



26. Jahrgang G10426

Ausgabe 3 - Juni/Juli 2013

#### ☐ SHOW-BÜHNE:

Mit einem „Sharing-Portal“ lassen sich Computer basierte Bad-Planungen weltweit ganz einfach und kostenlos präsentieren (Seite 20)

#### ☐ MOSAIK-ARCHIV:

Weil das Auftragsbuch aus dem Jahr 1893 noch vorhanden war, konnte ein Mosaik-Fries originalgetreu restauriert werden (Seite 8)

#### ☐ ÜBER DEM TELLERRAND:

Der Mailänder „Fuori Salone“ war eine gute Gelegenheit, junges, unkonventionelles Design kennen zu lernen (Seite 18)

#### ☐ NEUE DYNAMIK:

An der Seite ihres türkischen Mehrheitseigners hat die frühere Villeroy & Boch-Fliesensparte wieder Fahrt aufgenommen (Seite 45)

Titelbild: Visoft GmbH

cell® | der Klassiker aus Metall

cell – der Film  
Einfach scannen.



Weitere Infos unter [www.kemmlit.de](http://www.kemmlit.de)

classiccell®



hardcell®



softcell®



reddot design award  
winner



DESIGNPREIS  
NOMINIERT



iF  
product  
design  
award  
gold



SANITÄREINRICHTUNGEN  
FÜR HÖCHSTE ANSPRÜCHE

MEINEMEINUNG 



## Hochwasser, Konsumklima, Euro-Konjunktur

Wenn diese Ausgabe erscheint, ist die Hochwasser-Katastrophe im Osten und Süden der Republik längst aus den Schlagzeilen der Presse wieder verschwunden. Doch für die Betroffenen selbst ist das Drama aber noch lange nicht ausgestanden und abgehakt. Hin und wieder hört man immerhin noch von der einen oder anderen Benefiz-Veranstaltung, die zumindest die wirtschaftlichen Folgen für die Flutopfer mildern sollen, nachdem die Politik wieder einmal darüber streitet, wer wieviel und aus welchen Quellen in den immerhin schon beschlossenen Hilfsfond einzahlen soll.

Erfreulich immerhin, dass immer wieder Pressemeldungen von Unternehmen auf meinem Schreibtisch auflaufen, die über Hilfsinitiativen informieren. Die einen mit erkennbar eher wirtschaftlich unternehmerischen Hintergrund, andere aber auch völlig selbstlos. Ganze Belegschaften aus von den Krisengebieten weit entfernten Gegenden engagieren sich in unterschiedlichster Form. Aufgefallen ist mir eine Aktion des Armaturenhersteller Hansgrohe SE. Sie unterhält so genannte „Dusch-Trucks“, die üblicherweise als mobile Probiereinrichtungen durch Deutschland touren, um für Duschkomfort zu werben. Zwei dieser Trucks standen danach vor Notunterkünften in Fischbach im Landkreis Standal, wohin rund 400 Anwohner aus dem überschwemmten Ha-

velberg evakuiert wurden. Die jeweils 20 Duschplätze der Trucks sorgten in dieser schwierigen Situation zumindest für ein wenig mehr Lebensqualität.

Doch der Rest der Republik ist schnell wieder zur Tagesordnung übergegangen. Dabei sollte die kurze Folge der „Jahrhundert-Fluten“ (müssen wir sie jetzt durch nummerieren?) schon für mehr und nachhaltigere Aufmerksamkeit sorgen, denn Elbe und Donau sind schließlich nicht die einzigen Flüsse, die Überschwemmungen verursachen können. Mehr, konkreter und vor allem auch zügiger über verbesserten Hochwasserschutz nachzudenken, erscheint dringend angesagt. Denn erst in der Notlage Fehler zu bemängeln und Schuldige zu suchen, hilft keinem, am wenigsten im schlimmsten Fall einem Menschenleben oder Hab und Gut; überlebt haben dafür allerdings bestimmte Tierarten, denen zuliebe man dringend notwendige Schutzmaßnahmen unterlassen hat.

Vielleicht könnte man ja auch mal darüber nachdenken, in wie weit Hochwasserschutz-Maßnahmen Arbeitsplätze schaffen und später, wenn es mal wieder passiert, volkswirtschaftliche Schäden, unter denen alle kollektiv leiden müssen, verhindern. Immerhin ist speziell die gesamtwirtschaftliche Situation nicht so schlecht, als dass man es sich nicht leisten könnte. Gut, es gibt auch viele andere Baustellen. Noch ist

Deutschland jedoch im Vergleich zu anderen Ländern des Euro-Raums in der glücklichen Lage, kein Minus-Zeichen vor der Entwicklungsrate des Bruttoinlandsprodukts zu haben, während die Veränderungsrate im gesamten EU-Raum mit seinen 27 Staaten im 4. Quartal 2012 -0,5 Prozent betrug. Auch die Konjunktur in den großen Mitgliedstaaten verlief schlechter als erwartet, da macht auch Deutschland mit +0,1 Prozent Wachstum keine wirkliche Ausnahme.

Aber den Konsumenten scheint das kaum zu beeindrucken. Die Konsumlust ist ungebremst, was nicht nur die Kaufhäuser, sondern auch das Handwerk und die Industrie freut. Denn speziell in unseren Branchen stehen Investitionen ins eigene Heim hoch im Kurs, vielleicht, so wird vielfach argumentiert, durchaus eine Folge wirtschaftlicher Unsicherheiten. Doch allzu genüsslich sollten wir uns dennoch nicht zurück lehnen. Denn wenn es im übrigen Euro-Raum bzw. auch im Bereich der gesamten EU nicht bald wieder aufwärts geht, könnte es auch für die deutsche Konjunktur und unser Konsumklima eng werde. Aber ganz bestimmt erst nach der Wahl ...

*Heinrich Köhler*

[gkoeehler@stein-keramik-sanitaer.de](mailto:gkoeehler@stein-keramik-sanitaer.de)

Info-Serviceziffer  
[31302]

 Rutsch Probleme selber lösen ...  
Tel. 041 01 - 31061 [www.supergrip.de](http://www.supergrip.de)

**SUPERGRIP**  
ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG



# Objekte



**12**  
Erstes deutsches Waldorf Astoria:  
5-Sterne-Hotel und stand-  
hafter Bad-Komfort

# Design



**18**  
Trends 2013 aus Mailand:  
Aus der Heimat des  
jungen und kreativen  
Designs

# MESSE-NACHLESE eXtra



**24**  
ISH Frankfurt 2013:  
Ideen für Bad und WC  
in Hülle und Fülle

# INTERVIEW eXtra



**28**  
Der Designer Marc Sadler  
Über Autokauf, Skulpturen,  
Denkmäler, Mausoleen und  
Badmöbel

**... und außerdem**

- Stau im Badezimmer:  
Deutsche brauchen am längsten (7)
- Aus dem Mosaik-Archiv 1893  
Neuer Glanz für ein „gutes Stück Geschichte“ (8)
- „25hours Hotel Zürich West“:  
Farbkompositionen für außergewöhnliche Bad-Erlebnisse (10)
- Stone+tec Nürnberg 2013:  
Naturstein pur für Handel und Handwerk (34)
- DSCB AG:  
Jasba-Beteiligung steht zu Verkauf (44)
- Impressum/Register (40/42)



## Wasserhähne statt Gartenzwerge

„In 80 Gärten um die Welt“ lautet der Titel der diesjährigen Internationalen Gartenschau in Hamburg, die noch bis 13. Oktober 2013 stattfindet. In sieben Erlebniswelten wurden 80 Gärten auf Zeit gestaltet. Natürlich sind einige der Gärten auch dem Thema „Wasser“ gewidmet. Im Garten Nr. 27 präsentiert die Hansgrohe-Welt den rund 2,5 Millionen erwarteten Besuchern einen ganz besonderen Zugang zum Wasser. Da für Hansgrohe der bewusste Umgang mit Wasser in Bad und Küche ein wichtiges Anliegen im täglichen Geschäft ist, ist auch im Garten Nr. 27



ein Wasserbecken der Mittelpunkt, an dem sich 37 Armaturen befinden. Das Becken ist gesäumt mit den Armaturen aller aktuellen Linien von „PuraVida“ oder „Talis“ bis hin zu Philippe Starcks aktuellster Schöpfung „Axor Starck Organic“, die seiner Ansicht nach einen „Quantensprung in Sachen Nachhaltigkeit bei Armaturen“ darstellt. Der Garten ist so angelegt, dass darin Themen wie „Manieren & Hygiene“, „Sich waschen und pflegen verbraucht Wasser“ sowie „Gedanken zum täglichen Wasserbedarf“ aufgearbeitet werden. Die Besucher können spielerisch die Armaturen bedienen und das Wasserbecken volllaufen lassen.



## Sinnbild für die Normalität der Fliese

Was hat eine Wäscheleine mit einer keramischen Fliese zu tun? Das herauszufinden, wäre eine der Herausforderungen im Rahmen der italienischen Fliesenmesse Cersaie 2013 (23. bis 27. 9. 2013) im nord-italienischen Bologna. Wie in jedem Jahr gibt es auch für die 31. Ausgabe dieser Messe ein bildliches Leitmotiv, in vergangenen Jahren von bekannten Architekten



entworfen. Jetzt entstammt es bereits zum dritten Mal einer Ausschreibung des Wettbewerbs Beautiful Ideas. Gewonnen hat sie Luigi Capraro, Student am Isia Institut in Bologna, der das Thema „Cersaie und die Eloge der Normalität“ illustrieren sollte, wobei „Eloge“ bekanntermaßen so viel bedeutet wie die „Ansprache oder eine schriftliche Äußerung, die betont durch Lobrede, ehrende Worte und Komplimente charakterisiert ist“.

**Innovation ist,  
ein System, auf das man sich verlassen kann.**



### Schlüter®-KERDI

Wie unser Name schon sagt: wir denken in Systemen. So ist es selbstverständlich, dass aus der Dichtbahn Schlüter®-KERDI ein komplettes Abdichtungssystem entstanden ist. Mit Dichtbändern, dem Schlüter®-KERDI-COLL Dichtkleber und Schlüter®-KERDI-DRAIN Bodenabläufen, um nur einige Komponenten zu nennen. Alles mit dem einen Ziel: Sicherheit für Planer, Handwerker und Bauherren.



## Das Haus der Zukunft

Der vielfach ausgezeichnete Produktdesigner und Mitbegründer des Berliner Designfestivals DMY Werner Aisslinger präsentierte seine Ausstellung „Home of the Future“ im Haus am Waldsee für internationale Gegenwartskunst in Berlin. Es wurden Visionen von zukünftigen Lebenskulturen gezeigt, die auf sozialen, demografischen und kulturellen Änderungen im Familien- und Gemeinschaftsleben basieren. Seine Inszenierungen entstanden aus der Fragestellung, wie wir in Zukunft wohnen, kochen, schlafen, denken und baden werden. Welche Rolle natürliche Materialien zukünftig im Bad spielen könnten, zeigt Werner Aisslinger zusammen mit der Hansgrohe-Marke Axor.



„Axor war mein Wunschpartner für dieses Projekt“, so Aisslinger. Denn die Marke habe durch eigene Projekte wie den „Axor WaterDream“ bereits über den Tellerrand geblickt und einen offenen, kreativen Dialog gepflegt, durch den erst Visionen entstehen können.

© Daniele Manduzio, Mirjam Fruscella

## Brausen aus dem Show-Geschäft

Marken-Hersteller der Bad-Szene mal herhören! So entwickelt man heute Brauseköpfe: mit Kleber, Dämmplatten, Fön, Stichsäge und sonstigen Produkten aus dem Baumarkt. Aber man muss schon Stefan Raab heißen, um mit einem derart „professionell“ entwickelten Produkt in einem ganzseitigen Bericht im Nachrichtenmagazin „Spiegel“ (Ausgabe 23/2013) unterzukommen.



Für seine neue Karriere als Sanitär Spezialist, dessen Ursprung ein heiterer Grillabend gewesen sein soll und dessen Themenspektrum sich in die Körperpflege verirrt, versicherte er sich vertriebliche Unterstützung des Online-Händlers Butlers, in dessen Bauchladen alles, was in irgendeiner Form mit Wohnen und Wohn-Accessoires zu tun hat, zu finden ist. Schließlich wollte Raab unbedingt verhindern, dass sein Duschkonzept nicht – Zitat „zwischen Streusalz, Rattengift und Dachpappe endet“. Somit hübscht Raabs Duschkonzept also künftig Butlers Bad-Segment auf, zu dem neben Seifen, Handtüchern und sonstigen Bad-Accessoires auch eine Badewanne namens „Cleopatra“ oder die eine oder andere Armatur zu finden ist.

Raabs „geradezu erotischer Körperform-Duschkopf“ mit immerhin 204 Strahldüsen, der sich gerade auf der Warteliste deutscher und internationaler Patentämter zwecks Patentanmeldung befindet, sieht eher aus wie ein klinisch weißer, gepunkteter Bumerang. Sorgsam gehütet ist dabei das Geheimnis, wo das „Erotikteil für die Körperpflege“ produziert wird, zumal Butlers

Kompetenz eher im Handel denn in der Produktion zu suchen ist. Denn wer einmal den technischen Aufwand einer Brausenproduktion bei einem deutschen Markenhersteller gesehen hat, kennt die Probleme und weiß, warum eine hochwertige Brause teurer als 30 Euro (laut Butlers Preisliste: 29,90 Euro) sein muss.

Aber in jedem Baumarkt findet man schließlich eine Fülle von Duschköpfen, die man eher als Gimmick denn als nützliches Duschutensil bezeichnen würde. Da reiht nun nun der Raab-Bumerang nahtlos ein. Wie lange Raabs zentrales Grund-Argument bei der angepeilten weiblichen Zielgruppe wirkt, eine Dusche in Händen zu halten, mit der beim Duschen die Haare nicht nass werden, bleibt abzuwarten. Immerhin kennt auch der medienwirksame Schöpfer das „Problem des reflektierenden Strahls“. Wer daraufhin also wütend feststellt, dass die Haare dennoch nass werden, kann das Teil wenigstens noch als Bumerang benutzen und wegwerfen. Mit einem großen Vorteil: Es kommt nicht, wie bei einem Bumerang üblich, zurück! Übrigens: Wir empfehlen eine Markenbrause und eine Duschhaube.

Fotos: Butlers

## Stau im Badezimmer: Deutsche brauchen am längsten



Wer braucht am längsten, wie werden Badezimmer genutzt und wie können sie in Zukunft besser den Bedürfnissen ihrer Bewohner angepasst werden? Um diese Fragen zu beantworten, hat Sanitäranbieter Ideal Standard eine Studie in Auftrag gegeben mit der Aufgabe, 19 Personen in vier europäischen Ländern über mehrere Wochen bei ihrer täglichen Badroutine zu beobachten. Die Körperbewegungen der Probanden wurden in jedem Badezimmer von zwei speziell angepassten Tiefensensoren präzise und dreidimensional erfasst.

Somit konnte man sich ein genaues Bild von der tatsächlichen Nutzung eines Badezimmers machen. Die Ergebnisse sprechen von selten genutzten Badewannen und Bidets, unterschiedlichen Verhaltensmustern und von Badezimmern, deren unlogische Anordnung ihre Nutzer fast in den Wahnsinn treiben. An der Studie nahmen Familien aus Deutschland, Frankreich, Italien und Großbritannien teil, die verschiedene Wohnsituationen repräsentierten, von der Singlewohnung bis zum Mehrgenerationenhaus. Die Ergebnisse dieser Mapping-Studie wurden um quantitative Daten von rund 4 000 Befragten ergänzt.

Laut Studie träumen 40 Prozent der Teilnehmer von einem neuen Bad. Allerdings wünschen sich die meisten nicht etwa mehr Platz, sondern einen Raum, der besser auf ihre persönlichen Anforderungen zugeschnitten ist. Am unzufriedensten sind die Deutschen, die im europäischen Vergleich auch die längste Zeit im Bad verbringen, immerhin durchschnittlich 27 Minuten. Die Briten hingegen haben nur selten etwas an ihren Bädern auszusetzen. Sie verbringen nur circa 19 Minuten im Badezimmer und sind damit die Schnellsten. „Die Gestaltung des Badezimmers: Stauraum, Einbauten, Ästhetik und die unterschiedliche Größe machen die Erfüllung der Anforderungen aller Haushaltsmitglieder zu einer echten Herausforderung. Im Hinblick auf den demografischen Wandel bekommt dies noch mehr Bedeutung, denn Haushalte mit Singles, Erwachsenen, mehreren Generationen und älteren Menschen gibt es immer häufiger“, so Dr. John Curran, Sozialanthropologe.



Zwei Beispiele einer sogenannten „Motion-Map“: oben das Bad einer Familie, unten das eines Pärchens. An den roten Stellen ist am häufigsten „Betrieb“.



Grafiken: Ideal Standard

### Die Quintessenz der Studie, kurz gefasst:

- Refugium für Eltern:** Für Eltern stellt das Badezimmer ein Refugium dar, das Ruhe vor der Familie bietet. Die quantitativen Daten zeigen, dass sich gerade Eltern kleiner Kinder im Alter von bis zu fünf Jahren gerne im Badezimmer aufhalten und sich ein langes Bad gönnen.
- Zeitgleiche Nutzung:** Auch wenn das Badezimmer für Eltern ein Refugium sein kann, so sind sie auch diejenigen, die mit der gegenwärtigen Gestaltung des Badezimmers am wenigsten zufrieden sind. Besonders die vielen verschiedenen und oft auch kollidierenden Anforderungen an diesen Raum - Wellnessbad, Apotheke, Waschküche und Spielzimmer - führen nicht selten zu Beschwerden über Unordnung und mangelnden Stauraum.
- Zurück zum reinen Badezimmer:** Ältere Menschen, ob alleinstehend oder als Ehepaar zusammenlebend, sind aller Wahrscheinlichkeit nach am ehesten mit ihrem Badezimmer zufrieden. Dies deutet darauf hin, dass nach dem Auszug der Kinder das Bad wieder als reines Bad genutzt wird.
- Nur für Erwachsene:** Wohnen ausschließlich Erwachsene in einer Wohnung, zum Beispiel Studenten in einer WG oder Familien mit bereits erwachsenen Kindern, hat das Bad am ehesten den Status eines Funktionsraums.

Diese Gruppen bevorzugen das Duschen gegenüber langen Bädern. Hier fungiert das Badezimmer häufig auch als Waschküche.

**Werden Bidets genutzt?** In einigen Teilen Europas sind Bidets weit verbreitet, in anderen Teilen weniger. Seit Jahren fragen sich Badeinrichter, wie häufig ein Bidet tatsächlich genutzt wird. Die Studie bietet nur einen kleinen Einblick in diese sehr private Frage. Die quantitativen Daten deuten darauf hin, dass außerhalb Italiens, wo Bidets als essenzieller Bestandteil der täglichen Hygiene gelten, diese nur sehr selten genutzt werden.

**Heiße Duschen und kalte Bäder:** Eine kombinierte Analyse aller Bewohner zeigt, dass Badewannen nur selten genutzt werden und eine Dusche immer häufiger Bestandteil der täglichen Hygiene ist. Vielleicht ist das am Anfang einer Ära, in der die Badewanne im Bad kein unverzichtbarer Einrichtungsgegenstand mehr ist.

**Machen Paare es richtig?:** Keine andere Gruppe als die der Paare weist so häufig ein ordentliches und aufgeräumtes Bad auf. Der Grund hierfür könnte sein, dass das Bad aus Rücksicht auf den Partner ordentlich gehalten wird und keine Unordnung durch die stürmische Familie entsteht.

Aus dem Mosaik-Archiv von 1893:



# Neuer Glanz für ein „gutes Stück Geschichte“

IM WESTPFÄLZISCHEN PIRMASENS ZEIGTE SICH IN DEN VERGANGENEN MONATEN IN BESONDERER WEISE, WIE HOCHWERTIG UND NACHHALTIG „DEUTSCHE WERTARBEIT“ SEIN KANN. SO WURDE IM ZUGE DER SANIERUNG DES HISTORISCHEN GEBÄUDETRAKTS „ALTE POST“ EIN ÜBER 33 METER LANGER UND RUND 120 JAHRE ALTER FASSADEN-FRIES AUS DER WILHELMINISCHEN ÄRA ORIGINALGETREU WIEDERHERGESTELLT.



**D**er Mosaik-Fries zierte das lange Jahre brachliegende Gebäude der früheren „Königlich-Bayrischen Kraftpost“ im Stadtzentrum von Pirmasens. Künftig soll der Gebäudekomplex, der zu den wenigen noch erhaltenen historischen Monumenten der Stadt zählt, als „Forum Alte Post“ zum kulturellen Mittelpunkt der Stadt werden. Die Einweihung ist für August 2013 im Rahmen des 250-jährigen Jubiläums der Stadt geplant.

Ein für alle sichtbares und besonders eindrucksvolles Element dieser Wiedergeburt ist der 50 cm hohe Fries als filigranes Highlight des Gebäudes direkt unterhalb des Dachsturzes, der um das gesamte Gebäude herum verläuft. Ein Glücksfall ersparte den Restauratoren viel

Kopfzerbrechen. Denn es stellte sich heraus, dass diese kleinteilige Mosaik-Arbeit vor 120 Jahren vom Mettlacher Keramik-Hersteller Villeroy & Boch gefertigt wurde. Mehr noch: In den Archiven des Herstellers fanden sich noch die Auftragsbücher aus dem Jahr 1893. Sogar die Originalfarben für die Behandlung des unglasierten Steinzeugs für das schmuckvoll gestaltete Mosaik mit seiner Gesamtfläche von 16,7 qm waren im Lager des Merziger Unternehmens noch vorhanden. Selbst die Farbnummern hatten sich nicht geändert.

Das heute noch erhaltene Auftragsbuch führt es mit dem Eintrag „Fassadefries, Posthorn, Löwen, Posthorn, Telegraphen“. Ein unbekannter Künstler hatte es 1893 entworfen, Villeroy & Boch erstellte

**Eine Viertelmillion Mosaiksteine für den Auftrag „Fassadefries, Posthorn, Löwen, Posthorn, Telegraphen“**



Möglicherweise mag es in der historischen Mosaikwerkstatt anders ausgesehen haben (oben rechts: V&B-Mitarbeiter Reinhard Pinter), auch heute noch gibt es bei dem Arbeitsaufwand kaum einen Unterschied. Auf dieser Seite einige „Szene“ der Arbeitsschritte, auf der linken Seite das Ergebnis am Objekt.

das Werk aus einer Viertelmillion Mosaiksteinen im Format 1 x 1 cm. Bombenangriffe der Alliierten hatten im Zweiten Weltkrieg die Pirmasenser Innenstadt äußerst schwer in Mitleidenschaft gezogen und dabei unter anderem auch das Mosaikband an der Süd- und Nordseite der „Alten Post“ beschädigt. Das Gebäude wurde 1976 von der Post geräumt und diente bis dahin als Wartesaal für Postbusreisende, Telefonzentrale und Kraftpostverwaltung; danach stand es bis heute leer.

Auf Grund dieser Umstände war es für den Bauherrn und die planenden Architekten Arnold + Partner aus Pirmasens keine Frage, wer mit der Restaurierung beauftragt werden sollte, zumal die heute für das Fliesen-Geschäft zuständige V&B Fliesen GmbH mit „Artefactur“ eine eigene Abteilung unterhält, die auf individuelle Manufaktur-Arbeiten spezialisiert ist.

