

Mehr Komfort und bessere Hygiene dank Handtuchwärmer

Wohlgefühl mit Badheizkörper

Vor allem im Mietbereich kommen immer häufiger Handtuchstangen anstatt Badheizkörper zum Einsatz. Grund dafür sind nebst dem Kostendruck auch falsche Vorurteile bei Bauherren und Hausbesitzern. Durch den Verzicht auf einen Badheizkörper geht jedoch mehr als nur Behaglichkeit und der Komfort von vorgewärmten, hygienischen Bade- und Duschtüchern verloren.

Von Konrad Imbach, Geschäftsleiter «GebäudeKlima Schweiz», Olten SO

Aus dem kuschligen Bett direkt ins warme Badezimmer, in dem ein vorgewärmtes Handtuch für nach dem Duschen auf einen wartet. Ein separater Heizkörper im Badezimmer hat so seine Vorzüge. Nicht nur bezüglich persönlichem, dank raschem Aufheizen schnell verfügbarem Komfort. Auch was die Sauberkeit, das Raumklima, selbst den Energieverbrauch anbelangt. Und dennoch wird immer mehr aus Kostengründen auf einen solchen Badheizkörper verzichtet. Eine falsche Rechnung, findet Dominik Schlumpf, Produkt-Manager beim Hersteller Arbonia: «Schon ab 400 Franken bekommt man gute Modelle. Und spart damit weitere Heizkosten und beispielsweise auch Waschmaschinengänge. Wärme und Komfort muss nicht teuer sein.»

Gegen unhygienische Keime

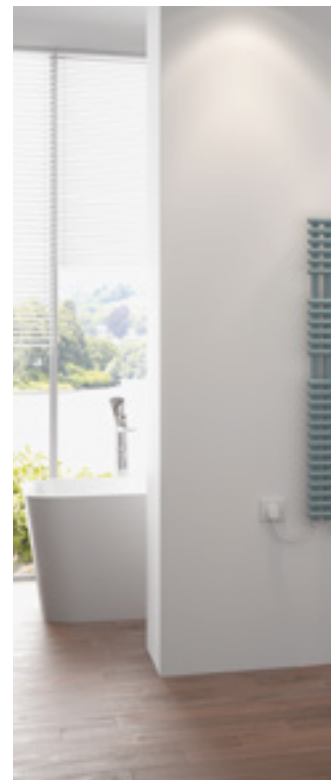
Die Rechnung ist schnell gemacht. Vor allem in Übergangsmonaten im Herbst und Frühling empfinden viele die Temperaturen in ihrem Badezimmer als zu kühl. Nur für die kurzen Zeiten im Badezimmer die Zentralheizung einzuschalten, ist jedoch weder energie- noch kosteneffizient. Hier kann ein elektrischer Badheizkörper gezielter Abhilfe schaffen. Denn moderne Anlagen lassen sich so programmieren, dass sie nur auf jene Zeiten hin heizen, während denen das Badezimmer auch wirklich genutzt wird. Gleichzeitig soll der Heizkörper natürlich auch zum Trocknen der Handtücher genutzt werden. «Mit 300 Watt pro Tag hat man ein Badetuch getrocknet. Das kostet rund sieben Rappen», rechnet Peter Jenzer vor. «Dafür lässt sich das Tuch länger benutzen», sagt der Teamleiter Key Account beim Hersteller Zehnder Group Schweiz AG. So ist ein Badheizkörper dann auch eine Frage der Hygiene. Im warmen, feuchten Klima, wie man es in Badezimmern häufig antrifft, verdoppeln sich Keime durchschnittlich alle zwanzig Minuten.

Der deutsche Industrieverband Körperpflege und Waschmittel empfiehlt, Dusch- und Badetücher wöchentlich ein- bis zweimal auszuwechseln und zu waschen. «Trocknet man die Tücher aber sofort nach dem Gebrauch, können diese Inter-

valle verlängert und die Raumhygiene verbessert werden. Somit spart man Waschgänge», so Peter Jenzer. Hinzu kommt, dass ein schnell getrocknetes Handtuch länger schön und flauschig bleibt – und genau das wünscht man sich doch nach dem Duschen oder nach einem Bad.

