

Barrierefreie Badplanung setzt Kenntnisse der einschlägigen Normen, der individuellen Bedürfnisse und der technischen Möglichkeiten voraus. Die Nutzbarkeit muss an die verschiedensten körperlichen Einschränkungen angepasst werden.

Wettbewerbsvorteile sichern

Barrierefreies Bad im Rahmen der Bad-Akademie (Teil 2/7) ■ Das Geschäftsfeld ist angesichts des demografischen Wandels das Zukunftsthema der Branche. Zur Erschließung bedarf es kundengerechter Ansprache, Beratung und Planungskompetenz. Seit diesem Jahr gehört deshalb das Modul „Barrierefreies Bad“ zum Weiterbildungsinhalt zum Bad-Manager im Rahmen der Bad-Akademie der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft. Wir stellen die Inhalte dieses Moduls vor. → **Jens Wischmann**

Das Modul „Barrierefreies Bad“ der Bad-Akademie lehnt sich an die vom Zentralverband SHK entwickelte Schulung „Fachbetrieb Barrierefreies Bad – Komfort für Generationen“ an. Innungsbetriebe erhalten neben einer Bescheinigung auch den dementsprechenden Abschluss „Fachbetrieb Barrierefreies Bad“ – und werden auch im Rahmen der „Aktion Barrierefreies Bad“ als Experten gelistet. In Lerneinheiten und Referaten werden die Marktpotenziale, Kundenwünsche und Anforderungsprofile beleuchtet und praktisch mit einem Altersanzug und anhand von Alltagssimulationen erlebbar gemacht. Zudem wird der Frage nachgegangen, welche Form der Ansprache und des Marketings sich diese selbstbewusste Kundengruppe wünscht. Planungsgrundsätze und Planungsbeispiele barrierefreier Bäder komplettieren das Modul.

Marktpotenziale und Kundenwünsche

Die Fakten sind bekannt: Das Bad ist der Raum, dem die Deutschen die größte Bedeutung für ihr Leben im Alter zumessen. Über

70 % der Deutschen halten ihr eigenes Bad laut der VDS-Badstudie aber nicht für altersgerecht! Angesichts der weiter steigenden Lebenserwartung, die bereits jetzt dazu führt, dass fast 17 Millionen Menschen in Deutschland und damit jeder Fünfte 65 Jahre oder älter ist, kann man von einer „Gesellschaft der Langlebigen“ sprechen – die entsprechende Bäder braucht und damit die Orientierung wo, wie und von wem?

Auch wenn barrierefreie Bäder sich nicht nur an pflegebedürftige Menschen richten, so geht es doch immer mehr um diese Gruppe – die bereits jetzt ca. 2,2 Millionen Menschen umfasst und weiter wächst. Mit steigendem Lebensalter nimmt aber auch das Risiko für eine Pflegebedürftigkeit zu, jeder Zehnte der über 60-jährigen ist pflegebedürftig. Die Kenntnis der Strukturen von Pflegebedürftigkeit – Pflegestufen und Pflegeleistungen – ist deshalb für die Beratung beim Thema „Barrierefreies Bad“ unerlässlich und wird im Rahmen des Moduls vermittelt.

Was wünscht der Kunde nun? Der Erhalt der Mobilität und Selbstständigkeit steht für

die Gruppe der 55- bis 70-jährigen bei allen Befragungen ganz oben. Fit bleiben und zu Hause leben ist oberster Wunsch! Es geht um ein Stück Lebensqualität, das man sich auch im Alter erhalten möchte. Damit einhergeht das Bedürfnis nach Sicherheit, nämlich diese Lebensqualität auch „sicher“ zu bekommen. Hier ist das SHK-Handwerk als „Ansprachspartner Nr. 1“ und die Sanitärbranche gefragt, diese Sicherheit durch Produkte, Beratung, Planung und Installation glaubwürdig zu vermitteln.

Immer heikel ist der Begriff „Barrierefreiheit“. Unabhängig von der Definition in der DIN (siehe Seite 26), was sollte er dem Kunden sagen? Nun, sicher nicht, dass es um einen behinderten-, senioren- oder pflegegerechten Sanitärraum geht. Sondern um einen neuen Wohnstandard, der sowohl Komfort als auch Sicherheit bietet und damit genau das, was der Kunde eigentlich will! Ansprache und Anmutung müssen daher der Zielgruppe entsprechen, die Begehrlichkeit auf ein solches Komfortbad geweckt und das neue, bessere Lebensgefühl mit diesem neuen Bad vermittelt werden.

