

Sauber macht glücklich

Der Sanitärexperte Tim Baral hat ein Buch geschrieben, das für eine neue Hygienekultur plädiert und nach Japan blickt.



*Mit seiner neuen Publikation „Sauber macht glücklich“ sieht sich Tim Baral als Botschafter einer stillen Revolution in Sachen Sauberkeit. Er ist Experte für japanische Duschtoiletten und kennt sich daher mit Intimhygiene aus. In seinem Buch gibt er Einblicke in die Welt zeitgemäßer Hygiene und spricht über die tiefgreifenden Vorteile von Dusch-WCs. Im Kern geht es darum, wie ihn diese Toiletten beeindruckt haben und wie die damit verbundene Hygiene das Badezimmer revolutioniert hat. Im folgenden Interview, geführt von Heike Bering vom Büro für Kommunikation bering*kopal, erläutert er, warum diese Technologie Komfort und Gesundheit neu definiert.*

Heike Bering: Herr Baral, Ihr neues Buch wird im März erscheinen und sicherlich für Aufsehen sorgen. Darin argumentieren Sie, dass Duschtoiletten nicht nur Komfort, sondern auch Gesundheit und Lebensqualität revolutionieren können. Was hat Sie dazu inspiriert, ein Buch über Toilettenkultur zu schreiben?

Tim Baral: Die Idee für das Buch kam mir im Oktober 2023 während eines Seminars, bei dem ich vor einer Gruppe von Unternehmerinnen und Unternehmern über das Thema sprach. Während ich erzählte, wurde es plötzlich still im Raum – alle hörten gebannt zu. Als ich fertig war, sagte ein Teilnehmer: „Tim, das, was du gerade erzählt hast, ist faszinierend, aber niemand weiß davon.“ Dieser Moment hat etwas in mir ausgelöst. Nach 28 Jahren intensiver Erfahrung, seit 1996 mit der Installation von Dusch-WCs und ab 2009 mit den japanischen Washlets, habe ich mich schließlich entschieden, mein Wissen und meine Begeisterung in ein Buch zu bringen, um dieses Thema einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Heike Bering: Sie haben eine besondere Verbindung zu den Produkten von

Ansprechpartner für Journalisten:

bering*kopal GbR, Büro
für Kommunikation
Heike Bering
Tel. +49 (0)711 7451
759 15

heike.bering@
bering-kopal.de

Ansprechpartnerin im Unternehmen:

Anja Giersiepen
anja.giersiepen@
toto.com

TOTO im Internet:
eu.toto.com/de

TOTO. Wie sind Sie gerade auf das japanische Sanitärunternehmen gekommen?

Tim Baral: TOTO hat mich von Anfang an begeistert, weil im Unternehmen nicht einfach Toiletten entwickelt werden, sondern eine Philosophie dahintersteht. Die Produkte vereinen Hightech, Design, Liebe zum Detail, und sie zeugen von einem tiefen Respekt für Hygiene und Gesundheit. Was mich besonders beeindruckt hat, sind die durchdachten Details: von selbstreinigenden Düsen bis zur Tornadospülung, die optimal reinigt und dabei auch noch Wasser spart. Ich hatte das Glück, mehrmals nach Japan zu reisen, um die Kultur hinter diesen Produkten hautnah zu erleben. Diese Reisen haben mich inspiriert, und ich möchte mit meinem Buch dieses Wissen und diese Faszination teilen.

***Heike Bering:** Wie beeinflusst die japanische Hygienekultur Ihre Arbeit und Ihre Perspektive ganz konkret?*

Tim Baral: In Japan ist Hygiene ein Ausdruck von Respekt und Lebensqualität. Das habe ich auf meinen Reisen deutlich gespürt. Besonders beeindruckt hat mich die tiefe Verankerung der Würde des Menschen in der japanischen Kultur – ein Wert, der dort nicht nur gelebt, sondern auch im Alltag sichtbar wird, selbst in den kleinsten Details wie der Gestaltung von Toiletten. Diese Haltung hat meinen Blick darauf geschärft, wie wichtig Hygiene für unsere Gesundheit, unser Wohlbefinden und unsere Selbstachtung ist. Dusch-WCs verkörpern die Philosophie von Respekt und Lebensqualität perfekt, und ich sehe es als meine Aufgabe, dieses Bewusstsein auch in Deutschland zu fördern.

