**Für alle Mediengruppen**

### Einiges erreicht und noch viel zu tun

Datum: 10.03.2015

**Aktion Barrierefreies Bad zieht positive Zwischenbilanz / Seriöse Verbraucherinformation als „zentrales Anliegen“ / Breites Aktivitätenspektrum / Von Internet-Plattform bis Glossar / Letztlich ein Generationenthema / Wachsende Bedeutung / Engagierte Brancheninitiative / Rückenwind aus Berlin / Neues Marktpartnerpaket**

**Frankfurt/Bonn – (vds)** Für Barrierefreiheit im Bad ist es nie zu früh, aber schnell zu spät. Um diese Erkenntnis breiten Bevölkerungskreisen zu vermitteln, startete die Sanitärbranche zur „ISH 2013“ eine firmen- und produktneutrale Aufklärungsoffensive. Zwei Jahre später zog die von der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e. V. und dem Zentralverband Sanitär Heizung Klima ins Leben gerufene Aktion Barrierefreies Bad an gleicher Stelle eine erste Zwischenbilanz ihrer bisherigen Arbeit und gab außerdem einen Überblick über grundsätzliche Themenaspekte sowie aktuelle Entwicklungen und Maßnahmen. „Obwohl wir in der relativ kurzen Zeit schon einiges erreicht haben, wissen wir, dass noch viel mehr zu tun bleibt“, fasste ihr Sprecher Jens J. Wischmann den Status quo zusammen.

Unstrittig sei, dass der demografische Wandel das komplexe Gebiet immer mehr in den Fokus der Öffentlichkeit im Allgemeinen und von Bauherren und Modernisierern im Besonderen rücke. Das bestätige u. a. die Marktforschung. So habe die für den Fachschriften-Verlag durchgeführte Ipsos-Studie „Der private Baumarkt 2014“ eine kräftig gewachsene Bedeutung des Renovierungsmotivs „barrierefrei / altersgerecht“ dokumentiert. 41 % der bis 2016 von knapp 12 Mio. Hausbesitzern geplanten baulichen Maßnahmen an bzw. in ihrem Eigenheim beruhen danach auf diesem Aspekt. Gegenüber der letzten Studie aus dem Jahre 2011 sei die Quote um über 10 Prozentpunkte gestiegen. Die Vermutung, dass das Bad von dem offenkundigen Trend überproportional profitiere, verfüge über ein stabiles Fundament. Das zeigten z. B. Quervergleiche mit anderen Untersuchungen.

Auch dadurch sieht sich die Brancheninitiative in ihrem „wichtigsten Anliegen“ bestärkt, das eine umfassende, fundierte und dauerhafte Information beinhalte. Dabei gehe es um von barrierefreien Bädern zu erfüllende Basisanforderungen und ihre praktische Umsetzung ebenso wie um die vielfältigen Kriterien bei Planung, Normung und Förderung. So sei die von staatlicher Seite gewährte finanzielle Unterstützung bei einem altersgerechten Umbau eines Bades offenbar kaum bekannt. Das beweise eine aktuelle, repräsentative Recherche des forsa-Institutes im Auftrag der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). Danach fühlen sich 53 % der Bürger „überhaupt nicht“ und 23 % „weniger gut“ informiert. Lediglich 22 % bezeichnen sich als „gut“ oder „sehr gut“ unterrichtet.

**Für alle Lebensphasen**

Um diesen und anderen Wissensdefiziten zu begegnen, habe man bereits ein breites Aktivitätenspektrum konzipiert und realisiert. Konkrete Beispiele dafür sind nach Aussage von Wischmann eine intensive Pressearbeit, die spezielle Internet-Plattform www.aktion-barrierefreies-bad.de, ein umfangreiches Glossar in Online- und Broschüren-Version zur Erläuterung von 100 bzw. 50 relevanten Begriffen sowie ein eigenes Informationsbüro.

Zu den zentralen Kommunikationsthemen gehöre es, die Vorteile barrierefreier Bäder in allen Lebensphasen transparent zu machen und sie gleichzeitig vom Stigma der „Krankenhausatmosphäre“ zu befreien. Ausstattungen im „Universal Design“ seien von Jung und Alt, von gesunden, kranken sowie behinderten Menschen gleichermaßen nutzbar und erforderten keine speziellen Lösungen etwa bei einem körperlichen Handicap. Gut durchdachte Produkte schlagen, wie es heißt, die Brücke zwischen dem erholsamen Baderlebnis einerseits und den Qualitäten des generationenübergreifenden Gebrauchswertes andererseits. Bodenebene Duschen, höhenverstellbare Waschtische und WCs, kippbare Spiegel, schwellenlose Duschrinnen, bedienfreundliche Armaturen, Brausen und Möbel und moderne (Sensor-)Technologien stünden exemplarisch für die Verzahnung von Ästhetik, Sicherheit, Komfort und Bequemlichkeit.

Besonders freut sich Wischmann über den jüngsten Rückenwind aus Berlin. Anfang 2015 übernahm Bauministerin Dr. Barbara Hendricks die offizielle Schirmherrschaft über die Aktion Barrierefreies Bad. Das trage „zweifellos“ zur noch größeren Akzeptanz der Initiative und zu ihrer Etablierung als bundesweite Anlaufstelle bei.

Neu im Dienstleistungsangebot ist seit der Frankfurter Messe ein so genanntes „Marktpartnerpaket“ mit Infoblatt, Poster und Flyer. Mit dem vielfältig einsetzbaren Trio wolle man Fachbetriebe bei der gezielten Verbraucheransprache und -beratung „vor Ort“ unterstützen. Schließlich komme es für die Sanitärprofis auch oder gerade auf diesem „zentralen Kompetenzfeld“ auf eine überzeugende Positionierung und Differenzierung an.

***Hinweis an die Redaktion:*** *Ausführliche Unterlagen über die Aktion Barrierefreies Bad stehen in einer separaten Pressemappe zur Verfügung.*

**Bildtexte**

Ein in Online- und Broschüren-Version verfügbares Glossar zur Erläuterung von 100 bzw. 50 wichtigen Begriffen gehört zu dem bisherigen Aktivitätenprogramm der Aktion Barrierefreies Bad. Mit ihrer Initiative will die Sanitärbranche einen „umfassenden Beitrag“ zur seriösen und fundierten Verbraucheraufklärung leisten. Dabei kann sie inzwischen auch auf die offizielle Schirmherrschaft durch das Bundesbauministerium verweisen.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4407

Mit einem neuen „Marktpartnerpaket“ unterstützt die Aktion Barrierefreies Bad engagierte Fachbetriebe bei der gezielten Endverbraucheransprache. Es besteht aus Infoblatt, Poster und Flyer und bietet vielfältige Einsatzmöglichkeiten „vor Ort“. Druck-pdfs des Trios stehen unter www.aktion-barrierefreies-bad.de/marktpartnerpaket zum Download zur Verfügung. Es soll letztlich die nationalen Aktivitäten der Initiative auch auf regionaler bzw. lokaler Ebene sinnvoll ergänzen, hieß es zur „ISH 2015“.

**Foto:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS) Bild 4410

Abdruck frei – Beleg erbeten