



Thematisch wichtiger denn je: „Hygiene-Welle im Bad“ zur ISH digital 2021

Frankfurt am Main, 03.02.2021.

Sauberkeit durch schmutz- und bakterienresistente Oberflächen, berührungslose Armaturen und hygienische Komfort-WCs: Hygiene im Bad ist so gefragt wie nie. Die Sanitärwirtschaft bietet smarte Lösungen für wachsende Hygieneanforderungen – egal, ob für das Hotel-Bad, die öffentliche Toilette oder das private Lifestyle-Badezimmer. Auf der Weltleitmesse für Wasser, Wärme, Klima werden Lösungen vom 22. bis 26. März 2021 digital vorgestellt und diskutiert.

Nicht nur in Zeiten von Corona ist Hygiene im Bad ein sensibles Thema. Mit der weltweiten Pandemie-Erfahrung rückt die Sauberkeit im Bad so stark in den Fokus, dass den hygienischen Produkteigenschaften der Sanitärausstattungen sowohl für renovierungswillige Konsumenten als auch für Architekten und für Projektplaner öffentlicher Einrichtungen große Bedeutung zukommen.

Dabei ist das Thema gleich aus mehreren Blickwinkeln interessant: Hygieneeigenschaften von Sanitärprodukten sind aus Sicht der Gesundheitsvorsorge, aber auch aufgrund ihres Effekts auf Pflegeanforderungen und in Bezug auf Nachhaltigkeit von Interesse. Hygienefunktionen gehen häufig mit Digitalisierung von Wohnfunktionen einher und sind im Design zunehmend „unsichtbar“. Bedeutet: Gemessen an ihrer beschriebenen großen Bedeutung sind sanitäre Hygiene-Features „auffällig unauffällig“. Umso mehr lohnt es sich deshalb, genauer hinzuschauen.

Hygieneanforderungen rücken in den Fokus – im privaten und (halb-)öffentlichen Raum

Naheliegender bei der Betrachtung von hygienischen Sanitärprodukten ist der Sicherheitsaspekt – und zwar nicht nur aus rein funktionalen Gründen, sondern vor allem zum Schutz vor Bakterien und Viren. Das gilt für Sanitäreinrichtungen im öffentlichen ebenso wie für den privaten Bereich. Hier erhöht sich zudem mit der Entwicklung des Badezimmers zum Lifestyle-Zimmer nicht nur die Aufenthaltsqualität, sondern unter anderem durch Home Office auch die Aufenthaltsdauer und damit einhergehend die Erwartung an eine Wohlfühlumgebung.

Insgesamt hat sich die Sensibilität für Sauberkeit und Sicherheit aufgrund der aktuellen Entwicklungen deutlich erhöht. Lösungsangebote hierfür sind seitens der Industrie bereits vorhanden. „Im Bereich Hygiene muss das Bad nicht neu erfunden werden“, sagt Jens Wischmann, Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). „Das Badezimmer ist eigentlich sowieso einer der saubersten Räume in der Wohnung. Das

liegt an den Oberflächen und den modernen Produkten, die hier heute bereits zum Standard gehören.“

Im halböffentlichen und öffentlichen Raum hat das Thema Hygiene aktuell noch eine weit größere Relevanz. Die Hospitality-Branche beispielsweise muss neue Hygienekonzepte entwickeln. Aber auch viele sanitäre Einrichtungen für Büroräumlichkeiten, Event-Locations oder im öffentlichen Raum müssen auf Basis der erhöhten Hygieneanforderungen angepasst und umgerüstet werden. Auch hier bietet die Sanitärwirtschaft zahlreiche Lösungen an.

Schaut man sich den Bereich Krankenhaus bzw. Pflege an, so bekommt das Thema Hygieneanforderungen eine noch größere Bedeutung. Laut der Helios-Kliniken-Gruppe infizieren sich jedes Jahr etwa 600.000 Patienten in deutschen Krankenhäusern mit Keimen. Rund 400.000 dieser im Krankenhaus erworbenen Infektionen sind nicht vermeidbar – auch wenn in der Hygiene des Krankenhauses alles richtig gemacht wurde. Diese Infektionen werden durch patienteneigene Keime verursacht. Aber: Rund 200.000 der in deutschen Kliniken erworbenen Infektionen sind vermeidbar, wenn Hygieneregeln streng eingehalten werden.

Gehen Hand in Hand: Produkt-Pflege und Nachhaltigkeit

Die Pflegeeigenschaften von Sanitärprodukten sind oft direkt mit dem Thema Hygiene verbunden. Dank neuester antimikrobieller Technologien und Oberflächen lassen sich Waschtisch, Wanne und WC ganz einfach sauber beziehungsweise hygienisch rein halten. Bei der speziellen Oberfläche handelt es sich um eine in die Keramik eingebrannte Beschichtung, auf der sich Schmutz und Kalk nicht halten, so dass Rückstände mit dem Wasser leichter abfließen. Zudem soll das Bakterienwachstum signifikant gehemmt werden.

Auch für Waschtischkonsolen und Toilettensitze gibt es ähnliche Lösungen, die ein mikrobielles Wachstum verhindern. Moderne WCs verfügen zudem über eine Wasserspülung, die ohne Spülrand auskommt und somit kaum Angriffspunkte für Bakterien oder Keime bietet. Ein weiterer Vorteil ist die Umweltfreundlichkeit bei der Pflege der Sanitärprodukte, denn hier kann auf aggressive WC-Reiniger weitgehend verzichtet werden.

