



Prof. Fritz Frenkler lehrt Industrial Design an der Technischen Universität München.

Offenbarungseid aus der Silikontube

Bäder neu denken und gestalten. Zum Projekt „Der Raum – das Bad“

Auf Initiative des Lehrstuhls für Industrial Design von Prof. Fritz Frenkler an der Technischen Universität München (TUM) und Feddersen Architekten hat eine interdisziplinäre Forschungsgruppe nutzerorientierte und preisbewusste Lösungen für den generationengerechten Umbau kleiner Bäder entwickelt. Unter dem Dach der iF Universal Design & Service GmbH innerhalb des iF Industrie Forum Design fanden sich Initiatoren und Partner aus der Industrie in einer neuartigen Kooperation zusammen, um gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Matthias Eler von medAmbiente hat sich darüber mit Prof. Fritz Frenkler unterhalten.

Herr Prof. Frenkler, schaut man sich Ihre Forschungsprojekte an der TU München und die Aufgaben, denen Sie sich bei f/p design, Ihrem Büro für Gestaltung widmen, an, fällt etwas auf, was vielleicht typisch ist für das Fach Design: Die Problemstellungen sind sehr unterschiedlich. Gehen Sie an eine Küche oder eine Möbelserie anders heran als an ein nach Universal-Design-Kriterien entwickeltes Bad?

Fritz Frenkler: Das Thema Universal Design verbindet letztlich alle diese Aufgaben – darauf läuft alles hinaus. Das haben wir nur in den letzten dreißig bis vierzig Jahren vergessen. Ursprünglich gestaltete der Designer für praktisch alle. Verschoben hat sich dies erst durch die Anforderungen des Marketings: Es forderte zielgruppenspezifisches Design. Heute müssen wir das im Sinne des Universal Designs wieder zurückführen. Produkte, aber auch Dienstleistungen sollen für so viele Menschen wie möglich nutzbar sein. Wir müssen beispielsweise wieder für Junge und Alte gleichermaßen gestalten und eben nicht nur etwa für die Frau von 18 bis 28 und deren angebliche Bedürfnisse. Wir Designer müssen die Gedanken des Universal Designs wieder von Anfang an in unseren täglichen Arbeitsprozess integrieren. Zum Design gehört auch die Ergonomie, ein Bereich, den sich in den letzten Jahrzehnten das Ingenieurwesen zugeschlagen hat. Dem Design blieb mehr oder weniger nur das Formalästhetische. Das will ich wieder zurückho-



**Musterbad,
hervorgegangen aus
dem Projekt „Der
Raum – Das Bad“**
Foto: Daniel George,
iF Universal Design, 2015

len, und zwar mit wissenschaftlichen Methoden. Design soll nicht lediglich Anhang und Erfüllungsgehilfe des Marketings sein.

Verliert das Denken in Zielgruppen wirklich so sehr an Bedeutung?

Fritz Frenkler: Viele Beispiele zeigen, dass es unsinnig ist, Produkte für Nischen, spezifische Produkte für individuelle Bedürfnisse von Menschen zu gestalten. Smartphones werden von allen benutzt, nicht nur von jungen Menschen. Die Zielgruppen gibt es im Grunde genommen gar nicht mehr, weil sie in sich so heterogen geworden sind. Deshalb müssen wir künftig universeller werden. Produkte müssen verstanden werden und gut bedienbar sein, dann werden sie auch verkauft und genutzt. Aus dieser Rückbesinnung leite ich übrigens die Aufforderung an meine Studierenden ab, Produkte manchmal auch zu verhindern. Immerhin sind 40 bis 50 Prozent der Produkte nicht erfolgreich. Auch das hängt mit Zielgruppendefinitionen zusammen, mit denen die jeweilige Unternehmensführung sich im Markt positionieren will – und schon ein Führungswechsel kann diese Spezialisierung dann hinfällig machen.

Das Forschungsprojekt für Bestandsumbau „Der Raum – Das Bad“ will einen Beitrag zu einer Aufgabe leisten, die der demografische Wandel mit sich bringt. Geht es hier nicht vor allem um die Zielgruppe der älteren Menschen? Es heißt, mehr als 2,5 Millionen Wohnungen allein in Deutschland müssten an die Bedürfnisse älterer Menschen angepasst werden.

