hier von Keramag)



es passend zum Frühling in Erdbeereisrosa. Alternativen sind tiefdunkles Bordeauxrot und goldenes Safrangelb, die gepaart mit Schwarz an der Wand sehr edel aussehen und sogenannten Colour-Blocking-Stil einziehen lassen. Überhaupt dürfen die Wände ruhig farbig sein, mittlere Braun- und helle Cremetöne bis hin zu grauen Nuancen gelten als wohnliche und neutrale Begleiter. Schließlich möchte man die Einrichtung eines Bades nicht ständig ändern. Gerade deshalb gehört Holz von jeher zu einem nachhaltigen Bad, und der aktuelle Trend, es nicht nur an den Fronten der Möbel, sondern auch als Verkleidung der Badewanne oder Belag am Fußboden einzusetzen, dürfte daher laut VDS noch lange andauern.

Reines Weiß – gepaart mit erfrischenden Pastellnuancen

Zentrale Informationsquelle über das Angebot der deutschen Sanitärindustrie ist die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS): Rheinweg 24, 53113 Bonn, Tel.: +49 (228) 923999 -30, Fax.: +49 (228) 923999 -33, www.gutesbad.de, www.sanitaerwirtschaft.de und der Zentralverband Sanitär Heizung Klima ZVSHK, Rathausallee 6, 53757 Sankt Augustin, Tel.: (02241) 9299-0, Fax: (02241) 213 1, www.zvshk.de/.

Auf diesen Seiten erwähnte Produkte sind von Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG, Köbbingser Mühle 6, 58640 Iserlohn, Tel.: 02371-433 0, Fax: 02371-433 232, www.dornbracht.com/de.

Neuer Einhebelmischer: Kludi GmbH & Co. KG, Am Vogelsang 31-33, 58706 Menden, Tel.: 02373-9040, Fax: 02373-904465, www.kludiamba.com/

WC-Betätigung: Geberit Vertriebs GmbH, Theuerbachstraße 1, 88630 Pfullendorf, Kontakt allgemein: Tel.: 07552-934-01, Fax: 07552-934-300, www.geberit.de/de_de/.