



# Das neue Bad

VON DER NASSZELLE ZUR INTIM-OASE

SO SEHEN DESIGNER UND ARCHITEKTEN DAS NEUE BAD //////////////// Report aus pure 1/2011  
KALDEWEI – LUXUSMARKE DER MODERNEN BADKULTUR //////////////// Porträt aus pure 5/2010



Es gibt Menschen, die lesen überall, auch im Badezimmer. Und richtig gut aufbewahren kann man die Bücher dort jetzt auch: in den minimalistischen weißen Buchregalen, die der deutsche Designer Michael Schmidt für den italienischen Hersteller Falper entworfen hat

3 4 pure



Profis sprechen bereits vom „entschleunigten Badezimmer“. pure zeigt: So sehen Designer und Architekten das neue Bad – jenseits von Mode und sparsam im Umgang mit dem Lebensstoff Wasser

DESIGN / NACHHALTIGKEIT

## Das Ende der Nasszelle

HEUTE SOLL DAS BAD VOR ALLEM RÜCKZUGSORT, INTIM-OASE SEIN. Mit komplett verwandelten Ansprüchen an Design und Architektur. Ein Kräftespiel zwischen Hochtechnologie und Natürlichkeit. pure zeigt die besten Antworten, die mutigsten Visionen

von Claudia Simone Hoff

Die Bodenstand-Version des Waschbeckens „Vol“ von Boffi überrascht mit ihrer klaren Skulpturalität. Ausgedacht hat sich dieses minimalistische Beckenwunder aus weißem Cristalplant, wahlweise mit glänzender oder matter Beschichtung erhältlich, der Designer Victor Carrasco

Bad und Küche werden zu den wichtigsten Räumen in Wohnung oder Haus. Während die Küche vor allem der Kommunikation dient, geht es im Badezimmer ruhiger zu. Soll es auch, schließlich wünschen sich die meisten Nutzer diesen Raum als Rückzugsort von der Hektik des Alltags, wo nervtötende Verkehrsgeräusche, anstrengende Meetings, vollgestopfte U-Bahnen und ständiges Erreichbar-sein-Müssen zusetzen. Entschleunigung heißt das Zauberwort. Kein Wunder also, dass das lange vernachlässigte Badezimmer bereits seit einiger Zeit von Architekten, Designern und Herstellern als Intimzone mit Wellness-Qualitäten und Rekreativ-Möglichkeiten entdeckt wird. Gestalter entwerfen nicht mehr nur einzelne Badobjekte, sie entwickeln vielmehr ganzheitliche Raumkonzepte – weg von sanitären Einrichtungsgegenständen, die einfach an geflieste Nasszellenwände montiert werden. Im Rahmen solcher komplexer Aufgaben sind inzwischen fast alle namhaften zeitgenössischen Architekten und Designer für die Bad- und Sanitärindustrie tätig: Antonio Citterio, Philippe Starck,

v.l.n.r.

Das Schweizer Architekturbüro Herzog & de Meuron konzipierte für einen New Yorker Apartmentkomplex das aufs Wesentliche reduzierte Waschbecken „56 Leonard Street“, gefertigt aus Cristalplant vom italienischen Hersteller Rapsel

„Pool“ taufte der italienische Hersteller Azzurra dieses außergewöhnlich tiefe Waschbecken, zu haben in mattem Weiß- oder hellem Grauton. Ausgedacht hat sich das 80 x 32 Zentimeter große Becken der spanische Designer Martí Guixé, der für seinen experimentellen Gestaltungsansatz bekannt ist

Silestone, ein Material des spanischen Herstellers Cosentino, zeichnet sich durch seine Vielseitigkeit aus: Die Oberfläche – bestehend aus 93 Prozent natürlichem Quarz und Beimischungen von Harz, Farbstoff, Glas- und Spiegelstückchen – kann als Waschbecken, Ablage oder an Wand und Fußboden verbaut werden und ist in unzähligen Farben erhältlich

Die wiederentdeckte Klassik: Ludovica und Roberto Palomba haben sich mit „Morphing“ auf den guten alten Waschtisch rückbesonnen und ihn für den italienischen Hersteller Kos in die Gegenwart übersetzt

Auch Holz ist neuerdings Trend im Badezimmer: Neben Badewannen und Waschbecken werden vor allem Möbel aus Holz gefertigt – hier ein Waschbecken-Unterschrank aus der Serie „Evoluzione“ von Benedini Associati für den italienischen Hersteller Agape

Multifunktionale Möbel sind nun auch im Badezimmer angekommen: Diese in vier Farben erhältliche und aus drei Elementen bestehende Relaxliege von Kaldewei wird einfach auf die passende Badewanne aufgelegt, arretiert und dient dann entweder als Ablage, Sitz oder Liege



5 | 6 pure

Patricia Urquiola, Piero Lissoni, Phoenix Design, Ronan und Erwan Bouroullec, Naoto Fukasawa. Und es sind insbesondere die designaffinen Hersteller im oberen Marktsegment wie Dornbracht, Hansgrohe, Boffi oder Kaldewei, die sich mit dem Thema „Das Bad als Lebensraum“ intensiv beschäftigen.