Jens Wischmann hebt zudem den Nachhaltigkeitsaspekt hervor: „Wasserführende Hygiene-Produkte im Bad stellen zweifelsohne einen Wachstumsmarkt dar. Und bei vielen der hygienischen Sanitärprodukte ist der Aspekt der Nachhaltigkeit bereits inkludiert. Ich erwarte zur ISH digital 2021 weitere Produkt- und Dienstleistungs-Neuheiten aus dem Bereich Hygiene.“

Produktinnovationen rund um das WC: Mehrwert bei Hygiene und Komfort

Bei der Minimierung der manuellen Oberflächenkontakte bringt vor allem die Digitalisierung von WC und Armatur große Vorteile. So verbirgt sich etwa hinter einigen WC-Betätigungsplatten eine Sensortechnologie, mittels derer die Spülung ganz berührungsfrei mit einer Handbewegung ausgelöst werden kann. Einige Sanitärhersteller gehen einen Schritt weiter und bieten WCs mit einer „Mitdenk“-Funktion an, die das Spülen selbständig auslöst. Das hat einen weiteren Vorteil: Keimbildung durch Stagnationswasser – beispielsweise aufgrund von Abwesenheit der Bewohner oder Leerstand – kann so verhindert werden.

Bei vielen Ausstattungsvarianten von Dusch-WCs ist es teilweise nicht einmal mehr nötig, den Deckel anzufassen. Durch Sensorsteuerung öffnet und schließt der sich ganz einfach automatisch, wenn sich ein Nutzer der Toilette nähert. Viele Dusch-WCs verfügen sogar über eine Bluetooth-Schnittstelle und können mit dem Smartphone bedient werden. Je nach Ausstattung verfügen die Dusch-WCs zudem über eine integrierte Selbstreinigungsfunktion.

Überzeugen auf ganzer Linie: Berührungslose Konzepte

Bei der Pflege von Waschbecken und Armaturen wird neben der verbesserten Hygiene ein weiterer Vorteil der berührungslosen Modelle deutlich: Da kein Bedienelement angefasst werden muss, tropft auch kein Wasser von den Händen auf den Mischer. Dadurch kommt es zu weniger Wasserflecken und Kalkrückständen auf der Armaturenoberfläche. Eine sinnvolle Ergänzung ist zudem der berührungslose Seifenspender. Neben seiner Funktion als Spender für Schaumseife oder Desinfektionsschaum am Waschtisch, kann er auch als Hygieneschaumspender am WC eingesetzt werden. Mit etwas Hygieneschaum lässt sich ein normales Toilettenpapier einfach in ein Feuchttuch verwandeln, das ohne Bedenken in die Toilette geworfen werden kann.

Zukunft gestalten

Man kann festhalten: In öffentlichen oder halböffentlichen Einrichtungen wie Bürokomplexe, Restaurants, Fitness-Studios, Hotels, Veranstaltungsstätten, Schulen oder Universitäten, besonders aber in Krankenhäusern und Pflegeheimen, hat sich Hygiene als besonders sensibler Bereich erwiesen.

Berührungslose Produkte werden dabei zukünftig eine Schlüsselrolle spielen (müssen). Die Technik ist ausgereift und kann helfen, die auch mit der Pandemie-Erfahrung gewachsenen Hygieneanforderungen umzusetzen. Die berührungslosen Armaturen unterscheiden sich optisch zudem kaum noch von konventionellen Modellen: Aufgrund der fortschreitenden Miniaturisierung der Sensortechnologie kann das Design der Armaturen dem Umfeld der Architektur angepasst werden.

Mit modernen Armaturen lassen sich darüber hinaus Wasserdurchlaufzeit, Sensorempfindlichkeit oder eine automatische Hygienespülung per App über ein Smartphone oder ein Tablet einstellen. Reinigungszeiten, Spülintervalle und Spüldauer werden dabei individuell angepasst. Armaturen gibt es sowohl netz- als auch batteriebetrieben, wobei die Niedrigenergie-Elektronik eine lange Lebensdauer ohne Batteriewechsel gewährleistet.

Weniger Wassereinsatz beim WC und beim Händewaschen, Energieeinsparungen durch bedarfsgerechten Wasserfluss von warmem Wasser, Reduzierung von Reinigungsmitteln, berührungslose Komfortfunktionen im privaten Bad und im Hotel-Bad, lange Nutzungszeiten durch langlebiges Design und hoher Qualitätsstandard: die Hygiene-Ideen der deutschen Sanitärwirtschaft sind nicht nur effektiv und komfortsteigernd, sondern vor allem auch nachhaltig.



Berührungslose Armaturen werden zunehmend in privaten Haushalten eingesetzt: Aufgrund der fortschreitenden Miniaturisierung der Sensortechnologie kann das Design der Armaturen dem Umfeld der Architektur angepasst werden. (Foto: Dornbracht; Touchfree)

Detaillierte Informationen über die ISH digital gibt es unter www.ish.messefrankfurt.com.

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.ish.messefrankfurt.com/presse

Ins Netz gegangen:

www.ish.messefrankfurt.com/facebook

www.ish.messefrankfurt.com/twitter

www.ish.messefrankfurt.com/youtube

www.ish.messefrankfurt.com/linkedin

www.instagram.com/building.technologies.messeffm

**Ihr Kontakt:**

Aleksandra Götz

Tel.: +49 69 75 75-6144

Aleksandra.Goetz@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Zur Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehören rund 2.500* Mitarbeitende in 30 Tochtergesellschaften. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 738 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

*vorläufige Kennzahlen 2020