

# Presse

Dezember 2012

ISH

Weltleitmesse Erlebnisswelt Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik  
Erneuerbare Energien  
Frankfurt am Main, 12. bis 16. März 2013

Susanne Pauli  
Tel. +49 69 75 75-6144  
Fax +49 69 75 75-6758  
Susanne.Pauli@messefrankfurt.com  
www.messefrankfurt.com  
www.ish.messefrankfurt.com  
8ISH-Badtext1\_Kommunikation

## **ISH 2013: Bad-Trend „Busy Bathroom“ – auf Tuchfühlung mit den anderen**

### **Neuer Badezimmer-Typus bietet Raum für mehrere Nutzer**

### **Das Badezimmer von Morgen unterstützt kommunikative Funktionen und dient damit der Körper-, und Beziehungspflege**

Seit Jahren inszeniert die Sanitärbranche das Bad als „Private Spa“ für individuelle Entspannung. Dabei zeigt das auf der ISH, der Weltleitmesse für die Erlebnisswelt Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik und Erneuerbare Energien präsentierte Spektrum auch ein zunehmendes Angebot an Lösungen für Doppelnutzungen und integrierte Fitnessangebote. „Pop up my Bathroom“, das von der Messe Frankfurt und der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) vor vier Jahren eingeführte Trendforum, hat diese Entwicklung analysiert und in die Zukunft projiziert. Das dabei beschriebene „Busy Bathroom“ wird als Bad-Trend für 2013/14 auf der ISH in Frankfurt am Main vom 12. bis 16. März 2013 zu sehen sein.

Immer mehr Produkte der Sanitärwirtschaft antworten auf das Bedürfnis vieler Menschen nach einem neuen Badezimmer-Typus: ein großzügiger, multifunktionaler Raum, der Platz für mehrere Nutzer gleichzeitig bietet und so zu einem „Hot Spot“ der Wohnung wird. Neben Rückzug, Entspannung und komfortabler Körperpflege in einem anspruchsvoll gestalteten Ambiente tritt damit als weitere Badezimmerfunktion die Kommunikation.

Wir sind es gewohnt, die Tür hinter uns zu schließen, wenn wir ins Bad gehen. Doch das Badezimmer als Rückzugsort ist eine moderne Erfindung. Mit der Aufwertung zum Wohnraum und der wachsenden Angebotspalette für das gemeinschaftlich genutzte Bad gewinnt das Zimmer mit Wasseranschluss wieder eine stark soziale

Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main



Seite 2

ISH

Frankfurt am Main, 12. bis 16. März 2013

Dimension. Fast so, wie der Raum sie in der Tradition der europäischen Badehäuser einmal besaß und in Kulturen wie dem Hamam heute noch verkörpert: als Ort der Begegnung.

Es ist noch gar nicht so lange her, dass wir die Idee der „Guten Stube“ samt Polsterschonern aufgegeben haben zugunsten eines von Leben erfüllten Wohnzimmers, in dem die gesamte Familie alltags ihre gemeinsame Zeit genießen kann. Noch näher zurück liegt der Aufbruch der Küchen-Zelle und ihre Öffnung zum Wohn- und Essbereich. In manchen Wohnstudien von Architekten und Designern erscheint dieser Tage nun selbst das Bad als mehr oder weniger offener Bereich – offen zum Schlafzimmer, offen zum Garten oder sogar offen zum Wohnbereich.

### **Alternative zum offenen Bad ist ein für alle offenes Bad**

Doch so weit muss innovative Badplanung gar nicht gehen. Es reicht, sich dem Gedanken einer Öffnung dieses so intimen Raums für die gleichzeitige Nutzung durch mehrere Personen anzunähern. Diesem Gedanken hat das Trendforum „Pop up my Bathroom“ nun einen Namen gegeben: „Busy Bathroom“. Ein „geschäftiges“ Bad also, das vor Leben vibriert.