Schutz vor Schäden am Gebäude

Für Dominik Schlumpf, Produkt-Manager beim Hersteller Arbonia, gehört ein Badheizkörper in jeden Schweizer Haushalt: «Auch in Mietwohnungen. Hier sollte man keinen Unterschied nach Wohnsegment machen.» Davon würden nicht nur die Mieter, sondern auch die Vermieter profitieren. Dominik Schlumpf: «Manchmal sind es die kleinen Dinge, die eine Wohnung noch attraktiver machen.» Ausserdem schützen Hausbesitzer mit einem Badheizkörper die Substanz ihres Gebäudes. Neue, dichte Gebäudehüllen sind besonders anfällig auf ein zu feuchtes Raumklima. Das kann zu grossen Schäden am Gebäude führen. Entsprechend ist es im Sinne des Vermieters, dass im Badezimmer jeweils möglichst schnell wieder ein normales Raumklima herrscht.



Handtuchwärmer gibt es als Warmwasser-Versionen, im Mixbetrieb oder als rein elektrische Varianten.

Bilder: «GebäudeKlima Schweiz» / z.V.g.



Nebst den funktionalen Vorteilen ist ein Badheizkörper auch ein optisches Element in einem Bad, ob im Neubau oder in der Sanierung.



Experten empfehlen für Wohnräume 20 bis 21 Grad Celsius mit einer relativen Luftfeuchtigkeit zwischen 30 bis 50 Prozent. Letzteres kann durch das Durchlüften nach dem Duschen oder Baden erreicht werden. Nur entweicht dadurch auch wertvolle Wärme durchs Fenster oder übers Dach ins Freie. Idealer sei da ein Badheizkörper in Kombination mit einer modernen Komfortlüftung mit Wärmerückgewinnung, erklärt Peter Jenzer: «Der Heizkörper entnimmt dem Dusch- oder Badetuch möglichst schnell die Feuchte, welche anschliessend über die Komfortlüftung abgeführt wird, während die zurückgewonnene Wärme wieder genutzt werden kann. Eine Methode, die dank zusätzlichem Komfort auch mehr Anreize für Mieter schafft als das Lüften über die Fenster.»

Anwendung steht im Vordergrund

Rein elektrisch betriebene Heizkörper bieten den Vorteil, dass sie auch nachträglich und unabhängig vom Vorhandensein von Warmwasser-Heizungsleitungen installiert werden können. Heizkörper im sogenannten Elektrozusatzbetrieb können sowohl klassisch mit Warmwasser als auch elektrisch betrieben werden. Dies bietet zum Beispiel den Vorteil, dass solche Heizkörper auch in der Übergangszeit, wenn die Heizungsanlage nicht läuft, den Raum erwärmen können.

Es existiert kein Verbot

Nebst dem Vorurteil zu den Kosten begegnen Peter Jenzer (Zehnder Group Schweiz AG) wie

auch Dominik Schlumpf (Arbonia), die sich beide zusätzlich in der Fachgruppe Wärmeverteilung von «GebäudeKlima Schweiz» (Schweizerischer Verband für Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik) engagieren, im Alltag immer häufiger dem Gerücht, dass elektrische Badheizkörper aus energetischer Sicht bald schon verboten würden.

«Es gibt zu viele Falschinformationen zu Badheizkörpern. Das Gerücht eines baldigen Verbotes stimmt schlicht nicht», sagt Peter Jenzer dazu. Tatsächlich sagen die Mustervorschriften der Kantone im Energiebereich (MuKE) zwar, dass die Abdeckung der Wärmeleistung kein rein elektrischer Heizkörper übernehmen darf. «Sobald jedoch zum Beispiel eine Bodenheizung vorhanden ist und es nur um die Restwärmeabdeckung oder um trockene beziehungsweise vorgewärmte Handtücher geht, ist das kein Problem», ergänzt Dominik Schlumpf. Dies bestätigt auch ein Blick in die Broschüre «Ersatz von Elektro-Heizungen» von «Energie Schweiz» von 2015, in der ein solches Verbot klar verneint wird.

Zurzeit sind verschiedene Hersteller vielmehr daran, Badheizkörper noch energieeffizienter zu gestalten. Zum Beispiel mit einer «Fenster-auf-Erkennung». Diese soll den Elektroheizeinsatz eines Badheizkörpers automatisch zurückschrauben, sobald ein Badezimmerfenster geöffnet ist. Bei aller Innovation aber bleibt der Badheizkörper vor allem Garant für ein wohlig warmes Badezimmer und vorgewärmte, flauschige sowie hygienische Bade- und Duschtücher. Das alles ohne grosse Anlaufzeit und für jedes Budget.

www.gebaeudeklima-schweiz.ch



Im warmen, feuchten Klima, wie man es in Badezimmern häufig antrifft, verdoppeln sich Keime und Mikroorganismen, etwa auf einem Tuch an der Handtuchstange, durchschnittlich alle zwanzig Minuten.