**15 000 Mosaik-Steine pro Quadratmeter** In einem ersten Schritt wurden Hinterlaufungen, Verschmutzungen und Risse sorgfältig bearbeitet. An den Mosaik-Wänden wurde der komplette Unterputz entfernt und gegen einen neuen mit stärkerer Tragfähigkeit ausgewechselt. So entstand eine tragfähige Basis für die aufwändige Restaurierung der Mosaik. Dann begann für die Artefactur-Restaurateure im wahrsten Sinne die Kleinarbeit. Sie fertigten die Mosaik-Steine für das Fries Stück für Stück nach. Da das hierfür verwendete Rohmaterial das Format 2 x 2 cm hatte, mussten sie die Steine anschließend einzeln von Hand auf das ursprüngliche Format zuschneiden. Und das in enormer Stückzahl: Für die 50 cm hohe, 33,3 m lange Fassade waren über 15 000 Steine pro Quadratmeter, also insgesamt über 250 000 Steine erforderlich. Zur Unterstützung der Verlegearbeit vor Ort wurden

jeweils ca. 2 250 dieser Mosaiksteine zu 40 x 50 cm großen Tafeln zusammengefasst und mit Klebefolie verbunden, durchnummeriert und anschließend zusammen mit einem präzisen Verlegeplan sukzessive zur Baustelle geliefert.

Für Dr. Bernhard Matheis, Oberbürgermeister der Stadt Pirmasens, ist diese geglückte Restaurierung Grund genug zur Freude, „den Pirmasensern dieses für alle sichtbare geschichtsträchtige Kleinod aus der Kaiserzeit pünktlich zum Stadtjubiläum und dem damit verbundenen 30. Rheinland-Pfalz-Tag zurückgeben zu können“. Finanziert wurde das Prestige-Projekt mit Gesamtkosten von ca. 11,8 Mio. Euro zu 80 Prozent vom Land Rheinland-Pfalz. Die 20 Prozent des Pirmasenser Eigenanteils stammen aus Rücklagen, die aus dem Nachlass der Pirmasenserin Elisabeth Hoffmann gebildet wurden. Für die Sanierung der Fassade ist die vornehmlich aus dem Reitsport bekannte „Liselott und Klaus Rheinberger Stiftung“ eingetreten.

**Das „Forum Alte Post“ als für alle sichtbares geschichtsträchtiges Kleinod aus der Kaiserzeit.**

**DR. BERNHARD MATHEIS, OBERBÜRGERMEISTER PIRMASENS**

## Über Pirmasens

Erste urkundliche Erwähnung fand Pirmasens um 850 als „pirminiseusna“, angelehnt an den Wanderprediger Pirminius. Der als Stadtgründer geltende Landgraf Ludwig IX. errichtete im heutigen Pirmasens die Garnison für ein Grenadierregiment, es folgten 1763 die Stadtrechte. Am südwestlichen Rand des Pfälzerwalds gelegen und grenznah zu Frankreich ist das über 40 000 Einwohner zählende rheinland-pfälzische Pirmasens wie Rom auf sieben Hügeln erbaut. In ihrer Blütezeit galt die Stadt als Zentrum der deutschen Schuhindustrie; davon zeugen unter anderem der Sitz der Deutschen Schuhfachschule, des International Shoe Competence Centers (ISC), die Ausrichtung internationaler Schuhmessen oder der Standort der ältesten Schuhfabrik Europas. Weitere Informationen unter <http://www.pirmasens.de>

Ganz oben: das historische Auftragsbuch von Villeroy & Boch, unten: die „Alte Post“ Pirmasens als koloriertes Postkartenmotiv aus dem Archiv der Stadtverwaltung Pirmasens



„25hours Hotel Zürich West“:



# Farbkompositionen für außergewöhnliche Bad-Erlebnisse

SINNLICH-HARMONISCHE INNENRÄUME UND STIMMIGE AUSSTATTUNGSDetails STANDEN FÜR DEN SCHWEIZER DESIGNER ALFREDO HÄBERLI IM MITTELPUNKT SEINER ERSTEN GESAMTGESTALTUNG EINES HOTELS. BEI ALLEN 126 BADEZIMMERN UND IM WELLNESS-BEREICH ENTSCIEDEN SICH ER UND SEIN TEAM FÜR KERAMISCHES RUNDMOSAIK, DAS DURCH SORGFÄLTIG ABGESTIMMTE FARBKOMPOSITIONEN UND EINLEGER IM METALLIC-LOOK EIN EINDRUCKSVOLLES RAUMERLEBNIS ERMÖGLICHTE.



In den Bädern werden die Zimmerkategorien Gold, Silber (Foto Mitte) und Platin (ganz oben) visualisiert durch eingestreute Plättchen in entsprechenden Metallfarben. Unten links der Wellness-Bereich



**A**ls „kreative Alternative zur Uniformität in der Kettenhotellerie“ verstehen sich die „25hours Hotels“, denn sie verfügen über jeweils eigenständige Designkonzepte unterschiedlicher Gestalter. Im Trendquartier Zürich-West entstand nach Plänen von Alfredo Häberli Design Development nun ein einzigartiges Designobjekt, für das mehr als 60 Produkte eigens entwickelt und realisiert wurden. „Nichts sollte einfach so von der Stange kommen“, sagt Häberli, und das gilt nicht zuletzt für die Badezimmer, die ihren Teil dazu beitragen sollten, dass sich die Gäste zu Hause fühlen, obwohl das Zuhause weit weg ist.

Mit einem ironischen Seitenblick auf den Bankstandort Zürich gliedern sich die Hotelzimmer in die Ausstattungskategorien Silber, Gold und Platin. Diese Bezeichnungen werden in den Gästebädern subtil visualisiert durch den keramischen Belag. Eingestreute Einzel-Plättchen in den jeweiligen Metallfarben finden sich innerhalb der Rundmosaik-Flächen wieder: Für eine behagliche Raumatmosphäre sorgen die hochwertigen keramischen Glasuren mit bis zu zehn Schichten und die fein abgestimmte Mischung der einzelnen Rundmosaik-Steinchen. Unterschiedliche Nuancen einer Farbrichtung bilden ausdrucksstarke Solisten, die sich dann in der Fläche gewissermaßen zu einem harmonischen Orchester verbinden. Unterstützt wird die elegante Anmutung durch Details wie leicht überglasierte Kanten oder eine spezielle Glasur-Applikationstechnik, die zu sanften



Mit Materialkombinationen realisierte Häberli seine Farbthemen, wie hier im „Platin-Bad“ (links). In der „Häberli-Suite“ gehen Wohnraum und Bad nahtlos ineinander über (unten).



Übergängen führt. So wird störende Unruhe vermieden und gleichzeitig eine dezente Rhythmik ermöglicht. Das Endergebnis sind wohltuend ausgewogene Farbwelten ohne sich wiederholende Muster und Gesamtkompositionen mit hoher Individualität.

Für die Böden, bei denen nutzungsbedingt Nässe im Spiel ist, wurde das Rundmosaik in einer rutschhemmenden Version eingesetzt. Diese spezielle Oberfläche erfüllt die Anforderungen der Trittsicherheitsklassen „R10“ bzw. Bewertungsgruppe „B“ für nassbelastete Barfußbereiche. Sie korrespondiert optisch mit den „normalen“ Glasuren der Kollektion. Dadurch sind trotz besonderer funktionaler Anforderungen ganzheitliche Raumkonzepte realisierbar.

Darüber hinaus verfügt die Serie über die sogenannte HT-Veredelung. Sie macht die Fliesenoberfläche hydrophil, d. h. Wasser perlt nicht tropfenförmig ab, sondern bildet einen dünnen Film: Schmutz wird unterwandert und kann leicht entfernt werden, ein Aspekt, der gerade in einem Hotel nicht nur Zeit und Geld spart, sondern durchgängig die Sauberkeit unterstützt. Die bereits im Werk dauerhaft eingebrannte Veredelung wirkt außerdem antibakteriell ohne Chemie. Ein weiterer Vorzug ist der Abbau von störenden Gerüchen bzw. von Luftschadstoffen. Im 25hours Hotel Zürich West bilden Zimmer- und Badgestaltung eine untrennbare Einheit, sodass in jeder Ausstattungskategorie in sich stimmige, unverwechselbare Raumin szenierungen entstehen, die Alfredo Häberlis Ziel, „dem Hotel eine Seele zu geben“, mühelos gerecht werden.

**Die Oberflächen-Veredelung des keramischen Rundmosaiks wirkt ohne chemische Hilfsmittel antibakteriell**



Farben und Muster bestimmen das Bild in allen Bereichen des Züricher „25hours Hotels“, wie hier in der Lobby (links) oder der Sauna-Lounge (Mitte). (Fotos: 25hour Hotel)



Erstes deutsches Waldorf Astoria:

DAS WALDORF ASTORIA IN NEW YORK GEHÖRT SICHERLICH ZU DEN BEKANNTTESTEN HOTELS DER WELT. NUN HAT WALDORF ASTORIA HOTELS & RESORTS SEINE ERSTE DEPENDANCE IN DEUTSCHLAND ERÖFFNET. NEBEN EINER 12 000 EURO TEUREN PRÄSIDENTENSUITE BIETET DAS 5-STERNE-HAUS AM ZOOLOGISCHEN GARTEN IN BERLIN VOR ALLEM JEDE MENGE LUXUS UND AUSBLICK ÜBER DAS (MOMENTAN NOCH) SCHMUDDelige BAHNHOFsvIERTEL.

## 5-Sterne-Hotel und standhafter Bad-Komfort

**D**as 5-Sterne-Haus im Westen Berlins befindet sich in unmittelbarer Nähe zur Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche und zum Kurfürstendamm. Wie in den meisten Hotels nicht nur der Luxus-Kategorie hatte auch in diesem Fall die komfortable Ausstattung der insgesamt 200 Gästebäder eine hohe Priorität. Vom 31. Stock des Waldorf Astoria Berlin genießen die Gäste einen weiten Blick über die Dächer der

deutschen Hauptstadt und den Zoologischen Garten. Nicht umsonst trägt das rund 118 Meter hohe Gebäude den Namen Zoofenster.

Als Vorbild für die Lobby diente unübersehbar das traditionsreiche Stammhaus in den USA mit edlem, schwarzem Marmor und einer eigens angefertigten Standuhr, der sogenannten Grandfather's Clock. Die Hommage wird vor allem durch das Herzstück der Empfangshalle deutlich, die zweigeschossige Peacock Alley. Dieser Korridor verband in New York die ursprünglich eigenständigen Häuser des Waldorf Hotels und des benachbarten Astoria Hotels zum heute so bekannten Waldorf Astoria. Auch in Berlin prägt der Art-déco-Stil der 1920er- und 1930er-Jahre die Inneneinrichtung des 5-Sterne-Hotels und der dazugehörigen 232 Zimmer und Suiten. Zur ausgesuchten Ausstattung des Hauses zählt neben Ballsaal und Bibliothek unter anderem der einzige Guerlain Spa Deutschlands.

Gerade in einem Luxushotel wie dem Waldorf

**Puristisches Design und zeitlose Eleganz auch im Bad**

Komfortabel Baden mit Weitblick: Wer beim Wannenbad diesen Ausblick haben möchte, muss sich die Präsidentensuite leisten können. Aber auch in den übrigen Gästebädern mangelt es nicht an Luxus und dank Stahlemail-Badewannen an Bade-Komfort. Die Wandbekleidungen sind hier aus hochwertigem Marmor.



FOTOS: KALDEWEI/WALDORF ASTORIA

Astoria Berlin sind hochwertige Produktlösungen gefragt, die sich durch eine zeitlose Optik und hohe Qualität auszeichnen. So stattete das 5-Sterne-Hotel seine 200 Gästebäder mit Badewannen aus Stahlemail vom Typ „Conoduo“ (von Kaldewei) in der Farbe Alpinweiß aus. Diese Wanne verbindet geradlinige Formensprache mit hohem Badekomfort und fügt sich so harmonisch in die hochwertige Badgestaltung des Waldorf Astoria Berlin ein. Durch ihre großzügige Abmessung (180 x 80 cm) bietet sie den Hotelgästen Platz für ein entspanntes Badevergnügen. Ganz gleich, ob allein oder zu zweit, schließlich haben alle Wannen dieses Typs zwei komfortable Rückenschragen sowie einen mittig positionierten Ab- und Überlauf.

Der Ahlemer Sanitärhersteller fertigt alle Badewannen, Duschwannen und emaillierten Duschflächen aus 3,5 mm starken Stahl-Email. Dieses Material ist so widerstandsfähig, dass die Oberfläche auch nach Jahren keine Gebrauchsspuren zeigt. Neben den guten Hygieneigenschaften lassen sich die Wannen leicht, schnell und vor allem auch weitgehend ohne chemische Putzmittel reinigen, ein großer Vorteil für das Housekeeping und fürs Budget. Denn auch im Luxus-Segment des Gastgewerbes ist wirtschaftliches Haushalten oberstes Gebot. Die Badewannen im Waldorf Astoria Berlin weisen aber noch eine weitere Besonderheit auf: Sie sind mit einer rutschhemmenden Antislip-Emaillierung versehen. Diese strukturierte Oberfläche besteht aus einem Quarz-Sand-Gemisch, das fest in das Stahl-Email eingebrannt ist und optimale Trittsicherheit gewährleistet.



Luxus mit Weitblick: Wer hier logiert, dem liegt Berlin zu Füßen und lebt auf 280 m² Wohnfläche. Die Präsidentensuite befindet sich im obersten Teil des Hotels, wo sie das gesamte 31. Stockwerk einnimmt. Sogar vom Badezimmer (Foto linke Seite) aus bietet sie einen 360-Grad-Blick auf die Berliner City West.

Der Ursprung geht auf William Waldorf Astor zurück, der 1893 das 13-stöckige Waldorf Hotel an der Stelle seines Elternhauses eröffnete, wo sich heute das Empire State Building befindet. 1897 eröffnete gleich daneben das um vier Stockwerke höhere Astoria Hotel seines Cousins John Jacob Astor IV an der Stelle, an der zuvor die Tante der beiden Cousins gewohnt hatte. Der Verbindungsweg zwischen den Hotels wurde als Peacock Alley bekannt. Heute befindet sich das New Yorker Hotel in einem 42-stöckiges Art-Deco-Gebäude, das seit 1931 an der Park Avenue in Manhattan steht (Hausnummer 301).

## Ihr kompetenter Partner rund um

**RS** Reinigung  
**SP** Schutz  
Pflege



für Naturstein, Kunststein und Keramiken

[www.moellerstonecare.eu](http://www.moellerstonecare.eu)

Info-Serviceziffer [31304]

## Kunststücke für Schul-WCs



Bereits vor zwei Jahren begannen die ersten Sanierungsmaßnahmen an der Ganztagschule Solms im hessischen Lahn-Dill-Kreis. Die weitreichenden Maßnahmen, von der Neugestaltung des Schulhofs bis hin zur Grundsanierung der Sanitärräume, konnten nun zur Freude der Schüler und Mitarbeiter der Schule abgeschlossen werden.

**U**m eine möglichst große Akzeptanz der neuen Räume zu erreichen, wurden die Schüler und Schülerinnen vor allem auch bei der Erneuerung der Sanitärräume in besonderer Weise eingebunden.

Eines der Themen hier: Mit welchen Motiven sollten die Frontseiten der Sanitärtrennwandanlagen gestaltet werden? Denn einfarbiges, freundliches Mausgrau war gestern. Heute ermöglicht ein spezielles Digital-Druckverfahren, die Oberflächen der Trennwände farblich und sogar künstlerisch zu gestalten. So können Kunstprojekte auch in Sanitärräumen umgesetzt werden. Heraus kam an der Schule in Solms ein bunter Motiv-Mix, mal sportlich, mal dynamisch oder auch ganz natürlich. Die Motive zeigen in brillanter Qualität Bilder von Sportlern, Tieren, Blumen und Autos. Umgesetzt wurden die Vorstellungen der Schüler und Planer mit Trennwänden vom Typ „Sana S30/K1“ (von Sana Trennwandbau).

In allen Geschossen der Gesamtschule wurden diese rahmenlosen und somit flächenbündigen Trennwandanlagen eingebaut. Während die 210 cm hohen (einschl. 10 cm Bodenfreiheit) Anlagen an den Kabineninnenseiten und Trennwänden weiß blieben (in der Hoffnung, dass sie nicht später doch wieder als Graffiti-Untergrund erhalten müssen), glänzen die Außenseiten und Türen mit einer geradezu spektakulären Bilderschau.

Sicherheit und Hygiene haben im Schul-WC oberste Priorität und sind auch in diesem Fall gewährleistet. Denn an den Pflegeeigenschaften ändert sich bei dieser Dekoration nichts. Die flächenbündigen Trennwände sind leicht zu

reinigen und zu 100 Prozent wasserbeständig. Die 30 mm starken Elemente sind in Sandwichbauweise als HPL-Verbundelemente aufgebaut. Die Oberfläche besteht aus 3 mm starken HPL-Schichtstoffplatten. Ein innenliegender HPL-Rahmen umschließt den Hartschaumkern.

Die Wandanschlüsse an das vorhandene Mauerwerk wurden mit E6/EV1-eloxierten, umgreifenden Aluminium-Profilen realisiert. Zur zusätzlichen Stabilisierung der Vorderfront kam ein Edelstahl-Profil 40x20 mm zum Einsatz. Dieses Profil wurde auch auf den Mittelwänden montiert. Sowohl Front- und Trennwände als auch die gefälzten Türen bieten mit einer Stärke von 30 mm ausreichende Festigkeit und sind durch eine Aluminium-Einlage verstärkt. Der Anschluss der Trennwandelemente an die Vorderwände ist verdeckt ausgeführt worden. Zusätzlich wurden die Trennwände mit verdeckt eingefrästen Edelstahlwinkeln ausgestattet.

Zur Anschlagdämpfung der auf zwei Aufschraubbändern gelagerten Türen dienen in den Türfalz eingesetzte Gummipuffer. Ein Fingerklemmschutz verhindert zuverlässig eingeklemmte Finger durch zugeschlagene Türen. Diese spezielle Fräsung verhindert eine Spaltbildung. Integrierte Spezialfedern gewährleisten ein Selbstschließen der Türen. Edelstahl-Drückergarnituren und WC-Einsteckschlösser komplettieren die Ausstattung der Trennwandanlagen. Ebenfalls in Edelstahl ausgeführt sind die höhenverstellbaren Fußstützen mit einem Durchmesser, die der Anlage einen sicheren Halt geben und eine hygienische Reinigung gewährleisten. In den Vorräumen der WCs wurden Waschtischanlagen aus 13 mm starkem HPL-Material montiert. Diese sind in der Farbe Weiß betont schlicht gehalten.

Bauherr: Kreisausschuss des Lahn-Dill-Kreises,  
Architekt: Meurer Generalplaner GmbH,  
Fertigstellung: November 2012  
Produkte: Sana Trennwände Typ S30/ KL mit Digitaldruck, Sana Waschtisch aus HPL 13mm

## Spiegelheizung für besseren Durchblick



Das Schlossgut Gross Schwansee ist eines der schönsten Gebäude zwischen Lübeck-Travemünde und dem Ostseebad Boltenhagen. Es befindet sich inmitten eines 44 000 m<sup>2</sup> großen, parkähnlichen Geländes. Die im 18. Jahrhundert errichtete und dann im klassizistischen Stil umgebaute Gutsanlage wurde 1999 von der Silvius Dornier GmbH & Co. KG erworben.



**I**n ihrem Auftrag sanierten die Architekten WSSA Wörle-Siebig-Strauch aus München das architektonische Schmuckstück behutsam und bereiteten es umsichtig auf eine neue Nutzung vor. Viele wertvolle Relikte der Vergangenheit wurden bewahrt, hinzugekommen ist jedoch modernste Haustechnik. Im Jahr 2002 eröffnete das Schlossgut erstmals als Hotel. Seither wird das exklusive Haus der 5-Sterne-Kategorie mit insgesamt 63 Zimmern und Suiten vor allem wegen seiner reizvollen Umgebung und ruhigen Lage für Tagungen und festliche Veranstaltungen ge-

Design-Bad und freier Blick in den Spiegel nach der Dusche gehören zusammen.



### Beschlagfreie Sicht in Dusche und Bad

bucht. Mit höchsten Einrichtungsstandards und herausragendem Service hat sich das Schlossgut Gross Schwansee in der gehobenen Hotellerie inzwischen einen guten Namen gemacht.

Energieeffiziente Haustechnik leistet nicht nur einen wertvollen Beitrag zur Senkung der Betriebskosten, sie erfüllt auch die besonderen Komfortansprüche der Gäste. Vor allen in den Bädern geht es für sie nicht nur um Energieeffizienz, sondern auch um Komfort. Dass Armaturen an Waschbecken und in der Dusche formschön sind und optimal funktionieren, wird vorausgesetzt. Aber was ist, wenn nach der heißen Dusche das Konterfei im Spiegel nur noch vernebelt erscheint?

In den 63 Bädern von Schlossgut Gross Schwansee sorgen jetzt die elektrischen Spiegelheizungen für das i-Tüpfelchen beim Badkomfort. Denn sie verhindern das Beschlagen der Spiegeloberflächen beim Baden oder Duschen und garantieren stets eine klare Sicht. Den Gästen bleibt das lästige Abfönen der Spiegel und dem Hotel die hierfür anfal-



lenden Mehrkosten erspart. Denn während die Leistung eines Föns zwischen 1000 und 2000 Watt beträgt, entfallen für die modernen Spiegelheizungen je nach Modell nur sparsame 50 bzw. 110 Watt.

Durch Betätigung des Lichtschalters wird die Spiegelheizung automatisch aktiviert, sie reagiert sofort. Hierfür verantwortlich ist ein aluminiumkaschiertes Heizelement, das mit Hilfe doppelsei-

tiger Klebebänder auf der Spiegelrückseite vor der Wandmontage angebracht ist. Bei einer Raumtemperatur von 22°C erwärmt das Heizelement den Spiegel auf etwa 27°C. Diese Temperatur bleibt konstant und bewirkt, dass Wasserdampf nicht mehr auf der Glasoberfläche kondensiert. Niedrige Anschaffungskosten, betriebssichere Funktion und eine einfache Installation machen dieses Spiegelheizsystem so interessant.

„First BioDent Spa“ Düsseldorf:

## Zahnbehandlung mit Wohlfühlfaktor

Zahnarztpraxen sind auch nicht mehr, was sie mal waren.

Zumindest nicht in Düsseldorfs feiner Adresse Shadow-Arkaden nahe der Kö. Die Angst vor dem Bohrer ist passé.

In möglichst heiterer Erwartung auf den Zahnarztstuhl, danach zur Entspannung ins Dampfbad, in die Infrarot-Sauna oder den Ruheraum, das lässt mögliche Torturen rasch vergessen.



