

HAUS & TECHNIK

ALLES FÜR BAD & HEIZUNG | AUSGABE 2019

**DIE
NEUESTEN**
Waschtische,
Wannen, Duschen,
Armaturen,
Badmöbel
& Co.

Großer Bad-Guide

Wie sieht mein
Traumbad aus?

Die neuen
Heizsysteme
Welche Technik passt
zu Ihrem Haus?

Tipps & Tricks

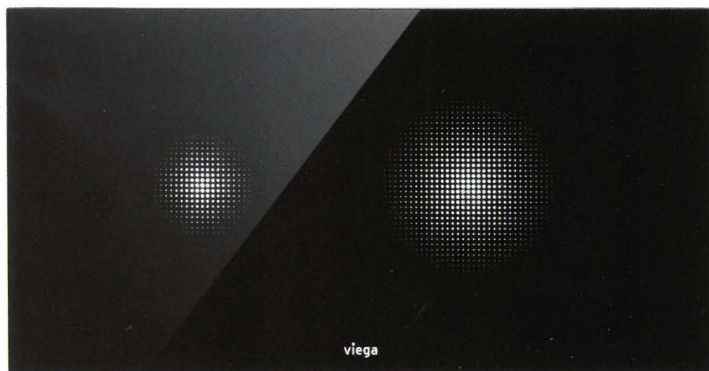
Großes oder kleines Bad,
barrierefrei oder Wellnessstempel -
so klappen Planung & Gestaltung.

WIEDEMANN
GRUPPE



Besuchen Sie uns in den Badausstellungen (siehe Rückseite) oder unter www.bad-comfort.de

SCHNITTSTELLE ZWISCHEN ARCHITEKTUR & FUNKTION



Visign for Style sensitive: Berührungslos zu bedienen, vollzieht sie den Brückenschlag zwischen bisher bestehendem Minimalismus und jetzt beginnender „weicherer“ Zeit.



Achim Pohl,
Mitgründer der
Agentur Artefakt.

? HERR POHL, WARUM HABEN GERADE BETÄTIGUNGSPLETTEN DIESE GANZ SPEZIELLE, DESIGNSTARKE BEDEUTUNG IM BAD?

Auf der einen Seite sind Betätigungsplatten, wie Waschtischarmaturen, zunächst einmal ein rein funktionales Ausstattungselement. Das heißt, sie müssen idealerweise selbst im abgedunkelten Raum bis hin zur Zwei-Mengen-Spülung intuitiv bedienbar sein. Auf der anderen Seite wirken Betätigungsplatten in jedem Bad aber zugleich stilprägend; allein schon aufgrund ihrer flächigen Größe. Im ungünstigen Fall dominieren sie dadurch das Interieur, im günstigsten und von uns gewollten unterstützen sie es, ohne sich selbst in den Vordergrund zu spielen.

Bei der Ausstattung eines Bades stehen sie nur selten im Fokus – und spielen ästhetisch wie funktional doch eine entscheidende Rolle: Die Betätigungsplatten für WC und Urinal sind in jedem Bad die maßgebliche, die im wahrsten Sinne des Wortes (an)fassbare Schnittstelle zwischen Architektur und Funktion. Das sagt zumindest Achim Pohl. Er zeichnet sich für die Gestaltung von rund ein Dutzend Viega Betätigungsplatten verantwortlich, von denen viele schon hoch angesehene Designpreise gewonnen haben.

? WIE KANN SICH DENN DANN EIN GROßSERIENHERSTELLER, DER WIE VIEGA MIT WC-VORWANDELELEMENTEN UND BETÄTIGUNGSPLETTEN SOWOHL DIE EXKLUSIV AUSGESTATTETEN BÄDER WIE DEN VOLUMENMARKT BEDIENT, DARAUF EINSTELLEN?

Sehr schön wird das an den aktuellen Serien Visign for More 105 und Visign for Style sensitive deutlich.

Die Betätigungsplatten Visign for More 105 stehen dabei für das neue Softedge-Design. Es löst den bislang dominierenden, minimalistischen Trend ab. Die Formen werden also wieder weicher, wieder emotionaler. Das ist das eine. Das andere ist die Materialität dieser Betätigungsplatten – Glas und Aluminium –, die über ihre Wertigkeit die inhaltliche Bedeutung der Platten als Trendsetter an der Schnittstelle zur Badarchitektur auch haptisch unterstreicht.