Die Vorteile von Badheizkörpern auf einen Blick

- Bessere Hygiene dank schneller Handtuch-Trocknung
- Komfort durch vorgewärmte Handtücher
- Rasche Wärme im Raum, in jeder Jahreszeit
- Zeitgenaue Wärmung durch Zeitschaltuhr
- Erhältlich für jedes Budget, von «low cost» bis «high end»

Facts zu «GebäudeKlima Schweiz»

«GebäudeKlima Schweiz» (Schweizerischer Verband für Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik) ist die bedeutendste Schweizer Hersteller- und Lieferantenvereinigung der Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik. Die Mitglieder sind mehrheitlich Systemanbieter und unterhalten gesamtschweizerische Verkaufs- und Servicenetze. Als «Stimme der Gebäudetechnik-Industrie» bringt «GebäudeKlima Schweiz» die Meinung der Industrie zu aktuellen Themen in die politische Diskussion mit ein, verhandelt mit Behörden und Verbänden, engagiert sich für optimale Rahmenbedingungen für die Schweizer Gebäudetechnik-Industrie, übernimmt eine wichtige Rolle in der Aus- und Weiterbildung und wird durch den branchenübergreifenden Austausch unter den Mitgliedern zu einem wichtigen Innovations- und Kompetenzzentrum.

www.gebaeudeklima-schweiz.ch





Bild links: Erster Dusch-WC-Aufsatz «Geberella»: Im Jahr 1978 brachte Geberit den ersten Dusch-WC-Aufsatz «Geberella» auf den Markt. Der neuartige WC-Aufsatz mit eingebauter Duschfunktion unterschied sich dabei auf den ersten Blick kaum von einem gewöhnlichen WC-Sitz. Bilder: Geberit AG/z.V.g.

Bild rechts: Saubere Sache! «Geberit-O-Mat» war die erste Dusch-WC-Komplettanlage und kam 1979 auf den Markt. Erhältlich war das Dusch-WC in diversen Farben.

Geschichte des Dusch-WCs – 40 Jahre Geberit Dusch-WC

Wer hat das Dusch-WC erfunden?

Japan gilt nicht nur als das Land der aufgehenden Sonne, sondern auch das der Dusch-WCs. In kaum einer anderen Nation ist die sanfte Reinigung mit Wasser so selbstverständlich und verbreitet wie dort. Doch erfunden wurde das Dusch-WC in der Schweiz – und es erfreut sich auch in Europa immer grösserer Beliebtheit.

Wer durch Japan reist, kommt kaum an einem Dusch-WC vorbei. Die Toilette, die mit Wasser reinigt, gibt es überall, in Hotels genauso wie an Bahnhöfen und in Tempelanlagen. Die Japaner, bekannt für ihre Ansprüche an Reinheit und Körperpflege, hatten den Vorteil dieser genialen Kombination aus Toilette und Bidet bereits früh erkannt und verhalfen der Neuheit Anfang der achtziger Jahre blitzschnell zu einem rasanten Erfolg. Seit der Markteinführung wurden laut der Expertenzeitschrift «Asiaspiegel» mehr als 30 Millionen Stück der sogenannten «Washlets» verkauft. Inzwischen verfügen knapp 80% aller japanischen Haushalte über ein Dusch-WC.

Das Dusch-WC – eine Schweizer Erfindung

Dabei ist das Dusch-WC keine japanische Erfindung. Erfunden wurde es vielmehr von einem Schweizer: Hans Maurer tüftelte zwei Jahre lang an einer besonders hygienischen Toilette, die er 1957 zum Patent anmeldete. Der Versuch, seine Dusch-WCs unter dem Namen «Closomat» in die Schweizer Bäder zu bringen, gelang ihm jedoch nur bedingt. Das kulturelle Tabu war in Europa zu jener Zeit noch gross. Als Maurers Patent 1977

abließ, ergriffen die Hygienebegeisterten Japaner die Chance. 1980 kam das erste eigens entwickelte Produkt in den Verkauf. Bereits zwei Jahre später tummelten sich rund 20 Anbieter auf dem japanischen Markt.