**W**er bei Dr. Lammers und Kollegen beim Gedanken an den Bohrer kalte Füße bekommt, kann sich im Barfußbereich des Spas erst einmal die nötige Betriebswärme holen. Hier sorgt eine neuartige Heizfolie unter dem italienischen Marmor-Fußbodenmosaik von Grund auf für angenehme Wärme. Die kommt aus der besonders flachen (0,1 mm) und leistungsfähigen Folie „Hicotherm“ (von Frenzelit). Sie besteht aus winzigen Carbonfasern, die den Strom mit Niedervoltspannung effektiv in Wärme umwandeln. Diese wird durch ihre Infrarotstrahlen als besonders angenehm wahrgenommen und ist vergleichbar mit der Wärme, die ein Kachelofen ausstrahlt.

Die Flächenheizung ist über einen Temperaturfühler mit einem Thermostat verbunden. Über eine Regeleinheit lässt sich die gewünschte Temperatur einstellen. Ebenso kann man die Heizung auf Knopfdruck in Gang setzen oder abschalten. Das funktioniert schnell und energieeffizient. Zumal die Natursteine und die Keramik wegen ihrer besonderen Wärmespeicherfähigkeit einem Kachelofen vergleichbar sind, der auch nach Abschalten den Raum über lange Zeit mit angenehmer Strahlungswärme versorgt.

**Kunsthandwerkliche Handarbeit** Für die Realisierung dieser Wohlfühlwärme sorgte Fliesenlegermeister Harald Berger, Berger-Fliesentechnik (Düsseldorf). Er legte mit drei Mitarbeitern auf rund 75 m<sup>2</sup> die Heizfolie in ein Spachtelbett aus Fließbettmörtel (Ardex K 15). Für die Anschlüsse und die Kabel stemmten sie Kabelschlitze in den Boden und spachtelten die ganze Fläche erneut mit dem Fließbettmörtel aus. Im Therapie-

den 50 m<sup>2</sup> des Wellnessbereichs ein Bodenmosaik aus kleinflächigen hellen Marmorsteinen sowie ein Rosso-Marmor-Mosaik bis in halbe Wandhöhe. Die Fugen wurden mit einem schnellhärtenden und wasserabweisenden flexiblen Fugenmörtel (Sopro FlexFuge FL) verschlossen. So wurden viele tausend Marmorsteine verlegt, geradezu eine Sisyphus-Handarbeit, mit der Harald Berger und drei Gesellen insgesamt sechs Wochen beschäftigt waren.

Im Anschluss daran sorgten die Elektriker für den Anschluss. Elektrotechnikermeister Thomas Schlak, Geschäftsführer der Elthos GmbH (Hilden), schloss die Kabel aus dem Boden an die Trafos an, die die 230 Volt-Spannung aus dem Stromnetz in 24 Volt Niederspannung transformieren, und installierte die Schalter, Thermostate und Regler.



Unter dem kunstvoll gestalteten Mosaikboden der Dusche sorgt eine Heizfolie für warme Füße. Tausende von Mosaiksteinchen schmücken auch das Dampfbad des Spas (links).



## Baujahr maßgeblich für den Trittschallschutz

Bei Fehlen einer vertraglichen Abrede weist eine Mietwohnung in einem älteren Gebäude in schallschutztechnischer Hinsicht keinen Mangel auf, sofern der Tritt- und der Luftschallschutz den zur Zeit der Errichtung des Gebäudes geltenden DIN-Normen entsprechen. Das hat jetzt der Bundesgerichtshof (BGH) entschieden. (Az. VIII ZR 287/12 vom 5. Juni 2013). Der Umstand, dass der Eigentümer des Gebäudes bei Umbau des Dachgeschosses den Estrich abgeschliffen und verspachtelt und ihn auf 12 Prozent der Gesamtläche entfernt und erneuert hat,

rechtfertigt es nicht, den Bodenaufbau auf die zur Zeit der Durchführung dieser Arbeiten geltenden DIN-Normen abzustellen. Denn diese Maßnahme ist von der Intensität des Eingriffs in die Gebäudesubstanz her mit einem Neubau oder einer grundlegenden Veränderung des Gebäudes nicht vergleichbar. Der Mieter kann daher nicht erwarten, dass die Maßnahme so ausgeführt wird, dass der Schallschutz anschließend den höheren Anforderungen der zur Zeit der Durchführung der Arbeiten geltenden DIN-Normen genügt. Der Tritt- und der Luftschallschutz der Woh-

nung sind daher als ausreichend und damit als vertragsgemäß zu bewerten. Geklagt wurde auf teilweise Rückerstattung der Miete, weil die Schallisolierung weder dem im Jahr 1952 noch dem 2003 geltenden Stand der Technik entspreche. Das Gebäude, in dem sich die umstrittene Wohnung befindet, war während des Zweiten Weltkriegs beschädigt und im Jahr 1952 wieder aufgebaut worden. 2003 ließ der Eigentümer in der über der Wohnung des Klägers gelegenen Dachgeschosswohnung die umstrittenen Bauarbeiten durchführen. (Quelle: DASV)

## Steuerermäßigung für Dichtheitsprüfung

Wer seine Abwasseranlage mittels einer Rohrleitungskamera auf Dichtheit prüfen lässt, erhält eine Steuerermäßigung von 20 Prozent der Kosten. Das hat das Finanzgericht (FG) Köln entschieden (Az. 14 K 2159/12 vom 3.06.2013).

In dem Verfahren hatte ein Hauseigentümer für die Dichtheitsprüfung der Abwasserleitung seines privat genutzten Wohnhauses in seiner

Einkommensteuererklärung die steuerliche Begünstigung für Handwerkerleistungen beantragt. Das Finanzamt lehnte dies mit der Begründung ab, dass die Dichtheitsprüfung mit einer Gutachterleistung vergleichbar sei. Dem folgte der 14. Senat des Finanzgerichts Köln nicht und gewährte dem Kläger die beantragte Steuerermäßigung. Die Dichtheitsprüfung sei eine konkrete Grundlage für die Sanierung der

Rohrleitung und damit Teil der Aufwendungen für deren Instandsetzung. Sie sei mithin als steuerbegünstigte Handwerkerleistung nach §35a Abs. 3 EStG zu beurteilen. Eine endgültige Entscheidung steht allerdings noch aus, denn das Finanzamt hat gegen das Urteil Revision beim Bundesfinanzhof in München eingelegt (AZ VI R 1/13). (Quelle: DUV Deutscher Unternehmenssteuer Verband).

WASHROOM SYSTEMS

FRANKE

PRÄZISION TRIFFT PASSION

Sanitärösungen von FRANKE Washroom Systems: Technische Präzision gepaart mit Liebe zum Detail. Der neue AQUAFIT Einhebelmischer vereint Komfort mit technischen Highlights wie Verbrühungsschutz und Hygieneoptionen, letztere ohne manuelles Öffnen.

www.franke.de

Info-Serviceziffer: [31305]

# Trends 2013 aus Mailand: Aus der Heimat des jungen und kreativen Designs

Unzählige kreative Events begeisterten auch in diesem Jahr die Besucher der Mailänder Möbelmesse im Rahmen der „Fuori Salone“. In der ganzen Stadt war Kreativität zu spüren. Heitere und unkonventionelle Präsentationen sprachen alle Sinne an und griffen handwerkliche Traditionen auf. Ein Hauch von Ironie und heiterer Leichtigkeit beseelte das neue Design. Es lebe das „Un-perfekte“!

Text und Fotos: **Uta Kurz**

## Holz im neuen Gewand

**Auffällig** viele Leuchten zeigen sich im hölzernen Gewand. Einfache Verstellmechanismen und stabile Konstruktionen laden zum Anfassen ein und erinnern an Kinderspielzeug. Spielerisch kann dabei die Lichtmenge verändert werden. High-Tech-Ideal wird durch Low-Tech ersetzt. Auch vor dem Fahrrad macht der eher massige Werkstoff Holz nicht halt. Unbemerkt wird das Auto als Statussymbol abgelöst, denn Fahrradfahren avancierte längst zum individuellen Lifestyle. Authentische Materialien wie Holz, Stein und einfache Baumetalle dienen als Basis und inspirieren zu neuen Anwendungen. Archaische Formen zeigen überraschende Materialkombinationen. Helle Hölzer in natürlicher Anmutung gehen Hand in Hand mit farbigem Geflecht, transluzentem Kunststoff oder Lackierungen in Akzentfarben. Color-Blocking werden diese extremen Farbakzente genannt, die besonders in Gelb oder Türkis für Beachtung sorgen.



Gesehen bei „Scan to production“, Goed & Groen, Tea Stories (v. l. n. r.)

## Moderne Alchimisten

**Unter dem Stein** der Weisen verstanden die Alchemisten eine besondere Tinktur, die die Umwandlung eines unedlen Metalls zu Gold oder Silber ermöglichte. Heute hat das Design die Schönheit einfacher Metalle wie Kupfer oder Messing neu entdeckt. Dabei bedienen sich die Designer traditioneller Verarbeitungstechniken. Blech wird gestanzt und gekantet und erinnert mit flächigen Rhomben und gefalteten Oberflächen an die japanische Origamitechnik. Organisch gegossene Stühle werden zu Skulpturen, während die Inszenierung metallischer Flüssigkeiten in einer Tropfsteinhöhle die Ursprünge der Alchimie feiert. Warm glänzend verströmt Kupfer eine wohnliche Atmosphäre. Ständige Farbveränderungen der Korrosion zeigen liebevoll die Lebensspuren des Alterns und unterstreichen den skulpturalen Charakter.

Gesehen bei Cotto, Ventura Lambrate, Ventura Warehouse (v. l. n. r.)



Gesehen bei Tagina, Tagina, Ventura Lambrate (v. l. n. r.)

## Flächige Keramik

war gestern. Die Zukunft gehört dem Raum. Neue Konzepte unterstreichen die kreativen Möglichkeiten des Materials, erobern die Fassade und erheben die Wand zum dreidimensionalen Objekt. Großformatige Fliesen in weicher Kissenoptik wurden für organische Außenwände entwickelt, während kristalline Sechseckformen geometrische Fassaden grafisch bereichern. Auch im Innenraum wird die Schönheit von Dekoren neu entdeckt. Nachdem großformatige Ornamente in den letzten Jahren auf Kissenbezügen, Tapeten und Vorhängen Einzug gehalten haben, wachsen nun Skulpturen aus der Wand und erheben die Architektur zur Kunst. Klassischer Stuck wird neu interpretiert.

## Skulpturen für die Wand

## Mobilität

und ständiger Wandel kennzeichnet die moderne Lebensweise. Diese gesellschaftliche Veränderung manifestiert sich auch in neuen Wohnkonzepten. In Mailand wurden Objekte vorgestellt, die genauso mobil sind wie die Menschen, zu denen sie gehören. Sie sind leicht, flexibel und beschränken sich auf das Wesentliche. Schwebende Bänke verzichten auf Füße und finden an jeder Säule halt. Ein minimalistischer Holzkörper mit Teppich und Leseleuchte signalisiert an unterschiedlichsten Orten ein Minimum an Privatsphäre. „Rooms“ heißt die Studie, die das Thema Raum neu definiert. Auch das Bad macht sich auf die Reise. Filigrane Möbel und minimalistische Spiegel lassen sich beim Umzug leicht verstauen und sind der individuelle Begleiter für den modernen Nomaden von heute.

## Die Nomaden kommen

Gesehen bei Ventura Lambrate, Ventura Warehouse (v. l. n. r.)



## Fazit

Holland, Dänemark und Schweden waren die großen Highlights der Szene. Mit umfangreichen Ausstellungen und der intelligenten Verknüpfung von traditionellen Techniken mit modernem Design treffen die Nordländer den Puls der Zeit. Humorvolle Entwürfe entschleunigen den Alltag und setzen auf pragmatische Handhabung mit minimalistischer Formensprache. Low Tech verbindet das kulturelle Erbe mit wegweisender Farbgestaltung.

Uta Kurz beobachtet Trends und filtert die wichtigsten Impulse für Wohnen, Küche und Bad. Sie inszeniert emotionale Verkaufsausstellungen für Handel und Handwerk und schreibt Artikel über Trends und Design. In Seminaren schult sie Planer im richtigen Umgang mit Stilwelten und Materialien.



Mit Panoramen faszinieren und die Begeisterung teilen: Das Sharing Portal ist eine lebendige Plattform, auf der sich Planer ohne technischen Aufwand weltweit präsentieren und kreative Ideen austauschen können.



Die besondere Art, Planung zu präsentieren:

## Showbühne für Badplaner und Designer

Präsentieren im privaten oder im öffentlichen Raum, vor Ort oder ganz global im Web – ganz, wie es die Situation erfordert. Das macht das Kommunikations-Duo von ViSoft möglich: Das Sharing Portal, eine kostenlose gemeinsame Plattform für Badplaner, Fliesen- und Sanitär-Verkäufer, Designer, Bauherren, Kunden und alle Interessierten, um sich auszutauschen und ohne Aufwand Projekte im World Wide Web zu veröffentlichen. Und die kostenlose App ViSoft 360 für iPad und Co. Sie bringt die fantastischen 3-D-Panoramen auf mobile Endgeräte und so zur Besprechung vor Ort.

Meine Bäder. Meine Küchen. Meine Räume. Kurz: meine Projekte. Die liegen nicht mehr länger unsichtbar zu Hause oder im Büroschrank, sondern zeigen einer interessierten Öffentlichkeit, welche Ideen schon Gestalt angenommen haben. Welche Lösungen für komplizierte Grundrisse möglich sind. Wie sich Sanitärobjekte harmonisch inszenieren lassen und welche spezielle Verlegeart Fliesen erst so richtig zur Geltung bringen. Und warum das eigene Licht unter den Scheffel stellen? „ViSoft hat mit dem Sharing Portal jetzt eine

Bühne geschaffen, auf der sich jeder mit seinen besten Ideen und Projekten präsentieren und verwirklichen kann“, erklärt ViSoft Geschäftsführer Rainer Nissler. „Das Portal stellt den Raum und die Kulisse für einen kontinuierlichen und kompetenten Ideen- und Gedankenaustausch.“

„Innerhalb von wenigen Tagen haben Planer und Designer aus der ganzen Welt Projekte auf das Sharing Portal hochgeladen“, so Ottmar Weber, ViSoft Entwicklungschef. „Und nutzen so die kostenlose und werbungsfreie Plattform zur pro-



Wirft ein perfektes Licht auf die Planung: Der Schieberegler zeigt emotionale Lichtstimmungen von frühmorgens bis spätnachts.

fessionellen Selbstdarstellung, die darüber hinaus auch technisch sehr einfach und ohne Aufwand zu bedienen ist.“

Auch Badplaner aus Thailand, Kenia, Tschechien, Frankreich, Holland, Russland, aus der Ukraine und der Schweiz zeigten ihre Panoramen, Bilder und Projekte, kaum dass die Plattform eröffnet war. Die Kommentare und „Likes“ beweisen, dass aus der globalen, internationalen Welt auf dem Sharing Portal eine aktive Gemeinschaft wird.

„Das Sharing Portal macht es uns sehr leicht, unsere Entwürfe den Kunden zu präsentieren – es ist ein sehr effizientes Werkzeug, um internationales Feedback zu bekommen“, sagt Riken Wanzah,

**Panoramen, Bilder, Projekte in Echtzeit und 3D bestaunen**

Showroom Manager der Techno Plast Ltd. in Nairobi, Kenia. Die öffentliche Galerie ist die

eine Bühne, die das Sharing Portal bietet: für das professionelle Feedback, den Austausch von Kommentaren und Profi-Tipps – oder als weltweit nutzbarer, aussagekräftiger 3D-Katalog.

Auf dieser Plattform rückt die globale Familie der engagierten Planer und Designer zusammen.

Das gilt auch für Planer und Kunde. Die zweite Bühne des Sharing Portals ist privat und nur für den einen Kunden bestimmt. Für Claus Lui-Herber vom Fliesen-Atelier in Wesel ist das Sharing Portal „die optimale Schnittstelle zwischen Kunden und Händler beziehungsweise Planer“. Er stellt seine hochwertigen Planungen vor fremden Augen geschützt auf das Sharing Portal, teilt seinem Kunden die PIN des Projekts mit und schon kann der Kunde in aller

**„Eine Plattform, von der alle profitieren: Planer, Kunden, Kreative, Handwerker, die auf der Suche nach dem Bad Ihrer Träume sind.“**

**RAINER NISSLER, ViSOFT GESCHÄFTSFÜHRER**

Abbildungen und Text: ViSoft GmbH



Perfekt für die Entscheidungsfindung: verschiedene Stil- und Farbwelten, unterschiedliche Ausstattungen zum Durchblättern

Das Sharing-Portal: Weltweit, werbefrei, kostenlos und sehr, sehr einfach

## Zoomen, sich bewegen, betrachten und diskutieren

Ruhe alles genau ansehen. „Und wir sind dann viel flexibler, einen Termin zu finden, um noch die Feinheiten zu besprechen.“ Denn das Sharing Portal ist rund um die Uhr offen. Und zeigt Projekte in verschiedenen Varianten – soweit vorhanden – und in unterschiedlichen Lichtstimmungen, wenn der Autor das auch hinterlegt hat.

Ein anderer Einsatzort: das Sharing Portal als öffentlicher oder privater Showroom: privat und PIN-geschützt für potenzielle Kunden, die nicht ins Badstudio oder zum Planer kommen können. Sie informieren sich über eine speziell zusammengestellte Projektauswahl über Stilwelten, pfiffige Planungsideen und Speziallösungen des Designers.

Die andere Seite ist der öffentliche Showroom. „Es ist ein bisschen wie Facebook“, findet Dennis Veth, Geschäftsführer DVignStudio in Wezep, Holland. „Ich finde es schön, dass viele Leute meine Projekte mögen.“ Meinungen, Anregungen, Fragen, Diskussionen, davon lebt die öffentliche Plattform. Und davon, dass es „wirklich sehr einfach ist, Dateien auf das Sharing Portal hochzuladen.“ Fast genauso einfach wie das Portal zu nutzen. Die Bedienerfreundlichkeit war bei der Entwicklung ein Hauptkriterium.

Natürlich profitieren auch die Endkunden von der Plattform. Musterlösungen suchen, sich inspirieren lassen, Ideen sammeln. Sanitärobjekte und Möbelserien in Muße und bis ins Detail betrachten, oder raffinierte, ungewöhnliche Fliesenverlegungen finden. So wird die Entscheidung viel einfacher.

Das Sharing Portal dient auch als Verteilstation für die kosten-

Von Anfang an viel und vielfach genutzt: die öffentliche Plattform des ViSoft Sharing Portals als faszinierende Showbühne für Planer, Verkäufer und Kunden.



lose App Visoft 360. Harald Hellwig, Geschäftsführer der Fliesen Hellwig GmbH in München, nutzt so das Sharing Portal, um das Angebot „unbedingt“ den Kunden zu zeigen: „ViSoft 360 ist wirklich revolutionär und macht vor allem auf dem iPad besonders Spaß. Da wird man gleich wieder inspiriert, neue Sachen zu machen.“

Die ViSoft App sorgt für Furore: Bewegte Bilder ziehen den Blick magisch an. Ein Panorama, in dem sich jeder selbst bewegen kann, fasziniert. Und Faszination ist der erste Schritt zur positiven Entscheidung. Keine Frage: Die Idee, unterschiedliche Ausstattungsvarianten oder Stilwelten in perfekten, fotorealistischen Bildern zu zeigen,

vor Ort, direkt auf der Baustelle oder im zu renovierenden Bad, diese Idee hat großes Potenzial.

Die kostenlose App ViSoft 360 gibt es im Apple App-Store zum Download. Android-Nutzer haben via Internet die gleiche Funktionalität, sie gehen den Weg über die Website [www.ViSoft360.com](http://www.ViSoft360.com).

Die Kombination aus Sharing Portal im Internet und der App für die Präsentation vor Ort kommt gut an. „Eine Plattform, von der alle profitieren: Planer, Kunden, Kreative, Handwerker und Privatleute, die auf der Suche nach dem Bad ihrer Träume sind“, so ViSoft Geschäftsführer Rainer Nissler.

Der Hauptgrund, warum ich das Sharing Portal nutze, ist nicht, meine interessantesten Projekte zu zeigen, sondern der Erfahrungsaustausch mit anderen ViSoft-Nutzern. Manchmal zeige ich auch potenziellen Kunden, die nicht in unser Bad-Studio kommen können, eine Bilderauswahl, verschiedene Stilwelten, Lösungsansätze über das Portal, wenn sie zum Beispiel auf der Suche nach Inspiration sind oder unsere Visualisierungen genießen wollen.“

**TOMAS RYS, AQUASTYL INTERNATIONAL S.R.O. Kladno, Tschechien**



Es ist ein bisschen wie Facebook und ich finde es schön, dass viele Leute meine Projekte mögen – das zeigt die Kommentarfunktion, die ich super finde, ebenso die Möglichkeit zum Fragen und Diskutieren. Ich kann potenziellen Kunden sagen, schaut Euch das mal an – und das kommt immer gut an. Außerdem ist es wirklich sehr, sehr einfach, Dateien auf das Sharing Portal hochzuladen – leichter, als sie auf meine eigene Homepage zu stellen. Das Sharing Portal motiviert mich, noch mehr schöne Räume zu entwerfen.“

**DENNIS VETH, GESCHÄFTSFÜHRER DVIGNSTUDIO, WEZEP/NIEDERLANDE**



Um zu zeigen, was man kann, ist das Sharing Portal toll. Wir stellen dort wirkliche Planungen aus, die zum größten Teil auch umgesetzt wurden. Manchmal sind es auch erste Entwürfe, die sich dann im Planungsverlauf noch ändern. Oder einfach meine konkrete Vorstellung von einem Bad. Bisher nutzen wir nur den öffentlichen Bereich, auch wenn jetzt die Kunden durch den eigenen Viewer viel einfacher ihre Planungen zu Hause ansehen können.“

**SVEN HORNE, GESCHÄFTSFÜHRER ING. FRITZ BISSERT GMBH & Co.KG, HOFHEIM**



Sobald ich die Planung fertig habe, lade ich sie ins Sharing Portal, übermittle dem Kunden die PIN seines Projekts und er kann alles auf dem iPad und iPhone sehen und mit uns darüber diskutieren. Ich finde das super, denn sie zeigen das Design der Familie und den Freunden – das ist gute Werbung für uns und hilft uns, die Planungen weiter zu verbessern. Das Feedback unserer Kunden: Sie lieben es! Vor allem die fotorealistische Darstellung und weil man sich überall im Panorama bewegen und alles heranzoomen kann, was interessiert.“

**RIKEN WANZAH, SHOWROOM MANAGER TECHNO PLAST LTD, NAIROBI, KENIA**



Für mich ist das Sharing Portal die optimale Schnittstelle zwischen Kunden und Händler beziehungsweise Planer. Wir sparen viel Zeit und Aufwand, der Kunde kann sich seine Planung exklusiv erst mal in Ruhe anschauen. Und wir sind dann viel flexibler, einen gemeinsamen Termin zu finden, um noch die Feinheiten zu besprechen. Ich finde es gut, wenn es in Richtung Community geht – warum sollte man sich nicht mit Mitbewerbern austauschen?“

**CLAUS LUI-HERBER, FLIESEN-ATELIER, WESEL**



ISH 2013, Frankfurt:

## Ideen für Bad und WC in Hülle und Fülle

Es ist die größte Branchenmesse ihrer Art weltweit, gerade einmal die Mailänder „Mostra Convegno“ könnte ihr noch das Wasser reichen, gewissermaßen im Wortsinn, denn hier wie da geht ja schließlich ums Wasser, um das Badewasser. Und wenn gut 2400 Aussteller das Frankfurter Messegelände mit Neuheiten fluten, reicht eine Ausgabe nicht aus, um eine zumindest annähernd repräsentative Auswahl an neuen Produkten unseren Lesern zu offerieren. Deshalb folgt nach ersten Berichten in unserer Ausgabe 2.2013 hier der zweite Teil der Messe-Berichterstattung. Doch zum Beginn der Hinweis: Nicht alles, was neu scheint, ist es auch. Deshalb begeben wir uns zuerst auf einen Rundgang mit der Zoll-Behörde. Bei den übergeordneten Themen spielte erwartungsgemäß die generationenübergreifende Badgestaltung eine wichtige Rolle, speziell in den Aktions-Gremien der einschlägigen Verbände (siehe auch unsere Berichte in Ausgabe 2.2013). Auch dazu hier noch einmal ein Nachtrag. Auf den folgenden Seiten haben wir eine Auswahl von Produkten zusammengestellt, die uns bemerkenswert erschienen.