Dieser Beschäftigung entspringen zuweilen neue Konzepte und Produkte, die Platz lassen für die Realisierung individueller Gestaltungswünsche: frei stehende Badewannen, extravagante Heizkörper, aufwendig verarbeitete Badmöbel, mobile Trennwände oder skulptural anmutende Waschbecken. Bei all diesen Entwürfen geht es jedoch weniger um Statusdemonstration – wie noch in den Achtziger- und Neunzigerjahren – als um ein Badezimmer „jenseits des Alltags“. Um einen Raum zur komfortablen Körperpflege, Entspannung und Erholung, dessen Ausstattung exakt die persönlichen Bedürfnisse trifft. Im Rahmen der Studie „Paradigmenwechsel im Bad als Antwort auf gesellschaftliche Veränderungen“, erstellt vom Kölner Marktforschungsinstitut Rheingold im Auftrag von Kaldewei, fanden die Forscher heraus, dass dem Wunsch nach Technologisierung das scheinbar konträre Verlangen, Natürlichkeit zu erleben, gegenübersteht. Natürlichkeit meint den Einsatz von Materialien wie Holz und Naturstein, verarbeitet in organischen Formen. Und schon überraschen einige Hersteller den Markt mit gänzlich aus Holz gefertigten Badewannen und Waschbecken – die Gestalt asketisch, die Haptik ein Genuss. Beispiele für den Wiedereinzug von Holz ins Badezimmer sind die Schränke der Linie „Evoluzione“, die der italienische Designer Stefano Giovannoni für Il Bagno di Alessi entworfen hat. Oder aber die japanisch inspirierte Badewanne „Ofurò“ aus sibirischem Lärchenholz, die sich Matteo Thun und Antonio Rodriguez für den italienischen Hersteller Rapsel ausdachten.

Wasser schrieb man seit jeher eine entgrenzende, auflösende Wirkung zu und der Stellenwert des Badens hat im Zuge von Wellness und Cocooing sogar noch an Bedeutung gewonnen, wie das Rhein-

gold Institut in einer weiteren Studie („Qualitative Wirkungsanalyse Dusch- und Badewannen“) herausgefunden hat. Der Markt unterstreicht diesen Trend durch unzählige Bade- und Duschwannen-Modelle. Eine besonders extravagante Variante gibt's für Freunde des Überflusses: „starck X“ von Duravit. Ist diese Wanne mehr als randvoll, versickert das übertretende Wasser in einem mitgelieferten Kieselbett – wer sich da nicht in der Nähe eines rauschenden Wasserfalls wohnt, ist selbst schuld. Die ebenfalls frei stehende Badewanne „Duo Ellipso Oval“ von Kaldewei besteht genau wie die Wanne der Serie „Puro“ aus 3,5 Millimeter dickem Stahl-Email. Wahlweise können die Wannenmodelle dieses Herstellers mit sieben unterschiedlichen Whirlsystemen ausgestattet werden – dem Private Spa steht also nichts mehr im Weg.

Neben ihren Badewannen rüsten die Hersteller auch ihre Duschen auf. Vorbei die Zeiten, als man schnell unter die Dusche sprang, sich nur kurz abrauste, um dann gleich wieder aus der engen Kunststoffkabine zu fliehen. Duschwannen wie die „Conoflat“ von Kaldewei punkten mit bodengleichem Einbau, der das Badezimmer offen und geräumig wirken lässt, weil nirgendwo Absätze oder Stufen das Raumkontinuum unterbrechen. Weiterhin gefragt: die sogenannte Regendusche, meist in Kombination mit einer separaten Handbrause. Immer mehr kommt jetzt auch im Bad Elektronik zum Einsatz, gerade beim Duschen: „RainSky E“ ist ein elektronisch gesteuertes Regenmodul, das Sieger Design für Dornbracht entworfen hat. Wasser, Nebel, Licht und Duft strömen auf den Erholungsuchenden ein und transferieren Stimmungen aus der Natur in den Baderaum. Genuss, der weit über den reinen Duschvorgang hinausgeht, bietet auch das Modell „Sensa Mare“ von Hoesch. Es sieht aus wie eine normale Dusche, ist dabei aber multifunktional: Stehend oder sitzend kann man im „Sensa Mare“ ein Dampfbad genießen und sich mittels verschiedener Licht- und Aromatherapien sanft entspannen. Duravit wagte sich sogar noch einen Schritt weiter und holte mit „Inipi“ die Sauna aus dem holzgetäfelten Keller ins puristische Badezimmer.

„Zero-Otto“, ein extravaganter Heizkörper aus Aluminium, gestaltet von Francesco Lucchese für den italienischen Hersteller Antrax, kann nicht nur heizen, sondern gleichzeitig als Handtuchhalter dienen und dank eines integrierten Tanks den Raum beduften







7 | 8 Komplettausstattung aus einer Hand: Essenz der intensiven Beschäftigung der französischen Designerbrüder Ronan und Erwan Bouroullec mit dem Lebensraum Bad ist die 85-teilige Kollektion „Axor Bouroullec“ für den deutschen Hersteller Axor/ Hansgrohe

Den Hochschrank „Onevolution“ hat der italienische Designer Stefano Giovannoni für Il Bagno di Alessi entworfen und damit die vor acht Jahren lancierte Linie „One“ – eine Kooperation zwischen Alessi und dem Schweizer Sanitärhersteller Laufen – um ein ansehnliches neues Produkt erweitert

Offenheit, Weite und Transparenz spielen im modernen Badezimmer eine zentrale Rolle. Wie Waschbecken, Dusche und Badewanne sind die Aufbewahrungsmöbel mit ihren Stauräumen nicht nur funktional, sondern auch ästhetisch von Bedeutung: Der Kleinkram verschwindet aus der Sicht, der Designpurist kann aufatmen, den Blick frei schweifen lassen. Und was haben sich die Designer nicht alles ausgedacht: Neben Wannen mit integrierten Buchregalen („Cartesio“ von Agape, „Biblio“ von Antonio Lupi, „Glass“ und „Swim C“ von Boffi) gehören zum wohnlichen Bad weitere vielfältig zu nutzende Stauraummöbel, die von drehbaren Hochschränken und Waschbeckenunterschrank bis hin zu rollenden Badwagen reichen und meist eine Ergänzung zu den Sanitärprojekten des jeweiligen Herstellers bilden.