Stolpersteine vermeiden – die richtige Kundenansprache

Wo könnte diese Vermittlung besser erfolgen als in einer entsprechenden Ausstellung oder in einem Showroom? Leider ist es häufig woanders besser als dort, wenn man viele der gegenwärtigen Ausstellungen anschaut oder die Beratung verfolgt! Folgende Stolpersteine gilt es zu beachten, um auch den Verkauf barrierefrei zu gestalten:

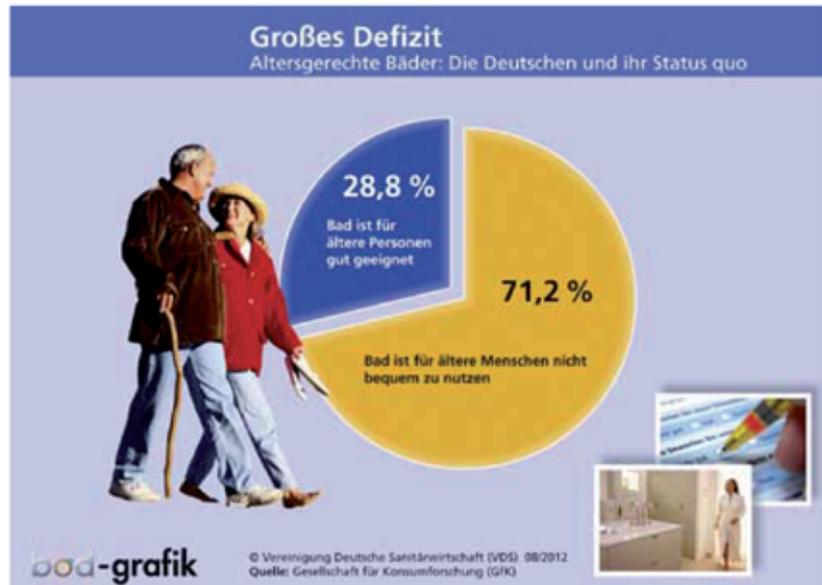
Stolperstein 1: Die eigene Ausstellung. Anhand einer Checkliste gilt es die eigenen Geschäftsräume einer kritischen Betrachtung zu unterziehen, denn Barrierefreiheit stellt auch für Geschäftsräume einen großen Vorteil dar: Kein potenzieller Kunde wird ausgegrenzt – im Gegenteil! Eltern mit Kinderwagen werden Rampen, breite Gänge und Sitzmöglichkeiten genauso zu schätzen wissen wie gehbehinderte Kundinnen und Kunden.

Stolperstein 2: Das Beratungsumfeld. Körperhygiene ist ein sensibles Thema! Es fällt schwer, darüber zu sprechen, was alles nicht mehr möglich ist („Ich schaffe es nicht mehr, immer rechtzeitig die Toilette zu erreichen“; „Ich muss meinem Mann oder meiner Frau von der Toiletten helfen“, „Ich kann mich allein nicht mehr richtig waschen...“) Wichtig ist deshalb eine vertrauensvolle und intime Gesprächsatmosphäre, fern vom alltäglichen Geschäft. Die Empfehlung: Ein separater Beratungsraum oder eine Gesprächsecke. Der Verkaufsraum sollte gleichmäßig und gut ausgeleuchtet sein. So sind die Produkte auch für ältere Verbraucherinnen und Verbraucher besser zu erkennen und es entsteht eine insgesamt freundliche Atmosphäre.

Stolperstein 3: Die Produktpräsentation. Ganz wichtig ist die Frage, ob die Ausstellungsexponate auch getestet werden können. Schilder, die sagen „Bitte nicht benutzen/berühren!“, schrecken ab; wer eine neue Matratze kaufen will, will schließlich auch einmal probeliegen! Ermöglichen Sie Ihren Kunden schnell und unkompliziert den Vorteil eines barrierefreien bzw. komfortablen Bades zu erkennen. In einer Test-Ecke kann z. B. schnell und unkompliziert die richtige Höhe eines WC-Beckens simuliert und damit vermittelt werden, wie viel leichter es ist, von einem erhöhten Becken aufzustehen.

