



❑ **PLANEN IN 3D:**

Wer professionell Gestaltungs-Ideen vermitteln will, kommt mit moderner Visualisierungs-Software bestens an (Seite 22)

❑ **SCHILLERND:**

Speziell entwickelte keramische Fliesen machen ein Veranstaltungsgebäude zu einem vibrierenden Wahrzeichen (Seite 8)

❑ **ARCHITEKTUR-İKONE:**

Nach langer Zeit des Verfalls wurde jetzt die von Mies van der Rohe gebaute Villa Tugendhat originalgetreu restauriert (Seite 12)

❑ **DACH-LANDSCHAFT:**

Für das Baseler Museum der Kulturen planten Herzog & de Meuron eine neue Halle mit einer glänzenden „Krone“ (Seite 16)

Titelbild: ViSoft GmbH

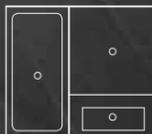
BETTE
NATÜRLICH IM BAD

Exklusives Design -
Fugenlose Hygiene.

BETTEFLOOR SIDE - zeitlos elegant.
Mit wandseitiger Entwässerung,
gefertigt aus edlem Stahl/Email.

baden
duschen
waschen

www.bette.de
architektur@bette.de



MEINEMEINUNG 

Den Wald vor lauter Bäumen...



Ich erinnere mich noch gut daran, als ein Kollege der Fachpresse etwas frustriert von einer der großen europäischen Fachmessen der Branche keramische Fliesen und Platten nach Hause zurückkehrte und vehement die stoische Penetranz anprangerte, mit der die einschlägigen Hersteller Holz- oder auch Stein-Imitate zum Zentrum ihrer Design-Politik machten.

Nun komme ich zum kaum noch zählbaren Mal von einer für diese Branche zentralen Messe-Veranstaltung zurück. Es ist, wie nicht un schwer zu erraten ist, in diesem Falle die Cersaie im norditalienischen Bologna. Und wie es die Tradition nun einmal will, gehört in dieser Ausgabe mein Editorial, wie in den vergangenen Jahren auch, der Kommentierung des dort Erlebten. 30 Jahre hat diese Veranstaltung inzwischen auf dem Buckel. Entstanden ist sie aus der allgemeinen Bau fachmesse SAIE. Zu jener Zeit stand die italienische Industrie der keramischen Fliesen und Platten in voller Blüte, eroberte einen Exportmarkt nach dem anderen (besonders auch den deutschen) und wurde von einem mächtigen Dachverband vertreten, der es als legitim erachtete, den gut 300 italienischen Fliesenherstellern eine eigene Präsentations-Plattform gemeinsam mit der Bologneser Messengesellschaft organisieren zu müssen. Inzwischen gesellten sich zur Fliese auch die Anbieter von Badausstattung und Sanitärkeramik, aus dem Fliesenhersteller-Verband „Assopiastrelle“ wurde „Confindustria Ceramica“, weil man jetzt Sprachrohr für beides war. Nicht geändert hat sich indes der jährlich wiederkehrende „Erscheinungstermin“ der Messe, was mittlerweile vielen Hersteller zur (finanziellen und kreativen) Last wurde, aber unabdingbar scheint, solange sich die Veranstalter über ein ausgebuchtes Messe-

gelänge (samt Warteliste) freuen können, was Jahr für Jahr reichlich Geld in die Kassen spült.

Geändert aber hat sich vor allem Eines: Aus der Trendmesse vergangener Jahre wurde eine reine Kommerz-Veranstaltung. Waren es früher die Design-Experimente, mit denen die Produkt-Manager der Hersteller versuchten, Trends zu initiieren oder zumindest die Reaktion des Marktes auf Prototypen zu erspüren, mit der Folge, dass manche der gezeigten Produkte wieder in der Schublade verschwanden. Heute wird fast nur noch gebrauchsfertige Ware feilgeboten. Man initiiert keine Trends mehr, sondern hechelt hinter Trends hinterher, von denen man glaubt, sich eine (Umsatz)Scheibe abschneiden zu können. Das Spannendste an früheren Messebesuchen war die „stille Post“ in den Gängen, mit der man zu besonderen Highlights geschickt wurde („Das musst Du Dir unbedingt ansehen!“).

Heute beschränkt sich ein solcher Hinweis auf die Information, irgendwo ein Holz-Imitat-Dekor von einem bisher noch nicht bekannten Baum entdeckt zu haben. Zugegeben: Dank der digitalen Dekortechnik sind die Imitate so perfekt gemacht, dass mancher Baum vor Neid erblassen würde. Vielleicht imitiert womöglich die Natur demnächst die keramischen Holzimitate. Doch Spaß beiseite: Natürlich gibt es auch hier Ausnahmen, in der Regel von Herstellern, sich schon immer die eigene Kreativität als Maß aller Dinge sehen haben. Sie geraten immer mehr zu (schön anzusehenden) Außenseitern.

Meine zentrale Frage indes ist: Was hat der Branche dieses Imitat-Szenario unter dem

Strich gebracht? Es wurde weder ein irgendwo auf der Welt unsinnigerweise gefällter Baum dadurch gerettet, noch konnte man (in Deutschland zumindest) die Vorherrschaft des Laminats und die Beliebtheit des Parketts auch nur ansatzweise untergraben. Und was hier für Holz gilt, lässt sich eins zu eins auf Stein-Imitate übertragen. Noch immer gilt Naturstein als das Maß aller Dinge, wenn es um hochwertige Projekte geht. Erst wenn der Preis diktiert, dürfen es auch keramische Fliesen sein.

Und beliebter sind Fliesen aller genial gemachter Imitate deshalb in Architektur-Kreisen dadurch auch nicht geworden. Also macht man in der Branche das, was man schon immer am besten konnte: Man spricht kaum noch über die Qualität, die gestalterischen Möglichkeiten und die Produkt-Eigenschaften, sondern über den Preis, sprich Niedrigs-Angebote. Mögen viele Hersteller im stillen Kämmerlein von der Wertigkeit ihrer Produkte durchaus überzeugt sein, draußen vor der Tür diktiert der Handel den Preis. Eine Chance könnte ich mir dennoch vorstellen: Wenn wegen der um sich greifenden konjunkturellen Krise die angehäuften Überkapazitäten (zwangsweise) abgebaut worden sind, besinnt sich die Branche vielleicht wieder auf ihre Stärken. Bis dahin: bitte meinen öffentlichen Anti-Imitat-Aufruf auf Seite 34 beachten!

Gerhard Köhler
gkoeehler@stein-keramik-sanitaer.de

Info-Serviceziffer
[512021]



Rutsch Probleme selber lösen ...
Tel. 041 01 - 31061 www.supergrip.de

SUPERGRIP
ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG



Objekte



12
Villa Tugendhat:
Architektur-Ikone zu
neuem Leben erweckt

eXtra CERSAIE 2012



26
Cersaie 2012:
Fliesenmesse zollt der
Krise Tribut

Design



32
Philippe Starck:
Neue Armatur mit Kopf
und Herz

Industrie



44
Investition:
Zentrum für perfekte
Badewannen

- ... und außerdem**
- Zukunftsforscher:
Was muss das Bad der Zukunft können? (7)
 - Haus der Musik (MUCA):
Architektur für Auge und Ohr (8)
 - Premiere zur ISH 2013:
Ideen für die ganzheitliche Badplanung (20)
 - Größer, perfekter, natürlicher:
Fliesen-Trends von der Cersaie in Bologna (28)
 - Balkone und Terrassen:
Schienensystem für Natursteinbeläge (36)
 - Impressum/Register (40/42)

Euroskills kürte Handwerksmeister

Jeweils eine Bronze-Medaille holten Simon Stock (Anlagenmechaniker SHK) sowie Christian Uetz (Klempner) bei den diesjährigen Europäischen Berufswettbewerben Euroskills Anfang Oktober im belgischen Spa. Die dritten Medaillenplätze sind eine durchaus gute Leistung. Möglich gemacht hat sie ein spezielles Training durch die SHK-Verbandsorganisation.

Anlagenmechaniker Simon Stock aus dem fränkischen Hirschfeld sowie Klempner Christian Uetz aus Sankt Peter (Baden-Württemberg) haben sich über mehrere Stationen auf den europäischen Wettbewerb vorbereitet, zuletzt im Bundesleistungszentrum der SHK-Innung Schweinfurt. Der europäische Wettstreit Anfang Oktober 2012 war groß angelegt: 403 Teilnehmer aus 23 Ländern traten in insgesamt 44 Disziplinen an. Die deutschen Bau- und Ausbauhandwerke stellten mehr als die Hälfte der deutschen Mannschaft mit insgesamt 25 Kandidaten in 19 Berufen.

Nach der EuroSkill in diesem Jahr kommt Anfang Juli 2013 die Weltelite der Handwerker zu den Worldskills nach Leipzig. Um im eigenen Land erfolgreicher zu sein als 2011 zur Weltmeisterschaft in London, will das Nationalteam des deutschen Baugewerbes, bestehend aus Mauern, Stuckateuren, Fliesenlegern und Anlagenmechanikern, auf der BAU 2013 in München zu einem öffentlichen Training antreten. In London hatte das Team des Zentralverbandes Deutsches Baugewerbe ZDB zwei der insgesamt nur vier deutschen Medaillen gewonnen. Bei den Worldskills werden in über 50 Disziplinen die Weltmeister in ihrer jeweiligen Berufsgruppe gekürt.

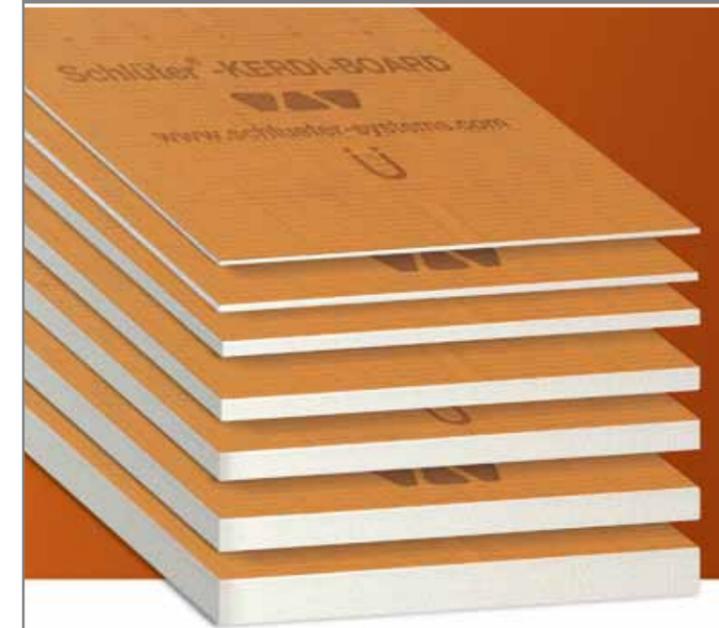
Anlagenkosten richtig einschätzen

Zählt man Anschaffungs- und Betriebskosten zusammen, gehören laut einer Emnid-Untersuchung flüssiggasbetriebene Heizungen zu den wirtschaftlichsten Energielösungen für Ein- und Zweifamilienhäuser. Dennoch schätzt der Großteil der Deutschen andere Heizsysteme als preiswerter ein. Lediglich jeder sechste Deutsche weiß, dass Flüssiggas-Brennwertthermen für Hausbesitzer preislich attraktiv sind. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage von TNS Emnid im Auftrag des Flüssiggas-Anbieters Primagas. Im Rahmen der Untersuchung sollten die Befragten die günstigste von vier netzunabhängigen Heizungsvarianten benennen. Entscheidungskriterien waren die vermuteten Anschaffungs- und Betriebskosten. Nur bei 17 Prozent der Teilnehmer fiel die Wahl auf Flüssiggas-Brennwertgeräte. Dagegen wurden die Antworten Luft-Wasser-Wärmepumpe (28 Prozent) und Holzpelletkessel (24 Prozent) deutlich häufiger genannt. Einzig der Heizöl-Brennwertkessel (11 Prozent) wurde als teurer eingeschätzt. Wie groß die Unsicherheit beim Thema Heizungskosten ist, beweist auch die hohe Zahl an Befragten, die sich für keine der angebotenen Antworten entscheiden konnten: Der Anteil dieser Gruppe lag bei 20 Prozent.

Vergessen Sie alles...

... was Sie bisher über
Verlegeuntergründe gehört haben!

Ob Mosaik oder Fliesen-Großformat, entscheidend für einen perfekten Fliesenbelag ist ein absolut ebenflächiger Verlegeuntergrund mit geraden und lotrechten Innen- und Außenecken...
...und den schafft sich der Fliesenleger mit Schlüter®-KERDI-BOARD am besten selbst.



Schlüter®-KERDI-BOARD

Verlegeuntergrund, Konstruktionsplatte, Verbundabdichtung

- ▲ wasser- und temperaturbeständig
- ▲ ebenflächig, formstabil
- ▲ auf allen Untergründen einsetzbar
- und biegesteif
- ▲ Vliesoberfläche zur Verankerung des Dünnbettmörtels
- ▲ dampfbremsend
- ▲ Verbundabdichtung bauaufsichtlich zugelassen mit abP
- ▲ wärmedämmend
- ▲ staubfrei und einfach zu schneiden
- ▲ zement- / glasfaserfrei
- ▲ aufgedrucktes Schneidraster
- ▲ leicht, transportfreundlich
- ▲ griffsympathisch

Mehr Spaß mit Fliesen!



INNOVATIONEN MIT PROFIL

Männer duschen häufiger als Frauen

Deutsche Männer legen großen Wert auf Sauberkeit und Hygiene. Darauf deuten die Ergebnisse einer repräsentativen Studie zu den Duschgewohnheiten der Deutschen hin. In Auftrag gegeben wurde sie von Blue Responsibility, einer Initiative für nachhaltige Sanitärlosungen der deutschen Sanitärindustrie.

Denn mit einem Anteil von 66 Prozent an männlichen „Täglichduschern“ liegt das starke Geschlecht ganze 10 Prozent vor seinem weiblichen Gegenpart. Auch präferieren Männer und Frauen unterschiedliche Zeiten zum Duschen. Während bei Männern mit 43 Prozent klar der Morgen überwiegt, duschen Frauen am liebsten abends (40 Prozent). Einig sind sich beide Geschlechter lediglich bei ihrer durchschnittlichen Dauer unter dem kühlen oder wohligen warmen Nass. 57 Prozent der Männer und Frauen gaben an, durchschnittlich zwischen fünf und zehn Minuten zu duschen. Die „Ausreißer“ jedoch gehen wieder in konträre Richtungen: Während immerhin jede vierte Frau bis zu 15 Minuten duscht, trocknet sich beinahe jeder vierte Mann nach spätestens fünf Minuten wieder ab. Länger als eine Viertelstunde nimmt sich kaum einer der Befragten Zeit, lediglich 2,6 Prozent aller Befragten gaben eine Duschkdauer von durchschnittlich über 15 Minuten an.

Die Studie deckte nicht nur geschlechterspezifische Unterschiede auf: Auch die Größe des Wohnortes, das Alter sowie die Haushaltsgröße haben Einfluss



auf das Duschverhalten der Deutschen. So befreien sich 68 Prozent der Großstädter täglich unter der Dusche vom Alltagsstress. Bei einer Ortsgröße von 5 000 bis 100 000 Einwohnern duschen noch 60 Prozent der Befragten täglich, während sich in Orten mit weniger als 5 000 Bewohnern nur noch gut jeder Zweite täglich unter die Dusche begibt. Zudem schwindet die Lust am täglichen Duschen mit zunehmendem

Alter. Während in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre ein Großteil der Befragten (70 Prozent) täglich duscht, tut dies in der Altersgruppe 40 bis 49 nur noch jeder zweite Befragte. Bei den über 60-Jährigen steigt die Zahl der täglich Duschenden wieder leicht auf 56 Prozent an. Auch die Haushaltsgröße beeinflusst die Duschkultur der Deutschen. Personen, die alleine leben, duschen vorwiegend täglich (71 Prozent), bilden mit 26 Prozent aber auch die größte Gruppe der „Schnellduscher“. Unter den Befragten, die in Großhaushalten (vier Personen und mehr) leben, duschen rund 60 Prozent täglich. Jeder Vierte davon nutzt, hat er einmal das Badezimmer erobert, seine Zeit ausgiebig und duscht überdurchschnittlich lang (10 bis 15 Minuten).

„Magic Water“: Eine Fotostory in zwölf Bildern

Wie in jedem Jahr, so hat die Hansgrohe SE auch für 2013 Wasser zu einem bewegenden Thema eines Kalenders gemacht. Die People-Fotografin Liz Von Hone und der New Yorker Still-Life-Fotograf und Designer Craig Cutler haben eine Fotostory in zwölf zauberhaften Motiven geschaffen.

Die menschliche- und die Wasserwelt harmonisch zu kombinieren, zu einem ästhetischen Ganzen zu verschmelzen, war Craigs künstlerische Herausforderung. So griff der New Yorker tief in die digitale Trickkiste. Das Ergebnis der Hansgrohe Kalenderproduktion 2013 sind zwölf ausdrucksstarke Bilder. In Verbindung mit den Körpern erzählt das kostbare Nass Geschichten: vom Wasser und vom Menschen.

„Unter den Händen des Künstler-Duos Liz & Craig wurde das Vergnügen sichtbar, das Wasser dem Menschen zu bereiten vermag“, berichtet Joachim Huber, Leiter der Hansgrohe Markenkommunikation.

Während der Ausstellung „Magic Water“, die bis zum 31. März 2013 in der Hansgrohe Aquademie in Schiltach

zu sehen ist, können die Kalender zum Preis von 15 Euro direkt vor Ort erworben werden (solange der Vorrat reicht). Der gesamte Erlös kommt Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe „Menschen für Menschen“ zugute und soll für den Bau eines Brunnens in den armen, ländlichen Regionen eingesetzt werden.



Foto: Hansgrohe

Uns hat der Kalender so gut gefallen, dass wir uns entschlossen haben, fünf Exemplare davon für unsere Leser zu reservieren. Alles, was Sie dafür tun müssen, ist auf unserer Internetseite www.stein-keramik-sanitaer.de den Aktions-Button „Hansgrohe-Kalenderaktion“ anzuklicken und das Bestellformular auszufüllen. Dabei geht es ums Datum: Die ersten fünf haben gewonnen.

Was muss das Bad der Zukunft können?

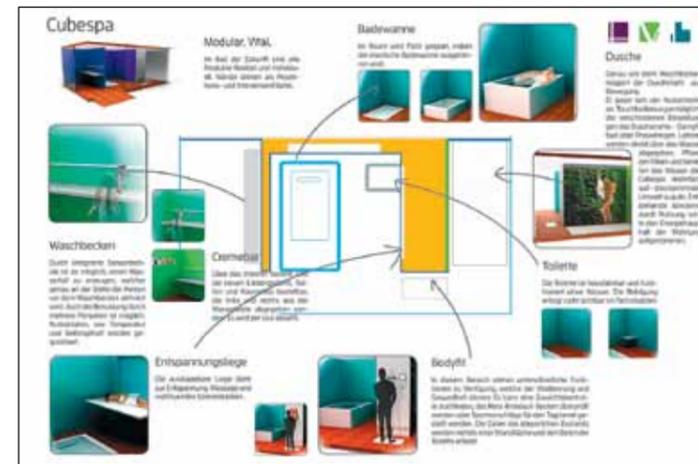
Nichts ist so spannend wie die Zukunft. Technische Entwicklungen bestimmen mehr und mehr das Leben jedes Einzelnen, und einstige Luxusartikel verwandeln sich zu Alltagsgegenständen für alle Generationen. Mobiltelefon, Laptop und MP3-Player gehören heute zum Standard. Doch was bringen die nächsten 20 Jahre und wie verändern sie den Lebensraum und stil? Diesen Fragen widmet sich das FutureBizz Netzwerk, in dem sich führende Industrieunternehmen aus den Bereichen Wasser, Heizung, Einrichtung, Licht, Materialien und Gesundheit zusammengeschlossen haben.

Gemeinsam initiieren und unterstützen sie zukunftsorientierte Projekte, in denen Studierende Innovationen für die Welt von morgen entwickeln. Eines dieser Projekte ist „Wohnen 2030“, bei dem sich auch das Sanitärunternehmen Grohe als Partner engagiert.

Ein Semester lang haben 40 Studierende aus den Fachrichtungen Innenarchitektur, Design und Produktdesign der Hochschulen Bremen, Hannover und Ostwestfalen-Lippe die Wohnwelten von morgen ausgelotet. Dabei machten sie ihre Visionen fest an genau definierten, fiktiven Personen aus verschiedenen sozialen Gruppen. Ob „Modern Performer“, „Patchwork-Familie“ oder „Silver Business Generation“, jede Lebensweise erfordert das für sie passende Umfeld.

Nachdem im ersten Schritt die Zukunftsszenarien vom Wohnen im Jahr 2030 schriftlich festgehalten worden waren, präsentierten die Studentinnen und Studenten jetzt ihre konkreten Produktkonzepte. Dabei müssen die dargestellten Technologien und Materialien noch nicht im Hier und Jetzt existieren, sondern können ebenso zukünftig sein wie das Jahr 2030.

Für den Sanitärhersteller Grohe AG sind dabei insbesondere die Überlegungen zum Bad der Zukunft von großem Interesse. Zu den spannendsten Ergebnissen gehören zum Beispiel Waschtische, die mithilfe von Sensoren einen



Wasserfall an genau der Stelle erzeugen, an der sich der Nutzer befindet. Auch der Duschstrahl reagiert auf jede Bewegung und passt sich den Maßen des Nutzers an. Eine Touch-Bedienung dient der Einstellung von Temperatur, Dampf und gesundheitsfördernden Wasserzusätzen. Die Abwärme wird mit einem Wärmetauscher dem Energiehaushalt der Wohnung wieder zur Verfügung gestellt.

Wichtige Stichwörter

für das Bad von morgen sind auch Flexibilität und Individualität. Wie alle anderen Zimmer könnte das Bad sich zu einem modularen Wohnbereich entwickeln, in dem wiederum die Produkte durch nichts festgelegt sind. WC, Badewanne und Dusche verschwinden nach der Nutzung in Boden oder Wand und geben den Platz frei, um sich dem körperlichen Wohlbefinden zu widmen, zum Beispiel mit Geräten zur Kontrolle der Fitness und zum Trainieren des Körpers. Die flexible Anordnung im Raum wird durch Docking Points ermöglicht, bei denen alle Module untereinander verknüpft sind. Dank der Vernetzung mit dem Web 3.0 lassen sich die digital gesteuerten Produkte durch Apps individuell den persönlichen Bedürfnissen anpassen.

„Durch die Beteiligung am FutureBizz Netzwerk ist es uns möglich, schneller, besser und auch kostengünstiger Innovationen zu entwickeln“, so Eckhard Gransow, Leiter Ideation und Technology Management der Grohe AG.

