**„Mehr Komfort steigert das Selbstwertgefühl“**  
Immer mehr Menschen entscheiden sich für ein Dusch-WC – Wohn-Psychologe Uwe Linke weiß, warum  
  
Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, Juli 2021

**In Zeiten des Cocoonings rückt das Bad als Rückzugsort wieder stärker in den Fokus von Bauherren und Renovierern. Besonders beliebt sind Produktlösungen, die für mehr Komfort und Hygiene sorgen. Das zeigt auch das gestiegene Interesse der Verbrauer an Dusch-WCs, wie etwa den Geberit AquaClean Modellen. Der Münchener Wohn-Psychologe Uwe Linke erklärt die Bedeutung des Bads in modernen Wohnwelten und verrät, warum das Dusch-WC künftig zum Standard jeder hochwertigen Badausstattung gehören könnte.**

Uwe Linke kennt sich aus mit den Wohnbedürfnissen der Menschen. Er ist Pionier der Wohnpsychologie, Designer, Autor und Paartherapeut und schafft Wohlfühlatmosphären in Privaträumen ebenso wie in Handel, Gastronomie und Hotellerie. Dass das Bad in den vergangenen Monaten an Bedeutung gewonnen hat, wundert ihn nicht. Ebenso wenig wie der Boom, den Dusch-WCs wie das Geberit AquaClean erfahren haben. Die Produkte vereinen die Funktionen einer Toilette mit denen eines Bidets: Ein körperwarmer Wasserstrahl sorgt für eine gründliche und schonende Reinigung des Intimbereichs.

**Herr Linke, für viele Menschen ist das Bad in den letzten Monaten wieder mehr in den Fokus gerückt. Woran liegt das?**

Cocooning, also der Rückzug ins Private, wurde vor Jahren als vorübergehender Trend eingestuft, doch was wir erleben ist, dass Menschen sich in unsicheren Zeiten wieder vermehrt zurückziehen und auf sich achten. Das Bad ist der erste und der letzte Raum, den wir am Tag betreten. Als Wellnessoase war es schon seit Jahren das Herzstück jeder Renovierung in Bezug auf Lebensqualität. Nun ist es durch die gesteigerte persönliche Hygiene noch mehr in Mittelpunkt gerückt. Das Bad ist somit ein intimer Raum, der uns in unserer Ungeschütztheit die größtmögliche Unterstützung bietet, um die Gesundheit zu fördern, Stress abzubauen und den Komfort zu steigern.

**Können Sie einen kurzen Überblick geben, welche aktuellen Wohntrends sich im Bad wiederfinden? Welche Bedürfnisse muss ein Privatbad heute erfüllen?**Technikbegeisterte schwören auf Automatisierung im Haus, doch ich erlebe, dass sich das nur zögerlich durchsetzt, weil der unmittelbare Nutzen nicht für jeden naheliegt. Wo wir uns oft ohne Bekleidung aufhalten, spielt Sauberkeit und erlebbarer Komfort eine besondere Rolle. Ein warmer Fußboden, überschaubare Ordnung und natürliche Oberflächen bieten Komfort im Bad und sind sofort und für alle als angenehm wahrnehmbar. Wer kennt nicht das Bedürfnis des Loslassens vom Alltag und die wohltuenden Anwendungen in Spa oder Sauna, die zu seelischer Ausgeglichenheit und körperlicher Gesundheit führen? Zuhause lässt sich das einfach umsetzen, indem wir das private Bad in einen magisch-erfrischenden Ort verwandeln.

**Wie passt es dazu, dass Dusch-WCs, die den Po mit einem körperwarmen Wasserstrahl sanft und gründlich reinigen, gerade jetzt einen Boom erfahren?**  
Eigentlich gibt es Dusch-WCs seit über 40 Jahren. Doch erst jetzt, wo wir Komfort und vor allem spürbare Hygiene als zentrale Quelle körperlicher Gesundheit wiederentdecken, setzen sie sich durch. Dabei erleben Dusch-WC-Nutzer, wie mehr Hygiene mehr Sicherheit verschafft und mehr Komfort das Selbstwertgefühl steigert.