Es war Luigi Colani, der Mitte der Siebzigerjahre mit seinen Entwürfen für Villeroy & Boch erstmals auch ins Baddesign eine durchgängige Formensprache einführte – und damit die Idee des Komplettbades. Ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zum umfassend gestalteten Wohlfühlbadezimmer setzte Philipp Starck mit seinem „Salon d'eau“: Holzdielen, verputzte statt gekachelte Wände und große Fenster verliehen diesem Mitte der Neunzigerjahre eine völlig neue Anmutung. Heute wird das Bad mittels raumgreifender Elemente in Schlaf- und Wohnzimmer integriert – sofern es der Platz zulässt. Badmöbel stehen den Einrichtungsgegenständen für Schlafzimmer, Wohnzimmer und Küche in puncto Ästhetik und Verarbeitungsqualität keineswegs mehr nach.

Individuelle Innenraumgestaltung ja, aber bitte umweltschonend: Das Thema Nachhaltigkeit im Badezimmer, wo traditionell viele Ressourcen verbraucht werden, steht heute auf der Agenda von Nutzern und Herstellern nicht ohne Grund ganz oben – lassen wir doch täglich Mengen kostbaren Trinkwassers einfach die Leitung hinunterfließen. 85 Liter verbraucht der Deutsche pro Tag allein fürs Duschen, Baden und für die Toilettenspülung. Neben langle-

bigen Entwürfen sind es vor allem der Einsatz ökologischer Materialien – recyclingfähige Werkstoffe wie Kupfer, Stahl, Holz, Glas oder Keramik – sowie innovative Produktionstechniken, welche die Ressourcen schonen. Bereits jetzt sind zahlreiche Sanitärprodukte und Armaturen auf dem Markt, die weniger Wasser verbrauchen als herkömmliche Modelle und aus nachhaltigem Material bestehen. Ein Beispiel für nachhaltige Produktgestaltung im Badezimmer sind die mit Durchflussbegrenzern ausgestatteten Einhebelmischer, Hand- und Kopfbrausen der Serie „EcoJoy“ von Grohe sowie die Dusch- und Badewannen des deutschen Herstellers Kaldewei. Aus robustem Stahl-Email gefertigt und mit natürlichen, recyclingfähigen Werkstoffen beschichtet zeichnen sich Letztere durch eine lange Produktlebensdauer aus. Kaldewei erhielt als erster deutscher und europäischer Badausstatter die Umweltdeklaration nach ISO 14025 vom Institut für Bauen und Umwelt e.V. (IBU). Ebenfalls beispielhaft sind die Hand- und Kopfbrausen der Serie „Crometta 85 Green“, die Phoenix Design für Hansgrohe entworfen hat: Dank ihrer innovativen „Eco-Smart“-Technologie verbrauchen sie im Vergleich zu normalen Brausen unabhängig vom Wasserdruck bis zu sechzig Prozent weniger kostbares Nass. Auch Dornbracht hat sich vorgenommen, den Wasserverbrauch seiner sämtlichen Armaturenreihen – darunter Klassiker wie „Tara“ von Sieger Design – in den nächsten Jahren um dreißig Prozent zu senken. Dadurch sowie durch umweltverträgliche Fertigung dank gezielter Abwasseraufbereitung und die Verwendung weitestgehend recycelbarer Materialien beweist der Hersteller seine „Blue Responsibility“. So heißt übrigens auch eine Initiative, mit der sich Unternehmen wie Burgbad, Duravit, Bette, Dornbracht und Kaldewei erstmals im Jahr 2009 mit nachhaltigen Konzepten und Produkten auf der Frankfurter Bad- und Sanitärmesse ISH präsentierten. Man darf gespannt sein, welche Botschaften im Jahre 2011 von dort ausgehen.

## „Der komplexeste und teuerste Raum“

Der Designer Tom Schönherr (Phoenix Design) über die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Badezimmer, PERFEKTE FORMEN UND DIE INSZENIERUNG DES DUSCHENS

*pure:* Herr Schönherr, was ist so faszinierend am Bad?

**Schönherr:** Das Bad ist in einem Haus der komplexeste und teuerste Raum, weil dort auf einem meist kleinen Grundriss sehr viele technische und funktionale Dinge zusammenkommen. Darüber hinaus möchten sich die Menschen in ihrem Bad wohlfühlen: Das Bad ist zu einer kleinen „Wohlfühloase“ geworden, in die man sich gern zurückzieht. Für uns Gestalter liegt die Herausforderung darin, eine Balance zwischen funktionalen und emotionalen Ansprüchen zu finden. Und da ein Bad im Schnitt nur alle dreißig Jahre renoviert wird, haben die eingebauten Produkte eine lange Lebensdauer. Das heißt, sie müssen wertebeständig sein und auch nach Jahren noch gefallen. Das stellt eine besondere Anforderung an uns: Wir müssen vorwegnehmen, welche Bedürfnisse die Menschen in fünfzehn oder auch dreißig Jahren haben werden. Diese Komplexität macht den „Lebensraum“ Bad so interessant.

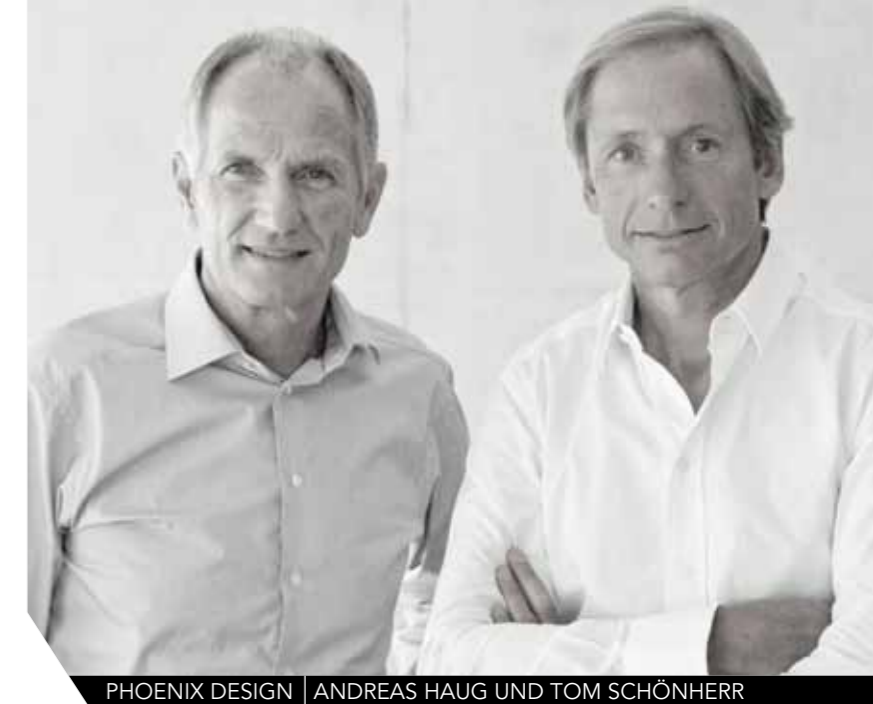
*pure:* Sie arbeiten für namhafte Hersteller der Sanitärbranche wie Laufen, Duravit, Hansgrohe, Axor und Kaldewei. Welche Rolle spielen die deutschen Hersteller weltweit?

