

Kooperation rund um barrierefreie Badezimmer

Lebens(t)raum Bad

Sechs Unternehmen, darunter Grohe, Keramag oder Sam, haben sich zu der Initiative Lebens(t)raum Bad zusammengeschlossen. Sie wollen nicht nur ganzheitliche Lösungsansätze für Konzeptbäder bieten, sondern auch Service-Synergien für Endverbraucher und Handwerker schaffen.



Die Kooperation umfasst dabei nicht nur Sanitärhersteller – wie Grohe, Keramag oder Sam. Busch-Jaeger sorgt für die automatisierte Steuerung von elektronischen Abläufen, Schüco für das automatisierte Kippen und Schließen von Fenstern und Trilux liefert die Beleuchtungssysteme

Auf der Suche nach neuen zahlungskräftigen Zielgruppen landen Marktstrategen immer häufiger bei einer wachsenden Gruppe, die schlicht als „ältere Menschen“ oder – wohlklingender – als „Best Ager“ bezeichnet werden kann (siehe SBZ-Spezial 1/06). Wie vital auch immer die Bezeichnung lautet: Selbst Best Ager, Silberne oder Goldene Generation werden irgendwann alt. Und alte Menschen haben besondere Bedürfnisse, für die es die 50-Plus-Generation und die Best Ager bereits in jüngeren Jahren zu sensibilisieren gilt. Auch bei den Initiatoren der Unternehmensgemeinschaft „Lebens(t)raum Bad“ hat es sich herumge-

sprochen, dass Meinungsforscher und Demoskopien schon seit Jahren eine starke Vergrößerung der älteren Generation ankündigen. Wir stehen offensichtlich am Beginn einer Bevölkerungsentwicklung, die sich auf alle Bereiche unseres Lebens auswirken wird. Das Badezimmer ist dabei ein Raum, der schon aufgrund der Notwendigkeit einer täglichen Nutzung und der im Alter zwangsläufig eintretenden eingeschränkten Beweglichkeit (körperliche oder geistige Gebrechen) eine besondere Ausstattung erfordert. Dabei liegt es auf der Hand, dass eine Thermostat-Armatur in den Hochglanzbroschüren nicht als besonders „altersgerecht“ beworben wer-

den kann, nur weil sie ein gefahrloses Anfassen oder eine konstante Temperatur ohne böse Überraschungen für den Benutzer gewährleistet. Die an der Initiative beteiligten Hersteller ziehen die Konsequenz aus eben dieser Tatsache, dass ein altersgerechtes Badezimmer nun mal aus vielen fachlich anspruchsvollen Komponenten besteht. Da lag es nahe, dass sich Hersteller mit den unterschiedlichsten Kernkompetenzen zusammenschließen, um Handel, Handwerk und Endnutzern ein komplettes Badezimmer anbieten zu können.

Gewerkekooperation ermöglicht komplexe Lösung

Die Kooperation umfasst dabei nicht nur Sanitärhersteller – wie Grohe, Keramag oder Sam – sondern auch Produzenten benachbarter Branchen, die im Badezimmer auf Produktseite vom barrierefreien Badezimmer partizipieren wollen. So soll Busch-Jaeger die notwendige Elektrik – wie etwa die automatisierte Steuerung von elektronischen Abläufen – beisteuern, Schüco sorgt für das automatisierte Kippen und Schließen von schwer zugänglichen Fenstern, und Trilux liefert die passenden Beleuchtungssysteme und -komponenten. Im Ergebnis soll die kooperative

Zusammenarbeit zu schlüssigen Raumkonzepten in den Bereichen professioneller Wohnungsbau, Privathausbau, Hotelbau und seniorengerechtes Bauen führen. Speziell im privaten Wohnbau sehen die Initiatoren heute das Hauptaugenmerk auf generationenübergreifend, flexibel und individuell gestalteten Bädern. Abgerundet wird das Angebot durch Schulungen sowie Zertifizierungen von Wohnbaugesellschaften, Planern, Sanitär- und Elektroinstallateuren sowie des Beratungspersonals im Großhandel. Die Schulungen werden in Kooperation mit der in Iserlohn ansässigen Deutschen Gesellschaft für Gerontotechnik (GGT) organisiert. Die seitens der Initiative Lebens(t)raum Bad in der GGT-Dauerausstellung „Forum für Generationen“ gezeigten Raumkonzepte und Badlösungen erfüllen die Kriterien und Anforderungen der GGT für Bäder mit generationenübergreifender Nutzungsmöglichkeit und können nach Terminabsprache besichtigt werden.

Internetplattform erleichtert Koordination

Um ein Bad zielgerichtet so zu planen, dass alle Belange wie optimale Raumgestaltung, Sanitär, Beleuchtung, Elektro, Belüftung, Ausstattung und nicht zuletzt die Accessoires fachmännisch berücksichtigt werden, bedarf es mehrerer Spezialisten. Lebens(t)raum Bad bietet als Schnittstelle eine Internetplattform unter www.lebenstraumbad.de an, die nicht nur die beispielhaften generationenübergreifenden Konzepte für renovierungsfreudige Badnutzer zeigt, sondern auch als Kommuni-



Präsentierten „Lebens(t)raum Bad“ (v.l.): Martina Koepp (GGT), Kajo Mondorf (Keramag) Simone Schulte (Sam), Dieter Lautz (Busch-Jaeger), Thorsten Muck (Trilux), Dr. Ulrich Döpke (Grohe) und Thomas Lauritzen (Schüco)

kationsportal von allen beteiligten Projektpartnern genutzt werden kann. Hier finden sich neben Broschüren auch Hinweise auf die Ausstellungen beim Fachhandel. Gedacht ist auch an ein Tool, mit dem sich der Endverbraucher sein Bad (nach dem Vorbild der Konzeptbäder) schablonenhaft zusammenstellen und sich gleichzeitig ein ungefähres Bild von den zu erwartenden Kosten machen kann. Der Handwerker kann mit den übermittelten Daten weiterarbeiten und die gewünschten Komponenten anbieten und einbauen.

Kajo Mondorf, Vertriebsdirektor bei Keramag, sieht große Potenziale für alle Markt-

partner: „Mit dieser Initiative sehen wir die Möglichkeit, im Verbund mit den anderen Industriepartnern den privaten, öffentlichen und gewerblichen Investoren schlüssige Gesamtkonzepte für komplette Wohlfühl-Bäder anzubieten, in denen die Bedürfnisse aller Generationen Berücksichtigung finden. Dabei denken wir auch an Großhandel und Handwerk, denen wir mit dieser Initiative neue Vermarktungsmöglichkeiten eröffnen.“ Die Initiative bietet nicht nur eine realistische Antwort auf den sich wandelnden Bedarf des Wohnungsmarktes, sondern entspricht auch der gesellschaftlichen und politischen Forderung nach einer selbstständigen Lebensorganisation im Alter. □