Die neue Visign for Style sensitive hingegen ist mit ihrem ausgewogenen Preis-/Leistungsverhältnis für einen ganz anderen Markt aufgestellt – und damit formal so etwas wie der Brückenschlag zwischen dem bisher bestimmenden Minimalismus und dem jetzt wachsenden Trend zur Emotionalität: Die klare Kontur der Betätigungsplatte aus hygienischem hochglänzendem Kunststoff ist mit einem nachleuchtenden Punktraster kombiniert, das eindeutig die Funktion definiert und so selbst im Dunkeln intuitiv die kleine und die große Spülmenge erfassbar werden lässt.

Zugleich bedient die berührungslose Auslösung den ausgeprägten Wunsch vieler Menschen nach Hygiene gerade bei einem WC mit einer größeren Zahl unterschiedlicher Nutzer – und verleiht diesem Hygieneanspruch über das Design auch optisch einen signifikanten Ausdruck.



Die Betätigungsplatte ist die Schnittstelle zwischen persönlicher Lebenswelt und Architektur, zwischen Gefühl, Ästhetik und Funktionalität – und muss gleichzeitig intuitiv zu bedienen sein.

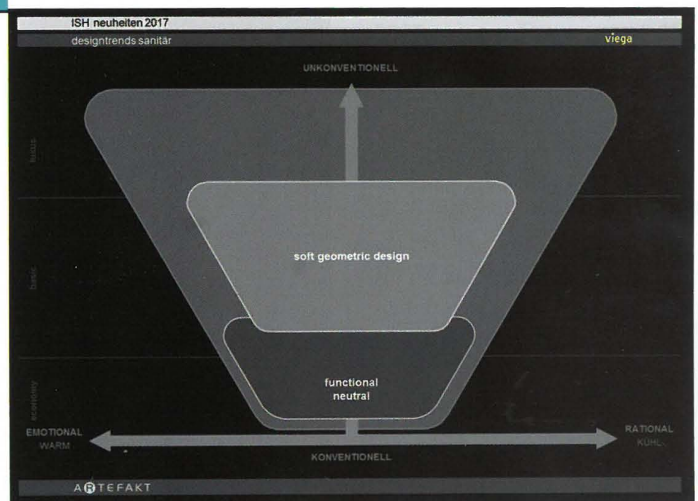
Das ist Qualität –
die man anfassen kann, die man sinnlich erlebt und die das Gefühl von Nachhaltigkeit verleiht.

→ Die Viega Linie Vision for More 105 greift den aktuellen soft-geometrischen Design-trend auf.



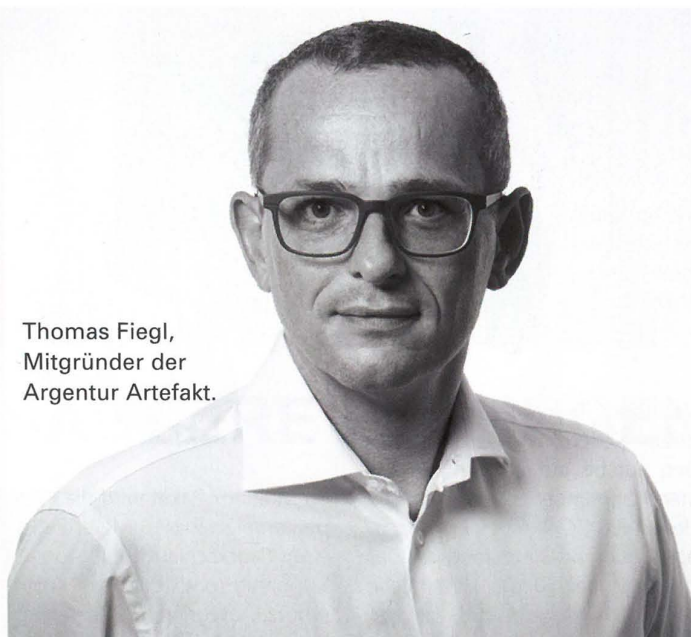
? DIE GESELLSCHAFT VERÄNDERT SICH SCHNELLER DENN JE, TRENDS WERDEN IMMER KURZLEBIGER. WIE LANGE WIRD SICH DA EINE SOLCHE GRUNDÜBERZEUGUNG VON DESIGNER UND HERSTELLER NOCH DURCHHALTEN LASSEN?