„Denn in unserer schnelllebigen Zeit müssen wir mit unseren Produkten dem Trend immer schon einen Schritt voraus sein. Erfolgreiche Innovationen entstehen nicht zufällig, sondern werden systematisch erarbeitet.“ Die Arbeiten der Studierenden dienen dabei als Leuchtturmprojekte.

Über FutureBizz:

FutureBizz ist ein im Jahre 2007 gegründetes Netzwerk von Unternehmen, die gemeinsam Geschäftsideen für zukünftiges Wohnen, Leben und Arbeiten entwickeln. Durch die Mitarbeit in FutureBizz-Projekten betreiben die beteiligten Unternehmen aktive Zukunftssicherung. Zu den Mitgliedern von FutureBizz gehören Altana AG, Bayer MaterialScience AG, Böttcher Consulting, Durable, Grohe AG, Henkel AG & Co. KGaA, Hettich, Kesseböhmer, Koehler, Rehau, Vaillant Deutschland GmbH, Vileda, Vorwerk & Co. KGaA und Xella.



Das Bad der Zukunft kennzeichnen verschiedene Funktionen, wie z. B. die automatische Zugabe von Seife in das Wasser, Make-up- und Styling-Tipps im Spiegel oder auch die Vernetzung mit dem Personal Trainer für das tägliche Work-out



Architektur für Auge und Ohr

DIE PREISTRÄGER DES „TILE OF SPAIN AWARD 2011“ HABEN MIT EINEM KLEINEN BUDGET UND EIGENEN FLIESEN DEM „HAUS DER MUSIK (MUCA)“ IM SPANISCHEN ALGUEÑA ZU EINEM GROSSEN AUFTRITT VERHOLFEN.

Die Preisträger des „tile of spain award 2011“ haben mit einem kleinen Budget und eigenen Fliesen dem „Haus der Musik (MUCA)“ im spanischen Algueña zu einem großen Auftritt verholfen.

Es scheint, als sei einer der mächtigen Marmorblöcke aus dem nahe gelegenen Steinbruch in die Stadt gefallen: Ein blendend weißer Monolith ist am mit Wiesen bewachsenen Rand der kleinen spanischen Stadt Algueña westlich von Alicante zu liegen gekommen. Tritt man näher, ändert sich seine Erscheinung mit jedem Schritt; jede Wolke, die am Himmel über ihn hinwegzieht, lässt ihn in Bewegung geraten. So könnte man jedenfalls meinen, dank der

außergewöhnlichen Außenhaut, die seine Architekten Miguel Rodenas und Jesús Olivares vom spanischen Büro COR & Asociados ihm verliehen haben. Auf der Suche nach dem geeigneten Material für einen Auftrag mit extrem limitiertem Budget und großen Erwartungen wurden die beiden bei Keramik fündig und entwickelten aus Standardprodukten und bekannten Techniken etwas Neues, das ihre Vorstellungen von einem lebendigen, wie vibrierend wirkenden Gebäude wahr werden lassen konnte.

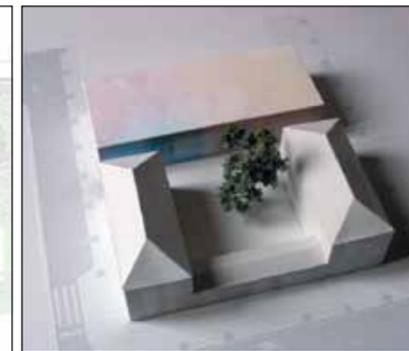
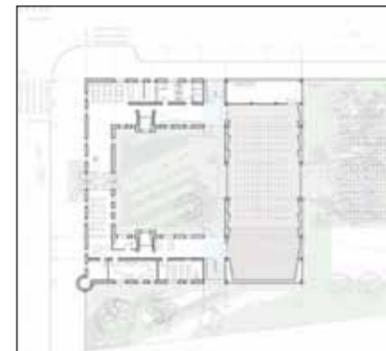
Ausgangspunkt für das Projekt war ein Auftrag des 2000-Seelen-Ortes Algueña im Hinterland der Provinz Valencia. Für dessen tief verwurzelte musika-

Von Weitem betrachtet wirkt der Baukörper wie ein Monolith, der gerade aus dem Marmor-Steinbruch oberhalb der Stadt herausgefallen ist

Der Faszination der mit Tageszeiten und Lichtverhältnissen wechselnden Reflexionen der keramischen Oberfläche kann man sich kaum entziehen



Der U-förmige Grundriss der alten Wache wurde durch den lang gestreckten Neubau zu einem Geviert geschlossen und bildet so eine Art Patio als zentrale Kommunikations-Zone



lische Tradition, die sich in vielen kleinen Gruppen und Räumlichkeiten widerspiegelte, sollte ein übergreifender, verbindender Ort geschaffen werden, der sich zum Mittelpunkt des sozialen Lebens und zum Wahrzeichen der Stadt eignete. Allerdings war für einen kompletten Neubau kein Geld vorhanden. Auf der Suche nach einem geeigneten Ausgangspunkt stießen Olivares und Rodenas auf die seit den 1980er-Jahren verlassene Wache der Guardia Civil, die über genügend Räume verfügte, um die musikalischen und kulturellen Aktivitäten der Stadt zu beherbergen. Was jedoch fehlte, war ein großer Aufführungsraum für Feste oder Veranstaltungen.

Mit einem Budget von unter 563 000 Euro ließen die Architekten hier durch die Renovierung des alten Gebäudes und den Neubau eines Auditoriums das MUCA, das Haus der Musik und Kultur, entstehen. Der U-förmige Grundriss der Wache wurde mit dem lang gestreckten Kubus des Auditoriums zu einem Geviert geschlossen. Der entstandene Innenhof kann

ebenfalls als Treffpunkt und Aufführungsort genutzt werden. Die in neuem Weiß erstrahlende Fassade des historischen Gebäudes birgt lebhaft bunte Details, wo 60 lokale Künstler Fenster- und Türrahmen mit farbstarken Gemälden schmückten.

Trotz des kleinen Budgets ist so durch die Hartnäckigkeit bei der Suche nach dem richtigen Material ein unglaublich vielseitiger, bewegter Bau entstanden, der auch ohne formal auftrumpfende architektonische Gesten zu einem nach außen wie nach innen wirksamen Wahrzeichen geworden ist.

Schillernde Perspektiven

Durch die speziell entwickelten Fliesen wird das Haus der Musik (MUCA) zu einem vibrierenden Wahrzeichen der spanischen Stadt Algueña, etwa 50 Kilometer westlich von Alicante. Die Architekten Miguel Rodenas, Jesús Olivares vom Architekturbüro cor & asociados über architektonische Wahrzeichen, die Psychologie der Wahrnehmung und die Sinnlichkeit der Keramik.

? *Trotz der Einfachheit des Baukörpers liegt in ihrem eine große Emotionalität. Mit welchen Mitteln haben Sie das erreicht?*

! Mit dem Haus der Musik wurden wir mit einem Gebäude beauftragt, das als Marke funktionieren und sich als Wahrzeichen der Stadt Algueña etablieren können sollte. Ein solches architektonisches Wahrzeichen bedeutet normalerweise ein enormes Budget, außergewöhnliche Materialien und skulpturale Formen. Für MUCA haben wir einen anderen Weg gewählt. Wir haben dieses Ziel mit einer ökonomischen Lösung und geringen Kosten erreicht, indem wir auf zwei Schwerpunkte gesetzt haben: die Psychologie der Wahrnehmung auf der einen Seite und die Form auf der anderen. Für Ersteres haben wir dem Gebäude seinen Glanz, Schillern und eine visuelle Unbestimmbarkeit verliehen. Hinsichtlich der Form haben wir die Proportionen des Gebäudes ganz entschieden mit der industriell geprägten Umgebung in Einklang gebracht.

Zum Wahrzeichen wird MUCA aber auch deshalb, weil die Musik seit vielen Jahren Teil der Kultur in Algueña ist. Mit dem Projekt konnte die Stadt sämtliche Funktionen, die überall verstreut waren, an einem einzigen Ort bündeln. Das Gebäude gehört vor allem der Musik, erfüllt dabei aber ganz unterschiedliche Zwecke.

? *Was hat Sie dazu bewegt, für dieses Projekt Keramik einzusetzen?*

! Wir wollten ein bewegtes Volumen schaffen, das sich je nach Lichtverhältnissen und Standpunkt des Betrachters wandelt. Um das zu erreichen, haben wir die keramische Verkleidung mit Perlmuttglanz und schillernden Effekten gewählt. Jetzt vibriert das

Gebäude regelrecht, es ändert ständig seine Farbe und, so scheint es fast, sogar seine Form. Wir haben die Fliesen selbst entwickelt und produzieren lassen. Sie sind wie gewohnt gebrannt, dann glasiert und mit Metallen behandelt, die ihnen diese spezielle Erscheinung verleihen. Als Material entspricht die Keramik unserer Entscheidung, nicht in erster Linie etwas Tektonisches oder Formales zu schaffen, sondern etwas Sinnliches.

? *Wer hat diese besonderen, auf dem Markt nicht erhältlichen Fliesen entwickelt?*

! Unsere Abteilung für Forschung, Entwicklung und Innovation hatte es in die Hand genommen, ein Unternehmen zu finden, mit dem wir das Material mit geringen Kosten entwickeln können



Fotografie: ASOER cor & asociados

würden. An dem Material selbst haben wir etwa fünf Monate lang gearbeitet, dann hatten wir es nach vielen Versuchen geschafft, den besonderen Perlmuttglanz zu erreichen.

? *Das Budget für das Projekt war ausgesprochen niedrig. War das für Sie Inspiration, Ihr eigenes Material zu entwerfen, anstatt auf Bestehendes zurückzugreifen?*

! Eine so kleine Stadt wie Algueña verfügt nicht über große Budgets. Das bedeutet, dass die Architekten bei einem derartigen Projekt das Ziel genau treffen müssen, es gibt keinen Raum für Fehler, keine zweite Chance. Wir planen unsere Projekte vor dem Hintergrund der Möglichkeiten im Markt und seiner Potenziale und suchen immer die bestmögliche Lösung für das jeweilige Projekt. In diesem Fall waren das die wie Perlmutter glänzenden Keramikfliesen.

? *Wird die von Ihnen entworfene Fliese jetzt im Angebot eines Herstellers zu finden sein?*

! Wir hatten schon viele Anfragen und haben auch schon Material für diverse Projekte geliefert. Es haben so viele Architekten aus der ganzen Welt angefragt, dass wir uns zur offiziellen Vermarktung entschlossen haben. Zusammen mit dem Hersteller werden wir die Fliesen jetzt ab September unter einer eigenen Marke auf den Markt bringen, national wie international.

? *Das Klima des Standortes stellt hohe Anforderungen an das Material. Wie reagieren die Fliesen auf die großen Temperaturunterschiede im Sommer und Winter?*

! Als Scherbe haben wir eine ganz normale Feinsteinzeugfliese gewählt. Mit ihrer Oberfläche und einer sehr geringeren Porosität

Der Wechsel von schillernden Keramikflächen, spiegelndem Glas und traditionellem Fassadenputz sorgen für spannende Kontraste



und damit Wasseraufnahme entspricht sie den Anforderungen. Das Wichtigste war und ist es, die klimatischen Voraussetzungen zu kennen und bewerten zu können und auf dieser Basis die konstruktiven Details zu suchen.

? *Spielt Keramik auch sonst in ihrer Arbeit eine Rolle?*

! Wir haben schon viel Erfahrung mit dem Material gesammelt. schon während des Studiums haben wir uns dank „Tile of Spain“ und des Netzwerkes unterschiedlicher Universitätslehrstühle mit dem Material vertraut machen können. Wir haben uns in dieser Zeit ein technisches Verständnis aneignen können, das es uns erlaubt, die Baukeramik neu zu denken, neue Bilder und neue Antworten mit diesem Material zu finden.

? *Entsprechen Fliesen dem, was Sie als Architekten von Material erwarten? Was würden Sie sich für die Entwicklung von den Herstellern wünschen?*

! Standardfliesen sollen häufig aussehen wie andere Materialien, Zement etwa, Steine oder Holz. Dabei werden oft die Eigenschaften und Möglichkeiten der Keramik selbst übersehen, die sie zu einem interessanten Arbeitsmaterial machen.

Modellstadt Bottrop realisiert Zukunftshaus

ES IST KEIN GEHEIMNIS, DASS INSBESONDERE ÄLTERE HÄUSER MEIST EINE UNNÖTIG GROSSE MENGE AN ENERGIE VERBRAUCHEN. MIT EINER UMFASSENDEN SANIERUNG LÄSST SICH DAS DEUTLICH REDUZIEREN UND ZUM TEIL SOGAR NOCH EIGENE ENERGIE ERZEUGEN. WIE DAS GEHT, ZEIGT DER ZUKUNFTSHAUS-WETTBEWERB DER INNOVATION CITY RUHR/ MODELLSTADT BOTTROP.

Der Startschuss für das Projekt fiel im März und bis Mitte April. Es gingen über 60 Bewerbungen ein. Jetzt stehen die Gewinner in den drei Kategorien Einfamilienhaus, Mehrfamilienhaus und Geschäftshaus fest. In den nächsten Monaten werden die Unternehmen RWE Effizienz, Vivawest und Bayer MaterialScience

gemeinsam mit Industriepartnern wie unter anderem Armaturenhersteller Grohe die Gebäude sanieren und in Plus-Energie-Häuser umwandeln. Zu den geplanten baulichen Maßnahmen gehören unter anderem die Dämmung von Gebäudehülle, Kellerdecken und Dachböden sowie der Einbau gut gedämmter Türen und Fenster sowie effizienter Lüftungsanlagen. Für die Energieversorgung kommen je nach Haustyp unterschiedliche Technologien zum Einsatz, zum Beispiel eine Photovoltaikanlage, ein Blockheizkraftwerk sowie Fernwärme.

Nachhaltig ausgestattete Bäder und Küchen

Außerdem werden die Häuser mit nachhaltigen Armaturen, Brausen und Spülsystemen ausgestattet. Sie ermöglichen es den Bewohnern, täglich Wasser und Energie zu sparen, ohne dass ihr Komfort dadurch verringert wird. So sorgt die integrierte Wassersparttechnologie der Armaturen ganz automatisch für einen reduzierten Verbrauch und erfüllt den bei diesem Projekt geforderten hohen Nachhaltigkeitsanspruch.

Die Sanierung des Einfamilienhauses beginnt voraussichtlich bereits im Oktober, die Arbeiten am Geschäfts- und Mehrfamilienhaus starten Ende des Jahres beziehungsweise im Frühjahr 2013. Der Fortschritt der Baumaßnahmen lässt sich auf den Webseiten www.icruhr.de und www.energiewelt.de sowie auf der Zukunftshaus-App verfolgen.

Nicht nur im Badezimmer, auch in der Küche gehören Armaturen zum Sparprogramm, wie diese Armatur, die Leitungswasser zu Mineralwasser aufbereiten kann (Foto: Grohe)



Ronald McDonald Haus:

Lichtblick in dunklen Zeiten



Fotos: Hansgrohe SE

AUF DER INTENSIVSTATION DER KINDER- UND JUGENDMEDIZIN TÜBINGEN GIBT ES EIN FENSTER, DAS DEN BLICK AUF EIN AUSSERGEWÖHNLICHES HAUS FREIGIBT. VIELE ELTERN, DIE HIER IN DER UNIKLINIK DARAUF HOFFEN, DASS IHR KIND GESUND WIRD, EMPFINDEN DEN ANBLICK DES GLÄSERNEN GEBÄUDES ALS TRÖSTLICH.

Hadi Teherani wollte dem Gebäude eine emotionale Dimension geben und hat es dank großer Fenster mit Licht erfüllt. Wenn Menschen Sorgen plagten, ist Wohlfühl-Atmosphäre besonders wichtig, auch in den Bädern

Denn dort, zwei Minuten vom Krankenbett entfernt, finden sie ein Zuhause auf Zeit. Das erste Ronald McDonald Haus in Baden-Württemberg wurde von Architekt Hadi Teherani geplant. Zum Gefühl der Geborgenheit tragen auch die Bäder in den 30 Apartments bei, die mit Duschsystemen und Armaturen von Hansgrohe ausgestattet sind.

Seit gut einem halben Jahr nimmt das Ronald McDonald Haus in Tübingen jetzt Eltern und Geschwister schwer kranker Kinder auf. Mädchen und Jungen, denen beispielsweise ein Organ transplantiert wird, die viel zu früh auf die Welt gekommen sind, die Krebs haben oder an einer anderen Erkrankung leiden. Das Universitätsklinikum ist vom „Elternhaus“ nur einen Katzensprung entfernt. Und so ermöglicht die McDonald's Kinderhilfe den Eltern, rund um die Uhr in unmittelbarer Nähe zu sein.

Mit der Planung des 17. Ronald McDonald Haus in Deutschland wurde das Hamburger Architekturbüro BRT beauftragt. Hadi Teherani lieferte den Entwurf und setzte ihn gemeinsam mit seinen Partnern Jens Bothe und Kai Richter um. Das dreigeschossige Wohnhaus steht im Grünen: auf dem Tübinger Schnarrenberg. Große Fenster prägen das Bild des am Hang gelegenen Gebäudes. Es gliedert sich in ein Sockelgeschoss, in ein allseitig eingerücktes, „gläsernes“ Erdgeschoss und zwei aufgeständerte Apartmentgeschosse. Den Abschluss bildet ein bügelartiges Staffelgeschoss in der Mittelachse des Gebäudes.

„Für ein Gebäude, das Hoffnung und Zuversicht ausstrahlen muss, ist gerade die emotionale und atmosphärische Dimension der Architektur gefordert“, so Hadi Teherani. Teherani architektonische Ansatz war es, ein Licht durchflutetes Zuhause zu schaffen, das, „gleich einem Ozeandampfer, auch in schwerer See Sicherheit verspricht“. Ein nach außen geöffnetes Gebäude, das Transparenz und Kommunikation ermöglicht.

Seit Januar 2012 ist das Haus voll belegt. Etwa 600 Familien mit bis zu vier Personen betreut das Tübinger Kinderhilfe-Team pro Jahr. Zwei Festangestellte und zahlreiche ehrenamtliche Helfer kümmern sich darum, dass der Betrieb reibungslos läuft. Finanziert werden die Häuser der gemeinnützigen Organisation vom Unternehmen McDonald's und über Spendengelder aus der Region. Auch für Hansgrohe war die regionale Nähe einer der Beweggründe, das Haus zu unterstützen.

Wofür steht die Kinderhilfe, was gibt es Neues, und wie kann man helfen? Mehr erfahren auf www.mcdonalds-kinderhilfe.org





Architektur-Ikone

BERÜHMTE BAUWERKE SIND IHRER ZEIT OFT VORAUSS. ABER ES GIBT WOHL KAUM EIN BAUWERK, DAS SEINER ZEIT SO WEIT VORAUSS WAR WIE DIE „VILLA TUGENDHAT“ IM TSCHECHISCHEN BRNO (EHEMALS BRÜNN). NACH DEN PLÄNEN VON LUDWIG MIES VAN DER ROHE ERRICHTET UND INZWISCHEN DETAILGETREU SANIERT, BEEINDRUCKT DAS LUXURIÖSE, 1930 FERTIGGESTELLTE WOHNHAUS NOCH HEUTE DURCH SEINE KLARE GROSSZÜGIGKEIT UND SEINE VISIONÄRE GEBÄUDETECHNIK.

Lichtdurchflutet und variabel in der Raumgestaltung, ebenso funktional wie hochwertig in der Einrichtung und visionär in seinen technischen Möglichkeiten, präsentiert sich die „Villa Tugendhat“ heute wieder als eine faszinierende Kombination aus zukunftsweisenden Gestaltungsideen. Das Einfamilienhaus mit sage und schreibe 1 250 Quadratmetern Nutzfläche wurde für die Brüner Textilfabrikanten Fritz und Grete Tugendhat mit bemerkenswertem Mut zu einem seinerzeit völlig neuen Architekturkonzept

gebaut. Es galt damals als das teuerste Einfamilienhaus weltweit.

Allerdings meinte es die Geschichte nicht gut mit diesem Schmuckstück beispielhafter Baukunst: Nur acht Jahre lang war es seinen Besitzern vergönnt, ihr Domizil zu nutzen. Als das Sudetenland 1938 vom Deutschen Reich annektiert wurde, floh die jüdische Familie, und für die Villa folgten Jahrzehnte der Zweckentfremdung und des stetigen Verfalls.

Erst in jüngster Vergangenheit fand das Haus

„Villa Tugendhat“ – ein Rundgang

Vom Haupteingang aus betrachtet wirkt die Villa mehr wie ein schlichter Bungalow mit angeschlossener Garage. Lediglich eine runde Wand aus gegossenem Milchglas zieht den Blick auf sich. Auf der Süd- und Ostseite geben großzügige, vom Boden bis zur Decke reichende Fensterflächen den Blick auf die Umgebung frei. Außerordentlich für die damalige Zeit: Sie konnten elektrisch im Boden versenkt werden. Großzügigkeit und die Verbindung

von innen und außen prägen auch die Gestaltung des Untergeschosses. Bis auf die Küche ist es offen gehalten und nur durch einzelne Elemente in Eingangs-, Arbeits-, Ess- und Sitzbereich eingeteilt. Weitere Merkmale: Bodenflächen aus Travertin, eine Trennwand aus orange-braunem Onyx, der gläserne Esstisch mit verchromter Kreuzstütze, Türen aus Palisander sowie die von Mies entworfenen „Barcelona-Sessel“ in Grün und die eigens für dieses Projekt geschaffenen weißen „Tugendhat-Sessel“.

Die halbrunde Trennwand am Essbereich galt seit 1940 als verschwunden. Ursprünglich hergestellt aus heute kaum noch käuflichem Makassar-Holz (auch Ebenholz genannt), wäre ihre Nachbildung bei der Restaurierung des Hauses nicht mehr möglich gewesen. Umso glücklicher war man 2011 über die zufällige Wiederentdeckung in der Mensa der juristischen Fakultät von Brno: Während des Zweiten Weltkriegs hatte die Gestapo das Element als Verzierung ihrer hier eingerichteten



Fotos: Rako/Lasselsberger

Auf der Süd- und Ostseite der Villa geben großzügige, vom Boden bis zur Decke reichende Fensterflächen den Blick auf die Umgebung frei. Außerordentlich für die damalige Zeit: Sie konnten elektrisch im Boden versenkt werden. Charakteristisch ist auch die halbrunde Verglasung auf der Dachterrasse.

zur verdienten Beachtung zurück: 1995 wurde die Villa zum Nationalen Kulturdenkmal erklärt, 2001 gar als eines der wenigen modernen Gebäude in die Liste des UNESCO-Weltkulturerbes aufgenommen. Aber erst 2010 standen die nötigen finanziellen Mittel (knapp 7 Millionen Euro) für eine umfassende Sanierung der Villa bereit. Eine Arbeitsgemeinschaft aus drei Architekturbüros wurde damit beauftragt, das Objekt so weit wie möglich in seinen ursprünglichen Zustand zurückzusetzen.