Aber auch bei Geberit hatte man die Vorteile der Reinigung mit Wasser längst erkannt und beschäftigte sich in den siebziger Jahren bereits intensiv mit der Entwicklung von Dusch-WCs. 1978, also schon zwei Jahre vor den Japanern, brachte der Schweizer Sanitärhersteller mit Sitz in Rapperswil-Jona den Dusch-WC-Aufsatz «Geberella» auf den Markt. Der neuartige WC-Aufsatz mit eingebauter Duschfunktion unterschied sich dabei auf den ersten Blick kaum von einem gewöhnlichen WC-Sitz. Ganz dem Systemgedanken von Geberit folgend, war das neue Produkt so gestaltet, dass es praktisch auf jede WC-Keramik passte und von einem Fachmann ganz leicht und einfach zu montieren war. Zudem wurde «Geberella» in der gleichen Farbpalette angeboten wie der Geberit Spülkasten und liess sich so perfekt auf die Badezimmereinrichtung abstimmen. Ein Jahr später wurde mit dem «Geberit-O-Mat» die erste Komplettanlage eingeführt.

Bild rechts: 40 Jahre Dusch-WC Erfahrung: Geberit kann als europäischer Marktführer stolz auf 40 Jahre Dusch-WC-Erfahrung zurückblicken. Die «AquaClean» Dusch-WCs überzeugen mit diversen Verwöhn- und Komfortfunktionen und fügen sich durch ihr schlicht-elegantes Design in jedes Badezimmer optimal ein.

40 Jahre Erfahrung

In Europa sollte es aber noch eine Weile dauern, bis sich die intelligenten Dusch-WCs durchsetzen konnten und in den Badezimmern Einzug hielten. Ungeachtet dessen entwickelte Geberit das Duschprinzip konsequent laufend weiter und positionierte sich so immer erfolgreicher in diesem Segment. Unter der Marke «Balena» verkaufte das Unternehmen bis 2009 unter anderem das erste wandhängende Dusch-WC, das sich für moderne Spülkästen hinter der Wand eignete. Mit «Geberit AquaClean» wurde schliesslich eine komplett überarbeitete Produktlinie lanciert, mit der neue Massstäbe für die persönliche Körperpflege gesetzt wurden.

Europäischer Marktführer

Heute kann Geberit als europäischer Marktführer stolz auf 40 Jahre Dusch-WC-Erfahrung zurückblicken. Damit hebt sich Geberit auch deutlich von anderen Wettbewerbern in Europa ab. Über diese vier Jahrzehnte hinweg hat das Unternehmen das Dusch-WC nicht nur neu konzipiert, sondern konsequent immer weiter perfektioniert. In modernsten Labor- und Testeinrichtungen betreibt Geberit zu diesem Zweck eine intensive Forschung und Entwicklung, durch welche die «Geberit AquaClean Dusch-WCs» eine Fülle an revolutionären, patentierten Komfortfunktionen bieten, die das Leben einfach angenehmer ma-



chen. Die qualitativ hochwertigen WC-Keramiken werden in eigenen Keramikwerken hergestellt. Dass sich die besondere Toilette auch in Europa immer grösserer Beliebtheit erfreut, liegt wohl nicht zuletzt auch daran, dass sich die «AquaClean» Dusch-WCs durch das schlicht-elegante Design eines normalen WCs auszeichnen. Zudem bietet die «AquaClean» Produktlinie für nahezu jeden Anspruch und jede Wohnsituation das passende Modell. Dank der Dusch-WCs von «Geberit AquaClean» ist auf jeden Fall auch in Europa ein Kulturwandel in Sicht.

www.geberit-aquaclean.ch
www.geberit.ch

Bilder oben: Das Naturprodukt Keramik behandelt Geberit mit viel Feingefühl. Verarbeitung heisst für den führenden Sanitärhersteller sensible Handarbeit und ständiges Perfektionieren. Geberit legt viel Wert auf eine exakte Arbeitsweise: Genauigkeit und Qualität sind bei der Herstellung der «Geberit AquaClean» Dusch-WCs die oberste Devise.



Über Geberit

Die weltweit tätige Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte. Geberit verfügt in den meisten Ländern Europas über eine starke lokale Präsenz und kann dadurch sowohl auf dem Gebiet der Sanitärtechnik als auch im Bereich der Badezimmerkeramiken einzigartige Mehrwerte bieten. Die Fertigungskapazitäten umfassen 30 Produktionswerke, davon 6 Werke in Übersee. Der Konzernhauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona SG in der Schweiz. Mit rund 12 000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit im Jahr 2017 einen Nettoumsatz von 2,9 Milliarden Franken. Die Geberit-Aktien sind an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).

www.geberit.ch