Stolperstein 4: Die Praxisnähe. Was nützen 10-m²-Kojen mit Luxuslösungen, wenn im Einzugsbereich der Ausstellung eher Mehrfamilienhäuser aus den 30er-Jahren mit kleinen Bädern und schmalen Türen vorherrschen? Der Kunde muss sich in den vorgestellten Produkten und Lösungen wiederfinden. Der Berater sollte seine Kunden kennenlernen und im Gespräch herausfinden, was er benötigt: Die Minimallösung oder den Komfort.

www.sbz-online.de



Altersgerechte Bäder in Deutschland sind leider noch die Ausnahme! Das Marktpotenzial verspricht der Branche noch lange gute Geschäfte.

Stolperstein 5: Die Ansprache. Wenn Ihr potenzieller Kunde auch noch nicht genau weiß, wie sein künftiges Bad aussehen soll, wissen ältere Menschen aber genau, was sie nicht wollen: Nämlich Produkte und Dienstleistungen, die in ihrer Gestaltung oder Benennung das Alter der vermeintlichen Zielgruppe besonders hervorheben („Senioren-

Handy“) oder gar Hilfsbedürftigkeit suggerieren. Die Kunden betrachten sich als gesund, nicht als krank! Das entscheidende Kriterium für die Bewertung von Produkten und Dienstleistungen ist daher die Nutzerfreundlichkeit, das heißt, die einfache und sichere Handhabbarkeit von Produkten, verbunden mit einem ansprechenden Design.

→ INFO

Die Bad-Akademie

Komplexe Teilrenovierungen, Komplettbäder sowie barrierefreie Bäder erfordern umfassendes Know-how von der Planung bis zur Ausführung. Bauherren und Modernisierer erwarten für alle Projektphasen Ansprechpartner, die in ihren Augen nicht nur kompetent, sondern zudem komplett sind – weil sie die Trends kennen, individuell und gestalterisch hochwertig planen, realistisch kalkulieren, alle Gewerke koordinieren und sich darüber hinaus von „A bis Z“ kümmern.

Die Bad-Akademie der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft bietet die Möglichkeit, genau diese Qualifikation zu erwerben. Das Weiterbildungsangebot, bei dem die Teilnehmer sowohl individuell zu Hause am PC als auch in modernen Schulungszentren in der Gruppe lernen, vermittelt, worauf es für den ganzheitlich denkenden Bad-Profi ankommt. Am Ende der Weiterbildung steht nach erfolgreicher Abschlussprüfung das Zeugnis als „Zertifizierter Bad-Manager/-in“.

Referenten des Moduls Barrierefrei sind **Dr. med. Stefanie Gurk**, Fachärztin für Allgemeinmedizin, Fachdozentin und Fachprüferin in der Alten- und Behindertenhilfe. **Dr. Sabine Kies** ist technische Hilfsmittelberaterin für Krankenkassen und wissenschaftliche Mitarbeiterin der Hochschule für Wirtschaft und Technik Berlin. **Insa Lüdtker** arbeitet als Architektin und Journalistin an der Schnittstelle von Architektur und Öffentlichkeit mit dem Fokus Wohnen, Pflege und Gesundheit. Weitere Informationen unter

→ www.bad-akademie.de




SBZ TIPP
www.shk-barrierefrei nutzen

Wenn es gilt ein barrierefreies Bad zu planen, zu verkaufen und zu realisieren, dann kommt für die Planung eine Kombinationslösung infrage, die vieles einfacher macht. Über das Produktportal www.shk-barrierefrei.de bekommt der Planer die aktuellsten Produktdaten und umfassend aufbereitete Informationen. In der Datenbank können Anwender Produkte nach Krankheitsbildern sortiert recherchieren. Je nach körperlichem Defizit werden Produkte vorgeschlagen, die diese Einschränkung kompensieren. Damit kann der SHK-Profi über mehrere Jahre vorausschauend planen, jeweils individuell für den Kunden und seine persönlichen Bedürfnisse.

Nutzen Sie die Online-Datenbank und den farbigen Produktkatalog „Barrierefreies Bad und WC“. Das 200 Seiten starke Kompendium kann über den ZVSHK (info@zentralverband-shk.de) bezogen werden. Die Datenbank mit über 2500 Produkten von 65 Herstellern finden Sie unter

→ www.shk-barrierefrei.de

Stolperstein 6: Das Personal. Die älteren Kunden wünschen sich (wie jeder Kunde auch) eine fundierte Beratung und Erklärung, auch technischer Details, letzteres möglichst in verständlicher Sprache. Freundliche Mitarbeiter – die sich Zeit nehmen! – mit spezifischen Kenntnissen zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen und zum barrierefreien Bad, sind ein entscheidendes Kriterium für Dienstleistungs- und Servicequalität.