***Heike Bering:** Sie sind davon überzeugt, dass Duschtoiletten nicht nur Komfort, sondern auch gesundheitliche Vorteile bieten. Können Sie das näher erläutern?*

Tim Baral: Absolut. Eine Duschtoilette bietet eine sanfte Reinigung mit Wasser, die weitaus hygienischer ist als Toilettenpapier. Diese Art der Reinigung kann Hautirritationen vorbeugen und ist gerade für Menschen mit empfindlicher Haut oder bestimmten Erkrankungen wie Hämorrhoiden eine echte Erleichterung. Einige meiner Kundinnen und Kunden haben mir berichtet, dass die sanfte Massage durch den Wasserstrahl den Stuhlgang anregen und zu einer leichteren Entleerung führen kann. Es gibt auch emotionale Vorteile: Viele Menschen berichten, dass sie sich durch die Benutzung einer Duschtoilette sauberer und wohler fühlen und bis ins hohe Alter, besonders bei eingeschränkter Beweglichkeit, ihre Eigenständigkeit bewahren können. Denn alle Funktionen lassen sich ganz einfach per Knopfdruck auf der Fernbedienung aktivieren.

***Heike Bering:** Wie reagiert Ihr Umfeld auf Ihre Begeisterung für dieses Thema?*

Tim Baral: Am Anfang gab es natürlich skeptische Reaktionen. „Ein Buch über Toiletten?“, haben viele gefragt. Aber wenn ich erkläre, welche tiefgreifenden Auswirkungen die Hygiene auf unser Leben haben kann, ändert sich oft die Perspektive. Ich sehe mich als Botschafter für eine stille Revolution – eine, die unser Leben unaufdringlich, aber nachhaltig verbessert.

***Heike Bering:** Haben Sie den Eindruck, dass Duschtoiletten in Deutschland eine*

größere Akzeptanz finden werden?

Tim Baral: Ich bin da sehr zuversichtlich. In Japan sind Duschtoiletten bereits der Standard. Hier in Deutschland ist das Bewusstsein für solche Technologien noch nicht so ausgeprägt, aber das Interesse wächst. Ich denke, mit der richtigen Aufklärung und der Demonstration der Vorteile wird sich das in absehbarer Zeit ändern. Ich kann auch jedem empfehlen, es einfach mal auszuprobieren. Die Überraschung über den Zugewinn an Hygiene und Wohlempfinden wird groß sein.

Heike Bering: *Was möchten Sie den Leserinnen und Lesern Ihres Buches mit auf den Weg geben?*

Tim Baral: Ich möchte dazu inspirieren, Hygiene neu zu denken und offen für Innovationen zu sein. Eine Duschtoilette ist mehr als nur ein technisches Gerät – sie ist ein Symbol für Komfort, Gesundheit und Lebensqualität. Mein Buch richtet sich auch an die vielen Fachkräfte, die jeden Tag durch ihre Arbeit dazu beitragen, Menschen mit Wasser, Wärme und Wohlbefinden zu versorgen. Das Schönste an unserem Beruf ist, wenn Kundinnen und Kunden glücklich sind und uns wertschätzend für die Verbesserung ihrer Lebensqualität danken. Dieses Bewusstsein möchte ich stärken und Mut machen, weiterhin mit Leidenschaft einen positiven Unterschied zu machen.

Düsseldorf, Februar 2025

Abdruck honorarfrei / Beleg erbeten

1 Der Sanitärexperte Tim Baral während des Interviews zu seinem neuen Buch „Sauber macht glücklich“. Darin plädiert er für eine neue Hygienekultur, die sich an japanischen Duschoiletten orientiert. Baral erklärt, wie diese Technologie Komfort, Gesundheit und Lebensqualität revolutionieren kann, und setzt sich dafür ein, das Bewusstsein für moderne Hygiene in Deutschland zu schärfen. Foto: TOTO

2 Über Tim Baral

Tim Baral ist Spezialist für Intimhygiene und Experte für moderne japanische Hygienetoiletten. Als Geschäftsführer der Baral GmbH in Denzlingen vereint er jahrzehntelange Erfahrung in Badmodernisierungen und nachhaltigen Energiekonzepten mit einer Leidenschaft für innovative Hygienelösungen. Als Experte plädiert er für eine Veränderung der Hygienekultur und erklärt, wie innovative Lösungen das tägliche Leben bereichern können. Foto: TOTO

3 Das Buch „Sauber macht glücklich“ ist im Gmeiner Verlag erschienen und ab 12. März 2025 im Buchhandel erhältlich. Foto: Gmeiner Verlag

1.



2.



3.



Über TOTO Europe

TOTO steht für Badkultur auf höchstem Niveau. Design, Komfort und Hygiene greifen so präzise ineinander, dass die raffiniert integrierte Technik fast unsichtbar wird. Als Japans führender Komplettbadanbieter entwickelt TOTO ganzheitliche Lösungen für anspruchsvolle private und öffentliche Räume und ist seit 2009 auch erfolgreich in Europa präsent. TOTO prägt die Badgestaltung mit innovativer Sanitärkeramik, Armaturen und vor allem dem WASHLET, von dem bereits über 70 Millionen weltweit verkauft wurden. Das japanische Designverständnis von TOTO stellt den Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt. So entstehen Produkte, die vom Respekt für das Gegenüber geprägt sind – zurückhaltend im Design, selbstverständlich in der Nutzung.

Mehr über TOTO: eu.toto.com

QR-Code der Medieninformation

