

Das BADWERK Badmagazin

Lagoon

2020



Das Badezimmer im Spiegel der Zeit



Optima

Qualität fürs Leben.
Das Beste für mein Bad.

www.mein-optima.de



Style Update

Liebe Leserinnen, liebe Leser,
ein herzliches Willkommen zu unserer zweiten Ausgabe der
BADWERK Lagoon. In diesem Magazin nehmen wir Sie mit
auf eine Zeitreise durch die Geschichte des Bades.

In der privaten Wohnkultur ist das Badezimmer ein absoluter
„Newcomer“. Der heutige Standard etablierte sich erst ab dem
20. Jahrhundert. Noch in den 1980er Jahren war es in Berlin
und anderen Städten nicht so selten, dass man zwar eine
schöne Altbauwohnung hatte, aber kein Badezimmer. Selbst
heute gibt es das vereinzelt noch in unsanierten Altbauten.

Um die notwendige Ganzkörperhygiene zu betreiben, behalf
man sich früher mit dem Besuch einer sogenannten Volks-
badeanstalt. Umso erstaunlicher, dass bereits die englische
Königin Elisabeth I. um 1550 in Ihrem Schloss Richmond eine
wassergespülte Toilette einbauen ließ.

Auch unser Unternehmen hat eine Historie und ist im stetigen
Wandel, wie Ihnen zum Beispiel unser Interview mit Herrn
Markus Lambertz zeigt. Erleben Sie den Charme vergangener
Epochen und der heutigen zeitlosen Eleganz.

Wir wünschen viel Spaß dabei!

Heinz Schmidt Heurik Schmidt

GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER

Inhalt



14 *Glamour seit Jahrtausenden*

- 06 **ZEITREISE DURCH DIE BADGESCHICHTE**
Mit dem Newcomer unserer privaten Wohnkultur
- 14 **GLAMOUR SEIT JAHRTAUSENDEN**
Die Badewanne hat alles, was einen echten Star ausmacht
- 22 **DIE PIONIERIN DER WC-GESCHICHTE**
Queen Elisabeth I. im Porträt
- 30 **IN PERFEKTER HARMONIE**
Keramik meets Zirbelkiefer
- 38 **GEKOMMEN UM ZU BLEIBEN**
Selbst verwirklichen in der Toskana des Nordens
- 44 **EIN MANN DER KLAREN WORTE**
Die Geheimnisse hinter dem Erfolg der Heinrich Schmidt Gruppe
- 48 **ZIELE SIND WICHTIG**
Insights: Interview mit Markus Lambertz – Prokurist bei Heinrich Schmidt
- 54 **EIN LEITFADEN**
In fünf Schritten zum Traumbad
- 56 **ORDNUNG IST DAS HALBE ...**
Heinzelmännchen für das Bad
- 60 **EIN GUTER INNERER ZUSTAND**
Insights: Interview mit Mental Coach Axel Zehle

Keramik meets
Zirbelkiefer

30

22

Die Pionierin der
WC-Geschichte



Vom Stadtbad zur
eigenen Traumduusche

80

Optima ist immer die
richtige Entscheidung



66

66 **DAS BESTE FÜR MEIN BAD**
Optima ist immer die richtige
Entscheidung

72 **HISTORISCH EINCHECKEN**
Eine Reise durch verschiedene
Hoteljahrzehnte

78 **DAS BAD IM WANDEL DER ZEIT**
Insights: Interview mit Innen-
architekt Michael Simlinger

80 **WAS WÄREN DAS FÜR ZEITEN**
Vom Stadtbad zur eigenen
Traumduusche

86 **IM ZEITLOSEN DESIGN**
Die neue Duschgeneration

88 **WÄRMENDE SPROSSENWÄNDE**
Heizkörper mit hohem
Designanspruch



Eine Zeitreise durch die Badgeschichte

*Auch wenn es für uns heute selbstverständlich wirkt:
Das Badezimmer ist historisch gesehen ein Newcomer
unserer privaten Wohnkultur. Erst ab dem 20. Jahr-
hundert setzte es sich als Standard durch. Vorher fand die
Körperpflege mit Wasser vorwiegend in öffentlichen
Bädern statt – oder war gar verpönt. Lagoon nimmt Sie
mit auf eine Zeitreise durch die Geschichte des Bades.*

„Rund 4.500 Jahre v. Chr. eine Badewanne aus Ton und eine Art Dusche.“

Gemeinsames Baden in der Antike

Gäbe es tatsächlich eine Zeitmaschine, müssten wir sie weit zurückdrehen, um die Anfänge des Badezimmers zu entdecken. Denn schon rund 4.500 Jahre v. Chr. soll die Herrscherin im mesopotamischen Mari einen Raum mit einer Badewanne aus Ton und einer Art Dusche besessen haben. Zweieinhalb Jahrtausende später folgte das erste Flachwaschbecken aus Mauerwerk oder Keramik, dazu Öfen zum Erwärmen des Wassers.

Im antiken Griechenland und Rom um 400 v. Chr. wurden die Bäder deutlich größer – und öffentlicher. Das Baden, Reinigen und Entspannen war dort eine gemeinsame Angelegenheit. Neben offenen Becken nutzten die Bürger besonders gern Dampf- und Heißluftbäder, um sich von Schmutz und Gerüchen zu befreien. Beheizte Fußböden, konstant warmes Wasser sowie integrierte Sportanlagen machten die Badehäuser der Antike zu zentralen Orten des sozialen und geschäftlichen Austauschs. Man traf sich nackt im Bad, besprach Privates und schloss Verträge.



Wasser ist unerwünscht

Auch im 12. Jahrhundert, zur Zeit des europäischen Mittelalters, wurde gemeinsam in kleinen Badestuben gebadet sowie debattiert und gegessen. Sie waren häufig auch Orte für amouröse Vergnügungen – und das gefiel der Kirche überhaupt nicht. Sie stellte den freizügigen Bädern um 1500 sprichwörtlich das Wasser ab und schloss sie für gut zwei Jahrhunderte.

Es gab aber noch einen weiteren Grund für diesen radikalen Schritt: Seuchen wie Pest und Cholera gehörten im Mittelalter zum Alltag und ließen ganze Landstriche ausbluten. Die öffentlichen Bäder galten damals als gefährlich, hier wurden die Krankheiten übertragen. Und besonders Wasser hatte einen schlechten Ruf – denn es gelangte durch die menschlichen Poren und brachte die Bakterien in den Körper. Also verzichteten die Menschen bis in die Barockzeit hinein auf das Baden. Stattdessen rieben sie sich trocken ab und puderten die Poren zu, damit die Keime außen vor blieben. Maximal die Hände und das Gesicht wurden leicht befeuchtet. Gegen die unangenehmen Gerüche half nur eines: viel Parfüm. Und die Zeitmaschine. Sie katapultiert uns schnell in die Zeit der Aufklärung.

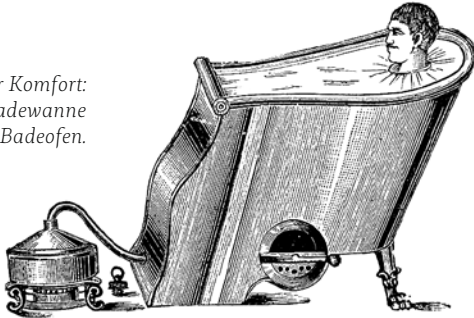


„Sie waren häufig auch Orte für amouröse Vergnügungen.“

Bade zu Hause.

Zum Ende des 19. Jahrhunderts hieß es immer häufiger: Bade zu Hause.

Erstklassiger Komfort:
Sitzbadewanne
mit kleinem Badeofen.



Die Anfänge des privaten Bades

Mitte des 18. Jahrhunderts kam das Wasserbad nämlich wieder in Mode. In adeligen Kreisen wurden Separees mit Badewannen eingerichtet. Später feierten auch die öffentlichen Bäder ein Comeback; in Hamburg etwa eröffnete 1855 die erste deutsche Bade- und Waschanstalt. 65 Wannen und 56 Waschtische standen dort der ärmeren Bevölkerung zur Verfügung.

Parallel prägte sich der Wunsch nach mehr Privatsphäre aus. In den Städten wurde viel experimentiert, um auch in Mietshäusern das Baden zu ermöglichen. So entstanden Stahlwannen auf Rollen, die sowohl in der Küche als auch dem Wohnzimmer stehen konnten und sich flexibel entleeren ließen. Für ein warmes Bad wurden spezielle Kohleöfen mit integrierter Wanne gebaut. Zugleich erhielten Ende des 19. Jahrhunderts immer mehr Mietshäuser einen eigenen Wasseranschluss, sodass auch Waschkommoden mit fließendem Wasser und Armaturen aufkamen. Mit dem sogenannten „Frankfurter Bad“ etablierte sich ein Konzept, mit dem sich auch alte Häuser ohne große Umbauten badetauglich gestalten ließen. Hierfür wurden Küchennischen mit Dusche oder Wanne ausgestattet und mit einem Vorhang abgetrennt. Nur die Toiletten blieben noch länger auf halber Treppe oder im Hof, oftmals ohne Wasserspülung.

Von der Nasszelle zur Wellness-Oase

Doch: Bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts war ein eigenes separates Bad zu Hause ein Luxus, den sich nur wenige Haushalte leisten konnten. Dies änderte sich erst mit den zahlreichen Neubauten der Wirtschaftswunderjahre. Sie waren standardmäßig mit „Nasszellen“ versehen, Mini-Räume mit moderner, pragmatischer Badausstattung. Aber auch Altbauten erhielten flächendeckend eigene Badezimmer. In den folgenden Jahrzehnten änderten sich hauptsächlich die Farben, Materialien und Stile. Nach gedeckten Pastelltönen in den 1950/60er Jahren wurde es in den 1970/80er Jahren deutlich bunter.





Wer ist die Schönste
im ganzen Land?
Liz Taylor lässt grüßen.



Formen und Farben explodieren.
Bei Colani geht's rund, nur rund.

„Ab den 70er
Jahren wurde
es deutlich
bunter.“

In den vergangenen 30 Jahren gewann das Badezimmer immer mehr an Bedeutung und Fläche: Neben seiner Hygiene-Funktion zählt heute ein individuelles Interieur sowie eine angenehm wohnliche Atmosphäre. Es wird Wert auf ganzheitlich abgestimmte Raumkonzepte gelegt, geprägt von einem geradlinigen, schlichten Design und hochmoderner sanitärer Ausstattung. Das Bad ist 2020 wieder eine Wellness-Oase. Ähnlich wie zu Beginn unserer Zeitreise im antiken Griechenland – nur, dass man das Bad heute lieber privat genießt.

Streng ging es nicht nur samstags
in der Badestube zu.

Die letzten 150 Jahre der Badgeschichte

Villeroy & Boch als eine der ältesten und bekanntesten europäischen Marken war bereits Mitte des 19. Jahrhunderts über Europa hinaus in Russland, China und Amerika präsent und hat wesentlich zur Demokratisierung der Tisch- und Badkultur beigetragen. Die Bedeutung dieser Marke liegt jedoch nicht nur in ihrer Tradition. Von den Anfängen an war Villeroy & Boch Pionier im Hinblick auf innovative Materialien, Herstellungstechniken und vor allem Design, einem der wichtigsten Markenattribute. Das Zusammenspiel von Tradition und Modernität ist für Villeroy & Boch ein wesentlicher Motor, Neues zu schaffen.

🌐 VILLEROY-BOCH.DE

1876

Die Sanitärproduktion wirft ihre Schatten voraus. Die Faiencerie in Wallerfangen beginnt mit der Fertigung von „Wasserleitungsgegenständen und Spülwaren“, den ersten Sanitärkeramiken von Villeroy & Boch.



1900

Immer mehr Bürger richten sich ein separates Badezimmer ein.

1890

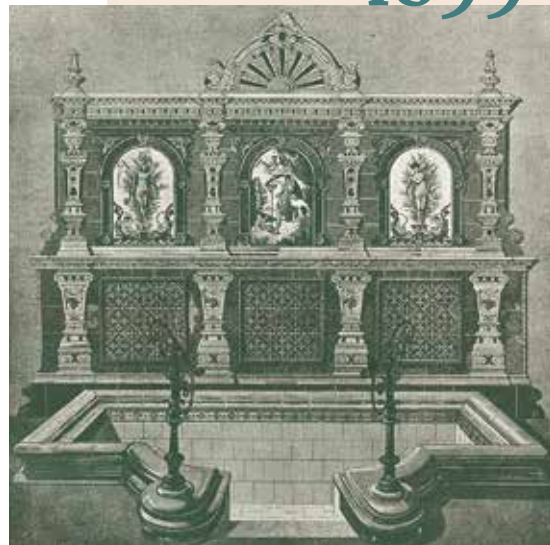
Das günstigere Gusseisen löst Keramik als Material für Badewannen ab.

1870

Erste Waschkommoden mit fließendem Wasser entstehen.

Bedeutende medizinische Erkenntnisse schaffen im 19. Jahrhundert die Grundlagen der modernen Hygiene. Einen wesentlichen Beitrag hierzu leisten vor allem Sanitärprodukte, die noch um 1900 kaum verbreitet sind. Zu dieser Zeit beginnt Villeroy & Boch gezielt mit der Produktion von Wannen und Toiletten. Badausstattungen für die Durchschnittswohnung wurden erschwinglich. Ein wichtiger Beitrag zur Demokratisierung der Badkultur und Hygiene.

1899



1880

In wohlhabenden Privathaushalten werden die ersten Badewannen eingebaut.

1906/10

Stand-WC – aufwendig dekoriert
in der Kupferumdruck-Technik



„Ein wichtiger Beitrag zur Demokratisierung der Badkultur und Hygiene.“

Ein so umfassendes Produktprogramm konnte kein anderer Hersteller bieten. Dazu gehörte praktisch alles, was sinnvoll aus Keramik zu fertigen war. Fliesen und Sanitärkeramik ergänzten einander zur Komplettausstattung von Badezimmern. Villeroy & Boch designte 1930 dieses Badezimmer für ein Privathaus in Frankfurt.

1930



1910

Das „Frankfurter Bad“ entsteht, in der Küche wurde eine optisch abgetrennte Nische mit Wanne oder Dusche eingerichtet.

Der um die Jahrhundertwende hergestellte Standwaschtisch im Jugendstil diente der Hygiene und war außerdem repräsentativ. Er wurde aus einem Hartsteingut mit einer Laufglasur in der Produktionsstätte in Dresden hergestellt. Hier produzierte Villeroy & Boch von 1856–1945.

1910/15



Aborttrichter aus
salzglasiertem Steinzeug

1930

„Die Gestaltung ist von intensiven Farben geprägt.“

1980

Zunehmend arbeiten Sanitärhersteller mit Designern zusammen, um individuelle Badlösungen anbieten zu können.

1960

1950

Zahlreiche Neubauten mit integrierten „Nasszellen“ werden in Deutschland erbaut.



Funktionell,
ästhetisch,
individuell

1970

Neue Materialien wie Aluminium, Laminat und Melamin werden im Bad verwendet, die Gestaltung ist von intensiven Farben geprägt.



Luigi Colani entwickelt im Auftrag von Villeroy & Boch ein völlig neues Badkonzept, das das Bad als Wohnraum und Ort der Regeneration neu definiert. Als erster befasst er sich mit dem Ergonomie-Aspekt dieses Raumes, mit einer allseitig optimierten Funktionalität und individueller Farbigkeit. Es ist auch das erste Konzept, das eine durchgängige Designlinie für alle Elemente des Bades schafft. Damit inspiriert es das Design der kommenden Jahrzehnte und revolutioniert die gesamte Badbranche.

1975



2019

Die Möbel wirken filigran, bieten aber erstaunlich viel Komfort – dank großzügigem Stauraum und Schubladen mit praktischem Vollauszug und Antirutschmatten.



In der Kollektion Collaro von Villeroy & Boch ergänzen sich trendstarkes Design und Wohnlichkeit auf erfrischend unkomplizierte Weise. Filigrane Formen und hochwertige Materialien wie TitanCeram treffen auf funktionale Features und schaffen ein zeitlos schönes Bad zum Wohlfühlen.

Auch der Designer Kenzo betrat das Neuland der Keramik und entwarf Fliesendekore für Villeroy & Boch.

1997



Ein Meilenstein in der Keramikforschung: 270 Jahre Entwicklung des neuartigen Werkstoffs TitanCeram ermöglicht, der speziell für die Realisierung hochwertiger, sehr filigraner Designs eingesetzt wird.



2015



Für Villeroy & Boch betraten verschiedene Designer Neuland in der Keramik. So auch Paloma Picasso. Sie entwarf das Fliesendekor unter dem Motto der Antiken Eleganz.

1993

2013



Intelligente Ingenieurskunst: Mit dem Launch der DirectFlush-Technologie hat Villeroy & Boch sehr erfolgreich eine neue WC-Generation auf den Markt gebracht. Die intelligente Wasserführung sorgt für mehr Hygiene bei geringem Putzaufwand und niedrigem Wasserverbrauch. So verbraucht ein DirectFlush lediglich 3 bzw. 4,5 Liter pro Spülgang bei einer unvermindert hohen Spülleistung. Die Innovation schlägt ein: Im Jahr 2015 verdoppelte sich der Absatz der DirectFlush- bzw. HygieneFlush-WCs im Vergleich zum Vorjahr.

„Hochwertige und filigrane Designs.“

2020

Es dominiert geradliniges, schlichtes Design mit hochmodernen Sanitäranlagen.



Badespaß zu zweit verspricht die BetteSpace L. Sie ist auf ihrer bequemen Liegeseite 130 cm breit, spart jedoch insgesamt fast einen halben Quadratmeter Raum im Bad ein.

