

P

owder Room. WC. Klo. Toilette. Wie man den Raum nennt, in dem Menschen die Reste ihres Essens wieder loswerden, ein geheimes Schläfchen machen, am Handy daddeln oder fleckige Taschenbücher mit beknackten Witzen lesen – dazu hat jeder fäblierfreudige Geschmacksrichter eine bombenfesteste Meinung: Das etwas staksig daherkommende Wort Toilette ist spießig? Klo etwa unfein oder entspannt?

Wie er aber idealerweise aussehen soll, dieser Raum, darüber machen sich selbst Menschen wenig Gedanken, die wochenlang über Katalogen mit japanischen Messern brüten. Dabei ist die Toilette in diesen Tagen die neue Drama Queen des Hauses, ein Themenpark in Miniaturformat: die Wände gerne teerswarz, das nach Amber duftende Klopapier ebenso dunkel, dazu ideales Licht für einen nächtlichen Film-Meuchelmord.

In eleganten Privathäusern findet man dazu oft eine Batterie schwarzweißer Chanel-Parfümflakons, gebürstete kupferfarbene Wasserhähne und flüssige Seifen aus Australien, die so viel kosten wie die Karte für ein Sinfoniekonzert. Neben teerschwärzen Tempeln sind bei Trendsettern in diesen Tagen verspielt bemalte Chinoiserie-Kabinette, rote Lackkavarnen und pinkfarbene Klosalons mit Jagdtrophäen und Scarlet-O'Hara-Draperien zu sehen.

Der Lokus als Statussymbol: Seitdem antik-römische Prachtlatrinen mit Marmorsitzen und Fußbodenheizung die Primatenerlöcher und rauen Donnerbalken aus den Untiefen der Hygiene-geschichte in den Olymp des Interior Designs katapultiert haben, beschäftigen sich Menschen immer wieder damit, wie man mit Stil zur Toilette geht oder daraus gar ein Event machen kann. Liselotte von der Pfalz, die legendäre deutsche Schwägerin des Sonnenkönigs, die für die lebhaften Beschreibungen am Versailles Hof berühmt wurde, schrieb im Juli 1678 in einem Brief: „Ich weiß ein Galand, welche ich aber nicht nennen will noch darf, welcher als mit seiner Maitresse auf'n Kackstuhl geht, und wann eins von ihnen seine Sachen verichtet hat, dann setzt sich das andere drauf und entrentieren einander auf diese Weise.“

Leider schreibt die tapfere Liselotte nicht, wie der galante Kackstuhl aussah und ob er wie das tragbare Privatklo des englischen Königs William III. in Hampton Court mit rosa Samt gepolstert war. Brettsitz und Loch im Hauserker oder die Hütte im Hof waren zu ihrer Zeit eher die Norm, in Städten die Scheißrinne auf der Straße.

„Bei der schönen Gestaltung eigener Klo-Räume dürften tatsächlich die Engländer die Nase vorn gehabt haben, die auch das Wasserkloset erfunden haben“, vermutet Christian Lechelt, Leiter des Fürstenberger Porzellanmuseums, das neben der gleichnamigen Traditionsmanufaktur liegt, die vom 18. bis ins 20. Jahrhundert Nachtöpfe, Bidets, Klosetts, Bettpfannen und Urinale herstellte. Denn wie Tafelgeschirr gehörte Toilettegeschirr über viele Generationen in Europa zum guten Ton. „Es sind aus viktorianischer Zeit viele Kloschüsseln bekannt, die mit Blumenmustern dekoriert sind, aber zuvor gab es natürlich aufwendige Porzellan-Nachtöpfe.“ So stellte die Meissener Manufaktur bereits in den zwanziger Jahren des 18. Jahrhunderts Nachtgeschirre und Bourdalous – geschwungene Damenurinale – her. „Die erhaltenen Exemplare sind außerordentlich: Mit Höroltd-Chinoiserien und Goldspitzen überreich bemalt, waren es absolute Luxusartikel, bei denen sich die Frage nach tatsächlicher Benutzung stellt“, sagt Lechelt. Gerade bei Bourdalous kennt man pikante Dekorationen mit chinesischem Szenen, die die Benutzung des Geschirrs demonstrieren oder die innen ein großes Auge auf dem Boden gemalt zeigen. Den Gipfel stellen Bourdalous mit im Boden eingelegtem Spiegel dar. Auch die eigene politische Meinung konnte man etwa im England des frühen 19. Jahrhunderts während des Klogangs kundtun. Während der Siegeszüge Napoleons auf den britischen Inseln gab es ei-



Aussagekräftig: In britischen Landhäusern verraten Bad und Toilette mehr über die Persönlichkeit der Bewohner als der Rest des Hauses.