**Was verbinden Leute mit einem Dusch-WC in den eigenen vier Wänden?**

Das Bad wird dadurch aufgewertet. Ein Dusch-WC verschafft eine neue Erfahrung des Komforts mit sehr angenehmen Nebeneffekten: Das Frischeerlebnis ist mit dem Gefühl nach einer entspannenden Dusche vergleichbar. Doch beim Dusch-WC ist es sehr viel einfacher und auf Knopfdruck verfügbar: Sofort stellt sich das Gefühl ein, dass diese Methode der Intimreinigung viel hygienischer ist und man sich etwas Gutes gegönnt hat. Bis jetzt war das Zuhause so nicht oder nur umständlich und platzraubend mit einem Bidet möglich. Mehr Funktionen in einem Produkt unterzubringen, bedeutet mehr Luxus im eigenen Bad: Man spart Platz und genießt dabei spürbar mehr Komfort.

**Glauben Sie, dass sich die Bedeutung der Toilette bei uns nachhaltig ändern wird und das Dusch-WC jetzt den Durchbruch geschafft hat?**  
Jeder, der den Komfort eines Dusch-WCs erlebt hat, wird ihn nicht mehr missen wollen. Ich kenne kaum eine andere Innovation, die vergleichsweise bezahlbar ist und die Lebensqualität spürbar steigert. Es ist ähnlich wie bei der Erfindung des Staubsaugers: Besen und Staubtuch funktionieren auch, doch richtig sauber und hygienisch rein wird es mit der Technik. Sie unterstützt uns, ein sorgloseres Leben zu führen. Genau diese neue Dimension vermittelt das Dusch-WC. Ich bin sicher, dass Dusch-WCs in einigen Jahren zur Standardausstattung hochwertiger Bäder werden, weil man sich und seinen Gästen keinen größeren Gefallen zur Steigerung der Lebensqualität erweisen kann.

**Bildmaterial**

|  |  |
| --- | --- |
| Ein Bild, das Person, Mann, Anzug, Wand enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | **[Geberit\_Wohntrend\_Dusch-WC\_Uwe\_Linke.jpg]** Wohn-Psychologe Uwe Linke kennt sich aus mit Wohnbedürfnissen und berät bei der Gestaltung von Räumen. Foto: Geberit |
| Daten:Kunden:GEBERIT:Bilder:1_Produkte:AquaClean:Sela:2019_Sela_neu:jpeg_300:master-08028877.jpg | **[Geberit\_Wohntrend\_Dusch-WC\_AquaClean.jpg]** Erfreuen sich immer größerer Beliebtheit: Dusch-WCs wie das Geberit AquaClean sorgen für mehr Hygiene und Komfort und fügen sich dank ihres schlichten Designs in jedes Bad ein. Foto: Geberit |
| **Ein Bild, das drinnen, sitzend, Tasse, klein enthält.  Automatisch generierte Beschreibung** | **[Geberit\_Wohntrend\_Dusch-WC\_Dusch.jpg]** Herzstück des Dusch-WCs ist der sanfte, körperwarme Wasserstrahl, der den Po sanft und gründlich reinigt.  Foto: Geberit |

****Weitere Auskünfte erteilt:****

**Ansel & Möllers GmbH  
König-Karl-Straße 10, 70372 Stuttgart  
Yvonne Dick  
Tel. +49 (0)711 92545-22**

**Mail: y.dick@anselmoellers.de**

****Über Geberit****

Die weltweit tätige Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte. Geberit verfügt in den meisten Ländern Europas über eine starke lokale Präsenz und kann dadurch sowohl auf dem Gebiet der Sanitärtechnik als auch im Bereich der Badezimmerkeramiken einzigartige Mehrwerte bieten. Die Fertigungskapazitäten umfassen 29 Produktionswerke, davon 6 in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 12 000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit 2020 einen Umsatz von CHF 3,0 Milliarden. Die Geberit Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).