Wir rollen der Badewanne den roten Teppich aus

Auch wenn es für uns heute selbstverständlich wirkt, die Badewanne hat alles, was einen echten Star ausmacht: Sie ist unheimlich anziehend, schenkt uns eine gute und anregende Zeit. Sie geht auch mal neue Wege, bleibt sich im Herzen aber treu. Zeit für ein historisches Porträt dieses Stars.



Links: Vollendete Geborgenheit in den eigenen vier Wänden. **Rechts:** Bühne frei für den Star des Bades.



„Sie ist ein Rückzugsort, an dem man mit allen Sinnen genießt.“


Glamour seit Jahrtausenden

Egal wo, egal wie groß – betritt man ein Badezimmer, fällt der Blick oftmals unwillkürlich und unmittelbar auf die Badewanne. Allein ihre raumgreifende Größe sorgt für eine herausragende Präsenz, der man sich kaum entziehen kann. Und dann all die Assoziationen: Ein warmes Bad gehört für viele zu den angenehmsten Entspannungsritualen überhaupt. Tür zu, Zeit für sich. Dazu ein Buch, ein Film oder einfach komplette Stille. In der Wanne geht es nicht nur ums Waschen und die tägliche Körperhygiene – sie ist ein Rückzugsort, an dem man mit allen Sinnen genießt, sich selbst einen guten Moment schenkt. Und zwar schon seit sehr langer Zeit, kein Wunder also, dass die Badewanne zu den größten Stars der Badgeschichte gehört.

Bereits mehrere Jahrhunderte vor unserer Zeitrechnung wussten wohlhabende Menschen die Vorzüge eines eigenen Bades zu schätzen. Im antiken Griechenland und Rom stellten sich die Adligen schwere Wannen aus Ton ins Haus. Im Gegensatz zu den großen Becken der öffentlichen Bäder bot die heimische Wanne den perfekten Rahmen für etwas Abstand und Privatsphäre. Sie war auch Teil der damaligen Gastfreundlichkeit: Im frühen Griechenland gehörte es zum guten Ton, dem willkommenen Gast ein Bad zu bereiten. Die Wanne pflegte also von Beginn an – ganz star-like – eine repräsentative Note und besaß ihren eigenen Glamour. Sie wusste sich in Szene zu setzen, besonders in ihrer Form und ihrem Material.

*Ein unverzichtbares
Accessoire jeder Frau.
Was drin ist, bleibt
ihr Geheimnis.*





*„Sie wusste
sich in Szene
zu setzen.“*



Modebewusst bei der Materialwahl

Natürlich ging sie dabei immer mit der Mode. Statt Ton bevorzugte man im Mittelalter hölzerne Badezuber. Allerdings wurden die irgendwann undicht oder faulig. Ab dem 18. Jahrhundert waren in höfischen Kreisen Kupfer- und Bronzewannen en vogue. Wer es sich leisten konnte, gönnte sich gar ein Marmorbad. Im späten 19. Jahrhundert kamen dann leichte, günstige und konisch zulaufende Zinkblechwannen auf – sie hielten sich bis in die 1950er Jahre hinein. Samstags hatten sie ihren großen Auftritt: Dann war bei vielen Familien Badetag, mit einer warmen Wasserladung für alle. Aufgestellt wurde sie in der Küche oder einem anderen Wohnraum.

Besser gestellte Bürger mit einem Wasseranschluss in der Wohnung konnten auch eine Nummer größer genießen. Etwa in Badewannen aus emailliertem Gusseisen auf kunstvoll geformten Klauenfüßen, die um 1900 ihre Hochzeit erlebten. Auch wenn sich die Formen später immer wieder änderten – Gusseisen sorgt bei Badewannen noch heute für langlebige und elegante Karrieren. Weniger Gewicht bringen dagegen die Kunststoff-Wannen auf die Waage – und im Fitness-Zeitalter ist das für viele ein starkes Argument. Entsprechend prägen Acryl-Modelle seit rund 30 Jahren viele Bäder.



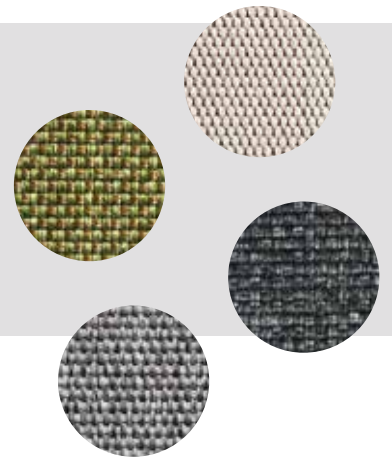
Ästhetisch: Der überlappende, schmale Falzrand des Wannenkörpers aus glasiertem Titan-Stahl schmiegt sich eng an das Textil der Wannenschürze.



*Angepasst an
jeden Wunsch.*



Vier Farbwelten: BetteLux Oval Couture ist in den Farben Ivory (Beige), Moss (Grün), Carbon (Anthrazit) und Elephant (Grau meliert) erhältlich. Die Farben des glasierten Titan-Stahls und des Stoffs können aufeinander abgestimmt werden.



„Selbstverständlich ist bei der Inszenierung eines Stars auch der Ort entscheidend.“



Sie kann das tragen:
Die BetteLux Oval Couture ist die erste Badewanne, die in gewebter Stoffschürze daherkommt. Der Stoff ist wasser- und klimaresistent.



Eine Badewanne, die ästhetischen Ansprüchen gerecht wird, aber vor allem in der Bequemlichkeit überzeugt – das ist BetteComodo.

„Diese Optik hat natürlich ihren Reiz.“

Frei oder eingebaut

Selbstverständlich ist bei der Inszenierung eines Stars auch der Ort entscheidend: Historisch gesehen stand die Wanne meist frei im Raum. Erst in den pragmatisch eingerichteten und oftmals kleinen Badezimmern der Mitte des 20. Jahrhunderts neu gebauten Mietshäuser wurde die Wanne an die Wand, nah an die Wasseranschlüsse, gepresst. Gern auch eingefasst in einen vollständig umlaufenden Fliesenpiegel. Diese „Alles-aus-einem-Guss“-Optik hat natürlich ihren Reiz. Und auch die Badewanne weiß in dieser Umgebung zu glänzen.



Eingebaute Entspannung: Mit ihrem nur 8 mm feinen Rand wirkt die BettePond wie ein Quelltopf oder kleiner See, der zum kontemplativen Baden einlädt.



Oben: Weiche, wohnliche Atmosphäre: Der satinblaue Farbglanz umschmeichelt den Wannenkörper der BetteLux Oval Silhouette und setzt ihn dezent in Szene. **Unten:** Eine Linie für klare Badgestaltung – BetteOne ist ein Badkonzept, das Badewanne und Waschbecken aus glasiertem Titan-Stahl in einem Design verbindet.

 **BETTE.DE**

„Raus aus dem Fliesenkorsett.“

Doch ein Star braucht ebenso Luft zum Atmen, zum Entfalten und Wirken. Deshalb ist in den letzten Jahren eine Rückbesinnung zu erleben. Die Wanne rückt weg von der Wand, raus aus dem Fliesenkorsett. Sie stellt sich wieder häufiger mitten auf die Bühne und wird zum Zentrum des Badezimmers. Bestenfalls mit einem beeindruckenden Ausblick – beispielsweise auf die Skyline einer Metropole, die unberührte Natur oder einen grünen Hinterhof. Das ist großes Kino!

Dass die Badewanne sowohl freistehend als auch eingebaut eine ausgezeichnete Figur macht, beweist Bette. Der 1952 gegründete Hersteller aus Delbrück bietet durch seine hoch technisierten Produktionsprozesse eine riesige Gestaltungsfreiheit. Perfekt für die unterschiedlichen Launen eines Stars. Entsprechend vielfältig ist das Wannen-Portfolio von Bette: Neben klassischen ovalen und rechteckigen Varianten finden sich ebenfalls Sonderformen und sehr stylische Wannen mit minimalistischen Ornamenten, edlen Stoffumkleidungen und loftartigem Industrie-Look.





Die Formenvielfalt der Wanne

Was macht einen Star noch aus? Dass man ihn immer wiedererkennt, egal wie sehr er mit seinem Äußeren experimentiert. Mit ihrer typischen, körperlangen Bauchform ist die Badewanne seit mehr als 4.000 Jahren ihrer Grundform treu geblieben. Natürlich auch aus praktischen Gründen. Immerhin sollten zwischen 100 und 150 Liter Wasser hineinpassen, um den Körper vollständig mit einer warmen flüssigen Decke zu verwöhnen. Dennoch ist die Wanne offen für neue Hüllen. So präsentiert sie sich heute vielseitiger denn je – vier- oder sechseckig, halbrund oder oval, geradlinig oder geschwungen. Aber: Sie bevorzugt schon das klassische Weiß, auch als Ausdruck der mit ihr verbundenen körperlichen und seelischen Reinheit.



Wie im Star-Geschäft gibt es auch in der Geschichte der Badewanne One-Hit-Wonder: die Schaukelbadewanne etwa. Der Berliner Klempner Carl Dittmann erfand sie Ende des 19. Jahrhunderts. Ihr charakteristisch gewölbter Boden mit einem gekrümmten Rückenteil ermöglichte es, die leichte Blechwanne zum Schaukeln zu bringen und selbst angenehme Wellen zu erzeugen. Auf relativ geringer Fläche konnte man so auch in engen Räumen zu Hause baden. Dittmann ließ seine Idee patentieren und verkaufte viele tausend Exemplare. Allerdings waren die Bewegungen auf Dauer etwas anstrengend und so schafften es bequemere Wannen ins Rampenlicht.

Grandes Dames und persönliche Stars

Natürlich gibt es auch unter den Stars Unterschiede. A-, B- und C-Promi, die Grande Dame und der Star der kleinen Bühne. Bei der Wanne ist dies nicht anders: Die teuerste der Welt heißt denn auch „Le Grand Queen“. Über eine Million Euro soll sie gekostet haben und in Dubai stehen. Sie wurde aus einem Block des extrem seltenen und sehr widerstandsfähigen Halbedelsteins Cajou gefertigt, der über mehrere Millionen Jahre in den vulkanischen Regionen Indonesiens entstand.

Diesem einzigartigem Luxus stehen die vielen deutlich günstigeren Klassiker gegenüber, die oftmals schon für unter 1.000 EUR das eigene Bad bereichern. Und das tun sie auch ganz ohne teuren Stein: Denn solange genügend Wasser zwischen 36 und 38 Grad darin Platz findet, wird selbst die einfachste Wanne zum Star.

„One-Hit-Wonder: die Schaukelbadewanne.“

Die Badewanne als Filmstar

Die Badewanne spielte in zahlreichen Kinofilmen eine der Hauptrollen. Sie ist immer wieder der Drehort lustiger, erotischer oder gruseliger Szenen. Julia Roberts hört in „Pretty Woman“ in einer riesigen Wanne Musik und singt beseelt mit. In „American Beauty“ nimmt Mena Suvari ein legendäres Rosen-Bad. Und Liz Taylor badet in „Cleopatra“ als ägyptische Prinzessin und spielt nebenher mit einem vergoldeten Boot. Kate Winslet sitzt in der Wanne, als sie in „Der Vorleser“ gebannt zuhört. Unangenehm wird es in „Die Teuflischen“ und in Hitchcocks Klassiker „Psycho“ – dort ist die Wanne Tatort zweier Verbrechen. Überaus witzig sind dagegen die Gespräche von Loriots „Herren im Bad“.



„Ein egozentrisches und
vielschichtiges Original.“



Die Pionierin der WC-Geschichte

Kleopatra, Jeanne D'Arc, Elisabeth I., Marie Curie – Anne Volta, eine Drehbuchautorin aus Köln, ist fasziniert von den großen Frauen der Weltgeschichte. Ihr Traum: Eine Dokumentation auf den Spuren dieser Grandes Dames. Als sie zum England des 16. Jahrhunderts recherchiert, entdeckt sie ein nebensächliches Detail – Queen Elisabeth I. besaß eine der ersten wassergespülten Toiletten. Konnte das stimmen? Volta forscht weiter zur überraschend spannenden Geschichte des WC. Hier erzählt sie davon.



Oben: In Stein gemeißelt, um King Henry VIII. und seiner Töchter Queen Mary I. und Queen Elisabeth I. zu gedenken.

Unten: Heinrich VIII. ist vor allem durch seine sechs Ehen bekannt.



„Dieser selbstbewusste Charakter fasziniert mich.“

Projekt Starke-Frauen-Doku

Seit elf Jahren schreibe ich Drehbücher, hauptsächlich Krimis fürs Fernsehen. Ich liebe das Erzählen von spannenden und lebensnahen Geschichten, das Hineindenken in verschiedene Charaktere. Zur Inspiration stöbere ich oft in Biografien von bedeutenden Persönlichkeiten. Mich interessieren aber nicht die historischen Meilensteine in deren Leben. Vielmehr packen mich die alltäglichen Momente, Gedanken und auch Widersprüche dieser Menschen, quasi das Fundament für das, was sie zu dem machte, was sie waren.

Zuletzt habe ich viele Memoiren von Frauen gelesen. Irgendwann fing ich an, einzelne Geschichten zu notieren und erstmal abzuspeichern. Auf meinem Computer gibt es seitdem einen Ordner namens „Projekt Starke-Frauen-Doku“. Dort sammle ich den Stoff für eine Dokumentation über den Alltag von weiblichen Koryphäen. Es soll ein anderer Blick auf die Weltgeschichte werden.



Elizabeth R

„Ich wäre lieber eine Bettlerin und allein, als verheiratet.“



Bis zu vier Stunden brauchten die Hofdamen zum An- und Auskleiden ihrer Königin.

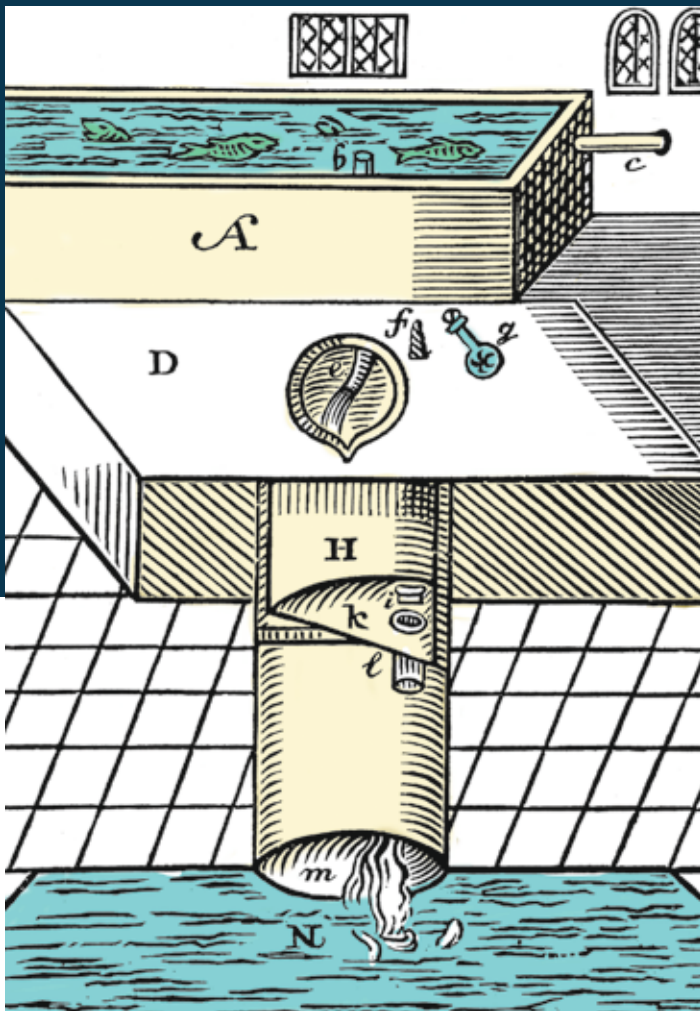


Trotz ihres großen Freiheitsdranges musste sich auch Queen Elisabeth I. der Etikette beugen. Auch was die Kleidung angeht, sei sie noch so unbequem.

Die starke, jungfräuliche Queen von England

Königin Elisabeth I. zieht mich besonders in Bann, ein egozentrisches und vielschichtiges Original aus der Tudor-Familie, die über 100 Jahre lang die britische Insel beherrschte. Ihre Kindheit und Jugend war alles andere als entspannt. Mutter und Vater starben früh, mit Anfang 20 geriet Elisabeth in einen Glaubensstreit mit ihrer Halbschwester Maria Stuart und landete im Kerker des Tower of London. Dort traf sie auf Robert Dudley, einen englischen Edelmann, der die junge Prinzessin umgarnte. Daraus entstand eine jahrelange Liaison, die auch anhielt, als Elisabeth mit 25 Jahren den Thron Englands bestieg. Dudley wurde zwar Oberstallmeister und Lover, heiraten wollte Elisabeth ihn aber nicht. Auch nicht all die anderen, teils hochadeligen Bewerber, die im Laufe ihrer 45-jährigen Amtszeit förmlich Schlange standen. „Ich wäre lieber eine Bettlerin und allein, als verheiratet. Der Ehering wäre für mich ein Joch“, soll sie gesagt haben.

Dieser selbstbewusste Charakter fasziniert mich – und ich will erfahren, wo die „jungfräuliche Königin“ noch ihrer Zeit voraus war. Auf meiner Recherchetour entdeckte ich kuriose Dinge: Etwa, dass Elisabeth I. die erste Armbanduhr der Welt trug. Und eine Steuer für jeden Mann verhängt hat, der einen mehr als 20 Zentimeter langen Bart trug. Sie selbst legte höchsten Wert auf ihr Äußeres. Bis zu vier Stunden brauchten ihre Hofdamen zum täglichen An- und Auskleiden ihrer aufwendig geschneiderten und farbenfrohen Gewänder. Auch die körperliche Hygiene war ihr wichtiger als vielen ihrer Zeitgenossen. So nahm sie angeblich alle drei Monate ein Bad – unvorstellbar oft im 16. Jahrhundert. Und dann staune ich wirklich: Elisabeth I. lässt sich in ihr Schloss Richmond eine der ersten wassergespülten Toiletten einbauen.



