



1. Kreativ-Wettbewerb:  
SBZ proudly presents

# Die besten Kreativ- Badplaner Deutschlands

den am 16. März die Gewinner des 1. Kreativ-Wettbewerbs „Menschen im Bad“ gekürt. Von den rund 100 eingereichten Badplanungen konnten viele durch Fantasie, Kreativität und Sachverstand überzeugen.

Die Preisträger stehen fest: Im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung am Rande der Branchenmesse SHK Essen wur-

Zur Vorgeschichte: Ende 2003 schrieben die SBZ und der TGA-Fachplaner gemeinsam mit den Industriepartnern Illbruck, Dornbracht und Alape zum ersten Mal einen Wettbewerb für außergewöhnliche Badraumkonzepte aus. Dabei folgte das Projekt einem praxisorientierten Ansatz, der den Menschen mit seinen individuellen Vorlieben und Anforderungen bei der Badplanung in den Mittelpunkt stellt. Der Fachpreis wurde also auch für gestalterische Fantasie, fachliches Können und menschliches Einfühlungsvermögen vergeben.

## Realistische Aufgaben kreativ gelöst

Erstes Resümee: Es gibt eine Menge Talent und Engagement, aber auch Realitätssinn und Selbstbewusstsein im Fachhandwerk. Die Nachwuchsgeneration – vor allem die weibliche – überwog dabei leicht in der Gruppe der Preisträger. Doch insgesamt repräsentieren die „20 Besten“ ein breites Spektrum an Installateuren, Großhändlern und Badplanern: von jung bis erfahren, vom CAD-Anhänger bis zum überzeugten Handzeichner, vom Existenzgründer bis zum Marketing-Crack, vom Angestellten großer Betriebe bis zum planenden Fir-

meninhaber. Einhellige Meinung unter den Teilnehmern: Die Idee, für die – nicht realen, aber realistischen – Charaktere Stephanie, Michael und Corinna zu planen, war als Wettbewerbsrahmen inspirierend und erfrischend. Besonders die Aufgabe, mal ein richtiges Single-Bad entwerfen zu können, fand viele Freunde. An zweiter Stelle der Beliebtheitskala standen die „Best Ager“ Renate und Karl-Heinz. Die Familie mit ihren allzu konkreten Problemen und Kompromissanforderungen fand die wenigsten innovativen Lösungsansätze. Das Familienbad zu planen, reizte wohl weniger, weil es für viele täglich Brot bedeutet.

Die Schwierigkeiten im Wettbewerb spiegeln damit 1:1 die realen Probleme wider. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Außergewöhnliche Raumkonzepte, bei denen sich die Gestaltung zum Teil deutlich weg von der Wand bewegte, waren keine Seltenheit. So fanden die Juroren Andreas Dornbracht und Sabina Illbruck, die Innenarchitektin Vera-Bettina Lenz und Designspezialist und SBZ-Redaktionsmitglied Frank A. Reinhardt frische Ideen vor. Die zum größten Teil liebevoll bis ins Detail geplanten Entwürfe berücksichtigten nicht nur Möbel, Objekte und Licht, sondern auch Boden, Wand, Decken und sahen – wie in der Aufgabenstellung als Option angedeutet – Veränderungen des Grundrisses vor. Der Umgang mit Formen, Farben, Produkten und Materialien hat sich nicht nur bei den acht Hauptgewinnern von den alltäglichen „Standardbadplanungen“ wohltuend abgehoben. Einmal mehr wurde deutlich, dass Badplaner für die erfolgreiche Kundenakquisition eine individuelle



**Small Talk rund um den Wettbewerb: (v.l.) Illbruck-Geschäftsführer Holger May, SBZ-Chef-Redakteur Dirk Schlattmann, Markus Müller, Alape und Andreas Dornbracht**

Ansprache und bedarfsspezifische Lösungen anbieten müssen. Die Wettbewerbs Teilnehmer mussten sich bei diesem Ansatz, genauso wie im Alltagsgeschäft in die Geschichte und die Bedürfnisse ihrer Kunden hineindenken und eine zielorientierte Lösung anbieten.

