

# Terra Sanitaris: Vom Wandel des Lebensraums Bad

*„Abgeschiedenheit und fließendes Wasser sind eine schöne Kombination. Nennen wir sie die Grundzutaten klaren Denkens.“*

*Akiko Busch, Geography of Home*

Seit einigen Jahren sind zwei wesentliche Werteverstärkungen im Haus deutlich erkennbar. Die Küche wird zum Ort der Kommunikation, das Bad zum Ort der Kontemplation. Die Dimension der menschlichen Rituale, Handlungen und Gewohnheiten rücken nun in den Vordergrund, das Naturelement Wasser wird erlebnisreich in Szene gesetzt.

Das Badezimmer unterliegt damit einem grundlegenden Wandel. Seine technischen und funktionalen Errungenschaften sind in unseren Breiten längst zur Selbstverständlichkeit geworden. In den letzten beiden Jahrzehnten rückte das Bad von seiner Position als undefinierter Rest- und Reinigungsort am Rande der Wohnung mehr und mehr ins Zentrum des Geschehens. Gemeinsamkeit aller Zukunftsprojektionen ist, dass sich die Grenzen zwischen dem Bad und der übrigen Wohnung, die einst als unüberwindlich galten, auflösen. Die Wertschätzung des Bades wächst mit der Zunahme von Stress, Wertewandel und Informationsüberflutung. Es scheint einer der letzten Orte zu sein, an denen der mühsam antrainierte Reflex, immer hundert Prozent zu geben, stets prä-

sent und verfügbar zu sein, pausiert. Der Aufenthalt im Bad strukturiert den Tagesablauf, ohne als Zeitverschwendung angesehen zu werden. Hier darf man gerne ein paar Minuten verlieren, denn so viel Zeit muss sein. Das Bad steht zunehmend für ein Stück Lebenskultur – ein kostbares, da immer seltener gewordenes Gut. Mit dieser Veränderung gewinnt das Bad als Lebensraum an Bedeutung, eine Entwicklung, die nach neuen, emotionaleren Produkten verlangt.

Trotz dieser Werteverstärkung muss beim „Interior Design“ des Badezimmers immer noch von einer gewissen Vernachlässigung und Stückwerkerei gesprochen werden. Häufig ist in Deutschland das Badezimmer der „vergessene Raum“ oder der „Statussymbolraum“, der durch üppige, luxuriöse, teilweise gar barocke Elemente Wertigkeit widerspiegeln soll, aber aufgrund der Formgebung seine Benutzer nicht zur Entspannung kommen lässt. Luxus im Bad, das waren Marmor und goldene Wasserhähne, vielleicht noch eine Whirlwanne und ein Doppelwaschtisch mit extra großem Spiegel. Die Zukunft spricht jedoch eine andere Designsprache.

In der Baddesignszene standen in den vergangenen Jahren die Einzelprodukte im Vordergrund, Philippe Starck & Co. haben das Potential des Badezimmers als Wohn- und Entspannungsraum erschlossen,

doch wird einem beim Blick in viele Bäder bewusst, dass eine Designerkollektion noch kein komplettes Bad macht. Erst ein ganzheitliches Raumkonzept, das Formen, Funktionen, Licht und Materialien in Einklang bringt, ermöglicht einen harmonischen Lebensraum Bad, der Refugium für die Seele sein kann. Wer Konsumenten näher erforscht, erkennt, dass ein schönes Bad mit Ruhe, Erholung und Entspannung gleichgesetzt wird und der Kunde offen, für durchdachte Konzepte und die ästhetischen Botschaften der Hersteller ist, für die er durch Hotelbesuche, Magazine und Innenarchitekten sensibilisiert wurde. Durch die steigenden Komfortansprüche werden das Bad, seine Einrichtungen und seine Accessoires immer intensiver emotional wahrgenommen. Es werden Konzepte benötigt, in denen der Mensch im Mittelpunkt steht.

Anfang März 2007 fand in Frankfurt die ISH, das wichtigste globale Forum für Trends und Highlights unter anderem im Bad, statt, wo die führenden Hersteller der Öffentlichkeit die neuesten Trends präsentierten. Die Hersteller inszenieren in ihren Produktschauen das Bad so, dass die Urkraft der Elemente und insbesondere des Wassers in den Mittelpunkt aller gestalterischen Überlegungen rücken. Die Formensprache ist weiterhin sehr reduziert, es werden Materialien eingesetzt,



um die Ausstrahlung von Klarheit und Reinheit, aber auch von Wandelbarkeit und Natürlichkeit zu vermitteln. Baustoffe der Inszenierung sind immer häufiger Holz, Beton, aber auch Cortenstahl oder Kupfer. Diese verändern sich durch die Berührung mit Wasser und bilden einen starken Kontrast zur Perfektion moderner Werkstoffe. So entstehen Räume, die eine Ursprünglichkeit darstellen, die in der Natur gefährdet erscheint. Ermöglicht wird dies auch durch das weiterhin dominierende Farbklima Weiß und einen fast mathematischen Charakter von Objekten und deren Anordnung im Raum.