Das erste Wasserklosett erfand der Patensohn von Queen Elisabeth I. 1596 und stellte es in seinem Haus in Kelston in Somerset auf.



„In adeligen Kreisen blieb man konservativ.“

Die Erfindung des Water Closet

Ihr Patensohn John Harington hatte es um 1596 erfunden und in seinem Haus in Kelston in Somerset aufgestellt. Trotz einer detaillierten Bauanleitung wurde seine Idee des „Water Closet“ aber nicht angenommen. In adeligen Kreisen blieb man konservativ, wenn auch mit deutlich mehr Stil. Neben kunstvoll geformten Nachttöpfen ließen sich die Reichen prunkvolle Leibstühle aus hochwertigem Holz und Stoffbezug fertigen. So saßen sie auch bei ihrer Notdurft auf einem Thron.

Nur Haringtons berühmte Tante war angetan. Klar, Elisabeth I. brachte England wieder auf Weltmachtkurs, besiegte die damals übermächtige spanische Armada, entschärfte den Glaubenswettstreit zwischen Katholiken und Protestanten und schaffte den Nährboden für eine kulturelle Blüte Englands – das ist alles bekannt. Aber dass sie auch zu den Early Adoptern des modernen WCs gehört, hat mich dann doch überrascht.

Laute Örtchen in Rom

Wenn es Ende des 16. Jahrhunderts schon eine Wassertoilette gab, warum gingen dann selbst meine Großeltern noch zum Plumpsklo auf halber Treppe? Zeit für einen kleinen Exkurs.

Ich finde heraus, dass die Idee mit der Wasserspülung schon die alten Römer hatten – vor 2.500 Jahren. Sie bauten große öffentliche Latrinen, in denen mehrere Steinbankreihen mit Löchern integriert waren. Was bei den Römern hinten rauskam, fiel in einen wassergefluteten Graben, der wiederum in die Cloaca Maxima mündete, einen gewaltigen Abwasserkanal. Damals war die Toilette alles andere als ein „stilles Örtchen“. Bis zu 60 Personen saßen nebeneinander, entleerten sich und sprachen mit ihren Nachbarn über alles Mögliche – oder machten „gemeinsame Geschäfte“.



Kleiner Raum mit Sitzbank und Loch in der Mitte. Aus dem Abort-Erker fielen die Ausscheidungen direkt in den Burggraben.

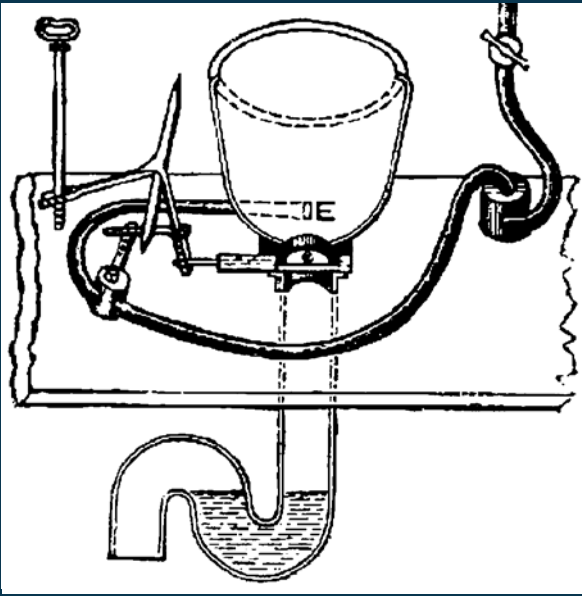
„So saßen sie auch bei ihrer Notdurft auf einem Thron.“



Zugige Erker-Klos im Mittelalter

Im Mittelalter kam der Klo-Fortschritt ins Stocken. Auf dem Land gingen die Menschen aufs Feld oder hockten sich über kleine Gruben; in den Städten hatten Nachttöpfe Hochkonjunktur. Waren die voll, flog der Inhalt meist auf Straßen, in Rinnen oder Brunnen. Kein Wunder, dass sich Pest und Cholera in dieser Umgebung flächendeckend ausbreiteten. In den Burgen entstanden sogenannte Abort-Erker in luftiger Höhe, kleine Räume mit einer Sitzbank und einem Loch in der Mitte. Wenn im Winter der eisige Wind unten durchblies, konnte es im wörtlichen Sinne „arschkalt“ werden, denke ich. Die Ausscheidungen fielen schließlich in den Burggraben, dem man besonders im Sommer besser nicht zu nahe kam.

Sehr praktisch: Hatten die Herrschaften ihr Geschäft erledigt, konnte die Toilette von den Lakaien einfach weggetragen werden.



Die von Alexander Cumming entwickelte Version des Wasserklosetts. Clever: schon damals mit Siphon, um unangenehme Gerüche zu vermeiden.

„Fortan galt die britische Insel als der WC-Hotspot.“



England als WC-Vorreiter

Erst rund 200 Jahre nach der Pionierin Elisabeth I. gab es neuen Schub in der WC-Geschichte. Der Brite Alexander Cumming ließ seine Version des Wasserklosetts patentieren. Es verfügte nicht nur über eine Spülung, sondern auch über ein doppelt gebogenes Abflussrohr, der Siphon, wie wir ihn bis heute kennen. Dadurch stieg auch der unangenehme Geruch nicht mehr aus den Sickergruben und Abflussrohren hoch. Fortan galt die britische Insel als der WC-Hotspot.

Es dauerte aber noch einmal fast 100 Jahre, bis Cummings Idee massenhaft in die britischen Häuser kam. Es mussten ja erst noch unterirdische Abwasserkanäle gebuddelt werden. Ende des 19. Jahrhunderts verbreitete sich das Wasserklosett nach und nach in anderen europäischen Großstädten und verbesserte deutlich die hygienischen Verhältnisse. Das erste WC Deutschlands entstand übrigens 1860 auf Schloss Ehrenburg bei Coburg. Als die spätere britische Königin Victoria deutschen Boden besuchte, wollte sie nicht auf den Komfort einer wassergespülten Toilette verzichten.

INSPIRATION



Wer es sich leisten konnte, ließ sich auch die Toilette reich verzieren.






Willkommen in der Toilettenzukunft

Hätte Elisabeth I. 400 Jahre später gelebt, wäre sie bestimmt die Erste gewesen, die sich ein Dusch-WC ins Schloss holt. Ich bin mir sicher. Die Haringtons der 1980er waren die Entwickler des japanischen Badausstatters TOTO. Sie legten mit der WASHLET™ G-Serie den Grundstein für eine neue WC-Generation. Die WASHLET™-Serien – auch Dusch-WCs genannt – sind mit einer Vielzahl an Funktionen ausgestattet.

Neben dem klassischen Wasserstrahler bieten viele Modelle auch Sitzheizungen, Massage- und Reinigungsprogramme sowie Trockner und Geruchsfilter. In Japan haben sich diese High-Tech-Toiletten längst zum Standard zu Hause und in öffentlichen Einrichtungen durchgesetzt. Heute hängt das britische Empire also hinterher – eben weil eine visionäre, starke Frau wie Elisabeth I. fehlt.

 [DE.TOTO.COM](https://www.de.toto.com)

Links: Das WASHLET™ NEOREST von TOTO ist mit den neuesten Hygiene-Technologien ausgestattet.
Unten: Ein photokatalytischer Prozess im Inneren des WASHLET™ wirkt schmutzzersetzend. Die Düse mit verschiedenen Strahlarten sorgt für eine perfekte Reinigung.

„Der Grundstein für eine neue WC-Generation.“







Keramik und Holz in perfekter Harmonie

Im Bad werden immer häufiger verschiedene Materialien kombiniert. So trifft beispielsweise feinste Badkeramik auf pulverbeschichteten Stahl oder blanken Beton. Aber auch die einzigartige Maserung von Holz findet sich zunehmend im Badezimmer. Das erfährt auch Franz Ring, ein Tischlermeister aus Österreich. Demnächst wird er Großvater und gibt seine traditionsreiche Werkstatt an die Tochter ab. Sie zeigt ihm eine Marke aus Italien, von der sie unbedingt ein Waschbecken im eigenen Bad haben möchte.

Qualität und Tradition

„Der Preis wird vergessen, die Qualität bleibt“, dieser Satz hat sich bei Franz Ring eingebrannt, seit seiner frühen Kindheit. Damals verbrachte er viele Nachmittage in der Tischlerwerkstatt seines Vaters. Und der beendete jedes Zögern eines Kunden mit eben jenem Satz. Franz hat dieses schlagkräftige Verkaufsargument übernommen, genau wie die Werkstatt. 35 Jahre ist das nun her. Die „Schreinerei Ring“ hat Tradition. 1887 gründete Franz' Großvater sie in einem kleinen Städtchen in den österreichischen Alpen. Dort ist Ring ein Name von bestem Ruf. Nur Möbel von höchster Qualität und Individualität verlassen die Werkstatt. In zahlreichen Häusern stehen maßgenau abgestimmte Kleiderschränke, Tische, Kommoden, Regale und Betten – viele von ihnen sind mehrere Jahrzehnte alt und haben nichts von ihrem ursprünglichen Reiz verloren.



INSPIRATION



In der letzten Zeit hatte Franz seinen Lieblingsverkaufssatz jedoch öfter auf den Lippen. Er musste mehr Überzeugungsarbeit leisten. Denn große Möbelhäuser und Online-Shops locken mit Standardmöbeln. Klar, dort sind Betten und Schränke deutlich günstiger, meist aber auch weniger robust und langlebig. „Wer’s mag, mir taugt’s nichts. Am Ende kaufen sie eben vier Betten – statt ein wirklich gutes. Und müssen viermal zum Wertstoffhof“, meint Franz mit einem milden Lächeln. Allzu groß sind seine Sorgen nicht. In seiner Region wissen glücklicherweise noch viele Menschen die Handwerksqualität der Schreinerei Ring zu schätzen – und sind bereit, etwas mehr dafür zu bezahlen.

Perfekt kombiniert: Holz und Keramik

Mittlerweile kommen deutlich mehr Kunden, die auch ihr Badezimmer mit individuellen Holzmöbeln veredeln wollen. Franz verwunderte das anfangs: „Das schimmelt doch weg, bei so einer hohen Feuchtigkeit im Bad – und wie soll das geputzt werden?“, raunte er. Seine Tochter Lisa konnte ihn aber überzeugen. Sie zückte das iPad und zeigte ihrem Vater in wenigen Klicks, dass Eiche, Nussbaum und Lärche mit elegant geformten weißen Waschbecken perfekt harmonieren. Mit dem richtigen Lack bleiben die Holzoberflächen auch unbeschadet. Sie selbst möchte so eins auf jeden Fall irgendwann zu Hause haben. Und sie weiß auch schon, wo die Keramik herkommen soll: aus Fabrica di Roma. „Dort sitzt seit 1967 Catalano, die Nummer 1 bei Badkeramik aus Italien. Die haben auch das 4-Sterne-Hotel Sonne in Dornbirn mit ihren Waschbecken ausgestattet – aber auch ganz viele andere Orte auf der Welt wie das Olympiastadion in Sydney.“





*„So viele unterschiedliche
Formen und Farben.
Und er bemerkt:
Es muss nicht immer
Weiß sein.“*

Lisa hat gleich ein paar Kataloge zur Hand und zeigt die verschiedenen Kollektionen. Franz kommt kaum hinterher, so viele unterschiedliche Formen und Farben sieht er. Geometrisch-geradlinig und elegant-oval hier, organisch-geschwungen und klassisch-geformt da. Ausladend groß die einen, kompakt und schmaler die anderen. Und er bemerkt: Es muss nicht immer Weiß sein. Er entdeckt ein mattes Hellblau, das ihn an das kleine Zimmer erinnert, in dem er während seiner Meistersausbildung in Wien lebte. Das pure Schwarz gefällt ihm am besten. „Stell dir das zu einer hellen, einhundert Jahre lang gewachsenen Zirbelkiefer vor – ein Traum. Du hast recht“, meint er zu Lisa.



Oben: GREEN LUX Aufsatzwaschbecken 80, 800 × 400 × 130, ohne Überlauf, Aufsatzmontage, blau matt **Unten:** GREEN UP Möbelwaschtisch 120, 1200 × 520 × 130, mit Überlauf, 3 Hahnlöcher vorgestanz, Wandmontage, unterbaufähig, weiß

Oben: ZERO/VERSO
 Aufsatzbecken 60,
 600 × 370 × 150 ohne
 Überlauf, rundum
 glasiert, Montage als
 Aufsatz- oder Halb-
 einbaubecken, weiß
Mitte: ZERO Waschtisch
 70, 700 × 350,
 ohne Überlauf,
 Montage als
 Aufsatzwaschbecken,
 schwarz matt
Unten: GREEN LUX
 Aufsatzbecken 80,
 800 × 400, ohne Über-
 lauf, Aufsatzmontage,
 gold/weiß



„Das pure
 Schwarz gefällt
 ihm am besten.“



Sie nickt sichtlich erfreut und ergänzt: „Ja, und schau, wie vielseitig sich die Waschbecken von Catalano in Auflagen, Regale oder Schränke einbauen lassen. Entweder als Aufsatz oder als Einleger. Es geht aber auch komplett im Unterbau integriert, sodass man gar nicht mitbekommt, dass dort ein Waschbecken hängt.“ Bei der „Canova Royal“-Linie denkt Franz sofort an die alte Kommode eines Kunden, die er gerade aufarbeitet. Ein antikes Schmuckstück mit Kirschfurnier und kunstvollen Intarsien – mit einem Catalano-Aufsatzbecken ließe sich das leicht in einen überaus dekorativen Waschschränk verwandeln.



„Na, du wolltest eben schon
immer eine Prinzessin sein.“



Gold für die nächste Generation

Schließlich zeigt Lisa noch ihren Favoriten: die „Gold & Silver“-Kollektion. Für diese Sonderedition werden die weißen oder schwarzen Becken in eine Lösung mit 18-karätigem Gold und reinem Silber getaucht. Dabei entsteht eine äußerst edel schimmernde Oberfläche, die gleichermaßen gut zu Massivholz, Metall, Glas, Beton oder Marmor passt. Das muss auch Franz zugeben. Und doch kann er seine Skepsis nicht zurückhalten: „Ein goldenes Waschbecken? Na, du wolltest eben schon immer eine Prinzessin sein“, meint Franz. „Ja, aber eine, die auch selbst anpackt“, kontert Lisa. Und sie meint es ernst: Im Gegensatz zu ihren Brüdern war sie lieber mit in der Schreinerei als in der Disko der nächsten Kreisstadt.

 CATALANO.IT



Seit dem Ende der Schreinerlehre ist klar, dass sie die Tradition der Rings weiterführen wird – mit einigen neuen Ideen. Eine davon: Sie möchte künftig ihren Kunden auf dem iPad zeigen, wie ihre Wunschmöbel in den eigenen Räumen aussehen werden. Bei Maßmöbeln ist das sonst nicht möglich – anders als von der Stange werden diese ja erst gebaut, wenn der Auftrag steht. Und Angebote sollen automatisiert ausgesendet werden. Eine App hilft ihr dabei. „Dann ist Schluss mit all dem Papierkram“, meint Lisa.

Badzuber statt Luxus-Dusche

Ihr Vater ist stolz – auch wenn er sich noch etwas gedulden muss. Denn Lisa ist gerade schwanger. In fünf Monaten wird er Opa. Ein Gedanke, an den er sich erstmal gewöhnen musste. So alt fühlt er sich nun auch noch nicht. Aber er freut sich auf seinen Enkel und malt sich in Gedanken aus, wie er mit ihm kleine Boote schnitzt oder Miniaturmöbel aus Holz für eine Burg baut. Dies erinnert ihn an seine Kindheit. Damals gab es keine Luxusbäder mit Holz-Keramik-Kombinationen – und keine Duschen, aus denen sofort warmes Wasser kommt.

Das Wasser musste aus dem Brunnen am Wegrand geholt werden. Eine harte Schufterei war das für seine Eltern – und oft versteckte er sich ganz hinten in der Scheune, damit er nicht mitschleppen musste. Gewaschen haben sich alle in der Küche. Auf dem Herd wurde Wasser heiß gemacht und in eine Emaille-Schüssel gegeben. Anschließend ging der Waschlappen reihum.



„Gewaschen haben sich alle in der Küche.“

Sonntags war der große Badetag – dann stieg jeder aus der Familie nacheinander in den Badzuber aus Blech. Der Großvater zuerst, dann die fünf Kinder und schließlich die Eltern. Als Kind fand er das überhaupt nicht schlimm. Heute ist es für ihn unvorstellbar und er genießt den Komfort seines voll eingerichteten Badezimmers.

Ein Tipp vom Profi

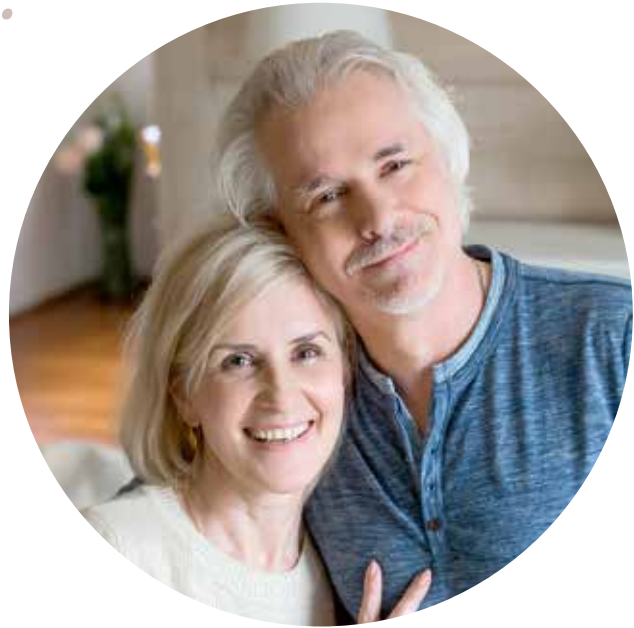
Eigentlich wollte sich Lisa ihr Bad selbst verwirklichen. Doch die Schwangerschaft lässt dies vorerst nicht zu. Also beschließt Franz, ihr dabei zu helfen. Er fragt beim nächsten Stammtisch nach, ob irgendwer wüsste, wo es Catalano-Aufsatzbecken gäbe. Sein Kumpel Heinz hat einen Tipp: Als Sanitärprofi habe er „Connections“. „Sag mir, was du brauchst, ich kümmere mich darum“, meint Heinz und nimmt einen guten Schluck vom Weizen.