### Die Qual der Wahl

Die Ermittlung der Top 20 beschäftigte die Jury mehrere Tage. Sie setzte sich intensiv mit den Plänen, Ideen und Zielgruppengeschichten auseinander. Alle Einsendungen wurden von den vier Juroren unter der Zuhilfenahme eines ausgeklügelten Punktesystems bewertet. Schnell offenbarten sich nicht nur große Unterschiede in der Umsetzung. Einige Teilnehmer planten aufwändig und mit zum Teil gekonnter Hand

– zeichnerisch wie konzeptionell. Andere Arbeiten wiederum offenbarten einen Nachholbedarf, beispielsweise in Stil- oder Zeichenkunde. Für einen Teil der Teilnehmer war offensichtlich die Zeit zu knapp, fehlten doch entweder Beleuchtungspläne, Collagen oder die geforderte Fortschreibung der Zielgruppenstories. Hier verhält es sich jedoch ähnlich wie in der Schule: Wer nicht alle Aufgaben löst, kann auch keine „eins“ bekommen. „Die Herausforderung lag in der Aufgabe, den Kundenwunsch zu ermitteln und aufgrund der Zielgruppenporträts ein Interieur zu schaffen“, so Jurymitglied Andreas Dornbracht. Mangelndes Einfühlungsvermögen führte deshalb gleich in der ersten Bewertungsrunde zum Aus für viele Wettbewerbsbeiträge. „Dies ist eine schwierige Aufgabe, die vom Planer oft unterschätzt wird“, unterstreicht

**Aus dem gesamten Bundesgebiet waren die Wettbewerbs-Teilnehmer zur „Kreativ-Party“ und Siegerehrung nach Essen gekommen**



## Der Kreativ-Wettbewerb „Menschen im Bad“

**Konzept:** Der Wettbewerb hatte die Auszeichnung herausragender Entwürfe zur ganzheitlichen Badgestaltung zum Gegenstand. Ziel ist die Förderung des Diskurses über innovative Raumkonzepte im Bad durch die Fachöffentlichkeit sowie die Anregung eines produktiven Austauschs zwischen Badplanern und Herstellern der Industrie. Gesucht wurden frische Ideen und ausgefallene Lösungen. Bei der Bewertung wurde auch die Fortschreibung der Zielgruppenstory berücksichtigt.

**Veranstalter:** Die Fachzeitschriften SBZ und TGA-Fachplaner sowie die Firmen Dornbracht, Illbruck und Alape.

**Teilnehmer:** Teilnahmeberechtigt waren Badplaner aus Handwerk und Handel sowie TGA-Fachplaner. Sie mussten geistiger Urheber der eingereichten Unterlagen und Entwürfe sein.

**Wettbewerbsinhalt:** Zielgruppenspezifische Gestaltungskonzepte nach drei Kategorien: 1. Single, 2. Best Ager, 3. Familie. Die Zielgruppenprofile und der Grundriss waren vorgegeben, um eine Vergleichbarkeit der Lösungsvorschläge zu gewährleisten. Je Teilnehmer konnte je Kategorie ein Badentwurf eingereicht werden, und zwar in Form von freien Handskizzen oder computerunterstützten Plänen. Bei der Produktauswahl war der Planer vollkommen frei.

**Jury:** Die Jury bestand aus Andreas Dornbracht, Sabina Illbruck, Vera-Bettina Lenz (Innenarchitektin) Frank A. Reinhardt für die SBZ

**Preise:** Ausgezeichnet wurden die zwei Erstplatzierten je Kategorie. Die Jury vergab zudem zwei Sonderpreise. Sieger und Sonderpreisträger gewannen je einen dreitägigen, fachkundig angeleiteten Kreativworkshop „Maritimes Bad“ auf den Balearen und ein anschließender dreitägiger Segeltörn.



Sorgfältige Auswertung im Illbruck-Bahnhof durch die Jury: (v. l.) Sabina Illbruck, Andreas Dornbracht, Vera-Bettina Lenz und Frank A. Reinhardt

Frank A. Reinhardt, Ideengeber des Wettbewerbs, die Bezugnahme auf die Praxis.