Fotos Henriette von Stockhausen

Das stille Örtchen als Visitenkarte

Die Toilette kann der spektakulärste Raum des Hauses sein. Ein Ausflug hinter verschlossene Türen

Von Stefanie von Wietersheim

nen Nachtopf mit einer Büste des feindlichen Machthabers, die man mit Exkrementen bedeckte.

Die im englischen Dorset arbeitende Interior Designerin Henriette von Stockhausen von „VSP Interiors“ ist überzeugt: „Die Briten haben von jeher mehr Wert auf die Gestaltung des Klos gelegt als der Rest der Welt. In jedem britischen Country House konnte man schon immer im Klo mehr über die Familie und Persönlichkeit der Bewohner herausfinden als im Rest des Hauses.“ Von Büchern und Reisesouvenirs zu lustigen Briefen und Schulbildern der Kinder in Rahmen an den Wänden wurde dort alles ausgestellt. In den letzten 10 Jahren habe sich die Einrichtung jedoch gedreht: „Man will nach wie vor beeindruckend, aber heutzutage eben mit Geschmack und müheloser Eleganz.“ Sie sieht bei ihren Kunden einen größeren Willen, sich mit der Gestaltung des Gästeklos intensiver zu beschäftigen. „Hier ist es wirklich wert, ein bisschen Geld auszugeben und seiner Individualität freien Lauf zu lassen. Zudem sind die nötigen Mengen von

Tapeten, Boden- und Wandbelag meistens kleiner als in anderen Zimmern und daher erschwinglicher!“

Dabei verwandelt von Stockhausen das Klo gerne in eine Art kleines Wohnzimmer, bezieht die Wände mit Rohseide, um den Raum gemütlicher und luxuriöser wirken zu lassen. „In größeren Klos verwenden wir oft opulente Vorhänge und antike Teppiche, um Wärme zu schaffen, aber auch um einen Raum zu kreieren, der im Einklang mit der Einrichtung des restlichen Hauses steht.“ Die Designerin rät dazu, auch in kleinen Räumen ein größeres Möbelstück oder beeindruckendes Stück Kunst als Fokuspunkt zu inszenieren – das verleihe dem Raum den Eindruck von „Grandeur“. In sehr kleinen Klos verwendet Stockhausen oft starke Farbakzente oder extravagante Tapeten. „Man kann das Klo sogar auf allen vier Seiten verspiegeln, aber natürlich nur von Waschtisch-Höhe aufwärts!“ Als Lichtquellen empfiehlt sie eine Kombination an Wandlampen auf beiden Seiten des Waschbeckens sowie auch separat geschaltete LED-Deckenstrahler.

Auch nach dem Siegeszug des in England schon im 18. Jahrhundert zum Patent angemeldeten Wasserklosetts mit doppelt gekrümmtem Abflussrohr blieb die private Toilette auf dem Kontinent lange das hässliche Entlein im Haus. Bis weit in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts hinein wurde es vielerorts mehr als lieblos behandelt, auch wenn es nicht mehr in einem Hofverschlag, auf der gemeinsamen Etage oder unter einer Treppe untergebracht war. Das abgetrennte Klo in der Wohnung sollte vor allem praktisch, hygienisch und gut zu belüften sein. Operationssaal-Charme reichte, bis ein eigenwilliger Klo-Einrichtungsstil entstand: Millionen von Bücher-Barbaren richteten sich dort Taschenbuch-Bibliotheken ein, Duftfanatiker bauten eine Armada an Spraydosen mit Mango-, Hibiskus- oder Tannenduft auf. Nach der Mode von Flauschvorlegern kamen Laura-Ashley-Tapeten, dann Buddhas und der Pseudo-Schlossstil. Ästhetisch gelungen, eine Freude für die Augen, war das Klo selten. Doch seit einigen Jahren wetteifern Luxus-hotels und elegante Kaufhäuser mit unge-