Zurück in der Schreinerei gräbt sich Franz tief ins Lager, es ist dunkel von der Nacht, aber er hat noch was vor und die Stirnlampe umgeschallt: „Irgendwo habe ich doch diese lange Zirbelplatte, rustikal und naturbelassen – endlich habe ich eine Idee für mein Lieblingsholzstück.“



*Manche nennen diese bezaubernde,
durch die Eiszeit geformte Landschaft
die Toskana des Nordens. Immer mehr
stadtmüde Menschen zieht es hierher.*

„Deutsch-italienische
Freundschaft nun in
der Uckermark.“



Gekommen um zu bleiben

*Den Lebensabend auf dem Land verbringen.
Im selbst ausgebauten Landhaus, mit eigenem
Kräuter- und Obstgarten und Blick auf einen
schilfbewachsenen See – wer träumt nicht davon?*

*Julia und Frank haben sich diesen Traum ver-
wirklicht. Durch Zufall kamen sie an ein altes Haus,
in dem sie brandenburgisches und italienisches
Flair verbinden. Besonders das Bad ist durchströmt
von einem Hauch der Toskana.*



Vom Dorian Gray in die Stille Italiens

Frankfurt am Main pulsiert. Bei Tag und Nacht. Für junge Menschen strahlen vor allem die Metropolen eine starke Anziehungskraft aus – mit all den urbanen Abenteuern, der sozialen, kulturellen und kulinarischen Vielfalt. Auch Frank und Julia zog es in den späten 1970er Jahren hier her. Als das Bahnhofsviertel noch alles andere als hip war. Beide kennen sich seit dem Gymnasium. Sie haben früh geheiratet und gingen in den ersten Frankfurter Jahren meist spät ins Bett. Das Dorian Gray am Flughafen war ihr magischer Ort, mit Disco, Funk und Soul als Soundtrack.

Als beide gut bezahlte Jobs als Banker und Lehrerin annahmen, verblasste die Ausgehlauene nach Mitternacht allmählich. Und ihr Sehnsuchtsort verlagerte sich in den Süden. Sie lernten die Toskana kennen und verbrachten viele Jahre lang ihren Jahresurlaub in der Nähe von Lucca. Auf dem alten Gut von Lorenzo und Alessandra bewohnten sie die alte Scheune und fühlten sich jedes Jahr ein wenig italienischer. Sie gaben sich dem entschleunigten, genussvollen Leben hin. Mit fruchtigem Merlot, frischer Pasta und feinem Gemüse. Sogar die Sprache lernten sie etwas und konnten sich durchaus vorstellen, hier irgendwann für immer zu bleiben. Denn die Rückkehr nach Frankfurt fiel jedes Jahr schwerer. Sie glich einer Ohrfeige, all der Lärm, Gestank, der Trubel.

INSPIRATION

Bellissima vista. Wo immer man den Blick ruhen lässt, Labsal für die Seele.



*„Jedes Jahr
ein wenig
italienischer
fühlen.“*





*„Statt Canneloni
kamen frische
Kartoffeln.“*

Auf in die Toskana des Nordens

Kurz vor der Rente meinte ein Kollege von Frank, dass er gar nicht so weit fahren müsste. Es gäbe ja auch die Uckermark, die Toskana des Nordens. Nur halb so weit. Ähnlich dünn besiedelt und malerisch. Frank empfand diesen Vergleich fast als Blasphemie und dachte trotzig: „Niemals!“ Julia war dagegen gar nicht abgeneigt, sich die Uckermark mal anzuschauen. Auch wenn die Webseiten der Ferienhaus-Besitzer damals gruselig aussahen: Die Bilder von der Umgebung weckten große Erwartungen. Und die wurden bei der Uckermark-Premiere weit übertroffen. In der Nähe der wunderschönen alten Flößerstadt Lychen wohnten Frank und Julia die ersten beiden Jahre auf einem alten Bauernhof. Statt Canneloni kamen frische Kartoffeln vom Bauern Karl auf die Teller. Um die Ecke lag gleich ein kulinarisches Highlight, das Tenzo. Ein alter Gasthof, den Katharina und Marcus liebevoll hergerichtet haben und der brandenburgische mit der japanischen Küche vereint. „Essen wie bei Freunden“, so das Motto im Tenzo. Und die Stadtmüden Julia und Frank fühlten sich sofort wohl.



Solide Bauweise gegen das zuweilen raue Wetter der Uckermark.



„Ein Kleinod gefunden.“



Die Eiszeit hat diese hügelige und seenreiche Landschaft vor rund 15.000 Jahren geprägt. Eisig kalt ist es heute nur noch in den herrlich klaren Seen. Die Menschen hier sind es jedenfalls nicht. Julia und Frank faszinierte schnell, wie gelassen es in der Uckermark zugeht – das macht sie also auch zur Toskana des Nordens, nicht nur die unberührten Landstriche.

Fynn Kliemann als Inspiration

Im dritten Uckermark-Jahr stießen die beiden durch Zufall auf ein brach liegendes Bauernhaus mit einem vergilbten „Zu Verkaufen“-Schild. „Bestimmt gibt es den Makler gar nicht mehr“;

raunte Frank. Er probierte es dennoch und hatte tatsächlich einen entspannten jungen Mann am Telefon. Schnell fand man einen Termin, noch schneller merkten Frank und Julia, dass sie hier ein Kleinod gefunden haben, in dem man alt werden kann. Sie fackelten nicht lange und schlugen zu – bei dem günstigen Preis kann man nichts falsch machen, sagten beide. Der Hof brauchte aber viel Zuwendung. Im Garten wucherten Sträucher und Blumen wild umher, das Dach hatte 100 Jahre hinter sich. Doch die Rente stand kurz bevor – und da brauchte es neue Projekte.





Mittlerweile leben Julia und Frank richtig in der Uckermark. Sie pflegt mit großer Hingabe den Garten – besonders die Rhabarberzeit sehnt sich Julia herbei. Dann isst sie das Obst wie früher, kurz abgeschält und in Zucker getunkt. Frank werkelt mal hier mal dort, sein Heimwerkerherz geht voll auf. Zuletzt legte er das Fachwerk komplett frei und bastelte aus den Resten des alten Schuppens Bänke und Regale. Sein Held: Fynn Kliemann auf YouTube. Es kann gern etwas ungeschliffen und rustikal sein, Hauptsache es ist selbst gemacht.

Edle Armaturen aus Norditalien

Auch im Bad spiegelte sich die neu entdeckte DIY-Freude wider. Frank wollte dort aber auch ein wenig echtes Italien haben. Mit den rostroten Fliesen aus besagtem Schuppen hatte er schon mal Glück – er flieste damit gleich die Badwände. Und aus massiven Steintrögen baute er Wasch- und Duschbecken. So hatten sie es in ihrem Haus bei Lorenzo und Alessandra gesehen. Fehlte nur das edle Finish: die Armaturen. Handschmeicheln und schön anzusehen sollten sie sein. Langlebig und hochwertig. Der kleine Luxus in einem sonst ursprünglichen Landhaus. Frank rief direkt in Italien an: Lorenzo schwärmte von Cristina, Design und Qualität made in Italy. „Schau dir unbedingt Cristina an. Das Unternehmen ist genauso alt wie ich, 1949 geboren, ein wirklich guter Jahrgang“, scherzte Lorenzo.

 **CRISTINARUBINETTERIE.DE**



TABULA ist die neue Kollektion von Angeletti Ruzza Design für CRISTINA. Ein Produkt von höchster Qualität mit strengem und wesentlichem Design. Die Serie erweitert das Lösungsspektrum der Contemporary Linien.

Der in Zusammenarbeit mit dem Studio Makio Hasuike & Co. entstandene Thermostat-Einbaumischer THERMO UP für Dusche und Badewanne erweitert und ergänzt die Shower & Bath Systems Produktpalette von CRISTINA. Ein hochwertiges Produkt, das besonders sauberes Design mit hohem Nutzungskomfort für den privaten Gebrauch und in der Hotellerie verknüpft.



PROFILO kann dank seiner vielseitigen Anwendung in jeden Kontext integriert werden und wird den Erwartungen all jener Kunden gerecht, die ein in Italien gefertigtes qualitativ hochwertiges Produkt mit frischer, moderner Wirkung wünschen. Design by Giampiero Castagnoli.

Und er ergänzte, dass die Bad- und Küchenprofis aus dem norditalienischen Gozzano sehr auf Nachhaltigkeit achten. „Weniger Wasser, die Armaturen verbrauchen viel weniger Wasser – das ist doch genau richtig für euch Deutsche.“ Frank hatte das jugenhaftige Grinsen von Lorenzo deutlich vor Augen. Er schaute sich die Cristina-Kollektionen an und fand mit „Profilo“ vielseitig einsetzbare Armaturen für das stilvolle Landhaus. Und die gibt es sogar in mattem Schwarz. Wobei das Rosé-Gold auch sehr gut zu dem Stein passen würde. Julia brauchte er nicht lange zu überzeugen. Cristina lieferte auch die ganzen Unterputzsysteme, sodass die Armaturen noch eleganter zur Geltung kommen. Als alles fertig war, schickte Frank per WhatsApp ein Bild an Lorenzo. Der antwortete prompt: „Ladet uns ein, wir kommen sofort.“ Und so setzt sich die deutsch-italienische Freundschaft nun in der Uckermark fort.

*Optima eine starke Marke der
Heinrich Schmidt Gruppe*



Ein Mann der klaren Worte

Fleiß, gute Arbeit und ein stark ausgeprägter Familiensinn – dies sind die Geheimnisse hinter dem Erfolg der Heinrich Schmidt Gruppe. Die vergangenen Jahrzehnte des inhabergeführten Unternehmens prägte maßgeblich Heinz Schmidt. Der Geschäftsführer setzte sich sehr früh für den Nachwuchs ein. Und für seine Heimatstadt Mönchenglöblich.

„Der Familiengedanke blieb immer erhalten.“



In einer alten Schule geht es los

Über 60 Jahre ist es her, dass Heinrich Schmidt einen Großhandel in Mönchengladbach eröffnete. Erst für Elektro, später für Sanitär und Heizung. Den Begriff des Familienunternehmens nahm der Gründer durchaus wörtlich: Kam die Großbestellung eines Handwerkers rein, mussten alle Familienangehörigen mit anpacken. Der Einsatz lohnte sich. Was damals in den Räumen einer ehemaligen Schule mit fünf Mitarbeitern begann, ist heute zu einer führenden Unternehmensgruppe gewachsen – mit über 2.000 Mitarbeitern, mehreren Sortimentsbereichen an über 150 Standorten. Bei allem Wachstum der vergangenen Jahrzehnte: Der Familiengedanke blieb immer erhalten. Er zeigt sich ebenso in engen, langjährigen Beziehungen zu Kunden, Industriepartnern wie auch zu Mitarbeitern und deren Familienangehörigen.

Heinz, der Sohn von Heinrich Schmidt, rückte Ende der 1970er Jahre als Mitgesellschafter und Geschäftsführer auf. Zusammen mit seinem Vater steuerte er die besonnene und schrittweise Erweiterung der Unternehmensgruppe. Heinz Schmidt brachte mit seiner ebenso unbefangenen wie verbindlichen Art seit jeher eine besondere Leichtigkeit in das Geschäft. Zugleich gilt er als harter, aber fairer Verhandler. Ein Mann der klaren Worte, der schnell auf den Punkt kommt. Authentisch und sachorientiert, freundlich und großzügig.



Hand in Hand und Schritt für Schritt als Team ans Ziel!



„Ein wesentlicher Baustein für die Zukunft.“

Wissen und Werte weitergeben

Für Heinz Schmidt war immer klar: Der langfristige Erfolg eines Familienunternehmens beruht entscheidend auf der generationsübergreifenden Weitergabe des Wissens und der Werte. Deshalb ist für ihn die Ausbildung junger Talente ein wesentlicher Baustein für die Zukunft des Unternehmens. Noch heute beginnen jedes Jahr rund 130 Auszubildende ihre Lehre bei den Unternehmen der Heinrich Schmidt Gruppe als Groß- und Außenhandelskaufmann/-frau, Fachinformatiker/-in, Fachlagerist oder Fachkraft für Lagerlogistik. Das Unternehmen freut sich bereits mehrere Jahre hintereinander über die Auszeichnung „Bester IHK Ausbildungsbetrieb Mittlerer Niederrhein“.

Bei der IHK Mittlerer Niederrhein war auch Heinz Schmidt lange tätig. Ab 1977 engagierte er sich als ehrenamtlicher Prüfer, später als Mitglied der Vollversammlung. 1998 wurde er zum Vizepräsidenten ernannt und leitete unter anderem viele Jahre den Berufsbildungsausschuss. 2009 übernahm er schließlich das Amt des Präsidenten. In seiner IHK-Zeit setzte er sich leidenschaftlich für eine hochqualitative berufliche Bildung junger Menschen ein. Zahlreiche Initiativen und Projekte brachte Heinz Schmidt in die Spur, mit denen Auszubildende und Unternehmen am Niederrhein zusammenkamen. Sie sorgten dafür, dass die Zahl der Ausbildungsverträge in der Region stabil blieben – trotz teils schwieriger Zeiten.



Links: Ein modernes Lagersystem ermöglicht zeitnahe und präzise Lieferung. **Oben:** Ein detailliertes Warenwirtschaftssystem ist das wichtigste Werkzeug unserer Mitarbeiter.



Die Heimat stärken

Mit Schwierigkeiten hatte Heinz Schmidts Heimatstadt Mönchengladbach tatsächlich immer wieder zu kämpfen. Strukturwandel, Arbeitslosigkeit. Doch auch hier krempelte Schmidt die Ärmel hoch und gründete mit anderen Bürgern und Unternehmern den Masterplan-Verein. In vielen Sitzungen und Workshops wurden Impulse gesetzt und konkrete Ideen entwickelt, um die wachsende Stadt Mönchengladbach lebenswerter zu gestalten. Mittlerweile herrscht in der niederrheinischen Metropole wieder Aufbruchsstimmung, so dass der Verein sein Engagement im Frühjahr 2019 mit den Worten „Mission erfüllt“ beendete.



Mit über 250 LKWs täglich für unsere Kunden unterwegs!

„Bei Heinrich Schmidt wird in Generationen gedacht.“



Der Nachwuchs der Heinrich Schmidt Gruppe ist eine wichtige und feste Säule des Unternehmens.

Darüber hinaus unterstützt Heinz Schmidt regelmäßig weitere gesellschaftlich wichtige Institutionen seiner Heimatstadt. Vom Karnevalsverein bis zur Borussia Mönchengladbach. Sein Familiensinn ist in der gesamten Stadt zu spüren – deshalb erhielt er vor wenigen Jahren die „Goldene Narrenpritsche“, die höchste Auszeichnung des lokalen Karnevalverbandes MKV. In der Laudatio wurde Heinz Schmidt als einer der größten privaten Förderer des öffentlichen Lebens der Stadt geehrt.

Rückblickend wird deutlich: Bei der Heinrich Schmidt Gruppe wird in Generationen gedacht – nicht in Quartalen. Längst ist auch die dritte Generation mit an Bord: Heinz Schmidts Sohn Henrik Schmidt und Tochter Stephanie Grunwald. Gemeinsam führen sie die Geschäfte eines wachsenden Großhandelsunternehmens, das neben seinem Kernmarkt Nordrhein-Westfalen mittlerweile auch in Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und den Niederlanden örtliche Fachhandwerker beliefert. Und das hat im Hintergrund die Badkultur der Region ein gehöriges Stück weit mitgeprägt.



Man braucht immer neue Ziele, um erfolgreich zu sein

Bei Heinrich Schmidt kann man als Mitarbeiter weit kommen – auch ohne Studium. Dies beweist Markus Lambertz. Seit seiner Ausbildung ist er mit dem Unternehmen gewachsen. Er hat neue Bereiche aufgebaut sowie im Vertrieb und Produktmanagement gearbeitet. Seit 2019 ist er nun ein Prokurist bei Heinrich Schmidt. Lagoon wollte mehr über seinen Werdegang erfahren – und was für den beruflichen und privaten Erfolg wichtig ist.

Der 1. August 1988 war ein besonderer Tag für Markus Lambertz. An diesem Montag begann der damals 19 Jahre junge Mann seine kaufmännische Ausbildung bei Heinrich Schmidt in der Duvenstraße in Mönchengladbach. Eigentlich hatte er bereits bei einem anderen Unternehmen seinen Lehrvertrag sicher. Doch es standen noch zwei Bewerbungsgespräche aus – bei Heinrich Schmidt Sanitär und dem Elektro-Großhändler Schmidt & Co. Zwei unterschiedliche Firmen, so dachte Lambertz damals. Es kam anders: In beiden Gesprächen saß er Heinrich Schmidt gegenüber, dem Gründer beider Unternehmen.