Hinweise in den Texten und die im Grundriss angelegten Optionen auf und veränderten nicht nur den Raumcharakter des Bades, sondern integrierten das Bad in das anschließende Schlafzimmer. So entstanden jenseits der Standard-Badplanung interessante Raumsituationen, die einen Trend der aktuellen europäischen Innenar-

### Vom Badezimmer zum Wohnbad

Ausgangsbasis für alle drei Zielgruppenlösungen war der identische Grundriss einer Etagenwohnung. Viele nahmen die



chitektur aufnehmen. „Ich finde es hervor-  
ragend, dass Wohnbereiche zusammenge-  
legt wurden. So kommt dem Badezimmer  
als Mittelpunkt in der Wohnung eine zu-  
nehmende Bedeutung zu“, zeigte sich  
Jurymitglied Sabina Illbruck angetan. Be-  
sonders großen Zuspruch fand die Planung  
für das Single-Bad von Stefanie. Man – und  
besonders gerne frau – schien dankbar, in  
der Planung einmal keine Rücksicht auf  
weitere (mögliche) Mitbewohner oder Gä-  
ste nehmen zu müssen. Bei Stefanie muss  
halt alles sehr schnell gehen, deshalb wur-  
de im Entwurf auf Türen auch schon mal  
ganz verzichtet.

## Freiheit wurde häufig zu wenig genutzt

Überhaupt konnten sich die Juroren über  
viele kleine, durchdachte Details freuen.  
Aufgrund des praxisbezogenen Ansatzes  
waren futuristisch gestaltete Bäder hier eher  
fehl am Platze. Dennoch empfand die Jury,  
dass die Freiheit in Sachen Budget, Pro-  
duktauswahl und Stil bei einem Großteil der  
Einsendungen noch zu wenig genutzt wur-  
de, und viele Entwürfe sehr vorsichtig aus-  
gefallen sind. Die Collage erwies sich als  
beliebtes und effektives Mittel, um die Ma-

terial- und Farbvorstellung zu visualisieren.  
Hier bewiesen einige Teilnehmer ein hohes  
Kreativpotenzial. Insgesamt fiel jedoch auf,  
dass die Chance, experimentelle Bäder zu  
gestalten, von vielen Teilnehmern nicht er-  
griffen wurde. Erkenntnis: Zum Bad gehört  
nicht nur eine Raumplanung, sondern auch  
eine stilistische Vorstellung – und gerade in  
diesem Bereich sind Schwächen zu sehen.  
Als Innenarchitektin und Seminarleiterin  
hatte Vera-Bettina Lenz schon häufig Ge-  
legenheit, ihr Wissen ins Fachhandwerk zu  
vermitteln. Doch der Wettbewerb machte  
auch ihr klar, dass eine einheitliche Ausbil-  
dung zum Badplaner nach einem festge-  
legten Standard in Deutschland fehlt. „Sich  
vorzustellen, wie eine Person sich im Bade-  
zimmer bewegt und welche Auswirkung  
dies auf die Badgestaltung haben könnte,  
scheint für viele noch schwierig zu sein“,  
wies Jurymitglied Lenz auf den wunden  
Punkt.

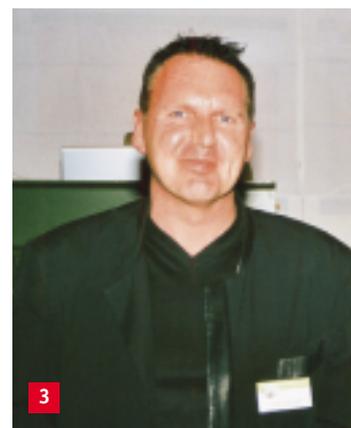
## Handzeichnung schlägt Computerbadplanung

