

30 Jahre Badgeschichte: Von der Standardisierung zur Individualisierung

Es gibt nicht viel, was den Weg unserer Gesellschaft von einer normorientierten Wertegemeinschaft zu einer offenen, genuss- und erlebnisorientierten Gemeinschaft von Individualisten deutlicher verkörpert als das Bad. Unser Bild von dem idealen Badezimmer hat sich in den letzten 30 Jahren von der standardisierten Nasszelle zu einem Wohnbad gewandelt, das genauso der Entspannung, der Fitness und der Gesundheit dient wie dem Basisanspruch an die Körperhygiene. Ganz zu schweigen von der ästhetischen Qualität, die mit dem heutigen Produktangebot und moderner Badplanung möglich geworden ist.

von RA Jens J. Wischmann, MBA,
Geschäftsführer der Vereinigung
Deutsche Sanitärwirtschaft e. V.
(VDS), Bonn

sentierte, zuerst für gehobene Ansprüche, sehr bald aber auch für den Massengeschmack. Immer mehr Wohnungsbesitzer wurden angesteckt vom Wunsch nach einem wohnlichen Bad.

Synonym für den Paradigmenwechsel im Bad wurde die Dusche, die bis dahin zumeist eine Nebenrolle in der Badewanne spielen musste. Sie wurde jetzt zum Hauptdarsteller. Die Dusche wurde nicht mehr nur für die Zeit und Wasser sparende Reinigung genutzt,



Das „Design-Bad“ der 1970er-Jahre: kräftige Farben und Dekore und eine ordentliche Aneinanderreihung der Objekte (Foto: Hansgrohe-Ausstellung „Das Bad der Siebziger Jahre“)

Die Dusche wurde zum Spielfeld der Designer und Techniker mit teils extremen Ergebnissen: Links die Dusche zum Mitnehmen „Cocoon“, entworfen von Schmidem Design für die ehemalige Hansgrohe-Tochter Pharo, rechts der Duschtempel vom gleichen Unternehmen (Fotos: Schmidem/Hansgrohe).



Die Zeit der Designer-Kollektionen und des standardisierten Kollektions-Designs

Sicherlich war der größte Schritt die Entwicklung der technischen Voraussetzungen und die Integration des Bades samt Waschgelegenheiten und Toilette in das Haus bzw. die Wohnung Ende der 50er-Jahre des 20. Jahrhunderts bereits getan. Doch damit entstand auch die feste Symbiose von Produkt und Funktion, von Technik und Form, die so charakteristisch für die Sanitärbranche ist. Dies setzte der Gestaltung des Badezimmers enge Grenzen und schnürte das Bad in ein formales Korsett, welches sein Design bis heute bestimmt. Die feste Verbindung der Sanitärprodukte mit der Wand bleibt aus gestalterischer Sicht ein Handicap, das allerdings in den letzten Jahrzehnten begonnen hat, sich dank neuer Produkte und neuer Montage- und Installationstechniken langsam aufzulösen.

Der markanteste Umbruch in den letzten Jahren waren die achtziger Jahre. In dieser Zeit wollten immer weniger Menschen Massenprodukte konsumieren, niemand wollte wie sein Nachbar eingerichtet sein, deshalb wurden Unterscheidungsmerkmale gewünscht. Also begannen die Unternehmen damit, Designer zu beauftragen, um ganzheitliche Lösungen für das Bad zu kreieren. Aus Einzelprodukten wurden Sanitärserien in einer einheitlichen Formensprache, die Produkte wiesen immer häufiger durchgängige „Design-Linien“ auf und entwickelten sich zu stilistischen Programmen, die bestimmte Geschmackswelten bzw. Lifestyles reprä-

sondern kam mit multifunktionalen Duschkabinen, mit Seitenbrausen und Hydrotherapie dem Bedürfnis nach genussvollem Duschen entgegen. Die Dusche wurde zum modernen Lebensgefühl, das mit der Körperpflege vor allem Erfrischung und Fitness verband. Höhepunkt dieser Entwicklung: der Duschtempel, eine rundum geschlossene Duschkabine in Säulenoptik. Initialzündung gewissermaßen für das multimediale Zeitalter in der Dusche: Lichteffekte, Lautsprecher, Dampffunktion hielten Einzug. Die Wellness-Idee war geboren. Neben Erlebnisduschen wurden vor allem Whirlwannen, Whirlpools und Dampfbäder damit in Verbindung gebracht.