Mit den Augen des Kunden sehen und mit dem Herzen des Kunden fühlen! Neben Fachkompetenz ist vor allem das Einfühlen in die Sorgen und Nöte der Betroffenen gefragt.

Stolperstein 7: Die Beratung. Geben Sie dem Kunden Orientierung, zeigen Sie ihm unterschiedliche Lösungsmöglichkeiten für den Umbau auf, fragen Sie, welche Hilfsmittel genutzt werden, damit ihr Einsatz nach dem Umbau auch weiterhin möglich ist oder empfehlen Sie selbst Hilfsmittel. Viele Duschklappsitze, Duschrollstühle oder Stützklappgriffe sind als Hilfsmittel der gesetzlichen Krankenversicherung gelistet und werden bei Vorliegen einer ärztlichen Verordnung und bei einer entsprechenden ärztlichen Diagnose mit einer geringen Zuzahlung übernommen. Zur Beratung gehört auch Hilfe bei den Finanzierungswegen, z. B. das KfW-Programm oder der Zuschuss, der aus der Pflegeversicherung möglich ist.

Stolperstein 8: Die Umsetzung. Geben Sie dem Kunden eine Orientierung, wie lange der Umbau etwa dauern könnte. Versuchen Sie dem Kunden eine Vorstellung über das neue Bad zu geben, er soll sich darauf freuen. Nehmen Sie ihm die Angst vor Unannehmlichkeiten während des Bauvorhabens. Lassen Sie ihn nicht im Schmutz allein! Der Kunde fühlt sich nicht wohl, wenn er sich „überfahren fühlt“, wenn er „überrollt“ wird mit Vorschlägen, ohne dass er selbst ausreichend seine Wünsche, Probleme und Vorstellungen darlegen konnte. Deshalb: Hören Sie zu!

Anforderungen an Produkte und Wohnkonzepte

Sich in den Kunden einzufühlen ist schon im Alltagsgeschäft schwierig, im Bereich des altersgerechten Bades wird es auf jeden Fall komplexer. Keiner ist gerne alt und noch viel weniger will man täglich seine körperlichen Defizite vorgeführt bekommen. Man möchte sich vielmehr trotz aller Einschränkungen und Gebrechen auch und gerade in diesem Raum wohl fühlen. Kundenorientierte Badkonzepte unterstützen deshalb diesen Schutzmecha-

nismus des Menschen und bieten im Aussehen und in der täglichen Benutzung ein Stück Normalität. Sich gut fühlen trotz vorhandener Handicaps dank intelligenter Badprodukte und Badplanung, das ist das Ideal des barrierefreien Bades.

Der Weg dorthin führt über die nutzerorientierte, die barrierefreie Gestaltung. Sie gleicht verloren gegangene körperliche Fähigkeiten aus und unterstützt und fördert die erhaltenen Fähigkeiten. Dazu gehört eine spezifische Funktionalität, die die Kriterien der Barrierefreiheit aufgreift und dabei Komfort als Wohl- und Wohngefühl der Sicherheit vermittelt. Die Aufgaben lauten für Hersteller, Handel und Handwerk gleichermaßen:

- Orientierung bieten, z. B. durch eine individuell regelbare, ausreichende Beleuchtung. Sehkraft und Blickwinkel ändern sich mit dem Alter, Beleuchtungsart und Beleuchtungskonzept müssen diese Tatsachen berücksichtigen. Der bewusste Einsatz von Licht und Farbe, zukünftig auch vermehrt von akustischen Signalgebern, erleichtert auch sehgeschwachen Menschen die Orientierung.
- Bedienungskomfort schaffen, das heißt sichere Aktionsräume mit verstellbaren Waschtischen, Spiegelschränken, WCs, richtigen Griffhöhen und -radien. Diese erleichtern die Erreichbarkeit, ausreichende Bewegungsflächen verhindern Stöße und Stürze.
- Schwellenfreiheit sicherstellen, die Sicherheit und Sturzprävention bietet und nicht nur auf die bodengleiche Dusche beschränkt sein sollte, sondern ein genereller Wohnstandard.
- Nachrüstbarkeit beachten durch auch später ausbau- und ergänzbare Modulsysteme, Griffe, Haltstangen, Sitze etc. Die vorsorgliche Elektrifizierung denkt an zukünftige, ganz neue Produkte und Technologien.