Eine weitere Erkenntnis des Wettbewerbs  
war, dass computergestützte Badplanungs-  
programme immer noch sehr stark kreati-  
ven Beschränkungen unterliegen. Dies wur-

de deutlich, da der Wettbewerb die indivi-  
duellen Bedürfnisse von Menschen in den  
Vordergrund rückte und nicht rund um die  
technischen Gegebenheiten „herum“ ge-

- 1** Sabina Illbruck, Andreas Dornbracht und Dirk Schlattmann (SBZ) überreichten Urkunden und Preise an die Gewinner, hier an Alexandra Dold von der Fleig Versorgungstechnik Hausach in der Kategorie „Klassische Familie“
- 2** An Lütfiye Erbas von der Kachel Bädergalerie in Heilbronn in der Kategorie „Single“
- 3** An Elisabeth Langen von der Langen KG in Trier in der Kategorie „Best Ager“
- 4** An Dirk Kaiser von der Kaiser Haustechnik GmbH in Reppenstedt, der einen Sonderpreis für Kreativität und Engagement erhielt
- 5** An Ingrid Kreuz von der Kreuz GmbH in Schnaittach in der Kategorie „Single“
- 6** An Manfred Kerker von der Kerker GmbH in Schwabmünchen in der Kategorie „Best Ager“
- 7** An Tabea Schwedes von BadKultur Stuttgart in der Kategorie „Klassische Familie“
- 8** An Christof Schmid von der Firma Michel in Schorndorf, der einen Sonderpreis für die beste zeichnerische Darstellung erhielt





- 1** Eine aussergewöhnliche Kreativ-Planungsleistung brachte weitere 12 Teilnehmer unter die „Top-20“, hier Irene Kosok von der Laabs GmbH in Potsdam
- 2** Eine Top-20-Urkunde gab es für Holger Steup von der Steup GmbH in Mönchengladbach
- 3** Thomas von der Geest von gleichnamiger GmbH in Hamburg bei der Verleihung der Top-20-Urkunde
- 4** Top-20-Urkunde für André Michaelis von der Bad GmbH in Eichstätt
- 5** Freude über die „Top-20-Urkunde“: Anja Kirchgäßner von der Kirchgäßner GmbH Freudenberg
- 6** Top-20-Urkunde für Sonja Krause von der Reuter GmbH in Mönchengladbach
- 7** Top-20-Urkunde für Lutz Herrmann von der gleichnamigen Firma in Halle
- 8** Kerstin Czulwick von der Czulwick GmbH in Hüllhorst-Schnathorst mit Top-20-Urkunde



Initiative by



plant wurde. Die Handzeichnungen offenbaren Vorteile gegenüber der anonym wirkenden und weniger flexiblen Computergrafik. Selbst wenn die Planer die Programme gut beherrschen, lassen sie noch wenig kreativen Spielraum zu. Dies könnte im Ernstfall ein ausschlaggebender Punkt für die Entscheidungsfindung des Kunden bei der Auftragsvergabe sein. Hier sind die Programmanbieter gefordert mehr Flexibilität zu ermöglichen. So kamen bei Handzeichnungen häufig keine Standard-Duschwannen zum Einsatz, sondern freie Lösungen, die in den Raum gestellt werden konnten und von planerischem Mut zeugen. Um der zeichnerischen Darstellung mehr Gewicht zu verleihen, vergab die Jury einen Sonderpreis für die beste Badillustration.

„Es war in jedem Beitrag eine gute Idee enthalten – die Fokussierung auf die beschriebenen Zielgruppen fand ich ausgesprochen spannend“, fasste Andreas Dornbracht die Ergebnisse zusammen. Auch für Firmeninhaber und Segelprofi Michael Illbruck brachte der Wettbewerb interessante Erkenntnisse. „Ich glaube, es gab noch nie einen Wettbewerb, der so speziell auf mögliche Kunden zugeschnitten war. Vom Ergebnis bin ich absolut begeistert. Ich weiß, wie schwierig es ist, sich – bestückt mit den Vorstellungen des Kunden – in eine Planung zu begeben. Für die Teilnehmer war es sicher spannend, sich mit den Besten zu messen und zu erfahren wie andere unter gleichen Voraussetzungen geplant haben“.