Auch die tschechische Fliesenmarke Rako, die schon die Originalfliesen für das Haus gefertigt hatte, beteiligte sich an den zwei Jahre dauernden Instandsetzungsmaßnahmen. Das Tochterunternehmen der österreichischen Lasselsberger-Gruppe nahm die Herausforderung an und stellte Repliken für die im Haus allgegenwärtigen Rako-Fliesen her, für Bäder und Küche, für Esszimmer und Kesselraum.

Insgesamt rund 600 Quadratmeter weiße Wandfliesen

850 qm weiße Wand- und Bodenfliesen reproduziert

hersteller dafür reproduziert. Lediglich im Tresorraum für Pelzmäntel gab es keinen Renovierungsbedarf: Hier waren die ursprünglichen keramischen Wandbeläge komplett erhalten geblieben.

„Anhand der zur Verfügung gestellten Originalmuster, die von den Wänden und Fußböden der Villa genommen wurden, war der Unterschied zwischen damaliger Produktionstechnik und den heutigen Möglichkeiten moderner Produktionsanlagen sofort ersichtlich“, so Ing. František Oujří, Leiter des Bereichs Entwicklung und Technologie bei

Schon damals: Kalibrierte Fliesen

Rako und beteiligt an der Entwicklung der Fliesennachbildungen: „Die Originale waren ursprünglich

und 250 Quadratmeter weiße Bodenfliesen im Format 15 x 15 cm wurden von dem tschechischen Fliesen-



Die Geschichte der „Villa Tugendhat“

Leidvolle Zeiten liegen hinter der „Villa Tugendhat“. Ende der 1920er-Jahre als eines der schönsten funktionalistischen Gebäude der Welt mit ebenso viel Geld wie architektonischem Weitblick von Mies van der Rohe im tschechischen Brno (Brünn) erbaut, nahm sie während der Kriegsjahre großen Schaden, wurde durch Bomben beschädigt, von den Machthabern zweckentfremdet. 1939 vom NS-Regime für den Bedarf der Gestapo beschlagnahmt, 1942 als Besitz des „Großdeutschen Reiches“ deklariert und zeitweise von Flugzeugkonstrukteur Willy Messerschmitt bewohnt. Russische Soldaten sollen nach dem Einmarsch der Roten Armee Ochsen am offenen Feuer vor der berühmten Onyx-Wand gebraten und Pferdeställe eingerichtet haben. Fast das komplette Mobiliar, die Ausstattung der Bäder und selbst die versenkbaren Fensterflächen verschwanden im Laufe der Jahrzehnte. Nach Kriegsende nahm das Haus die orthopädische Abteilung des Brünner Kinderkrankenhauses auf. Das Wohnzimmer mit dem Panoramablick wurde zur Turnhalle. In den 1960er-Jahren folgten dann die ersten Bemühungen der Brünner Kulturszene, das Baudenkmal in seinen ehemaligen Zustand

zurückzusetzen, was aber erst 20 Jahre zumindest zum Teil möglich wurde.

1992 avancierte die Villa Tugendhat zur Kulisse für ein Ereignis der Weltgeschichte: Hier wurde der Vertrag über die Teilung der Tschechoslowakei unterschrieben. Zwei Jahre später wurde sie als „Denkmal der Modernen Architektur“ der Öffentlichkeit zugänglich gemacht und gilt seit August 1995 als „Nationales Kulturdenkmal“ in Tschechien. 2001 wurde die Villa in die Liste des UNESCO-Weltkulturerbes eingetragen.

2010 schließlich konnten tief greifende Sanierungsarbeiten beginnen, wofür knapp acht Millionen Euro aufgewendet wurden. Im März 2012 wurde das Haus schließlich feierlich der Öffentlichkeit übergeben. Das Inventar präsentiert sich originalgetreu, Fliesen, Sanitäreinrichtungen und Natursteinböden entsprechen dem ursprünglichen Stand. Die Gegensprechanlage funktioniert ebenso wie die Klimaanlage, der Speiselift ist in Betrieb, und auch die Glasfassade im Wohnbereich lässt sich (jetzt allerdings zeitgemäß per Knopfdruck) im Boden versenken.

Vom Haupteingang an der Brünner Eernopolní-Straße aus betrachtet wirkt die Villa mehr wie ein schlichter Bungalow mit angeschlossener Garage



im Doppelbrennverfahren aus einer als Kaolinit-Scherbe bezeichneten Rohstoffmischung hergestellt worden. Deren weiße Farbe galt als typisch und machte den besonderen Wert der damaligen tschechoslowakischen Steingutfliessen aus.“ Zweites charakteristisches Merkmal war die hohe Maßgenauigkeit der damals produzierten Fliesen. „Dafür

Wieder aktiviert: Die alte Kalibriermaschine

gab es in unserem Werk Horní Bříza eigene, patentierte Kalibrier-Maschinen, die von uns entwickelt und hergestellt worden waren.“

Fliesenverlegungen mit sehr schmaler Fuge, heute Stand der Technik, waren damit schon vor mehr als 80 Jahren möglich.

Die Lösung bei der Herstellung neuer „alter“ Fliesen lag in einer Kombination aus früheren und modernen Produktionsverfahren. Verwendet wurden Rohstoffmischungen und Glasuren, die in einem Brennvorgang verarbeitet werden konnten. Besonderen Wert legten die Architekten und Restauratoren auf die Beibehaltung der abgerundeten Fliesenkanten für Ecken und Abschlussränder, heute in Vergessenheit geraten, aber typisch für die damalige Zeit. Hierfür wurde eine spezielle Form entwickelt.

Die Kalibrierung der reproduzierten Keramik fand

schließlich ganz symbolisch in Horní Bříza statt, in dem gleichen Werk, in dem die ersten Kalibrier-Maschinen entstanden hatten, dann vergessen und jetzt wieder entdeckt und eingesetzt wurden.

Spezieller Verlegeplan für jede Fliesenwand

Zu einer anspruchsvollen Aufgabe entwickelte sich auch die Verlegung der wiederhergestellten Wandfliesen. Aus alten Fotografien ließ sich erkennen, wie genau der ehemalige Fugenschnitt gewesen war. Deshalb sollten bei der Erneuerung sowohl der ursprüngliche Rhythmus als auch die Einbeziehung der Einrichtungs-elemente eine Rolle spielen. Beispielsweise war es in den 1930er-Jahren nicht üblich, kreisrunde Ausschnitte in Fliesen zu schneiden, um beispielsweise eine Zuleitung für den Waschtisch zu ermöglichen. Vielmehr musste die Fugenlinie so vorausgeplant werden, dass die Leitungswege in der Fuge angelegt waren und die 9 mm dicken Fliesen nur durch seitliches Ausbrechen die entsprechende Öffnung ermöglichen. Sprich: Es musste für jedes Badezimmer, für jede einzelne Wand ein eigener Verlegeplan angefertigt werden, eine Maßnahme, die man sich in vielen Fällen auch heute wieder wünschen würde.

Wie bei der gesamten Renovierungsmaßnahme lag der Wert im Detail: Betrachtet man den Wanneneinbau, den Einsatz der Ablageflächen oder auch die Anschlüsse an den Türzargen genauer, dann wird ersichtlich, mit wie viel Exaktheit und teilweise auch mit wie viel persönlichem Einfallsreichtum hier gearbeitet wurde. Bis hin zur Anfertigung einer eigens gemischten Fugenmasse reichte die sensible Wiederherstellung der keramischen Flächen. „Sie wurde aus mehreren Farbtönen ausgewählt und rundet den endgültigen Eindruck perfekt ab“, so das zufriedene Fazit von Petr Miklíček, Keramikrestaurator mit Lizenz des tschechischen Kultusministeriums, und zuständig für die Fliesenverlegung in der Villa Tugendhat.

DEUBAU-Preis feiert „silbernes Jubiläum“

Zum 25. Mal verleihen die Stadt Essen und die Messe Essen den DEUBAU-Preis für junge Architektinnen und Architekten. Der mit 15 000 Euro dotierte Award steht für junge Architektur und zeichnet alle zwei Jahre innovative Ideen und junges Design aus. Erstmals werden zum „Silber-Jubiläum“ des Preises nicht nur europäische Projekte, sondern Arbeiten aus der ganzen Welt nominiert. Anlass für die Vergabe des Preises ist die Fachmesse „DEUBAUKOM“, die vom 15. bis 18. Januar 2014 in der Messe Essen stattfindet.

Mit dem Preis werden besondere Leistungen auf dem Gebiet des Planens und Bauens ausgezeichnet. Ein Postulat aus der Satzung lautet: Preiswürdig ist die Arbeit, die von Verantwortung gegenüber der Gesellschaft geprägt ist und einen praktischen oder theoretischen Beitrag zur Schaffung einer menschlichen Umwelt liefert. Durchgeführt wird der zweistufige Wettbewerb in Zusammenarbeit unter anderem mit dem Bund Deutscher Architekten (BDA), dem Bund Deutscher Baumeister, Architekten und Ingenieure (BDB), dem Verband Deutscher Architekten- und Ingenieurvereine (DAI) und der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung (DASL).

Symposium als Fortbildungsveranstaltung

Die Teilnahme am 1. Symposium Baudichtstoffe der Deutschen Bauchemie am 15. November 2012 in Frankfurt lohnt sich nicht nur aus inhaltlichen Gründen: Die Ingenieurkammer Hessen hat die Fachveranstaltung jetzt als offizielle Fortbildungsmaßnahme anerkannt. Das Symposium wurde von der Ingenieurkammer mit 6 Unterrichtseinheiten (UE) für Nachweisberechtigte (Wärmeschutz) und 7 Unterrichtseinheiten für Bauvorlageberechtigte bewertet. Programmpunkte des Symposiums sind u.a. der Vortrag von Dr.-Ing. Ullrich Kluge (Deutsches Institut für Bautechnik) zu den bauaufsichtlichen und wasserrechtlichen Anforderungen und Zulassungen von Fugendichtstoffen in Anlagen, der Beitrag von Dr. Wolfgang Hofbauer (Fraunhofer Institut für Bauphysik) zum Thema Schimmelbildung und -vermeidung bei Baudichtstoffen und der Vortrag von Dr. Andreas Bolte (Henkel) über die zukünftige CE-Kennzeichnung von Baudichtstoffen.

Anmeldungen für diese Tagesveranstaltung (10.00 bis 16.00 Uhr) sind im Internet möglich unter www.deutschebauchemie.de

„Was Wasser braucht“

Wie können wir die Verschmutzung oder Übernutzung von Wasserressourcen vermeiden? Das Wassersymposium, zu dem die Hansgrohe SE zum fünften Mal in Folge in den Schwarzwald einlädt, diskutiert in diesem Jahr Wege zu einem wassergerechten Wirtschaften. Auf der ganztägigen Veranstaltung am 8. November 2012 wird die Frage gestellt, wie wir Menschen dem Wasser gewissermaßen „die Arbeit erleichtern“ können. Internationale Wasserexperten verschiedenster Disziplinen berichten über spannende Technologien und Konzepte zum Schutz und Erhalt der Ressource.



20 Mal BAU
fünf Jahrzehnte Erfolg

BAU 2013

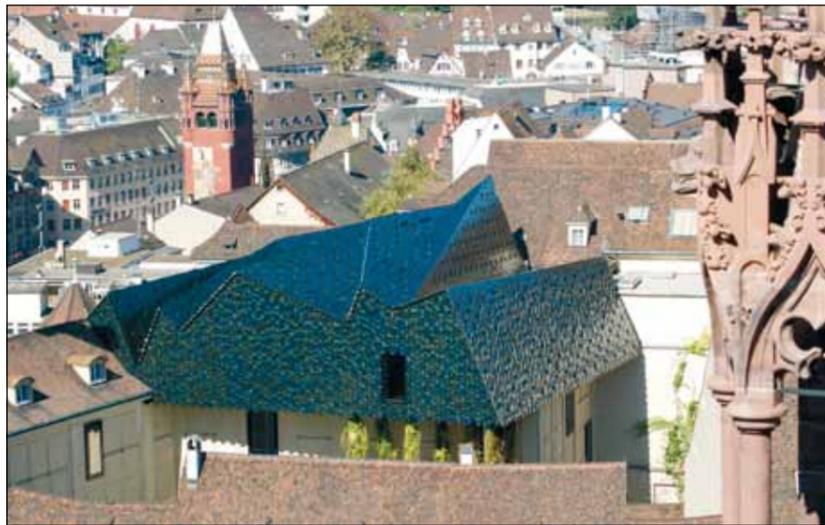
14.-19. Januar · München

Weltleitmesse für
Architektur, Materialien, Systeme

www.bau-muenchen.com

Spektakuläre Architektur für spektakuläre Sammlung

Das Baseler „Museum der Kulturen“ gilt als das größte seiner Art in der Schweiz und ist weit über die Landesgrenzen hinaus ein Begriff. Ab Januar 2009 wurde die Institution nach den Plänen des international renommierten Architekturbüros Herzog & de Meuron um eine neue Halle erweitert und der Eingangsbereich umgestaltet.

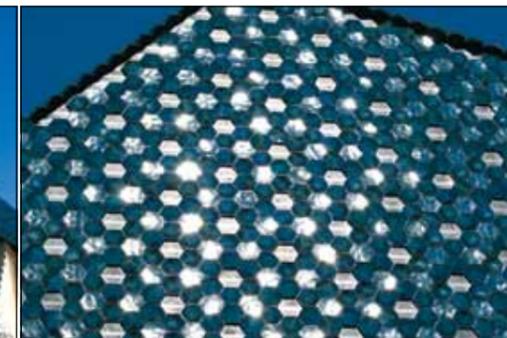
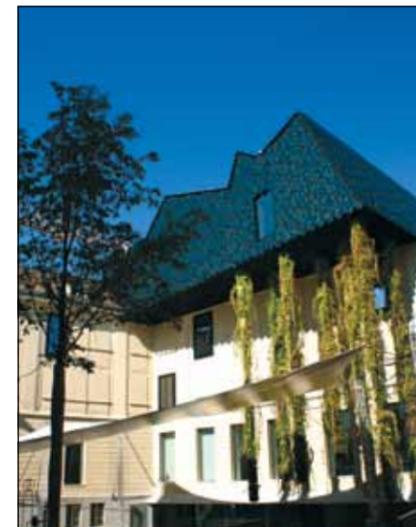


Im wahrsten Sinne des Wortes krönender Abschluss der Maßnahmen war ein neues Dachgeschoss, das auf das 1917 von den Architekten Vischer & Söhne geplante und gebaute hofseitige Gebäude der aufgesetzt wurde. Dieses in mehrfacher Hinsicht außergewöhnliche Dachgeschoss hat sich schnell zu einem markanten Wahrzeichen entwickelt. Für die Bekleidung wurden dreidimensionale Keramikelemente kreiert, die vom deutschen Architekturkeramik-Hersteller Agrob Buchtal geliefert wurden. Dabei handelt es sich um eine abstrahierte zeitgenössische Interpretation der Biberschwanzziegel der historischen Dachlandschaften von Basel. Diesen Ansatz greift auch die Farbgebung auf: In einem grün-schwarz changierenden Ton glasiert, verleihen sie dem

Dach eine unverwechselbare Ausstrahlung. Durch die spezielle Formgebung der konkaven, konvexen und flachen Kacheln ergeben sich je nach Lichteinfall, Tageszeit und Standpunkt reizvolle Wirkungen, die eines gemeinsam haben: Sie ziehen die Blicke des Betrachters geradezu magisch an, egal, ob von unten aus der Fußgängerperspektive oder von oben vom Münsterhügel aus.

Jedes der Keramikelemente ist auf einer aufgeständerten Metallunterkonstruktion einzeln fixiert und kann später auch einzeln abgenommen werden, falls zum Beispiel der Zugang zur darunter liegenden wasserführenden Schicht erforderlich sein sollte. Dafür wurde ein bereits existierendes Befestigungssystem von Agrob Buchtal projektspezifisch modifiziert und weiter-

Über den Dächern von Basel „thront“ diese spektakuläre Fassaden- und Dachlandschaft. Die glasierten Elemente bilden markanten Kontrast zu den umliegenden, meist mit Biberschwanzziegeln gedeckten Dächern. Dagegen stellen die winkligen Formen des Museumsdaches einen Bezug zu den Altstadt-Dächern her



Fotos: Agrob Buchtal

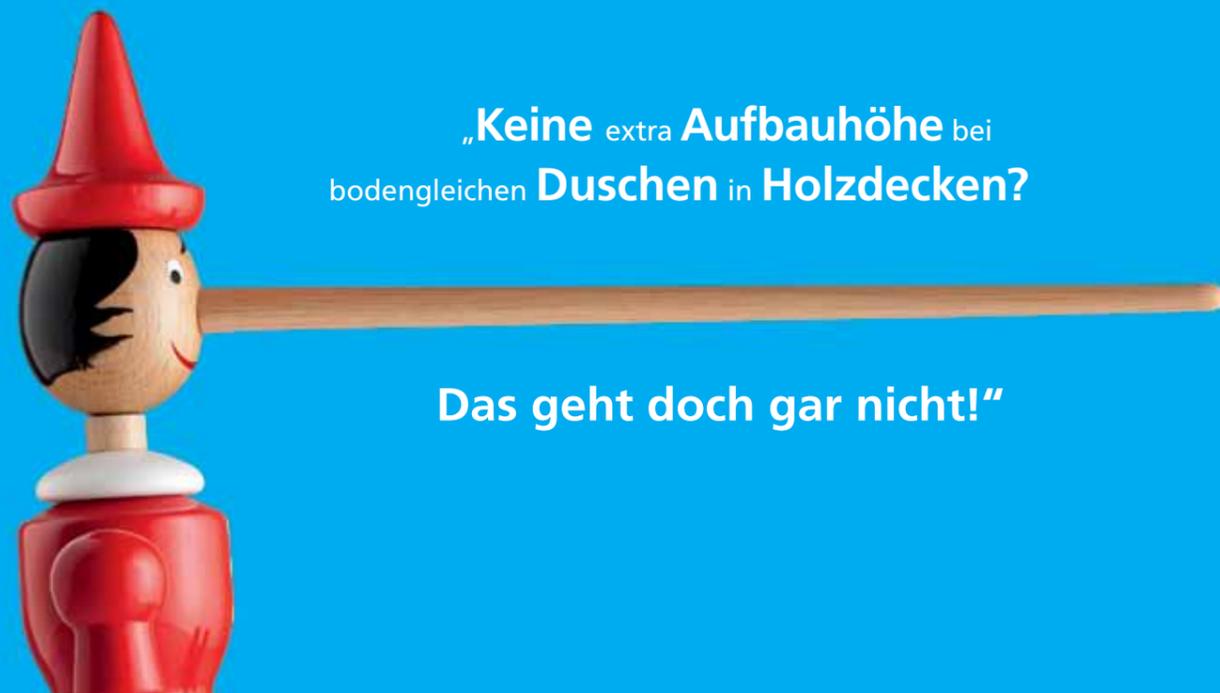
entwickelt. Die Montagearbeiten erfolgten durch das Fachunternehmen Wittenauer aus Sasbach, das sich auf „besondere Fälle“ spezialisiert hat und über eine besondere Kompetenz in diesem anspruchsvollen Metier verfügt.

Mit den vorgenommenen Baumaßnahmen unterstreicht das „Museum der Kulturen“ auch äußerlich seine eindrucksvollen „inneren Werte“ und manifestiert seine führende Rolle: Gegründet wurde die traditionsreiche Einrichtung 1849 als Universalmuseum anstelle des Augustinerklosters auf dem Basler Münsterhügel. 1904 wurde dann eine Abteilung für Volkskunde gegründet, aus der sich 1917 ein eigenständiges Museum entwickelte. 1944 erfolgte die Umbenennung in „Museum für Völkerkunde“ und „Schweizerisches Museum für Volkskunde“. Seit 1996 führt die Institution die aktuelle Bezeichnung, um auch dadurch die Verlagerung der Schwerpunkte vom bloßen Vermitteln fremder Kulturen hin zum interkulturellen Austausch auszudrücken. Träger der Einrichtung ist der Kanton Basel-Stadt unter der sachkundigen Leitung von Frau Dr. Anna Schmid.

Im Laufe der Zeit wuchs die Sammlung zu einer der bedeutendsten Europas mit über 300 000 Objekten, die aus Platzgründen nur zu einem Bruchteil öffentlich gezeigt werden können. Das Museum hat sich nicht nur durch diesen ausgeprägten Fundus einen Namen gemacht, sondern auch durch Aufsehen erregende Sonder-schauen. Exemplarische Beispiele der letzten Jahre waren „Feste im Licht: Die religiöse Vielfalt einer Stadt“, „Urban Islam: zwischen Handy und Koran“ oder „Rot: wenn Farbe zur Täterin wird“.

Info: Das Museum der Kulturen betreibt ein ethnologisches Museum, auf der Basis des Leitbildes für die Basler Museen und des Museumsgesetzes. Im Jahr 2010 konzentrierten sich die Aktivitäten auf das Bauprojekt und auf die Eröffnung des Haupthauses im Jahr 2011. Obwohl die Baumaßnahmen den laufenden Ausstellungsbetrieb stark einschränkten, wurde das Nebenhaus mit zwei temporären Ausstellungen („Raffiniert und schön – Textilien aus Westafrika“ und „Zwischenräume – Fotografien vom Bau in Beziehung zu Objekten aus der eigenen Sammlung“) bespielt und von mehr als 21 000 Personen besucht. Im 2010 konnte der Umzug von Sammlungen aus dem Museumsgeviert in die neuen Lagerräume erfolgreich beendet werden. Während sieben Jahren wurden mehr als 300 000 Objekte aus den zahlreichen Standorten in zwei zentrale Depots verschoben.

Info-Serviceziffer [51206]



„Keine extra Aufbauhöhe bei bodengleichen Duschen in Holzdecken?“

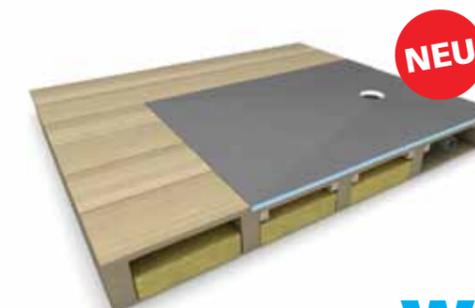
Das geht doch gar nicht!“

Geht doch: die neue wedi Fundo *Liquo*.

Das 20mm-Fertigelement mit bis zu 0mm Aufbauhöhe und eingebautem Gefälle.

Mit der neuesten Produktserie Fundo *Liquo* sorgt wedi für noch mehr Einbaumöglichkeiten und kreative Bad-Ideen. Egal ob Altbausanierung oder Neubau in Holzbauweise – die neue wedi Fundo *Liquo* wurde speziell für wasserdichte Badplanungen auf Holzdecken konzipiert. Sie ist im Randbereich nur 20mm stark, direkt verfliesbar und lässt sich daher optimal in die Deckschicht einbinden, ohne unnötig an Höhe aufzubauen.

