

# Wasser & Wellness

SCHÖNER  
WOHNEN

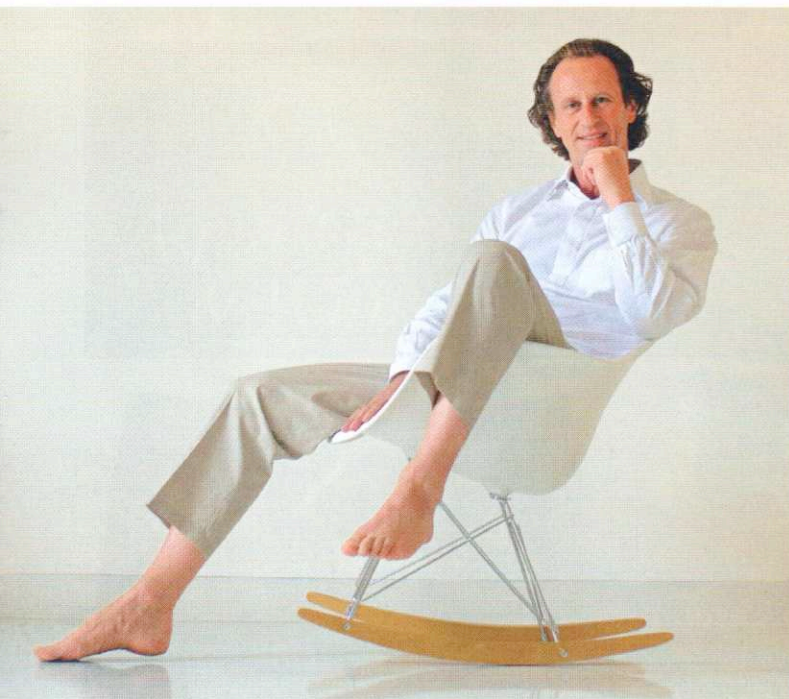


■ GEBERIT

VERLAGSSONDERPROMOTION  
IN ZUSAMMENARBEIT MIT GEBERIT

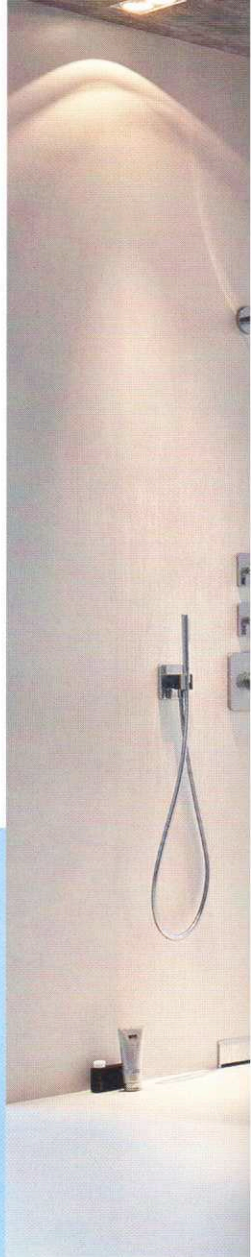
# Bitte umdenken!

In Sachen Bad-Design tut sich so einiges: Gestalter Matteo Thun über das Tabuthema Toilette und wie die Bedürfnisse der Menschen seine Entwürfe prägen



## ZUR PERSON

Der italienische Designer und Architekt bestimmt seit Jahrzehnten die zeitgenössische Ästhetik. Der Schüler des Malers Oskar Kokoschka revolutionierte als Mitbegründer der Gruppe Memphis in den 80ern mit farbenfrohen Entwürfen das bis dato funktionale Design. Jetzt tritt er für schlichte Ästhetik und nachhaltige Gestaltung ein. Sein Motto: Eco, non ego! – also Echo statt Ego



*Sie richten Hotels und Restaurants ein, bauen Häuser und gestalten Produkte. In den vergangenen Jahren haben Sie auch Dusch-WCs entworfen. Eine schwierige Aufgabe?*

Mein Designstudio beschäftigt sich seit Langem mit diesem Thema, und wir haben in der Vergangenheit schon Dusch-WCs entwickelt. In Asien sind Wasser-WCs bereits marktführend. Reinheit und der grundsätzliche Kult um das Element Wasser haben zum Beispiel in Japan höchste Priorität.

*Was denken Sie: Wird dieses WC unseren Umgang mit dem Thema Intimhygiene verändern?*

Schwer zu sagen. In unserem Kulturkreis ist ein Dusch-WC ja noch weitgehend unbekannt und damit auch ungewohnt.

Zudem ist Intimhygiene in der westlichen Welt ohnehin ein Tabuthema – man spricht nicht darüber. Aber das Gefühl von Sauberkeit und Frische nach dem Benutzen eines Dusch-WCs überzeugt. Daher: unbedingt ausprobieren!

*Ihre Entwürfe wirken oft sehr reduziert.*

*Versteckt sich dahinter nicht auch eine Menge Technik?*

Ja, aber es gilt die „Ästhetik des Unsichtbaren“. Nirgends sind Anschlüsse, Kabel oder Schläuche zu sehen, bei geschlossenem WC-Deckel auch keine LEDs oder Bedientöpfe. Genauso schlicht wie intuitiv sind auch die Fernbedienung und das Bedienfeld gestaltet. Es gibt lediglich fünf Tasten: Mit einem großen runden Knopf, durch einen blauen LED-Licht-



Wohnlichkeit und Hightech-Hygiene vertragen sich bestens: Das pur gestaltete Dusch-WC „AquaClean Sela“ samt „Monolith“, beides von Geberit, passt sich in jedes Bad harmonisch ein

ring optisch hervorgehoben, startet der Nutzer den Reinigungsvorgang. Jeweils zwei weitere Tastenpaare mit Plus- und Minuszeichen sind für die Anpassung der Wasserstrahlstärke und die korrekte Duscharmposition vorgesehen.