„Setz dich, Jung, sagte er beim ersten Gespräch in Plattdeutsch zu mir“, erinnert sich Lambertz. Er stellte mir ein paar Standardfragen und fragte zwischendurch immer wieder Allgemeinwissen ab. Das dauerte eine halbe Stunde, dann meinte er: „Das war’s, mein Jung, ich überleg mich dat, wir melden uns.“ Beim Termin eine Woche später an anderer Adresse kürzte Schmidt Senior das Gespräch ab. Stattdessen ließ er den draußen

wartenden Vater von Markus Lambertz reinholen und führte ihn allein durch die Schmidt & Co.-Großhandlung. Das Pikante: Lambertz’ Vater arbeitete bei einem Mitbewerber. Heinrich Schmidt erkannte jedoch das Talent des Juniors und bot ihm einen Lehrvertrag an – der nahm ihn sofort an.

REDAKTION: Herr Lambertz, erinnern Sie sich noch an Ihren ersten Arbeitstag als Auszubildender bei Heinrich Schmidt?

MARKUS LAMBERTZ: Am ersten Tag mussten wir neuen Auszubildenden um 8 Uhr hoch zum Senior. Hier in diesem Büro haben wir am langen Holztisch gegessen. Heinrich hielt eine Ansprache über seine Philosophie und wie wir Jugendlichen uns verhalten sollten. Er präsentierte uns den roten Holzstock, der hier im Haus immer herumgeisterte und bis heute existiert. Das Motto dahinter: „Schickt euch, sonst muss ich mit der Steck komm.“ Danach wurde in den Abteilungen das Haus vorgestellt. Aber es war schön, dass sich der Inhaber am ersten Tag für alle Zeit genommen hatte, die hier neu anfangen.



„Die Verantwortung lag schon bei einem selbst.“

RE: Sie haben alle drei Generationen bei Heinrich Schmidt erlebt.

ML: Genau. Ich bin vom Senior-Chef eingestellt worden. Während der Lehre hat er mich gefragt, ob ich im Büro von seinen Söhnen Heinz und Edelhardt Schmidt arbeiten möchte. Da saß vorher eine Dame, die die beiden unterstützt hat. Zum Ende meines zweiten Lehrjahres ging sie aber in den Mutterschutz. So habe ich also schon in der Lehre sehr eng mit Heinz Schmidt und der nächsten Generation zusammengearbeitet. Ich wurde auch früh gefragt, ob ich mir vorstellen könnte, weiter in dem Büro im Innendienst zu arbeiten.

RE: Wie war die Lehrzeit für Sie?

ML: Es war eine harte Zeit – Herr Schmidt hat viel auf mich geschaut. Aber es war auch eine sehr lehrreiche Zeit, in der ich extrem viel mitgekriegt habe. Er hat nicht nur delegiert, sondern mir viel beigebracht und alle wichtigen Sachen erklärt. Ich habe dann sehr schnell nach der Lehre Verantwortung bekommen, weil er selbst die großen Kunden

betreute. Dadurch hatten wir oft die Großkunden im Büro und ich betreute früh auch deren Abwicklung. Wenn es zwischenmenschlich passte, hat Herr Schmidt einem vertraut und machen lassen. Ich durfte relativ schnell die großen Aufträge selbst abwickeln. Er hat es zwar kontrolliert, aber die Verantwortung lag schon bei einem selbst.

RE: Der nächste Schritt war dann der Außendienst.

ML: Der kam recht schnell. Ich musste zwischendurch ein Jahr zur Bundeswehr. Mit 24 wurde ich noch eingezogen, obwohl das Unternehmen versuchte, mich als ‚unabkömmlich‘ davon zu befreien. Ende 1994 kam ich zurück und bin im Mai 1995 in den Außendienst gegangen. Obwohl viele Kollegen meinten, dass man vor 30 nicht in den Außendienst gehen sollte, waren Herr Schmidt und ich uns einig, dass wir nach der Bundeswehr schauen, ob sich ein kleines Gebiet ergibt. Das kam dann schneller und größer als geplant, weil ein Kollege gekündigt hatte. Aber das habe ich dann von jetzt auf gleich übernommen.



Oben: Ziele sind wichtig, so lange man sie nicht aus den Augen verliert. **Unten:** Wenn die Richtung stimmt, ziehen alle an einem Strang.



RE: Schon eine Herausforderung für einen jungen Mann.

ML: Das war schon ein Risiko, ganz klar. Ich habe mir damals schon Gedanken gemacht – ich war gerade mal 25 Jahre alt. Wenn das nicht funktioniert hätte, wäre das nicht einfach danach gewesen. Es hieß zwar auch, ich könnte in den Innendienst zurückgehen, aber in der Philosophie und den Gesprächen von Herrn Schmidt gab es immer Ziele. Das war ein wichtiger Punkt für mich. Wir haben uns immer für gewisse Zeitfenster Ziele gesetzt, wo man gemeinsam hinmöchte. Das ist auch heute für die jungen Leute wichtig: Springt man einfach so ins Leben, bleibt man stehen. Für mich besteht die Möglichkeit auf Erfolg darin, von vornherein Etappen und Ziele zu definieren und zu versuchen, für sich und das Unternehmen darauf hin zu arbeiten. So haben wir das bis heute gelebt.

RE: In einem Unternehmen, das in den letzten Jahren stark und stetig gewachsen ist, ergeben sich immer Chancen und Herausforderungen. Wächst man persönlich auch mit?

ML: Als ich im Außendienst war, hat Herr Schmidt irgendwann gesagt: Wer bei mir weiterkommen möchte, muss ein intaktes Umfeld haben. Damals konnte ich diesen Spruch noch gar nicht richtig einschätzen, aber im Rückblick kann ich das nur bestätigen. Vor 14 Jahren hatte ich die Chance, mit dem Sortimentsbereich ein ganz neues Segment mit aufzubauen. Früher bearbeitete der Einkauf komplett das Sortiment. Das wurde dann getrennt, weil es immer mehr Produkte und Lieferanten gab. Nun musste ich viel mehr mit den Ansprechpartnern unserer Häuser kommunizieren, sie mit einbinden – das war ein ganz neues Arbeiten. So wächst man und denkt selbst immer unternehmerischer. Zugleich wird es zeitlich schwieriger. Wenn du dann im Familienbereich Stress hast und jemand nicht hinter deinem Job steht, kann man sich jedoch nicht so entwickeln. Da wurde mir bewusst, was Herr Schmidt meinte. Du musst auch zuhause schauen, dass alles passt, meinte er. Ich habe das Glück, dass meine Frau mitgezogen hat. Und er hat sich auch selbst dafür eingesetzt. Meine Frau und Herr Schmidt haben auch ein gutes persönliches Verhältnis.

*„Du musst auch schauen,
dass zuhause alles passt.“*



Links: Sportlicher Ehrgeiz färbt auch auf das Berufsleben ab.
Unten: Durch Mountainbiken den Arbeitsstress hinter sich lassen.

RE: Beruflich haben Sie Ihre Ziele erreicht, wie sieht es privat aus? Was macht Markus Lambertz, wenn er mal frei hat?

ML: Die Familie ist natürlich sehr wichtig. Mit meinen zwei Kindern verbringe ich viel freie Zeit. Beide sind sehr sportlich in Fußball und Leichtathletik aktiv. Da begleite ich sie gern. Ich nutze die Freizeit dann, um präsenter zu sein, was ich unter der Woche nicht immer schaffe.

Ansonsten fahre ich als Ausgleich zum Beruf gern Mountainbike. Da versuche ich hier auf den Straßen oder in den Alpen einen körperlichen Ausgleich zu dem Tagesstress zu bekommen. Es ist wichtig, ein paar Stunden an was anderes zu denken und dem Körper etwas anderes zu zeigen als nur Hektik. Das klappt relativ gut, sodass ich privat und auch beruflich den nächsten Tag ruhiger angehen kann. Der Ausgleich ist heute wichtiger denn je. Denn die Hektik hat durch E-Mails und Handys immer mehr zugenommen.

RE: Lassen Sie uns in die Zukunft schauen – und auf den Branchennachwuchs. Ihr Sohn ist mittlerweile auch im Unternehmen. Haben Sie Tipps für den beruflichen Start?

ML: Was mir bei meinem Sohn aufgefallen ist: Viele junge Menschen wissen nach dem Abitur noch nicht genau, wo sie hinwollen. Bei seinem Abi-Abschlussball tendierte eine ganz kleine Gruppe in Richtung Ausbildung, viele wollten studieren. Und es gab viele, die ein soziales Jahr oder ein Auslandsjahr machen wollten. Früher hieß es: Wenn du Abitur machst, musst du studieren. Dabei sollte sich jeder gründlich überlegen, ob ein Studium wirklich das Mittel ist, um nachher gutes Geld zu verdienen. Wenn man eine Tendenz und eine Ausbildung als Basis hat, besteht immer noch die Möglichkeit, danach zu studieren.



„Der Ausgleich ist heute wichtiger denn je.“

„Die jungen Leute müssen Ziele haben.“



RE: Sie haben damals nicht noch einmal studiert.

ML: Ja, Ich hätte nicht gewusst, was ich studieren soll, weil ich von den einzelnen Bereichen noch keine Ahnung hatte. Danach konnte ich mir besser vorstellen, ob mir der Vertrieb oder Einkauf mehr liegt oder das Produktmanagement. Für mich steht fest: Eine Ausbildung ist so oder so eine gute Perspektive. Danach ist man Anfang 20 und kann im Unternehmen weiter wachsen, weil es Spaß macht. Dafür hat sich mein Sohn entschieden. Er meinte nach der Lehre ganz klar, dass er den Vertrieb mag und da weitermachen möchte. Es besteht die Möglichkeit, später noch zu studieren. Dann hat man vielleicht einen Arbeitgeber im Hintergrund, der einen während des Studiums unterstützen kann und eine gewisse Sicherheit gibt, danach wieder anzufangen.

RE: Wie wichtig sind Auszubildende für das Unternehmen Heinrich Schmidt?

ML: Wir haben immer auf Auszubildende gesetzt – zwischen acht und zehn Azubis stellen wir pro Jahr bei uns am Standort ein. Und man kann auch als Auszubildender ohne Studium bis zur leitenden Position kommen – das haben schon mehrere Beispiele gezeigt. Das Unternehmen Schmidt steht

auch dafür, dass man sich lieber selbst die Führungskräfte aufbaut, als sie extern einzukaufen. Unsere Türen sind offen. Wenn hier jemand nach der Lehre auf die Inhaber zugeht und sagt, was er vorhat, wird immer ein Gespräch geführt und geschaut, inwieweit wir das zusammen machen können. Und ein Studium mit einem begleitenden Arbeitgeber zu absolvieren, halte ich auch für eine interessante Alternative. Das gab es so früher gar nicht.

RE: Sind Sie mit Ihrem Weg im Nachhinein zufrieden?

ML: Ich bin ohne Studium ausgekommen. Und ich glaube nicht, dass ich mit einem Studium weiter gekommen wäre als jetzt. Das muss aber jeder für sich sehen. Ich bin mit meinem Weg sehr zufrieden, für mich war die Lehre vollkommen ausreichend. Wichtig ist einfach: Die jungen Leute müssen Ziele haben. Die müssen realistisch sein, aber ohne Ziele kommt man weder im privaten noch im beruflichen Leben voran.

RE: Herr Lambertz, vielen Dank für das Interview.



In fünf Schritten zum Traumbad



1

Das hier und jetzt

Wir besprechen Ihre Wünsche und erklären Ihnen die Schritte zu Ihrem Traumbad. Ihr Installateur hilft Ihnen bei der Realisierung. Nur der BADWERK Checkup-Termin durch Ihren Fachhandwerker kann eine technisch und planerisch fundierte Basis für eine Badplanung sein.

Auf die richtigen Maße kommt es an

Der Fachhandwerker nimmt in Ihrem Bad Maß und bespricht alle technischen Details Ihres Bades. Nun kann eine fundierte und qualifizierte Badberatung in unseren Ausstellungsräumen vorbereitet werden.

2

3

Wir nehmen uns Zeit für Sie

Nach dem BADWERK Checkup planen wir gemeinsam in einer eingehenden Beratung Ihr Badezimmer individuell für Sie. Produkte werden ausgesucht und die optimale Anordnung der Sanitärobjekte in Ihrem Bad wird festgelegt. Eine umfassende Licht- und Fliesenplanung rundet Ihr Komplettbad ab. So entsteht eine erste Vorab-Konzeption Ihres Wohlfühlbades. Wir besprechen Ihr persönliches Budget, um Ihren Traum wahr werden zu lassen.

Hereinspaziert ... in Ihr Bad

Denn nun wird Ihr Bad noch einmal final besprochen. Alle Objekte, die Sie ausgesucht haben, alle Farben und Fronten sowie die Skizze Ihres Bades werden Ihnen zusammen mit dem Angebot des Installateurs präsentiert. Wenn Sie möchten, wird Ihnen sogar eine detaillierte 3-D-Badplanung Ihres Bades vorgelegt.

4

5

Ihr Traum wird wahr

Der Fachhandwerker koordiniert und installiert alle Bereiche, so dass Ihr Traumbad Realität wird.



Heinzelmännchen für das Bad

Manche Utopie ist zu verlockend und lädt schnell zum Träumen ein. Beispielsweise die der Heinzelmännchen. Da erledigt ein rot gekleidetes Zwergen-Team heimlich über Nacht all die Aufgaben, auf die wir selbst wenig Lust haben – Aufräumen, Putzen, Backen und Hausaufgaben. Dabei braucht es die Zwerge überhaupt nicht, wenn gar nicht erst Unordnung entsteht. Zumindest im Bad klappt das sehr gut – dank der praktischen Badmöbel von Sanipa.

„Niemand durfte sie während der Arbeit zu Gesicht bekommen.“



Der Hochschrank der Kollektion 3way, hier in Pinie-Schwarz, mit beidseitig voll verspiegelten Türen bietet vielfältige Stauraum-Möglichkeiten.

Vorbeugen statt Aufräumstress

Ohne Zweifel: Heinzelmännchen wären tatsächlich eine wunderbare Sache. Gerade für Menschen mit ausgeprägter Aufschieberitis. Die runtergefallene Creme-Dose müsste nicht aufgehoben werden, die frischen Handtücher könnten einfach auf der Waschmaschine liegen bleiben und die Flaschen mit Kalkreiniger ließen sich nach dem Putzen einfach in die Wanne werfen – am nächsten Morgen wäre eh alles wieder sauber. Doch glaubt man der Sage des Dichters August Kopisch, war die Neugier und List einer Schneiderin Schuld daran, dass wir nie wieder in den kostenlosen Service der Heinzelmännchen kommen werden. Denn ihr Fleiß war an eine klare Bedingung gebunden: Niemand durfte sie während der Arbeit zu Gesicht bekommen.

Natürlich bleiben Bad, Küche und Wohnzimmer auch ohne Heinzelmännchen sauber. Es gibt schließlich Haushaltshilfen – gut, die kosten etwas. Oder Lebenspartner und Eltern – ja, aber die nörgeln schnell herum. Oder selbst anpacken – klar, morgen dann, denn die neue Staffel dieser spannenden Serie ist online. Am besten wäre es jedoch, wenn man dem Stress einfach vorbeugt, indem alles seinen Platz in schönen und praktischen Möbeln hätte.





Das elegante Mineralguss-Waschbecken ist um eine praktische Ablagefläche erweitert. Der Unterbau in Steingrau überzeugt durch viel Stauraum.



Ordnung ist das halbe ...

Es gibt ein gutes, in Deutschland entstandenes Sprichwort dafür: „Ordnung ist das halbe Leben“. Besonders Kindern dürfte dieser Satz übel aufstoßen, sie hören ihn gefühlt einmal pro Woche. Immer dann, wenn das Lieblings-T-Shirt verschollen ist, die Sneaker am Morgen viel dreckiger aussehen als gestern Abend oder die Zahnpastatube offen auf der Badewanne schlummert.

Keine Sorge: An der Erziehung liegt es in den seltensten Fällen. Bestimmt werden die Kinder irgendwann die Vorzüge einer präventiven Ordnung zu schätzen lernen. Spätestens, wenn sie in der ersten WG oder 1-Zimmerwohnung fernab von zu Hause wohnen und merken, dass sie fast zwei Jahrzehnte mit recht großgewachsenen Heinzelmännchen zusammengelebt haben. Inklusive Zimmeraufräumservice, gewaschenen Klamotten und täglich einer warmen Mahlzeit.

Aufräumen mit der Villeroy & Boch-DNA

Im Badezimmer klappt das mit der Ordnung sehr leicht und stilvoll – auch durch Sanipa. Das Unternehmen aus dem fränkischen Städtchen Treuchtlingen versteht es seit über 40 Jahren, Handwerkstradition und Innovationsgeist zu vereinen. Als 100-prozentige Tochter der Villeroy & Boch AG sind hier höchste Qualitäts- und Designansprüche tief in der DNA verankert. Sanipa hat gleich mehrere Heinzelmännchen-Helfer in petto – sie hören auf die klangvollen Namen 2tomorrow, 3way, Solo One, Vindo, Twiga, CantoBay, CurveBay und Cubes.

*Praktisch,
zeitlos,
elegant*



Dahinter verbergen sich Produktserien für verschiedene Ambiente-Stile, die nicht nur schön anzusehen sind – ja, sie brauchen sich wirklich nicht zu verstecken –, sondern vor allem überaus praktisch sind. Egal, ob zeitlos-elegant oder modern-minimalistisch, kubistisch oder geschwungen: Mit den Badmöbeln von Sanipa haben die wichtigsten Bad-Utensilien einen perfekten Platz. So sorgen sie ähnlich unaufdringlich für Ordnung wie einst die Heinzelmännchen.

Das Happy End im Bad

Zum Beispiel die „CurveBay“-Serie: Die geschwungenen Waschtisch-Unterbauten bieten durch unterschiedlich breite Varianten individuell passenden Stauraum. Und kleine Boxen in den Schubladen helfen dabei, dass Handtücher, Feuchtigkeitscremes und der Lippenstift ohne Umwege an die richtigen Stellen verschwinden – wie von heinzelmännischer Zauberhand. Das integrierte Ambiente-Licht ist dabei so dezent, es würde wohl nicht mal die helfenden Zwerge bei ihrer Arbeit stören.



