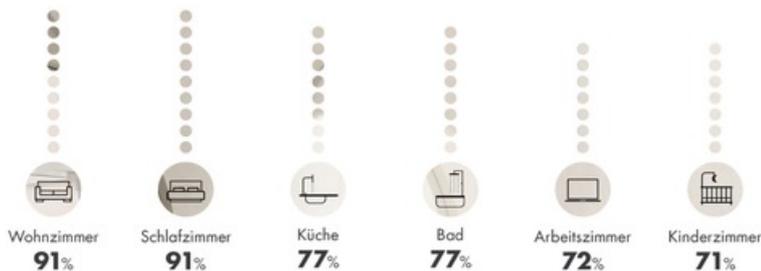


12.06.2018 – 11:08 Uhr

## Das Bad hat Potenzial zur privaten Wohlfühloase / Auch in funktionalen Räumen halten sich die Deutschen gerne auf

### Die Deutschen fühlen sich zu Hause wohl

Funktionale Räume werden zu Wohlfühloasen  
„Hier fühle ich mich sehr wohl / wohl...“



**Individuelle Gestaltung steigert Wohlbefinden**  
16% der Deutschen sind gegenüber Bad und Küche indifferent. Eine persönliche Note kann das ändern.

**Tipps für das Bad**

- Helle Einrichtung wählen
- Nach Jahreszeiten dekorieren
- Platz für Pflanzen schaffen
- Designobjekte integrieren

**Tipps für die Küche**

- Bilder aufhängen
- Kräutertöpfe pflegen
- Farbakzente setzen
- Stil beibehalten

Heimisches Wohlbefinden steigt mit dem Alter  
Ältere Personen fühlen sich in Küche und Bad besonders wohl.



Hansgrohe befragte gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut INNOFACT AG in einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragung 1.048 Personen. Alle Rechte vorbehalten: Hansgrohe Group © 2018

Schiltach (ots) -

- Querverweis: Die Pressemitteilung liegt in der digitalen Pressemappe zum Download vor und ist unter <http://www.presseportal.de/pm/60793/3968363> abrufbar -

In Küche und Bad vereinen sich zunehmend Funktionalitäten mit Wohlbefinden. Das zeigt eine aktuelle bevölkerungsrepräsentative

Umfrage der Hansgrohe Group. Demnach fühlen sich drei von vier Deutschen (77 Prozent) in Küche und Bad wohl oder sehr wohl. Aktuelle Gestaltungstrends und innovative Raumkonzepte fördern das gute Empfinden in beiden Räumen. Lieber halten sich die Deutschen nur in Wohn- und Schlafzimmer auf.

#### Weg von der reinen Funktionalität

Die Küche tendiert immer mehr dazu, mit dem Wohnraum zu einem Ganzen zu verschmelzen und zum zentralen Treffpunkt jeder Wohnung oder jedes Hauses zu werden. So fühlt sich fast jeder zweite Deutsche (43 Prozent) in seiner Küche sehr wohl. Der Trend zur offenen Wohnküche fördert eine kommunikative Atmosphäre - ideal für Küchenpartys oder gemeinsames Kochen. Für Eltern ist es somit einfacher, die Kinder beim Kochen oder beim Abwasch im Blick zu behalten und Zeit mit ihnen zu verbringen.

Auch das Bad, das lange nur als funktionale Nasszelle galt, ist heute vielmehr ein Rückzugsort vom hektischen Alltag. Der zunehmende Komfort sorgt für eine entspannende Atmosphäre. Immerhin sagen bereits 41 Prozent der Befragten, dass sie sich im Bad sehr wohlfühlen. Innovationen, die das Funktionale immer angenehmer machen, tragen zu dieser Entwicklung bei. Hansgrohe arbeitet unter anderem kontinuierlich am Sound- und Feel-Design seiner Produkte. Akustikexperten sorgen dafür, dass sich das Wassererlebnis akustisch genießen lässt. Die Anreicherung von Wasser mit Luft hinterlässt ein angenehmes Gefühl, wenn das Wasser auf dem Körper aufkommt.

Jan Heisterhagen, Vice President Product Management, meint: "Auch bei den Trends für das Badezimmer zeichnet sich die zunehmende Verschmelzung mit dem Wohnraum ab. Wasserfeste Badezimmerapeteten schaffen eine wohnliche Atmosphäre. Klassische Fliesen werden zunehmend von Fliesen in hölzerner Dielenoptik oder von Böden aus Marmor ersetzt. Eine indirekte Beleuchtung sorgt für eine warme Atmosphäre." In größeren Räumen finden sich immer häufiger Dampfsaunen und Schwall- oder Massageduschen. "Die Deutschen träumen vom Bad als Wellnessoase", so Jan Heisterhagen.