Fritz Frenkler: Die Demografie zeigt uns nicht nur, dass wir im Schnitt älter werden, sondern auch, dass es zu wenige junge Menschen gibt. Wir müssen deshalb für Junge und Alte nach Universal-Design-Kriterien renovieren und gestalten. Ich sehe die Aufgabe nicht darin, nur für Alte zu gestalten, sondern für Jung und Alt gleichermaßen – und zwar so, dass Produkte auch dann weiter nutzbar sind, wenn wir älter werden. Eben dies wurde in der Vergangenheit oft falsch gemacht, indem an den Nutzern vorbeigeplant wurde.

Wie zum Beispiel?

Fritz Frenkler: Man hatte etwa bei der Badgestaltung im Grunde nur die im Auge, die mitten im Leben stehen. Schon an den Kindern ging die Planung vorbei: Kinder kommen nicht richtig ans Waschbecken. Überall wird in die Fliesen gebohrt, um Wäscheleinen aufzuhängen – bei der Badplanung war eine Lösung für dieses weitverbreitete Bedürfnis nicht vorgesehen. Ähnlich sieht es in den Wohnungen insgesamt aus: So gibt es z. B. überall Wände, aber keine Schränke: Man hat vernachlässigt, was man etwa in der Zeit des Bauhauses noch wusste: Ein Schrank kann eben gleichzeitig auch eine Wand sein. In der Nachkriegszeit hat man nicht viel darüber nachgedacht – das zeigt sich exemplarisch im Bad: Der erste Schritt war es, die Toilette auf halber Treppe in die Wohnung zu holen – so entstand das Badezimmer. Aber über die konkrete Nutzung, erst recht nicht durch verschiedene Generationen, hat sich nie jemand Gedanken gemacht. Man dachte wohl, die Leute gingen mit 70 Jahren automatisch ins Altersheim.

Foto: Daniel George, iF Universal Design, 2015





Foto: Daniel George, iF Universal Design, 2015

Wie kam es zu dem interdisziplinären Projekt „Der Raum – Das Bad“? Welche Fachbereiche wirkten daran mit – und wie kann man sich den Verlauf des Projekts vorstellen?

Fritz Frenkler: Dahinter steht eine Idee, die wir gemeinsam mit Thomas Bade von IF Universal Design und dem Büro Feddersen Architekten entwickelt haben. Dabei geht es darum, die verschiedenen Hersteller mit ihren Produkten zusammenzuführen, um zu sehen, ob und wie sie zusammenpassen: Der Architekt steht vor der Aufgabe, Wohnungen zu renovieren, und formuliert die Bedürfnisse, der Designer untersucht und erforscht die Möglichkeiten, diese zu verwirklichen – und die Industrie entwickelt die entsprechenden Produkte, um sie dem Markt zur Verfügung zu stellen. Unsere Partner aus der Industrie haben nicht nur ihre Produkte zur Verfügung gestellt, sondern auch mitdiskutiert und Ansprüche aus ihrer Sicht als Hersteller formuliert. Wir haben versucht, das Vorhandene möglichst optimiert in Form von drei Musterbändern, die wir mit den Architekten durchdiskutiert haben, zusammenzufassen. Das Ergebnis ist ein Kompromiss – beispielsweise machen schon die Farbunterschiede eine freie Kombination unmöglich. Jetzt geht es darum, die Partner zusammenzuführen, um im Verbund Produkte zu entwickeln, die sich miteinander kombinieren lassen – von der Toilette bis zum Waschbecken.

Wo sehen Sie zum Beispiel Entwicklungspotential?

Fritz Frenkler: Uns hat überrascht, wie wenig Lösungsansätze es hier gibt, insbesondere für Menschen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind. Vieles ist untereinander nicht kombinierbar, und die Universal-Design-Kriterien sind bei den Herstellern noch nicht so stark präsent – statt um die Funktion der Produkte geht es viel öfter darum, sich mit ihnen im Markt Aufmerksamkeit zu verschaffen und sich von Wettbewerbern abzusetzen. Beispiele für Entwicklungspotential gibt es reichlich. Nehmen Sie das Thema Kalkränder: Warum baut man Armaturen statt ans Waschbecken nicht frei stehend im Boden verankert? Dann würden keine Kalkränder entstehen, deren Entfernung nicht nur für alte Menschen lästig ist. Die Silikontube ist der Offenbarungseid des Designers. Oft schon nach zwei Jahren muss das Silikon herausgekratzt werden, weil sich Schimmel bildet.

Sie haben auch Pflegekräfte in das Projekt beigezogen?