Neue Duscherlebnisse und Wellness-Euphorie

Daran, dass das Bad endlich Zimmer wurde, hatte ein Designer besonders großen Anteil: Philippe Starck. Die Produkte wurden wie Möbel aufgefasst, die mehr oder weniger frei im Raum zu platzieren waren und sich an Archetypen orientierten.

Das Bad wurde Stück für Stück wohnlicher, es folgten Badmöbel und komplette Badezimmerkonzepte, das Ende der Nasszelle war damit endgültig eingeleitet. Spätestens jetzt rückten die Designer und „ihre“ Badkollektionen sowohl namentlich als auch in Hinsicht auf das Marketing in den Fokus. Dabei war Design Anfang der 90er-Jahre immer noch eine elitäre Sache, sowohl in Bezug auf Preis und Qualität als auch in Bezug auf die Designkonsumenten. Das änderte sich, Design wurde

populärer und erschwinglicher.

Das Bad öffnet sich über das Interior Design aber auch anderen Ansätzen. So gestalteten Marken aus dem Modebereich Produkte, Kollektionen und sogar ganze Bäder, eine Strategie, über ganzheitliche Gestaltungsvorschläge von der Badematte über die Wand bis zu Waschbecken, Armatur und Dusche den Endverbraucher anzusprechen und mit dem Marken-Label zu gewinnen. Nicht immer mit Erfolg, weil der Imagetransfer der Markenwelt anderer

Philippe Starck macht das Bad zum Badezimmer

Konsumbereiche in den Badbereich nicht ohne weiteres funktionierte.



Mit seiner Vorliebe für Archetypen sorgte Philippe Starck bereits 1994 in der Bad-Szene für Aufsehen, als er seine erste Bad-Kollektion für Duravit entwarf (Foto: Duravit).

Die zeitgemäße Form eines Wellness-Bades wurde dann erst im neuen Jahrtausend erfolgreich mit dem Konzept des Private Spa umrissen: ein privates Refugium, das aus dem harmonischen Zusammenspiel von Sanitärprodukten, Möblierung und Wasserinszenierung entsteht, und zwar auf Basis eines Raumkonzepts, das die wohnliche Qualität und individuelle Intimität (etwa durch Anschluss an den Schlafbereich) bietet, wie sie in der anspruchsvollen Hotelarchitektur der letzten Jahre eingeführt wurden. Dabei hat die ästhetische Qualität einen gleichwertigen Einfluss auf das Wohlbefinden und die Erholung des Menschen wie die sanitäre Ausstattung. Von der Badmöbel-Seite kamen



Die Badewanne ist im „Private Spa“ längst nicht mehr Mittel zum Zweck. Formen, Farben und Zubehör haben sie zu einem Möbelstück gemacht, das oft sogar im Mittelpunkt des Bades steht (Foto: Kaldewei/Suite im Breidenbacherhof in Düsseldorf).

In der Folgezeit waren es zunehmend Armaturenhersteller, die neue Impulse setzten und die Wahrnehmung des Bades veränderten. Dies hat wohl zum einen mit der intensiven Zusammenarbeit der führenden Marken mit Designern, zum anderen mit einer neuen Bewertung des Elementes Wasser zu tun. Der Wille zum Sparen und das wachsende Umweltbewusstsein hatten zwar schon in den 1980er-Jahren zu Entwicklungen wie dem Perlator oder der Spülstoptaste am WC-Spülkasten geführt, doch wirklich sparsamer wurde der Umgang mit Wasser dadurch nicht.

Armaturenhersteller als Visionäre und Innovatoren

Wasser wurde zum Medium der Entspannung in der Badewanne, zum Spaßfaktor beim Duschen und zu einem Gestaltungselement, das den Aufenthalt im Badezimmer zu einem ästhetischen und kontemplativen Erlebnis machte. Tellerbrausen und Regenhimmel verdanken ihr Entstehen dieser neuen Lust am Wasser.

dabei innovative Vorschläge, um den Raum zu strukturieren und das Bad in den Raum hineinzutragen und damit das Badmöbel erstmals zum architektonischen Gestaltungsmittel zu machen. Und auch Licht wurde erstmals zum Thema im Bad, nicht nur beim Spiegelschrank.