### Produktpiraten im Visier des Zolls

Manche lernen es nie. Obwohl inzwischen bekannt sein sollte, dass Armaturenhersteller gemeinsam mit Zollbeamten regelmäßig, vorrangig anlässlich der Frankfurter Sanitärmesse, nach Plagiaten suchen lassen, werden sie immer wieder fündig. So auch zur ISH 2013.

Die deutschen Gebäudearmaturenhersteller haben die Messe erneut zu einem Schlag gegen Produktpiraten aus Fernost genutzt. Auf 42 der insgesamt 719 kontrollierten Messestände wurde der Zoll fündig und stellte 52 mutmaßliche Fälschungen von hochwertigen Armaturen, Duschköpfen, Pumpen und WC-Brillen sicher, davon laut Cornelis Friedrich, Risk Manager bei Dornbracht, allein 35 Kopien von Dornbracht Armaturen. Diese stammten zu 90 Prozent aus China. Außerdem beschlagnahmten die Beamten 348 Produktkataloge und 1 862 Datenträger, die Abbildungen der mutmaßlichen Plagiate enthielten.

Die Aktion war seit langem geplant und schien die Plagiatoren doch zu überraschen: Der vom VDMA Fachverband Armaturen initiierte Zollkontrollrundgang involvierte insgesamt 30 Zollbeamte und 17 Schutzrechtsinhaber. Vertreten waren unter anderem die Firmen

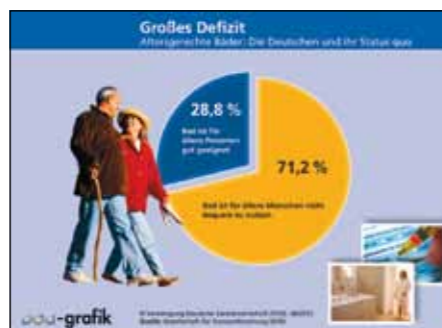


Dornbracht, Hansa, Hansgrohe, Grohe, Oventrop, Ideal Standard, SAM, Schell, Vaillant und Villeroy & Boch. Mit der Kampagne „Choose the Original – Choose the Success“ unterstützt der VDMA seine Mitgliedsunternehmen im Kampf gegen Plagiatoren. Für den Verband und seine Mitglieder sind diese regelmäßigen Zollkontrollrundgänge eine gute Möglichkeit, „den Produktfälschern effektiv das Handwerk zu legen und öffentlich ein Signal zu setzen“, kommentierte Kristin Scheibel, Pressesprecherin des Fachverbandes Armaturen, den Zolleinsatz.

Dem Verband zufolge entsteht der Sanitärarmaturenindustrie pro Jahr ein geschätzter Umsatzverlust von ca. 70 Mio. Euro durch die Verletzung von Geschmacksmuster- und Markenrechten. So beziffert Richard Grohe, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Hansgrohe SE, den Schaden durch Plagiate auf fünf bis zehn Prozent des Gesamtumsatzes. Auf bestimmten Auslandsmärkten wie z. B. China sei der Verlust unter Umständen sogar noch deutlich höher.

### Sanitärbranche startete Aktion „Barrierefreie Bäder“

Der demografische Wandel und seine Auswirkungen nicht zuletzt auf den Bausektor sind im öffentlichen Themenranking inzwischen deutlich nach oben gerückt. Gleiches gilt für die Notwendigkeit, altersgerechtes Wohnen als Priorität zu betrachten und ihr dann auch durch schlüssige Konzepte und konkrete Maßnahmen in der Praxis Rechnung zu tragen. Dass dabei der Badbereich eine „zentrale Rolle“ spielt, ist nicht nur eine Erkenntnis der Vereinigung



Deutsche Sanitärwirtschaft (VDS). Die indes kennzeichnet die aktuelle Situation mit dem Motto „Hohe Relevanz trifft auf relativ niedrigen Wissensstand“.

Wie wichtig das Thema ist, beweisen unter anderem repräsentative Studien des forsa-Institutes und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Auch die vom Institut für Demoskopie Allensbach erstellte „General-Altersstudie“ unterstützen die Bedeutung. Die Realität sieht indes noch ganz anders



Mit der Freischaltung des neuen Menüpunktes „Barrierefreies Bad“ auf der Verbraucherplattform [www.gutesbad.de](http://www.gutesbad.de) begann eine mittelfristig angelegte Branchenaktion ihre Arbeit. Dazu gehört die professionelle Planung eines rollstuhlgerechten Bades. (Zeichnung: VDS)

aus. Laut GfK halten über 70 Prozent der Bürger ihr jetziges Bad beim Kriterium „für ältere Menschen bequem zu nutzen“ für mehr oder minder untauglich. Aus Sicht der Sanitärbranche ist die Zeit deshalb reif für eine „dauerhafte, seriöse und authentische“ Aufklärungsoffensive, zumal die Verbraucher einer Untersuchung zufolge bei Informationen über dieses Spezialgebiet Sanitärfachbetrieben einen „signifikanten Kompetenzvorsprung“ zubilligen. Gemeinsam mit dem Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) habe die VDS daher die Aktion „Barrierefreie Bäder“ entwickelt. Die in erster Linie verbraucherorientierte, produkt- und firmenübergreifende Initiative soll im Rahmen eines mittelfristigen Stufenplanes zu einer festen Institution werden.

Den Auftakt bildete, so der VDS-Geschäftsführer Jens J. Wischmann, zur „ISH“ die Freischaltung des neuen Menüpunktes „Barrierefreies Bad“ auf der Publikumsplattform „[www.gutesbad.de](http://www.gutesbad.de)“. Das künftig permanent erweiterte Online-Informationspaket umfasse aktuell fünf Kapitel: eine komplette Umbau-Reportage „Für alle Zeiten gut aufgehoben“ mit zahlreichen „Live“-Fotos, die professionelle Planung „Ohne Barrieren“ einer Innenarchitektin für ein rollstuhlgerechtes Bad, die Ratgeber-Strecke „Sichere Pläne“ mit Übersichten und einer Checkliste zum Download, die Rubrik „Clevere Produkte“ mit einer Auswahl ebenso sicherer wie komfortabler Lösungen der Markenindustrie von der bodenebenen Duschfläche mit Duschrinne bis zum Dusch-WC sowie den Abschnitt „Gut fürs Budget“ mit Tipps zu staatlichen Fördermaßnahmen. Für 2013 sind weitere Aktivitäten geplant. Neben dem verstärkten Internetangebot gehören dazu eine eigene Pressearbeit und spezifische Publikationen (Broschüre, Glossar etc.).



### Sanitärindustrie für mehr Verantwortung

Bereits zum dritten Mal auf der Frankfurter ISH vertreten war die Initiative Blue Responsibility, ein Zusammenschluss von 24 Unternehmen der deutschen Sanitärindustrie, die sich für den nachhaltigen Umgang mit der Ressource Wasser einsetzt. Die Initiative informierte vor allem rund um „Trinkwasserhygiene“ sowie „Badarchitektur im demografischen Wandel“. Wolfgang Burchard, Sprecher von Blue Responsibility, betont: „Beides sind wesentliche und zukunftsweisende Themen, zu denen die deutsche Sanitärindustrie Stellung beziehen muss.“ Denn der Erhalt reinen, unbedenklichen Trinkwassers hat weltweit oberste Priorität. Doch nicht nur die Ressource steht bei der Initiative im Fokus, sondern auch ihre Nutzer. Ein Hauptaugenmerk bei der Gestaltung von Bädern müsse deshalb, insbesondere im Hinblick auf den voranschreitenden demografischen Wandel, auf dem Menschen mit seinen individuellen Fähigkeiten liegen. Zwei Weltwasseruhren stellten anschaulich und sekundengenau die aktuelle Größe der Weltbevölkerung und deren Wasserverbrauch gegenüber.

## Waschtische in edelstem Design.



Keramik aus Tirschenreuth

[www.zehendner-keramik.de](http://www.zehendner-keramik.de)

## Duschen auf Knopfdruck

Wenn es nach dem Badausstatter und Brausen-Spezialisten Hansgrohe geht, gehören Drehgriffe an den Armaturen der Badewanne und Dusche künftig weitgehend der Vergangenheit an. Ersetzt werden sollen sie keinesfalls, wie man angesichts aktueller Diskussionen vermuten könnte, durch elektronische Steuerelemente.

Es ginge auch sehr viel einfacher, meinen Produktmanager, Techniker und Designer des Unternehmens unisono und präsentieren unter dem Oberbegriff „Select“ eine Druckknopf-Steuerung, die intuitiv zu bedienen ist und auf jegliche elektronische Hilfen, Programmierung und elektrische Installationen verzichtet. Das erleichtert nicht nur Planung und Gestaltung, sondern wirkt auch generationenübergreifend.

Bis ins hohe Alter und mit Handicap bleibt nicht nur das „an“ und „aus“, sondern auch die Wahl der Strahlarten der Dusche problemlos beherrschbar. Besonders praktisch ist dies in der Dusche in Verbindung mit einer „Showerpipe“, die

noch einen Zusatznutzen bietet. So sind die Bedienelemente einschließlich der auch mit seifigen Händen gut griffigen Temperatureinstellung in einer praktischen, wandbündigen Ablage untergebracht, die auch die meist unschönen Wasseranschlüsse verdeckt und so die Pflege erleichtert. Die 300 Millimeter breite Ablage ist aus hochwertigem Sicherheitsglas und bietet Platz für diverse Duschutensilien.

Je nach Variante befinden sich hier die Umschalter von der Hand- zur Kopfbrause sowie für zwei Strahlarten der Kopfbrause, eine dritte lässt sich direkt in der Kopfbrause mit einem weiteren „Select“-Knopf einstellen. Alternativ zur Showerpipe, die sich gut für die Renovierung eignet, bietet das Unternehmen das Steuerungs-System auch für die Badewanne und Unterputz-Installationen an. Selbst wenn aktuell mit diesem System noch keine Mengenregelung möglich ist, zeigt sich doch, dass Armaturen-Tech-

Mit mehrfachem Knopfdruck lässt sich der gewünschte Brausestrahl wählen. Praktisch ist der Thermostat „Select300“ mit seiner Ablage. „Wassermarsch“ geht auf Knopfdruck, die Temperaturwahl erfolgt mit einem griffigen Hebel. In Verbindung mit der Showerpipe lassen sich auf Knopfdruck drei Strahlarten der Kopfbrause wählen (linkes Bild)



nologie auch jenseits elektronischer Hilfsmittel längst nicht ausgereizt ist.

Die „Showerpipe“ gibt es auch als 2jet-Modell ohne RainStream mit nur zwei Kopfbrausen-Strahlen. Oder aber als Modellvariante im zeitlos-klassisch runden S-Design. Die Raindance Select Showerpipes lassen mit wenigen Handgriffen in der Dusche installieren. Sie werden an bestehende Wandanschlüsse montiert und sind damit auch eine Lösung für die unkomplizierte Badrenovierung. Es gibt sie als rein chromfarbige Varianten sowie als zweifarbige Modelle, die Strahlscheiben und Ablage in frischem Weiß mit glänzendem Chrom kombinieren.

## Update für einen Klassiker

Die Sanitärserie „Happy D.“, 1998 vom Designbüro Sieger Design im Auftrag der Duravit AG auf den Markt gebracht, entwickelte sich dank der archetypischen Formen zu einer der erfolgreichsten Serien des Hornberger Unternehmens. Die zeitlose, architektonische Form in Verbindung mit Funktionalität machte sie praktisch zu einer Design-Ikone. Jetzt hielt man die Zeit für ein „Update“ gekommen und formulierte die Serie unter der Bezeichnung „Happy D.2“ neu. Allerdings wurden viele der klassischen und Serien prägenden „D“-Formen über Bord geworfen, sodass es praktisch ein eigenständiges Sortiment geworden ist. Insgesamt sind die Linien weicher und femininer geworden, wobei sich die



Designer auch hier um möglichst minimierte Ränder der Wannen und Waschtische bemüht. Der Vorteil: ein großzügiges Innenvolumen, das von einem besonders feinen, umlaufenden Rand eingefasst ist. Wie alle Sanitärserien von Duravit umfasst auch dieses Sortiment ein umfangreiches Badmöbel-Programm mit einigen technischen Raffinessen wie zum Beispiel einem über Bluetooth bedienbares Sound-System, das speziell auf die Badsituation abgestimmt und perfektioniert wurde. Besonders aufgefallen ist hier auch eine neue Dekor-Oberfläche, die dank geprägter Tiefenstruktur mit einer leinenähnlichen, nahezu natürlichen Haptik aufwartet.

## Handbrausen für jeden Geschmack



Die neuen Handbrausen „MyCity“ und „MyTwin“ von Laufen stehen für die Verbindung von puristisch flächigem Design und einer schlanken Form. Sie präsentieren sich modern und trendbewusst, für außergewöhnliches Design und hochwertige Qualität im Badezimmer. Zur Auswahl stehen zwei Formen und sechs verschiedene Deckeloberflächen: Die rechteckigen Handbrausen „MyCity“ sind mit den Oberflächen Chrome, Chrome/Mattchrome, Chrome/Nightblack, Chrome/Glacierwhite und Chrome/Pureorange erhältlich. Für die runde Handbrause „MyTwin“ steht ein zusätzliches Motiv mit Schweizerkreuz zur Verfügung. Für eine visuelle Verbindung zwischen Dusche und Waschtisch sorgt die Armatur „Cityplus zero“. Die auswechselbare Abdeckkappe des Drehknopfs wird in sechsfacher Ausführung, nämlich mit allen zu den Handbrausen passenden Farben, geliefert. Zu Hause lässt er sich, je nach Geschmack und Stimmung, rasch und unkompliziert auswechseln.

## Hochleistungs-WC

Die aktuellen WCs von Laufen, die mit 4,5 und 3 Litern und ebenso mit 6 und 3 Litern spülen, sind bereits leistungsfähig und effektiv. Der Schweizer Badausstatter aber forscht weiter an zukunftsfähigen Spültechnologien. Ein Produkt, das das Unternehmen nach jahrelanger Entwicklung jetzt zur Marktreife gebracht hat, ist das neue HiJet-WC, das sogar mit 2 Litern spülen kann. Es ist damit auf künftige Wasserspar-Standards vorbereitet und erfüllt bereits heute alle internationalen Standards für die Spülung mit 4,5 und 6 Litern. Das neue HiJet-WC zeigt, was heute in Sachen Spültechnologie möglich ist.



Die beteiligten Ingenieure und Keramiker hatten sich vorgenommen, mit möglichst wenig Wasser eine maximale Performance beim Spülen zu erzielen. Die dabei entwickelte Spültechnologie beweist in Maximum-Performance-Tests, dass sie in der Lage ist, mit nur 2 Litern Wasser bis zu 500 Gramm sicher auszuspülen. Laufen hat die Spültechnologie deshalb zum Patent angemeldet (PCT pat. pend.). Der zusätzliche Wasserstrahl leitet das Spülgut in den Siphon und mit Druck in die Abwasserleitung.









**Trendwende**  
...für Trennwände

- › sanitäre Trennwandanlagen
- › Schrank- und Garderobenanlagen
- › Wertfachschränke
- › Umkleidekabinen
- › Raumentrennwände

Obere Tratt 10  
D-92706 Luhe-Wildenau  
Telefon +49 (0) 96 07 / 82 06-0  
Telefax +49 (0) 96 07 / 82 06-10  
Mehr Informationen unter  
[www.sana-trennwandbau.de](http://www.sana-trennwandbau.de)

Info-Serviceziffer: [31307]

# „Das hier ist nur ein erster Schritt“

## Der Designer Marc Sadler über Autokauf, über Skulpturen, Denkmäler und Mausoleen und gutes Licht zum Rasieren

Waschtischlösungen, Spiegelschränke, exklusive Solitärprogramme wie auch das architektonische Möbelprogramm „rc40“ hat dem Badmöbel-Hersteller Burgbad AG eine gute Reputation in der Branche der Badausstatter gebracht. Und das ganz sicher nicht nur dank seines beherzten, weil für die Szene unüblichen Auftretens in der Werbung in Zusammenarbeit mit dem französischen Comic-Zeichner Jean-Philippe Delhomme.

Auf der ISH 2013 kam nun ein weiterer Baustein im designorientierten Konzept des im Sauerland beheimateten Unternehmens hinzu. „Conceptwall“ sei, so die Philosophie, ein modulares, vielfältige Funktionen integrierendes Programm, das die Grenzen zwischen Waschtisch und Möbel weiter als bisher

bekannt vermischt. Seine hohe Individualisierbarkeit macht es zu einem äußerst flexibel einsetzbaren Produkt für viele Bereiche, aber auch für viele Zielgruppen. Von Melamin bis „Acryl-High gloss“, zwischen Farbe und Holzoberfläche ist alles möglich. Die Flexibilität schließt sogar das Preisniveau ein: nach unten wie nach oben.

Entstanden ist dieses anspruchsvolle Projekt in Zusammenarbeit mit einem der renommiertesten und oft ausgezeichneten Designer der europäischen Kreativszene: Marc Sadler. Der Franzose startete seine Karriere als Pionier im Sportausstattungsgebiet (er gilt u. a. als Erfinder des Kunststoff-Ski-Stiefels), kreierte Kleidung, Küchen und Bügeleisen, arbeitete in Studios in New York, Hongkong, Taiwan und Venedig und lebt und arbeitet heute in Mailand. Nachdem er in den letzten Jahren Lorbeeren vor allem für seine Leuchten Twiggy, Mite (beide Foscarini) und Drop (Flos) erntete, stürzte er sich für den westfälischen Badmöbel-Hersteller mit großem Engagement in ein Projekt, das nicht nur gestalterische Kreativität, sondern auch ganzheitliches, unternehmerisches Denken verlangte. Während eines Treffens im Fotostudio erläutert Marc Sadler die Hintergründe zu seinem System-Konzept.



Marc Sadler (links mit Burgbad-Vorstand Jörg Löw): „Nicht in eine Schublade stecken lassen ...“

**Bei Conceptwall geht es nicht nur um ein Möbel, sondern auch um Dinge wie Licht und Modularität. Was genau war der Ansatz bei dieser Produktentwicklung?**

Licht war tatsächlich einer der Aspekte. Aber nur einer unter mehreren. Als Burgbad zu mir kam und wir über die Ziele eines neuen Projektes nachdachten, haben wir nicht über ein Möbel, sondern über eine Plattform gesprochen. Es ging nicht um Fragen wie Farbe und Ästhetik, wir dachten vielmehr über Nutzungseffizienz von Wasser nach, über clevere Stauraumnutzung und über die Platzierung mehrerer Lampen anstelle nur einer einzigen, denn der Nutzer braucht zu unterschiedlichen Zeiten unterschiedliches Licht. Irgendwann war klar, dass wir nicht über ein Möbelstück sprachen, sondern über ein ganzheitliches Projekt.

**Wie war es, sich plötzlich der Herausforderung eines so komplexen Projektes zu stellen, nachdem die Anfangsidee geboren war?**

Das Produkt, das uns vorschwebte, wurde auf einmal zu einer Art Maschine. Das, was wir jetzt sehen, ist wirklich nur der erste Schritt. Conceptwall ist eine echte Teamarbeit, ein Experiment, bei dem wir viel voneinander gelernt haben. Am Ende mussten wir uns sogar bremsen und uns bewusst beschränken, so viele Ideen waren auf einmal da und so viele Räder, an denen wir gerne drehen würden. Doch wir haben uns entschieden, zunächst nur einen ersten Teil in den Markt einzuführen und dann davon zu lernen, bevor wir weitere Module fertigstellen.

**Offensichtlich können Sie gut in Systemen denken – mögen Sie sie besonders?**

Nein, nicht immer. Aber man muss aufpassen, nicht in eine Schublade gesteckt zu werden, weil einem die Leute irgendwelche Etiketten aufkleben. Mit Systemen ist es so: Die Aufgabe ist nicht unbedingt leicht. Man kann dabei keine Skulpturen machen, und schon deshalb wollen viele Kollegen damit nichts zu tun haben. Es ist eine sehr komplexe Aufgabe, bei der man im Team mit dem Unternehmen arbeiten muss. Ich kann ihm schlecht irgendein System verkaufen, denn es hat ja schon sein eigenes. Also muss man sich integrieren, und das ist nicht immer leicht. Es ist einfacher, ein Denkmal oder ein Mausoleum zu kreieren, etwas Großes und Schönes, bevor man stirbt, etwas, für das man vielleicht einen bedeutenden Preis gewinnt. Aber ich finde es wichtig, sich auch mit gewinnorientierten Konzepten zu beschäftigen und auf populärer Ebene arbeiten zu können.

**Was gab im Entwicklungsprozess denn den Ausschlag: das Design, die Funktionalität oder die Wirtschaftlichkeit?**

Wir haben alle Faktoren gleichrangig diskutiert. Es gab kein Tabu, auch nicht beim Preis. Wir haben Entscheidungen bezüglich der Qualität des Lichts getroffen, der Nutzungseigenschaften und des Geräuschs. Denn wir mögen nun einmal keinen Lärm beim Schließen der Türen. Auch die Montage war Thema. Mir war vorher gar nicht klar, dass es auf dem deutschen Markt so etwas wie eine Vorwandinstallation für das Bad gibt. Wir haben uns dem Markt angepasst. Gleichzeitig wollten wir weg von den üblichen Standardwänden.

**Wird diese Lösung auch einer veränderten Badkultur entsprechen?**

Das Badezimmer ist ja schon heute nicht mehr dasselbe wie zu Zeiten unserer Elterngeneration. Es ist vielmehr ein Raum geworden, in dem eigentlich zwei Badezimmer Platz haben müssen: ein funktionelles Bad und ein stimmungsvolles Bad. Im letzteren wollen wir uns verwöhnen, zum Beispiel mit gutem Licht beim Rasieren oder beim Zurechtmachen für den Theaterbesuch, und mit weichem Licht, wenn ich mitten in der Nacht zurückkomme und ein bisschen Angst davor habe, zu genau hinzuschauen. Ich brauche also Licht, das ich verändern kann.

**Also ein anpassungsfähiges Konzept an stimmungsbedingte und funktionale Bedürfnisse – ist das alles?**

Nein, es geht auch um das Grundkonzept. Conceptwall ist, wie anfangs schon gesagt, eine Maschine, aber eine unsichtbare. Sie hat eine Front, eine Außenhaut sozusagen, die sich vielen Geschmäckern in Bezug auf Architektur und Dekoration anpassen muss. Aber unter dieser Haut ist immer das gleiche Produkt.