**Schönherr:** Die von Ihnen genannten Unternehmen haben gutes Design fest in ihrer Unternehmenskultur verankert und arbeiten mit den besten Gestaltern zusammen. Dies hat international zu einer hohen Wertschätzung von Produkten „designed in Germany“ beigetragen. In Hotels der Spitzenklasse und Luxusapartments werden auf der ganzen Welt deutsche Produkte eingesetzt. Deutsches Design setzt Maßstäbe und spricht das ästhetische Empfinden eines internationalen Publikums an.

*pure:* Wie unterscheidet sich das Design der deutschen Hersteller von dem der italienischen?

**Schönherr:** Es gab Zeiten, in denen man nach Italien reiste, um die neuesten Trends zu erleben und um sich von der eher künstlerisch inspirierten Gestaltung der Italiener Anregungen zu holen. Es ist ja auch nichts Neues, dass deutsche Designer eher strategisch an eine Aufgabe herangehen. Doch wie ich eingangs schon sagte, ist gerade im Bereich des Bades die Balance von Funktion und Emotion wichtig. Deutsches Design erfüllt diesen Anspruch und ist deshalb international gefragt.

*pure:* Nachhaltigkeit ist ebenfalls ein großes Thema, gerade bei der Gestaltung von Produkten für das Badezimmer. Wie können Produkte für das Bad nachhaltig sein?



PHOENIX DESIGN | ANDREAS HAUG UND TOM SCHÖNHERR

**Schönherr:** Im Badezimmer sind Produkte schon von sich aus nachhaltig: Sie werden in der Regel eingebaut und sind auf eine längere Lebensdauer ausgerichtet. Nachhaltige Gestaltung im Bad besteht für uns über das reine Produkt hinaus darin, intelligente Lösungen zu finden, was den effizienten Umgang mit Wasser und Strom betrifft. Oder gemeinsam mit unseren Auftraggebern über neue Wasserkreisläufe nachzudenken, die das Brauchwasser besser nutzen. Produkte müssen ihren Nutzer künftig davon überzeugen, dass er umweltbewusst handelt, aber auch Genuss erfährt, wenn er sie gebraucht.

*pure:* Ihre Duschwanne „Piatto“ für Kaldewei spielt mit der Inszenierung des Badezimmers, indem sie mittig aufgestellt und mit einem üppigen Duschvorhang umschlossen wird. Ist der Trend der Ausweitung des Badezimmers in den Schlaf- und Wohnraum unaufhaltbar?

**Schönherr:** Ich denke nicht, dass dies ein relevanter Trend ist. Wer den Platz hat, kann natürlich entsprechend inszenieren und sucht sich die passenden Produkte aus. Ein Produkt wie „Piatto“, das sich frei im Raum aufstellen lässt, regt sicherlich dazu an. Bei der Konzeption dieses Produkts interessierte es uns, die geometrische Form des Kreises möglichst pur zu belassen. Der Kreis ist eine starke, vollkommene Form. Er vermittelt ein Gefühl vollständiger Harmonie. Bei „Piatto“ wird das unterstützt von dem schwebenden Eindruck, der aus der geringen Randhöhe resultiert. Sie sehen bei diesem Beispiel, dass hinter der fast „magischen“ Wirkung dieses Produkts ganz handfeste gestalterische Maßnahmen stehen.

*pure:* Wohin geht die Reise im Badezimmerdesign?

**Schönherr:** Die Antwort auf diese Frage dreht sich um das Thema Nachhaltigkeit, aber auch ums Atmosphärische. Auf den Punkt gebracht geht es um die Entwicklung von Produkten, die es uns erlauben, achtsam mit unseren Ressourcen zu verfahren und ohne Reue zu genießen. Wir wagen die Prognose, dass der intimste Raum in Zukunft noch viel schöner und komfortabler werden wird, als wir uns das heute vorstellen.

Phoenix Design, 1987 von Tom Schönherr und Andreas Haug gegründet, ist interdisziplinär im Interieur-, Produkt- und Interface-Design tätig. Das Stuttgarter Büro arbeitet für Hersteller wie Kaldewei, Lamy, Xerox, Loewe, Duravit und Hewi und gestaltet vor allem Badezimmerausstattungen: Badewannen, Waschbecken, Duschabtrennungen, Duschköpfe, Armaturen.