War die Rolle der Fliese im Bad bislang unangefochten, so drängten nunmehr auch andere Wand- und Bodenmaterialien auf den Markt. Unverzichtbar war sie überall dort, wo Risikofaktoren wie Nässe und Durchfeuchtungen zu befürchten waren. Das gilt besonders für das Umfeld der Dusche. Und blieb es bei der Fliese, dann wurden immer häufiger große Formate oder Mosaiken bevorzugt.

Soweit der Blick zurück. Aber was passiert im und mit dem Bad in den nächsten Jahren? Jens J. Wischmann hat sich auch darüber Gedanken gemacht. Darüber mehr in der nächsten Ausgabe.

„Private Spa“ dank Badarchitektur und Lichtinszenierung

Wer mehr wissen möchte über die deutsche Sanitärwirtschaft, Geschichten rund ums Bad oder die Aktionen der Branche wird hier fündig: www.sanitaerwirtschaft.de/, <http://gutesbad.de/>, www.aktion-barrierefreies-bad.de/ oder www.pop-up-my-bathroom.de/de/. Über seinen Gastbeitrag hinaus weiß VDS-Geschäftsführer Jens J. Wischmann noch mehr über diese Branche: Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS), Rheinweg 24, 53113 Bonn, jwischmann@sanitaerwirtschaft.de. Die auf der Seite 14 abgebildeten Produkte sind längst Geschichte, nicht so die auf der Seite 15: Das Waschbecken gehört zur ersten von Philippe Starck für die Duravit AG (Werderstraße 36, 78132 Hornberg, Tel.: 07833-70-0, www.duravit.de) entworfene Sanitärserie: www.duravit.de/produkte/alle_serien/starck_1.de-de.html. Bei der schwarzen freistehenden Badewanne in der Royal Suite des Breidenbacher Hofes in Düsseldorf handelt es sich um die „Kaldewei Ellipso Duo Oval“ von Kaldewei GmbH (Beckumer Straße 33-35, 59229 Ahlen, Tel.: 02382-785 0, www.kaldewei.com).



Das Erbe der abendländischen Baukultur: Tradition im Wandel der Zeit: Die Fliese lebt!

Keramische Wandverkleidungen und Bodenbeläge spiegeln die Geschichte der abendländischen Bau- und Wohnkultur wider. Erste Funde reichen bis 1500 vor Christus zurück. Ab dem 11. Jahrhundert verbreitete sich die regionale Herstellung von Fliesen in Europa. Sie waren beliebt als Bodenbelag sowie zur dekorativen Wandgestaltung und zeigten zum Teil detailgenaue Darstellungen

von Jens-Uwe Fellhauer, Geschäftsführer
Bundesverband Keramische Fliesen e. V.

Innovationen in der Produktionstechnik dem Fliesendesign eine bislang nicht gekannte Format-, Oberflächen- und Dekorvielfalt verschafft, in deren Folge die Fliese die Eroberung



Der Jugendstil war die große Zeit der farbenfrohen Fliesendekorationen, und auch sonst war die Lust an bunten Fliesen recht groß, was allerdings die Bauhauszeit wieder abschaffte. (Fotos: Pinterest)



Rechts: Ästhetisch ansprechende Lösung für eine funktionale Herausforderung: Diese Feinsteinzeugserie („Emotion“ von Agrob Buchtal) wurde in Zusammenarbeit mit Innenarchitekten entwickelt und ermöglicht eine optisch einheitliche Gestaltung von Bodenflächen, für die im Objektbau unterschiedliche Trittsicherheitsanforderungen gestellt werden. Hier sorgen die Fliesen in einem Schuhladen für Stimmung. (Foto: Agrob Buchtal)



wichtiger Ereignisse des Zeitgeschehens. In den europäischen Herrscherhäusern galten Fliesen als Zeichen des Wohlstands.

Die industrielle Fertigung keramischer Fliesen begann Mitte des 19. Jahrhunderts. Funktionale und dekorative Elemente wechselten sich in der Folgezeit ab. Mit der Entstehung der „Moderne“ in der Bauhauszeit wendete sich das Fliesendesign z. B. bewusst von Verzierungen und Ornamenten ab und fokussierte sich auf funktionale sowie konstruktive Aspekte.