Fritz Frenkler: Die Pflegekräfte sind ganz entscheidend für die Gestaltung von Bädern – sowohl im seniorengerechten Wohnungsbau als auch in Pflegeheimen. Sie gehören ja zu den wesentlichen Nutzern des Bads. So ist für jedes Baddesign – wie bei vielen anderen Gestaltungsaufgaben auch – beispielsweise

auch die Reinigungskraft von entscheidender Bedeutung in der Nutzung des Bads. Deren Bedürfnisse entscheiden beispielsweise mit über die Auswahl der Materialien.

Noch mal zu den Pflegekräften: Was waren deren Themen?

Fritz Frenkler: Hier geht es zum Beispiel um die Frage, wie man den zu Pflegenden überhaupt in die Dusche bekommt. Wie kann ich ihn duschen, ohne selbst nass zu werden? Zugänglichkeit ist eines der Hauptprobleme der Pflegekräfte – aber auch der Reinigungsprozess. Wie kann man sich am Waschbecken die Haare waschen? Wie flexibel kann ich den Duschkopf dabei benutzen? Bei all dem geht es auch um die Würde aller Beteiligten. So soll etwa die Reinigung im Schambereich für alle so akzeptabel wie möglich sein – etwa durch eine geeignete Sitzgestaltung. Hier gibt es auf dem Markt kaum Produkte. Aus dem Projekt sind viele solcher Beispiele zum Vorschein gekommen, die wir alle dokumentiert haben.

Können Sie uns noch ein paar Beispiele für Optimierungsmöglichkeiten im Bad bzw. im Pflegebad nennen?

Fritz Frenkler: Bäder in Pflegeheimen haben ganz ähnliche Probleme wie die in privaten Wohnungen. Viele Funktionen wurden in der Vergangenheit nicht richtig durchdacht, weil die Planer von den Bädern ausgegangen sind, die sie kennen. Nehmen Sie die Gefahr des Ausrutschens auf der Fußmatte, wenn Sie aus der Dusche kommen. Warum hat man nicht das Thema Duschen als einheitliches Gewerk gesehen, das bereits zur Architektur gehört? Statt hinterher zu korrigieren und Probleme zu bewältigen, sollte so eine Frage gleich von Anfang an zum Gesamtkonzept gehören. Andere Beispiele finden sich in der Duschkabine: Warum bauen wir nicht als solche erkennbare Griffe in ohnehin eingebaute Glaswände ein? Warum die Wände nicht als Stauraum mitverwenden? Vielfach fehlen Lösungen für das Trocknen der Handtücher. Wohin überhaupt mit den Handtüchern? Es ist doch nicht überraschend, dass die Leute nass aus der Dusche kommen. Wohin mit einer nassen Fußmatte? Wir haben eingelassene Matten vor der Haustür – aber nicht vor der Dusche.

Wie können Pflegeheime und deren Leiter, Planer und Gestalter von Ihrer Forschungsarbeit profitieren?

Fritz Frenkler: Pflegeheime können davon profitieren, indem sie sich von klassischen Denkmustern entfernen. Ganz entscheidend ist es für uns zunächst einmal, den Architekten und Designern ins Stammbuch zu schreiben: Ihr könnt das nicht allein machen. Ihr müsst mit den Nutzern eng zusammenarbeiten. Ein rein formalästhetischer Ansatz reicht nicht aus für das Universal Design. Ohne Befragungen und Beobachtung geht es nicht. Gerade wir Designer müssen aufhören zu glauben, wir wüssten alles. Stattdessen brauchen wir Interdisziplinarität. Dazu kommen übrigens noch Fragen, die sich aus dem Zusammenleben unterschiedlicher Kulturen ergeben. Vielleicht braucht gar nicht jeder sein eigenes Bad. Wie wäre es mit Gemeinschaftsbädern wie in Japan? Schließlich ist das Teilen von Dingen ein weltweiter Trend: Über Airbnb werden private Wohnungen untervermietet, es gibt Uber-Taxis und Carsharing – vieles davon wäre früher kaum denkbar gewesen.

Wie geht es jetzt mit dem Bad-Projekt weiter?

Fritz Frenkler: Wir bleiben weiter im Gespräch mit den Herstellern. Wir verstehen jetzt besser als bisher, was wir brauchen – so können wir auf die Industrie zugehen und die Entwicklung neuer gut gestalteter Produkte in den nächsten Jahren mit anstoßen.

Kontakt: Prof. Fritz Frenkler
f/p design gmbh, München
Tel.: 089/9090 159 0
info@fp-design-gmbh.com
www.fp-design-gmbh.com