### PRESSEINFORMATION

### POP UP MY BATHROOM ISH 2015 (10. -14.03.2015)

### Pop up my Bathroom

Datum: 20.10.2014

**Freibad mit vier Wänden**

* Die Kommunikationskampagne Pop up my Bathroom geht in die vierte Runde
* Unter dem Motto „Freibad“ stellen die Pop up my Bathroom-Trends zur ISH 2015 neue Bäder vor, die allen Lebensphasen gerecht werden
* Die Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) e.V. und die Messe Frankfurt promoten das Thema Barrierefreiheit im Bad als individualisierbares Konzept für jedermann

**Es ist eine gute Nachricht für die Branche: Das Bad als ganz persönliche Komfortzone rückt immer stärker in das Bewusstsein von Verbrauchern und Einrichtern. Dafür sind nicht nur modische Trendentwicklungen, sondern auch die Wellness- und Fitnesskultur sowie der Wunsch nach einem barrierefreien, die Selbstständigkeit sichernden Wohnumfeld verantwortlich. Denn das Bad bringt uns nicht nur gut durch den Tag, sondern durchs ganze Leben. Eine komplexe Funktion, die auch die Gestaltung des Bads zu einer anspruchsvollen Aufgabe macht. Die Idee von Freiheit im Bad –, ergonomisch, multifunktional und ästhetisch – ist mehr als reine Barrierefreiheit. Diesem Gedanken widmet die Experimentierplattform Pop up my Bathroom ihre neuen, zur Messe ISH 2015 entwickelten Konzeptbäder, die den Menschen durch alle Lebensphasen begleiten.**

**Pop up my Bathroom – ein Experiment, das sich immer wieder neu erfindet**

Warum eigentlich ist eine Kampagne über Traumbilder vom Badezimmer so erfolgreich? Wie sinnvoll ist es, fantastische Bilder darüber zu erfinden, was im Bad alles machbar ist oder sein könnte? Wären Praxis-Tipps nicht eher geeignet, um Anreize zu bieten? Schließlich gibt es in der Werbung doch schon so viele schöne Bäder! Und sind nicht auch die Vorteile moderner Dusch-WCs einem TV-Publikum schon ausreichend bekannt?

Pop up my Bathroom will andere Wege gehen. Die Kommunikationskampagne der Vereinigung Deutsche Sanitär-wirtschaft (VDS) e.V. entwickelt Bilder, die Lust machen, das Bad als neuen Lebensraum zu entdecken und sich seine Wünsche bewusst zu machen. Sie richtet sich aber nicht nur an Endverbraucher, die durch Magazine und Blogs blättern, sondern auch an Architekten, Kreative, Badplaner und Projektentwickler sowie an den Installateur als den Vermittler zwischen Industrie und Kunden. Die Initiatoren haben erkannt, dass es den Herstellern nicht mehr nur darum gehen kann, Grundbedürfnisse zu befriedigen und darüber hinaus Begehr-lichkeiten nach schönen Bädern zu wecken. Vielmehr wollen sie Lösungsangebote für die Fragen von morgen entwickeln.

Denn die Bedürfnisse der Gesellschaft und damit die Anforderungen an das Badezimmer sind einem nachhaltigen Wandel unterworfen. Die Wohnkultur reagiert auf wachsende Schnelllebigkeit, auf die Entgrenzung von privatem, beruflichem und öffentlichem Leben, auf Globalisierungstendenzen und sich wandelnde familiäre Strukturen.

Pop up my Bathroom ist nicht nur ein Kommunikations-Tool, sondern auch eine experimentelle Plattform. Hier soll untersucht und gezeigt werden, welche Möglichkeiten das Bad als ästhetischer und funktionaler Raum für die Menschen noch bereithält. Zum einen können sich Fachleute hier über neue Entwicklungen informieren, zum anderen sollen die hier entwickelten Entwürfe in Bilder umgewandelt werden, die weltweit verstanden werden. Als Kommunikationsplattform hierzu ist die Internetsite www.pop-up-my-bathroom.de zu einem stetig aktualisierten Blog ausgebaut worden. Hier können sich Profis und interessierte Endverbraucher bis zur nächsten ISH neben den Pop up my Bathroom-Trends auch über neue Entwicklungen in diversen Sanitärbereichen informieren.