Mitte der 1960er- bis in die 1970er-Jahre, zur Zeit des Wirtschaftswunders, wurden gestalterische Aspekte durch eine neue Farbpalette der Fliese wiederentdeckt (siehe auch vorherige Seite). In dieser Zeit wurden Fliesen in der Regel im Tunnelofen gebrannt, mit Brennzeiten von bis zu 40 Stunden.

Anfang der 1980er-Jahre revolutionierte der Einsatz moderner Rollenöfen die Fliesenproduktion, weil sie die Brennzeiten auf eine Stunde und weniger reduzierte. Dies setzte die Einführung stetig größer werdender Formate in Gang und eröffnete neue

Rasante Entwicklung der Produktionstechnologie führt seit 15 Jahren zu Schub in der Design- und Anwendungsvielfalt

Produktionstechniken wie der Siebdruck boten der industriellen Fertigung bereits damals erweiterte Spielräume für die Herstellung unterschiedlichster Oberflächen und Dekore.

In den vergangenen 15 Jahren hat eine Reihe von

aller denkbaren Einsatz- und Anwendungsbereiche angetreten hat: Von Flughafen- und Bahnhoffterminals über repräsentative Hotel- und Wellnessgebäude bis hin zum privaten Badezimmer oder der Terrasse ist heute eine neue Generation von Fliesen im Einsatz, deren hochwertiges Aussehen sich paart mit der altbewährten Robustheit, Pflegeleichtigkeit und Langlebigkeit der Keramik. Schwimmbäder lassen sich mit keinem anderen Material schöner und sicherer gestalten, an der Fassade erlebt Keramik derzeit eine Renaissance.

Nach der Jahrtausend-Wende setzte die Entwicklung der Großformate ein. Heute stehen Fliesen in allen erdenklichen Abmessungen zur Verfügung: vom Kleinmosaik (1 x 1 cm) über verschiedenste mittelgroße quadratische oder rechteckige „Midi“-Formate bis hin zur XXL-Fliese in stolzen Abmessungen (z. B. 3 x 1 m bis zu 4,5 x 1,5 m).

Im gehobenen Privatbau wie im Objektbau ermöglichen XL-Formate in Abmessungen von 60 x 60 cm oder größer repräsentative Bodengestaltungen. Querformatige Fliesen lassen sich in lebendigen Verlegemustern verlegen. Die stark nachgefragten Holzinterpretationen erzielen in schlanken XL-Riegelformaten und mit dreidimensionaler Oberflächentextur eine authentische Dielenanmutung, die häufig dort gewählt wird, wo die rustikale oder elegante Gemütlichkeit von Holz erwünscht ist, aber Keramik unter funktionalen Aspekten deutlich überlegen ist: als idealer Wärmeleiter auf der Fußbodenheizung beispielsweise oder im

XL-Formate und eine faszinierend große Formatvielfalt

stark frequentierten Gewerbebereich.

Heute können deutsche Markenhersteller mit der digitalen Drucktechnik praktisch jedes Oberflächenmotiv gestalten, sei es von der klassischen einfarbigen bzw. gemusterten Fliese bis hin zu Holz- und Natursteininterpretationen, die optisch kaum noch vom natürlichen Vorbild zu unterscheidenden sind. Häufig erfolgt die Produktentwicklung in enger Abstimmung mit Architekten oder Interior-Designern.

Keramische Fliesen bestehen aus Ton und anderen natürlichen Materialien. Produktionsbedingt unterliegen sie deshalb natürlichen Maßschwankungen, die durch die Produktnorm DIN EN 14.411 bereits erheblich eingegrenzt sind. Um eine Verlegung mit schmalem, gleichmäßigem Fugenbild zu ermöglichen, rektifizieren Markenhersteller ihre großformatigen Fliesen, indem die Kanten nach dem Brennvorgang mechanisch nachbearbeitet werden für exakte einheitliche Abmessungen.

