Spiegel der Persönlichkeit

# Designerin Tilla Goldberg: Anforderungen an das Bad von heute

Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf, August 2022

Komfortabel, zum Wohlfühlen und individuell eingerichtet – so stellen sich heute viele ihr Badezimmer vor. Kein Wunder, ist es doch der Raum, den man morgens als Erstes betritt und in dem man am Abend entspannt. Diesen intimen Ort nennt Tilla Goldberg, Director Brand Spaces und Product Design bei der Ippolito Fleitz Group, den „Spiegel der Persönlichkeit“, denn seine Einrichtung sage viel über den Besitzer aus. Hier verrät Tilla Goldberg, wie sich die Rolle des Bads im Laufe der Jahre verändert hat und welche Wohntrends sich in ihm widerspiegeln.

Es gibt mittlerweile unzählige Möglichkeiten sein Bad einzurichten. Umso schwerer fällt Bauherren und Mietern daher die Entscheidung, wie sie aus einem Waschraum ihr Traumbad machen können. Tilla Goldberg ist mit der Ippolito Fleitz Group dabei behilflich. Gemeinsam mit ihrem Team entwickelt sie für ihre Kunden Gebäude, Innenräume und Landschaften sowie Produkte mit unverwechselbarer Identität.

**Neue Rolle des Badezimmers**

War das Bad früher vor allem ein Funktionsbereich, der lediglich der Körperhygiene diente, ist es heute so viel mehr: ruhiges Refugium, komfortabler Wohnraum, Ort des Fitwerdens am Morgen und des Herunterkommens nach einem stressigen Tag. Welche Rolle das Bad erfüllen soll, hängt stark von den Nutzern ab – und so individuell wie jeder einzelne Mensch ist auch die Auffassung vom „perfekten Bad”. Genau das ist das Credo von Tilla Goldberg: Das Bad zu einem sinnlichen Lebensraum machen, der die individuelle Persönlichkeit spiegelt. In dem man sich wohlfühlt und man sich ausleben kann. Denn so privat und intim ist – mit Ausnahme des Schlafzimmers – kein Ort in den eigenen vier Wänden. Während der Besuch in der Regel auf das Gäste-WC geführt wird, bekommen das Hauptbad meistens nur sehr nahestehende Menschen zu Gesicht.

**Höchste Priorität: Wohlfühlen**

Komfort und Entspannung definiert jeder anders: Stellt sich der eine darunter eine Wanne mit Whirlpool-Düsen vor, legt ein anderer Wert auf Handtuchwärmer, Fußbodenheizung oder ein passendes Lichtkonzept. Tilla Goldberg spricht daher von einer „unglaublichen Vielzahl von Möglichkeiten“, die Bauherren für die Badeinrichtung zur Verfügung steht. Auch der Badarchitektur sind dabei nur wenige Grenzen gesetzt. Ob Fliesen mit unregelmäßigen Kanten, haptischen Oberflächen, Tapeten, Farben und grafische Muster – erlaubt ist alles, was gefällt und Spaß macht. Selbstverständlich, aber dennoch am liebsten unsichtbar ist auch die Technik im Bad. Wer möchte schon die Geruchsabsaugung oder einen Siphon sehen? Es reiche doch, dass sie ihre Funktion erfüllen. Nicht zuletzt spielt das Thema Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Hier nennt Tilla Goldberg atmungsaktive Putz- oder Lehmputz-Oberflächen als Beispiel, durch die zudem die Raumluftqualität verbessert werden kann.

**Das richtige Licht macht den Tag**

Ein durchdachtes Lichtkonzept trägt ebenfalls zum Wohlfühlen bei. Morgens hilft es, schneller fit zu werden und am Abend besser zu entspannen. Das ComfortLight von Geberit beispielsweise arbeitet mit unterschiedlichen Lichtszenarien: „Farbe und Intensität des Lichts im Raum passen sich an den Tagesablauf an und unterstützen damit den natürlichen Biorhythmus“, so Expertin Tilla Goldberg. Am Morgen empfiehlt sie daher helles, eher kühles Licht, das den Waschplatz und das Gesicht optimal ausleuchtet. Abends unterstütze warmes Licht die Entspannung und nachts genüge ein kleines Orientierungslicht, das den Nutzer schnell wieder einschlafen lässt.

