



Studienerkenntnis zu Whirlen und Baden

Zwei Paar Schuhe

Eine neue Studie untersucht die Psychologie des Whirlens. Wichtigste Erkenntnis: Whirlen ist nicht das ein wenig bessere Baden, sondern ein ganz eigenständiger Vorgang, für den es auch ganz anderer Verkaufsargumente bedarf.

Prickelnder Whirlgenuss für Körper und Seele: Immer mehr Menschen nutzen heute den gesundheitsfördernden Effekt von Whirlbädern, um den Folgen von Stress und Hektik im Alltag entgegen zu wirken. Ob sanfte Entspannung, wohltuende Massage oder kraftvolle Belebung – die pure Kraft des Wassers weckt die Lebensgeister und erfrischt die Sinne. Anhänger des sprudelnden Vergnügens beschreiben ein ausgiebiges Whirlbad sogar als Jungbrunnen im eigenen Bad, dem sie als neuer Mensch entsteigen. Im Auftrag von Kaldewei hat das Kölner Rheingold Institut jetzt die psychologischen Hintergründe der Faszination Whirlen in einer Pilotstudie untersucht. Unter dem Titel „Whirlness – bewegtes Wasser“ wurden im Frühjahr 2005 repräsentativ ausgewählte Männer und Frauen über grundlegende Zu-

gangsmotive und Erfahrungen beim Whirlen sowie den Stellenwert der Whirlwanne beim persönlichen Badeerlebnis befragt.

Whirlen, das „andere“ Baden

In der Studie wurde deutlich, dass das Whirlbad in der Wahrnehmung der Deutschen eine Sonderstellung einnimmt. Im Vergleich zum normalen Baden und Duschen verbinden die Befragten mit dem Whirlen etwas Luxuriöses, Aufwändiges, vor allem aber eine verspielte und daher besonders vitalisierende Form der Entspannung und Regeneration. Ein Whirlbad wird zum einen als Kurzurlaub vom Alltag beschrieben, da es Stress und Anspannung einfach wegsprudelt. Sehr viel stärker als beim Baden wird es außerdem auch als **Recreation-Prozess** empfunden,

durch den ein aktivierender Effekt angestrebt wird. Der funktionale Aspekt der Körperreinigung spielt beim Whirlen dagegen keine Rolle, denn niemand whirlt um sauber zu werden. Psychologisch wird das Whirlen als eine eigene Badeform, als das andere Baden empfunden. Durch die sprudelnden Luftbläschen und massierenden Wasserstrahlen sitzt quasi ein aktives Gegenüber mit in der Wanne, das einen berührt und kreativ inspiriert.



Das Herz des Whirlens: Massierende Wasserstrahlen und perlenden Luftbläschen erzeugen den Champagner-Effekt



Meditations-Whirlen: Als Meditations-Whirlen bezeichnet man den tranceartigen Zustand tiefer Ruhe, der durch das gleichmäßige „Dahinwirbeln“ ausgelöst wird und in dem man sich gleichzeitig bewegt und getragen fühlt

Von der Tiefen-Entspannung zum kommunikativen Erlebnis

Im Rahmen der Studie wurden drei unterschiedliche Whirlformen ermittelt: das sogenannte Meditations-Whirlen, Liege-Duschen und Get-together-Whirlen. Als Meditations-Whirlen beschreiben die Befragten einen

tranceartigen Zustand tiefer Ruhe, der durch das gleichmäßige „Dahinwirbeln“ ausgelöst wird und in dem man sich gleichzeitig bewegt und getragen fühlt. Doch nicht jeder lässt sich gerne auf diese eher regressive Whirlverfassung ein. Die Gruppe der sogenannten Liege-Duscher sucht einen Mittelweg zwischen Baden und Duschen. Einerseits können die Befragten in der Whirlwanne durch die liegende

Position besser entspannen als unter der Dusche, andererseits wirkt das Whirlsystem wie eine eingebaute Unruhe, die verhindert, dass man sich in der stark Ich-auflösenden Badeverfassung zu sehr verliert. Beim Get-together-Whirlen wird die Whirlwanne zum Ort der Begegnung. Aufgrund der stimulierenden Eigenschaften regt sie stärker zum gemeinsamen Baden an als eine herkömmliche Badewanne. Die Whirlfunktion wirkt dabei als vermittelnder Dritter, der die Kommunikation mit dem Partner anregt und es leichter macht, aufeinander zuzugehen.