Fliesen heimischer Hersteller stehen für ökologisch verantwortliches, nachhaltiges Bauen. Neben technischen Neuerungen nimmt die Verantwortung für die Umwelt immer mehr Raum im Produktionsgeschehen ein. In den Werken deutscher Hersteller wurden die europaweit höchsten Umweltstandards umgesetzt; kurze Transportwege, sowohl vom produktionsnah gewonnen Rohstoff bis zur Vermarktung im Inland, sorgen für die umweltgerechte und nachhaltige Produktion von Fliesen in Deutschland.

Mit der „ECO-Plattform“ (als Dachorganisation der verschiedenen nationalen EPD-Programmhalter in Europa) belegen die deutschen Fliesenproduzenten, die wie schon Jahre 2011 nun erneut im Jahr 2016 nach der erweiteren Umweltnorm EN 15804 als erste Herstellernation die EPD-Zertifizierung durchlaufen haben, ihre Vorreiterrolle in Sachen ökologischer Verantwortung in Europa (siehe Info-Kasten).

Abgesehen vom Produktionsprozess besitzen keramische

„Bosco“ war vor knapp 10 Jahren eines der ersten Großformate im imposanten 60 x 120cm Format – und hat bis heute nichts von seiner zeitlos-imposanten Eleganz eingebüßt. Durch die harmonischen Schattierungen der Fliesenoberfläche entsteht ein natürlich-lebendiges Ambiente (Foto: Agrob Buchtal).



Wand- und Bodenbeläge eine Reihe funktionaler Eigenschaften, die ihnen auch während ihrer Nutzungsdauer ökologische Vorteile

Digitaldruck – Oberflächen in jeder Farbe und in 3D



Wer nicht auf Mainstream setzt, findet in den aktuellen Sortimenten der Fliesenher-



Rektifizierung – gerade geschliffene Kanten für schmale Fugen

stellern überraschende Dekorationsideen. Dazu gehören aufwändige, teils handgearbeitete Relieffliesen, wie hier die Serie „Laps“ (von Steuler Fliesen rechts) oder „Monochrome Europa“ (von V & B Fliesen, links).

Im Hier und Jetzt und für die Zukunft

Mehr über das Angebot der vom Bundesverband Keramische Fliesen e. V. BKF (Luisenstraße 44, 10117 Berlin, Tel.: 030-27595974-0, info@fliesenverband.de) vertretenen deutschen Fliesenhersteller im Internet: www.fliesenverband.de/ oder <https://www.deutschefliese.de/>. Gastautor Jens-Uwe Fellhauer, Geschäftsführer des Herstellerverbandes, weiß noch mehr über die Geschichte der deutschen keramischen Fliese: Fellhauer@fliesenverband.de.

„Emotion“ (Seite 16) ist eine Feinsteinzeugfliese der Agrob Buchtal GmbH (Buchtal 1, 92521 Schwarzenfeld, Tel.: 09435-391-0, www.agrob-buchtal.de): www.agrob-buchtal.de/emotion/design.html?pe_id=580. Ebenso wie die Bodenfliese „Bosco“ auf der Seite 17 oben (www.agrob-buchtal.de/cd/produkte/produkte_seiten_2_b_12200.html?pe_id=90#alle). Die Fliesenserie „Laps“ ist ein Produkt der Steuler Fliesen GmbH (Industriestraße 78, 75417 Mühlacker, Tel.: 07041-801-110, www.steuler-fliesen.de). Die Relieffliese „Monochrome Magic“ ist aus dem Sortiment von V & B Fliesen GmbH: <https://pro.villeroy-boch.com/de/de/fliesen/architekten-und-planer/>.

Die Mitgliedsunternehmen des Bundesverbands Keramische Fliesen e.V. führen seit 2011 eine Umweltproduktdeklaration (EPD) des Instituts Bauen und Umwelt. In diesem Jahr haben die deutschen Produzenten erneut den Zertifizierungsprozess durchlaufen, um die neue, auf europäischer Ebene harmonisierte „ECO-Plattform“-Zertifizierung auf Basis der neuen Normanforderungen EN-15804 / ISO 14025 zu erlangen. Diese neue Generation der Umweltproduktdeklaration beleuchtet in einer sogenannten Lebenszyklusanalyse alle umweltrelevanten Einflussfaktoren von Bauprodukten - von der Rohstoffgewinnung über den gesamten Produktionsprozess bis hin zum Rückbau und Recycling.