**Also ein Produkt mit langer Lebensdauer, sowohl für den Hersteller, wie auch den Kunden, sodass beide lange etwas davon haben. Das ist auch eine Form von Nachhaltigkeit oder?**

Natürlich. Wir haben dem System eine nicht sichtbare Intelligenz implantiert und damit kann sich das Produkt mit den Jahren weiterentwickeln. Es wird sogar die Denkweise des Verkäufers verändern: Er wird kein fertiges Produkt mehr verkaufen, sondern ein System, das auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten werden kann.

**Das bedeutet aber, dass das System mit all seinen Möglichkeiten gründlich verstanden werden muss ...**

Ja, aber das ist auch eine echte Chance, denn mit dieser großen Vielfalt des Produkts wird auch die Wahrscheinlichkeit geringer, ein Geschäft zu verpassen, denn man kann damit jedem Kunden etwas Passendes anbieten.

**Wie sind Sie als Designer so nah an die Probleme des Vertriebs und des Marktes herangekommen?**

Letztlich geht es doch um die Bedürfnisse der Menschen, die ein Bad nutzen. Natürlich bringe ich als Designer Vorstellungen dazu mit, aber ich musste hier auch auf das Wissen des Unternehmens zurückgreifen. Burgbad hat mich also zu einer ganzen Reihe seiner Partner mitgenommen, die untereinander zwar im Wettbewerb stehen, die mir aber allesamt das Gleiche sagten: „Um gemeinsam erfolgreich zu sein, brauchen wir Antworten und Lösungen für konkrete Probleme. Aber die kriegen wir nicht, wenn ihr euch zu enge Grenzen setzt.“ Wir wurden mit klaren Problemanalysen konfrontiert, auf die wir nun eine mögliche Antwort gefunden haben, hoffe ich.

**Für Sie war es das erste vergleichbare eigene Projekt in der Sanitärbranche. Welche Erkenntnisse haben Sie daraus gewonnen?**

Das war tatsächlich ein völlig neues Gebiet für mich. Neu war aber auch die Erfahrung, mit einem Unternehmen zu arbeiten, das sich der Bedeutung von Qualität so bewusst ist und technische Probleme löst, bevor es mit einem Produkt



Stilprägend für das Sadler-Konzept ist die fast grenzenlose Kombinierbarkeit der Elemente. Wie mit einem Baukasten lassen sich Waschtische mit Stand- oder Wandarmaturen, Hochschränke, halbhohle Schränke, Spiegel und Spiegelschränke, Regale in diversen Maßen sowie Abdeckplatten ganz nach Wunsch zusammensetzen. Dank unterschiedlicher Waschtisch- und Schranktiefen, größtmöglicher Freiheit bei der Platzierung der Anschlusselemente und sowohl in der Höhe wie seitlich unbegrenzter Erweiterbarkeit lassen sich nicht nur der Waschtisch, sondern auch (bestehende) Vorwandsysteme oder WC- und Bidet-Ausstattungen zu einer stilistisch wie funktional geschlossenen Einheit zusammenfassen.

an die Öffentlichkeit geht. Es ist zwar ein Klischee, aber oft sieht man wirklich nur eine schöne Attrappe, wenn wir mit irgendeiner der bekannten Marken auf den Salone del Mobile kommen und niemand weiß, ob das Produkt wirklich einmal zur Herstellung kommt. Das ist hier nicht der Fall. Wir mussten eine bestimmte Auswahl treffen und das haben wir getan, und zwar im Vorhinein.

**Worin genau liegt der Unterschied – im Design oder in der Unternehmenskultur?**

In beidem. Wir reden hier über Industriedesign, wir reden über echtes Design, das ist kein skulpturales Objekt. Burgbad erfüllt die Anforderungen des Marktes und besitzt die nötigen Kompetenzen in vielerlei Hinsicht: in Bezug auf Marketing, Design und Talent genauso wie auf das Geschäft. Das ist letztlich die Voraussetzung dafür, sich Glaubwürdigkeit auf dem Feld einer ganzheitlichen Badausstattung aufzubauen. Wir schaffen uns ja auch kein Auto an, indem wir erst die Reifen und dann die Sitze kaufen, wir kaufen ein komplettes, kompaktes Auto. Das gibt es im Badbereich heute nicht. Genau diese Chance bietet sich dem Unternehmen und ich bin gerne bereit, daran mitzuarbeiten. Vielleicht wird es kein ganzes Bad, aber ein großer Teil davon!

**Um beim Beispiel des Autos zu bleiben: Hier macht ja auch das Chassis den Charakter aus, und nicht die Plattform. Bei Conceptwall bleibt das System im Hintergrund und die Front zeigt ein sehr individuelles Gesicht. Erwächst Individualisierung also auf der Basis eines Systems?**

Das war unser Ziel. Es gibt zwei Produkte – ein darunterliegendes Produkt und ein Titelseiten-Produkt. Und das Cover könnte alles darstellen.

**Eine letzte Frage: Wie sieht Ihr privates Bad aus?**

Ich lebe in einer großen Familie und jeder will sich im Bad wohlfühlen, also gibt es viele Kompromisse. Aber das ist auch schön. Ein Teil des Raums ist mit Küchenmodulen gestaltet, die ich mal für Boffi gemacht habe, daneben hängt ein antiker Spiegel, die Lampen sind wieder Hightech und wir haben eine große, mit Mosaikfliesen ausgekleidete Dusche. Es ist eine Art Fusion aus verschiedenen Dingen, halb Profi-Bad, halb gemütlich.



## Armaturenpaneel für die Dusche

Eine Duscharmatur als Mehrzwecklösung ist „meTime\_spa“ von Keuco. Was auf den ersten Blick wie ein praktisches Regalelement aussieht, zeigt sich bei genauerem Hinsehen als ein außergewöhnliches Armaturenpaneel. Es hat optisch wenig mit einer herkömmlichen Armatur für Dusche oder Wanne gemeinsam, zumal es auch wesentlich mehr Funktionen erfüllt. Das Paneel aus Glas in verschiedenen Größen und Farben hält neben verchromten Bedienelementen zum Einstellen der Wassermenge und -temperatur auch Ablagefläche aus Aluminium in einer oder mehreren Ebenen bereit, sodass es sich den räumlichen Gegebenheiten anpassen lässt. Es kann mit unterschiedlichen Kopf- und Handbrausen bis hin zu einer Schwallbrause oder einem Gusschlauch kombiniert werden. Entworfen wurde es vom Potsdamer Designbüro von Tesseroux + Partner und ist indrei Oberflächenfarben erhältlich.

## Vielseitiges WC-Terminal

Ein WC-Terminal, das heute schon für alle künftigen Ansprüche der Hausbewohner vorbereitet ist, präsentierte der Münsterländer Haustechnik-Hersteller Tece mit „Telcelux“. Ob Sitzhöhenverstellung, Luftfilter oder Dusch-WC, das Spektrum der nachträglich leicht nachrüstbaren Möglichkeiten sei vielfältig, verspricht der Hersteller.

Ein herkömmliches WC ist eine eher unflexible Angelegenheit und von begrenzter Funktionalität. Die Grundfunktion des Spülens erfüllen zwar alle WCs, viel mehr aber meist auch nicht. Doch je nach Lebenssituation und Lebensabschnitt stellen Menschen unterschiedliche Ansprüche an ihr WC, die sich später meist nur durch aufwändige Umbauten oder unschöne Provisorien realisieren lassen. Das soll sich hiermit ändern. Hinter einer unauffälligen, zweigeteilten Glasplatte verbirgt sich eine große Revisions- und Umbauöffnung. Hier erschließen sich die Funktionen des WC-Terminals. In die obere Glasplatte sind die Spültasten integriert, in der unteren befinden sich die Norm-Anschlüsse für die WC-Keramik. Das alles ist für den Nutzer unsichtbar.

## Verstecktes Ablaufventil

Für seine neuen Waschtische der Kollektion „Kartell by Laufen“ hat der Schweizer Badausstatter ein neuartiges, verstecktes Ab- und Überlaufventil entwickelt, das innovatives Waschtischdesign möglich macht, ohne auf Funktionalität verzichten zu müssen. Wer bislang nicht darauf verzichten wollte, den Waschtisch ab und an mit Wasser zu füllen, sei es zur Rasur oder zur Vorbehandlung der Wäsche, konnte sich lediglich für einen versteckten Überlauf entscheiden. An einem herkömmlichen und sichtbaren Punktablauf kam er nicht vorbei. Für

seine neuen Waschtische, die über einen linienförmigen Spalt an der Rückwand des Waschbeckens entwässern, haben die Schweizer deshalb einen versteckten Ablauf mit verstecktem Überlauf entwickelt. Damit ist es möglich, das Wasser wie gewohnt im Becken mittels einer Auslösung über Zugstange zu stauen, ohne eine Überschwemmung befürchten zu müssen.

## „Bambini“ auch in Mini

Die wellenförmige Waschrinne „4Bambini“, die vier unterschiedlich großen Kindern eine gleichzeitige Nutzung auf zwei Ebenen ermöglicht, gibt es jetzt auch

als 900 mm breite „2Bambini“-Variante mit zwei Waschplätzen auf einer Ebene sowie als „3Bambini“ mit drei Plätzen auf zwei Ebenen, wobei zwei auf der unteren Ebene liegen und ein weiterer sich rechts oder links davon auf einer erhöhten Ebene befindet. Diese Variante verfügt über eine Breite von 1 350 mm. Im oberen Becken von „3Bambini“ sorgt eine überlaufsicere, herausnehmbare Wasserstauscheibe für einen Spielreiz mit Lerneffekt. Die weißen „Varicor“-Landschaften können vorne und seitlich mit Dekorblenden kombiniert werden, die es neben den drei Primärfarben Blau, Rot und Gelb jetzt auch in leuchtendem Grün gibt. Die Dekorblenden runden das farbenfrohe Gesamtbild ab und vereinfachen den Kindern durch das Farbkonzept auch die Zuordnung „ihres“ Sanitärraums.

## Dusch-WC für Einsteiger

Der italienische Architekt und Designer Matteo Thun hat sich im Auftrag von Sanitärhersteller Geberit mit dem Thema Dusch-WC befasst. Das Ergebnis: Ein modernes, schlichtes Design, wie man es von Matteo Thun gewohnt ist, und ein eher schlichtes technisches Innenleben, mit dem Geberit der Reinigung nach dem Toilettengang mit Wasser auch in Deutschland zum Durchbruch verhelfen möchte.

Nachdem sich Philippe Starck für die Duravit AG erfolgreich um die Optik eines solchen Sanitär-Objekts gekümmert hat („Sensowash“), hat nun auch Geberit mit Hilfe von Matteo Thun sein Dusch-WC-Programm einem Facelifting unterzogen. Dabei soll das Modell „AquaClean Sela“ das bekannte Geberit-Programm nach unten hin abrunden. Denn laut offizieller Sprachregelung handelt es um ein Einsteiger-Modell, das hauptsächlich reinigen soll. Auf Komfort-Funktionen wie abschließendes Trocknen wurde verzichtet. Zu den Grundfunktionen gehören noch die Einstellung der Stärke des Duschstrahls und seine Bewegung, gesteuert über eine Fernbedienung mit fünf Tasten. Ein Annäherungs-Sensor startet die Wassererwärmung auf einen voreingestellten Wert.

## Die smarte Zukunft im Bad

Elektronik und Digitalisierung sei die Zukunft des Bades, prophezeit Armaturenhersteller Dornbracht und präsentierte in Frankfurt eine neue Technologie, die zahlreiche Optionen der Digitalisierung ins Bad integriert: „Smart Water“ ist ein intelligentes System, das die Komponenten im Bad miteinander vernetzen und Anwendungen erleichtern und individualisieren soll. Basis dafür sind sogenannte Smart Tools, die Komfort, Sicherheit und Erlebnis in Bad und Küche neu definieren. Zwei Drehregler steuern mit nur einem Handgriff Temperatur und Wassermenge; über einen Displayschalter können Voreinstellungen und hilfreiche Funktionen für alltägliche Anwendungen abgerufen werden. Auch komplexe Choreografien mit mehreren Auslassstellen. Besonders die dezentrale Anordnung der Bedienelemente eröffnet neue Möglichkeiten, da Betätigung und Wasseraustritt flexibel und voneinander getrennt installiert werden können. Die Bedienung erfolgt über eine intuitive, verständliche Anwendungslogik ganz im Sinne der Botschaft „Hot, cold, click“.

## „Apps“ fürs Badezimmer

Ein Smartphone ohne App? Undenkbar. Jetzt sind „Apps“ auch im Badezimmer angekommen. Die Idee hatte die Designerin Annette Maria Sonntag, die für Villeroy & Boch die neue Sanitärserie „Joyce“ entworfen hat. Sie hat dazu passend Schalen, Vasen, Seifenschalen und Ähnliches aus Porzellan entworfen, die sie „Apps“ nannte und damit dokumentierte, wie flexibel ein solcher modischer Begriff sein kann. Hier handelt es sich um austauschbaren Zubehör, mit dem man den Waschplatz nach Lust und Laune verändern kann. Gefertigt werden sie von Villeroy & Bochs Unternehmenssparte Tischkultur.



## Spülrandlose WC-Hygiene

WCs ohne Spülrand hatten in diesem Jahr auf der ISH in Frankfurt Konjunktur. Sie scheinen sich besonders in der Objektausstattung zunehmender Beliebtheit zu erfreuen. So umfasst das Sortiment des Sanitär-Herstellers Keramag inzwischen vier Serien dieser „Rimfree“-WCs mit dem geschlossenen Rand. Zu den Serien „Renova Nr. 1“, „4U“ und „iCon“ kam ein Modell der Sanitärserie „it“ hinzu. Damit bieten sich jetzt mehr Gestaltungsmöglichkeiten für die Ausstattung von Privatbädern, Krankenhäusern, Reha-Einrichtungen, Sport- und Freizeitzentren, Hotel- und Gastronomiebetrieben. Der Vorteil dieser „Rimfree“-WCs ist die konstruktiv gesicherte Vermeidung von verborgenen Hohlräumen, in denen sich Ablagerungen und Schmutznester bilden könnten. Dieser geschlossene Spülrand macht sie besonders pflegeleicht. Für die Funktion erforderlich ist ein spezieller Spülverteiler, der das Wasser symmetrisch in das Becken führt und eine optimale Spülwasserführung sicherstellt.

## Aus der Fläche in die organische Form



Das Wannen- und Waschtisch-Ensemble „Bettelux“ offenbart gewissermaßen bei Anblick die Geschichte ihrer Entstehung: Aus dem Rechteck der stählernen Platine „fließt“ das Material gewissermaßen in die Wannenform. Fast wie eine aufgespannte Fläche, die sich durch das Befüllen mit Wasser verformt, meint Dominik Tesseroux vom Potsdamer Designbüro Tesseroux + Partner. Er hat diese Badobjekte für Bette entworfen. Die visuelle Wirkung dieser stählernen und emaillierten „Membrane“ kommt am besten beim flächenbündigen Einbau in Stein oder anderen Plattenmaterialien zur Geltung. Zum Sortiment gehören neben der Wanne die Waschtische in derselben Formensprache. Es gibt sie als Aufsatz- und Einbauwaschtisch für Möbelkonsolen und als Solitär für einen wandmontierbaren Waschplatz jeweils in verschiedenen Breiten.

## Duschwannen mit texturierter Oberfläche

Bodengleiche Duschflächen gefliest, mit Naturstein oder emailliert kennt man. Jetzt kommt die „texturierte“ Duschfläche vom Badausstatter Roca. Diese „Terran-Duschwannen“ werden aus Stonex hergestellt, einem widerstandsfähigen Material, dessen Oberfläche sich sehr angenehm unter den Fußsohlen anfühlt und außerdem rutschhemmend ist. Die Oberflächen gibt es in acht Farben. Die Wannen können entweder bodeneben oder leicht erhöht eingebaut werden, je nach Einbausituation. Besonders praktisch: Sie können bei Bedarf millimetergenau zugeschnitten werden und lassen sich so jedem Badgrundriss anpassen. Die Terran-Duschwannen sind ohne Rahmen und für den bodenebenen Einbau auch mit Rahmen erhältlich.



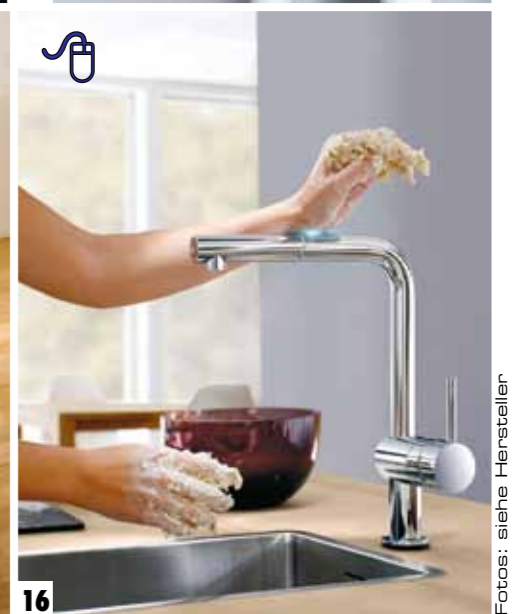




**1** Bequemes Baden, leichter Einstieg und mehr Platz beim Duschen ermöglicht diese **Wannen-, „Erweiterung“** (Bettetwist II von Bette). **2** Diese **Tür zur Badewanne** schwingt seitlich im 80° Winkel auf. Die Sicherung kann wahlweise im Netz- oder Akku-Betrieb erfolgen (Saniku). **3** Die Schiebetür dieser Wanne ist **mechanisch gesichert**. Ist sie nicht eingerastet, lässt sich der Abfluss nicht schließen. Die Wannenschürze kann auch geöffnet werden (Duscholux). **4** Vergrößerungsfaktor 5, innovative Scharnier- und Lichttechnik sind die Kenndaten dieses Lichtspiegels. Die **Lichtfarbe** lässt sich variieren (iLook von Keuco). **5** Mit dieser Ecklösung aus Waschtisch und Unterschrank lässt sich auch im kleinsten Gästebad noch **die letzte Ecke** formschön nutzen (Renova Nr. 1 von Keramag). **6** Phoenix Design hat diese Küchenarmatur entworfen, die auf einer **pyramidenartigen Basis** steht. Die verstellbare Brause wird nach schräg oben ausgezogen, sodass immer genug Platz für hohe Gefäße bleibt (Metris von Hansgrohe). **7** Typisch englisch: diese Armaturenserie mit den **nostalgisch geformten Wasserhähnen** gibt es jetzt erstmals auch für das Waschbecken mit Oberflächen in poliertem Chrom oder gebürstetem Nickel (Staffordshire von Victoria + Albert). **8** Applikationen in Gold verleihen dem Armaturen-Korpus dieser Badserie einen **luxuriösen Charme**, hergestellt aus einer Messing-Legierung, die 90 % weniger Blei enthält als bisher üblich (Grandera von Grohe).



**9** Bei diesen Urinalen ist das Sieb in den Keramikkörper integriert. Das macht die üblichen Metallsiebe entbehrlich und soll die **Pflegeleichtigkeit** verbessern (Alivio von Keramag). **10** Diese Badserie in eleganter Formsprache umfasst sowohl Produkte für das Privat- und Gäste-Bad als auch **für Objektbäder**. Chromoberflächen und Materialität strahlen Wertigkeit aus (Collection Moll von Keuco). **11** Nach Modulen für den Waschtisch und WC gibt es seit April auch **Sanitärmodule für das Bidet** für eine einheitliche Gestaltung des Badezimmers. Sie sind besonders für die Renovierung geeignet (Monolith von Geberit). **12** Diese Armatur ist ein **schwarze Hochglanzschönheit** mit Diamant-Flair. Nicht nur die Form erinnert daran, auch die Oberfläche soll kratzresistenter als galvanisierter Chrom sein (Allure Brilliant von Grohe). **13** **Wasser-Schwall** aus der Handbrause: Diese Brause bietet drei Strahl-Varianten auf Knopfdruck (Toto). **14** Wellness im Bad in wohllichem Ambiente: Mit einem solchen schicken **Gusschlauch** lassen sich Wechselgüsse auch im heimischen Bad komfortabel ausführen (meTime Spa von Keuco). **15** **Barrierefreiheit** ohne Krankenhaus-Optik ist im privaten Bad gefragt. Dazu gehört leichte Erreichbarkeit der Utensilien am Waschplatz (Dejuna-Pro von Keramag). **16** Bei dieser Küchenarmatur startet der Wasserfluss **bei leichter Berührung**. Sind die Hände sauber, geht es auch klassisch mit dem Hebel (Minta touch von Grohe).



Fotos: siehe Hersteller

Stone+tec Nürnberg 2013:

# Naturstein pur für Handel und Handwerk

Mit rund 20 000 Fachbesuchern und 544 Ausstellern hat die Nürnberger Natursteinmesse „Stone+tec“ erneut Einbußen gegenüber der Veranstaltung vor zwei Jahren hinnehmen müssen. 2011 lockten noch knapp 700 Aussteller etwas über 29 000 Besucher an. Damit setzte sich der negative Trend dieser von der NürnbergMesse veranstalteten Fachmesse weiter fort.

Idell getragen wird sie vom Deutschen Naturwerkstein-Verband, dem Bundesinnungsverband des deutschen Steinmetz- und Steinbildhauerhandwerks sowie dem Fachverband Fliesen und Naturstein im Zentralverband des Deutschen Baugewerbes. Von den drei großen Ausstellungssegmenten scheinen die Themen „Technik“ und „Grabmal“ noch die stärkste Anziehungskraft zu haben, während der Bereich „Na-

turstein“ unter der Abwesenheit attraktiver Aussteller litt. So markierten in der Vergangenheit Unternehmen wie Rossittis die kreative Ausstrahlung der Messe. Auch darüber hinaus war wenig von der Kreativität der Branche zu spüren, die sich in den vergangenen Jahren in Form von Fertigprodukten für den Innenausbau darstellte.

Dass die Veranstalter dennoch nicht unzufrieden waren, verdanken sie ganz offensichtlich ihren Hauptbesuchergruppen, den Steinmetzen und Natursteinhändlern. Die hatten reichlich Gelegenheit zum Einkauf bei den zahlreichen Natursteinanbietern, unter denen neben 200 deutschen Ausstellern erneut chinesische Anbieter eine dominante Rolle spielten. Die schienen denn auch recht zufrieden mit dem Ergebnis ihrer Messebeteiligung zu sein. Insider glauben deshalb trotz des Besucher- und Aussteller-Rückgangs nicht an den Exodus der Veranstaltung, über den aktuell nicht nur hinter vorgehaltener Hand gemunkelt wurde. Sie prognostizieren ihr vielmehr eine Zukunft als handwerkliche Ordermesse. Den kreativen Part haben die Nürnberger



Sehr großes Augenmerk hat die Messe auf den Steinmetz-Nachwuchs gelegt. Hier demonstrieren Auszubildende handfest ihr Können bei der Fertigung von Skulpturen. Ausgefallene Beispiele für Naturstein-Anwendungen wie auf dem Foto rechts im Bad sah man in diesem Jahr eher weniger. (Fotos: NuernbergMesse / Frank Boxler)



Gewinner des mit 15 000 Euro dotierten Deutschen Naturstein-Preises 2013 ist der Neubau des E-Science Lab der ETH Zürich des österreichischen Architekturbüros Baumschlager Eberle. Nach Auffassung der Jury überrascht das Gebäude durch seine scheinbar einfache Ausbildung des Baukörpers und der Fassaden.