Die zur letzten weltweiten Leitmesse der Sanitärbranche, der ISH 2013 in Frankfurt, vorgestellten Bilder zu den Pop up my Bathroom-Trends „Busy Bathroom“, „Bathroom (R)Evolution“ und „Bathroom Bubble“ haben dieses Ziel erreicht. Die hierzu eigens inszenierten und fotografierten Bilder haben eine enorme Resonanz gefunden und wurden weltweit vielfach abgedruckt. Die Reichweite wurde dabei signifikant ausgedehnt. Damit wurde auch das Image der deutschen Sanitärwirtschaft als innovativer Impulsgeber gestärkt.

**„Freibad“ – der etwas andere Zugang zum barrierefreien Bad**

Die größte Herausforderung an das Baddesign stellt sicherlich der demografische Wandel dar. Immer mehr Menschen sind auf ein ergonomisches und komfortables Bad angewiesen, um möglichst lange selbstständig bleiben zu können. Pop up my Bathroom 2015 wird sich daher auch mit dem Thema barrierefreie Badgestaltung beschäftigen und es dabei wie gewohnt ungewöhnlich frei interpretieren. Dabei wird der bewährte interdisziplinäre Ansatz mit Referenzen aus sämtlichen Produktkategorien fortgeführt. Ausgangspunkt wird wieder das Konzept „My personal Needs“ sein, mit dem schon zur ISH 2013 die Bedürfnisanalyse als wichtigstes Instrument eingeführt wurde. „Bei Pop up werden Badthemen ganz neu angepackt. Und Barrierefreiheit ist nun einmal ein zentrales Thema – sowohl für die Sanitärwirtschaft als auch für die Endverbraucher. Und deshalb müssen wir es nicht nur von der produkttechnischen Seite her angehen, sondern auch von der experimentellen, und es damit von dem Mief der Normen befreien“, findet Jens J. Wischmann, Geschäftsführer der VDS.

Als Motto für Pop up my Bathroom 2015 haben die Initiatoren ganz bewusst den deutschsprachigen Titel „Freibad“ gewählt. In dem für den Sprachgebrauch fremden, innenarchitektonischen Kontext wirkt das der Outdoor-Kultur entliehene Motto wie ein Eigenname. „Frei“ steht dabei synonym mit „Freiheit“, Selbstständigkeit und Lebensfreude. „Freibad“ soll dem Konzept des barrierefreien Bades zu größerer Akzeptanz verhelfen.

Die Kölner Content-Agentur FAR\_consulting, die das Pop up-Projekt im Auftrag der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) e.V. und der Messe Frankfurt Exhibition GmbH seit 2009 eigenständig betreut, wird unter den Aspekten Barrierefreiheit, technische Neuerungen und Designtrends vier Bäder aus unterschiedlichen Lebensphasen entwickeln. Die hierfür fotografierten Bilder werden Bäder in unterschiedlichen Umgebungen vom Badesee bis zum Kletterwald inszenieren. Der rote Faden hierbei ist die Veränderung an sich – Veränderung der Lebensumstände, der Nutzerprofile und der Ausstattung des Bades. Pop up my Bathroom soll zeigen, wie wandelbar das Bad sein kann, wenn es nach Gesichtspunkten des Universal Designs gestaltet wird. Es geht also weniger um behinderten-gerechte Ausstattung als um ein „Easy Bathroom“, das den Nutzer ein Leben lang begleitet und dabei zeitlos schön ist.

Weitere Informationen:

**www.pop-up-my-bathroom.de**

**Abdruck frei – Beleg erbeten**

**Herausgeber:**

Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e. V. (VDS)

Rheinweg 24

53113 Bonn

T +49 (0) 2 28.92 39 99 30

F +49 (0) 2 28.92 39 99 33

[info@sanitaerwirtschaft.de](mailto:info@sanitaerwirtschaft.de)

www.pop-up-my-bathroom.de

**Redaktion:**

FAR\_consulting

Die Agentur für Content-Entwicklung und -Umsetzung

Frank A. Reinhardt

Dillenburger Str. 83

51105 Köln

T +49 (0) 221.620 18 02

F +49 (0) 221.962 45 39

content@far-consulting.de

**Impressum:**

Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt und ausschließlich für die Pressearbeit nutzbar. Journalisten können alle Artikel und Fotos kostenfrei gegen entsprechende Zusendung von zwei Belegexemplaren verwenden. Die Nennung der Autoren ist nicht zwingend notwendig. Die Bildrechte liegen gemäß Kennzeichnung bei den Autoren und der VDS. Wir danken für die freundliche Bereitstellung der Bilder durch die Fotografen, Designer und die Hersteller und bitten um entsprechende Nennung. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Bonn.