- zu 100 % wasserdicht
- durchgehendes und exakt gleichmäßig ausgeführtes Gefälle
- hohe Systemsicherheit mit Herstellergarantie
- rollstuhlbefahrbar ab einer Fliesengröße von 5 x 5 cm



NEU

Mehr Informationen unter www.wedi.eu

wedi®

Kaskada:

Fassaden-Spagat für Shoppingtempel

Für Furore hat der 1889 an der Kreuzung der heutigen Allee Niepodległoci und der Straße Obronców Stalingradu errichtete Gebäudekomplex in Stettin schon immer gesorgt, bis er 1981 einer Brandkatastrophe zum Opfer fiel. Kein einfaches Erbe für Architekten und Planer, die in einer ansonsten denkmalgeschützten Umgebung nach 30 Jahren Brache mit dem Großprojekt „Kaskada“ im Stettiner Stadtzentrum an die einstigen Großstadtakzente von damals anknüpfen sollten.



Auch wenn der Name aus der Zeit als Gastrokombinat und legendärer sozialistischer Vergnügungstempel stammt, der Anspruch auf eine architektonische Vorreiterstellung kommt aus den „Goldenen Zwanzigern“. Hausherr Otto Ponath wollte hier einen Nobelclub installieren und veranlasste 1929 die passende Großsanierung: Nicht nur sein Club, sondern auch das Gebäude wurde weit über die Grenzen hinaus berühmt. Es galt als das Modernste seiner Art mit Gasheizung und mechanischer Lüftung; aber vor allem die Fassade war ein Highlight. Nicht nur wegen dem kreisrunden Baukörper, der Rotunde, sondern weil diese auch mit der damals weltweit modernsten und teuersten Neon-Technik gekonnt in Szene gesetzt wurde. Das erregte Aufmerksamkeit.

Diese Vergangenheit wird heute vor allem in Farbe dargestellt: Gelb wie der Champagner, der hier floss, Rot wie die Vorhänge des renommierten Puppentheaters Pleciuga, das heute hier wieder seinen Platz gefunden hat. Blau steht für das Bekleidungsunternehmen Odra, das hier einst Jeansbekleidung produzierte. Wesentliche Teile der Fassade wurden mit deutschen Klinkerriemchen verkleidet, die gewissermaßen mit ihrem Farbspiel Bindeglied und architektonisches Stilmittel zwischen Denkmalschutz und Cosmopolitischem darstellen. Die Grundfarbe ist „Eisenrot“ mit patinierter Oberfläche, 3 500 m² und 15 000 Stück Winkel wurden dafür in einer Sonderabmessung 240 x 71 x 14 mm produziert. Ihre Rückseite weist ein tiefes Schwalbenschwanz-Profil auf für eine sichere Verankerung in den PU-Thermopanelen.

Mit „Industry Award 2012“ ausgezeichnet: Kaskada gewinnt in der Kategorie „Retail Development of the Year 2011“ im April die Central and Eastern European Real Estate Quality Awards (CEEQA) des Immobilienmagazins Emerging Europe. Gekürt wurden die besten Immobilien-Projekte Mittel- und Osteuropas

Die neu interpretierte Rekonstruktion eines einstigen Hafenmetropolen-Highlights, mit 43 000 m² für Kommerzielles, Kulturelles und Kulinarisches wurde integriert in die eklektizistischen historischen Gebäude der Umgebung und neu errichtete Infrastruktur. Das ist das Ergebnis der Zusammenarbeit der Architekten des Investors ECE und Prof. Dr. Zbigniew Paszkowski, Leiter der Arbeitsgruppe Conservation Strategies, sowie seinem polnischen Architekturbüro Urbicon



Die Bad-Vision im Notebook-Format

Eine besonders spektakuläre Art, Badplanungs-Lösungen anschaulich darzustellen, präsentierte das Unternehmen M3B. Das portable System „Kino to go“ ist in einem handlichen Alukoffer untergebracht und besteht aus einem fix und fertig installierten 3D-fähigen Notebook sowie einem sogenannten „Kopfkino“. Hinter Letzterem verbirgt sich die 3D-Brille HMZ-T1 von Sony.



Mit Beamer oder Projektor wäre durchaus auch eine Präsentation einer Badplanung vor größerem Publikum möglich, aber das portable Equipment macht eine individuelle Präsentation sehr komfortabel

Statt Brillengläser verfügt sie über zwei kleine LED-Bildschirme der neuesten Generation in HD-Auflösung. Im Gegensatz zur bisherigen Shutter-Technik bei 3D-Brillen schaut man also nicht mehr abwechselnd mit je einem Auge auf dieselbe Projektion, sondern jedes Auge hat wie in der Natur sein eigenes Bild. Und weil die Darstellung mit einem besonders breiten Betrachtungswinkel unmittelbar vor den Augen stattfindet, ergibt sich der Effekt einer ca. 20 Meter großen Kinoleinwand.

Zusammen mit dem räumlichen Dolby-Surround-Ton über die integrierten Kopfhörer hat es tatsächlich den Anschein, „mittendrin, statt nur dabei“ zu sein, was allerdings im Rahmen der Betrachtung einer Badgestaltung eher nebensächlich sein dürfte. Man kann sich frei im virtuellen Raum bewegen und das geplante Bad sehr viel realitätsnäher als bisher – und vor allem ohne Leinwand, Beamer oder Großbild-TV direkt beim Kunden, auf der Baustelle oder in der Firma präsentieren. Softwareseitig wird dazu lediglich das 3D-Badplanungsprogramm AmbiVision Studio von Schmallenberger um das Erweiterungsmodul 3D-Badkino ergänzt. Ein Handicap dabei ist allerdings, dass man als „Brillenträger“ allein ist und das hier



Vor der Spezialbrille erwacht das mit der Software geplante Bad zu virtuellem Leben

Gesehene nicht mit anderen diskutieren kann. Diese sind auf den zweidimensionalen Computerbildschirm angewiesen.

Bereit gestellt wird dafür ein komplettes Equipment mit vollständig eingerichtetem Notebook, Kopfkino, Programm-Modul und Alukoffer, Neuanschaffungen erfordern die zusätzliche Investition in das zugrunde liegende Badplanungsprogramm. Selbstverständlich lassen sich sowohl das Notebook als auch das Kopfkino für andere (Präsentations-)Zwecke nutzen. Mit ihrem Standard-HDMI-Anschluss kann die Sony-Brille jederzeit 2D- oder 3D-Bilder von PCs, DVD- oder Blu-ray-Playern sowie auch von Spielekonsolen, Sport- oder anderen TV-Sendern visualisieren.

FACE LINE

Schneider
Your Daily Mirror
www.wschneider.com

Info-Serviceziffer: [51207]

Premiere zur ISH 2013:

Ideen für die ganzheitliche Badplanung

Eines der größten Messe-Events des Jahres 2013 dürfte neben der Münchener BAU im Januar die Frankfurter Nabelschau der Bad-, Heizungs- und Klimabranche sein. Immerhin gilt die ISH als wohl weltweit größte Messe für Baddesign, nachhaltige Sanitärösungen und umweltfreundliche Gebäudetechnik (vom 12. bis 16. März 2013 in Frankfurt am Main).

In besonderer Anziehungspunkt ist seit Jahren der Ausstellungsbereich Badgestaltung. Wo über das Thema Badezimmer gesprochen wird, werden erstmals auch die Sortimente für Boden und Wand mit starken Produkten und vielfältigen Konzepten vertreten sein. In der zeitgemäßen Badgestaltung sind ganzheitliche Konzepte gefragt.



Dieser Mega-Trend in der Sanitärbranche verlangt nach einer Öffnung der Fachsortimentsstruktur zu benachbarten Sortimenten der Einrichtungsbranche, auch in Richtung lifestyle-orientierter Ergänzungssortimente. Gestalter, Architekten und Badplaner selektieren nicht nur aus einer Vielzahl von Sanitärprodukten, sondern beziehen auch architektonisch gebundene Produkte wie etwa Fliesen oder Fußböden in ihre Gestaltung mit ein.

Dem wollen die Veranstalter des Frankfurter Messe-Events jetzt verstärkt Rechnung tragen. Im Rahmen einer Sonderschau unter dem Titel „wall+floor“ sollen rund 16 Anbieter auf ca. 500 Quadratmetern Produkte aus den Bereichen „Tiles“ (Wand- und Bodenfliesen), „Innovation“ (Kunststoffbeläge und -materialien), „Nature“ (z. B. Kork, Natursteine oder Marmor) und „Colour“ (Farben und Farbsysteme) zeigen. Die Sonderschau befindet sich zentral in der Halle 3.0 und wird somit zum Anlaufpunkt für kreative Einrichtungsideen im Badezimmer. „Kein an-

derer Raum wird heute so stringent durchgestaltet wie das Bad. Das stellt auch die Badplaner vor immer komplexere Aufgaben. Wenn also Gestalter, Architekten und Badplaner ihren Kompetenzbereich erweitern, müssen auch wir als Messeveranstalter Formate bilden, die dieser Entwicklung Raum geben“, so Stefan Seitz, Leiter Brandmanagement ISH.

Der Besuch der Sonderausstellung „wall+floor“ bedeutet beispielsweise für Architekten und Badplaner die Möglichkeit, ergänzende Erkenntnisse in Sachen Materialien, Trends und Einrichtungs-Know-how zu bekommen. Denn obwohl die keramische Fliese nach wie vor als dominierendes Gestaltungsmaterial selbst in modernen Designbädern gilt, meiden selbst renommierte Markenhersteller der Sanitärbranche einen direkten Bezug zu praxisüblichen gestaltenden Rahmenprogrammen, wohl wissend, dass ein Badezimmer, allein mit Waschbecken, Klo und Badewanne ausgestattet, keinen Nutzer fröhlich stimmen wird. Insofern könnte man fast zu der Erkenntnis gelangen, dass die hier bereitgestellten 500 Quadratmeter Sonderfläche der Bedeutung der Bad gestaltenden „Rahmenprogramme“ kaum gerecht werden.

Immerhin könnte das integrierte Informationsprogramm ergänzende Hilfestellung leisten. So werden die gezeigten Produkte der Aussteller mit etwa 30 interessanten Workshops und Vorträgen rund um die ganzheitliche Badplanung ergänzt. Drei neue Trend-Installationen (Pop up my Bathroom) runden das Event-Programm ab. Die Sonderschau erfolgt in Zusammenarbeit mit der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS). Auf der Trend-Plattform www.pop-up-my-bathroom.de können sich Architekten und Badplaner schon im Vorfeld der ISH 2013 informieren und austauschen.

Wand und Boden für Bad und Sanitär

Stefan Seitz, Leiter Brandmanagement ISH, über Fliesen als Verwandte der Sanitärkeramik und das ehrgeizige Projekt, diese als Rahmenprogramm der ISH zu platzieren.

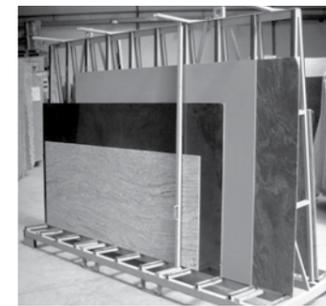


- ?** Auf der ISH 2013 feiert ein besonderes Event im Bereich „ISH Water“ Premiere. Warum installieren Sie mit „wall + floor“ eine neue Sonderschau in diesem Segment?
- !** Kein anderer Raum wird heute so stringent durchgestaltet wie das Bad. Das stellt auch die Badplaner vor immer komplexere Aufgaben. Wenn also Gestalter, Architekten und Badplaner ihren Kompetenzbereich erweitern, müssen auch wir als Messeveranstalter Formate bilden, die dieser Entwicklung Raum geben.
- ?** Warum haben Sie sich für den Bereich Wand und Boden entschieden?
- !** Fliesen und Bodenbeläge sind beide stark architektonisch gebundene Ausstattungselemente, sozusagen natürliche Verwandte der Keramik. Diese Sortimente ergänzen sich gut und unterliegen ähnlichen Zyklen. Da in der zeitgemäßen Badgestaltung aber zunehmend ganzheitliche

Konzepte gefragt sind, in der noch weitere, Lifestyle-orientierte Ergänzungssortimente hineinspielen, fungiert der Bereich von „wall + floor“ auch ein bisschen wie ein Vermittler zwischen diesen Welten.

- ?** Aber zumindest Fliesen waren doch auch schon immer ein Teil der Präsentationen?
- !** Natürlich waren auf der ISH auch schon früher einzelne Fliesensortimente zu sehen, doch war ihre Verteilung eher zufällig, da ausstellerspezifisch begründet. Eine Schwerpunktbildung dieses Sortimentsbereichs hat es bislang auf der ISH nicht gegeben. Vielmehr gehen wir mit „wall + floor“ einen ersten Schritt in die Richtung ganzheitlicher Badausstattung.
- ?** Sie haben für „wall + floor“ rund 500 qm Platz vorgesehen und neben das Trendforum „Pop up my Bathroom“ positioniert. Folgen Sie damit dem Motto „Klein, aber fein“?
- !** Wir wollen ja keine Marktübersicht geben, sondern Impulse setzen. Insofern ist die Nähe zum Trendforum ganz bewusst gewählt. Wir wollen führende Vertreter des Bereichs Wand- und Bodengestaltung einladen, im Rahmen der Sonderschau „wall + floor“ beispielhaft zu demonstrieren, welche Impulse ihr Industriezweig in der Entwicklung der Badgestaltung setzt, und wie umgekehrt die Anforderungen der Sanitärbranche sich bei Materialien und Design ihrer Produkte widerspiegeln. Ich bin überzeugt, dass die Branchen davon profitieren können, wenn ihre gegenseitige Einflussnahme ein eigenes Podium erhält und offen diskutiert wird. Wenn die größte Leitmesse der Sanitärbranche alle zwei Jahre über das Thema Badezimmer spricht, sollten die Sortimente für Boden und Wand nicht fehlen.
- ?** Wie muss man sich diese Sonderfläche vorstellen?
- !** Im Rahmen von „wall + floor“ sollen Anbieter aus dem Bereich Tiles, also Wand- und Bodenfliesen, aus dem weiten Spektrum Innovation, worunter wir Kunststoffbeläge und -materialien fassen, aus dem Bereich Nature, also z. B. Kork, Natursteine oder Marmor sowie aus den Bereichen Wallpaper (Tapete und Stoffe) und Colour (Farben und Farbsysteme) eine eigene, ihren Anforderungen entgegenkommende Plattform erhalten. In Halle 3.0 werden die Aussteller auf rund 500 Quadratmetern mit einer einheitlichen Messearchitektur „unter einem Dach“ gebündelt. Sie erhalten jeweils 15 Quadratmeter Ausstellungsfläche und zahlreiche standardisierte Services zu einem Pauschalpreis. Die Messebesucher finden hier also bei rund 16 Ausstellern zahlreiche Innovationen und Ideen für ihre tägliche Arbeit.
- ?** Die ISH wird jetzt aber nicht eine Fachmesse für Baustoffe und Fliesen?
- !** Nein, die Sortimente der ISH sind historisch gewachsen und bilden schwerpunktmäßig Entwicklungen in den Bereichen für innovatives Badezimmer-Design und Sanitärtechnik, energieeffiziente Heizungs- und Klimatechnik und erneuerbare Energien ab. Dennoch müssen wir als Leitmesse Entwicklungen erkennen und einleiten. Mit „wall + floor“ leisten wir einen Beitrag im Bereich ganzheitliche Badplanung und bieten somit auch dem Besucher einen zusätzlichen Mehrwert.
- ?** Was kann der ambitionierte Handwerker und Badplaner erwarten?
- !** Im Innenbereich der Sonderschau „wall+ floor“ wird es einen Workshop-Bereich geben. Inhaltlich stehen hier natürlich Kreativ-Themen rund um Bathroom Interiors, ganzheitliche Badplanung und allgemeine Design-Themen im Vordergrund. Zahlreiche Referenten werden hier Einblicke in Ihre Arbeit und Anregungen für die tägliche Arbeit geben. Es sind über 30 verschiedene Beiträge geplant, da ist für jeden etwas dabei, auch für die Endkunden am Besuchertag. Gesprächsrunden mit namhaften Meinungsführern der Branche runden das Informationsangebot ab. Aber auch die Trend-Installationen von „Pop up my Bathroom“ sind ein Thema für Workshops rund um aktuelle Badezimmer-Trends. Das Vortragsforum wird in Zusammenarbeit mit der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e. V. (VDS) erarbeitet.

mehr wissen wollen www.stein-keramik-sanitaer.de



REX KINGSIZE

groß und

dünn

REX SILKLINE

groß und

dünn und

seidig

REX X-TREME

sehr dünn +

superleicht

REX GRANIT

die richtige

Adresse

www.rexgranit.de



Info-Serviceziffer: [51208]

OPUS REX | DIE GANZE KLAVIATUR DÜNNER PLATTEN



IDEEN VERMITTELN IST NICHT IMMER EINFACH. WER BERATEN WILL, BRAUCHT KOMPETENZ, WER ENTSCHIEDEN MUSS, SUCHT EINE MÖGLICHST SOLIDE TRAGENDE BASIS. PROFESSIONELLE 3D PLANUNGS- UND VISUALISIERUNGS-SOFTWARE BRINGT PLANER, KUNDENBERATER UND AUFTRAGGEBER SCHNELL UND SICHER ZUR OPTIMALEN LÖSUNG.

Planen, perfekt beraten, präsentieren – komplett in 3D

Warum nicht ein paar Striche aufs Papier werfen, den Kunden mit „Das gefällt Ihnen sicher!“ beruhigen und dann ans Werk gehen? Ganz einfach: weil so Ärger vorprogrammiert ist. Wer eine stattliche Summe investiert, um ein durchdachtes, gut gestaltetes Bad nach seinem Geschmack zu bekommen, will auf Nummer sicher gehen. Und sehen, erfahren, wie es sein wird, am besten bis in die letzte Ecke. Je realistischer und detailreicher die Planung, desto besser.

Das verlangt Planern einiges ab. Dieser Anspruch ist heute nur mit professioneller 3D-Planungs- und Visualisierungssoftware zu erfüllen. Und auch die muss einiges zu bieten haben, schließlich sind kreative Designer ja nicht per se Computerspezialisten. Konkret: leicht und intuitiv zu bedienen, logisch und strukturiert und mit wenigen Klicks und Eingaben sollte ein erster Entwurf als Diskussionsbasis entstehen.

Von der Skizze zur absolut fotorealistischen Darstellung sind es nur wenige Schritte. Das Bild oben symbolisiert den fließenden Übergang von der Idee zum fertigen Bad

Promotion Text und Abbildungen: ViSoft GmbH

„Schnellfunktionen für Raum, Fliesen, Sanitär-objekte, Perspektiven und Layout unterstützen den Planer und verhindern Wartezeiten, die möglicherweise als lästig oder inkompetent von Kunden empfunden werden“, so ViSoft-Geschäftsführer Rainer Nissler. „Und der automatisch berechnete Videoflug durch die Planung macht die Ideen unmittelbar greifbar und lebendig.“

So punktet man. Natürlich auch mit einer Riesenauswahl an Materialien: ViSoft Premium stellt über 365 000 Fliesen in der integrierten Datenbank bereit, die ständig aktualisiert und ergänzt wird. Und mehr als 60 000 3D-Sanitär-objekte, Badmöbel, Accessoires und Deko-Artikel warten auf ihren Einsatz. Die ausgesuchten Stücke in den Planer-Warenkorb packen, in das Projekt integrieren – und schon ist der erste Entwurf nur noch eine Sache von wenigen Klicks.

Das Ergebnis überzeugt schon jetzt: Die originalgetreue Abbildung moderner Fliesen mit Glanz, Narbenstruktur oder geprägten Oberflächenstrukturen ist dank spezieller Optik-Funktionen (bump- und reflection-mapping) absolut perfekt. Unregelmä-

Das sollte Ihre 3D-Planungssoftware können

Perfekte Abbildungsqualität. Immer – auch schon beim Planen. Der Planer arbeitet mit den technischen Funktionen, der Kunde sieht gleichzeitig auf dem zweiten Monitor das perfekt fotorealistische Planungsergebnis mit allen Änderungswünschen. Und er kann sich sofort in 3D in seinem neuen Bad nach allen Seiten umsehen.



Höchste Qualität für Präsentation. Bilder echter als echt.

Planungsbilder in so perfekter Darstellungsqualität, wie aus dem teuersten Hochglanzprospekt. Hochwertige Präsentation überzeugt. Und die Entscheidung für ein aufwändiges Bad fällt mit großer Sicherheit und auf perfekter Basis.

Automatische Perspektivenberechnung. Und ein blitzschnell generierter Videoflug.

Mit ein paar Mausklicks die Perspektiven der Planung berechnen, die für die Sicht auf das neue Bad entscheidend sind. So bleibt beim automatisch ablaufenden Videoflug durch die neue Gestaltung genug Zeit, alles zu begutachten und zu erklären.



3D-Panorama mit Rundumsicht. Sich im geplanten Raum frei bewegen.

Auf Monitoren, Tablets oder Laptops. Wand für Wand, von oben, seitlich oder ganz nah herangezoomt: sich in der Planung bewegen, alles inspizieren und ausprobieren können, das bringt Vorfreude. Emotion, Begeisterung und Atmosphäre: die besten Verkaufshelfer.

Individuelle Plan-Vorlagen mit Copyright-Schutz. Design für Designer.

Planungen sind individuell, warum dann als Standard-Ausdruck präsentieren? Authentisch nach Corporate-Design gestaltete Druckausgaben unterstreichen das Firmen-Know-how und zeigen die eigene Handschrift. Und virtuelle Wasserzeichen schützen das geistige Eigentum.

Persönliche Atmosphäre gestalten und Wohnwelten kreieren. Varianten zeigen.

Gestalterisch aus dem Vollen schöpfen, kreative Wohnwelten kreieren, Objekten eigene Texturen zuweisen und sie mit ausgewähltem Licht zum stilvollen (Eigen-)Leben erwecken. Planungsschritte als Schritt-für-Schritt-Varianten im Projekt speichern und stets darauf zurückgreifen können.

Kompatibel zu anderen Dateiformaten sein. CAD-Dateien importieren.

Nicht nur das eigene Dateiformat zählt, auch die Möglichkeit, andere Dateiformate wie DXF schnell und problemlos einzulesen und ohne großen Aufwand für die weitere 3D-Planung und Visualisierung zu nutzen.



Flexible Server-Lösung: An jede Unternehmensstruktur angepasst

Unternehmen sind unterschiedlich aufgestellt und haben spezielle Bedürfnisse. Eine Server-Lösung muss sowohl die Filialen als auch mehrere Planer-Plätze in einem Unternehmen berücksichtigen können. Und flexibel einsetzbar sein.

Bilder von überzeugender Foto-Qualität

ViSoft Premium ganz natürlich verzahnt, technisch Interlocking genannt.