Foto: DNV

Der Entwurf setzt auf Minimierung von Rauminhalt und Gebäudehülle in einem kompakten Baukörper. Dessen Gestalt wird geprägt durch umlaufende Balkone, in die senkrecht zur Fassade vertikale Travertin-Scheiben eingestellt sind. Sie werden zum signifikanten Element der Architektur und bilden gleichzeitig eine klimatisch wirksame Hülle für das Gebäude.

Die auf Abstand zur inneren Fassade angeordneten 3,60 m hohen Natursteinelemente verschatten die Innenräume und sichern gleichzeitig einen Luftwechsel im Fassadenbereich. Das Gebäude ist somit ein Beispiel für eine Architektur, die schon durch die Form des Baukörpers, durch Gebäudestruktur und Fassadenausbildung die Voraussetzungen für einen geringen Energieaufwand schafft.

Die vorgelagerten Scheiben aus Naturstein verleihen je nach Standort des Betrachters der Fassade plastische Tiefe oder einen nahezu ungestörten Durchblick. Die Jury würdigt insbesondere die Entwurfsidee für ein steinernes Gebäude, das ausschließlich von der Wirkung des Travertin geprägt wird und dennoch leicht und filigran erscheint.

Veranstalter bereits seit Längerem den großen Baumessen, allen voran der BAU in München, überlassen. Die findet zu allem Überfluss auch noch wenige Monate zuvor im gleichen Jahr statt. Hier treffen sich alle Naturstein-Anbieter, die die Zielgruppe der Architekten im Visier haben.

Der alle zwei Jahre vom Deutschen Naturwerkstein Verband DNV gemeinsam mit BDA verliehene Natursteinpreis scheint in diesem Zusammenhang eher als Feigenblatt, um der Messe den architektonischen Glanz zu bewahren. Denn abgesehen von der Preisverleihung, vorgenommen vom Präsidenten des Bundes Deut-

## Messe-Konzept kommt an

Die Resonanz der Branche bestätigt: „Mit der Neuausrichtung der Deubaukom sind wir auf dem richtigen Weg“, bewertet Egon Galinnis, Geschäftsführer der Messe Essen, erste Gespräche mit Marktführern der Bauindustrie und Verbänden. Das neue Konzept der aus der Essener Deubau hervorgegangenen Veranstaltung (vom 15. bis 18. Januar 2014) komme gut in der Baubranche an, heißt es. Wichtige Partner wie die Architektenkammer Nordrhein-Westfalen (AKNW) bekennen sich zur Messe und bekräftigen die Entscheidung, nach 50 Jahren Deubau mit der Deubaukom einen neuen Weg einzuschlagen. Markus Lehrmann, Hauptgeschäftsführer der AKNW, hielt die Deubau stets für eine wichtige Messe der Planungs- und Baubranche in Nordrhein-Westfalen. Besonders für Architekten und Bauingenieure, die stärkste Besuchergruppe der Deubau, müsse die Messe zwei wichtige Funktionen erfüllen: einerseits für die Leistungen und die Baukultur nordrhein-westfälischen Architektinnen und Architekten zu werben, andererseits aber auch eine Plattform zum Austausch mit Branchenpartnern zu bieten. Beides hofft Lehrmann mit dem neuen Deubaukom-Konzept noch besser erreichen zu können. Sofern damit auch die Zukunft dieser Veranstaltung gesichert ist, dürfte sie auch von der jetzt verabschiedeten Messe-Modernisierung profitieren. Nachdem im Oktober letzten Jahres das Architektenbüro Slapa Oberholz Psczulny – sop GmbH mit ZWP Ingenieur-AG, Bo-

### DEUBAU-Preis verliehen

Der DEUBAU-Preis, gestiftet von der Stadt Essen und der Messe Essen GmbH, begeht sein silbernes Jubiläum. Der Förderpreis für junge deutsche Architektinnen und Architekten wird im Oktober bereits zum 25. Mal verliehen. 50 Teilnehmer mit Projekten im In- und Ausland haben sich an dem Wettbewerb um menschenfreundliche Architektur mit sozialer Verantwortung beteiligt. Siegreich war in diesem Jahr die junge deutsche Architektin Dipl.-Ing. Anne Kaestle, Duplex Architekten AG, Zürich/Düsseldorf, gemeinsam mit ihrem Büropartner Dan Schürch in Arbeitsgemeinschaft (ARGE) mit Sabine Frei und Kornelia Gysel, geschäftsführende Partnerinnen von Futurafrosch GmbH. Die Preisträger entwickelten für das Zürcher Hunzikerareal, die Industriebrache eines ehemaligen Betonwerks, insgesamt 450 Wohnungen, Läden, Restaurants, Arbeits- und Künstlerateliers, eine Kinderkrippe, eine Schule und eine Gästepension. Das Ziel des Projekts: „Keine Siedlung, sondern ein Stück Stadt.“ Das Vorhaben wird seit Juni 2013 realisiert und soll bis spätestens 2015 fertiggestellt sein. Die Jury überzeugte das Projekt, weil es mit innovativen Baukörpern Stadtraum und baulichen Kontext zugleich entwickelt und einen komplexen Ort entstehen lässt.

scher Architekten, Michael Frielinghaus, bot die Stone+tec wenig Aufregendes für diese Zielgruppe.

Da trifft der zweite seit 1999 von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz und dem Bundesverband Deutscher Steinmetze (BIV) ausgelobte „Peter Parler Preis“ schon eher den Kern. Mit dem Preis, benannt nach dem deutschen Bildhauer und einem der bedeutenden Dombaumeister des Mittelalters, werden besondere Leistungen des Steinmetzhandwerks in der Restaurierung und Denkmalpflege ausgezeichnet. Der Termin für die Ausgabe der Natursteinmesse steht bereits fest: 13. bis 16. Mai 2015 im Messezentrum Nürnberg.

chum, und Schüsler-Plan Ingenieurgesellschaft mbH, Düsseldorf, den zweiphasigen Planungswettbewerb für sich entscheiden konnte, kam Anfang des Jahres der Vertrag zwischen der Messe Essen und der Arbeitsgemeinschaft „ARGE Generalplaner Messe Essen“ zum Abschluss. Frank Thorwirth, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen, und Geschäftsführer Egon Galinnis sehen in der Vertragsunterzeichnung einen wichtigen Schritt in Richtung Messe-Modernisierung. Der Bau startet im Herbst 2013 und soll bis Mitte 2017 abgeschlossen sein. Geplant sind neue, modernen Anforderungen genügende Großhallen samt Foyer- und Kongressbereich als Ersatz für die alten Hallen 4 bis 12 und das Messehaus Ost.

**NEU!**

8 mm  
KingSizePlate  
von  
**REX GRANIT**  
für Boden, Wand  
und Decke  
bis 200 x 330 cm

Vom Steinbruch zur Baustelle bearbeiten wir Granit in seiner schönsten Form!

Kinderleicht!

8 mm

info@rexgranit.de | www.rexgranit.de  
Info-Serviceziffer [31308]

## Flexible Abdichtung von Balkon und Terrasse



Neben Sanierung und Abdichtung bietet das Produkt viele weitere optisch reizvolle Gestaltungsmöglichkeiten wie das Einstreuen von Farbchips, das Einarbeiten von Natursteinspachtelbelägen, eine rutschhemmende Ausstattung oder nachfolgenden Plattenbelag. (Foto: epr/hahne)

Wind und Wetter machen Balkone und Terrassen, Loggien, Laubengänge und Außentreppe zu den am stärksten beanspruchten Gebäudeteilen mit hohem Sanierungsbedarf. Schließlich soll der Außenbereich repräsentativ wirken und zum Entspannen einladen. Damit dafür genügend Zeit bleibt, gibt es Sanierungssysteme, die effektiv und leicht zu verarbeiten sind.

Zu dieser Kategorie gehören unter anderem Flüssigkunststoffe wie zum Beispiel „Hadalán FBA 32P“, die eine flexible Abdichtung von Bodenflächen und Anschlüssen im Außenbereich ermöglichen. Die einkomponentige Kunstharzbeschichtung sorgt für eine sichere und nahtlose Sanierung,

auch in Rand- und Aufkantungsbereichen. Das gebrauchsfertige Produkt kann einfach, sicher und schnell mit einer Fellrolle auf die zu erneuernde Fläche aufgebracht werden. So entsteht eine dauerhafte Lösung. Die Sanierungsarbeiten können in nur einem Tag abgeschlossen werden. Dann ist die Beschichtung als vollwertiger Balkon- oder Terrassenbelag nutzbar. Eine hohe UV- und Witterungsbeständigkeit sorgt für eine lange Lebensdauer, die Beschichtung ist nahtlos wasserdicht, kalteflexibel und rissüberbrückend. Wer es nicht einfarbig mag, hat weiterer Gestaltungsmöglichkeiten: vom Einstreuen von Farbchips bis zum Plattenbelag.

## Sicherheit für schwere Fliesen

Großformatige Fliesen bestimmen immer häufiger das Bild keramischer Gestaltungen, nicht nur auf dem Boden, sondern immer häufiger auch an der Wand. Gerade das ist eine neue Herausforderung für die Verlegung, weil übliche Fliesenkleber dem hohen Gewicht der großen Platten oftmals keine ausreichende „Nasshaft-Kraft“ entgegen setzen können. Hier hat die bauchemische Industrie in der letzten Zeit sehr viel Entwicklungsarbeit

investieren müssen. So präsentierte jetzt Hersteller Quick-mix den neuen „FX 950 Flexkleber leicht“, der sich durch seine besondere Standfestigkeit als idealer Partner für die schwergewichtigen Großformate eignet. Er entspricht der Klassifizierung C2 TE S1, entsprechend den Normen DIN EN 12 004 und 12 002. Der leichte Flexkleber kann innen und außen eingesetzt werden und ist auch für Fußböden und elektrische Flächenheizungen geeignet.

## Sanitärtechnik via „iPhone-App“

Immer mehr Menschen nutzen mobile Endgeräte, um sich über Produkte oder Unternehmen zu informieren. Für Dallmer, Hersteller und Lieferant von Gebäudeentwässerungen, war das Anlass, mit einer eigenen App in diesem Kommunikationskanal tätig zu werden. Programmiert wurde eine Version für das iPhone. Erhältlich ist die Gratis-Software von Dallmer ab sofort im App Store der Firma Apple. Für Architekten, Planer, Handwerker und Endkunden bietet sie eine Fülle von Informationen rund um die Gebäudeentwässerung. Neben ausführlichen Produktbeschreibungen, die über das Internet aus



einer aktuellen Datenbank abgerufen werden, können Anwender auch eine Reihe zusätzlicher Funktionen nutzen, wie zum Beispiel Installationsvideos, Kataloge/Prospekte (PDF), Milieufotos oder ein Suchwerkzeug mit Barcode-Scanner. Zu diesem Zweck wurde ein Barcode-Scanner integriert, der den Code auf Dallmer-Produktverpackungen liest und die entsprechenden Informationen anzeigt. Eine Hilfe-Funktion ermöglicht es, Anfragen an den Support zu stellen und diese sogar mit einem Foto, beispielsweise von einer Baustellensituation, zu versehen. Das Unternehmen verspricht, während der Geschäftszeiten innerhalb von 30 Minuten zu antworten.

## Reibungslose Datenübergabe

Mit einer neuen Software ist es ab sofort möglich, elektronische Schell Wandauslauf- und Duscharmaturen zu parametrieren und die Betriebsdaten auszulesen, einfach über Laptop oder Tablet-PC. Komplexe Programmierungsvorgänge sind notwendig, damit hochentwickelte Sanitärarmaturen die unterschiedlichen Anforderungen in öffentlichen und gewerblichen Gebäuden optimal erfüllen. Auf konventionellem, manuellem Weg erfordert die indivi-

duelle Programmierung elektronischer Sanitärarmaturen jedoch viel Geduld, Zeit und damit Kosten. Pünktlich zur ISH 2013 kommt jetzt Unterstützung: Die neue Software „eSchell“ dient der einfachen, schnellen und zuverlässigen Programmierung von Schell Armaturen mit CVD-Touch-Elektronik (CVD = Capacitive Voltage Divider): Wandeinbau-Duscharmaturen und Duschpaneele sowie Vorwand-Wandauslauf- und Dusch-Armaturen der neuen Serie „Vitus“.

Die Software ermöglicht den unmittelbaren Zugriff auf Produktinformationen. Über den zur Programmierung von Sanitärarmaturen ebenfalls erforderlichen Schell-USB-Adapter greift die Software direkt auf die Produktdaten der Armatur zu. Anhand der hinterlegten Artikelnummer werden alle Einstellmöglichkeiten und Einstellbereiche auf dem Bildschirm sofort in grafischer Darstellung angezeigt. Wichtige Parameter wie Laufzeit der Armatur, Laufzeit und Intervall der Stagnationsspülung sowie die Einstellung

der Betätigungskraft für die CVD-Touch-Elektronik lassen sich per Eingabefeld festlegen. Mit dem Exportieren der Daten werden die festgelegten Parameter über den Adapter auf die Armatur übertragen. Der Parametersatz lässt sich speichern und auf weitere Armaturen im Sanitärraum transferieren. Individuell angepasst werden muss dann nur noch Stagnationsspülzeit und Intervall unter Berücksichtigung der jeweiligen Leitungslänge, des Armaturendurchflusses und der Tatsache, dass entlegene Zapfstellen seltener genutzt werden.

## Wasser mobil managen

Der neue „ECC2-Funktionscontroller“ und seine beiden Ergänzungsmodule machen das Wassermanagementsystem „Aqua 3000 open“ von Franke noch effizienter. Die gesamte Trinkwasserinstallation im Gebäude kann jetzt mobil gesteuert und überwacht werden, inklusive GLT-Anbindungsoptionen. Ziel ist die bestmögliche Trinkwasserhygiene an jeder Entnahmestelle im Gebäude.



Erstmals wird dabei eine Echtzeituhr verwendet, die alle Funktionen entsprechend den eingestellten realen Zeiten startet. Sämtliche Daten und relevanten Parameter der Armatur können mit Datum und Uhrzeit über einen USB-Anschluss direkt ausgelesen werden. Die ausgelesenen Daten stehen im csv-Format zur Verfügung und können anschließend in der vom Betreiber bevorzugten Form visualisiert werden. Die interne Speicherzeit beträgt maximal drei

Monate. Das gut lesbare, beleuchtete Display erleichtert das Ablesen und Navigieren im Menü.

Über eine genormte RJ45-Schnittstelle kann das Wassermanagement-System mit der vorhandenen Gebäudeleittechnik kommunizieren. Hierzu stehen neben Ethernet die Datenprotokolle BacNet-IP, ModBus, KNX-IP und OPC zur Verfügung. Wie bisher ermöglicht der ECC2 für alle angeschlossenen Armaturen Hygienespülungen, thermische Desinfektionen, Betriebsartenumschaltung, Reinigungsabschaltung, Systemstörungsmeldungen und Statistikfunktionen. Mit Hilfe des GSM-Funkmoduls kann für die Fernwartung mobil über das Internet auf die Anlage zugegriffen werden. Über dieses Modul lassen sich außerdem Störmeldungen via SMS an bis zu fünf Empfänger versenden.

## Badezimmer als Cartoon-Leinwand



in 70 Ländern. Die Figuren sollen in verschiedenen Stilen umgesetzt werden, um sie (bzw. die Fliesen) nicht nur im heimischen Badezimmer, sondern auch im öffentlichen Bereichen wie Kindergärten, Spielzimmern von Hotels, Krankenhäusern oder Geschäften heimisch zu machen.

## Waschtische aus der Keramikmanufaktur

Die Keramikmanufaktur Zehender produziert Waschtische und Wärmekeramik für Kamin- und Kachelöfen in aufwändiger Handarbeit. Hergestellt werden sie ausschließlich aus natürlichen Materialien. Jeder keramische Waschtisch geht durch viele Hände, bevor er das Werk verlässt. Typisch für diese Waschtische aus Feinsteinzeug ist ihre authentische Anmutung. Ihre Einsatzmöglichkeiten reichen vom öffentlichen bis zum privaten Raum. Durch die widerstandsfähige Materialität eignen sie sich für alle Anwendungen im privaten Bad, in der Küche oder in öffentlichen Bauten wie Schulen,



Krankenhäusern, Laboren oder Arztpraxen. Sie sind chemikalienbeständig, stoßfest und für einen Temperaturwechsel bis 120°C geeignet. Die Herstellung erfolgt in einem Gießverfahren mit anschließendem Trocknen, Glasieren und Brennen im Herdwagenofen bei ca. 1 180°C. Die Waschbecken werden in weißer, schwarzer, brauner und grauer Ausführung angeboten. Zur besseren Montage werden die Rückwände der Becken plangeschliffen und haben entsprechende Aussparungen. Drei Größen (45x45x20 cm, 60x45x20 cm und 90x45x20 cm) sowohl mit als auch ohne Überlauf stehen zur Auswahl.



Verdeckt die Stirnkante - nicht die Aussicht. DURABAL Balkonwinkel-Profil mit 60 mm Stirnkantenabdeckung. Wir halten umfangreiches Informationsmaterial für Sie bereit. Mehr dazu auch unter [www.durabal.de](http://www.durabal.de)

Info-Serviceziffer [31309]



**Axor - The Collections** - Innovative Designlösungen für das Bad. Erleben Sie eine Vielfalt an Kollektionen mit einem umfassenden Sortiment von der Armatur bis zum Accessoire. Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH, [www.hansgrohe.de](http://www.hansgrohe.de)

Info-Serviceziffer [31310]



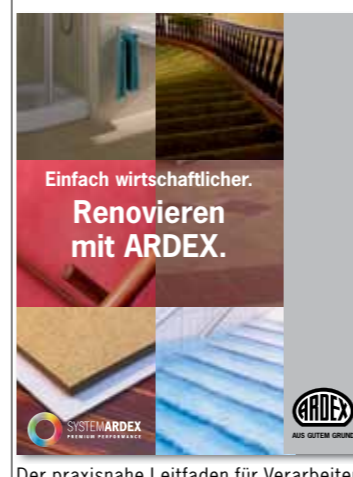
Vorwandmontage-Elemente von Grumbach bieten für jede Bauaufgabe eine wirtschaftliche und perfekte Lösung. Unsere Programmübersicht hilft Ihnen in jedem Fall weiter. Karl Grumbach GmbH & Co. KG, 35581 Wetzlar

Info-Serviceziffer [31311]



Duschbodensysteme von Grumbach sind Duschbodenelemente, die auf einem robusten Unterbau (Justiertrageelemente) montiert werden. Sie bieten für jede bodengleiche Dusche eine wirtschaftliche und technisch perfekte Lösung. Karl Grumbach GmbH & Co. KG, 35581 Wetzlar

Info-Serviceziffer [31312]



Der praxisnahe Leitfaden für Verarbeiter. Auf 36 Seiten werden in 15 unterschiedlichen Kapiteln konkrete Problemstellungen auf der Baustelle beschrieben und praktische Lösungswege mit ARDEX Systemprodukten aufgezeigt.

Info-Serviceziffer [31313]



ARDEX bietet hier in 15 Kapiteln auf 36 Seiten wirtschaftliche System-Lösungen rund um die Fliese: von Grundierung, Bodenausgleich und Kleber bis zum Fugenmörtel - für Küche, Bad und Wellness - innen und außen - private und gewerbliche Projekte.

Info-Serviceziffer [31314]



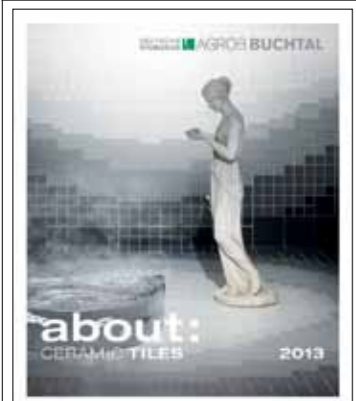
Der Sopro Planer bietet praxisorientiertes Know-how rund um den Einsatz bauchemischer Produkte. Die jetzt erschienene, komplett überarbeitete 6. Auflage wurde um aktuelle technische Trends in Verbindung mit Produkten und Lösungen auf Basis des neuesten Forschungs- und Entwicklungsstandes ergänzt. Sopro Bauchemie GmbH, 65102 Wiesbaden, [www.sopro.com](http://www.sopro.com)

Info-Serviceziffer [31315]



Mit einer komplett neu konzipierten Broschüre bietet Sopro Verarbeitern, Planern und Bauherren fundiertes Know-how rund um die Verlegung von Naturstein. Im Fokus stehen dabei die vier unterschiedlichen Sopro Naturstein-Verlegesysteme, die dem Anwender bereits in ihrer Bezeichnung deutlich signalisieren, für welche Arten von Natursteinen sie geeignet sind. Sopro Bauchemie GmbH, 65102 Wiesbaden, [www.sopro.com](http://www.sopro.com)

Info-Serviceziffer [31316]



Dieses Magazin bietet einen inspirierenden und informativen Mix aus Themen rund um die Architekturkeramik, der Kernkompetenz von AGROB BUCHTAL. [www.agrob-buchtal.de](http://www.agrob-buchtal.de)

Info-Serviceziffer [31317]



the SPIRIT of WATER, ein Magazin über das Bad, die Küche, Armaturen, das Wasser und die Welt. Bestellen Sie Ihr persönliches Exemplar. Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG Köbbinger Mühle 6, 58640 Iserlohn, Tel. +49(0)2371 433-0, Fax -232. [mail@dornbracht.de](http://mail@dornbracht.de), [www.dornbracht.com](http://www.dornbracht.com)

Info-Serviceziffer [31318]



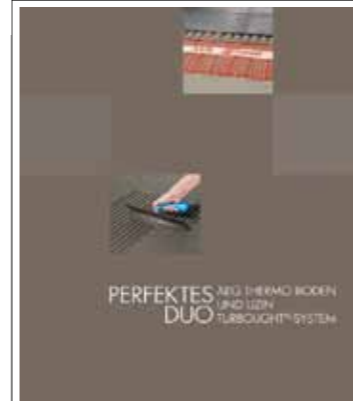
Der Prospekt zeigt die vielfach prämierte Linienentwässerung CeraLine für bodengleiche Duschen. Duschrinnen mit zeitlos eleganter Optik, innovativer Ablauftechnik und sicherer Einbindung in die Dünnbett-Abdichtung. Dallmer Sanitärtechnik

Info-Serviceziffer [31319]



Der Prospekt zeigt Duschrinnen und Bodenabläufe mit erhöhtem Schallschutz nach DIN 4109 - geprüft vom Fraunhofer Institut für Bauphysik. Für die perfekte Ausstattung bodengleicher Duschen und mehr Ruhe. Dallmer Sanitärtechnik

Info-Serviceziffer [31320]



Praxisnahes und profundes Wissen zur Verlegung von keramischen Fliesen und Platten sowie Natursteinen für Verarbeiter und Mitarbeiter des Handels. Mit 17 praxisorientierten Problemlösungen. MAPEI GmbH, 63906 Erlenbach, [www.mapei.de](http://www.mapei.de)

Info-Serviceziffer [31321]



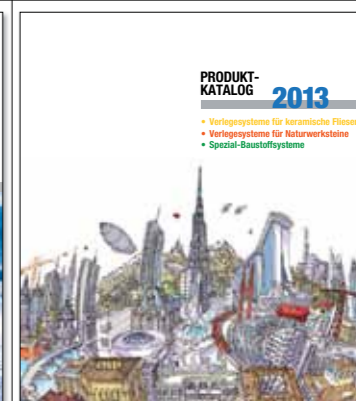
Komplett mit allen Ausschreibungstexten für die Verlegung von keramischen Fliesen und Platten, Natursteinen, textilen und elastischen Belägen, Parkett sowie Spezialbelägen. MAPEI GmbH, 63906 Erlenbach, [www.mapei.de](http://www.mapei.de)

Info-Serviceziffer [31322]



Die Welt von MAPEI - der neue MAPEI-Produktkatalog bietet Ihnen alles, was Sie zum sicheren und emissionsarmen Bauen und Renovieren brauchen. MAPEI GmbH, 63906 Erlenbach, [www.mapei.de](http://www.mapei.de)

Info-Serviceziffer [31323]



Die Welt von MAPEI - der neue MAPEI-Produktkatalog bietet Ihnen alles, was Sie zum sicheren und emissionsarmen Bauen und Renovieren brauchen. MAPEI GmbH, 63906 Erlenbach, [www.mapei.de](http://www.mapei.de)

Info-Serviceziffer [31324]



Schlüter-Systeme - beheizte Fußböden ab 20 mm Aufbauhöhe. Der Keramik-Klimaboden Schlüter®-BEKOTEC-THERM ist ein innovatives dünnschichtiges Fußbodenheizungssystem. Mit neuen Lösungen speziell für die Sanierung und Renovierung ist das Sortiment sinnvoll ergänzt worden - dabei wird auch das Thema Trittschalldämmung berücksichtigt. Der neue Prospekt zeigt, welche Möglichkeiten sich besonders für Sanierer und Renovierer mit dem Keramik-Klimaboden ergeben.