Die Twiga-Gästebad-Lösung sorgt auch im kleinsten Bad durch das hohe Schrankfach für genügend Stauraum. Das edle Glas-Waschbecken fügt sich perfekt in den modernen Unterbau ein.



*Wie war zu Köln es doch vordem
Mit Heinzelmännchen so bequem!
Denn, war man faul, ... man legte sich
Hin auf die Bank und pflegte sich:
Da kamen bei Nacht,
Ehe man's gedacht,
Die Männlein und schwärmten
Und klappten und lärmten,
Und rupften
Und zupften,
Und hüpfen und trabten
Und putzten und schabten ...
Und eh ein Faulpelz noch erwacht, ...
War all sein Tagewerk ... bereits gemacht!*

August Kopisch
Die Heinzelmännchen zu Köln, 1836

Bei der „3way“-Serie bekämen die Heinzelmännchen möglicherweise Panik. Nicht, weil die geradlinig geformten Unterbauten und Schrankmodule bedrohlich wirken. Es fehlen allerdings die Griffe an den Türen und Schubladen. Wie soll man die denn öffnen? Ganz einfach: An den Seiten versteckt sich eine versteckte Akzent-Griffleiste. Statt Panik erzeugt die „3way“-Serie heute jedoch pure Freude bei Fans des eleganten Minimalismus.

Dank Sanipa ist mittlerweile auch aus dem Gästebad ein Ort zu machen, den Heinzelmännchen links liegen lassen würden. Denn einen Teil der bekannten Badmöbel-Serien haben die Sanipa-Designer auch für Gästebäder adaptiert. Die „TwigaGlas“-Kollektion etwa: Sie kombiniert einen organisch geformten Glas-Waschtisch im Optiwhite-Finish mit einem kompakten Unterschrank. Tür auf, Handtücher rein, Tür zu – Ordnung halten kann so einfach sein. Bei Nacht und bei Tag. Wird hier also doch eine Utopie wahr?

 [SANIPA.DE](https://www.sanipa.de)



Man braucht einen guten inneren Zustand

Axel Zehle hat vor allem ein Ziel: Er möchte die Potenziale von Menschen aktivieren. Unter anderem arbeitet er als Mental Coach für den Fußball-Bundesligisten Fortuna Düsseldorf. Wie wichtig der Zusammenhalt von Teams ist – egal ob im Stadion oder Büro – lernte Zehle bereits früh während seiner Ausbildung in der Bäderbranche. In Lagoon erzählt er im Gespräch mit Herrn Moch aus seinem anspruchsvollen Alltag mit den Fortuna-Jungs und was wir generell vom Fußball lernen können.

 AXELZEHLE.DE

REDAKTION: Herr Zehle, wie wird man eigentlich Mental Coach?

AXEL ZEHLE: Geplant war es definitiv nicht. Nach dem Abitur habe ich studiert und schnell gemerkt, dass das in die falsche Richtung geht. Gott sei Dank konnte ich daraufhin beim Sanitär-Großhandel Heinrich Schmidt eine kaufmännische Ausbildung anfangen. Das hat mir zwar gut getan, aber ich wollte in dem Bereich nicht ewig bleiben. Ich habe die Ausbildung aber beendet und danach nochmals in Mönchengladbach studiert. Als dort der Personalschwerpunkt kam, hat es Klick gemacht. Ich habe immer schon gern mit Menschen zusammengearbeitet. Entwicklung, Motivation und Coaching von Personal kamen dann noch hinzu. Meine Abschlussarbeit habe ich über Fußball geschrieben. Im Fazit stellte ich fest, dass Persönlichkeitsentwicklung im Fußball sehr stiefmütterlich behandelt wird. Über die Recherche zu der Arbeit bekam ich einen Draht zu Schalke 04. Dort habe ich mit einem Praktikum angefangen und ein Konzept zum Thema „Coaching von Jugendspielern“ erarbeitet und später eine Coaching-Ausbildung gemacht.

RE: Arbeiten Sie dann mit dem kompletten Team oder einzelnen Sportlern?

AZ: Ich arbeite auf zwei Ebenen. Sowohl mit dem Team als auch mit einzelnen Spielern. Das ist ähnlich wie in allen anderen Branchen: Es geht darum, das individuelle Potenzial eines Mitarbeiters zu einer Performance zu bringen. Früher ging es im Fußball nur um den Ball, heute ist es komplexer. Der Körper spielt eine große Rolle, wie die Spieler sich pflegen, vor- und nachbereiten. Und auch die Psyche und das Mindset sind natürlich wichtig. Da geht es nicht nur darum, ob jemand gut aus dem Bett gekommen ist oder das Tor nicht trifft. Wir versuchen, relevante Themen anzugehen – und meist sind es ähnliche Themen. Es wird immer nach einem individuellen Ansatz gearbeitet. Es gibt also nicht die grüne Pille oder den einen Weg. Sondern man muss schauen, wo derjenige steht, was für Themen ihn beschäftigen, worauf spricht er überhaupt an, was kann man ihm anbieten und wie kann man eine gemeinsame Lösung finden. Ich versuche, ihn zu sensibilisieren, einen eigenen Prozess in Gang zu setzen. Das hat viel mit Selbst-reflexion zu tun.



Im Interview Herr Axel Zehle (Mental Coach) links mit Herrn Dietmar Moch (GF ISG Sanitär Handelsgesellschaft) rechts im Bild.

„Stärken gilt es zu stabilisieren und an den Schwächen zu arbeiten.“



RE: Übertragen auf alle Mitarbeiter: Versucht man, die Stärken zu finden, um die Schwächen auszugleichen?

AZ: Jein. Eigentlich schaut man sich beides an. Der beste Mensch ist der, der seine Stärken erkennt und weiß, wie er sie stabilisieren muss. Und er kennt die Dinge, an denen er noch arbeiten kann. Ich finde es auch spannend, den Menschen eine gewisse Fehlerfreundlichkeit zuzugestehen und zu spiegeln: Hey, du hast noch Luft nach oben, warum willst du das Potenzial liegen lassen.

RE: Bei einem Spieler fällt das wahrscheinlich leichter, wenn Sie das sagen und nicht der Trainer, oder?



„Früher ging es im Fußball nur um den Ball. Heute ist es komplexer.“

AZ: Ja, der Punkt ist: Wir haben mittlerweile viele Spezialisten. Der Trainer steht über den Dingen, trifft die Entscheidungen und führt den gesamten Apparat. Dennoch können wir unter ihm autark mit den Spielern arbeiten. Ich bin zum einen reaktiv da. Spieler können immer mit ihren speziellen Themen kommen, wenn sie eine Blockade haben. Wir pflegen aber auch ein Netzwerk; ich mache das nicht allein, sondern gebe Spieler ab, wenn die Themen zu schwerwiegend sind. Noch interessanter finde ich den aktiven Ansatz. Dafür erarbeite ich mir ein Profil, mit dem ich die Jungs besser machen will. Da sage ich dann: Das ist unser Ziel, zum Beispiel einen sehr fitten Spieler aufzubauen. Entsprechend versuche ich auch eine besondere Mentalität herzustellen.

RE: Sie sind also die Schnittstelle zwischen Trainer und dem gesamten Stab der Mannschaft?

AZ: Genau, ich wandere zwischen den Welten – einerseits auf der Mannschaftsebene, andererseits bin ich für das ganze Trainerteam zuständig. Ein großes Thema bei Fortuna Düsseldorf ist Teamkultur. Wir sagen immer, dass wir um das Team herum eine Energie mit guter Arbeitsatmosphäre aufbauen müssen. Daher achte ich mit unserem Team-Manager sehr darauf, dass wir frühzeitig Themen erkennen und intervenieren. Mittlerweile haben wir einen 28er Kader und dazu noch 20 Leute im Staff drum herum. Ich habe es also mit knapp 50 Leuten zu tun und muss schauen, wo passiert gerade was?



RE: Ob alle motiviert sind und keiner sich auf der Strecke verloren fühlt ...

AZ: Richtig. Es geht viel um Konflikte oder Frustrationstoleranz. Wenn man im Fußball Spiele verliert, kippt die Stimmung schnell. In solchen Situationen muss man schauen, dass es wieder in die richtige Richtung geht. Man braucht einen guten inneren Zustand, um gut performen zu können – und das versuchen wir auf Spielerseite herzustellen.

RE: Das ist also sehr emotional.

AZ: Absolut. Deshalb mag ich den Begriff Mental Coach auch nicht, weil er viel zu reduziert ist. Mental Coach assoziiere ich mit Leuten, die andere über heiße Kohlen laufen lassen. Es ist eben nicht nur das Mentale, sondern auch das Emotionale; es geht um den gesamten Zustand.

RE: Es sind also nicht die berühmt-berüchtigten „Chaka-Du-schaffst-das“-Veranstaltungen.

AZ: Nein, das bringt überhaupt nichts. Ich arbeite lieber an der Hardware und daran, dass Menschen es schaffen, ihre Einstellung zu konfigurieren und ihre Haltung zu dem Ganzen zu verändern. Es funktioniert nicht, kurzfristig eine Software aufzuspielen, für die die Hardware gar nicht ausgelegt ist.

RE: Erreichen Sie immer alle Spieler – oder beißen Sie sich an einigen die Zähne aus?

„Es geht viel um Konflikte oder Frustrationstoleranz.“

„Man braucht gute Surroundings und eine gute Unternehmenskultur.“



AZ: Ja, das passiert definitiv. Ich bin ja nur ein Angebot. Zugleich überrascht es immer wieder, mit wie vielen Spielern man über einen längeren Zeitraum in einen intensiveren Kontakt kommt. Aber um 28 Spieler kann ich mich gar nicht gleichzeitig kümmern. Einige haben auch eigene Mentoren oder Coaches. Mir ist systemisch nur wichtig, dass alles on top ist – jeder Spieler performt und liefert ab. Wenn nicht und ich Themen sehe, die ein Spieler nicht selbst in den Griff bekommt, muss er ertragen, dass ich interveniere, nach Gründen und Themen frage und Angebote mache. Es ist aber dennoch an ihm, ob er die annimmt oder nicht. Falls nicht, lasse ich ihn auch, alles andere würde ins Gegenteil führen. Wenn es nicht klappt, ist das völlig o.k.

Das akzeptiere und respektiere ich. Steckt ein Spieler über Monate in der Sackgasse, muss ich aber sagen: So funktioniert das nicht, da muss sich was bewegen.

RE: Was können andere Branchen aus dem Profi-Fußball lernen?

AZ: Ich denke, dass Wirtschaftsunternehmen lernen können, mehr Wert auf die Ressource Mensch zu legen. Denn bei aller Digitalisierung und Optimierung der Prozesse, ist es wichtig, dass auch der Mensch in einem guten Zustand ist. Man braucht gute Surroundings und eine gute Unternehmenskultur. Man muss sich mit den Mitarbeitern beschäftigen, damit sie funktional und psychisch wirklich auf Strecke sind.

RE: Herr Zehle, vielen Dank für das Interview.



Das Beste für mein Bad

*Vier Buchstaben, vier Linien, ein Versprechen:
Optima ist immer die richtige Entscheidung. Egal, ob man es
smart, leistungsstark, perfekt oder extravagant mag.*



MEIN-OPTIMA.DE

„Das Schönste an der Perfektion ist:
wenn das Leben einzieht.“



Optima-Duschabtrennungen bieten für jede Badsituation die passende Lösung – in Form, Maß und Funktion. Aus Echtglas mit schmutzabweisender Beschichtung.



Einzigartige Glätte, hohe Farbbrillanz, größtmögliche Langlebigkeit: Das sind die Optima Badewannen. Mit ihren perfekten Formen und allen Vorteilen der Materialien Acryl oder Stahl-Email sind sie wie gemacht zum Wohlfühlen und Entspannen.

X wie extravagant

Puristisch und klar, für höchste Ansprüche an Design und Funktionalität – das ist die Linie für Menschen, die Form und Funktion schätzen.

„Ich möchte eine
Badkeramik,
die perfekt zu
mir passt.“



P wie perfekt

Formvollendung trifft auf höchste Qualität aus massivem Holz und edlem Glas. Für Menschen, die Wert auf das Echte legen.

An der Oberfläche besticht die Waschtischplatte aus satiniertem Glas durch eine makellose Haptik. Aus Sicherheitsglas gefertigt und durch ein thermisches Verfahren eingeformt, wird dieses wahre Schmuckstück sandgestrahlt und zum dauerhaften Schutz vor Flecken mit einer nanotechnischen Lackversiegelung versehen.



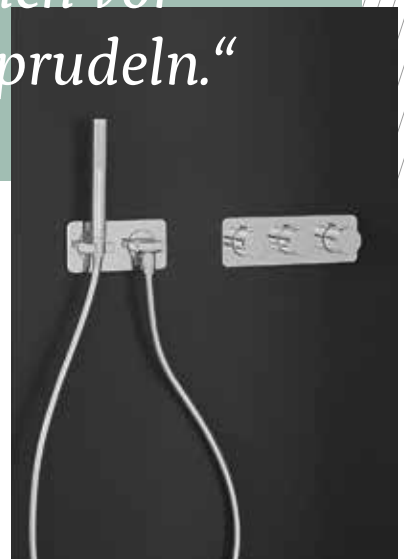
Ein Bad ganz nach den eigenen Wünschen, mit höchsten Qualitätsansprüchen, das bietet Optima auf ganzer Linie. Einfach eintreten und wohlfühlen.



„Bei Armaturen kommt es nicht nur aufs Wasser an. Sie müssen für mich vor allem vor Ideen sprudeln.“



Armaturen von Optima, das ist die ideale Verbindung von Design und Technik. Gut so. Denn kein anderer Einrichtungsgegenstand im Haus wird so oft genutzt und berührt wie die wasserspendende Armatur. Darum sind die Optima-Armaturenserien auf Langlebigkeit ausgelegt. Sie vereinen Ästhetik und Funktion, zukunftsweisendes Design und viele technische Innovationen.





Ein Bad ganz nach den eigenen Wünschen, mit höchsten Qualitätsansprüchen, das bietet Optima auf ganzer Linie.

„Exzellenz in Form und Funktion.“



Alles am richtigen Platz und mit einem Handgriff erreichbar: das ermöglichen die ergonomisch nach neuesten Erkenntnissen gestalteten Badmöbel von Optima.



L wie leistungsstark

Immer stilsicher und garantiert in höchster Qualität, für diese ideale Verbindung steht das Programm mit dem Optima L.

Ob große oder kleine Räume, Optima hat stets die passende Lösung parat. Eine Lösung, bei der weder auf Qualität noch auf Individualität verzichtet werden muss.



S wie smart

Die richtige Balance aus Effizienz und Eleganz macht die Optima S-Linie zur überzeugenden Wahl für Menschen, die klug rechnen.

„Ich will ein Bad, das mich durch Leistung überzeugt. Und eins, das ich mir leisten kann.“

Optima Brausen sehen nicht nur gut aus und spenden Wasser. Die inneren Werte, die technischen Innovationen, die hier auf kleinstem Raum verbaut sind, machen sie zu echten High-Tech-Objekten.

*Ob sich hier mal der
Liebhaber versteckt hat?*

Historisch einchecken

In der letzten Lagoon-Ausgabe ging unsere Hoteltesterin Hannah Baldwig dem Geheimnis von zwei außergewöhnlichen Hotelbetreibern nach. Dieses Jahr hat sie sich ein neues Ziel gesetzt: Eine Reise durch verschiedene Hoteljahrzehnte – was sie dabei entdeckt, lesen Sie hier.



Wie man sich
bettet ...

„In einem Mix aus Jugendstil
und Gründerzeit erbaut.“

Das Hotel als Künstler-Hotspot

Wie Sie vielleicht in der letzten Ausgabe bemerkt haben, sind Hotels meine Welt. Zu allererst aus beruflichen Gründen natürlich. Aber ich bin auch privat fasziniert, wie es gute Hotels immer wieder schaffen, mir selbst in der weitesten Ferne ein Zuhause-Gefühl zu geben. Meist nur für wenige Stunden, doch die Geborgenheit eines schönen Hotelzimmers mit einem bequemen Bett und herzlichen Gastgebern ist etwas ganz Besonderes. Manche schätzen dieses Gefühl so sehr, dass sie gar nicht mehr auschecken. Udo Lindenberg beispielsweise. Seit 1995 lebt er im ehrwürdigen Hotel Atlantik, direkt an der Hamburger Außenalster. Mit meiner Faszination schein ich nicht allein zu sein. In unzähligen Filmen, Songs und Büchern der letzten Jahrzehnte spielen wichtige Szenen in Hotels.

Romantische wie in „Pretty Woman“, schlaflose wie in „Lost in Translation“ oder voller Wahnsinn wie in „Shining“. Chris Isaak besingt die Einsamkeit on the road in seinem Hit „Blue Hotel“. Und Marvin Gayes „Wherever I Lay My Hat“ ist eine Ode an jene herzensbrechende Typen, die heute hier und morgen da einchecken. Als mir das Buch „Menschen im Hotel“ von Vicky Baum in die Hände fällt, tauche ich ein in die Berliner Hotelwelt der 1920er Jahre. Ich bin eingenommen von den atmosphärisch dicht erzählten Bildern aus dieser Zeit. Und ich möchte einen Hauch dieser aufregenden Jahre meiner Wahlheimat für mich entdecken. Ist dies überhaupt noch möglich?

Die Goldenen Zwanziger in Charlottenburg

Nach einiger Recherche stoße ich auf die Pension Funk in Berlin-Charlottenburg – und ich beschließe ohne großes Nachdenken, auf eine kleine Zeitreise durch verschiedene Hoteljahrzehnte zu gehen. Wieder privat und ohne Auftrag. Einmal hotelverrückt, immer hotelverrückt.