Bei der individuellen Gestaltung gibt es viel Luft nach oben 15 Prozent der Deutschen fühlen sich in ihrem Bad hingegen weder wohl noch unwohl, der Küche gegenüber sind 17 Prozent indifferent. Hier gibt es viel Potenzial für eine individuelle Gestaltung der Räume und der damit verbundenen Steigerung des Wohlbefindens. Das Bad lässt sich beispielsweise mit einer hellen Wand- und Bodenfarbe optisch vergrößern. Pflanzen brechen eine leblose oder kühle Atmosphäre auf. Designobjekte verleihen dem Ensemble einen edlen und individuellen Touch.

Auch der Küche kann man mit ein paar einfachen Handgriffen eine persönliche Note verleihen. Den Stil der restlichen Wohnung in der Küche weiterzuführen, lässt die Grenzen zwischen den Wohnbereichen verschwimmen. Farbakzente sorgen für die nötige Abwechslung und Pflanzen auch hier für mehr Lebendigkeit. Wer Kräuter in der Küche zieht, schlägt zwei Fliegen mit einer Klappe. Dekoration passend zur Jahreszeit garantiert mehr Abwechslung.

#### Heimisches Wohlbefinden steigt mit dem Alter

Tendenziell fühlen sich ältere Personen in den eigenen vier Wänden wohler als die Jüngeren. Insbesondere 50- bis 69-Jährige schätzen das Bad (81 Prozent) und die Küche (82 Prozent). Gerade erfahrene Menschen haben oft einen hohen Anspruch an Qualität, Bedienung und Gestaltung. Da der Wunsch nach optimalem Wohnkomfort mit dem Alter wächst, ist eine langfristige Planung unerlässlich. "Der Begriff 'barrierefrei' beschreibt vor allem die Vorstellung vom altersgerechten Wohnen. Das Generationenbad will das Leben im Bad für jedes Alter einfacher und komfortabler machen", sagt Jan Heisterhagen. "Am Anfang der Überlegungen steht nicht von ungefähr die bodengleiche Duschfläche. Der barrierefreie Zugang bedeutet für Alt und Jung einen echten Mehrwert."

Hansgrohe befragte gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut INNOFACT AG in einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragung 1.048 Personen.

#### Über die Hansgrohe Group - das Original aus dem Schwarzwald

Die Hansgrohe Group mit Sitz in Schiltach/Baden-Württemberg ist mit ihren Marken AXOR und hansgrohe ein in Innovation, Qualität und Design führendes Unternehmen der Bad- und Küchenbranche. Mit ihren Armaturen, Brausen und Duschsystemen gibt die Hansgrohe Group dem Wasser Form und Funktion. Die 117-jährige Firmengeschichte ist geprägt von Erfindungen wie der ersten Handbrause mit unterschiedlichen Strahlarten, der ersten ausziehbaren Küchenarmatur oder gar der ersten Duschstange. Das Unternehmen hält über 16.000 aktive Schutzrechte. Die Hansgrohe Group steht für langlebige Qualitätsprodukte. Mit 34 Gesellschaften, 21 Verkaufsbüros und Vertrieb in über 140 Länder ist das Unternehmen seinen Kunden weltweit ein verlässlicher Partner. Die Hansgrohe Group, ihre Marken und Produkte wurden mit zahlreichen Auszeichnungen prämiert, darunter über 500 Designpreise seit 1974. Die nachhaltige Herstellung ressourcenschonender Produkte ist international im unternehmerischen Handeln verankert. Die Produkte der Hansgrohe Group sind weltweit präsent, beispielsweise auf dem Luxusliner Queen Mary 2 oder im höchsten Bauwerk der Welt, dem Burj Khalifa. Ihre hohen Qualitätsstandards gewährleistet die Hansgrohe Group durch die Produktion an fünf eigenen Produktionsstandorten, von denen sich zwei in Deutschland, sowie je einer in Frankreich, in den USA und in China befinden. 2017 erwirtschaftete die Hansgrohe Group einen Umsatz von 1,077 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon knapp 60 Prozent in Deutschland.

#### Kontakt:

Hansgrohe SE  
- Pressestelle -  
Astrid Bachmann  
T +49 7836 51 1297  
F +49 7836 51 1170  
E-Mail: [public.relations@hansgrohe.com](mailto:public.relations@hansgrohe.com)

www.hansgrohe-group.com  
www.axor-design.com  
www.hansgrohe.de

## Medieninhalte



Hansgrohe Infografik. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/60793](http://www.presseportal.de/nr/60793) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Hansgrohe SE"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100059668/100816720> abgerufen werden.