Regeneration für Körper und Seele

Die Motive für Baden und Whirlen haben denselben Ausgangspunkt und verfolgen ein ähnliches Ziel: Die alte seelische Verfassung soll verlassen und ein Neubeginn eingeleitet werden. Dabei unterscheidet sich der psychische Verfassungswechsel beim Whirlen jedoch grundsätzlich von dem beim Baden. Das Whirlbad wird als aktives Erlebnis beschrieben, das bewusst genutzt wird, um neue, kreative Impulse zu erhalten. Die mas-

Badtrends



Der Liege-Duscher versucht die regressive Badverfassung zu vermeiden. Er kann einerseits in einer Whirlwanne durch die liegende Position besser entspannen als unter der Dusche. Andererseits wirkt das Whirlsystem wie eine eingebaute Unruhe, die verhindert, dass man sich in der stark Ich-auflösenden Badeverfassung verliert

sierenden Wasserstrahlen und perlenden Luftbläschen bewirken ein Wechselspiel zwischen tiefer Entspannung und Anregung der Sinne. Nach einem ausgiebigen Whirlbad entsteigt man der Wanne als grunderneuerter Mensch, ist seelisch und körperlich erfrischt. Im Gegensatz dazu ist Baden ein eher passiver Prozess, bei dem gewissermaßen eine Reise zum Selbst angetreten wird. Nach einem ausgedehnten Wannenbad muss man sich erst wieder sammeln und festigen, um langsam zum Alltag übergehen zu können. Dagegen fühlt man sich nach einem Whirl-Bad als neuer Mensch: erholt und zugleich offen für neue Richtungen.

Mit Psychologie zum Verkaufserfolg

Mit dem wachsenden Bedürfnis nach Ruhe und Entspannung vom stressigen Alltag nimmt auch die Begeisterung der Deutschen für ein regenerierendes Whirlbad zu. Der Trend zur Whirlwanne im privaten Spa geht hierzulande jedoch langsamer voran als bei unseren europäischen Nachbarn. Während in Deutschland nur etwa zwei Prozent der verkauften Wannen mit einem Whirlsystem ausgestattet sind, ist es in Italien bereits jede fünfte.

Die Erkenntnis, dass psychologische Aspekte Verlauf und Erfolg eines Verkaufsgesprächs ganz erheblich bestimmen, ist keineswegs neu. Trotzdem ist es genau dieses psycholo-

gische Wissensgut, auch und gerade um unbewusste Meinungen, Einstellungen und Wünsche, welches in Verkaufsgesprächen rund ums Bad oft zu kurz kommt. So wird der Endkunde häufig bereits im ersten Beratungsgespräch mit einer Vielzahl technischer Informationen und Produktdetails konfrontiert, die ihn mehr verwirren als aufklären. Dagegen ist es sinnvoller, zunächst die ganze Bandbreite seiner Bedürfnisse und Wünsche sowie den vorhandenen monetären Spielraum zu eruieren.

Die hier neu vorgestellte Anschlussstudie zur „Psychologie des Whirlens“ führt diesen

Die normale Badewanne

- ist passiv
- hält sich geschlossen
- bietet Rückendeckung
- ist still tragender Grund in einem Prozess
- der stark ich-auflösende Züge aufweist (regressive Badeverfassung)
- in dem gewissermaßen eine Reise zum Selbst angetreten wird
- nach einem ausgedehnten Bad kann man seelisch wieder bei Null anfangen.
- man muss sich erst wieder sammeln und festigen, um in eine alltagstaugliche Form zu gelangen. Daher wird gerne abends gebadet, und der seelische Neubeginn findet erst am nächsten Morgen statt.