„Die Software trotz zunehmender Komplexität der Funktionen weiter leicht und direkt bedienbar zu halten, ist auch für die Entwicklungsmannschaft eine kontinuierliche Herausforderung“, stellt Entwicklungschef Ottmar Weber fest. „Neue Technologien aufzuspüren und in Anwendungen umzusetzen ist eine spannende Aufgabe, deren Ergebnisse viele kreative Badplaner zu schätzen wissen.“

Jeder Planer schätzt automatisch angewendete offizielle Verlegeregeln, die Maßhaltigkeit der Pläne und den einfach zu bewerkstelligen Import von CAD-Daten wie etwa DXF-Dateien. So lässt sich einfach mit vorhandenen Plänen weiter arbeiten und sie in 3D-Bilder in Foto-Qualität verwandeln. Und

ße Natursteine und Kieselstein-Mosaiken verlegt

„Der automatisch berechnete Videoflug durch die Planung macht die Ideen unmittelbar greifbar und lebendig“

RAINER NISSLER, GESCHÄFTSFÜHRER VISOFT

Eine perfekte 3D-Planungs- und Visualisierungs-Software ermöglicht realistische und detailreiche Planungen

Schnellfunktionen für Raum, Fliesen, Sanitär-objekte, Perspektiven und Layout unterstützen den Planer und verhindern Wartezeiten



Vom privaten Minibad bis zur Fabrikhalle - die Planungs- und Präsentations-Software bildet jeden Raum wirklichkeitstreu und erlebbar ab

Die Software muss trotz zunehmender Komplexität der Funktionen weiterhin leicht und direkt bedienbar bleiben

OTTMAR WEBER, ViSOFT-ENTWICKLUNGS-CHEF

nicht nur in der Badplanung: Mit ViSoft Premium nehmen Räume, Außen- und Eingangsbereiche, Aufenthaltsräume ebenso Gestalt an.

„Die Vielseitigkeit hat mich überzeugt, mit ViSoft Premium zu planen“, sagt Raum- und Badplanerin Marianne Kastner, die auf der Suche nach einem „kompletten Programm“ war, „das mich nicht

einschränkt.“ Ihre Favoriten: Dem Kunden mal schnell Varianten der Planung zeigen, einfach Klick für Klick. Genauso leicht der Wechsel der Atmosphäre von Tag, Nacht, Morgenrot, Gewitterstimmung. Verändertes Licht, das Objekte in Szene setzt, indirekt, als Punktstrahler oder reflektierend wirkt, schafft so Emotionen und Wohlbefinden. „Das begeistert meine Kunden.“ Und dazu die persönliche Handschrift. Alle Oberflächen lassen sich

mit jeder erdenklichen Textur beschichten, vorausgesetzt, es gibt sie als normale Bilddatei.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Kunde sieht schon heute genau das, was er morgen bekommt. Und ist ab dem ersten Planungsschritt in 3D stets aktuell mit dabei. Auf diese Art und Weise erarbeiten sich Planer, Berater

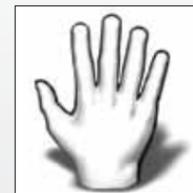
Ein besonderes Merkmal der Planungssoftware ist der Umgang mit dem Licht: Mit wenigen Klicks können unterschiedlichste Lichtstimmungen erzeugt werden, vom strahlenden Sonnenschein bis zur romantischen Wellness-Beleuchtung



Diesen Service können Sie erwarten

Schulung nach dem Kauf

Selbst intuitiv zu bedienende, logisch strukturierte Programme, die sich beim Anwenden selbst erklären, bieten Starthilfe: Es gibt immer einen einfacheren Weg, eine elegante Abkürzung, hilfreiche Tipps und Tricks von erfahrenen Planern. Zum Programmkauf sollte auf jeden Fall ein Basiskurs gehören, der alle fundamentalen Programmbestandteile praxisnah erklärt, und ein tiefer gehender Aufbaukurs für Profi-Planer. Kreative Kurse danach sind willkommene Zugabe.



Professionelle Hotline

Sie sitzen an einer Planung und stecken fest: typischer Fall für die Hotline. Hilfe bei den Tücken des Alltags und kleinen Missgeschicken, sofort, telefonisch, per Fernwartung auf dem Rechner oder Schritt für Schritt auf dem Bildschirm angeleitet, das macht professionelle Kundenbetreuung aus. Dazu Geduld, Freundlichkeit und topaktuelles Fachwissen.

Regelmäßige Updates von neuen Produkten und Serien

Sie und Ihre Kunden wollen das Neueste vom Neuen? Dann sollten in der Planungssoftware wirklich alle führenden Fliesen- und Sanitärhersteller integriert sein. Wichtig: Nicht nur der Bestand, auch die Aktualität ist ein Kriterium. Top-Programme pflegen Tag für Tag alle aktuellen Fliesen- und Sanitärserien in die integrierte Datenbank ein und leiten die 3D-Daten umgehend an die Anwender weiter.



Kontinuierliche Programmpflege: neue Funktionen und Erweiterungen

Ein Programm, das nicht kontinuierlich verbessert, erweitert, vorangetrieben wird, ist möglicherweise bequem – schließlich muss sich der Planer ja nicht regelmäßig mit neuen Funktionen und Optimierungen auseinandersetzen und alte Routinen

ändern - kann aber schnell an Leistungsumfang und Komfort einbüßen. Und das macht es dann wieder unbequem. Neue Funktionen bringen neue Features, die neue Akzente setzen.

Technologisch auf dem neuesten Stand

Die Welt der Computer entwickelt sich rasant: Achten Sie darauf, dass Ihre Planungs- und Visualisierungssoftware technologisch nicht veraltet (ist). PC und Laptops brauchen ordentlich Arbeitsspeicher und eine leistungsstarke Grafikkarte, damit das Arbeiten nicht zur Warte- und Hängepartie wird. Am besten vor dem Hardware-Kauf nach der idealen Konfiguration fragen – zum Beispiel bei der Hotline.

Zusatz-Module zur optimalen Verkaufunterstützung

Planen und mehr: Moderne Planungssoftware bietet auch weitere Module zur Kundenbetreuung, zur Beratung in der Ausstellung, vor Ort beim Kunden oder zur Präsentation auf Messen oder in den eigenen Räumen. So lassen sich Planungen vielfältig nutzen, als 1:1-Darstellung in Originalgröße etwa, die dem Kunden ein Gefühl für die Proportionen vermittelt oder als zusätzlicher, spielerisch zu bedienender Beratungsplatz in der Ausstellung. Wenn Ihr Betrieb wächst, muss die Planungssoftware auch mitwachsen.



Außendienst bundesweit

Noch Fragen? Schulungsbedarf? Dann ist ein Außendienst wichtig, der das gesamte Bundesgebiet abdeckt und vor Ort agiert. Auch als kompetenter Ansprechpartner für Extra-Module, neue Updates und ausführliche Präsentationen in Ihrem Betrieb.

Vertriebsunterstützung weltweit/international

Ist das Software-Unternehmen nicht nur europa-, sondern weltweit aufgestellt, hat es einen anderen Fokus auf die eigene Entwicklung und sieht Trends, aufkommende Technologien und Marktbedürfnisse anders und akzentuierter. Davon profitiert auch der Anwender im eigenen Land.

Personalisiert und persönlich: Die perfekte Präsentation

Modul, das Planern die rein technische Seite zeigt, den Kunden die hochwertigen 3D-Planungsbilder oder ihnen einen echten Eindruck von den Proportionen vermittelt, im 1:1-Größenvergleich.

Bislang unentschlossene Kunden stellen am ViSoft Pad mit dem Touchscreen spielerisch Kombinationen zusammen, die gefallen. Oder scannen in der Fliesenausstellung die Artikel ein, die sie sich für ihr neues Bad vorstellen können. Die Planung damit ist dann maßgeschneidert.

Auf der Baustelle vor Ort oder im Sanierungsfall kommt ein weiteres Modul der ViSoft-Produktfamilie bestens an: die ViSoft App für Tablets. Die fertige Planung, mit wenigen Klicks in ein gerendertes Panorama verwandelt, präsentiert den künftigen Raum Wand für Wand, im geschmeidigen Videoflug, mit den Fingern ganz nah gezoomt, aus der Vogelperspektive oder die Deckensicht aus der Badewanne – das ist nicht nur sehr professionell und Hightech vom Feinsten, das macht auch sehr viel Spaß!

und Kunde gemeinsam das Bild vom neuen Bad. Perfektioniert mit dem Living Wall

INFO:

Die ViSoft GmbH, Sindelfingen, entwickelt und vertreibt in Deutschland und weltweit mit Lizenzen in 72 Ländern und in 19 verschiedenen Sprachen professionelle 3D-Badplanungssoftware. ViSoft Premium bildet jedes Projekt schon in der Planung exakt und fotorealistisch in 3D ab. Im Programm integriert sind die weltgrößte Fliesendatenbank und über 60.000 Sanitärobjekte – immer auf dem aktuellen Stand. Zusätzliche Extra-Module ergänzen ViSoft Premium nach Wunsch und optimieren die Präsentation. ViSoft ist eine inhabergeführte Software-Schmiede, die Geschäftsführer und Kreativchef Rainer Nissler gemeinsam mit Entwicklungschef Ottmar Weber auf den Weg gebracht hat. Tochterunternehmen in Spanien, der Ukraine und in den USA stehen für kontinuierliches Wachstum, internationales Entwicklungs-Knowhow und Unterstützung im weltweiten Vertrieb. Regelmäßige Updates – 182 neue Funktionen und 252 Optimierungen seit der Markteinführung 2005 – zeigen die Innovationskraft und garantieren hohe Investitionssicherheit.

Cersaie 2012: Fliesenmesse zollt der Krise Tribut



Die italienische „Cersaie“ für keramische Fliesen und Badausstattung in Bologna zählt ohne Zweifel zu den wichtigsten Messe-Veranstaltungen zumindest der Fliesen-Branche. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass die europaweite Schuldenkrise und die damit verbundenen konjunkturellen Probleme den von früheren Jahren gewohnten Glanz der 30. Veranstaltung dieser Art erkennbar beeinträchtigt hat.

Für die Erfolg gewohnten Veranstalter dürfte es nicht leicht gewesen sein, den unverkennbaren Besucherrückgang zur Erfolgsgeschichte umzumünzen. Da half selbst die Einführung einer neuen Besucher-Zählweise nicht. Sie unterscheidet jetzt zwischen „Ersteintritten“ und so genannten „Anwesenheiten“, also Messebesuchern, die an den Folgetagen das Messegelände erneut besuchten. Das erschwert den Vergleich zu früheren Veranstaltungen. Fakt aber ist, dass lediglich 75 563 „Ersteintritte“ gezählt wurden, die sich in den folgenden Messetagen zu 106 846 Wiederholungsbesuchern summierten. Die Statistik des vergangenen Jahres notierte etwas über 113 000 Besucher, nach welcher Zählweise auch immer.

Kaum überraschen dürfte die Tatsache, dass der

Anteil der ausländischen Messebesucher auch in diesem Jahr wieder ein wichtiges Potenzial der Messe darstellte. Angesichts der bauwirtschaftlichen Probleme Italiens dürften viele italienische Fachleute auf die Reise nach Bologna verzichtet haben. Aber nicht nur die Messe, auch die italienischen Fliesenhersteller setzen inzwischen ganz auf Export, und das verstärkt in außereuropäische Länder. So verhandelten Exportländer wie Spanien, Portugal,

Niederlande, Schweden oder Ungarn den Italienern die Export-Bilanz. Das konnten auch die Erfolge in Deutschland oder Österreich nicht wettmachen. So berichtete der italienische Herstellerverband Confindustria Ceramica anlässlich ihrer Jahrespressekonferenz am Rande der Cersaie von einem Umsatzplus von 9 Prozent auf dem deutschen Markt im ersten Halbjahr 2012. Auch auf dem österreichischen Markt konnte man in diesem Zeitraum mit +13,6 Prozent punkten. Erfolgreicher waren die italienischen Produzenten außerhalb Europas mit einem Umsatzplus von fast 13 Prozent, so dass es immerhin zu einem gesamten Exportzuwachs im ersten Halbjahr 2012 von 4,7 Prozent reichte.

Immerhin blieb so dem Präsidenten des Herstel-

Mit gemischten Gefühlen auf der internationalen Pressekonferenz in Bologna: Verbandspräsident Manfredini (Mitte) konnte nur über Erfolge im Export berichten



Seit Jahren sind auch die deutschen Hersteller erfolgreich auf der italienischen Fliesen-Nabelschau, oft auch mit erfrischenden Ideen. So posiert hier Steuler-Chef Michael Steuler mit den Neuheiten des Unternehmens, auf unserem Foto live und plakativ

lverbandes, Franco Manfredini, die Genugtuung, das Italien nach wie vor der führende Anbieter keramischer Fliesen und Platten in Europa ist. Schmerzen dürfte es ihn allerdings, dass seine italienische

Heimat dies in keiner Weise honoriert. Denn seit 2008 ist der Inlandsverkauf kontinuierlich rückläufig. Von den 151 Mio. m² verkauften Fliesen blieben 2011 nur noch knapp 117 Mio. m². Und rechnet man die für das erste Halbjahr 2012 gemeldete verkaufte Fliesenmenge auf das Gesamtjahr hoch, bleiben nur knapp 100 Mio. m² im eigenen Lande.

Ablesbar an der Branchen-Misere war dies durchaus auch am Auftritt der Aussteller, die sich abgesehen von den international erfolgreichen Platzhirschen deutlich zurückhaltender präsentierten. Prompt kam denn auch wieder der jährlich Messe-Zyklus ins Gespräch. So wünschen sich nicht wenige Hersteller die zweijährige Wiederkehr dieser Veranstaltung, zumal immer deutlicher wird, dass ein Neuheiten-Zyklus von 12 Monaten dem Markt seit Langem keine kreativen Impulse mehr zu geben vermag. Und angesichts des allgemeinen Kostendrucks spricht schon lange niemand mehr von einem gesunden Kosten-Nutzen-Verhältnis. Nur leider stehen diese Wünsche im krassen Widerspruch zu den Gewinn-Vorstellungen der Veranstalter, der Messegesellschaft Bologna und dem italienischen Herstellerverband als Mitveranstalter, die Jahr für Jahr mehr als reichlich an der stets ausgebuchten Messe verdienen. Für sie ist diese Messe immerhin so etwas wie ein goldenes Kalb, das man wohl kaum zu schlachten gedenkt, zumindest so lange nicht, wie es eine lange Warteliste für ausstellungswillige Hersteller gibt.

Unter den über 730 Aussteller aus der ganzen Welt, die auf der Cersaie Produktneuheiten aus den Bereichen keramische Fliese, Sanitärkeramik sowie Badezimmersaunenausstattung präsentierten, waren auch die deutschen Hersteller bis auf wenige Ausnahmen vertreten und haben eine durchaus positive Bilanz gezogen.

So seien aus Sicht des Industrieverbandes Keramische Fliesen und Platten, der Interessenvertretung der deutschen Produzenten, die Stände sowohl von den deutschen Kunden als vom internationalen Fachpublikum trotz einer rückläufigen Besucherzahl bestens besucht gewesen. Für den Verbands-Vorsitzenden Dr. Eckard Kern ist und bleibt die Messe auch für die deutschen Hersteller die bedeutendste Messe der Fliesenbranche. Nach einhelliger Meinung seien die Gespräche rundum zufriedenstellend gewesen, auch wenn sich nach Einschätzung einiger deutscher Aussteller die früher so gern betonte Tendenz zu internationalen Neukontakten weitgehend relativiert hat. Immerhin aber scheint zumindest aus der Sicht des Verbands-Vorsitzenden die Veranstaltung erneut die Bestätigung dafür erbracht zu haben, dass „insbesondere Kunden aus den USA, aus Asien und aus der arabischen Welt die

deutschen Tugenden Qualität, Verlässlichkeit und Vertriebskompetenz zu schätzen wissen“. Interessant aber ist die Feststellung, dass sich keiner der von uns befragten Aussteller über die Bilanz der Kosten-Nutzen äußern mochte. Hier scheint zu gelten: Dabei sein ist alles, koste es was es wolle.

Die nächste Cersaie findet vom 24. bis 29. September 2013 wie immer in Bologna statt.

Über 2 Milliarden Quadratmeter keramische Fliesen wurden weltweit produziert, 750 Millionen Quadratmeter mehr als 2000. Größter Produzent ist inzwischen China, gefolgt von Italien und Spanien. Deutsche Fliesen verstecken sich in dieser Grafik des italienischen Herstellerverbandes in der großen Gruppe der „anderen Produzenten“



Auch wenn Holz und Naturstein die beliebtesten Dekorationen der Fliesenhersteller sind, es gab durchaus auch dekorative Alternativen



Info-Serviceziffer: [51209]

www.steuler-fliesen-gruppe.de

steuler|design

GROHN

NORD
CERAM

KERATEAM

Größer, perfekter, natürlicher: Fliesen-Trends von der Cersaie in Bologna

Seit Jahren ist der Trend zu natürlichen Oberflächen ungebrochen. Dank digitaler Fertigungstechnik präsentieren die Fliesen der neuen Generation perfekte Reproduktionen der begehrten Natürlichkeit und punkten gleichzeitig mit den klassischen Vorteilen wie Reinigungsfreundlichkeit und Belastbarkeit. Die Fliesen sehen nicht nur aus wie Holz, Naturstein oder Putztechniken, sie vermitteln auch das entsprechende Feeling. Mit natürlicher Ästhetik und haptischen Oberflächen sorgen sie für Wohnlichkeit. Besonders in Verbindung mit Fußbodenheizung überzeugen Fliesen nach wie vor durch gute Wärmeleitfähigkeit ein energieeffizientes Raumklima. Wir haben uns auf der weltgrößten Messe für keramische Fliesen im italienischen Bologna auf die Suche nach aktuellen Trends begeben.

Fliesen mit emotionaler Kompetenz

Text/Fotos: **Uta Kurz**

Puristischer Industrie-Look, natürliche Holzoptik und glamouröse Ornamente bieten eine ungewohnte Vielfalt an Oberflächen, Farben und Formen. Auch die Formate sind neu. Perfekte Reproduktionen anderer Werkstoffe begrenzen sich nicht nur auf Farbe und Oberfläche. Auch die Abmessungen entsprechen dem „echten“ Vorbild. Während Betonoptik eher großformatig und quadratisch angeboten wird, werden Fliesen in Holzoptik gern auch in den klassischen Parkett-Größen angeboten.



Industrie-Charakter ist geprägt von Oberflächen, die scheinbar unfertig sind. Betonoptik, Schleifspuren und Putzschleier überlagern die Kombination unterschiedlicher Materialien. Gesehen bei: Viva.Emil.Ergon, Mutina.

Für Naturliebhaber sind grob gemaserte Landhausdielen genauso im Programm wie die schmalen Formate des klassischen Fischgräten-Parketts. Vintage oder „Used Look“ bringt den Charme der guten alten Zeit in den Raum und zeigt Lebensspuren, Farbunterschiede und scheinbar vergessene Arbeitsspuren. Auch Naturstein-Optik ist täuschend echt und erinnert in XXL-Formaten an frisch aus dem Stein geschnittene Unikate. Dank digitaler



Klassiker neu aufgelegt: Schwarz-Weiß mit Natursteinoptik, kombiniert mit innovativen Farbverläufen und Pixel-Texturen oder Retro-Fliesen mit Kissenoptik. Gesehen bei (v. l. n. r.) Milldue, Boxer, Acqua, Mutina, Devon & Devon.

Technik ist es inzwischen problemlos möglich, (fast) jeder einzelnen Fliese ein anderes Erscheinungsbild zu geben. Das lässt die Oberflächen noch echter erscheinen.

Betonoptik verbündet sich mit Holzoptik

Wichtiger Bestandteil des puristischen Industrie-Looks ist Betonoptik, der durch zahlreiche neue Texturen bereichert wird. Farblich dezent sind die Varianten von Grau, Beige und Anthrazit, die erst durch die Kombination mit lebhaften Texturen zum Leben erweckt werden. Holzoptik wird überlagert durch Bearbeitungsreste oder Schleifstaub, während die benachbarte Fliese den Abdruck eines Streckgitters zeigt. So entsteht ein morbider (wenn auch gepflegter) Baustellen-Charakter.

Klassische Fliesen im Querformat sind wieder angesagt. Glänzend glasierte, unregelmäßige Oberflächen in Vintage-Optik zaubern das bäuerliche Flair alter Backsteine aus Omas Landhausküche. Unregelmäßige Kanten und Ecken scheinen schon vor Jahrzehnten abgebrochen zu sein. Dekorative Ornamente im Stil klassischer Intarsien-Arbeiten werden neu interpretiert.

Doch die Designer haben sich nicht auf die Reproduktion begehrter Baumaterialien beschränkt. Kreativ werden klassische Dekore mit gerasterter Pop-Art-Optik gemischt, Stein- und Holzoptik Ton in Ton kombiniert oder vergilbte Zeitungstexte auf wie gefunden wirkende Steinscheiben gedruckt.

Neuheiten für die Renovierung

Bauen im Bestand wird immer wichtiger. Besonders die „Generation 50 plus“ renoviert ihr Heim und erwartet neben hochwertiger Gestaltung eine möglichst staubfreie und schnelle Umsetzung. Extrem dünne Fliesen in XXL-Formaten wurden extra für diese Anforderung entwickelt. Mit einer Dicke von 5 bis 8 mm und einer Größe von bis zu 3 x 1 Meter können sie auf die vorhandenen Fliesen geklebt werden und überzeugen nicht zuletzt auch dank der perfekt kalibrierten Kanten mit einer fast fugenfreien, großzügigen Optik,



Vintage Look mit natürlichem Charakter. Matte Oberflächen, kombiniert mit glänzenden Retro-Fliesen in Backsteinoptik. Gesehen bei (v. l. n. r.) Tagina, Refin, Mutina, Mutina, Tagina.

die mit innovativen Treppentfliesen in Vintage-Optik bis ins Treppenhaus weitergeführt werden kann. Beim Ersatz der Wanne durch eine Dusche bietet sich das XXL-Format für die Teil-Renovierung an. Insofern haben Fliesen bewiesen, dass man dieses Feld nicht unbedingt Glas- oder Kunststoff-Platten überlassen muss. In Verbindung mit der erwähnten perfekten Naturstein-Optik können hier großformatige Fliesen auf kleinem Raum hochwertige Akzente setzen und den umgebauten Bereich zum Highlight des Bades werden lassen.

Harmonische Farbenspiele und klare Kontraste

Pastelltöne sind neben neutralen „Greige-Tönen“, klassischer schwarz-weiß Kombination und Holzoptik hoch aktuell. Und wieder einmal unübersehbar: Es lebe das Mosaik. Ganz egal, ob Glas-, Keramik- oder Naturstein-Mosaik, moderne Mosaikwände leben von dem dezenten Spiel der kleinen Unterschiede. „Wasserfarben“ zwischen Hellblau und Türkis werden in vielen Farbabstufungen weich miteinander kombiniert. Ergänzt wird die Farbharmonie mit kleinen Formaten in rund und eckig, jeweils in der Größe von 1x1 cm. Wie von Zauberhand wachsen auf der Wand harmonische, organische Ranken, die nur aus der Kombination von rund und eckig entstehen.