*Sie postulieren auch das „Null-Design“ und die notwendige Rückkehr zur „Ur-Ikone“. Was verstehen Sie darunter?*

Eine „Ur-Ikone“ ist etwas, was uns gewohnt erscheint, so als ob es schon immer da gewesen wäre. Der Philosoph Martin Heidegger spricht in seiner Abhandlung „Die Frage nach dem Ding“ sogar von der Seele eines Objektes. Das Objekt wird als normal empfunden, intuitiv aufgenommen und akzeptiert. Eine „Ur-Ikone“ hat keine zusätzlichen Attribute – wenn Sie so



Sanfte Sauberkeit nach dem Toilettengang durch eine körperwarme Dusche. In fünf Stufen unkompliziert steuerbar dank intuitiver Bedienung





## STAR-STÜCKE VON MATTEO THUN

Neuheit: das **Dusch-WC** „AquaClean Sela“, ab ca. 2200 Euro, [www.i-love-water.de](http://www.i-love-water.de)

**Seifenschalen** „Gentle“, in Chrom oder farbig mattem Kunststoff, ca. 135 Euro;  
**Waschtisch-Chromarmaturen** „Gentle“, ab ca. 360 Euro, beides [www.dornbracht.de](http://www.dornbracht.de)

**Holzbadewanne** „Ofurò“, inspiriert von japanischer Badkultur, ab 80 x 144 x 59 cm, ca. 11 700 Euro, [www.rapsel.it](http://www.rapsel.it)

**Konsole** „Onto“ aus Schichtholz wird vom Waschbecken getragen, 120 x 55 cm, ab ca. 450 Euro, [www.duravit.de](http://www.duravit.de)  
**Modularer Wandheizkörper** „Senso“ in sechs Tönen, ab 1200 Euro, [www.i-radium.com](http://www.i-radium.com)

wollen, keine „Karosserie“, keinen „Superflu“. Eine „Ur-Ikone“ ist immer auf den Punkt skizziert und lebt von Subtraktion. „Null-Design“ bedeutet „Wesentliches“.

*Wie gehen Sie mit diesem Anspruch im Kopf beim Gestalten eines neuen Produkts vor?*

Getreu dem lateinischen Ursprung des Wortes Design – designare – bedeutet meine Arbeit, dass ich damit Zeichen setzen will. Wenn ich anfangs, etwas Neues zu gestalten, beginne ich immer damit, dass ich das Produkt, das Unternehmen und die Bedürfnisse der Kunden in der Tiefe zu verstehen versuche. Bei der Entwicklung meiner Entwürfe geht es dann darum, alle Ideen am Ende maximal zu optimieren, um so neue Zeichen zu setzen.

*Und welches Zeichen haben Sie mit Ihrem Dusch-WC gesetzt?*

In Asien sind die Dusch-WCs wuchtig und kompliziert zu bedienen. Unser WC-Bidet sieht aus wie ein ganz normales WC – kein Hightech, keine auffälligen Besonderheiten. Das neutrale Design soll es dem Benutzer leicht machen: Er wird diese neuartige Toilette intuitiv als ganz selbstverständlich, ganz normal empfinden.

*Sie haben bei Ihren zahlreichen Architektur- und Interieurprojekten, besonders im Hotelbereich, viele Erfahrungen in der Badgestaltung und im Umgang mit Wasser gesammelt. Was fasziniert Sie immer noch an diesem Element?*

Wasser bedeutet Eintauchen, Frische und Spaß – Wasser verkörpert geradezu Weichheit und Sauberkeit. Heute ist



*„Das Bad ist ein Ort, den man in einem emotional äußerst verletzlichen Zustand betritt – nämlich meistens nackt“*

*Matteo Thun*



Wasser aber auch Luxus, und für einen Gestalter bedeutet dies immer wieder, neue Möglichkeiten und Wege zu finden, um den Wasserverbrauch zu reduzieren.

*Aber ein Dusch-WC verbraucht ja im Vergleich zum konventionellen vermutlich eher mehr als weniger Wasser, oder?*

Der Wasserverbrauch ist wirklich absolut überschaubar. Es kommen nur kleinste Mengen zum Einsatz; meist benötigt man mehr Wasser zum Händewaschen. Beim Benutzen eines Dusch-WCs geht es, wie beim Händewaschen, um Reinheit, gerade dabei aber sollte man nicht am Wasser sparen. Im Gegenzug sparen wir Toilettenpapier, einen schwer entsorgbaren Zellstoff, für dessen Herstellung zudem sehr viel Wasser verbraucht wird.

*Wie sieht für Sie das Bad der Zukunft aus?*

Das Badezimmer ist ein sehr intimer Raum – wir bewegen uns hier meistens nackt. Daher sollte ein Bad Tageslicht hereinlassen und warm, weich und ohne harte Ecken und Kanten gestaltet sein. Wir wollen unseren nackten Leib keiner rauen Umgebung aussetzen – ein Bad muss somit fast „am Körper“ gestaltet werden.

*Was ist dafür die Voraussetzung?*

Ein gut entworfenes Produkt ist sensoruell, also über die Sinne zu erfassen. Worauf es uns ankommt, ist, dass der Mensch die Dinge, die wir entwerfen, ganz „normal“ benutzt. Die neutrale Beschaffenheit von Form und Funktion macht so ein natürliches, intuitives Benutzen möglich.