Die Whirlwanne hingegen

- ist aktiv.
- psychologisch ist mit der Whirl-Funktion ein tätiges Gegenüber mit in der Wanne. In Bläschen und Massagestrahl hat man „Kontakt zu einem anderen“ der einen kitzelt, streichelt, knetet
- in dessen Berührung man immer wieder auch sich selbst spürt
- in der Whirl-Wanne „tut sich immer was“
- es wird eher gemeinsam gewirbelt als gebadet
- im Whirlen wird sehr viel stärker als beim Baden (auch) ein aktivierender, vitalisierender Effekt angestrebt. Nach dem Whirl-Bad wird viel häufiger etwas unternommen als nach dem Baden.
- in der prototypischen Whirl-Verfassung wird eher eine Ich-Auflockerung angestrebt. Die ideale Whirl-Verfassung ist ein kreativer Akt zwischen:
 - eingelullt und wachgekitzelt werden
 - weichwerden und wieder Form annehmen
 - sich aktiv und sich passiv fühlen
 - angefasst werden und sich selber spüren
- dem idealen Whirlbad entsteigt man nicht aufgelöst, sondern grunderneuert.





Get-together-Whirlen: Die Whirlwanne wird zum Ort der Begegnung: Die Whirlfunktion wirkt dabei als vermittelnder Dritter, der die Kommunikation mit dem Partner anregt und es leichter macht, aufeinander zuzugehen

Weg in einem besonders interessanten Geschäftsfeld weiter. Hat schon der Verkauf einer normalen Badewanne aus dieser psychologischen Perspektive nur sehr wenig mit körperlicher Reinigung und sauber werden zu tun, sondern vielmehr mit dem Wunsch nach einem psychischen Verfassungswechsel.

Auch beim Whirlen geht es zunächst wie beim Baden um einen angestrebten Verfassungswechsel. Schaut man dann jedoch genauer hin, so zeigen sich deutliche Unterschiede in den Prozessen und Zielsetzungen. Im Gegensatz zum tief regressiven Prozess beim herkömmlichen Wannenbad ist das Whirl-Bad aktiv und wird bewusst gesucht um neue, kreative Impulse zu erhalten, so die Kernthese der Studie. Während man nach dem normalen Wannen-Bad sozusagen bei Null noch mal von vorne beginnt, entsteigt man der Whirl-Wanne als neuer Mensch: erholt und zugleich offen für neue Richtungen. Übersetzt man die Ergebnisse in eine produktadäquate Verkaufspsychologie so ist die Whirl-Wanne eben weit mehr als eine herkömmliche Badewanne, die um verschiedene Technik-Features aufgerüstet ist.

Die Whirl-Wanne bietet dem Kunden die Chance auf einen Jungbrunnen im Bad und dem Fachhandwerk die Möglichkeit zur nachhaltigen Profilierung in einem zukunftsorientierten Geschäftsfeld. Dabei ist die Chance erfolgreich Whirls zu verkaufen umso größer, je intensiver sich der Kundenberater mit der Psychologie des Whirlens auseinandersetzt. Gilt es doch im Verkaufsgespräch zunächst die noch weit verbreiteten psychologischen Zugangsbarrieren zum Thema Whirl zu beseitigen. Mit dem Wissen um die unterschiedlichen Bedürfnisse der unterschiedlichen Whirl-Typen rückt dann der erfolgreiche Verkaufsabschluss in greifbare Nähe.



Unser Autor **Martin Koch** ist Marketingleiter bei Kaldewei und hat sich intensiv mit der tiefenpsychologischen Wirkung von Baden und Whirlen auseinandergesetzt. Telefon:

(0 23 82) 7 85 2 10, E-Mail: martin.koch@kaldewei.de, www.kaldewei.de