Es ist zwar richtig, dass Trends immer kurzlebiger werden und sich immer kleinere Nutzergruppen in ihren ästhetischen Präferenzen wiederfinden möchten. Gleichzeitig sind wir mit den Betätigungsplatten aber in einem wettebewussten Markt unterwegs, in dem für die Kunden die Langlebigkeit der Produkte eine entscheidende Rolle spielt. Vor allem, weil die Betätigungsplatte als solche ja „nur“ der gestaltete Übergang zu der Spültechnik hinter der Wand ist. Also zu der originären Aufgabe, dass nach dem kleinen oder großen Geschäft die Keramik zuverlässig sauber gespült wird – und dieses Grundbedürfnis steht letztlich über allem anderen. Für Viega als Hersteller mit der Leistungsanforderung, Betätigungsplatte, Spülmechanik und Spülleistung möglichst perfekt zusammenzubringen; und für uns als Designer, den dafür notwendigen Fingertipp so selbstverständlich und unthematisch zu machen wie irgend möglich.



↑ Entscheidungsfindung auf dem Weg zu einem Gestaltungstrend, der über Jahre trägt: Über Einordnungen wie diese entwickelt das Designbüro ARTEFAKT ein Gefühl für die Formensprache der kommenden Jahre.

DESIGN-HEIZKÖRPER IM WANDEL DER ZEIT:



Thomas Fiegl,
Mitgründer der
Agentur Artefakt.

? SIE HABEN DEN NEUEN BAD- UND DESIGN-HEIZKÖRPER VON KERMI, TABEO ENTWORFEN UND DESIGNT. WAS VERBINDEN SIE SPEZIELL MIT DIESEM PRODUKT?

Durch einen einzigen Kniff – eine entscheidende Idee – ist das Design des Tabeo von Kermi eigenständig und funktional zugleich. Es ist ein Heizkörper entstanden, der zwar schlicht ist, sich aber gleichzeitig abhebt von anderen Heizkörpern. Es macht mich stolz, dass sich nach wochenlanger Ideensammlung die entscheidende Idee herauskristallisierte, klarer ausformte und dem Produkt Eigenständigkeit verlieh. Beim Tabeo stammte die visuelle Inspiration aus der Architektur. In ihr habe ich die Anregung für die organischen und die weichen Umformungen gefunden.

? WENN ES UM EINRICHTUNGSSTILE GEHT, WAS IST HIER FÜR SIE EIN DESIGN-NO-GO UND WELCHE TRICKS MACHEN DAS ZUHAUSE ZEITLOS + MODERN?

Wer in den eigenen vier Wänden vor allem in gestalterischer Hinsicht entrümpelt, schafft Platz, damit einzelne Deko-Elemente atmen können.

Denn weniger ist mehr! Auch mehr Wohnqualität! Zu viele Details belasten die Stimmung. Ein wirkliches No-Go gibt es hingegen meiner Ansicht nach nicht. Einrichtungsgegenstände haben immer auch eine persönliche Geschichte und Bedeutung. Diese allein rechtfertigt einen prominenten Platz in der Wohnung. So kann auch der kitschigste Wandteller zum stimmigen, zentralen Designelement werden, auch wenn er nicht jedem Besucher gefällt. Entscheidend ist, dass der Wohnraum nicht wie aus dem Wohnmagazin entnommen erscheint. Es ist immer wichtig, dass sich die Persönlichkeit der Bewohner in der Einrichtung ihres Eigenheims wiederfindet. Ich persönlich mag zum Beispiel keine Bilder. Bei mir kommen stattdessen alte Fahrräder an die Wand.