Ähnlich wie die Küche ist das Bad ein Ort täglicher Routinen, an dem nicht nur existenzielle Bedürfnisse wie Essen – im Fall der Küche – und Hygiene, sondern auch solche nach Kommunikation und Sozialisation befriedigt werden. Denn im Badezimmer kümmern wir uns nicht nur um uns selbst, sondern auch um andere: Wir putzen unseren Kindern die Zähne, schrubben unserem Lebenspartner in der Badewanne den Rücken oder reichen ihm ein Handtuch, kommentieren die digitale Anzeige auf der Waage und den Kalorienzähler am Fitnessgerät, kämmen unseren Geschwistern die Haare – oder ziehen daran –, assistieren unser Freundin beim Schminken oder unserem Freund bei der Versorgung des Sonnenbrands, treffen uns nach dem Sport zum Saunagang oder

Seite 3

ISH

Frankfurt am Main, 12. bis 16. März 2013

helfen unseren Eltern beim Aussteigen aus der Badewanne. Hier sind wir uns nahe, beweisen unsere Zuneigung und suchen die Bestätigung durch Familie, Partner und Freunde.

### **Ritueller Rahmen für kommunikative Funktionen des modernen Lebensstils**

Was die Küche bei jeder Party und der Schminkspiegel in jedem Club, ist das Badezimmer während des Morgenrituals oder beim abendlichen Chillen: der eigentliche Treffpunkt der Gruppe. Mit dem Unterschied, dass hier ein hohes Maß an Vertrautheit oder zumindest Intimität gefordert ist; eine Vertrautheit, die auf langjährigem Zusammenleben gründet – oder auf einem erst im Moment der Begegnung entstandenen, fragilen Empfinden von Nähe. In jedem Fall aber schafft das Badezimmer, schafft der Ort an sich eine besondere Atmosphäre des Sich-aufeinander-Einlassens. Ob als Ruheinsel im Alltagsstrom oder als geschützter Raum für offene Begegnungen – das Bad kann zu einem magischen Ort werden, an dem besondere Erlebnisse stattfinden, von der inspirierenden Dusche bis zum Initiationsgespräch zwischen Vater und Sohn, Mutter und Tochter oder zwei Freundinnen.

Der weit größere Teil kommunikativer Funktionen, die das Badezimmer erfüllt, sind freilich banaler Natur: Hier wird morgens über den Tagesablauf gesprochen, hier wird Kritik geübt und Motivation ausgesprochen, während ein Doppelwaschtisch den reibungslosen Ablauf gewährleistet. Hier wird unter der Dusche gelacht und die Beziehung durch gemeinsamen Badespaß gefestigt. Hier werden die Kenntnisse vermittelt, wie man sich verhält, pflegt, verarztet, schön macht. Hier wird das Selbstbild überprüft, indem der Spiegel und ein Partner zurate gefragt werden. Hier wird – wieder unter den kritischen Augen eines Gegenübers – das Bild gestylt, das Mann oder Frau der Außenwelt nach Waschen, Kosmetik, Frisieren und Krawatte zurechtrücken präsentieren will.

### **Mehr Raum für rarer werdende gemeinsame Stunden**

Immer mehr Menschen artikulieren das Bedürfnis, diese Dinge mit einem Partner zu teilen und im Badezimmer auch mal mit anderen zusammen zu sein. Nicht immer, aber ab und zu. Das von den Verbrauchern immer stärker eingeforderte Raumangebot für das Badezimmer ist nicht nur als Bedürfnis für ein allein genutztes „Private Spa“ zu interpretieren. Denn Großraumduschen, Doppelbadewannen und Doppelwaschtische werden auch deshalb immer stärker nachgefragt, weil das Badezimmer als gemeinschaftlich genutzter Raum hoch im Kurs steht – und das nicht nur bei Familien. Das Bad dient heute nicht mehr nur der Körperpflege, sondern auch der Gesundheits- und der Beziehungspflege. Gekuschelt wird demnach nicht mehr nur auf dem Sofa, sondern auch im Badezimmer. Was liegt da näher, als dem Wunsch nach mehr Wohnlichkeit nachzukommen und Platz für Sitzmöbel, Fitnessgeräte und insgesamt mehr Bewegungsfreiraum zu schaffen. Bewegungsraum für spielende Kinder, Yoga-Übungen, Liegestützen, Bücherwürmer und Entspannungsstunden.