**Kurzinterview Tilla Goldberg**

**Wie verändert sich die Rolle des Bads in unserem privaten Wohn- und Lebensumfeld?**

Das Badezimmer ist heute kein funktional geprägter Raum mehr, sondern ein Lebensraum, ein Spiegel der Persönlichkeit. Das ist spannend für uns, denn als „Identity Architects“ steht das Thema Identität im Zentrum der Philosophie der Ippolito Fleitz Group. Die Einrichtung sollte daher darauf ausgerichtet sein, dass man sich wohlfühlt. Hinweise zur veränderten Bedeutung des Badezimmers gibt uns auch der Immobilienmarkt. Tageslichtbad, Wanne und Dusche, Handtuchwärmer: Solche Details haben heute einen hohen Stellenwert für Käufer und Mieter.

**Wie gehen Sie mit Ihren Kunden an eine Planung heran?**

Das Füllhorn der Möglichkeiten macht es vielen schwer, sich zu entscheiden, wie ihr Traumbad aus-sehen soll. Wir bei Ippolito Fleitz machen uns zunächst ein Bild: Wie leben unsere Kunden? Wie ist ihr kultureller Kontext? Bevorzugen sie ein eher verspieltes oder minimalistisches Ambiente? Was möchten sie beibehalten, was verändern? Zusätzlich helfen anfassbare Materialmuster dabei, den eigenen Stil zu finden.

**Welchen Wunsch würden Sie sich gerne für Ihr eigenes Bad erfüllen?**

Etwas, für das mein aktuelles Bad leider zu klein ist. Eine Art „Vanity Lounge“. Eine Raumsituation ähnlich dem klassischen Schminktisch. Ein Ort, an dem ich Lust habe länger zu verweilen und mich zu verwöhnen.

Bildmaterial

|  |  |
| --- | --- |
|  | **[Geberit\_Tilla\_Goldberg.jpg]**  Diplom-Designerin Tilla Goldberg ist Mitglied der Geschäftsleitung bei der Ippolito Fleitz Group mit Niederlassungen in Stuttgart, Berlin, Shanghai, Moskau und Zürich. Das Designstudio entwickelt u.a. Architektur und Produkte mit unverwechselbarer Identität sowie Einrichtungskonzepte für private Häuser und Wohnungen.  Foto: Ippolito Fleitz Group/Jessica Morfis |
|  | **[Geberit\_Rendering\_IppolitoFleitz\_1.jpg]**  Das Badezimmer als geschützte Ruhezone inmitten des Alltags und faszinierender Lebens-Raum: Tilla Goldberg zeigt, wie das funktionieren kann. Waschtisch und Spiegelschrank der Badserie Geberit ONE integrieren sich dabei nahtlos in den vertikalen Garten, der die tägliche Hygiene zum Naturerlebnis werden lässt.  Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Rendering\_IppolitoFleitz\_2.jpg]**  Die Vanity Lounge Nische im Entwurf von Tilla Goldberg spiegelt die Persönlichkeit wider. Das Badezimmer als Ort für Self-Care, der dazu anregt, zu entspannen und sich zu verwöhnen.  Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_ONE\_Spiegelschrank\_Lichtmodi.jpg]**  Das Geberit ComfortLight schafft vier an den Tagesrhythmus angelehnte Lichtstimmungen: von der hellen Beleuchtung am Morgen über Standardlicht bis hin zu Kerzenlicht-Atmosphäre und dem Orientierungslicht für die Nacht. Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_ONE\_Milieu\_1.jpg]**  Aus der Natur direkt ins Bad – mit waldgrünen Wänden, Pflanzen und Badschränken aus Holz entsteht ein behagliches Gefühl.  Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_ONE\_Milieu\_2.jpg]**  Hell und freundlich ist das Bad dank Möbeln in sand-grau, weißen Keramiken und wohnlichen Accessoires in beige.  Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_iCon.jpg]**  Stauraum, Bewegungsfreiheit und Ablageflächen für die ganze Familie bieten die Produkte aus der Serie Geberit iCon. Foto: Geberit |
|  | **[Geberit\_Citterio.jpg]**  Spa in den eigenen vier Wänden: Mit Badewanne, Kamin und angenehmem Licht wird das Bad zur persönlichen Wellnessoase. Foto: Geberit |

****Weitere Auskünfte erteilt:****

**Ansel & Möllers GmbH  
König-Karl-Straße 10, 70372 Stuttgart  
Ann Katrin Fritz  
Tel. +49 (0)711 92545-155**

**Mail: a.fritz@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 26 Produktionswerke, davon 4 in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 12.000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit 2021 einen Nettoumsatz von CHF 3,5 Milliarden. Die Geberit Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).