Die Versuchung der digitalen Fliesen-Gestaltung

Dass sich bei alledem so mancher Hersteller in seiner zwanghaften Design-Euphorie auch schon einmal vergaloppiert, war von jeher ein Merkmal dieser größten Fliesen-Messe, wo immerhin fast 500 Fliesenhersteller um die Gunst der Besucher konkurrieren. Spezielles Merkmal aber der modernen Produktionstechnologie ist allerdings, dass sich Irrungen und Wirrungen bei der Oberflächen-Gestaltung keramischer Fliesen vermehrt in den Vordergrund drängen. Denn war es vor Zeiten aufwändig und teuer, mittels Siebdruck ausgefallene Motive

zu entwickeln und auf die Fliese zu bringen (und sei es nur für Messe-Prototypen), ist es dank digitaler Dekortechnik ein Leichtes geworden, selbst komplizierteste Bilder zu realisieren. Jeder, der zu Hause einen Computer mit einem Bildbearbeitungs-Programm und einen Tintenstrahl-Drucker besitzt, kennt diese Technik. Nur, dass im Fall der Keramik die Tinte durch spezielle Glasuren ersetzt wird. Hochachtung den Hardware-Produzenten. Sie haben in den vergangenen Jahren ganze Arbeit geleistet und gemeinsam mit den Fritten-Herstellern die digitalen Glasuranlagen so perfektioniert, dass sich selbst kritische Fliesen-Produzenten dem nicht mehr entziehen können.

Produktgestaltung im Fokus der Produktmanager

Für die Industrie bedeutet dies, dass sich die Investitions-Schwerpunkte vollständig verlagert haben. Technologische Fortschritte bei der Masseaufbereitung und den Brennöfen sind weitgehend ausgereizt. Demgegenüber stehen heute Investitionen in die Produktgestaltung im Mittelpunkt. Die Suche nach neuen Möglichkeiten der Oberflächen-Gestaltung war mittlerweile, wie beschrieben, erfolgreich. In Zukunft wird es also verstärkt darum gehen, die Fliese nicht nur hinsichtlich

ihrer ästhetischen Anmutung wettbewerbsfähig zu machen, sondern auch die schier unzählbaren Händler und Verarbeiter, die das Halbzeug Fliese erst zu einem fertigen Produkt machen, auf den Weg in ein neues Fliesen-Zeitalter mitzunehmen. Das ist, so scheint es, fast noch schwieriger, als neue Fertigungstechniken zu entwickeln.

Und noch eine weitere Herausforderung wartet auf die Anbieter

Auf einem überdimensionalen Blütenmeer wandelt man bei dieser Kreation des Fliesenherstellers Francesco De Maio, möglich dank digitaler Dekortechnik (links). Das Dekor dieser 60 x 60 cm großen Bodenfliese simuliert mit Farbe und Struktur einen Teppichboden (rechts).



keramischer Fliesen und Platten in den nächsten Jahren, wenn sie trotz aller Perfektion gegen so beliebte Wettbewerbsprodukte wie Laminat, Parkett und insbesondere Teppichboden punkten sollen. Sie müssen ihre optisch zu Schau gestellte Emotionalität auch erlebbar machen. Wer in nordischen Ländern barfuß über einen Fliesenboden läuft, hat nur reine Freude daran an heißen Sommertagen oder in Verbindung mit einer Fußbodenheizung. Daran ändern auch die wärmsten Farben nichts.

Allzu oft überlagert dies die offensichtlichen Vorteile dieses Materials als Bodenbelag, wie zum Beispiel Pflegeleichtigkeit oder Hygiene. Und da derzeit alle (Bau-)Welt über die Renovierung als wichtige Säule der Bauindustrie redet, wird nur zu gern bei aller Dekoration-Euphorie der technische Aspekt der leichten Verlegung vergessen. Ein Fliesenboden lässt sich eben nicht so einfach ausrollen wie ein Teppichboden oder im System Nut und Feder verlegen wie Laminat. Wenn die Bodenrenovierung die Wohnung zur Langzeitbaustelle mit Staub und Lärm macht, schreckt dies Hausbesitzer und Mieter gleichermaßen ab. Zu diesem Thema gab es in Bologna herzlich wenig zu entdecken. Das aber dürfte die Wettbewerbsfähigkeit dieses Materials in Zukunft überproportional mitbestimmen.

So ist sicherlich ein Fazit diese Messe-Veranstaltung im italienischen Bologna: Die Voraussetzungen für mehr Einsatzmöglichkeiten sind geschaffen, denn die neuen Fliesen überzeugen durch perfekte Oberflächen mit naturidentischer Ästhetik und bringen eine neue Dimension der Wohnlichkeit ins Haus.

Einen Vorschlag für eine problemlose Trockenverlegung großformatiger Bodenfliesen kam vom deutschen Fliesenhersteller Korzilius. Das System nennt sich „Koradryfloor“ und soll insbesondere Sanierungsmaßnahmen erleichtern, bei denen der zeitliche und finanzielle Aufwand ebenso wie Beeinträchtigungen durch Lärm oder Verschmutzungen möglichst klein gehalten werden sollen. Die Besonderheit dieser Entwicklung: Eine etwa zwei Millimeter dicke und an den Rändern 1,5 mm überstehende Korkschiicht an der Unterseite der Fliesen. Sie saugt sich bei der Verlegung fest an den Boden und wird ohne Fugenkreuze dicht an dicht verlegt. Ver-

fugt mit eine Fugenmasse auf Dispersions- oder Epoxidharz-Basis, was dem Belag Stabilität geben soll, bei Verarbeitern aber unbeliebt ist. Unabdingbar ist ein exakt planebene Untergrund. Im Gegenzug sorgt die Korkschiicht für eine akustische und mechanische Entkopplung. Wegen der Flexibilität des Korks könnte das System jedoch in Objekten mit hoher Punktbelastung problematisch sein.



Foto: Korzilius

Quadratur der Kreise

Wer keramisches Mosaik aus deutscher Provenienz sucht, kommt am Westerwälder Fliesen-Produzenten Jasba nicht vorbei, und das schon seit vielen Jahren. Zu den prägendsten Entwicklungen der DSCB-Tochter gehörte unter anderem bereits 1975 der „Jasba-Dollar“, der gewissermaßen zu einem Synonym für keramisches Rundmosaik wurde. Der damals immerhin 5 cm großen keramischen „Dollar“ schrumpfte später auf einen Durchmesser von 2 cm und bereicherte das Jasba-Sortiment recht erfolgreich unter dem Namen



Diese Kombination aus runden und quadratischen Mosaiksteinchen ermöglicht interessante Gestaltungen

Fotos: Jasba

„Centino“. Dass auch Klassiker durchaus ein Verfallsdatum haben können, zeigte das Unternehmen jetzt anlässlich der Fliesenmesse in Bologna. Dabei blieb die Grundidee des kleinen „Knopf-Mosaiks“, der neue Name „Jasba-Loop“ soll jedoch signalisieren, dass das Sortiment Zuwachs bekommen hat. So gibt es 15 Farben mit hochglänzender Oberfläche, die aus fein abgestimmten, eng beieinander liegenden Nuancen bestehen. Eine interessante Sortiments-Erweiterung ist das sehr filigran wirkende 1 cm-Rundmosaik. Kontrastfarbig eingesetzt lassen sich hieraus Piktogramme oder ähnliche Symbole entwickeln. Sie sollen ab der Markteinführung des Sortiments im Januar 2013 im Werk individuell konfektioniert werden können.

Besonders erwähnenswert aber ist eine weitere Ergänzung dieses Sortiments. So werden in drei Dekorelementen quadratische und runde Mosaiksteinchen der 1 cm-Größe kombiniert. Erhältlich ist ein subtil-ornamentales Blättermotiv, eine eher zufällige Mischung beider Formen und ein Dreieck, mit dem Flächen individuell arrangiert werden können.



QR-Code aus Knopf-Mosaik, vielleicht nur als Gag, aber es funktioniert: www.jasba.de steht drauf

Info-Serviceziffer [51210]

NEU **Sopro DF 10 DesignFuge Flex**
Dauerhaft schön und hygienisch.

Download-Scan für technische Produktinformation

- Kalkschleierfrei und gleichmäßige Farbbrillanz durch OPZ-Technologie
- Pflegeleicht, da wasser- und schmutzabweisend
- Für Fugenbreiten von 1–10 mm, innen und außen
- Erhöhte Widerstandsfähigkeit auch gegen saure Reinigungsmittel*
- Bereits nach ca. 2 Stunden begehbar, nach ca. 12 Stunden belastbar
- Mit Sopro Glitter in gold und silber veredelbar

*im Vergleich zu herkömmlichen zementären Sopro Fugenmörteln bei haushaltsüblicher Anwendung

Kopf und Herz oder Hand und Fuß?

Dass kaum ein anderer Designer es so gut versteht, für sich und seine Arbeit die Werbetrommel zu rühren wie Philippe Starck, hat er jetzt in Zusammenarbeit mit der Hansgrohe SE erneut unter Beweis gestellt. Dabei beherrschen beide inzwischen virtuos als Werkzeug auch die sozialen Netzwerke, um Spannung und Erwartungshaltung auf die Spitze zu treiben. Zigtausend „Fans“ aus aller Welt kommunizieren unter dem Motto „Head and Heart“ via Facebook über eine Armaturen-Serie, die bis dahin noch niemand kannte. Mitte September hielt der Meister des Designs gemeinsam mit der Hansgrohe-Marke Axor in Berlin Hof und präsentierte seine neue Armaturen-Kreation „Organic“ einem ausgewählten Publikum.

Ende September kam dann die eigentliche Nagelprobe. Anlässlich der italienischen Fliesen- und Sanitärmesse Cersaie 2012 in Bologna wurde sie erstmals öffentlich einem breiten Publikum präsentiert. Man konnte einige erstaunte Gesichter und auch hin und wieder ein gewisse Ratlosigkeit beobachten. Denn Philippe Starck hat in diesem Fall seine Philosophie, gewohnte Denk-, Verhaltens- und Designmuster aufzubrechen, besonders



Fotos: Hansgrohe

markant unter Beweis gestellt. Es war die vierte Badkollektion, die Starck in der 20-jährigen Kooperation mit dem Schwarzwälder Unternehmen kreierte, und es dürfte vermutlich diejenige sein, die am meisten polarisiert.

Drei Jahre habe man an dem Projekt „Axor Starck Organic“ gearbeitet, um Starcks neueste Intuition zu verwirklichen: „Worum geht es im Leben eigentlich, woher kommt unsere Energie? Und dann habe ich angefangen zu arbeiten – nicht von Grund auf anders, aber mit einem neuen Blickwinkel auf das Minimum.“

Dabei herausgekommen ist eine Armatur, die Starck als organisch-minimalistisch bezeichnet und die gewohnte Handhabung am Waschbecken auf den Kopf stellt. Die Griffe verschmelzen gewissermaßen mit dem Arma-



Duschen mit Ausblick

Wem es in der heimischen Duschkabine zu eng wird, kann zumindest die Perspektive erweitern. Deckenhohe Bambuspflanzen, glitzernde Steine im Morgentau und ein romantischer Holzsteg an einem See bieten überraschende Ausblicke, während man im morgendlichen Regen steht. Möglich macht dies „ShowerArt“, dekorierte Raum hohe Glaselemente, die mit einem Spiegelkleber oder auch Fliesenkleber auf Reaktionsharzbasis auf die Rückwand der Dusche geklebt werden können. Es handelt sich dabei um bearbeitungsfähiges Glas, das sich im Gegensatz zum Einscheiben-Sicherheitsglas schneiden und bohren lässt. Die rückseitige Spezial-Schutzbeschichtung verhindert nicht nur ein Zersplittern der Glasplatte bei einer Beschädigung, sondern schafft außerdem die erforderliche Oberfläche für den Kleber. Die Bilder gibt es als Vollmotiv im Format 135x270 cm und als Teilmotiv im Format 90x270 cm, zusammengesetzt aus neun bzw. sechs Einzel-Elementen. Dank des speziellen Glases lassen sich die Elemente vor Ort anpassen. Allerdings bietet der Hersteller auch einen Service an, der die Motive nach individuellen Vorgaben passgenau zuschneidet.



Fotos: Bärwolf



turenkörper zu einem Objekt. Die Anordnung der Bedienelemente unterscheidet sich von anderen Modellen, denn Temperatur und Wassermenge werden nicht nur separat voneinander reguliert, sondern befinden sich vor allem an neuen Positionen. Das war es letztlich, was viele Messebesucher in Bologna ratlos machte und vor die Frage stellte, ob man jahrzehntelang am Waschbecken gelernte Bedienungs-Routinen überhaupt über Bord werfen sollte.

Aber vielleicht wäre das in diesem Fall gar nicht verkehrt. Denn bei dieser Armatur wird das Wasser am Ende des Auslaufs an- und ausgestellt. Das sei ergonomisch, sagt Philippe Starck, weil die Hände sowieso dort sind, wo das Wasser fließt. Und es fällt kein Wassertropfen dahin, wo er nicht gebraucht wird, auch nicht auf die Armatur. Die Temperatur wird am oberen Ende der Armatur eingestellt. Sie kann in der energiesparenden Kaltstellung oder in jeder anderen Wunschtemperatur voreingestellt bleiben. Wenn man sie verändern möchte, muss man das ganz bewusst tun.

Eigens für das im Bad am meisten genutzte Produkt, die Waschtischmischer, hat die unternehmenseigene Strahl-forschung zudem einen neuen Wasserstrahl entwickelt. Wie eine großzügige Brause hat der Waschtischmischer 90 einzelne kleine Öffnungen, aus denen unzählige sanft perlende Tropfen fallen. Dieser sehr effiziente Brausestrahl erschließt nicht nur eine neue sinnliche Wahrnehmung von Wasser, sondern ist zugleich auch funktionaler, weil er die Haut besonders großflächig benetzt und dabei Wasser spart. Mit dieser Strahlart liegt der Durchfluss bei nur 3,5 Litern pro Minute, und das ohne jeden Kompromiss bei der Funktionalität. Zum Vergleich: Der Marktstandard bei Waschtischmischern wird mit einer Durchflussmenge von rund 7 Litern pro Minute und mehr angegeben.

Ein weiterer Aspekt der Nachhaltigkeit ist die Konstruktion der Armatur selbst: Dank der speziellen Konstruktion können ihre Wände mit rund einem Drittel weniger Messing und damit mit deutlich geringerem Energieaufwand als ein herkömmlich produziertes Modell gegossen werden. Entkoppelte Wasserführungen im Innern der Armatur verhindern direkten Kontakt von Wasser und Armaturenkörper.

Die Kollektion Axor Starck Organic besteht aus mehr als 40 Produkten für alle Bereiche des Bades. Für den Waschtisch sind Armaturen in vier Höhen sowie für die Wandmontage erhältlich. Bei Dusche und Wanne liegt der Fokus auf der Thermostat-Technologie für die Aufputz- und Unterputz-Montage. Die Kollektion wird durch verschiedene Accessoires ergänzt.

Profil für die mobile Steckdose



Fotos: Dural

Steckdosen gibt es an vielen Stellen, nur leider oft nicht dort, wo man sie gerade braucht. Damit soll das neue Profilsystem „P-Track“ (von Dural) jetzt Schluss machen. Bereits vor zwei Jahren präsentierte das Unternehmen anlässlich der Cersaie 2010 einen Prototyp, der auf große Resonanz stieß. Wie es hieß, war der Weg zur Serienreife nicht zuletzt wegen der sehr strengen Vorschriften im Umgang mit der Elektrizität auf internationalen Märkten nicht leicht. In diesem Jahr konnte nun Dural sein stromführendes Profilsystem „P-Track“ mit dem endgültigen VDE-Segen vorstellen.

Dabei handelt es sich um Sockelleisten und Profile für den Einsatz von Steckdosen an beliebiger Stelle und in beliebiger Anzahl. Hinzufügen, verschieben und entfernen geschieht mit einer Viertel-Drehung. Ob im Sockelbereich oder halbhoch an der Wand, ob in der Küche oder am Schreibtisch, in Wohnräumen oder öffentlichen Einrichtungen, das Profilsystem aus PVC mit verdeckt liegenden Kupferleitungen ermöglicht ein sehr flexibles Steckdosenangebot.

Die Profile lassen sich ohne Schmutz durch Aufstemmen von Schlitzern auf der Wand befestigen. Ergänzt wird das System durch Viertelkreis-Profile, die sich für einen halbversenkten Einbau des Systems bei gefliesten oder verglasten Wandflächen anbieten. Und auch für den flächenbündigen Einsatz gibt es entsprechendes Zubehör. Der Baukasten-Aufbau lässt auf Wunsch auch Kabel für Netzwerke, Satelliten, TV/Audio oder Telefon aus dem Blickfeld verschwinden. Ein Aluminium-Clip deckt die Steckdosen-Nut bei Bedarf ab, beispielsweise als Schutz vor Verschmutzungen oder Spritzwasser. Die Stecker zum System gibt es in deutscher, französischer und britischer Norm.

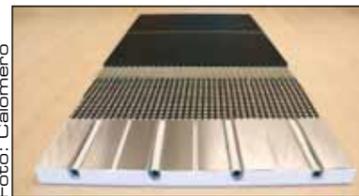
„Heiz-Estrich“ ohne Trocknungszeit

Das Energiekonzept der Bundesregierung sieht für den Gebäudebestand im Jahr 2050 vor, dass nahezu klimaneutral geheizt und gekühlt wird. Dieses Ziel beinhaltet eine Reduzierung des Primärenergiebedarfs um 80 Prozent, um den heutigen Anteil am gesamten deutschen Energiebedarf, der auf 40 Prozent geschätzt wird, auf die geforderten Mengen zu minimieren. Vor diesem Hintergrund wurde das Unternehmen Calomero, eine Schwestergesellschaft des Bauzubehör-Herstellers Proline, gegründet, die den Klimaboden „Calofloor“ entwickelt hat. Es wurde anlässlich der Cersaie 2012 als das nach eigenen Angaben zurzeit wohl effizienteste Trocken-System am Markt vorgestellt. Entscheidend dafür sind die dünn-schichtigen Lastverteilungssysteme, die den Oberbelag ganz nah an das Heizrohr rücken.

Der Klimaboden besteht aus einer Polystyrol-Rohrträgerplatte mit Leitblechen aus Aluminium an der Oberseite. In darin eingefrästen Kanälen werden die Klimarohre für das Heizen und Kühlen eingelegt. Dies ermöglicht eine vollflächige Wärmeverteilung, eine schnelle Reaktionszeit und eine niedrige Aufbauhöhe. In Verbindung mit einem Armierungs- und Entkopplungsgewebe können alle üblichen Materialien, vom Massivparkett, Mehrschichtparkett und Laminat, über Fliesen und Naturstein, Design- und Teppichböden oder Beschichtungen in gewerblichen Bereichen bis hin zu Ziegel-Estrichen oder Cotto-Belägen in der Denkmalpflege als Oberbelag eingesetzt werden.

Ein wesentlicher Vorteil dieses Systems dürfte die Tatsache sein, dass der Einbau trocken erfolgt, besonders bei der Gebäudesanierung ein wesentlicher Aspekt. Zum System Calofloor wird eine umfangreiche Planung angeboten, die unter Berücksichtigung der Anforderungen der TGA durchgeführt wird.

Foto: Calomero



Gästebad

Design in Chrom und Edelstahl

Vom kompakten Waschtisch bis zur kompletten Ausstattungsserie

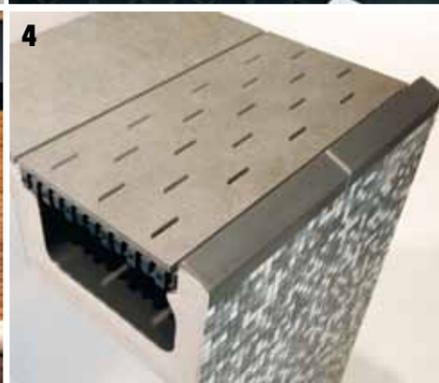


Waschtisch GreenStone Konketta, Eingriffwaschtischarmatur Marathon 3, Siphon, Eckventile, Papierrollenhalter, WC-Bürstengarnitur, Seifenspender, Handtuchhalter



HighTech

HighTech Design Products AG
Landsberger Straße 146, D-80339 München
Fon +49-89-540945-0 | Fax +49-89-506009
info@hightech.ag | www.hightech.ag



- 1 Der weiße Waschtisch gehört zur Serie „Organic“ von Jaime Hayon, aus dem organisch ein Vergrößerungsspiegel „herauswächst“ (Bisazza Bagno).
- 2 „Black is beauty“: ob Ton in Ton oder mit Kontrasten. Da braucht sich keramisches Mosaik nicht hinter Glasmosaik zu verstecken (Jasba-Atelier)
- 3 Ein Riemchen in neuer Farbe „Sandschmelz“ und nach NF- und Langformat in archaischer Handformoptik gibt es jetzt auch im dünnen Riegelformat 400x35x14 mm (Ströher)
- 4 Für Beckenrandsysteme werden üblicherweise Kunststoff-Abdeckroste eingesetzt. Diese sind aus Keramik mit produktspezifischen Vorteilen. (Agrob Buchtal).
- 5 Komfortabel per Knopfdruck lassen sich die Strahlarten dieser Brausen verstellen. Es gibt sie als Kopf- und Handbrausen (Raindance(Hansgrohe)).



Fotos auf diesen Seiten: siehe Hersteller

Die Fliese als Objekt



Die Fliese als solche üblicherweise flach, glatt und bestenfalls bunt. Ein wenig Relief darf sicher auch sein. Dagegen setzt Fliesenhersteller Steuler jetzt einen Kontrapunkt und präsentiert eine Serienfliese als Kunstobjekt. Diese neue Entwicklung mit der Bezeichnung „Laps“ sei so außergewöhnlich, dass sie selbst als Wandbild eingesetzt werden kann, erklärt Entwicklungs-Leiter Paul Wieser. Sie eigne sich gut als Hintergrund oder Passepartout für etwas, das man gerne in Szene setzen möchte. Obwohl sie ein markantes Relief aufweist, wird sie traditionell mit üblichem Fliesenkleber verlegt, allerdings ohne Fuge und schindelartig überlappend. Dadurch bildet sich auch ohne Verfugung eine optisch geschlossene Oberfläche. Ihre Herstellung erfolgt in Halb-Manufaktur, das bedeutet, dass jede Fliese einzeln gepresst und von Hand herausgenommen wird. Auch werden die Kanten von Hand gesäubert.