Bei den immer höher verarbeiteten Armaturen ist ein Trend zu kubischen Formen erkennbar, die einen weichen, einer Wasserquelle nachempfundenen, Wasseraustritt ermöglichen. Trotz ihres formal reduzierten Designs verlieren sie nicht die Präsenz. Bei den Waschbecken tritt das Material Corian in den Vordergrund. In allen Formen spiegelt sich der Wunsch nach Vereinfachung wieder. Selbst hochtechnisierten Duschtampeln sieht man ihr Innenleben nicht mehr an. Es bleibt gut verkleidet im Hintergrund und

ermöglicht damit eine Formensprache, die den Benutzer wirklich zur Ruhe kommen lässt. Dies zeigt, dass parallel mit der Zunahme von Hightech und Steuerungselementen, mit Wasservergnügen aus Düsen und erleuchteten Regenhimmeln, der moderne Mensch im Bad die Nähe des Natürlichen, des Elements Wasser und die natürliche Anmutung von Formen und Materialien sucht. Der Mensch wünscht sich nicht unbedingt Bildtelefon und Badewannenlaptop, denn dann ist sein letztes Maß an Privatheit dahin. Technik wird dann gewünscht, wenn damit die Ressource Wasser, wie zum Beispiel durch ein Duschwasser-Recycling geschont, und damit Kosten eingespart werden können.

Den wachsenden Wunsch nach Ruhe, der im Bad zum Ausdruck kommen soll, zeigt auch das Highlight der diesjährigen ISH, das Elemental Spa von Dornbracht. Die für diesen Raum entwickelten Produkte haben die Anmutung von Wasserstellen bzw. Quellen. Die klare Gestaltung des Raumes mit besonderen Materialien wie z.B. Cortenstahl, Kupfer oder Olivenholz, auf denen Wasser Spuren hinterlässt, verstärkt den archaischen Charakter noch

einmal. Durch den bewussten Wechsel zwischen „ursprünglichen“ und „zeitgemäßen“ Materialien wird ein lebendiger Kontrast geschaffen. In diesem Bad stehen Körperlichkeit und Wassererlebnis im Mittelpunkt von Reinigung und Ritualen. Dazu trägt auch der weiche Wasseraustritt bei, der das Gefühl erzeugt, man stehe an einer natürlichen Quelle. Im Elemental Spa hat jede rituelle Handlung ihre eigene Zone. Zusammen ergeben diese Zonen einen Weg ursprünglicher Rituale, an dessen Ende der Mensch, innerlich und äußerlich gereinigt, zu sich selbst zurückkehrt.

Konsumenten sind auf Vorbilder, wie das eines Ritual Bads angewiesen, um die Trends im Bad richtig einschätzen und an ihren eigenen Badräumen ausrichten zu können. Das Hotelbad, dies zeigen alle Untersuchungen, ist die Ausgangszelle eines neuen Ideals vom Badezimmer, in dem sich eine in der Folge von Körperkult und Wellnesspraxis entwickelte Genussskultur manifestiert. Es existiert ein reales Bedürfnis danach, den Luxus eines Aufenthaltes im Spa oder eines von der Außenwelt abgeschirmten Hotelbades, in dem Wohnen und Regenerieren zu

sammengelegt werden, auch im Privatbereich zu verwirklichen. Darin zeigt sich, wie wichtig Vorbilder für den Konsumenten sind. Niemand kann sich für eine besondere Armatur und ihren harmonischen Wasseraustritt faszinieren, wenn er die Armatur nicht kennt.

Ästhetischer Luxus, körperliche Sinnlichkeit und seelisches Wohlbefinden werden für die Verbraucher nicht nur in ihren eigenen vier Wänden immer wichtiger. So hat sich auch unter Maklern herumgesprochen, dass das Bad zu einem der wichtigsten Entscheidungskriterien wurde. Im Marketing von Immobilien zeigt sich, dass ein großes Bad ein gewichtiges Entscheidungskrite-

rium für Mieter ist. Der wertsteigernde Faktor eines gut geplanten Bades wird allerdings weiterhin häufig nur in prestigeträchtigen Objekten berücksichtigt. Doch Designaufwand lohnt sich nicht nur in den oberen Preissegmenten, denn mit ein bisschen mehr Charme, Intelligenz und Ästhetik lassen sich auch im Mittelfeld Badträume verwirklichen und damit die These widerlegen, dass gutes Design teuer sein muss. Eine These, die ohnehin nur in Deutschland Vertreter und Verfechter fand.

Der Badplaner muss demnach gesellschaftliche Bedürfnisse deuten und Verständnis für gesellschaftliche Trends mitbringen. Mit Hilfe



der richtigen Planung kann ein ehemals rein funktional und auf hygienische Bedürfnisse ausgerichtetes Bad im temporeichen modernen Leben zu einem Ort der Ruhe und der Besinnung, der Geborgenheit und Selbstentfaltung und durch ein individuelles Design, Ausdruck unseres eigenen Lebensstil werden.

*Dr. Ragnar K. Willer*



### **MetropolSolar Rhein-Neckar ist regionaler Partner**

Im Rahmen der WOCHE DER SONNE finden vom 28. April bis 06. Mai 2007 deutschlandweit Veranstaltungen zu Solarwärme und

Solarstrom statt. MetropolSolar Rhein-Neckar ([www.metropolsolar.de](http://www.metropolsolar.de)) unterstützt die WOCHE DER SONNE als regionaler Partner und wird auch gemeinsam mit dem Verein Sonnenernte ([www.sonnenernte.net](http://www.sonnenernte.net)) auf der von avenio vom 20. bis 22. Juli 2007 organisierten 50plus-Messe in Schwetzingen vertreten sein.

Die Aktionen im Rahmen der WOCHE DER SONNE finden Sie unter [www.woche-der-sonne.de](http://www.woche-der-sonne.de). BürgerInnen und Bürger können sich vor

Ort darüber informieren, wie sie sich mit Solarenergie vor steigenden Öl- und Gaspreisen schützen.

Der Bundesverband Solarwirtschaft organisiert die WOCHE DER SONNE erstmals in diesem Jahr in Kooperation mit dem Tag der Erneuerbaren Energien und dem Tag der Sonne in Österreich und in der Schweiz. Die WOCHE DER SONNE wird gefördert vom Bundesumweltministerium.

*Red.*