Ein Heizkörper hat seinen einzigen Zweck darin, das Eigenheim zu wärmen. Bei dieser Aussage stellen sich Diplomdesigner Thomas Fiegl alle Haare zu Berge. Heizkörper, vor allem Design-Heizkörper, sind für ihn weit mehr als einfache Wärmequellen. Denn mit Liebe zum Detail entwickeln Herr Fiegl und sein Team gemeinsam mit Kermi Design-Heizkörper, die Wohnräume wahr werden lassen. Hier gibt er uns einen Einblick in seine faszinierende Welt voller vielfältiger Farben, filigraner Formen und Ideen.

? WAS IST IHRE MEINUNG: IN WELCHE RICHTUNG WIRD DER TREND BEI BAD- UND DESIGN-HEIZKÖRPERN GEHEN UND WAS INSPIRIERT SIE PERSÖNLICH BEI DER IDEENFINDUNG?

Allgemein geht der Trend ganz klar zu Elektro-Heizkörpern. Aus gestalterischer Sicht erwarte ich da ganz neue Möglichkeiten, da nicht mehr so viel Rücksicht auf die Wasserführung genommen werden muss. So könnte das gewohnte Längen-Höhenverhältnis aufgebrochen werden – schmale und hohe Formate lassen sich umsetzen. Außerdem sehe ich für die Elektro-Heizkörper neue Räume im Raum. Da sie vor allem mit Strahlungswärme und nicht über Konvektion arbeiten, wird es denkbar, sie komplett bündig in die Wand zu integrieren. Auch das eröffnet Spielräume für das Design. Um diese zu füllen, baue ich persönlich auf visuelle Inspirationen aus meiner Umwelt. Vor allem in der Architektur finde ich immer wieder Anregungen. Egal, wo ich bin, ich sehe alles durch die Augen eines Designers. Das ist natürlich hilfreich, um optisch einen gewissen Zeitgeist auszumachen. Aber es hat auch eine Schattenseite: Was glaubt ihr, wie lange ich für den Kauf eines Bügeleisens brauche. Denn ich vergleiche Funktionen und zusätzlich natürlich auch das Design. Da kann es schon eine Weile dauern, bis ich das Passende gefunden habe – auch wenn ein Gegenstand wie das Bügeleisen letztlich die meiste Zeit im Schrank verbringt.

→ Der Design-Heizkörper Tabeo verbindet organische mit puristischen Formen und bietet durch die integrierten Handtuchbügel idealen Komfort. So macht er beispielsweise auch im Küchenbereich eine gute Figur.



*Mein großes Motto – nicht nur im Produktdesign, sondern auch bei der Wohnungseinrichtung – ist **Einfachheit**.*

? WOHER KOMMT DENN EIGENTLICH IHRE LIEBE ZU DESIGN & EINRICHTUNG, HERR FIEGL, UND WANN HABEN SIE DIESE ENTDECKT?

Mit 14 stand für mich fest: Ich will Designer werden. Darüber haben meine Lehrer damals gelacht, weil ich nicht wie die meisten anderen von Berufen wie Polizist oder Feuerwehrmann träumte. Aber meine Leidenschaft ist tief verwurzelt: Ich stamme aus einer Architektenfamilie, sodass ich schon immer viele Berührungspunkte mit den Themen Einrichtung und Gestaltung hatte. Und so war es für mich klar, dass ich Design auch studieren möchte. Bereits während meines Studiums zum Diplom Designer in Darmstadt, gewann ich mit Kommilitonen einen Preis für das Design einer Badewanne. Das war der Wahnsinn! Danach war für mich die weitere Richtung vorgezeichnet. Ich gründete gemeinsam mit Achim Pohl die Agentur Artefakt. Von vornherein spezialisierten wir uns auf den Bereich Gebäude beziehungsweise Bad und Sanitär. Heute besteht unsere Agentur Artefakt aus einem 14-köpfigen Team und wir können stolz sagen, dass wir uns freuen, Kunden wie Kermi zu haben.

↓ Thomas Fiegl gründete gemeinsam mit Achim Pohl die Agentur Artefakt. Von vornherein spezialisierten sie sich auf den Bereich Gebäude beziehungsweise Bad und Sanitär. Heute besteht die Agentur Artefakt aus einem 14-köpfigen Team.