Pro und contra dünne „Renovierungsfliesen“

Seit die Bauwirtschaft zu einem inzwischen überwiegenden Teil von Investitionen in die Bausubstanz, also von der Renovierung lebt, versucht die Bauzuliefer-Industrie verstärkt nach für diese Aufgaben maßgeschneiderten Produktsystemen. So auch die Hersteller keramischer Fliesen. Bestehende Bäder oder Bodenbeläge mit einem neuen Fliesenbelag auszustatten, scheiterte meist an dem erheblichen Aufwand für die Entfernung des alten Belages. Hier hatte sich die Verlege-Methode „Fliese auf Fliese“ etabliert, was aber wegen der Materialstärke des „aufgeklebten“ Belages nicht immer zufriedenstellte. Auch wenn andere, dünnere Belagsarten wie Teppich, Laminat, PVC oder Linoleum ersetzt werden sollten, wurde es problematisch. Technologische Fortschritte in der Fliesen-Produktion ermöglichen inzwischen sehr viel dünnere Produkte, die das Überkleben alter Beläge erleichtern.



Während beim Überkleben alter Beläge auf dem Boden wegen der meist geringeren Belastbarkeit dünner Fliesen Vorsicht geboten ist, gibt es bei Wandbelägen keine Probleme. So hat jetzt Fliesenhersteller Agrob Buchtal speziell für die Renovierung eine Palette nur 5 mm dünner Fliesenserien unter dem Begriff „Flatile“ auf den Markt gebracht. Angeboten werden sie nur für Wände und Böden im Wohnungsbau oder wohnähnlichen Bereichen wie Hotelzimmer, Nasszellen in Altersheimen etc., wo keine hohen Belastungen zu erwarten sind. Aufgrund ihrer geringen Stärke eignen sie sich besonders für die Verlegung von Fliese auf Fliese, da dies schneller und schmutzärmer ist als das Abschlagen alter Fliesen. Werden sie auf gering belasteten Böden eingesetzt, ist nahezu höhengleicher Austausch von anderen Belagsarten (PVC, Linoleum) möglich.

Neue Profillösungen



Einige neue Profillösungen hatte sich auch Schlüter Systems für seine Messe-Präsentation in Bologna ausgedacht. Dazu gehört unter anderem „Schlüter-Deco-DE“, ein Abschlussprofil aus Edelstahl für Wandaußenecken mit einem 135°-Winkel. Ebenfalls für Wandaußenecken sowie Abschlüsse von Fliesenbelägen ist das Abschlussprofil „Schlüter-Diadic“ aus eloxiertem Aluminium gedacht. Es verfügt über eine Sichtfläche, die eine um 45° abgeschrägte Ausprägung der Außenecke bildet. Das neue Profil „Schlüter-Indec“ (Foto) bildet einen zurückspringenden Zierfals der Außenecke.

Liebe Hersteller keramischer Fliesen in aller Welt,

ich habe eine ganz herzliche Bitte an Euch alle: Haltet ein beim Entwerfen neuer Fliesen mit Oberflächen wie Holz-Strukturen. Ich weiß, und das habt ihr ja in diesem Jahr auf der Fliesenmesse in Bologna augenscheinlich unter Beweis gestellt, dass ihr das Metier der Holzimitation auch dank der genialen digitalen Drucktechnik perfekt beherrscht. Jeder Baum wäre stolz auf sein keramisches Ebenbild. Aber was zu viel ist, ist zu viel. Besinnt Euch bitte auf andere keramische Stärken. Und außerdem macht es ja auch ökologisch wenig Sinn. Denn trotz der ungeheuer vielen Holz-Imitate wurde weder dem Waldsterben noch der sinnlosen Vernichtung der Regenwälder Einhalt geboten. Und außerdem: es würde mir die Berichterstattung über neue Ideen der Fliesen-Industrie so sehr viel angenehmer gestalten. Die Collage hier zeigt nur eine verschwindend kleine Auswahl der als „neu“ propagierten Holz-Imitat-Fliesen. Übrigens: In der nächsten Ausgabe plane ich einen ähnlichen Aufruf an die „Designer“ von Naturstein-Imitaten!

Noch mehr „Holz“ gefällig? Dieser Hersteller (Tagina Ceramiche d'Arte SpA) hat sich augenscheinlich komplett auf den Holzweg begeben. O-Ton Firmenwerbung: „Unzählige Nuancen verleihen dem Boden Vibrationen und eine originelle Ausstrahlung“.



Eck-Duschboden-elemente



- Eck-Duschbodenelement aus PUR mit verstellbarem Bodentwässerung
- in 30er-Blöcken, 120 x 120 cm oder auch als Sonderform herstellbar
- superflach oder normale Einbauhöhe
- hohe Punktbelastbarkeit: mit Rollstuhl befahrbar
- komplett für den Einbau vorbereitet: 100% verfließungstfertig
- mehr Platz zum Duschen durch Öffnung des Drainrohrs

Duschen mit mehr Komfort



Mehr Dusch-Komfort! Die Eck-Installation mit Duschbodenelement und Installationsplatte aus PUR schafft mehr Bewegungsfreiheit beim Nischen. Eine Baumarkt-Innovation.

Fordern Sie ausführliche Unterlagen an:
Karl Grumbach GmbH & Co. KG
Breitteilsweg 3 · D-35581 Wetzlar
Telefon +49 6441 9772-0 · Fax +20
www.grumbach.net
grumbach@grumbach.net

Info-Serviceziffer [51212]

Schienensystem für Natursteinbeläge



Das „Sasso Naturstein-Schienensystem“ soll eine dauerhafte Lösung für Probleme mit Feuchtigkeit auf Balkonen und Terrassen, die mit Natursteinplatten belegt sind, ermöglichen. Entwickelt wurde es vom Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung in Stuttgart und der Firma Schanz Natursteine GmbH aus Rottweil.

Initiiert wurde die Entwicklung, nachdem Bauherren immer wieder über gesteinspezifische Ausblühungen, Verfärbungen, Frostschäden, Rostflecken, Moosbildung oder Fugenausbrüche geklagt hatten. Zunächst wurden Planer und Verarbeiter über ihre bisherigen Ausführungen befragt. Aus deren Erfahrungen und dem eigenen Know-how wurde das auf V2A-Schienen liegende Steindielen-Konzept entwickelt.

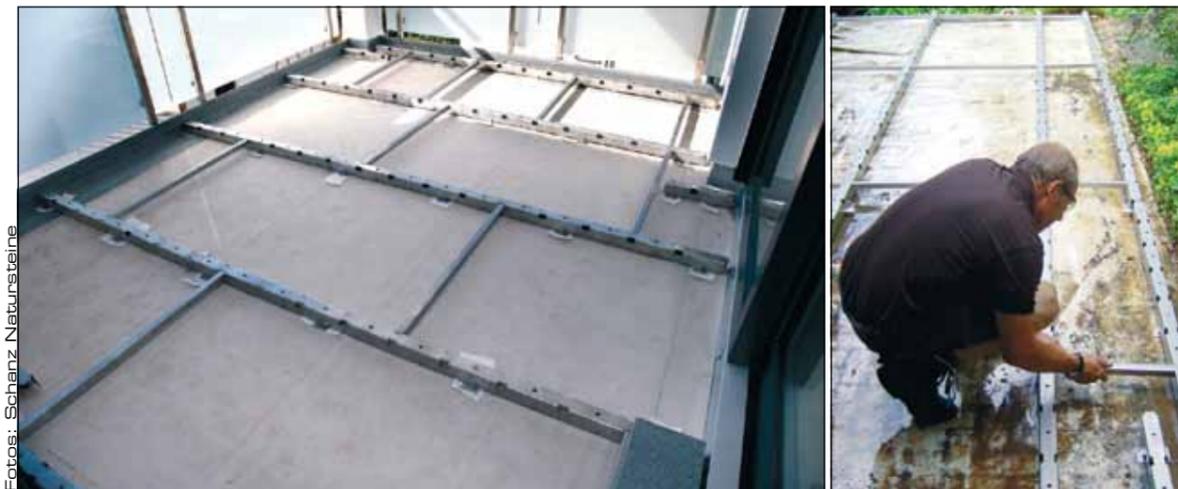
Es besteht aus zwei Teilen: einer Unterkonstruktion und dem Natursteinbelag. Die Unterkonstruktion trägt den Stein und macht dadurch Bettungsmaterialien wie Kies oder Splitt überflüssig. Wasser kann kontrolliert abfließen, Luft zirkuliert in den Hohlräumen und der Stein bleibt trocken. Die Edelstahl-Schienen lassen sich mit allen gängigen Trennverfahren vor Ort auf die erforderliche Länge anpassen, dadurch wird jede Oxidation an den Schnittstellen verhindert.

Moderne Architektur setzt bei Neubauprojekten zunehmend auf eine Gestaltung der Außenbereiche mit Naturstein, etwa bei Dachterrassen von Mehrfamilienhäusern, Bürogebäuden oder

Industriebauten, Innenhöfen oder Passagen. Für diese Anwendungen wurde das Schienensystem mit seiner Funktionalität in erster Linie konzipiert. Vor allem die Montage des modular aufgebauten Systems ist aufgrund der Unterkonstruktion aus vorgefertigten und normierten Schienen ausgesprochen wirtschaftlich. Sie ist flexibel anpassbar und kann in der jeweils gewünschten Flächengröße verlegt werden.

Aktuell erhältlich sind zwei Konstruktionshöhen bis 13 cm und 15,5 cm. Durch die verstellbaren Tragfüße, die Unebenheiten bis 50 mm ausgleichen, lassen sich planebene Verlegeflächen schaffen, die mit Granit-Steindielenformaten in den Maßen 100 oder 200x20x5 cm belegt werden. Darunter entsteht ein Hohlraum, der sich für Versorgungsleitungen jeder Art nutzen lässt. Diese können ohne großen Aufwand sogar nachträglich verlegt werden.

Die großformatigen Natursteinplatten schaffen mit ihrem eleganten Design eine stilvolle Optik. Hier greift der Hersteller den aktuellen Trend und den Zeitgeist bei der Balkon- und Terrassengestaltung auf. Für individuelle Lösungen werden zurzeit Granitsteinplatten in den Farbtönen Hellgrau, Mittelgrau und Anthrazit angeboten. Für ein besonderes Ambiente sorgen spezielle LED-Lichtstäbe, die in die Fugen eingelegt werden und so jeder Freifläche einen unverwechselbaren Charakter verleihen.



Fotos: Schanz Natursteine

Dekoratives für Wand- und Boden

Der Bauchemiehersteller Heinrich Hahne GmbH aus Datteln hat sein Sortiment mit Schwerpunkt Dekoration erweitert. Sowohl mineralische Boden- und Wandbeschichtungen als auch Systeme auf Kunstharzbasis zur Herstellung dekorativer Wand- und Bodenbeschichtungen gehören zukünftig zur Produktpalette, erstmals unter der Bezeichnung „Signia“ vorgestellt auf der BAU 2013 in München. Die Produkte sind in vielen Farbvarianten lieferbar. Durch individuell mögliche Verarbeitungstechniken können kreative und vielfältige Optiken gestaltet werden. Ganz nach dem Geschmack der Kunden werden so unverwechselbare Oberflächen hergestellt, die nicht nur attraktiv, sondern auch hoch beanspruchbar sind.

Ebenso vielfältig wie die Gestaltungsvarianten sind auch die Einsatzgebiete. So bieten sich die neuen Beschichtungssysteme für Wand und Boden nicht nur für Büro- und Wohnräume, für Flure oder Ladenbauflächen, sondern auch für Badezimmer- und Feuchtraumbereiche an. Ein wesentlicher Vorteil bei Sanierungen: Laut Herstellerangaben kann ein Entfernen alter Untergründe wie Estrich, Fliesen oder ähnlicher Beläge, bei Anwendung der neuen Beschichtungen oftmals vermieden werden.



Fotos: Hahne

Info-Serviceziffer [51213]

AmbiVision
Klick + Fliese

3D-Badplanung und perfekte Fliesenverlegung:
schnell - günstig - professionell
Jetzt zum Einsteiger-Preis. Testen Sie uns!

www.m3b.de

Jetzt nur
990,- €

Preis für 1qm Bad
Angebot gültig bis 30.11.2012

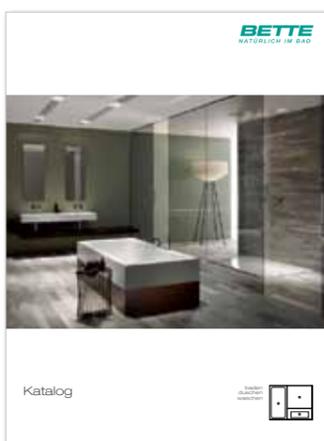
M3B
SOFTWARE
Leichter geht's besser!

M3B Service GmbH - Hünegräben 19a - D-57392 Schmallenberg - Tel. +49 (0) 29 72-9725-0



Steckdosen beliebig installieren in weniger als 5 Sekunden mit P-TRACK - dem Profilsystem für mobile Steckdosen von DURAL. www.p-track.info

Info-Serviceziffer [51214]



Der Bette-Katalog macht Lust auf Bad. Sie finden ein umfangreiches Sortiment an Waschtischen, Duschräumen, Dusch- und Badewannen aus Stahl/Email. Ergänzt von Duschrabttrennungen und Möbel für Waschtische. Bette GmbH & Co. KG, 33129 Delbrück, www.bette.de, katalog@bette.de

Info-Serviceziffer [51215]



Das Badmagazin von Duravit ist das Standardwerk in Sachen Badkultur: Sanitärkeramik, Badmöbel, Wannen, Pools, Saunen und mehr, gratis über www.duravit.de. Alle Maße und Infos für den Sanitärprofi auf pro.duravit.de

Info-Serviceziffer [51216]



Alle fürs Bad auf einen Blick: Vom Abschluss-, Randfugen- und Dekorprofil über die Verbundabdichtung bis zur bodengleichen Dusche, Schlüter-Systems bietet zahlreiche intelligente Lösungen für ein barrierefreies und komfortables Badezimmer. In der neuen Bad Broschüre werden alle Produkte und Systeme sowie ihre Verarbeitungsmöglichkeiten anschaulich dargestellt.

Info-Serviceziffer [51217]



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 [51218]



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

Info-Serviceziffer [51219]



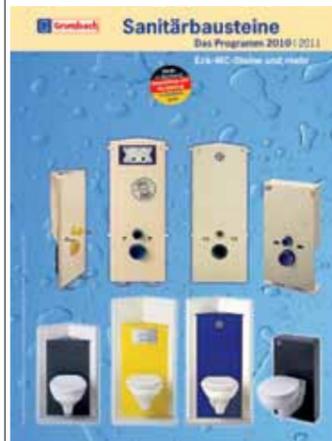
Komplett überarbeitet und noch ausführlicher ist der Sopro-Planer jetzt in der 5. Auflage erschienen. Er bietet noch mehr praxisorientiertes Know-how zu allen Fragen rund ums Verlegen von Fliesen, Platten und Naturstein. Sopro Bauchemie GmbH, 65102 Wiesbaden, www.sopro.de

Info-Serviceziffer [51220]



Nachhaltiges Produzieren und umweltverträgliche Produkte nehmen bei Sopro Bauchemie GmbH einen hohen Stellenwert ein und sind fest in der Unternehmensphilosophie verankert. Dies dokumentiert diese neu überarbeitete Broschüre. Sopro Bauchemie GmbH, www.sopro.com

Info-Serviceziffer [51221]



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 [51222]



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

Info-Serviceziffer [51223]



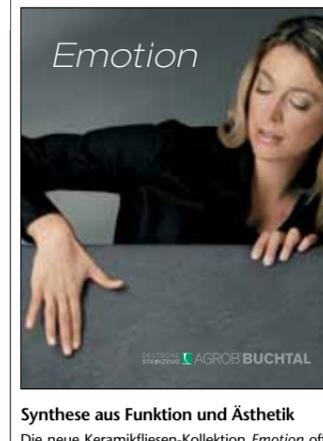
Der Prospekt zeigt die vielfach prämierte Linienentwässerung CeraLine für bodengleiche Duschen: Duschrinnen mit zeitlos eleganter Optik, innovativer Ablauftechnik und sicherer Einbindung in die Dünnbett-Abdichtung. Dallmer Sanitärtechnik

Info-Serviceziffer [51224]



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 [51225]



Die neue Keramikfliesen-Kollektion Emotion offeriert modular kombinierbare Farben, Formate, Dekore und Oberflächen mit subtiler natürlicher Anmutung – für kreative Raumkonzepte, die funktional, ästhetisch und emotional überzeugen. www.agrob-buchtal.de

Info-Serviceziffer [51226]



Mit fundiertem Expertenwissen, aktuellen Trendthemen, Gesteinskunde und vielen praktischen Tipps für die Werterhaltung. Broschüre kostenlos anfordern: MAPEI GmbH, 63906 Erlenbach, www.mapei.de

Info-Serviceziffer [51227]



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

Info-Serviceziffer [51228]



Vorsprung mit System – der neue MAPEI-Produktkatalog bietet Ihnen dazu alles, was Sie zum sicheren und emissionsarmen Bauen und Renovieren brauchen. MAPEI GmbH, 63906 Erlenbach, www.mapei.de

Info-Serviceziffer [51229]



Erfahren Sie mehr über die fugenlose Verlegung mit der LAPS auf unserer Webseite ... www.steuler-fliesen.de/medien/videos

Info-Serviceziffer [51230]



Das Kinder-Produktprogramm von Franke umfasst: Wasch- und Spielrinnen, Einzelwaschtische, Waschtischsäulen, Einhelmschüssel, Babywaschplatz, Fäkalausguss. Unser Sortiment steht für: Ergonomie, Robustheit, Pflegeleichtigkeit, Hygiene, Fröhlichkeit, Wasserspaß

Info-Serviceziffer [51231]



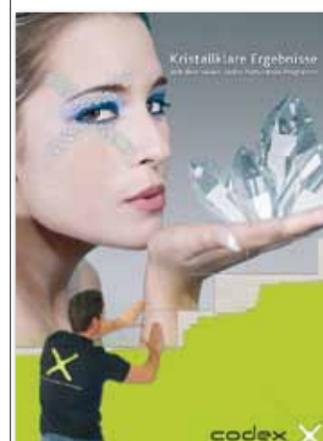
Mit Kiesel auf der sicheren Seite: Okatmos® steht für eine patentierte Eigenschaft der Verlegewerkstoffe. Sie sind wirksam gegen mikrobiologischen Abbau geschützt und zudem als sehr emissionsarm ausgezeichnet. Atmen Sie auf!

Info-Serviceziffer [51232]



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

Info-Serviceziffer [51233]



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 Farbbeständigkeit des Natursteinbelags

Info-Serviceziffer [51234]



Fugen haben einen wesentlichen Einfluss auf das gesamte Erscheinungsbild eines gefliesten Raumes. Deshalb hat codex sein revolutionäres Fugenprogramm jetzt auch farblich erweitert. Ab sofort können Sie die Farbe perfekt auf die Optik der Fliesen- und Natursteinbeläge abstimmen. Wählen Sie aus 32 Farbtrönen und setzen Sie neue Trends! Ihre Kunden werden begeistert sein.

Info-Serviceziffer [51235]



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 EC1 PLUS-Produkten: codexecoTec

Info-Serviceziffer [51236]



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

Info-Serviceziffer [51237]

Weitere Kataloge und wie Sie sie bestellen können auf der nächsten Seite!

Architectural Solutions HighTech...
Waschtische, Armaturen und Accessoires
Vom kompakten Gästewaschtisch bis zum Doppelwaschtisch, vom Einhebelmischer bis zur beruhigenden Armatur, ergänzt mit Accessoires in Chrom und Edelstahl.
HighTech Design Products AG
Info-Serviceziffer **[51238]**

AXOR
The Collections
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
Info-Serviceziffer **[51239]**

the SPIRIT of WATER
Architecture Perfoming Water Transforming Water Designing Culture
Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG
Köbbinger Mühle 6, 58640 Iserlohn,
Tel. +49(0)2371 433-0, Fax -232.
mail@dornbracht.de, www.dornbracht.com
Info-Serviceziffer **[51240]**

KORZILIUS
Oregon
Die Fliesenserie „Oregon“ wurde eigens für den Objektbereich entwickelt. Das Programm im Format 598 x 298 x 11 mm erfüllt die hohen Ansprüche von öffentlichen und halb-öffentlichen Einrichtungen sowohl in optischer als auch in funktionaler Hinsicht. Der neue Prospekt hält dazu detaillierte Informationen bereit
Info-Serviceziffer **[51241]**

BERGÉR NATURSTEINE
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 **[51242]**

So können Sie die Firmendruckschriften bestellen:
Besuchen Sie uns im Internet:
www.stein-keramik-sanitaer.de/ausgabe52012/info-service.php
Den gewünschten Katalog anklicken, Absender eingeben, absenden. Wir leiten Ihre Anfrage weiter
Oder übertragen Sie die darunter stehenden Kennziffer auf eine der Service-Karten (rechte Seite) und schicken Sie diese per Fax an: **02166-984185**
oder per Post an:
Verlag G. Köhler, Postfach 20 07 34
41207 Mönchengladbach
Oder schicken Sie ein Email mit den Kennziffern an service.sks@stein-keramik-sanitaer.de
Bitte Absender und ggfls. Lesernummer (s: Adress-Etikett) nicht vergessen

SKS STEIN KERAMIK SANITÄR
Naturstein, Keramik, Bad & Sanitär
Magazin für das Planen, Gestalten, Handeln und Arbeiten mit Stein, Keramik und Sanitärprodukten in allen Baubereichen
REDAKTION:
Gerhard Köhler (verantw.)
Ingrid Bork
Postanschrift der Redaktion:
Postfach 20 07 34
41207 Mönchengladbach
Hausanschrift:
Meerkamp 120
41238 Mönchengladbach
Tel.: 02166-984 183
Fax: 02166-984 185
redaktion.sks@stein-keramik-sanitaer.de
VERLAG / HERAUSGEBER:
Verlag G. Köhler e.K.
Meerkamp 120
41238 Mönchengladbach
Tel.: 02166-984 183
Fax: 02166-984 185
info@stein-keramik-sanitaer.de
ANZEIGEN:
PVO Presse- u. Verlagsbüro Ott e.K.
Postfach 11 34
65516 Bad Camberg
Telefon (0 64 34) 4 02 97-60
Fax (0 64 34) 4 02 97-61
anzeigen.sks@stein-keramik-sanitaer.de
Ansprechpartner: Daniel Ott
BEZUGSPREIS:
Der Einzelpreis beträgt € 3,00; Jahresabonnement € 18,00 (Ausland € 21,00); alle Preise incl. MwSt. und Porto
DRUCK UND DIGITALISIERUNG:
Moers Offsetdruck GmbH & Co. KG, Industriestr. 2b, 41352 Korschenbroich
ERSCHEINUNGSWEISE:
6x jährlich, z.Zt. ist die Preisliste vom 1.1.2012 gültig
geprüfte Auflage (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern)
Nachdruck, Reproduktion und Übersetzungen in andere Sprachen ist nur mit Genehmigung des Verlages gestattet. Das gilt auch für die Aufnahme in elektronischen Datenbanken. Vor Aufnahme eines Artikels dieser Zeitschrift in einen internen elektronischen Pressespiegel schicken Sie uns bitte ein Email (service.sks@stein-keramik-sanitaer.de) oder rufen Sie uns an (+49-0)2166-984183.