Info-Serviceziffer [31325]



Das hahne-Balkonschutz-System ist speziell für die Abdichtung und dekorative Gestaltung von Balkonen und Terrassen eine optimale Lösung und vereint in idealer Weise die Sanierung und Neugestaltung.

Info-Serviceziffer [31326]



Kalkreiniger! Na und? Lernen Sie die Fuge ohne Berührungsmenge kennen. Servopert royal ist außerdem beständig gegen Mikroorganismen und Hochdruckreiniger. Perfekt für den Unterwasserersatz. Die Fuge krönt die Fliese! [www.kiesel.com](http://www.kiesel.com)

Info-Serviceziffer [31327]



Spezialprodukte zum Reinigen, Schützen und Pflegen von Naturstein, Kunststein, Betonwerkstein, Terrazzo, Cotto und Fliesen.

Info-Serviceziffer [31328]



Jeder Naturstein ist ein Unikat und verlangt besondere Behandlung. Umso wichtiger sind Verlegeprodukte, mit denen die natürliche Schönheit des Steins erhalten bleibt. Die neuen codex Natursteinprodukte überzeugen durch schnelle kristalline Wasserbindung und sorgen somit für echte Formstabilität und höchste Farbbräunlichkeit des Natursteinbelags

Info-Serviceziffer [31329]



Immer mehr Kunden legen Wert auf die Verwendung ökologischer, emissionsarmer Produkte. Als einer der wenigen Bauchemie-Hersteller im Fliesen- und Natursteinbereich bietet codex einen kompletten Systemaufbau mit zertifizierten ECI PLUS-Produkten: codex ecoTec

Info-Serviceziffer [31330]



Das codex Balkudrain-System stellt eine sichere Alternative für Verlegungen im Außenbereich dar. Die Innovation dabei ist ein schwundarmes, drainagefähiges Gemisch aus wasseremulgierbarem Harz und Drainingsand - und das alles bei einer Aufbauhöhe von nur 2 cm. Mehr darüber in dieser Broschüre.

Info-Serviceziffer [31331]



Renovierungen im Bestand stellen Planer und Handwerker oft vor unerwartete Herausforderungen. Mit dem UZIN Turbolight-System ist ein flexibler, großflächiger Niveausgleich bis zu 300 mm möglich, bei extrem geringem Flächengewicht, hoher Festigkeit und kurzen Einbauzeiten.

Info-Serviceziffer [31332]

## InfoBox

So können Sie diese Firmendruckschriften bestellen:

Besuchen Sie uns ganz einfach im Internet:

[www.stein-keramik-sanitaer.de/ausgabe32013/info-service.php](http://www.stein-keramik-sanitaer.de/ausgabe32013/info-service.php)

Hier brauchen Sie nur noch den gewünschten Katalog anzuklicken, Absender einzugeben, abzusenden. Wir leiten Ihre Anfrage weiter;

oder übertragen Sie die darunter stehenden Kennziffer auf eine der Service-Karten (Seite 41) und schicken Sie diese per Fax an: 02166-984185;



oder per Post an:

Verlag G. Köhler,  
Postfach 200734,

41207 Mönchengladbach;

oder



schicken Sie eine Email mit den Kennziffern an

[service.sks@stein-keramik-sanitaer.de](mailto:service.sks@stein-keramik-sanitaer.de).

Bitte Absender und (falls bekannt) Lesernummer (siehe Adress-Etikett) nicht vergessen!

Möchten Sie Ihre Kataloge, Planungshilfen oder elektronische Informationsmedien bewerben?

Mit IHRER „InfoBox“ bleiben Sie nicht ohne Resonanz bei günstigen Konditionen. Denn Sie zahlen nur den Platz. Die Teilnahme am Leserservice via Kennziffer ist kostenlos.

Rufen Sie uns an: 06434-40 29 760  
oder schicken Sie eine Email an: [anzeigen.sks@stein-keramik-sanitaer.de](mailto:anzeigen.sks@stein-keramik-sanitaer.de)



Solnhofener -  
Natursteine  
Naturstein -  
Fliesen

Georg Bergér GmbH

Gut Harthof · 85072 Eichstätt  
Tel. 0 84 21 / 97 92-0 · Fax 0 84 21 / 40 13

Info-Serviceziffer [31333]

Mehr Wissen für unterwegs:

Scannen Sie diesen QR-Code mit Ihrem Smartphone oder Tablet-PC und Sie gelangen direkt auf unsere **INFOBOX-SERVICESEITE** im Internet. So können Sie von überall die hier abgebildeten Broschüren anfordern!



Einen Wegweiser mit weiteren Informationen, Adressen, Telefonnummern und Websites der in dieser Ausgabe genannten Produkte und Hersteller finden Sie auf unserer Internetseite:

[www.stein-keramik-sanitaer.de/adressen-links-32013](http://www.stein-keramik-sanitaer.de/adressen-links-32013).

Von hier aus erreichen Sie alle interessanten Internetadressen mit einem Klick, und das auch von unterwegs!



## Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 3/2013

Leser-Nr.: \_\_\_\_\_  
falls bekannt (siehe Adressetikett auf der Titelseite über der Anschrift)

Anrede: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_  
Land Postleitzahl Ort

Veranlassen Sie bitte, dass mir weitere Informationen über die Angebote der Inserenten geschickt werden, deren Kennziffern hier eingetragen sind. Eine Schutzgebühr wird nur erhoben, wenn ausdrücklich darauf hingewiesen wird.

31301	<input type="checkbox"/>	31302	<input type="checkbox"/>	31303	<input type="checkbox"/>	31304	<input type="checkbox"/>	31305	<input type="checkbox"/>
31306	<input type="checkbox"/>	31307	<input type="checkbox"/>	31308	<input type="checkbox"/>	31309	<input type="checkbox"/>	31310	<input type="checkbox"/>
31311	<input type="checkbox"/>	31312	<input type="checkbox"/>	31313	<input type="checkbox"/>	31314	<input type="checkbox"/>	31315	<input type="checkbox"/>
31316	<input type="checkbox"/>	31317	<input type="checkbox"/>	31318	<input type="checkbox"/>	31319	<input type="checkbox"/>	31320	<input type="checkbox"/>
31321	<input type="checkbox"/>	31322	<input type="checkbox"/>	31323	<input type="checkbox"/>	31324	<input type="checkbox"/>	31325	<input type="checkbox"/>
31326	<input type="checkbox"/>	31327	<input type="checkbox"/>	31328	<input type="checkbox"/>	31329	<input type="checkbox"/>	31330	<input type="checkbox"/>
31331	<input type="checkbox"/>	31332	<input type="checkbox"/>	31333	<input type="checkbox"/>	31334	<input type="checkbox"/>	31335	<input type="checkbox"/>

## So erfahren Sie mehr

über die Angebote unserer Inserenten:  
Wenn eine Anzeige, deren Inhalt Sie interessiert, eine Kennziffer hat, kreuzen Sie sie auf diesem Coupon an und ergänzen ihn mit Ihrer Anschrift. Den Abschnitt können Sie entweder in einem Briefumschlag schicken an: Verlag G. Köhler, Anzeigen-Info-Service, Postfach 20 07 34, 41207 Mönchengladbach oder uns per Fax senden: Fax-Nummer: 02166 984 185. Noch einfacher geht es mit unserem Internet-Service:

[www.stein-keramik-sanitaer.de/ausgabe32013/info-service.php](http://www.stein-keramik-sanitaer.de/ausgabe32013/info-service.php)

## Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 3/2013

Leser-Nr.: \_\_\_\_\_  
falls bekannt (siehe Adressetikett auf der Titelseite über der Anschrift)

Anrede: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_  
Land Postleitzahl Ort

Veranlassen Sie bitte, dass mir weitere Informationen über die Angebote der Inserenten geschickt werden, deren Kennziffern hier eingetragen sind. Eine Schutzgebühr wird nur erhoben, wenn ausdrücklich darauf hingewiesen wird.

31301	<input type="checkbox"/>	31302	<input type="checkbox"/>	31303	<input type="checkbox"/>	31304	<input type="checkbox"/>	31305	<input type="checkbox"/>
31306	<input type="checkbox"/>	31307	<input type="checkbox"/>	31308	<input type="checkbox"/>	31309	<input type="checkbox"/>	31310	<input type="checkbox"/>
31311	<input type="checkbox"/>	31312	<input type="checkbox"/>	31313	<input type="checkbox"/>	31314	<input type="checkbox"/>	31315	<input type="checkbox"/>
31316	<input type="checkbox"/>	31317	<input type="checkbox"/>	31318	<input type="checkbox"/>	31319	<input type="checkbox"/>	31320	<input type="checkbox"/>
31321	<input type="checkbox"/>	31322	<input type="checkbox"/>	31323	<input type="checkbox"/>	31324	<input type="checkbox"/>	31325	<input type="checkbox"/>
31326	<input type="checkbox"/>	31327	<input type="checkbox"/>	31328	<input type="checkbox"/>	31329	<input type="checkbox"/>	31330	<input type="checkbox"/>
31331	<input type="checkbox"/>	31332	<input type="checkbox"/>	31333	<input type="checkbox"/>	31334	<input type="checkbox"/>	31335	<input type="checkbox"/>

### STEIN KERAMIK SANITÄR

informiert unabhängig und kritisch mit wechselnden Schwerpunkt-Themen über Produkte, Systeme und Hintergründe. Wenn Sie uns näher kennenlernen wollen, schicken Sie uns diesen Abschnitt ausgefüllt zurück. Entweder per Fax:

02166 - 984185  
oder im Briefumschlag an:  
Verlag G. Köhler e.K.,  
Postfach 20 07 34  
41207 Mönchengladbach

- Ich möchte STEIN KERAMIK SANITÄR kennenlernen. Schicken Sie mir auch die nächste Ausgabe unverbindlich und kostenlos.
- Ich bestelle hiermit ein Jahresabonnement zum Preis von € 18,00  
Ausland: € 21,00 - für 6 Ausgaben pro Jahr incl. MwSt. und Versand

\_\_\_\_\_  
Firma - Vorname - Name

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
PLZ/Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Fax

Garantie: Im Falle einer Bestellung können Sie innerhalb von 10 Tagen nach Absenden des Coupons schriftlich beim Verlag G. Köhler, Postfach 200734, 41238 Mönchengladbach widerrufen. Es reicht die rechtzeitige Absendung!

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

\_\_\_\_\_  
Datum/Unterschrift



SKS-KOMPACT:

**Grohe übernimmt Zeitarbeitskräfte**

Die gute Auslastung der deutschen Produktionsstätten des Armaturenherstellers Grohe zeigt positive Wirkung: Das Unternehmen übernimmt insgesamt 32 Zeitarbeitskräfte als feste Arbeitnehmer. Diese Leiharbeiter, die bereits seit längerer Zeit an den drei deutschen Produktionsstandorten in Hemer, Lahr und Porta Westfalica beschäftigt sind, erhalten jetzt Arbeitsverträge. Die Einstellungen resultieren aus der günstigen wirtschaftlichen Lage des Unternehmens. „Unser Bedarf an Arbeitskräften in Hemer, Lahr und Porta Westfalica ist derzeit sehr konstant und wir sehen das auch für die Zukunft“, erklärt Michael Mager, Personalvorstand der Grohe AG.

**Hansgrohe Armaturenproduktion in Shanghai**

Nach einjähriger Bauzeit hat die Hansgrohe SE mit Stammsitz in Schiltach/Schwarzwald im Mai die Erweiterung ihrer Armaturenproduktion in Songjiang am Rande Shanghais eingeweiht. Mit dem Ausbau, in den das Schwarzwälder Unternehmen insgesamt etwas mehr als 13 Mio. Euro investiert hat, wird die seit 2006 bestehende Produktion um rund 8 000 m<sup>2</sup> wachsen. Gleichzeitig wird der Ausstoß der Fabrik nahezu verdoppelt. Das Unternehmen, das seit Mitte der 1990er Jahre im chinesischen Markt aktiv ist, trägt mit der Erweiterung sowohl dem erreichten Markterfolg als auch dem bedeutenden Wachstumspotential in Ost- und Südostasien Rechnung, wo Hansgrohe seit Jahren zweistellige Zuwachsraten erzielt. Seit 2011 ist China der wichtigste Auslandsmarkt innerhalb der Hansgrohe Gruppe. In einer Marktoffensive will das Unternehmen sein Distributionsnetzwerk 2013 um mehr als 100 neue Points of Sale auf mehr als 500 Verkaufspunkte, darunter Flagship Stores in Shanghai, Beijing, Shenzhen und Hangzhou, ausbauen.

**Lohnende Flucht aus der Miete**

Laut einer Studie der BHW Bausparkasse wollen sich 17 Prozent der Mieter in Deutschland in diesem Jahr Wohneigentum zulegen. Die Investition lohnt sich: Während Baugeld immer noch günstig ist, drohen gerade in guten Lagen weitere Mietsteigerungen. Der Immobilienverband Deutschland gibt die durchschnittliche Quadratmetermiete für Neubauwohnungen mit mittlerem Wohnwert mit 6,77 Euro an. Das entspricht einer Nettokaltmiete von rund 541 Euro für 80 Quadratmeter. In gefragten Innenstadtlagen sind die Preise allerdings deutlich höher. Kein Wunder, dass viele Mieter jetzt in die eigene Tasche sparen wollen.

**Grohe wächst weiter**

Die Grohe-Gruppe meldet für 2012 die Fortsetzung seines Wachstumskurses. Mit einem zweistelligen Zuwachs in Umsatz und Ertrag erzielte die Gruppe (Grohe, Joyou AG) ihr bisher größtes Plus. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sie den Konzernumsatz um knapp 21 Prozent auf 1 405 Millionen Euro. Auch ohne Joyou erwirtschaftete Grohe mit 1 082 Millionen Euro ein Plus von 6 Prozent nach 1 020 Millionen Euro im Vorjahr. In Deutschland legte Grohe um neun Prozent zu. Am stärksten boomt weiterhin der asiatische Markt mit einem Umsatzwachstum von 73 Prozent in der Gruppe. Dieser Erfolg ist insbesondere auf die Partnerschaft mit dem chinesischen Marktführer Joyou AG zurückzuführen, an der die Grohe-Gruppe mittlerweile mit 72 Prozent beteiligt

DSCB AG:

**Jasba-Beteiligung steht zum Verkauf**

Die Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG (DSCB) ist mit ihren Marken Agrob Buchtal und Jasba Mosaik einer der renommierten Anbieter von keramischen Wand- und Bodenbelägen und im Marktsektor Architekturkeramik internationaler Marktführer.

Erklärte Absicht zur Sicherung und zum Ausbau dieser Position war in den letzten Jahren die Gewinnung eines strategischen Partners als Mehrheitsaktionär der DSCB AG anstelle der derzeitigen Aktionäre aus dem Finanzinvestorenbereich, die aktuell eine Beteiligung von knapp 63 Prozent an der DSCB AG halten. Von diesem Schritt verspricht sich die DSCB AG eine weitere Stärkung, vor allem jedoch eine deutlich verbesserte finanzielle Ausstattung mit dem Ziel, die Investitionen in Produkte und Märkte zu forcieren. Diese Suche gestaltet sich angesichts der latenten Instabilitäten und Unwägbarkeiten der internationalen Finanzmärkte und der Probleme der gesamten südeuropäischen Baubranche mit den führenden europäischen Fliesenproduktionsländern Italien und Spanien nach Informationen des Unternehmens als schwierig.

Mit einer jetzt als „Zwischenschritt“ bezeichneten Veräußerung einer Mehrheitsbeteiligung an der Jasba Mosaik GmbH will die DSCB AG die zeitlichen Verzögerungen bei der Investorensuche überbrücken, um so weitere finanzielle Mittel für Markt- und Fertigungsinvestitionen zu generieren. Vor diesem Hintergrund hat sich die Gesellschaft entschlossen, zusätzliche Liquidität durch die Platzierung von ca. 75 Prozent der Anteile an

der Jasba Mosaik GmbH inklusive des derzeit der DSCB AG gehörenden Fertigungsstandortes Ötzingen an einen Finanzinvestor zu schaffen. Dadurch, dass die DSCB AG das Werk in Ötzingen einerseits mit erlösstarken Produkten für die Schwestermarke Agrob Buchtal nachhaltig auslastet und andererseits die Produktpalette der Marke Jasba Mosaik durch Zulieferung von hochwertigen Wand- und Bodenfliesen ergänzt wird, sei es konsequent, dass die DSCB AG weiterhin minderheitlich beteiligt bleibt. Es ist vorgesehen, auch nach Veräußerung des Fertigungsstandortes Ötzingen bei Werksleitung und Vertriebsgeschäftsführung die personelle Kontinuität zu wahren. Gleiches gilt für die gesamten Mitarbeiter des Vertriebs und in den Fertigungsbereichen, deren Rechte durch Übergang nach § 613a BGB geschützt werden.

Die gesamte Transaktion soll noch in diesem Jahr abgeschlossen werden. Wie es in der Presseerklärung heißt, sollen unabhängig davon die Bestrebungen fortgesetzt werden, eine grundsätzliche Lösung durch Gewinnung eines strategischen Partners aus dem Fliesenbereich als neuen Mehrheitsaktionär der DSCB AG zu finden, zumal man dafür durch die jetzt angestrebte Veräußerung eine Verbesserung der Ausgangsposition erwartet.

Franke/KWC:

**KWC-Armaturen zu Franke**

Franke kauft den Schweizer Armaturen-Hersteller KWC, erweitert damit die Kernkompetenz im Bereich Wassertechnik und baut den Standort Schweiz weiter aus.

Franke übernimmt von IK Investment Partners den Schweizer Armaturenhersteller KWC mit Sitz in Unterkulm. Die Transaktion erfolgt vorbehaltlich der Zustimmung durch die zuständigen Wettbewerbsbehörden. KWC soll als eigenständiges Unternehmen innerhalb der Franke Gruppe weitergeführt werden. Mit dieser Akquisition will Franke seine Marktführerschaft in Küchensystemen weiter ausbauen, die Kompetenz und die Innovationskraft im Armaturenbereich stärken und das Angebot im Bereich der Waschräumeausstattung erweitern.

Aus Sicht von Alexander Zschokke, CEO der Franke Gruppe, ergänzen sich die beiden Schweizer Unternehmen mit ihrer Kompetenz in Küche und Bad. KWC sei führend bei Armaturen in der Schweiz, Franke andererseits verfüge über ein starkes weltweites Distributionsnetz und biete damit KWC neues internationales Wachstumspotenzial. Zusammen mit der Tochtergesellschaft Franke Aquarotter in Deutschland könne man die Kompetenz im Armaturenbereich erhöhen und die strategische Position des Wassermanagement-Geschäfts weiter ausbauen.

V&B Fliesen GmbH:

**Neue Fliesen-Dynamik aus Mettlach**

Wer in Bezug auf Bad und Fliesen über das Saarland, speziell über die Orte Mettlach und Merzig, redet, denkt spontan an die Villeroy & Boch AG, jenes mittlerweile 265 Jahre alte Traditionsunternehmen mit einer für die Branche geradezu bemerkenswerten Markenbekanntheit, wobei sich die Sortimente für das Bad und die keramischen Fliesen keineswegs selbstlos in der Markenkraft und dem Glanz der Tischkultur sonnten.

Was allerdings vornehmlich nur Insider wissen: Wer heute in Verbindung mit Villeroy & Boch über keramische Fliesen spricht, muss sich neu orientieren. Denn seit dem 1. Januar 2006 gehört die Fliesen-Sparte, bis dahin neben Tischkultur und Bad-Ausstattung eines der drei Standbeine der Aktiengesellschaft, nicht mehr dazu. Sie wurde in eine eigenständige GmbH, die V&B Fliesen GmbH, ausgegliedert, nicht zuletzt um die jahrelange bilanzielle Last loszuwerden. Geblieben sind lediglich die verwandtschaftlichen Beziehungen zum Mutter-Konzern, neu war die



**Wir sehen ebenso wie unsere türkischen Gesellschafter die Marke als wirtschaftlichen Mehrwert.**  
Dr. Eckard Kern, Geschäftsführer V&B Fliesen GmbH

Villeroy & Boch AG. Möglicherweise ist dies gewollt wegen der Verwandtschaft und weil die AG sich weiterhin zu gern als Vollsortimenter im Bad präsentieren möchte. Außerdem möchte die noch recht junge Fliesen-GmbH nur ungern auf den Glanz der Traditions-Marke verzichten.

Denn Marken-Pflege sei, so V&B-Fliesen Geschäftsführer Dr. Eckard Kern anlässlich einer Presse-Veranstaltung in Mettlach, auch ein zentrales Anliegen des neuen Mehrheitsigners, der seinerseits ebenfalls für seine Bad- und Fliesenpartie Vitra sehr konsequent das Marken-Image pflegt. Für Dr. Kern war dieses Presse-Meeting eine Gelegenheit, aus dem Schlagschatten der ehemaligen Mutter öffentlich hervorzutreten und das durchaus veritable und erfolgreiche Eigenleben der Fliesen GmbH darzustellen. Vor allem ging es aber darum, die Vorstellungen über die neuen Besitzverhältnisse zurechtzurücken. Zwar ist die türkische Holding, zu der in Deutschland in deren Geschäftsfeld Baumaterialien noch die Engers Fliesen GmbH und die Burgbad AG (Badmöbel) gehören, Mehrheitseigner, doch das reale Geschäftsleben bezeichnet Dr. Kern lieber als Joint Venture, bei dem gegenseitiges Profitieren im Vordergrund steht.