Normgerechte Planung

Die konkrete Planung des barrierefreien Bades baut auf diesen Erkenntnissen auf und setzt sie in die Praxis um. Im Lernabschnitt der Badplanung werden die grundlegenden Prinzipien des barrierefreien und generationengerechten Planens im Sinne des Universal-Design vermittelt. Dabei werden die technischen und gestalterischen Möglichkeiten vorgestellt und auf die Anforderungen der Normen eingegangen. Waren früher die DIN Normen 18024 und 18025 Planungsgrundlage für barrierefreies Bauen, so gilt seit der Veröffentlichung der DIN 18040 diese als Maßstab. Zu beachten, vor allem in Hinblick auf eventuelle Förderung, sind:



CHECKLISTEN

Standort des Geschäftes

1. Ist die Erreichbarkeit mit Verkehrsmitteln des öffentlichen Nahverkehrs gegeben?
2. Sind die Wege im Umfeld des Gebäudes hindernissfrei befestigt?
3. Ist die Bordsteinkante abgesenkt, damit auch Gehbehinderte und Rollstuhlfahrer ungehindert ins Gebäude kommen?
4. Sind Parkplätze in ausreichender Menge vorhanden?
5. Sind einige Parkplätze breiter als normal und barrierefrei gekennzeichnet?
6. Sind gut lesbare Informationsschilder im Außenbereich vorhanden?



Zugang zum Gebäude

1. Sind die Treppenstufen gut erkennbar (Markierung der ersten und letzten Stufe) und nicht rutschig? Ist eine Rampe vorhanden? Sind Handläufe vorhanden?
2. Sind die Lichtschalter leicht zu finden und zu betätigen, gibt es Bewegungsmelder?
3. Bei Ausstellungsräumen in Obergeschossen: Ist ein Aufzug vorhanden?
4. Ist ein automatischer Türöffner vorhanden?
5. Ist der Bodenbelag rutschhemmend?
6. Ist der Eingangsbereich / der Hausflur hell genug beleuchtet?
7. Ist die Eingangstür ausreichend breit (durchfahrbar mit Rollstuhl)?

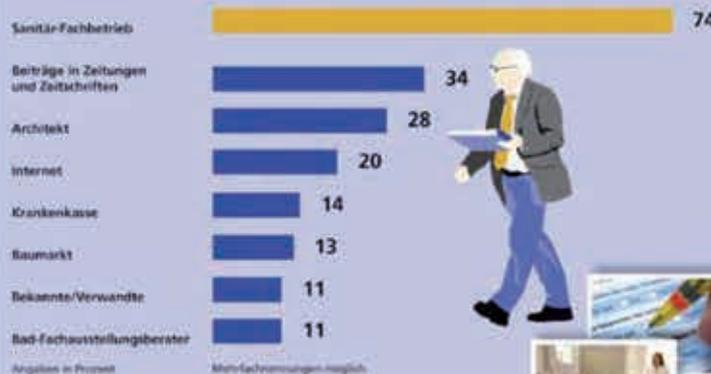
Der Ausstellungsraum

1. Barrierefreies Besucher-WC vorhanden?
2. Ist ein abgeschlossener (geschützter) Beratungsraum vorhanden?
3. Ist die Bewegungsfreiheit in den Ausstellungsräumen bei Nutzung von Rollstühlen und Rollatoren gegeben?
4. Ist der Fußbodenbelag rutschhemmend?
5. Werden die Exponate im Vergleich zum Hintergrund kontrastreich dargestellt?
6. Ist die Beleuchtung auch für Besucher mit einer Sehschwäche ausreichend?
7. Werden Blendungen, Reflexionen, Spiegelungen weitgehend vermieden?
8. Ist die Farbgebung der Wände warm?
9. Sind die Decken von den Wänden farbig abgesetzt gestaltet?
10. Sind Informationsschilder gut lesbar?
11. Können die Ausstellungsexponate getestet werden?
12. Sind Kataloge zum Mitnehmen vorhanden?
13. Werden Komplettlösungen dargestellt?
14. Entspricht die Größe der Kojen in etwa der Größe der Kundenbäder?
15. Ist eine Mappe mit Kundenbädern (Referenzbäder) einsehbar?
16. Werden in der Ausstellung Hilfsmittel präsentiert?
17. Wenn ja, erfolgt die Präsentation nur bei Bedarf?
18. Ist der Beratungstisch mit einem Rollstuhl unterfahrbar?



