

Zeitschrift: Wohnen
Band: 52 (1977)
Heft: 11

Artikel: Das wohnliche Badezimmer
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-104727>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Das wohnliche Badezimmer

Das Badezimmer hat in den letzten Jahren eine eigentliche Renaissance erlebt. Während fast 50 Jahren galt die Devise: «Das hygienische Badezimmer ist weiss, steril und nüchtern». Inzwischen haben wir die vielfältigen Bade- und Duschvergnügen neu entdeckt.

Aber auch Designer, Möbelhersteller und die gesamte einschlägige Industrie haben sich einen neuen Markt erschlossen und bieten Wohnungsproduzenten, Architekten und vor allem auch dem Mieter eine Fülle von Möglichkeiten, das ehemals nüchterne Badezimmer in einen angenehmen, wohnlichen Raum zu verwandeln, ungefähr nach dem Motto: Mehr Hygiene durch Ordnung, mehr Vergnügen durch Zweckmässigkeit und mehr Badefreuden durch Wohnlichkeit.

Ein räumlich grosses Badezimmer bietet naturgemäss grössere Möglichkeiten, dem neuen Trend nachzuleben. Wohnlichkeit im Bad hat jedoch keineswegs nur mit der Grösse zu tun. Das zeigen zum Beispiel die neuen Badmöbel, die sich geschickt jedem Grundriss anpassen. Die Programme, bei denen die bei der Kucheneinrichtung gewonnenen Erfahrungen angewendet wurden, sind so ausgetüfelt, dass jedes Stück der Wand genutzt, dass jedes Rohr umbaut werden kann. An die Stelle der Einzelmöbel treten An- und Einbauprogramme, die sich individuell zusammensetzen lassen. Ihr Innenleben ist reichhaltig, auf Hygiene und Kosmetik abgestimmt, ihr Äusseres wirkt wohnlich.



Gerade auf dem Gebiet Badezimmer bleibt auch in der schweizerischen Wohnungswirtschaft noch recht viel zu tun.

Dies wurde kürzlich an einer Fachtagung des SIA (Schweiz. Ingenieur- und Architektenverein) in Bern bekannt: Von den 2,4 Mio Wohnungen verfügen 330000 über kein eigenes Bad oder keine Dusche, 140000 haben kein eigenes WC. In 215000 Wohnungen gibt es keine Boi-

ler oder ähnliche Warmwasserversorgung.

Zum Badekomfort gehören jene Dinge, die uns das Leben in diesem wichtigen Raum erleichtern und die normalerweise für jedermann erschwinglich sind.

Persönliche Hygiene soll ja nicht eine lästige Pflicht in unfreundlicher oder unpraktischer Umgebung sein, sondern eine angenehme, lustvolle Angelegenheit in wohnlichem Rahmen! B.

Dr. W. Schweisheimer, New York

Das Bad – hygienischer Alltagsgebrauch und Mittel psychologischer Entspannung und Anregung

Baden in der Badewanne, in der eigenen Badewanne, galt lange Zeit als der Gipfel von Luxus. Könige hatten das Vorrecht, eine Badewanne in ihrem Schloss zu besitzen, – und elegante, mondäne Frauen benützten das Badezimmer im eigenen Haus zum Empfang ihrer Freunde.

Inzwischen ist die Badewanne längst demokratisiert worden. Sie steht zwar noch nicht jeder Familie, auch nicht in kultivierten Ländern, zur Verfügung, aber ihr Gebrauch gilt bei etwas gehobenerem Lebensstandard als hygienische Selbstverständlichkeit, als kosmetische Alltäglichkeit und als wertvolles Hilfs-

mittel körperlicher Stärkung und seelischer Entspannung.

Auf dem amerikanischen Hygiene-Kosmetik-Markt sind Badewannen aufgetaucht, die von sich reden machen. Der Katalog des grossen Texas-Warenhauses Heiman-Marcus, der für Reichtum und Opulenz bestimmt ist, hat eine