Ich checke also in der Fasanenstraße ein. Ende des 19. Jahrhunderts wurde das Haus der Pension Funk in einem Mix aus Jugendstil und Gründerzeit erbaut. Die 14 Zimmer und der große Frühstücksalon waren vor 100 Jahren die Wohnung des dänischen Stummfilmstars Asta Nielsen. Sie hatte also wirklich viel Platz. Die antiken, kunstvoll verzierten Möbel, die floralen Tapeten – all das entführt mich sofort in eine andere Zeit. Ich stelle mir vor, wie es wohl war, als Künstler wie Joachim Ringelnatz oder Götz Georges Vater Heinrich hier zu Besuch waren. Mein weißes Bett gleicht einem Thron und so werde ich etwas größenwahnsinnig. Denn meine Zeitreise soll weitergehen.

 HOTEL-PENSIONFUNK.DE

Welche Stars mögen hier schon
genächtigt haben?



„Mein weißes Bett
gleicht einem Thron.“



Oben: Die elegante Treppe als Symbol des Aufschwungs nach schweren Nachkriegsjahren.

Unten: Ein Traum in grün mit Originalmobiliar aus den 50er Jahren.



*Filigran,
schlicht,
elegant*

Nürnberger Chic der 1950er

Nächster Stopp, nächste Epoche: das Design Hotel Vosteen in Nürnberg, ein Boutique-Hotel mit originalem 50er-Flair. Im ICE reise ich also in wenigen Stunden 30 Jahre weiter. Die beige-rote Fassade eher unauffällig, eingebettet in eine 50er Jahre Häuserzeile nahe der Nürnberger Kaiserburg. Mit meinem ersten Schritt durch die Eingangstür fühle ich mich sofort in die Zeit von Petticoat, Hula-Hoop, Jukeboxen und Elvis' unwiderstehlichem Gesang zurückversetzt. Besonders angetan bin ich von dem filigran-geschwungenen Metallgeländer im Treppenhaus sowie den bequemen Fifties-Sesseln in der Lobby.

Ich habe Glück: Das Zimmer Audrey ist frei. Mit einem elegant-dunklen Doppelbett aus dem Jahr 1954 und einer wunderschön schlichten Blumentapete. Auf dem hellen, butterweichen Sessel sitzend, schaue ich in den kleinen Garten des Vosteens. So wie es vielleicht auch Harald Schmidt, Günter Strack und Ruth Leuwerik taten. Sie residierten ebenfalls vor Jahren im Haus Vosteen. Nach einer erholsamen Audrey-Nacht bin ich bereit für den Aufbruch in das nächste Jahrzehnt.

 HOTEL-VOSTEEN.DE



Oben: Hier schlägt das Hippie-Herz höher.
Unten: Geflochtenes aus Bambus trifft Mahagoni mit Polstern.

Heimatgefühl in den 1960ern im HENRI Hotel
 Mit einem herzlichen „Moin“ werde ich im HENRI Hotel im Hamburger Zentrum empfangen. Hinter dem spröden Backsteinbau tauche ich in die Sixties ein. Ich bekomme die Suite und erinnere mich an die Wohnung meiner Großeltern. Dort standen ähnlich hübsche Clubsessel mit dünnen Holzstreben und die abgerundeten Dreieckstische. Meine Oma servierte darauf immer ihre legendäre heiße Schokolade.

Und wie ich so in dem Sessel kurz verschlaufe, summe ich „Hey Jude“ von den Beatles. Ob sie sich in dieser Suite auch so geborgen gefühlt hätten? All die gedeckten Farben, die runden Formen. Dies ist mein Jahrzehnt, denke ich.

 [HENRI-HOTELS.COM](https://www.henri-hotels.com)

*„All die gedeckten Farben,
 die runden Formen.“*





*Bei diesen Mustern
braucht es keine Drogen.*

Knallige Farben im Parkhotel 1970

Komplett anders fühlt es sich in Michelstadt an. Dort gibt es die 1970er hautnah in einem Hotel zu erleben, meint eine Bekannte von mir. Und zwar mit wirklich jedem Möbelstück und Platzdeckchen. Im Parkhotel 1970 angekommen, traue ich meinen Augen kaum. Denn es stimmt: Knallig-farbige Tapeten, Vorhänge und Teppiche treffen im Frühstückraum auf gelbe, ausladende Sessel. In meinem Zimmer steht ein altes Telefon mit Wählscheibe am Bett, dazu lackierte und deutlich minimalistischere Furniermöbel als in den Jahrzehnten zuvor. An der Rezeption erfahre ich, dass jedes Zimmer individuell eingerichtet ist. „Wahnsinn – und alles im Seventies-Style“, denke ich.

 **PARKHOTEL-1970.DE**

„Wahnsinn – und alles im Seventies-Style.“



Unten: Wohnlandschaft aus synthetischem Samt – der (wirklich) letzte Schrei.

*Echte Wachmacher –
knallige Farben
im Frühstücksraum.*





Oben: Stil ist, was gefällt. **Unten:** Heterogenität in Form und Farbe macht das Ambiente lebendig.

Back in Berlin – 25hours

Zurück in Berlin möchte ich noch nicht gleich nach Hause gehen. Irgendwie braucht es einen guten Abschluss für meine Zeitreise. Etwas, das Vergangenheit und Gegenwart nahtlos kombiniert. Im Bikini-Haus am Zoo finde ich die passende Adresse: das 25hours Hotel. Mein Large Urban Zimmer ist zwar nicht ganz billig. Aber es mixt Loft-Atmosphäre mit zeitlosem Mid-Century-Interieur. Dazu urbane Neuheiten und Farben.

Mir wird bewusst, dass die markanten Stilelemente der vergangenen Jahrzehnte nicht verloren gehen. Sie kommen wieder oder werden von zeitgenössischen Designern aufgegriffen – besonders in heutigen Hotels. Und vielleicht ist dieser behutsam kuratierte Mix verschiedener Stile auch das, was so viele Künstler ins Hotel zieht. Es holt einen immer ab. Müde von meiner Reise lege ich mich unter die Decke. Hier könnte mein Tag gern 25 Stunden haben.

„Loft-Atmosphäre
mit zeitlosem Mid-
Century-Interieur.“



*Insights: Interview mit
Michael Simlinger*



Das Bad im Wandel der Zeit

Michael Simlinger arbeitet seit vielen Jahren als Innenarchitekt in Aachen. In unserem Interview beschreibt er die Entwicklung des Bades der letzten Jahrzehnte und wie sie die heutigen Herausforderungen bei Innenausstattung und Produktdesign prägt.

REDAKTION: Herr Simlinger, beschreiben Sie bitte die Entwicklung des Bades der letzten Jahrzehnte.

MICHAEL SIMLINGER: Das Bad ist im Laufe der Jahrzehnte von einem funktionalen Raum zu einem Erholungsort geworden. Einem Bad werden heute mehr Quadratmeter zugeordnet als z. B. noch in den 60er Jahren. Meine Großeltern hatten noch gar kein Bad, man holte das Wasser am Gang, erwärmte es am Herd und wusch sich. Erst mit dem modernen Wohnungsbau wurde ein Bad in der Wohnung zum Standard. Das Alter eines Bades kann man übrigens recht leicht an den Fliesen erkennen. Zunächst waren Bäder in Weiß gehalten, in den 50er und 60ern waren es Pastelltöne und in den 70ern wurde es richtig bunt. Wer kennt sie nicht,



die Waschbecken und Toiletten in Sahara-Beige und Schilf-Grün, mit braun gesprenkelten Fliesen an der Wand und den Zahnputzbechern Ton in Ton?

RE: Wofür steht das Bad heute?

MS: Heute ist das Bad, zumindest im gehobenen privaten Bereich, nicht mehr nur ein funktioneller Raum, sondern ein Erholungs- und Erlebnisort. Das geht so weit, dass Schlafzimmer und Bad einen Raum bilden. Manchmal sind sogar Sauna und Fitnessbereiche integriert. Für diesen „Umbau“ entscheiden sich Kunden, wenn die Kinder groß geworden und ausgezogen sind und in dem Haus Zimmer frei werden. Dann kommt oft der Wunsch nach einer großzügigen, freistehenden Badewanne mit Blick in den Garten. Gerne möchte man auch beim Baden noch Musik hören oder vom Spinning Rad (Hometrainer) direkt unter die Regendusche ... Die sollte natürlich möglichst so groß sein, dass man trockene Bereiche zum Abtrocknen und Ankleiden vorfindet. Das lässt sich auf fünf Quadratmetern nicht so leicht realisieren. Aber auch „kleinere“ Bäder haben in puncto Wellness unglaublich aufgeholt.

„Das Bad ist nicht mehr nur ein funktioneller Raum, sondern ein Erholungs- und Erlebnis-Ort.“



Für mich persönlich ist eine Fußbodenheizung im Bad ein absolutes Muss und der Inbegriff von angenehmer Wärme und Behaglichkeit.

RE: Wo liegen für Sie als Innenarchitekt und Bad-designer die Herausforderungen und der Reiz bei der Konzeption eines modernen Bades?

MS: Je kleiner ein Bad ist, umso wichtiger ist eine gute Planung. Oft geht es da um Zentimeter! Nichts ist ärgerlicher, als wenn die Tür nicht ganz aufgeht, oder man schief auf der Toilette sitzen muss. Manchmal baue ich aus Pappschachteln (oder Spanplatten) einfache Volumen-Modelle, damit ich sehe, ob ein Bad räumlich funktioniert und/oder damit sich die Kunden ihr neues Bad vorstellen können. 3D-Zeichnungen können einiges vermitteln, doch gerade in baulich engen Situationen sind die Pappschachteln (Kartonschablonen) sehr hilfreich. Ein wichtiger Aspekt und ein oft gehörter Wunsch ist ein Bad, in dem man auch im Alter gut zurechtkommt. Schließlich ist ein Badezimmer mit allen Installationen eine Investition, die man nicht jeden Tag tätigen möchte. Hier hilft es, z. B.

die Türzargen zu verbreitern oder die Badewanne so anzulegen, dass sie relativ einfach zu einer großzügigen, begehbaren Dusche umgebaut werden kann. Für diesen Fall ist es klug, auch die benötigten Fliesen zusätzlich zu bestellen und einzulagern, sozusagen als eine kleine Investition in die Zukunft. Zum „Altern“ gehört übrigens nicht nur, dass man vielleicht schlecht in die Wanne kommt, sondern auch, dass man die Räumlichkeiten nicht mehr so gut pflegen, sprich putzen kann.

RE: Lichtkonzept, Materialien und Produkte – wie sehen Sie hier die heutigen Anforderungen?

MS: Zu den angenehmen Dingen unserer Zeit gehört es, dass wir aus einer Vielzahl von Sanitärprodukten, Keramiken, Armaturen und Fliesen auswählen können. Fast hätte ich gesagt, dass dies zu den „unangenehmen Dingen“ gehört, denn so mancher ist bei der Auswahl schlicht überfordert. Da hilft nur, sich Zeit zu nehmen und zu wissen, dass sich unser Gehirn in diesem Moment sehr anstrengen muss. Eine Wahl zu treffen für die nächsten 20 bis 30 Jahre ist nicht leicht. In Gesprächen und anhand gesammelter Fotos aus Bad-Magazinen mache ich mir ein Bild von den Wünschen meiner Kunden. Dann versuche ich, sie ein bisschen in die Zukunft zu führen ... das bedeutet auch manchmal, ihnen Materialien und Vorstellungen auszureden, die schon längere Zeit modern sind. Wenn ihr Bad nach längerer Planungs- und Bauzeit fertig ist, muss es mit den Bädern in den mittlerweile neuen Magazinen mithalten können, ja besser noch: Es soll in die Magazine kommen! Dann sind die Bauherren stolz und ich habe meinen Job als Innenarchitekt gut gemacht.

RE: Herr Simlinger, herzlichen Dank für das Interview.



Die Oberbaumbrücke konnte man in den 80ern nur von Weitem sehen. Die damalige U-Bahn Linie 1 endete kurz vor der Berliner Mauer am Bahnhof Schlesisches Tor.

„Junge, was waren
das für Zeiten.“



Der Duschtempel im besetzten Haus

In der letzten Lagoon-Ausgabe nahm uns Edgar Lohse, Werbeprofi mit intensiver West-Berlin-Zeit, mit zu seinem alten Kumpel nach New York. Dieses Mal kommt Edgars Sohn zu Wort – Jonas, Anfang 20, ziemlich genervt von den tausendfach wiederholten „Wir waren Helden“-Storys seines Vaters. Aber irgendwie faszinieren sie ihn doch – also machen sich beide auf zu einer Reise ins alte West-Berlin. Und eines beeindruckt Jonas dort am meisten: die Dusche des älter gewordenen Freundes. Hier ist seine Geschichte.

Freiheit ohne Badezimmer

„Junge, was waren das für Zeiten“ – wie oft habe ich diesen Satz gehört. Gefühlt zweitausendmal. Mein Vater wird nicht müde, von seinen wilden Jahren in West-Berlin zu schwelgen. Und manchmal ertappe ich mich, wie ich mitschwärme. Denn hier in meiner Heimat Meppen ist das Wildeste eine Nacht im Bermuda-Dreieck, einer kleinen Disko- und Kneipen-Ecke am Bahnhof. Wow! Schon mein Vater ging hier in seiner Jugend weg. Später in den Siebzigern und Achtzigern feierte er seine Nächte lieber in Kreuzberg. Anfangs notgedrungen, denn er hatte keine Lust auf Wehrdienst und West-Berlin, das damals nicht im Einzugsbereich der Bundeswehr lag, galt als Oase für jeden Pazifisten.



Beim Blick aus der U1 zwischen Kottbusser Tor und Schlesisches Tor konnte man viele von Sprayern verzierte Brandwände bestaunen.

Es dauert nicht lange und er genoss die Freiheit und den antibürgerlichen Anarcho-Vibe. Nur die Bad-Situation in seiner ersten Wohnung in der Lausitzer Straße 46 beschreibt er als Kulturschock: Es gab nämlich gar kein Bad, nicht mal ein Waschbecken. Das Klo versteckte sich auf halber Treppe und wurde auch von den Nachbarn mitgenutzt. Selbst in den bescheidenen Verhältnissen seiner Eltern gab es ein separates Badezimmer – mit Wanne, Fliesen, Toilette, warmem Wasser.

Waschen im Stadtbad

Nach den jahrelangen Erzählungen möchte mir Vater die Stationen seiner Jugend zeigen – ich lasse mich mit gemischten Gefühlen auf die Reise ein. Nach der Bahnfahrt mit den alten Storys geht es direkt in die „Lausi 46“. Das ist also Kreuzberg 36. Heute offensichtlich meppenger als damals. Aber gut, ich spüre schon eine komplett andere, internationale und unaufgeräumtere Atmosphäre als bei uns zu Hause.

„Das Klo versteckte sich auf halber Treppe.“





Gebadet wurde im Stadtbad Baerwaldstraße und wenn die Zeit reichte, wurden auch ein paar Bahnen gezogen.



„86 Mark kalt kostete die Wohnung, die Miete musste ich unten bei Frau Adler in bar abgeben“, erzählt mein Vater. Und wo hast du dich gewaschen, frage ich? „Im Stadtbad Baerwaldstraße. Dort konnte man sich für 2,50 Mark in zwei Minuten riesige Wannen volllaufen lassen. Herrlich war das“, Vaters Augen strahlen. Bei seinen Ur-Berlin-Kumpels mit verbeamteten Eltern gab es immerhin Duschkabinen, eingepfercht in die Küche oder eine Abstellkammer, zum Duschen musste man sich sehr schmal machen.

Enge Shirts, riesige Bäder

Ein paar seiner Freunde leben noch in Kreuzberg, mit ihnen sind wir abends im „Elefanten“ verabredet, einem Hotspot der damaligen Szene am Heinrichplatz. Da sitze ich also mit Schultheiss-Bier; mir gegenüber sechs ältere, bürgerliche Herren in Jeans und bedrohlich engen, ausgewaschenen Anarcho-Shirts. Jeder kramt seine Erinnerungen hervor, gemeinsam hangeln sie sich von einer Superlativ-Geschichte zur nächsten. Fast alle Sätze beginnen mit „Weißt du noch ...?“ Mir kommt es so vor, als höre ich das Drehbuch einer neuen Netflix-Serie – mit meinem Vater in der Hauptrolle. Er besetzte Anfang der Achtziger ein Haus in der Mariannenstraße, damit es nicht abgerissen und Kreuzberg nicht zu einer zweiten Gropiusstadt wird. Auch Michael war dabei, damals Punk mit Connections zu den Einstürzenden Neubauten, heute Vorstand einer Wohnungsbaugesellschaft.

Den Späti gab es in den 80ern noch nicht. In 36 ging es auf eine Molle in 24-Stunden-Kneipen wie das Zum letzten Heller oder in den Dönerladen.



„Das ist also
Kreuzberg 36.“



„Die sich damals sieben Anarchos teilten.“



Michaels Favorit: Die CADURA WALK-IN Schiebetür. Sie bietet eine Soft Open/Close Funktion, kombiniert mit höchster Ergonomie. Beim Design orientiert sie sich „ganz Swiss“ an den organischen Formen von Wasser, Eis und Stein.

Bei ihm sind wir zum Übernachten eingeladen, in einem ehemals besetztem Haus. Nur ist Michael heute der Eigentümer dieser 170 m² großen Wohnung, die sich damals sieben Anarchos teilten. Ich denke nur: „Lol“ und muss noch mehr grinsen, als ich merke, wie peinlich es Michael ist, mir die 40 m² riesige Wohnküche mit Luxus-Herd zu zeigen. Provokant haue ich raus: „Und gebadet wird in der Baerwaldstraße?“ Jetzt wird Michael fast rot im Gesicht. Mit einem leisen „Nein, nein“, öffnet er die Tür zum Bad. Moment, zu einem Badtempel. Riesig groß mit dunkelgrauen Fliesen.