Eigene Kompetenzliga

Wo sich die Deutschen über altersgerechte Bäder informieren



oöo-grafik

© Vereinigung Österrische Sanitärwirtschaft (ÖSD) 08/2012
Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)

Menschliche Qualifikation

1. Verfügen die Mitarbeiter über spezifische Kenntnisse zum barrierefreien Bad?
2. Sind Ihre Mitarbeiter im Umgang mit der Datenbank www.shk-barrierefrei.de geschult?
3. Verfügen die Mitarbeiter über spezifische Kenntnisse zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen, die die Barrierefreiheit des Badezimmers unbedingt erfordern?
4. Haben Ihre Mitarbeiter Kenntnisse zu den Finanzierungswegen des barrierefreien Bades?

→ **INFO**

Weiterbildung für höherwertigen Badverkauf

Die Bad-Akademie bietet ein umfassendes Schulungspaket, das auf mehreren Modulen basiert. In dieser siebenteiligen SBZ-Serie stellen wir die wesentlichen Inhalte der Kurse als Optimierungsanregung für die tägliche berufliche Praxis und als Einladung zum vertiefenden Besuch der Bad-Akademie vor.

SBZ 22/2013 – Teil 1: Den Bad-Verkauf managen – Das richtige Prozessmanagement

SBZ 03/2014 – Teil 2: Altersgerechtes Wohnen – Kompetenzfeld barrierefreie Bäder

SBZ 06/2014 – Teil 3: Erfolgsmanagement – Wie man hochwertige Bäder verkaufen kann

SBZ 09/2014 – Teil 4: Bäder als Lebensräume – Grundlagen der Badgestaltung

SBZ 10/2014 – Teil 5: Wer kauft eigentlich Bäder? – Kundenanalysen des Bädermarktes

SBZ 18/2014 – Teil 6: Ran an die Verbraucher – Gewusst wie im Badmarketing

SBZ 21/2014 – Teil 7: Wie gehts weiter? – Nationale und internationale Badtrends

Alle Beiträge dieser Artikelserie finden Sie nach Veröffentlichung auch auf

→ www-sbz-online.de/dossiers

- Die DIN 18040 -1 „Barrierefreies Bauen – Planungsgrundlagen – Teil 1: Öffentlich zugängliche Gebäude“ umfasst die Planungsgrundlagen zur barrierefreien Ausführung und Einrichtung öffentlicher Gebäude und Arbeitsstätten.
- Die DIN 18040-2 „Barrierefreies Bauen – Planungsgrundlagen – Teil 2: Wohnungen“ ist die maßgebliche Norm für den privaten Bereich. Neu aufgenommen wurden sensorische Anforderungen und Schutzziele, wobei in der Regel die einzelnen Abschnitte zunächst jeweils zu erreichende Schutzziele nennen. Danach wird aufgezeigt, wie das Schutzziel erreicht werden kann. Ziel dieser Norm ist es, durch die barrierefreie Gestaltung des gebauten Lebensraums weitgehend allen Menschen seine Benutzung in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zu ermöglichen.

Unabhängig von allen Verordnungen und Vorschriften bietet darüber hinaus die Richtlinien der VDI 6000 einen Leitfaden für Planung, Bau und Betrieb, insbesondere die Blätter 1 und 5. Blatt 1:2008-02 „Ausstattung von und mit Sanitärräumen – Wohnungen“ beschäftigt sich mit der Planung, Bemessung und Ausstattung von Sanitärräumen, wie Bad, Gäste-WC, Küche, Waschküche und Hausarbeitsräume in Wohnungen. Es gilt dabei für Mietwohnungen, Eigentumswohnungen und Appartements in Ein- und Mehrfamilienhäusern. Blatt 5: 2004-11 „Ausstattung von und mit Sanitärräumen – Seniorenwohnungen, Seniorenheime, Seniorenpflegeheime“ beschäftigt sich mit der Planung, Bemessung und Ausstattung von Sanitärräumen in Altenwohnungen, -wohnheimen und

-pflegeheimen. Insbesondere für die Bereiche Bad und Küche in Wohnungen gehen die Hinweise und Empfehlungen auf die Bedürfnisse älterer Menschen ein.