## Die Kreativ-Sieger

Alle Wettbewerbsteilnehmer waren zu einer Kreativ-Party eingeladen, als am Rande der SHK Essen im Musicaltheater Colosseum die Top-20-Kreativ-Badplaner An-

erkennung, Urkunden und Preise erhielten. Besonders spannend wurde es, als die jeweils zwei Sieger je Zielgruppen-Kategorie benannt wurden. Es siegten:

### Kategorie „Single“

Lütfiye Erbas von der Kachel Bädergalerie in Heilbronn  
Ingrid Kreuz von der Kreuz GmbH in Schnaittach

### Kategorie „Klassische Familie“

Alexandra Dold von der Fleig Versorgungstechnik in Hausach  
Tabea Schwedes von BadKultur Stuttgart in Stuttgart

### Kategorie „Best Ager“

Elisabeth Langen von der Langen KG in Trier  
Manfred Kerker von der Kerker GmbH Schwabmünchen

Einen **Sonderpreis** für die beste zeichnerische Darstellung ging an Christof Schmid von der Firma Michel in Schorndorf. Ein weiterer Sonderpreis, diesmal für Kreativität und Engagement, erhielt Dirk Kaiser von der Kaiser Haustechnik GmbH in Rепенstedt.

Über die **Top-20-Auszeichnung** und damit zu den besten 20 Kreativ-Badplanern Deutschlands zu gehören freuten sich:

Anja Kirchgäßner von der Kirchgäßner GmbH Freudenberg  
André Michaelis von der „Das Bad GmbH“ in Eichstätt  
Claudia Bürgel von der Bürgel GmbH in Nienburg  
Cyrus Ghanai, von der Birk GmbH in Nürtingen  
Holger Steup von der Steup GmbH in Mönchengladbach

Irene Kosok von der Laabs GmbH in Potsdam

Kerstin Czulwick von der Czulwick GmbH in Hüllhorst-Schnathorst

Lutz Herrmann von der Firma Lutz Herrmann in Halle

Silke Rühle von der Rühle Haustechnik GmbH in Coswig

Sonja Krause von der Reuter GmbH in Mönchengladbach

Stefan Necker von der Necker GmbH in Unterschleißheim

Thomas von der Geest von gleichnamiger GmbH in Hamburg

**D**a für auch ein **herzlicher Glückwunsch** seitens der SBZ-Redaktion. Entsprechend der Zielsetzung des Wettbewerbs sind die Preise nicht als Geldprämie, sondern als Kompetenzgewinn konzipiert. Die Preisträger erwartet eine Mallorca-Woche, die es in sich hat. Erst findet ein dreitägiger Kreativ-Workshop unter dem Motto „Maritimes Bad“ statt. Unter der fachlichen Betreuung einer führenden spanischen Innenarchitektin werden außergewöhnliche Gestaltungskonzepte erarbeitet und die Erfahrungen mediterraner Badplanung weitergegeben. Der Workshop beinhaltet unter fachkundiger Anleitung Exkursionen in die interessantesten Badezimmer der Insel. Krönender Abschluss für die sechs Sieger und die zwei Sonderpreisgewinner wird ein dreitägiger Segeltörn sein. Da die Wettbewerbsorganisatoren von der Leistung und dem Engagement der 100 Teilnehmer beeindruckt waren, laden die Veranstalter alle noch zu einem zweitägigen Kreativ-Workshop ein. Weitere Infos über diese Veranstaltungen sowie Detailbeschreibungen der Top-20-Entwürfe finden Sie in den nächsten SBZ-Ausgaben. 😊



**Sieger und Veranstalter des 1. Kreativ-Wettbewerbs freuten sich über den gelungenen Wettbewerb. Vorne v. l.: Tabea Schwedes, Alexandra Dold, Ingrid Kreuz, Elisabeth Langen, Lütfiye Erbas und Sabina Illbruck. Hinten v. l.: Dirk Schlattmann (SBZ), Christoph Schmid, Manfred Kerker, Andreas Dornbracht und Dirk Kaiser**