Eine Dusche verändert die Weltsicht

Ich sehe zum ersten Mal live eine Walk-in-Dusche und bin beeindruckt. „SanSwiss?“, fragt mein Vater. „Exakt. Weißt du noch? Die Eltern von Franz hatten eine der ersten SanSwiss-Duschkabinen von ganz Berlin – das war unser Paradies“, meint Michael. Vater erinnert sich natürlich. In der Zwischenzeit scheint bei SanSwiss alles etwas luxuriöser und geräumiger geworden zu sein, denke ich laut. „Ja, aber immer noch so langlebig wie damals und exakt nach Maß. Das war mir wichtig. Das pure Glas hatte es mir sofort angetan. Als ich sie in der Badausstellung gesehen hatte, wusste ich: Das ist meine Dusche!“ sagt Michael. Etwas Ähnliches hätten sie sich damals selbst in der WG gebaut, schiebt er schnell nach, natürlich nicht so edel und hochwertig.



Aquaperle
serienmäßig
dabei



CADURA gibt es als Schiebe- und wie hier als Pendeltür einteilig mit Seitenwand. Dadurch ist sie maximal flexibel in Bäder integrierbar – gerade im urbanen Berlin.

Christian, der einzige Ur-Berliner der Runde, nennen alle nur Blubberkopp, weil er immer was zu erzählen hat. Was seinen Bekannten zuweilen schwer auf die Nerven geht, erfreut den Nachwuchs umso mehr. Er ist mittlerweile ein erfolgreicher Kinderbuchautor. Auch über seine neue Dusche kann er stundenlang referieren.



„Die Zeiten ändern sich.“

„Und so eine High-Tech-Duschanlage konntet ihr damals bestimmt auch selbst bauen, wa?“ – ich kann die Spitze nicht zurückhalten. Michael kontert weltmännisch: „Die Zeiten ändern sich – auch für dich. Nimm eine Dusche und du denkst anders über die Welt.“ Das lasse ich mir dann doch nicht zweimal sagen und stelle mich nach dem verrauchten Abend in der Eckkneipe unter die Wasserfall-Brause. Als ein sanfter Schwall mit warmem Wasser auf mich hinabfällt, wird mir tatsächlich anders. Ich frage mich, ob es heute irgendwo noch dieses Kreuzberg von vor 40 Jahren gibt. Einen ursprünglichen, freien Ort, der einem den Fokus weitet und alles möglich erscheinen lässt – so wie diese Dusche in diesem Moment. Vielleicht studiere ich doch nicht in Bielefeld.

Vier Tage Kreuzberg sind für meinen Vater heute jedoch nicht mehr so befreiend, sondern kräftezehrend. Die vielen Erinnerungen, unzählige Gespräche und Biere. Er ist froh, als wir wieder in der Bahn nach Meppen sitzen. Beseelt und doch etwas melancholisch. Denn sein altes Kreuzberg gibt es so kaum noch. In den alten türkischen Gemüseläden gibt es heute Kunst oder Chai Latte zu kaufen. Doch auch er war von Michaels Dusche angetan: So etwas hätte es früher nie und nimmer gegeben.



Für die Freunde von edlem Schwarz: Die TOP-LINE S von SanSwiss ist als BLACK-LINE erhältlich. Alle sichtbaren Teile sind in zeitlosem Schwarz-Matt gehalten.



Babbel heißt eigentlich Burkhard. Er kam Ende der 70er Jahre aus dem Hessischen nach Berlin, um, wie er immer noch betont, dem Muff der Provinz zu entkommen. Was ihn nicht davon abgehalten hat, sich im sehr bürgerlichen Stadtteil Wilmersdorf so richtig komfortabel einzurichten.



Die neue Duschgeneration

Unterschiedliche Wünsche und Vorstellungen sind keine Seltenheit zwischen Eltern und Kindern. Manchmal offenbaren diese sich auch bei der Ausstattung des Bades. Detlef Dohmann, der Autor dieser Zeilen, erlebte genau das – aus beiden Perspektiven.

Limonengrüne Seife im mittelbraunen Bad

„Wenn der Ozean nicht zu Ihnen kommt, holen Sie ihn doch“ – schepperte es Ende der 1960er aus dem Fernseher meiner Eltern. Es war der einprägsame Satz einer Seifenwerbung, die damals für große Aufregung sorgte. Immer wenn der Spot lief, sprang mein Vater auf und musste „zufällig“ etwas in der Schrankwand suchen. Mit breitem Kreuz vor dem Fernseher stehend. Wir – mein Bruder und meine sechs Schwestern – wussten natürlich, wie der Ozean nach Hause

kommt. Die Werbung mit der barbusigen Frau im Ozean war das Thema auf dem Pausenhof unserer Schulen. Die beworbene Seife lag in unserem eintönigen Bad schon länger grün leuchtend in einer Fliese mit integriertem Seifenfach. Die Fliesen und Badvorleger, das WC und Waschbecken – alles war aus einem mittelbraunen Guss und dann dieses Grün, herrlich. Etwas gefiel mir aber nicht: Wir hatten „nur“ eine Badewanne; keine Dusche, wie sie die Kinder der „modernen“ Eltern hatten.

Der Dusch-Aufstand

Ich erinnere mich noch gut, wie ich meine Geschwister sogar zu einer Badmeuterei anstachelte. Unsere Forderung: „Solange es keine Dusche im Haus gibt, werden wir uns nicht mehr waschen.“ Es dauerte zwar noch vier Jahre, aber Anfang der 1970er erreichten wir unser Ziel. Damals war nicht zu ahnen, dass auch ich einmal mit „neumodischen“ Badwünschen meines eigenen Kindes konfrontiert werden würde.



**Hochwertig,
minimalistisch,
modern**

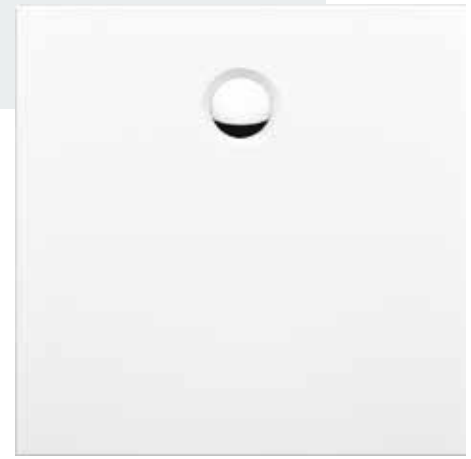


*RAINDROP DIURNA NOCTURNA –
Duschsystem aus weißem oder
schwarzem Glas mit 90°-Ecke;
Drücktasten mit Glas-Oberfläche,
durch welche Sie die Durchfluss-
menge einstellen können*

 **NDWELT.COM**

*SYLT
Duschebene Quadrat
900 × 900 × 30 mm,
weiß*

 **GKI.AT**



Der ebenerdige Zugang zur Dusch-Zukunft

Meine Jüngste ist kurz vorm Flügel-Werden und lebt noch im Haus. Irgendwann wunderte ich mich, dass sie nicht mehr duschte. Die Antwort beim Abendbrot ließ mir beinahe den Bissen im Halse stecken: „Ich dusche lieber bei Jannicks Eltern. Die haben eine richtige Walk-in-Dusche mit riesiger Brause – da duscht es sich wie unter einem Wasserfall“, meinte sie. Ich verstand zwar nur Bahnhof, hatte aber ein lebendiges Déjà-vu an meine Kindheit. Bei meiner Recherche stieß ich auf eine Duschtasse aus Österreich, von einer Firma namens GKI. Die SYLT-Serie gefiel mir, besonders die kompakte, 2-fach verstärkte, quadratische Duschwanne. Ich verstand schnell, dass Walk-in-Duschen nicht nur anziehend für junge Menschen sind. Die fast ebenerdigen, niedrigen Duschwannen werden es auch mir in Zukunft leichter machen, unter die Dusche zu „springen“. Bei Jannicks Eltern läuft das Wasser übrigens aus einer Duschbrause von NDW, erfuhr ich wenige Tage später beim Elternabend am Gymnasium.

Duscherlebnis für alle Generationen

Mit Neue-Deutsche-Welle-Musik hat das Unternehmen aber nichts zu tun. Die Graubündner verstehen es dagegen sehr gut, hochwertige Duschsysteme im zeitlosen Design herzustellen, meinten Jannicks Eltern. Um die schlichte Form der Duschwanne aufzugreifen, wählte ich von NDW ein Duschsystem mit quadratischem Duschkopf – mit sage und schreibe 30 Zentimetern Kantenlänge. Anders als ich bei meinen Eltern musste meine Tochter nicht vier Jahre warten. Ich wollte ihr – und natürlich auch mir – ein „modernes“ Duscherlebnis bieten. Mittlerweile ist es sogar umgekehrt: Denn Jannick kommt zu uns duschen.



Wärmende Sprossenwände

Erinnern Sie sich noch an Ihren Sportunterricht? Ein Gerät mögen viele Kinder und Jugendliche besonders: die Sprossenwand. Entwickelt hat sie der Schwede Pehr Henrik Ling um 1800. Er würde nicht schlecht staunen, wenn er einen Blick in heutige Bäder werfen könnte. Denn dort hängen ähnlich geformte Leitern – allerdings aus anderen Materialien und mit ganz anderer Funktion. Die Rede ist von Handtuchheizkörpern.

Gesunder Körper, gesunder Geist

Als Pehr Henrik Ling lebte, wurde meist noch mit Kohle- und Holzöfen geheizt. Der erste wassergefüllte Heizkörper entstand erst Mitte des 19. Jahrhunderts. Den schwedischen Dichter und Fechtmeister dürfte das wenig gestört haben. Er hatte anderes im Sinn: Er wollte seine Landsfrauen und Landsmänner mit gymnastischen Übungen fit für den Alltag machen. Ganz im Sinne des Sprichworts: In einem gesunden Körper wohnt ein gesunder Geist.

1813 gründete er dafür sogar sein eigenes Gymnastisches Zentralinstitut in Stockholm, um Übungen für Schüler, Soldaten und andere Bürger zu entwickeln. Inspiriert war er von der aufkommenden Turnkultur in Deutschland, die der Pädagoge Johann Christoph Friedrich GutsMuths maßgeblich vorantrieb.

Um 1800 kam Ling auf die Idee der Sprossenwand, einer an der Wand befestigten Leiter aus Kiefern- oder Eschenholz. An ihr konnte man sich kletternd, hängend, ziehend oder schwingend austoben und mächtig ins Schwitzen kommen. Selbst Kaiserin Sisi zeigte sich von der Sprossenwand begeistert.



Die Sprossenwand als Inspiration

Lings Erfindung war ein Meilenstein, bis heute findet sie sich in jeder Turnhalle und jedem Fitness-Studio. Und sie regte möglicherweise auch einige Gestalter von Heizkörpern an. Anders lässt sich die optische Ähnlichkeit zwischen der Sprossenwand und einem Handtuchheizkörper nicht erklären. Die Übertragung der Leiterform auf Heizkörper ist nicht weniger genial. Denn in den warmen Streben aufgehängene feuchte Handtücher trocknen viel schneller. Außerdem fühlt sich ein angenehm temperiertes Handtuch nach dem Bad oder der Dusche wie eine warme Umarmung an – unfassbar gut.

„Unfassbar
gut.“





Heizkörper mit hohem Designanspruch

Ein führender Experte für formschöne Handtuchwärmer ist die BEMM GmbH. Seit 1979 fertigt das Familienunternehmen hochwertige Qualitätsheizkörper mit äußerst individuellem Designanspruch. Südlich von Hannover wird die Grundform immer wieder neu interpretiert. Von kunstvoll inszenierend bis puristisch industriell. Dafür arbeitet BEMM regelmäßig mit international renommierten Designerinnen und Designern zusammen. Mit der Step E-Kollektion sicherte sich BEMM sogar einen der begehrten Red Dot Awards. Der von Antonio Citterio und Sergio Brioschi entworfene Elektro-Badheizkörper verbindet minimalistische und organische Formen.


Das asymmetrische Schmuckstück für ihr Bad, BEMM Blues, aus Edelstahl, satiniert oder poliert. Mit passendem BEMM M-Ventil Purline in chrom. Auch dieses Modell ist als Elektroheizkörper lieferbar, mit zusätzlichem Heizstab ausgestattet und mit ihrer Wunschregelung kombiniert.

„Und mächtig ins Schwitzen kommen.“

Augenweiden sind ebenfalls die asymmetrischen Badwärmer, die ganz ohne vertikale Seitenleisten auskommen. Bei ihnen schweben die horizontalen Streben frei in der Luft, auf Wunsch auch stimmungsvoll mit indirekt strahlenden LED-Leuchten. Aber selbst die klassischen Standard-Handtuchheizkörper von BEMM sind ebenso schön anzuschauende wie praktische Design-Objekte, die jedes Bad aufwerten.



Pehr Henrik Ling hätte seine helle Freude an den BEMM-Heizkörpern. Wie an seinen Sprossenwänden wird einem angenehm warm. Und nach dem Sport würde ein warmes Handtuch warten. Nur eines sollten ambitionierte Gymnastik-Fans nicht vergessen: An den eleganten wärmenden Sprossenwänden zu turnen, ist keine gute Idee. Auch wenn sie fest an der Wand hängen.

 **BEMM.DE**

Der asymmetrische Badheizkörper von BEMM mit dem puristischen Design, viel ruhiger Fläche und extra viel Platz für ihre Handtücher. Ein Handtuchhalter im Bad kann getrost entfallen. ChaCha sind über Kopf wendbar, so entscheiden Sie erst beim Einbau, ob Schenkel rechts oder links. In über 40 Farben lieferbar. Auch das BEMM M-Ventil Purline wird in der Farbe des Heizkörpers geliefert.

Impressum

Herausgeber

ISG Sanitär-Handelsgesellschaft mbH & Co. KG
Berthold-Beitz-Boulevard 461 · 45141 Essen
Telefon +49 (0)201 86 22 50
info@isg-aktuell.de · www.isg-aktuell.de

Konzeption, Redaktion, Gestaltung und Text

Team Bose GmbH · Werbeagentur
Landgrafenstraße 5 · 10787 Berlin
Telefon +49 (0)30 50 59 91 50
info@teambose.de · www.teambose.de

© ISG Sanitär-Handelsgesellschaft mbH & Co. KG

Druckfehler, Irrtümer und alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck und Vervielfältigung, auch auszugsweise,
nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Heraus-
gebers ISG Sanitär-Handelsgesellschaft mbH & Co. KG



POP
UP
MY
BATHROOM
BUNT

2020

Bunt fürs Leben.

In den 60er- und 70er-Jahren des letzten Jahrhunderts wurde farblich auch in Badezimmern aus dem Vollen geschöpft. Wie auf aktuellen Fachmessen zu sehen ist, beweisen führende Hersteller jetzt wieder Mut zur Farbe. Kein reiner Retro-Look, denn anders als vor mehr als 50 Jahren wird jetzt mehr Wert auf Ausgewogenheit zwischen Farben, Oberflächen und Arrangements gelegt. Alles andere als Langweilig, so viel steht fest.



AACHEN

Eisenjansen GmbH & Co. KG
Debyestraße 169 · 52078 Aachen

ANDERNACH

Dr. Kurt Korsing GmbH & Co. KG
Koblenzer Straße 58e · 56626 Andernach

BERGISCH GLADBACH

Dr. Kurt Korsing GmbH & Co. KG
An der Bahn 9 · 51427 Bergisch Gladbach

BRAUNSCHWEIG

Wullbrandt + Seele GmbH & Co. KG
Robert-Bosch-Straße 1 · 38112 Braunschweig

DÜSSELDORF

Heinrich Schmidt GmbH & Co. KG
Ringelsweide 28 · 40223 Düsseldorf

EMMERICH

Heinrich Schmidt GmbH & Co. KG
Albert-Einstein-Straße 4 · 46446 Emmerich

GEILENKIRCHEN

Eisenjansen GmbH & Co. KG
Albert-Jansen-Straße 8 · 52511 Geilenkirchen

HALBERSTADT

Wullbrandt + Seele GmbH & Co. KG
Langensteiner Straße 2 · 38820 Halberstadt

HANNOVER

Wullbrandt + Seele GmbH & Co. KG
Badenstedter Straße 52 · 30453 Hannover

JÜLICH

Fritz Pogenwisch GmbH & Co. KG
Königskamp 1 · 52428 Jülich

KREFELD

Heinrich Schmidt GmbH & Co. KG
Untergath 177 · 47805 Krefeld

KÖLN

Dr. Kurt Korsing GmbH & Co. KG
Robert-Perthel-Straße 38 · 50739 Köln

MAGDEBURG

Wullbrandt + Seele GmbH & Co. KG
Ohrestraße 16-18 · 39124 Magdeburg

MÖNCHENGLADBACH

Heinrich Schmidt GmbH & Co. KG
Duvenstraße 290-312 · 41238 Mönchengladbach

PEINE

Wullbrandt + Seele GmbH & Co. KG
Woltorfer Straße 121 · 31224 Peine

SIEGEN

atta Haustechnik Fachgrosshandel
Obere Leimbach 15 · 57074 Siegen

TROISDORF

Dr. Kurt Korsing GmbH & Co. KG
Langbaughstraße 2 · 53842 Troisdorf

VIERSEN

Heinrich Schmidt GmbH & Co. KG
Freiheitsstraße 176 · 41747 Viersen

WESEL

Heinrich Schmidt GmbH & Co. KG
Mercatorstraße 13 · 46485 Wesel

WISSEN

Dr. Kurt Korsing GmbH & Co. KG
Walzwerkstraße 18 · 57537 Wissen