Auch die Landesbauordnungen erhalten schließlich Hinweise auf barrierefreies Bauen, so z. B. die Landesbauordnung NRW für den privatwirtschaftlichen (Geschoss-) Wohnungsbau: Danach müssen in Gebäuden mit mehr als zwei Wohnungen, diese innerhalb eines Geschosses barrierefrei erreichbar sein und in diesen Wohnungen die Wohn- und Schlafräume, eine Toilette, ein Bad und die Küche oder Kochnische mit dem Rollstuhl zugänglich sein. Abweichungen sind nur bei unverhältnismäßigem Mehraufwand ausnahmsweise zugelassen.

Planungsansatz Design für alle

Planungsansatz, wie er im Modul der Bad-Akademie vermittelt wird, ist ganz bewusst ein „Design für alle“, das sich an den größtmöglichen Benutzerkreis richtet. „Design für alle“ steht dabei für eine(n)

- breite Nutzbarkeit auch bei den verschiedensten körperlichen Einschränkungen
- Flexibilität der Nutzung in jeder Lebensphase
- einfache und intuitive Nutzung durch jeden Bediener
- sensorisch wahrnehmbare Information, auch für sehgeschwache oder akustisch eingeschränkte Nutzer
- Fehlertoleranz, die Fehlbedienungen durch den oder die Nutzer einkalkuliert und auch verzeiht
- geringen körperlichen Aufwand, auch für schwächere Menschen bei der Nutzung
- Großzügigkeit und ausreichendes Platzangebot.

Ein barrierefreies Bad für alle Zielgruppen und Anwendungen kann es angesichts der unterschiedlichen Aufgabenfelder dabei nicht geben. Vielmehr gilt es jeweils die Besonderheiten und Schwerpunkte der Planung zu erkennen:

- Die altersgerechte Bestandsanpassung legt mit der „barrierearmen“ Planung den Schwerpunkt auf das Thema „Sicherheit“ im Alter.
- Der Komfortbad-Umbau erleichtert durch individuelle Produktlösungen die Nutzung und legt damit den Schwerpunkt auf den auch generationenübergreifenden Komfortgedanken. Hier – wie auch bei der altersgerechten Bestandsanpassung – handelt es sich beim barrierefreien Umbau in der Regel vor allem um eine Wohnumfeldverbesserung.
- Umbau und Neubau gemäß der DIN 18040 1/2 haben ihren Schwerpunkt bei notwendigen Umbaumaßnahmen infolge von Unfall und Krankheit mit individueller Anpassung an das Krankheitsbild oder den Grad der Einschränkung des Betroffenen.
- Öffentliche Sanitärräume in Gastronomie, Schulen, Hotels, Pflegeeinrichtungen tragen durch barrierefreie bzw. barrierearme Gestaltung dem Gedanken der Inklusion Rechnung, also der gleichberechtigten Teilnahme am Leben.

All diese Dinge werden im Modul „Barrierefreies Bad“ vertieft. In kleinen Arbeitsgruppen erarbeiten die Teilnehmer anhand von Fallbeispielen und echten Grundrissen Lösungen für mögliche Anpassungen des Badezimmers. Die Projekte werden gemeinsam diskutiert. Ziel ist der Transfer der theoretischen Kenntnisse in die Praxis, das Entwickeln von Lösungen unterschiedlicher Varianten je nach Budget und Zukunftsszenario und der Austausch der Teilnehmer über Erfahrungen aus der Praxis. Am Ende stehen Bäder, die mit Blick in die Zukunft geplant sind und in denen keine Barrieren den Badgenuss trüben.

→ **AUTOR**



Rechtsanwalt **Jens J. Wischmann** ist Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. in Bonn. Als Dachverband von Handwerk, Großhandel und Industrie betreibt die VDS die Bad-Akademie. Telefon (02 28) 92 39 99 30, jwischmann@sanitaerwirtschaft.de, www.sanitaerwirtschaft.de

Als Dachverband von Handwerk, Großhandel und Industrie betreibt die VDS die Bad-Akademie. Telefon (02 28) 92 39 99 30, jwischmann@sanitaerwirtschaft.de, www.sanitaerwirtschaft.de