Perfekter Stoff: Stahl-Email besteht zu 100 Prozent aus natürlichen Rohstoffen, ist wie für die Ewigkeit gemacht und lässt sich dennoch zu 100 Prozent recyceln

DESIGN / NACHHALTIGKEIT

# Wanne in Form

Aus Stahl und Email werden im westfälischen Ahlen die besten und nachhaltigsten Dusch- und Badewannen der Welt geformt – und mit innovativem Design und neuen Produkten positioniert sich Kaldewei als INTERNATIONALE LUXUSMARKE DER MODERNEN BADKULTUR

*„Conoflat“ – hier in der matten, anthrazitfarbenen Version aus der „Coordinated Colours Collection“, mit emailliertem Ablaufdeckel – ist eine Dusche aus Stahl-Email des deutschen Herstellers Kaldewei. Entworfen vom Mailänder Designbüro Soltsass Associati und bodengleich eingefügt, entspricht sie der Tendenz zum weitläufigen, offenen Badezimmer*

9 | 10 pure





von Klaus-Peter Bredschneider

Der Volkswagen unter den Badewannen heißt Saniform. Er wartet mit den Standardmaßen 170 x 75 x 41 Zentimeter auf, hat einen Korpus aus 3,5 Millimeter dickem Stahl-Email, eine rechteckige Außenform und den Ablauf fußseitig. Er wiegt stattliche 48 Kilogramm, ist überwiegend alpinweiß, aber in weiteren Sanitärfarben erhältlich, gegen Aufpreis sogar mit Perl-Effekt oder rutschhemmender Beschichtung. So wie der Käfer eine ganze Nachkriegsgeneration mobil gemacht hat, bevölkert Saniform das deutsche Bad. Unverwüstlich, ebenso robust wie pflegeleicht und vom Hersteller – das jetzt im Gegensatz zum Käfer – mit einer 30-jährigen Garantie ausgestattet.

Das „Wolfsburg der Badewannen“ heißt Ahlen in Westfalen, eine knappe Autostunde vom nächstgelegenen Flughafen Münster-Osnabrück oder vom Ruhrgebiet entfernt. Ahlen hat knapp 60.000 Einwohner, aber eine beachtliche industrielle Tradition im Hintergrund: Mit der Industrialisierung hatten sich hier zahlreiche metallverarbeitende Betriebe angesiedelt und auf die Herstellung emaillierter Geschirre spezialisiert. Ahlen wurde eine Hochburg der



Schwarz liegt im Trend, auch als Farbe im Badezimmer. Das in diesem extravaganten Ton erhältliche, dank seiner selbsttragenden Verkleidung frei stehende Badewannenmodell „Ellipso Duo Oval“ von Kaldewei verfügt über einen Abperl-Effekt, sodass unschöne Kalkrückstände, Fingerabdrücke und Kratzer keine Chance haben

11 | 12 pure



links: Die hohe Kunst der Verarbeitung: Der „Schwarzbereich“ ist das Zentrum der Wannenproduktion. Auch Stempel wie Matrizen sind Eigenproduktion, die Wanne wird im Tiefziehverfahren nahtlos aus einer Stahlplatte gezogen

Email-Industrie, aus der heraus auch die Franz Kaldewei GmbH & Co. KG entstanden ist. Heute ist Kaldewei der europäische Marktführer bei Bade- und Duschwannen – und Ahlen in Westfalen damit so etwas wie die Hauptstadt der europäischen Bad-Bewegung.

„Haltbarkeit garantiert“ lautet bereits 1924 der Qualitätsanspruch der Kaldewei Blechwarenfabrik, Stanz- und Schweißwerk. 1918 hat Franz Kaldewei das Unternehmen in Ahlen gegründet und zunächst Rohware für die Email-Industrie gefertigt. Zehn Jahre später produziert Kaldewei die ersten frei stehenden Badewannen, die noch aus mehreren Einzelteilen zusammengeschweißt werden. Das ändert sich 1958 grundlegend: Mit Hilfe einer hydraulischen Presse und 1.000 Tonnen Druckleistung gelingt es erstmals, Wannen aus einem einzigen Stück Stahl zu pressen. Die „nahtlosen“ Kaldewei-Wannen aus 3,5 Millimeter Stahl-Email werden schnell zum Synonym für Haltbarkeit. Mit einer 30-jährigen Garantie ausgestattet verdrängen sie innerhalb eines knappen Jahrzehnts die bis dahin marktbeherrschenden Gusswannen praktisch vollständig.

Das nächste ehrgeizige Ziel des Familienunternehmens ist damit bereits Mitte der 1970er Jahre vorgegeben: Kaldewei will europaweit die „Nr. 1“ in der Badewannenproduktion werden. Ein unverzichtbarer Baustein in der internationalen Markenstrategie wird die Zusammenarbeit mit renommierten Design-Ateliers. Internationale Designer entwerfen für Kaldewei neue Formen, bringen Farbe ins Bad und stoßen die Tür zu neuen Märkten auf. 1986 baut

Kaldewei in Ahlen den größten Email-Brennofen der Welt. Anfang des neuen Jahrtausends stellen sich die Ahlener mit der Gründung von Tochtergesellschaften in Südostasien und China global auf, im letzten Jahr wird auf 15.000 Quadratmetern ein Logistik-Zentrum mit innovativer Lager- und Transporttechnik in Betrieb genommen. Heute gilt Kaldewei als der fortschrittlichste Badewannen-Produzent Europas mit den weltweit höchsten Kapazitäten und Qualitätsstandards. Kein anderer Wannenhersteller verfügt über eine ähnliche Fertigungstiefe – so stellt nur Kaldewei sein Email noch selbst her. Allein in Ahlen beschäftigt das Unternehmen rund 650 Mitarbeiter. Und immer noch befindet sich Kaldewei zu 100 Prozent und in nunmehr vierter Generation in Familienbesitz.

Fragt man nach dem Erfolgsgeheimnis, lautet die lapidare Antwort stets: „Stahl-Email, 3,5 Millimeter.“ Hier hat sich Kaldewei im Laufe der Jahrzehnte unvergleichliche Erfahrung sowie einzigartige Produktionsmethoden erarbeitet. Dass ausgerechnet emaillierte Stahlwannen „made in Germany“ den Stoff für einen weltweiten Exportschlager abgeben, erstaunt dennoch – scheint doch bereits ein Gang durch einen x-beliebigen Baumarkt zu belegen, dass die gute alte Metallwanne inzwischen ausgedient hat und heute vor allem Wannen aus Kunststoff gefragt sind. Selbst renommierte Mitbewerber setzen voll auf Acryl – ohne dabei allerdings das Material explizit zu erwähnen oder gar argumentativ in den Vordergrund zu stellen.