Raum auch für die Sauna, die in neuer, häufig überraschend transparenter Optik ein Comeback feiert. Allerdings nicht unbedingt im Keller, sondern zunehmend im Badezimmer. Die Sauna selbst steht schließlich nicht nur für Entspannung des Einzelnen nach einem harten Arbeitstag, sondern auch für Geselligkeit unter Freunden. Diese Rolle steht in der skandinavischen Sauna-Kultur sogar häufig im Vordergrund. Überall da, wo die Badekultur einen Ausgleich schafft zu Kälte und Alleinsein, oder wo sie rituelle Formen annimmt wie in vielen asiatischen oder auch arabischen Kulturkreisen, wird Kommunikation im Bad zu einem wichtigen Aspekt des körperlichen wie seelischen Wohlbefindens.

### **Mehr Wohnlichkeit verlangt eine Trennung vom WC**

Ein Bereich, der weitgehend von kommunikativen Bedürfnissen ausgeklammert bleiben dürfte, ist die Toilette. Hier geht der Trend schon seit einigen Jahren zu einer Separierung oder gar Ausquartierung: Das Klo wandert aus dem Badezimmer in einen extra WC-Raum, der vom Bad oder vom Flur aus zugänglich ist. In diesem Punkt unterscheidet sich unsere Badkultur nachhaltig von der unserer römisch-antiken Vorbilder und vor-neuzeitlicher Praxis.

### **Das „Busy Bathroom“ vereint die Ansprüche vieler**

Das moderne Badezimmer vereint alte und neue Badkultur. In Zukunft wird auch die multimediale Ausstattung und digitale Vernetzung des Bades diesem kommunikativen Trend entgegenkommen, wenn etwa Radio, News- und Internet-Funktionen über Spiegelflächen verfügbar sind oder Lichtprogrammierungen und Musik Stimmungen steuerbar machen. Zwar sind die kommunikativen Funktionen in den Jahren, in denen das Badezimmer kontinuierlich zu einem individuellen Wellness-Tempel gestaltet wurde, nicht abgestellt worden. Da man sich aber nicht recht dazu bekennen wollte, fehlt es an modernen Vorbildern und zukunftstauglichen Raumkonzepten. Dabei ist das „Busy Bathroom“ nicht nur für Großfamilien und Wohngemeinschaften attraktiv. Auch eingefleischte Singles haben gerne Besuch und teilen mit ihm auch mal den Whirlpool oder die Badewanne, wenn möglich in einer Wanne mit einem immer häufiger verfügbaren Mittelablauf. Familien brauchen vor allem Platz, und zwar sowohl Freiraum als auch Stauraum, mit Doppelwaschtisch und vielen, vielen Ablagen. Universaldesign als Leitgedanke erhält vor diesem Hintergrund eine neue Aktualität, denn es eignet sich als Gestaltungsprinzip nicht nur für das Generationenbad, sondern kann auch helfen, den Raum zu einem echten Treffpunkt der Generationen und des Freundes- und Familienkreises zu machen.

Seite 6

ISH

Frankfurt am Main, 12. bis 16. März 2013

In Zeiten, in denen die Lebenswirklichkeiten der Mitglieder einer Gemeinschaft immer weiter auseinanderklaffen und die Tagesplanung selbst innerhalb einer Familie zunehmend asynchron verläuft, wächst die Bedeutung der wenigen festen Orte und Rituale, die Gemeinsamkeit erzeugen. Und das sind vor allem Tisch und Bad. Künftige Badplanung sollte dies gestalterisch zum Ausdruck bringen und damit die Wohnverhältnisse den realen Bedürfnissen anpassen. Das „Busy Bathroom“ gibt hierzu Denkanstöße. Dabei geht es weniger um spezifische Gestaltungsprinzipien als darum, Möglichkeiten zu schaffen – zur gemeinsamen, barrierefreien Nutzung, zur Kommunikation, zur Multifunktionalität, zum Wohlfühlen. Egal, ob alleine oder zu mehreren. Den Schlüssel hinter sich umdrehen kann man ja immer noch.

Bildmaterial zu diesem Text erhalten Sie unter:

[www.ish.messefrankfurt.com/trend-report](http://www.ish.messefrankfurt.com/trend-report)

#### **Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

Die Messe Frankfurt ist mit 467,5 Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.725 Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften und rund 50 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2011 organisierte die Messe Frankfurt 100 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)