

Stockholm 03 mars 2020

**Mossgröna badkar, plåtspeglar och kristallkronor:**

## **Badrumstrender vi minns från förr**

**Precis som med kläder, arkitektur och frisyrier har våra badrum gått igenom många olika trender genom åren. Vissa återkommer medan andra aldrig får se dagens ljus igen. Sanitetsleverantören GROHE blickar tillbaka och listar trender vi saknar och några vi helst glömmet.**

De första toaletterna kom till Sverige på 1870-talet, men det var först i mitten av 1900-talet som badrummet blev en självklarhet i svenska hem. På den tiden var kaklet ofta vitt eller i en mörk färg och med en högspolande toalett. Badkaret däremot placerades i ett helt annat rum. På senare tid, runt 60-talet, började svenskarna experimentera med material. Plasten gjorde entré och plastmattor, -golv och laminatplattor var ett faktum. En av trenderna sanitetsleverantören GROHE aldrig önskar återuppleva.

### **Trenderna vi gärna glömmet**

#### *Starka färger*

Färg i badrum kan vara en bra idé, men viktigt att komma ihåg är att det också är väldigt lätt att tröttna på. Därför kan det vara klokt att begränsa färginslagen till handdukar eller andra detaljer som enkelt går att byta ut. På 60-talet var det väldigt populärt att ha all inredning i badrummet så som badkar, toaletter och inredning i alla möjliga olika färger. Men för att undvika onödiga badrumsrenoveringar när rosa badkar blir omoderna är vi glada att denna trend är förbi.

#### *Plast*

I samband med funkistiden började svenskarna experimentera med material. Plast fick ett uppsving och blev oerhört populärt. Allt från golv, väggar och köksgeråd byttes ut till olika versioner av plast. En trend vi gärna begraver. Framförallt ur ett hållbarhetsperspektiv.

Pure Freude  
an Wasser



### *Mörka murriga färger*

I slutet av 70-talet gick badrummen över från att vara färgglada, till att bli mörka och murriga. Brunt, grönt och orange var färger som ofta blandades med trädetaljer. En trend som må vara naturnära på sitt sätt, men med Sveriges redan dystra klimat kan det vara en god idé att inte göra vår omgivning än mörkare.

### **Trender vi gärna väcker till liv**

#### *Kranar och duschar i vackra metaller*

På 80-talet började vi se guld i badrummen. Eleganta [kranar](#) och duschmunstycken i gyllene färger. Detaljer som kan styra en hel känsla i ett badrum. Gärna med en genomgående matchning i hela badrummet. Ja tack, den trenden är här för att stanna.

#### *Bidé*

Bidén var ett populärt komplement i svenska och europeiska hem från 1700-talet och framåt, men försvann när toaletten kom till Sverige. [Bidén](#) fick ett uppsving på 1970-talet och syntes då i badrum landet över. Idag är det vanligt att bidén tar form av en [duschtoalett](#) i moderna hem. Bidén är bra för både miljö och hygien – mer bidéer till folket!

#### *Lyxigt sekelskifte*

Stuckaturer, kristallkronor och ljusa färger. En trend vi inte ser så ofta i nya badrum. Idag behöver vi istället leta oss ut till gamla herrgårdar eller slott för att få uppleva badrum som är smyckade med omsorg. Vi välkomnar den lyxiga sekelskiftesstilen tillbaka till svenska badrum.

### **För mer information, vänligen kontakta:**

Christina Holmberg, Marketing Manager

Tel: +46 721 81 20 91

Mail: [christina.holmberg@grohe.com](mailto:christina.holmberg@grohe.com)

### **Om GROHE**

I norra Europa har GROHE sitt regionala högkvarter i Köpenhamn och lokala säljkontor i Oslo, Stockholm och Helsingfors. GROHE är världens största leverantör av sanitetsprodukter samt ett globalt varumärke, dedikerad åt att producera och erbjuda innovativa vattenprodukter. Under flera årtionden har GROHE hållit fast vid sina

Pure Freude  
an Wasser



varumärkesvärderingar; teknologi, kvalitet, design och hållbarhet. Dessa värden belyser GROHEs engagemang för att utveckla enastående upplevelser och att erbjuda "Pure Freude an Wasser". Genom ingenjörsvetenskap, innovation och design starkt förankrad i Tyskland, kan GROHE stolt hänvisa till brickan "Made in Germany", som ytterligare förstärker kundernas förtroende för varumärket. Alla GROHEs produktionsanläggningar använder sig av tekniker av hög kvalitet, för att försäkra enhetlighet med GROHEs värden och standarder. GROHE kan därmed försäkra att produkterna motsvarar även de högsta förväntningarna för utförande och funktion. Under de senaste 10 åren har GROHEs framgång bekräftats av mer än 280 design- och innovationspriser, samt ett flertal topplaceringar som "Tysklands mest hållbara stora företag". Flera projekt av hög profil världen runt är försedda med GROHEs produkter, vilket bevisar hur både arkitekter, designers samt utvecklare föredrar GROHEs produkter.

I 2014 blev GROHE en del av LIXIL Group Corporation, ett börsnoterat företag listat på Tokyobörsen. LIXIL är en global marknadsledare inom sanitetsindustrin, och förvaltar en bred portfölj av kända varumärken som GROHE, American Standard, och INAX. LIXIL är också Japans största leverantör av bostads- och byggmaterial. Läs mer på [www.grohe.com](http://www.grohe.com)