Der vermeintliche Widerspruch ist schnell aufgeklärt: Eine Kunststoffwanne ist relativ einfach in Form gegossen und damit produziert. Wird sie anschließend noch mit Verstärkungsplatten versehen, macht sie sogar einen stabilen Eindruck. Ein weiterer vermeintlicher Vorteil dieser Produktionsmethode: Auch anspruchsvolle Formen lassen sich dadurch relativ einfach und kostengünstig realisieren. Acrylwannen haben somit ein formal anspruchsvolles Niedrigpreissegment ermöglicht, das allerdings, so gibt man sich bei Kaldewei betont siegesicher, seinen Zenith schon wieder überschritten hat. Jede zweite Stahl-Email-Wanne aus Ahlen geht in den ebenso kosten- wie qualitätsbewussten Objektbereich, der vor allem Robustheit und lange Haltbarkeit verlangt. Wannen aus Stahl-Email sind hart im Nehmen, leicht zu reinigen und überall dort erste Wahl, wo die Bade- oder Duschwanne intensiv genutzt wird – etwa in Hotels wie dem neuen Luxusresort Peninsula Shanghai, das exklusiv von Kaldewei mit Wannen ausgestattet wurde.

Das „Herz“ der Wannenproduktion, der sogenannte „Schwarzbereich“, wird von rhythmischem Tosen erschüttert. Während die gusseiserne Matrizenform von oben kraftvoll auf die 2,9 Millimeter dicke Stahlplatte donnert und sie beim Aufprall förmlich „aufschreien“ lässt, hält der tonnenschwere Metallstempel der Bewegung von unten seine gewaltigen Widerstandskräfte so entgegen, dass die Stahlplatte zwischen beide Formen gezogen wird und die gewünschte Wannenform annimmt. Tiefziehverfahren nennt man diese Art der Wannenpressung. Damit die Stahlplatten trotz der immensen Kräfte, die während des Pressvorgangs auf sie einwir-

ken, nicht reißen, werden sie zuvor mit speziellen Ölen behandelt. Platte für Platte wird so in rhythmischen Arbeitsschritten zur Wanne geformt.

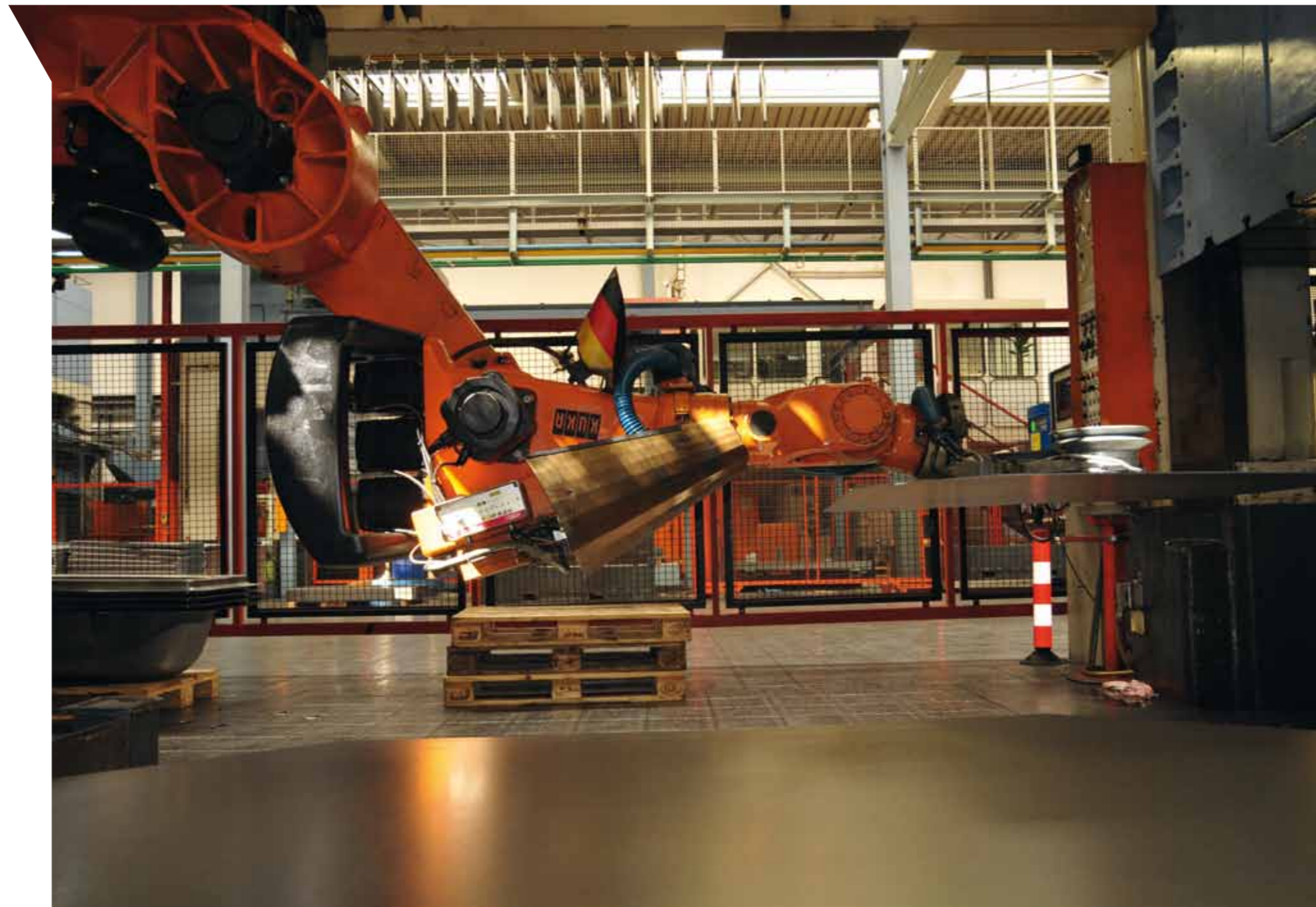
Wenn am Ende der Produktionsstraße eine Saniform mit den skizzierten Standardmaßen steht, hört sich der beschriebene Pressvorgang aufwendig, aber durchaus machbar an. Fast schon wie ein mechanisch-kinetisches Wunder erscheint einem dagegen die achteckige „Rondo“ mit ihren ineinandergreifenden Rundungen und den markant ausgebuchteten Armlehnen. Oder die Eckwanne „Vaio Duo 3“ mit ihrem asymmetrischen Innenraum. Oder der kreisrunde Duschteller „Piatto“, der wie eine Skulptur schwebt und vermutlich die größte Herausforderung an den Formungsprozess darstellt. Zumal die dicke Stahlplatte nicht nur in die Grundform gezwungen, sondern auch über die Ränder gebogen und darüber hinaus gebördelt werden muss.