So habe in den letzten Jahren ein durchgreifender Erneuerungsprozess stattgefunden. Man trennte sich komplett von der Steinzeugproduktion in Mettlach und hat sich im mit einem Investitionsvolumen von ca. 25 Mio. Euro modernisierten Fliesenwerk in Merzig ganz auf die Produktion von Feinsteinzeug konzentriert, dessen Anteil am Absatz verdoppelt werden konnte. Steinzeug-Fliesen werden aktuell im französischen La Ferté Gaucher gefertigt. An den zusammen mit Mettlach drei Standorten beschäftigt das Unternehmen heute 850 Mitarbeiter, die jährlich ca. 130 Mio. Euro Umsatz erwirtschaften.

Wie sehr sich die V&B Fliesen GmbH in den Jahren der Partnerschaft mit der Eczacibasi

Suche nach einem Investor.

Am 1. Juli 2007 schließlich konnte die Villeroy & Boch AG 51 Prozent der GmbH an die türkische Eczacıbaşı Holding verkaufen, einer der drei größten türkischen Mischkonzerne, zu dem unter anderem auch die türkische Keramikmarke Vitra gehört. Was anfangs von vielen Insidern eher als Notlösung eingeschätzt wurde, entwickelte sich zu einem so erfolgreichen Selbstläufer, dass bereits im Januar 2011 die Eczacıbaşı-Gruppe ihren Anteil an der V&B Fliesen GmbH auf insgesamt 75 Prozent aufstockte. Somit bleiben für die verwandtschaftlichen Verhältnisse zur alten Mutter noch 25 Prozent und für sie eine im Vergleich zu früher recht gute Rendite. Denn in der neuen Beziehung prosperierte das junge Unternehmen beachtlich.

So viel zum geschichtlichen Hintergrund. Wer allerdings im Internet nach „V&B Fliesen GmbH“ sucht, landet unweigerlich bei der

Großformate und moderne Technologie markieren eine neue Unternehmenskultur

ist. David Haines, Vorstandsvorsitzender der Grohe AG demutierte in diesem Zusammenhang Verkaufsabsichten der Mehrheitseigner: „Ein definitives Exit-Szenario gibt es derzeit nicht“. Seit neun Jahren ist Grohe im Besitz eines Investorenkonsortiums aus Texas Pacific Group und CSFB Private Equity (einer Tochter der Schweizer Credit Suisse).

**Erfolgreiches Geschäftsjahr für Uzin**

Der Baustoff-Hersteller Uzin Utz AG blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2012 zurück, wie Vorstandsvorsitzende Dr. H. Werner Utz auf der Hauptversammlung des Unternehmens erläuterte. Die Umsatzerlöse des Konzerns stiegen im Jahr 2012 auf einen neuen Rekordumsatz von 207,3 Mio. Euro. Das Unternehmen, sowie das gesamte Baugewerbe, hatte hingegen zu Beginn von 2013 mit einem zähen Gegenläufer zu kämpfen: Die ungünstigen Witterungsbedingungen verursachten einen erschwerten Start in das Geschäftsjahr, der sich auch an den Zahlen ablesen lässt. In den ersten drei Monaten konnte Uzin Utz dennoch ein zufriedenstellendes Resultat mit einem Umsatz auf Vorjahresniveau erzielen. Das Ergebnis vor Steuern lag leicht unter Vorjahr.

**Neues „House of Villeroy & Boch“**

Nachdem bereits im vergangenen Jahr im Stammhaus des Fliesen-Zentrum Deutschland in Kenn an der Mosel ein neues „House of Villeroy & Boch“ eröffnet worden ist, schließt sich nun ein weiteres Ausstellungs-Modul der neuen „Generation 3.2“ in der Niederlassung des Fliesenhändlers in Leipzig an. Auf einer Fläche von ca. 90 m<sup>2</sup> ist das Präsentationskonzept für Fliesen- und Sanitärneuheiten der Marke Villeroy & Boch umgesetzt worden. Entstanden ist eine Präsentation mit einer offenen, hellen und großzügigen Konzeption, die sich gut in die Gegebenheiten der Ausstellung integriert. Bei der Planung wurde besonders der zunehmende Trend nach Großformaten berücksichtigt. Dargestellt werden neben aktuellen Neuheiten auch erfolgreiche Serien und Kollektionen aus dem Bereich Fliesen und Bad & Wellness für unterschiedliche Geschmacksrichtungen. Für das Jahr 2014 plant der Fliesenhändler die gleiche Installation auch für seine Niederlassung in München.

**Fernlehrgänge zum „Energieberater TU“**

Mit einer neuen E-Learning-Suite präsentieren sich jetzt die Fernlehrgänge zur Energieeinsparverordnung (EnEV), die die Technische Universität (TU) Darmstadt, Fachbereich Architektur, Fachgebiet von Prof. Manfred Hegger, gemeinsam mit der ina Planungsgesellschaft mbH durchführt. Die aktualisierte Lernumgebung bietet eine noch leichtere Handhabung, mehr Praxisnähe und Flexibilität für die Teilnehmer als zuvor. Gleichzeitig wurden die Inhalte der Kurse den neuen Anforderungen des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) und der Deutschen Energieagentur (dena) angepasst. Die Anmeldung und die Teilnahme sind jederzeit möglich. Weitere Informationen: [www.energieberater-ausbildung.de](http://www.energieberater-ausbildung.de)

**Rathscheck sichert Schiefer-Ressourcen**

Mit Übernahme des spanischen Mittelständlers „Pizarras Castrelos S.A.“ will sich der deutsche Schieferproduzent Rathscheck langfristig Ressourcen sichern. Damit könne das Unternehmen seine Kapazität um rund 2 500 Einfamilienhausdächer pro Jahr erweitern, erläuterten die beiden Geschäftsleiter Frank Rummel und Andreas Jäger. Die Übertage-Lagerstätten in Nordspanien reichen

für rund 30 Jahre. Aus den Vorkommen sollen vor allem die Märkte in Frankreich, Luxemburg, Belgien und Dänemark bedient werden. Bereits vor fünf Jahren hatte Rathscheck mit der „Grupo Cafersa“ einen der bedeutendsten spanischen Produzenten gekauft. Rathscheck beschäftigt jetzt rund 530 Mitarbeiter. Neben Dach- und Fassadensteinen in verschiedenen Formaten liefert das Unternehmen auch Produkte für den Innenausbau sowie für Garten- und Landschaftsbau. Rathscheck gehört zum Firmenverbund des Familienunternehmens Wilh. Werhahn KG in Neuss.

„Talentschmiede“ eingeweiht

Mit einem Tag der offenen Tür hat der Bad- und Sanitärhersteller Hansgrohe SE seine neue „Talentschmiede“ in Schiltach eingeweiht. In rund einem Jahr Bauzeit verwandelte sich ein ehemaliges Möbelhaus in der Schiltacher Innenstadt in ein modernes Ausbildungszentrum. Insgesamt stehen den Auszubildenden und ihren Ausbildern rund 1 200 Quadratmeter Platz zum Lernen zur Verfügung. In diesem Zusammenhang betonte Hansgrohe-Personalleiter Thomas Egenter die Bedeutung der hauseigenen Ausbildung. Derzeit erlernen 131 Menschen ihren Beruf beim Badspezialisten (Stand 09/2012). Mit einer Ausbildungsquote von 6,2 Prozent liegt das Unternehmen deutlich über dem Bundesdurchschnitt der metallverarbeitenden Industrie. Rund 3,5 Millionen Euro kostete die gesamte Sanierung. 80 Prozent der Kosten hat die Stadt Schiltach als Eigentümerin des Gebäudes übernommen. Die Innenausstattung lag bei Hansgrohe. Das Ausbildungsangebot bei Hansgrohe umfasst über 25 verschiedene Berufsbilder. Den Namen „Talentschmiede“ wählten die Auszubildenden übrigens selbst.

Whirlpools World Outlet eröffnet

Anfang Juni 2013 eröffnete in Deißlingen-Lauffen das Whirlpools World Outlet (WWO), das sich größtes Outlet für Whirlpools und Swim-Spas in ganz Europa bezeichnet mit einer Ausstellungsfläche von mehr als 3 700 m<sup>2</sup> sowie einer Wellness-Boutique, einem Whirlpool-Zubehör-Shop und sogar einem eigenen „Chill Out Bistro“ für Besucher. Zu finden sind hier Whirlpools aller Größen und Preisklassen und von fast allen Herstellern. Für diejenigen, die einen Dream-Pool vorher testen möchten, gibt es einen eigenen „Test the best“-Bereich mit über 25 ausgesuchten Whirlpools und Swim-Spas zum Probe-Whirlpools. In Spanien betreiben die Inhaber des Whirlpools World Outlet bereits seit mehreren Jahren das Jacuzzi-Outlet, das sich mittlerweile zu Spaniens führendem Anbieter für Whirlpools entwickelt hat ([www.whirlpools-world-outlet.com](http://www.whirlpools-world-outlet.com)).

Auszeichnung für Werner Schlüter

Werner Schlüter, Gründer und Geschäftsführer der Schlüter-Systems KG, ist von der National Tile Contractors Association (NTCA) in den USA mit dem renommierten „Joe A. Tarver Award for Lifetime Service to the Industry“ ausgezeichnet worden. Die Vereinigung der US-amerikanischen Fliesenunternehmer zeichnete ihn bei der Preisverleihung im Rahmen der Fachmesse Coverings in Atlanta, Georgia, für seine langjährigen Verdienste um die Fliesenindustrie und das Handwerk in Nordamerika aus. Der Preis wurde nach dem ehemaligen Geschäftsführer der Vereinigung, Joe A. Tarver, benannt, der ihr von 1972 bis 2002 vorstand. Die NTCA ist die nach eigenen Angaben weltweit größte Organisation im Bereich der Fliesen- und Natursteinindustrie, die

Hightech für individuelle Kundenwünsche: Gegenüber den digitalen Glasur-Druckern sehen die traditionellen Glasurlinien ziemlich alt aus. Die Fotos zeigen die Demonstration einer künstlerischen Wandgestaltung.



Gruppe und unter der Geschäftsführung von Dr. Kern erneuert und vom Staub der Tradition befreit hat, zeigt auch ein Blick in die Merziger Fliesenproduktion. Hier setzt man ganz auf aktuelle Großformate und moderne Technologie. Allein drei moderne Inkjet-Anlagen für die Fliesendekoration lassen die benachbarten traditionellen Glasurlinien mit Rollen und Siebdruck ziemlich alt aussehen. Was nicht bedeutet, dass man nicht „alt“ kann. In einer eigens für die individuelle Objektbearbeitung gegründeten Abteilung „Artefactur“ werden neben modernen Objektgestaltungen (siehe unsere Ausgabe 4. 2012 „Fußgängertunnel Aschaffenburg“) auch Restaurierungen realisiert.

Weiter voran gehen soll es nach Kerns Willen zudem mit unkonventionellen Vermarktungs-Strategien, die künftig zum Portfolio des Merziger Unternehmens gehören sollen. So ist man Anfang 2013 eine Partnerschaft mit dem Iserlohner Zubehörerhersteller Schlüter Systems eingegangen. Dr. Kern: „Hier bündeln wir ganz konsequent Kompetenzen: Unser traditionelle Stärke im Objektgeschäft mit unseren Kontakten zu Architekten und Schlüters intensiv gepflegte Bindung zum Fliesenleger-Handwerk“. Damit will man noch gezielter als bisher eine Schwäche ausmerzen, die in der Ära Villeroy & Boch AG vielfach als Erfolgsbremse für die Fliesensparte galt. Damals liebte man eher den Großhandel als den Verarbeiter. Gemeinsam wollen nun beide

Modernisierung: Laminat vor Teppichboden

Wenn in Eigenheimen Fußböden ausgetauscht werden, dann denken die Entscheider meistens an Laminat mit seinen vielfältigen Oberflächen. Das ist eines der Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung der Heinze Marktforschung aus dem Jahr 2012. Die Haushalte wurden schriftlich über ihre Modernisierungsaktivitäten und Ausgaben im Jahr 2011 befragt.

Bei 40 Prozent aller Modernisierungsmaßnahmen im Bereich Boden wird danach Laminat verlegt. In der Rangliste der beliebtesten Bodenbeläge folgen mit 20 Prozent Teppichboden und mit 18 Prozent Keramik/Fliesen. Insgesamt wurden von den Haushalten in Eigenheimen und Mehrfamilienhäusern knapp 5 Mio. Modernisierungsmaßnahmen

Unternehmen ein Systempaket für beheizbare keramische Fußböden schnüren, das mit einer Systemgarantie untermauert werden soll.

In der Istanbuler Konzernzentrale dürfte man diese Entwicklung mit einiger Genußgenuss beobachten. Schließlich war zum Zeitpunkt des Einstiegs nicht abzusehen, ob sich die Fliesentochter der Villeroy & Boch AG jemals aus ihrem Jammertal erholen können, zumal zu diesem Zeitpunkt der Fliesenverbrauch in Deutschland nur eine Richtung kannte: nach unten. Erst nach 2009 erholte er sich wieder aus seinem Tiefststand (ca. 106 Mio. m<sup>2</sup>). Dass sich danach die Nachfrage auf aktuell geschätzte 122 Mio. m<sup>2</sup> erholte, dürfte fraglos auch das Merziger Fliesengeschäft beflügeln haben. Doch allein darauf will man sich hier nicht verlassen. Für Dr. Kern und seine Marketingstrategen bleibt noch viel Arbeit, die sich nicht zuletzt aus dem technologischen Wandel der keramischen Fliese ergeben. Wie präsentiert man großformatige Fliesen anschaulich, wie begegnet man dem virtuellen „Wettbewerber“ Internet, sind nur einige davon.

Der türkische Investor Eczacibasi aber dürfte sich entspannt zurücklehnen können und anfängliche Spekulationen, sein finanzielles Engagement in die Mettlacher Fliesenszene wären nur eine Interimsphase, scheinen endgültig vom Tisch.

durchgeführt, die eine Fläche von 180 Mio. m<sup>2</sup> ergeben. Der hohe Anteil des Laminats ergibt sich unter anderem aus der Tatsache, dass 43 Prozent des gesamten Marktvolumens in diesem Sektor Do-it-yourself-Maßnahmen waren: die Haushalte kauften die Produkte selbst ein und verlegen sie meist ohne Handwerker. Die Investitionssummen pro Moderni-

sierungsmaßnahme liegen im Durchschnitt bei knapp 900 Euro, die Hälfte der Modernisierungsmaßnahmen bei unter 500 Euro. Das größte Gewicht mit knapp 40 Prozent haben die Maßnahmen, die zwischen 1 000 und 3 000 Euro kosten. In der Hitliste der Modernisierungsmaßnahmen liegt der Bereich

Bodenbeläge mit 5,5 Mrd. Euro an siebter Stelle. Die ersten drei Plätze belegen „An- und Umbauten“, „Dach“ und „Heizung“. Untersucht wurden insgesamt 15 Produktbereiche. Die gesamten Modernisierungsausgaben 2011 lagen bei 112 Mrd. Euro.

Umstrukturierung bei HighTech

Im Oktober 2012 hatte Udo Stukenbrock bei der HighTech Design Products AG als neuer Vorstand die Führung übernommen. Mit diesem Wechsel begann gleichzeitig eine Umstrukturierung des Unternehmens. Unter anderem wurden die exklusiven Vertriebsrechte der Iqua Produkte von der Schweizer Firma Aquis Sanitär AG übernommen, mit dem Ziel, die Sortimente „HighTech“ und „Iqua“ in Kombination unter „HighTech+Iqua“ gegenseitig zu stärken. Mit dieser Verbindung der Sortimente erhofft sich das Unternehmen Synergien für eine noch effektivere Marktbearbeitung und

strebt eine Alleinstellung im Produktsegment „ganzheitliche Waschplatzgestaltung“ im öffentlichen, halböffentlichen und privaten Bereich an.

Das Schweizer Unternehmen Aquis Sanitär AG gibt somit den Vertrieb der „Iqua“ Produkte ab und konzentriert sich auf seine Kernkompetenzen als Entwickler und Hersteller von OEM Elektronikarmaturen und elektronischen/mechatronischen Bauteilen. Somit werden seit 2013 alle „Iqua“ Produkte von HighTech Design Products AG vertrieben.

ZUR PERSON:

Zwei neue leitende Mitarbeiter bei der Steuler-Fliesen GmbH: Matthias Hansel ist neuer Leiter Vertrieb Export. Seit dem 1. April 2013 ist er für das Mühlacker Unternehmen tätig. Hansel verfügt über langjährige Erfahrung in der Fliesen-Branche: Er war im In- und Ausland als Produktmanager und leitender Angestellter im Vertrieb tätig. Michael Weiland ist ebenfalls seit dem 1. April 2013 für Steuler als neuer Gebietsleiter in Nordrhein-Westfalen tätig. Weiland bringt Erfahrung im Vertrieb mit: Er war sowohl im Handel als auch in der Industrie tätig, im Innen- wie auch im Außendienst.

Seit Ende 2012 verstärkt Wolfgang Staudter das Grohner Vertriebsteam als Verkaufsleiter Süddeutschland. Wolfgang Staudter (32) ist geprüfter Betriebswirt und Fliesenlegermeister. Er verfügt über langjährige Kenntnisse als Vertriebskoordinator im Baustoff-Fachhandel sowie in der Bauchemie. Mit seinen Kenntnissen soll er die Kundenbindung gebietsübergreifend für die Bremer Fachhandelsmarke weiter ausbauen.

Anlässlich seines 75. Geburtstags begrüßte Albert Schomburg Freunde und Geschäftspartner sowie viele Familienmitglieder zu seinem Jubiläumsempfang. In seiner Ansprache gab der heutige Beiratsvorsitzende ein klares Bekenntnis zum Standort Detmold in Ostwestfalen ab. Albert Schomburg war 1961 in die väterliche Fabrik für chemische Bautenschutzmittel eingetreten. Unter seiner

Führung entwickelte sich das Unternehmen zum globalen Anbieter von Systembaustoffen. Im Jahr 2008 übergab er die operative Führung an die drei heutigen geschäftsführenden Gesellschafter Ralph Schomburg (Einkauf und IT), Dr. Jens Hofele (Forschung und Entwicklung) und Alexander Weber (Export Fernost).

Dr. Ulrich Dahlhoff (51) ist zum 1. April 2013 als Geschäftsführer für Vertrieb und Marketing in das Führungsgremium der Ardex GmbH, Witten, eingetreten mit dem Zuständigkeitsbereich Deutschland, Benelux und der Schweiz. Auch die Anwendungstechnik wird zum Verantwortungsbereich von Dr. Dahlhoff zählen. Dahlhoff ist eine erfahrene Führungskraft der Baustoffindustrie mit Vertriebs- und Marketing-Know-how in allen relevanten Absatzkanälen. Zuletzt war er in leitender Position bei einem international führenden Dämmstoffhersteller tätig. In der Geschäftsführung des Ardex-Stammhauses in Witten wird Dr. Dahlhoff neben dem Vorsitzenden Mark Eslamlooy, der in Personalunion auch die Ardex Gruppe leitet, und Dr. Rüdiger Oberste-Padtberg, u.a. zuständig für Forschung & Entwicklung, Einkauf und Produktion, tätig sein. In seiner neuen Funktion tritt Dr. Dahlhoff auch die Nachfolge von Vertriebsleiter Werner Schröder an, der Ende des letzten Jahres unerwartet verstorben war.

Mit Wirkung vom 14. Mai 2013 wurde Dr. Rainer Kögel (45) im Anschluss an die ordentliche Hauptversammlung der

Hersteller, Händler, Fliesenleger, Architekten, Planer und Bauunternehmer unter ihrem Dach vereint.

Online-Referenzen

In drei aufwändigen Ausgaben seines Referenzbuches hat Armaturenhersteller Grohe in den vergangenen Jahren außergewöhnliche Architekturprojekte präsentiert. Jetzt ist eine große Auswahl dieser Referenzen auch online abrufbar. Entweder in der Rubrik „Referenzen“ auf der Homepage des Unternehmens oder für alle, die auch unterwegs auf die Objekte zugreifen möchten, mit der neuen App „Water Enjoyment“. Für das iPad gibt es diese Anwendung bereits seit dem Frühjahr (kostenlos im Apple App Store), ab Anfang Juli steht sie auch für Android-Tablets zum Download bereit. Auf diese Weise können Architekten, Bauherren, Raumplaner und andere Interessierte einfach und bequem Architektur-Highlights auf der ganzen Welt, in denen Grohe-Installationen zum Einsatz kamen, entdecken. Über 500 Beispiele aus den Bereichen Hotel, Wohnen, Gewerbe, Sport und Freizeit, Gesundheit, Reisen sowie Bildung und Wissenschaft sind in der neuen Rubrik „Referenzen“ unter „[www.grohe.com](http://www.grohe.com)“ zu finden. Gesucht werden kann nach einer bestimmten Region oder nach einem Gebäudetyp.

Uzin Utz AG zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden des Ulmer Unternehmens ernannt. Er wird damit Nachfolger von Prof. Dr. Dr. h.c. Brun-Hagen Hennerkes (73), der das Amt über 15 Jahre, seit dem Börsengang des Unternehmens 1997, innehatte. Dr. Rainer Kögel, promovierter Jurist, ist seit September 2012 Aufsichtsratsmitglied der Uzin Utz AG. Er ist seit 2002 Partner der Stuttgarter Sozietät Hennerkes, Kirchdörfer & Lorz, in die er 1997 eingetreten ist. Kögel betreut bereits seit 15 Jahren in seiner beruflichen Funktion die Uzin Utz AG und ist infolgedessen mit dem Unternehmen sowie dessen strategischen Zielsetzungen bestens vertraut.

Nach 15 Jahren beim Sanitärhersteller Bette in Dellbrück gibt Rolf Viegener Ende Juni 2013 die Verantwortung für den Vertrieb International ab und verabschiedet sich in den Ruhestand. Seine Nachfolge tritt Ladislao Santamaria (36) an. Der Spanier kann auf eine internationale ausgerichtete Vertriebskarriere verweisen: Er studierte an der Justus-Liebig-Universität Gießen Wirtschaftswissenschaften und spezialisierte sich auf die Themen Internationales Management, Marketing und Finanzwirtschaft. Nach Stationen als Area-Manager im spanischen Lebensmittelhandel ging er als Manager International Sales zur MÜPRO Services GmbH, wo er die internationale Vertriebsleitung bis zur Geschäftsführung der Konzerntochter in Dubai koordinierte.





red dot design award  
winner 2013



## DuraStyle. Für Project und Home.



Rimless

SoftClose

SensoWash®

red dot design award  
winner 2013



**DuraStyle. Der neue Standard im Bad.** Ausgezeichnetes Design. Neueste Technologie. Bestes Preis-Leistungsverhältnis. Unbegrenzte Möglichkeiten. Qualität, die bleibt – Original Duravit. Neugierig? [info@duravit.de](mailto:info@duravit.de), [www.duravit.de](http://www.duravit.de)