wöhnlichem Design in ihren Toiletten: So kann man im „Kruissherenhotel“ in Maastricht beim Pinkeln durch eine Glasscheibe auf den Gang sehen, wird aber selber nicht entdeckt. In der Herrentoilette des Restaurants „Lost Heaven“ in Schanghai pinkeln die Herren auf einen Berg Eiskwürfel in den Urinalen, und im „Point WC“ des Pariser Kaufhauses Printemps kann man gar unter verschiedenen Toiletten-Modellen und Kabinett-Designs wählen und gleich vor Ort Klopapierbäume, verspiegelte Bürsten und bunte Sitze für das Heim kaufen.

Für die Bad Sodener Innenarchitektin Doortje Moritz, die mit ihrem Büro „Knallgrau“ Privathäuser und Unternehmen einrichtet, sind ihre originell-elegant gestalteten Klos in Deutschland mittlerweile sogar zur Visitenkarte geworden. Manche Kunden kommen mit großen Projekten zu ihr, nachdem sie zum Beispiel das WC im Berliner Friseur „Haarwerk“ gesehen haben. Ihrer Erfahrung nach gibt es eine steigende Nachfrage an privaten Toilettenräumen, die wie eine Reise in eine andere Welt

sind. „Neben Wohn-, Esszimmer und Küche sind es ja intime Räume, in denen man sich auch als Gast wohl fühlen soll“, ist sie überzeugt. Der Trend geht für sie weg vom Steril-Klinischen hin zum Wohnlich-Persönlichen, Exotischen. „Mit witzigen Tapeten, schönen Handtüchern, edlen Seifen und luxuriösem, buntem Klopapier kann man schon eine Menge machen. Gut sind auch zu Beispiel dunkelgraue Waschbecken oder WCs in einer passenden farbigen Umgebung, das ist nicht so steril.“ Wichtig sei vor allem gutes Licht: „Nie von oben, das wirft scheußliche Schatten auf dem Gesicht.“ Ein ästhetisches Dorn im Auge sind ihr die meisten Drücker an Spülkästen. Deshalb versucht sie oft, entsprechende Knöpfe oder Schlitze zu tapezieren, damit man diese technischen Details nicht sieht. „Heute kachelt man das WC idealerweise nicht mehr, vielleicht nur, wo Wasser an die Wand kommt. Sonst kann man streichen, Steinboden oder auch Parkett legen.“ 5000 bis 10 000 Euro sollte man ihrer Erfahrung nach für eine Neugestaltung inklusive Sanitär-ausstattung einplanen. Bei dieser wird Hightech zunehmend in schlanken Designs versteckt.

„Generell geht der Trend in Bad und WC zu mehr Wohnlichkeit, und in den meisten Ländern hat das klassische Stand-WC ausgedient“, heißt es beim deutschen Keramikhersteller Villeroy & Boch. Toiletten im eckigen Look seien in, Sitze und Deckel mit schlanken Formen sollen dem Klo die optische Wucht nehmen und den Raum eleganter wirken lassen. Dabei werden auch Farben, Beleuchtung oder das Design immer wichtiger. Das Gäste-WC wird zunehmend zur Visitenkarte des Hauses. „Viele trauen sich hier mehr als im Hauptbad – zum Beispiel mit farbigen Waschtischen“, heißt es bei Villeroy & Boch. Dusch-WCs gehören ebenfalls zu den gefragten Modellen – ein Trend, der aus Asien nach Europa geschwappt ist. Und die Nachfrage nach Themenklos zeigt sich auch in der Firmenzentrale des Unternehmens in Mettlach. Dort sind sieben unterschiedliche Toilettenräume eingerichtet: so kann man Stunden im Metallic-, Dschungel- oder Amazonia-Look verbringen oder in einem Zen-Garten-Toilettenraum leiser Musik und Tönen aus der Natur lauschen. Fast so wie auf dem guten alten Donnerbalken. Nur mit warmer Dusche von unten.



Feine Sache: Henriette von Stockhausen setzt gerne Antiquitäten in Szene.



Mit Konzept: Interior Designerin Doortje Moritz gestaltet WCs originell-elegant. Foto Joern Dreier



Große Bühne: Die Toilette ist neuerdings die Drama Queen des Hauses. Foto Knallgrau