Je anspruchsvoller das Design, desto aufwendiger der Formenbau. Je komplizierter der Formenbau, desto diffiziler das eigentliche Tiefziehverfahren. 2,9 Millimeter dicke Stahl in komplexe Formen sowie in Tiefen von bis zu einem halben Meter zu ziehen, verlangt nach aufwendigen Verarbeitungsprozessen, höchster Präzision, viel Erfahrung und Gefühl für das Material. Eine in der Stahlverformung weltweit einzigartige Kompetenz reklamiert Kaldewei hier für sich – ein Anspruch, der sich aus der Dicke des Materials sowie den immer anspruchsvolleren Formen ergibt. Nur zum Vergleich:

Die Automobilindustrie arbeitet mit Blechstärken von weit unter einem Millimeter. Bei den Stahl-Email-Wannen von Kaldewei macht der eigentliche Stahlkern „nur“ 2,9 Millimeter aus, die Gesamtstärke ergibt sich mit den drei zusätzlichen Emailsichten – beidseitig jeweils eine Grundierung und anschließend die Oberflächenemaillierung in der gewünschten Farbe.

Email ist ein Schmelzglas aus glasbildendem Mineralgestein, das fein gemahlen und geschmolzen, dann abermals zermahlen wird und erst jetzt unter Zugabe von Quarzmehl sowie den gewünschten Farboxiden den Emailslicker ergibt, der schließlich auf die sorgfältig gereinigten und neutralisierten Stahloberflächen aufgespritzt und bei knapp 900 Grad eingebrannt wird – fertig ist der extrem kratzfeste, farbige „Glasüberzug“. Man kann dieses Email kaufen – oder man produziert es wie Kaldewei nach einer Geheimrezeptur selbst, um so auch wirklich sämtliche Qualitätsparameter unter Kontrolle zu halten. Es wird in Ahlen in den größten Emailieröfen der Welt so fest eingebrannt, dass die Oberfläche über viele Jahre unversehrt bleibt – abrieb-, kratz- und schlagfest, absolut säure- und chemikalienresistent. Die glasharte Oberfläche gibt selbst mikroskopisch kleinen Kratzern und damit Bakterien keine Chance.

Thema- oder besser Paradigmenwechsel: Seit gut zwei Jahren hat endlich auch Deutschland, das sich sonst bei Umwelttechnologien und in Fragen des Klimaschutzes gerne in einer Vorreiterrolle sieht, eine griffige Zertifizierung für umweltgerechtes Bauen. Das vom



**oben:** Innovation aus Tradition: Die erste Badewannen-Pressenstraße aus dem Jahre 1958. Mit 1.000 Tonnen Druckleistung gelang es erstmals, Wannen aus einem Stück Stahl zu pressen

**Geheimnisvoller „Glasüberzug“:** Der Emailslicker entsteht nach einer Geheimrezeptur, wird von Spritzrobotern gleichmäßig aufgetragen und anschließend in den größten Emailieröfen der Welt zu einer glasharten Oberfläche eingebrannt

**rechts:** Die hohe Kunst der Verformung: Im Tiefziehverfahren werden auch komplexe Wannenformen im Sekundentakt nahtlos aus einer 2,9 Millimeter dicken Stahlplatte gepresst





Product designed by Sottsass Associati



15 16 pure



Badkultur eindrucksvoll in Szene gesetzt: Der neue Duschteller Piatto – auch wieder aus einer einzigen Stahlplatte gezogen – als Inszenierung mitten im Raum, während der Pool-Griff sicheren Ein- und Ausstieg gewährt

Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Stadtentwicklung und der „Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen“ entwickelte Gütesiegel „Nachhaltiges Bauen“ betrachtet und bilanziert Gebäude – die immerhin für fast die Hälfte unserer CO2-Emissionen verantwortlich sind – erstmals ganzheitlich über ihren Lebenszyklus. Die Folgen für die Bauwirtschaft sind gravierend: Ökonomisch betrachtet machen die eigentlichen Baukosten nämlich nur knapp 20 Prozent der Gesamtkosten aus – gewaltige vier Fünftel häufen sich dagegen erst in den Folgejahren über den laufenden Betrieb an. Der Fokus richtet sich also immer stärker auf die laufenden Unterhaltskosten – und damit auf Energiespartechnologien, Wärmedämmung oder die Rückbaufähigkeit. Das Gütesiegel „Nachhaltiges Bauen“ wird für Gebäude vergeben, bei denen die verbauten Produkte ihren Beitrag in Form einer ISO-zertifizierten Umweltdeklaration leisten. Bedeutet im Umkehrschluss, dass für zertifizierte Gebäude – und das wird in Zukunft der gültige Maßstab sein – nur ebenso zertifizierte Produkte in Frage kommen.

Zurück zu Kaldewei und der Frage, wie nachhaltig Wannen aus Stahl-Email sind. Die höchst offizielle Antwort: Als erstes europäisches Unternehmen der Sanitär-Branche hat Kaldewei den umfangreichen Zertifizierungsprozess durchlaufen und eine Umweltdeklaration für seine Produkte erhalten. Die regierungsamtliche Seriosität dieser ISO-Zertifizierung steht außer Frage, es gibt sie nicht gegen Geld und gute Worte, sondern erst nach umfassender Analyse aller Parameter. Vor Ort im Werk werden Produktionsprozesse durchleuchtet, der Ressourcen- und Energieverbrauch bei der Herstellung spielt eine Rolle, die Lebensdauer, die Recycling-Frage. Vor allem aber das Material: Eine Stahl-Email-Wanne besteht zu 100 Prozent aus natürlichen Rohstoffen – unter anderem aus Erz, Quarz und Feldspat – und kann am Ende ihres Lebens einfach wieder zu Stahl verschmolzen und damit jederzeit erneut zu einer Wanne geformt werden.

So überzeugend einfach kann „Green Design“ sein, wenn man historisch auf das richtige Material gesetzt und über die Jahre jede Menge Produktionskompetenz aufgebaut hat. Und wenn Materialqualität, Langlebigkeit, ressourcenschonende Herstellung und – last but not least – hochwertiges Design zusammentreffen. „Sie hält 30 Jahre und sie gefällt 30 Jahre“, heißt es bei Kaldewei.

Passend zum bewussten Anspruchsdenken des neuen „grünen“ Lifestyles inszeniert und positioniert sich Kaldewei aktuell als Luxusmarke für das Bad – edel und extravagant. „Moderner Luxus ist elegant und zurückhaltend, nicht pompös und laut“, beschreibt Nicole Roesler, für Marketing sowie das internationale Produktmanagement zuständig, die neue Ausrichtung. Untermauert wird der Anspruch durch markant gestaltete Neuheiten wie die ultraflache Conoflat-Dusche, den imposanten Duschteller „Piatto“ mit seinem extravaganten Duschkorpus oder eine Farbkollektion, die neue Töne gekonnt zwischen zeitloser Eleganz und aktuellen Fliesentrends variiert. Schließlich will Ahlen in Westfalen seinen Ruf als Hauptstadt der europäischen Bad-Bewegung nicht nur rechtfertigen, sondern stilsicher weiter ausbauen. Die Saniform wird es übrigens allen raffinierten Wannenformen und Trendfarben zum Trotz weiter geben. Sie läuft und läuft ... und wenn sie in frühestens 30 Jahren ausgedient haben sollte, kann aus ihr ja doch noch eine richtig aufregend geformte Wanne werden.



Jetzt testen!

Sie erhalten eine Ausgabe von pure für nur € 5 statt € 9,80 und entscheiden dann, ob Sie pure weiter lesen wollen.

GRÜNE THEMEN HABEN HOCHKONJUNKTUR.

Ökologie und Nachhaltigkeit sind nicht länger alternativ besetzt, sondern Ausdruck eines notwendigen Wertewandels.

DIESER WERTEWANDEL HAT DEN KONSUM ERREICHT.

Gerade anspruchsvolle Konsumenten legen zunehmend Wert auf ökologisch korrekte Produkte, die umweltschonend hergestellt und vertrieben werden.

WAHRE WERTE ENTDECKEN!

pure ist kompetenter Guide durch die wichtigsten Produktwelten – von Wohnen bis Reisen, von Arbeiten bis Genießen. pure entdeckt die besten Produkte aus diesen Welten – Vorbilder in Design und Nachhaltigkeit.



pure das Magazin für WIRTSCHAFT / DESIGN / NACHHALTIGKEIT

ABO-KONTAKT

pure Leserservice  
Postfach 10 32 45  
D 20022 Hamburg

Telefon: 030 / 611 05 2808  
Fax: 030 / 611 05 2809  
E-Mail: pure@interabo.de



JA, ICH MÖCHTE PURE MIT DER NÄCHSTEN AUSGABE ZUM PREIS VON NUR € 5 TESTEN.

Wenn ich innerhalb von vier Wochen nach Erhalt des Heftes nichts Gegenteiliges von mir hören lasse, abonniere ich pure für zunächst ein Jahr (6 Ausgaben) zum Vorzugspreis von nur € 55 (Auslandspreis Europa: € 68)

PremiumPark GmbH, Herzogparkstraße 1, 81679 München;  
GF: Klaus-Peter Bredschneider, Amtsgericht München, HRB 178930 – Kennziffer KAL0111

Name ..... Vorname .....

Straße/Nr. .... PLZ ..... Ort .....

Tel.-Nr. für Rückfragen ..... E-Mail für Rückfragen ..... Geburtsdatum ..... Datum/Unterschrift .....

Ich bin damit einverstanden, dass mir die PremiumPark GmbH weitere Medienangebote per Telefon/E-Mail unterbreitet.

Ich zahle den Bezugspreis bequem per Bankeinzug (nur in Deutschland möglich).

Ich zahle per Rechnung.

..... Geldinstitut ..... BLZ ..... Konto-Nr. ....

..... Datum/Unterschrift .....

Das Abo ist jederzeit kündbar – Mitteilung an den AboService genügt.  
Dienstleister: interabo GmbH, Düsternstr. 1, 20355 Hamburg, GF: P. Drawert, Amtsgericht Hamburg, HRB 35763





Das extrem flache Design von Conoflat setzt Maßstäbe.  
Nahtlos fügt sich der emaillierte Ablaufdeckel in die bodengleiche Oberfläche –  
für eine neue, elegante Ästhetik, für grenzenlose Bewegungsfreiheit  
und besten Standkomfort. In kostbarem Kaldewei Stahl-Email 3,5 mm.  
Mit 30 Jahren Garantie.

## BODENGLEICH IN VOLLENDUNG

Conoflat – perfekter Auftritt.