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!
Ein 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-52012
Von hier aus erreichen Sie alle interessanten Internet-Adressen mit einem Klick, und das auch von unterwegs!

Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 5/2012

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.

51201	51202	51203	51204	51205
51206	51207	51208	51209	51210
51211	51212	51213	51214	51215
51216	51217	51218	51219	51220
51221	51222	51223	51224	51225
51226	51227	51228	51229	51230
51231	51232	51233	51234	51235
51236	51237	51238	51239	51240
51241	51242	51243	51244	

So erfahren Sie mehr über die Angebote unserer Inserenten:

Wenn eine Anzeige, deren Inhalt Sie interessiert, eine Kennziffer hat, kreuzen Sie sie auf diesen 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/ausgabe52012/info-service.php

Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 5/2012

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.

51201	51202	51203	51204	51205
51206	51207	51208	51209	51210
51211	51212	51213	51214	51215
51216	51217	51218	51219	51220
51221	51222	51223	51224	51225
51226	51227	51228	51229	51230
51231	51232	51233	51234	51235
51236	51237	51238	51239	51240
51241	51242	51243	51244	

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!

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

Unterschrift _____

Datum/Unterschrift _____

Seite 5

Über Euroskills bzw. Worldskills: www.worldskillsgermany.de/euroskills/index.htm

Ein Vollkostenvergleich der Arbeitsgemeinschaft für sparsamen und umweltfreundlichen Energieverbrauch e.V. (ASUE) im Jahr 2011 belegt, dass der finanzielle Gesamtaufwand für flüssig-gasbetriebene Heizanlagen deutlich unter dem anderer Systeme liegt. Alle Ergebnisse des Vollkostenvergleichs sind unter www.asue.de einsehbar. Der Auftraggeber der Emnid-Untersuchung: Primagas Energie GmbH & Co. KG, Luisenstraße 113, 47799 Krefeld, Tel.: 02151-852 0, Fax: 02151-852 270, E-Mail: info@primagas.de, www.primagas.de

Seite 6

Mehr über die Initiative der Sanitär-Industrie und den ausführlichen Text der Untersuchung: www.blue-responsibility.com/de/
Informationen über die Kalender-Ausstellung in der Hansgrohe-Aquademie (Auestr. 9, 77761 Schiltach, Tel.: 07836-51 3272, Fax: 07836-51 1505): <http://www.hansgrohe.de/17420.htm>
Der Link zur SKS-Hansgrohe-Kalenderaktion: www.stein-keramik-sanitaer.de und den Aktionsbutton „Hansgrohe-Kalenderaktion“ anklicken. Den ersten fünf Besuchern schenken wir jeweils einen „Magic Water-Kalender“



Seite 7

Was das Netzwerk „FutureBizz“ bedeutet, wird hier erläutert:

www.future-bizz.de/

Mitglieder des Netzwerkes sind: Altana AG (www.altana.com/), Bayer MaterialScience AG (www.materialscience.bayer.com/), Durable Hunke & Jochheim GmbH (www.durable.de/), Grohe AG (www.grohe.com/de/), Hettich Holding GmbH (www.hettich.com/de_DE/), Kes-seböhmer Holding e. K. (www.xn--kes-seböhmer-jcb.com/), Papierfabrik August Koehler AG (www.koehlerpaper.com/de/index.php), Rehau AG + Co (www.rehau.com/DE_de/), Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG (www.vaillant.de/), Freudenberg Haushaltsprodukte KG (www.vileda.com/), Vorwerk & Co. KG corporate.vorwerk.com/de/home/, Xella International GmbH (www.xella.de/)

Seite 8

Die Architekten des Kulturzentrums MUCA: COR & Asociados, Miguel Rodenas und Jesús Olivares, Pza. Gabriel Miró 18-3, E-03001 Alicante, Tel. + Fax: 0034-965213929, www.cor.cc

Seite 10

Informationen rund um die Innovationcity Bottrop: www.bottrop.de/microsite/ic/

Zu den Industriepartnern gehören unter anderem auch Baustoffhersteller wie Remmers, PCI Augsburg oder Weber Saint Gobain.

Seite 11

Lichtblick in dunklen Zeiten: Über die McDonalds's Kinderhilfe allgemein: <http://www.mcdonalds-kinderhilfe.org/>. Mehr über die Anlage in Tübingen: www.mcdonalds-kinderhilfe.org/was-wir-machen/ronald-mcdonald-haeuser/tuebingen/?etracker=Haeuseruebersicht-Tuebingen

Seite 12

„Villa Tugendhat“: Architektur-Ikone
Ausführliche Informationen über die Geschichte und die Architektur der Villa auf der offiziellen Internetseite: www.tugendhat.eu/en/ (englisch) oder auch bei

Der jährliche Kalender hat beim Armaturenhersteller Hansgrohe SE eine lange Tradition. Wie in den vergangenen Jahren hat man auch dem Kalender 2013 mit kunstvollen und emotionalen Motiven ausgestattet. Das Foto zeigt das Titelbild.

de.wikipedia.org/wiki/Villa_Tugendhat.
Über Mies van der Rohe: de.wikipedia.org/wiki/Ludwig_Mies_

Nostalgie pur: Armaturen wie im Badezimmer der Villa Tugendhat anno 1930 das Waschbecken zierten, haben auch heute wieder ihre Liebhaber



van_der_Rohe

Die Fliesen-Repliken produzierte RAKO/Lasselsberger, a.s., Adelova 2549/1, 32000 Plzen - Jižní Předměstí, Tschechien, Info-Telefon: 800 303 333, Tel.: +420 378 021 111, Fax: +420 378 021 119, www.rako.eu

Seite 15

DEUBAU-Preis feiert „silbernes Jubiläum“: www.deubau-preis.de/
Symposium als Fortbildungsveranstaltung: www.deutsche-bauchemie.de
Anmeldung zum Wassersymposium: wassersymposium@hansgrohe.com. Die Teilnahme ist kostenfrei. Mehr über die Veranstaltungsreihe: http://www.hansgrohe.com/de/wassersymposium_2012

Seite 16

Spektakuläre Architektur für spektakuläre Sammlung
Über das Museum und die Architektur: www.mkb.ch/de/3-1-museum/3-3-architektur.html
Über die Keramik-Elemente: Agrob Buchtal GmbH, Buchtal 1, 92519 Schwarzenfeld, Tel.: 09435-391 3379, Fax: 09435-391303379, www.agrob-buchtal.de

Seite 18

Kaskada: Fassaden-Spagat für Shoppingtempel
Die Klinker-Verkleidung der Fassade: Ströher GmbH, Ströherstraße 2-10, 35683 Dillenburg, Tel.: 02771-391 0, Fax: 02771-391 340, www.stroeher.de

Seite 19

Die Bad-Vision im Notebook-Format: M3B Service GmbH, Hünegräben 19a, 57392 Schmallenberg, Tel.: 02972-

9725 0, Fax: 02972-9725 92, www.m3b.de/index.php/software/3d-badplanung

Seite 20

ISH 2013: Ideen für die ganzheitliche Badplanung
Über das Projekt der Messe Frankfurt: <http://ish.messefrankfurt.com/frankfurt/de/aussteller/messeplanung/wall-floor.html>

Seite 22

Planen, perfekt beraten, präsentieren – komplett in 3D: ViSoft GmbH Ingenieurbüro für visuelle Konzepte, Mercedesstr. 1, 71063 Sindelfingen, Tel.: 07031-49165 70, Fax: 07031-49165 79, www.visoft.de

Seite 26

Cersaie 2012: Fliesenmesse zollt der Krise Tribut
Über die Messe und die Aussteller: www.cersaie.it (englisch)

Seite 28

Fliesen-Trends von der Cersaie in Bologna:
Noch mehr darüber weiß Uta Kurz Coaching Innovation, Merianweg 15, 40724 Hilden, Tel.: 02103-897727, Fax: 02103-897726, www.uta-kurz.de

Seite 30

Ceramica De Maio Francesco Srl. Vietri Ceramic Group, Via Nazionale, 5, Nocera Superiore, 84015 Salerno, Tel.: +39-081-931011, Fax: +39-081-5142366, www.francescodemaio.it/
Problemlose Trockenverlegung: : Korzilius GmbH, Krugbäckerstraße 3, 56424 Morigendorf, Tel.: 02623-609-0, Fax: 02623-609-102, www.korzilius.com

Seite 31

Quadratur der Kreise: Jasba Mosaik GmbH, Im Petersborn 2, 56244 Ötzingen, Tel.: 02602-682 0, Fax: 02602-682 1506, www.jasba.de

Seite 32

Kopf und Herz oder Hand und Fuß? www.head-and-heart.com/de/ oder www.hansgrohe.de/16805.htm
Hansgrohe AG/Axor, Auestraße 5-9, 77761 Schiltach, Tel.: 07836-51 1215, Fax: 07836-51 1170, www.hansgrohe.com oder www.axor-design.com/
„ShowerArt“: Bärwolf GmbH & Co. KG, Robert-Bosch-Str. 9, 44629 Herne, Telefon 02323-9371 0, Fax: 02323-7116 + 937117, www.baerwolf.de

Seite 33

Profil für die mobile Steckdose: Dural GmbH & Co. KG, Südring, 56412 Ruppach-Goldhausen, Tel.: 02602-9261-0,

Fax: 02602-9261-50, www.dural.de
„Heiz-Estrich“ ohne Trocknungszeit: Calomero Flächenheiz- und Kühlsysteme GmbH, Kratzenburger Landstraße 3, 56154 Boppard, Tel.: 06742-94197 23, Fax: 06742-94197 27, www.calomero.com

Seite 34

Der weiße Waschtisch: www.bisazzabagno.com
„Black is beauty“: Jasba Mosaik GmbH, Im Petersborn 2, 56244 Ötzingen, Tel.: 02602-682 0, Fax: 02602-682 1506, www.jasba.de

Riemchen in neuer Farbe: Ströher GmbH, Ströherstraße 2-10, 35683 Dillenburg, Tel.: 02771-391 0, Fax: 02771-391 340, www.stroeher.de

Beckenrandsysteme: Agrob Buchtal GmbH, Buchtal 1, 92519 Schwarzenfeld, Tel.: 09435-391 3379, Fax: 09435-391303379, www.agrob-buchtal.de

Komfortabel per Knopfdruck: Hansgrohe AG, Auestraße 5-9, 77761 Schiltach, Tel.: 07836-51 1215, Fax: 07836-51 1170, www.hansgrohe.com

Seite 35

Die Fliese als Objekt: Steuler-Fliesen GmbH, Industriestraße 78, 75417 Mühlacker, Tel.: 07041-801 110, Fax: 07041-801 210, www.steuler-fliesen.de
Pro und contra dünne „Renovierungsfliesen“: Agrob Buchtal GmbH, Buchtal 1, 92519 Schwarzenfeld, Tel.: 09435-391 3379, Fax: 09435-391303379, www.agrob-buchtal.de
Neue Profillösungen: Schlüter-Systems KG, Schmölestraße 7, 58640 Iserlohn, Tel.: 02371-971 0, Fax: 02371-971 111, www.schluter.de

Seite 36

Schienensystem für Natursteinbeläge: Schanz Natursteine GmbH & Co. KG, Neckartal 67, 78628 Rottweil, Tel.: 0741-3485911, Fax: 07413485912, info@schanz-natursteine.de, www.schanz-natursteine.de
Dekoratives für die Wand- und Boden: Heinrich Hahne GmbH & Co. KG, Heinrich-Hahne-Weg 11, 45711 Datteln, Tel.: 02363-56630, Fax: 02363-5663 93, www.hahne-bautenschutz.de

Seite 44

Bette GmbH: Zentrum für perfekte Bädewannen:
Bette GmbH & Co. KG, Heinrich-Bette-Str. 1, 33129 Delbrück, Tel.: 05250-511 0, Fax: 05250-511 130, www.bette.de

Tradition.
Präzision.
Innovation.

Green-Building mit Solarammatur

Mehr als zehn Jahre nach den Terror-Attacken auf die Zwillingstürme ist das World Trade Center wieder das höchste Gebäude in New York. Der noch im Bau befindliche Tower One erreicht bereits eine Höhe von 387 Metern. Derzeit wird auf dem Gelände ein neuer Komplex errichtet, der aus insgesamt sechs Wolkenkratzern bestehen soll. Kernstück des Gebäudekomplexes wird das neue One World Trade Center sein, dessen Höhe von 1776 Fuß (541,3 Meter) auf das Jahr der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung anspielt. Die Waschräume des One World Trade Centers sowie des Turms 4 werden mit 1 500 Solarammaturen vom Typ „Solino“ des Schweizer Herstellers Iqua ausgestattet. Die Armatur ist Teil des Konzeptes, das zum Ziel hat, für diesen von David Childs und Fumihiko Mak geplanten Turm 4 die Auszeichnung des U.S. Green Building Council in Gold zu erhalten

Mehr Aufträge im Bauhauptgewerbe

Im August 2012 sind die Auftragsgänge im Bauhauptgewerbe im Vergleich zum August 2011 preisbereinigt um 8,4 Prozent gestiegen. Wie das Statistische Bundesamt weiter mitteilt, nahm dabei die Baunachfrage im Hochbau um 17,6 Prozent zu, im Tiefbau dagegen um 1,5 Prozent ab. Der Gesamtumsatz belief sich danach im August 2012 auf rund 8 Mrd. Euro und stieg damit gegenüber August 2011 um 2,0 Prozent. Gleichzeitig nahm im Berichtszeitraum die Zahl der Beschäftigten um 2,6 Prozent ab. In den ersten acht Monaten 2012 stiegen die Auftragsgänge des Bauhauptgewerbes preisbereinigt um 4,8 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum, wobei der Umsatz in dieser Zeit um 1,6 Prozent stieg.

Umsatzzuwachs und Kostendruck

Die Grohe-Gruppe (Grohe AG, Joyou AG) meldet für das erste Halbjahr 2012 einen konsolidierten Umsatz in Höhe von 695 Mio. Euro. Nach 522 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum liegt damit das Wachstum bei 33 Prozent. Auch ohne Joyou weist Grohe für den Zeitraum einen Umsatzzuwachs auf 536 Mio. Euro aus. Auch der deutsche Markt habe sich mit einem Plus von 7 Prozent positiv entwickelt. Die unverändert andauernden EURO-Schuldenkrise und deren Auswirkungen auf die Rohstoffpreise, Zulieferteile und damit die gesamten Produktionskosten beeinflussen auch die weltweite Sanitärbranche nachhaltig. Das mache, wie es bei Grohe heißt, eine Preiserhöhung unumgänglich, um die Ertragskraft des Unternehmens zu sichern.

Kanadische Experten bei Schlüter

Kanadische Architekten und Fliesenhändler waren Mitte September am Stammsitz der Schlüter-Systems KG in Iserlohn zu Gast. Neben einer ausführlichen Werksbesichtigung nahmen die Gäste aus Nordamerika auch das zum Unternehmen gehörende Hotel Vierjahreszeiten in Iserlohn unter die Lupe. Dort lässt sich die innovative Schlüter-Technik hautnah erleben, unter anderem im neu gestalteten Pool- und Wellnessbereich. Klaus-Dieter Berger, Leiter des Schulungswesens, gab den Gästen im firmeneigenen Schulungszentrum schließlich noch einen umfassenden theoretischen und praktischen Überblick über das Potenzial des Schlüter-Sortiments.

Bette GmbH:

Zentrum für perfekte Badewannen

Mit einem neuen Schulungs- und Besucherzentrum will die Bette GmbH, Hersteller von Badewannen, Duschwannen und Waschtischen aus Stahl-Email Antworten auf viele Fragen der Architektur- und Haustechnikbindung der Produkte geben.

In dieser als „Bettebualabor“ bezeichneten 800 000 Euro teuren Investition auf dem Firmengelände in Delbrück gibt es Schulungs- und Vortragsräume für Handwerk, Handel sowie Architekten und Planer. Sichere Schnittstellen zum Gebäude und praxisorientierte Installationstechnik rund um das Badobjekt von Bette lassen sich hier erklären und in der Praxis erproben. Das Herzstück der Anlage ist

Der lang gestreckte Baukörper mit 400 Quadratmetern Grundfläche bietet neben



Fotos: Bette

Der dank großer Glasflächen lichtdurchflutete Neubau beherbergt ein hochmodernes Schall-Labor, in dem nach normgerechten Standards Prüfzyklen rund um den Schallschutz durchgeführt werden können (unten links). Die Glasfassade wird von einem Streifen mit Stahl-Email-Flächen unterbrochen (Foto oben)

ein Schalllabor, in dem normgerechte Prüfzyklen rund um den Schallschutz simuliert werden können. Dieses Haus im Haus in der Gebäudemitte ist schallentkoppelt und mit hochempfindlicher Messtechnik ausgestattet. Die Überwachung der Tests erfolgt über Videokameras und Bildschirme. An real eingebauten Waschtischen, Wannen und Duschflächen werden dabei Funktions- und Nutzergeräusche gemessen als Grundlage für Produkt-Optimierungen.

modernster Haustechnik auch architektonische Qualität: Das Niedrigenergiegebäude wurde von der Schweizer Architektin Brigitte Wullschlegler (Dettling Wullschlegler Architekten, Oberarth/Zürich) entworfen und mit hohen Anteilen von Glasbauelementen errichtet. Es kommt dank optimierter Durchlüftungstechnik ohne Klimaanlage aus. Eine farbige Verkleidung aus Stahl-Email an der Fassade weist dabei auf die Produkt-Kompetenz des Unternehmens hin.

INFO: Bette hat sich exklusiv auf die Prozesse Stahlumformung und Emaillierung spezialisiert und setzt eine selbst entwickelte Umformtechnik mit extrem kurzen Rüstzeiten ein. Bette beschäftigt heute am Produktions- und Verwaltungssitz in Delbrück 300 Mitarbeiter und stellt ausschließlich an diesem Standort mehr als 600 verschiedene Wannen- und Waschtischmodelle in über 1 000 möglichen Oberflächenfarben her. In der Fertigung verbinden sich in vielen Details industrialisierte und technisierte Prozesse mit echter Manufakturfertigung in qualifizierter Handarbeit. Die natürlichen Rohstoffe Glas, Wasser und Stahl werden zu Produkten verarbeitet, die in einer großen Vielfalt an Formen, Abmessungen und Farben angeboten werden.

Korzilius GmbH:

Polnischer Investor gibt auf

Der Fliesenhersteller Korzilius GmbH hat Ende Oktober beim Amtsgericht Montabaur einen Insolvenzantrag wegen drohender Zahlungsunfähigkeit gestellt. Darüber informierte aktuell die Anwaltskanzlei Jens Lieser, die am 25. 10 vom Insolvenzgericht zum vorläufigen Insolvenzverwalter bestellt wurde.

Das Unternehmen Korzilius, das bereits 1846 mit der Herstellung von Tonkrügen begann und sich später auf die Herstellung von Keramikfliesen konzentrierte, beliefert den deutschen und angrenzenden europäischen Markt.

Bereits 2008 musste das Unternehmen, das bis dahin in Familien-Besitz war, zum Insolvenzgericht, bevor sich die polnische Tubadzin-Gruppe am Produktionsstandort Mogendorf im Westerwald engagierte und mit erheblichen Investitionen die fast 150 Arbeitsplätze in dieser Struktur schwachen Region rettete. Noch in den vergangenen Monaten wurde in neue Anlagen investiert (SKS berichtete) und vor wenigen Wochen im Rahmen der Messepräsentation in Bologna vielversprechende Neuheiten präsentiert. Insofern kommt der Schritt der Polen sicher nicht nur für die etwa 150 Mitarbeiter sehr überraschend. Wie es in der Information des Insolvenzverwalters heißt, wurde der 2008 begonnene Neuanfang nicht durch Kreditinstitute, sondern durch die polnischen Gesellschafter finanziert, die jetzt offensichtlich nicht mehr bereit waren, die Verlustfinanzierung hinzunehmen.

Von der Insolvenz sind rund 150 Mitarbeiter am Produktionsstandort in Mogendorf betroffen. Die Löhne und Gehälter der Belegschaft wurden bis Ende September gezahlt. Durch das Insolvenzgeld sind diese bis einschließlich Dezember gesichert. Rechtsanwalt Lieser wird in Kürze bei der Bundesagentur für Arbeit eine Insolvenzgeldvorfinanzierung beantragen. Trotz der Insolvenz sollen die Produktion, der Geschäftsbetrieb und der Vertrieb durch den Außendienst uneingeschränkt weiterlaufen. Da Korzilius ein etablierter Name dank einer langen Tradition und bekannt durch hochwertige Produkte ist, will Lieser selbst in einem schwierigen

Marktumfeld „alle Möglichkeiten nutzen, um den Traditionshersteller zu sanieren“.

Die polnischen Investoren hatten offensichtlich gehofft, mit dem von Korzilius besetzten Produktsegment der stranggepressten Keramikfliesen das eigene Portfolio abrunden zu können. Aufgrund des harten in- und ausländischen Wettbewerbs konnte der Westerwälder Traditionshersteller die insbesondere im Auslandsgeschäft erwarteten Umsätze aber nicht mehr zur Zufriedenheit der polnischen Investoren erzielen.

Das Traditionsunternehmen Korzilius hatte 1846 mit der Herstellung von Tonkrügen begonnen und später Tongeschirr und Steinzeugrohre hergestellt. In den 1950er-Jahren konzentrierte sich Korzilius zunehmend auf die Herstellung von Fliesen. Die besondere Qualität der Korzilius-Fliese liegt in ihrer speziellen Produktionsmethode: die Fliese wird extrudiert. Heute zählt Korzilius im In- und Ausland zu den namhaften Herstellern von Fliesen dieser Produktionsmethode für Wohn- und Architekturkeramik.

Überhaupt scheint das polnische Engagement an deutschen Fliesenherstellern aktuell etwas glücklos zu verlaufen. So wurde der vormals zur Deutschen Steinzeug Cremer & Breuer AG (DSCB) gehörende Fliesenhersteller Meissen Keramik GmbH (nicht zu verwechseln mit der Meissen Porzellan Manufaktur) 2010 an die Magellan Gruppe beziehungsweise die Beteiligungsgesellschaft EnCo des polnischen Unternehmers Michael Solowow veräußert. Ende September 2012 wurde der Geschäftsführer Richerzhagen entlassen und eine neue dreiköpfige Geschäftsführung etabliert. Über die Geschäfte des im Preiswert-Segment operierenden Unternehmens gibt es widersprüchliche Informationen.

Armaturenhersteller erwarten Umsatzwachstum

Die deutschen Gebäudearmaturenhersteller blicken auf ein durchwachsendes erstes Halbjahr 2012 zurück. Von Januar bis Juli 2012 erzielten sie ein nominales Gesamtumsatzplus von lediglich einem Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Im Euroraum gingen die Umsätze von Januar bis Juli 2012 um 2 Prozent zurück. In Deutschland, Schweiz und Polen läuft die Baukonjunktur weiterhin gut. Außerhalb Europas lief das Geschäft deutlich besser. Die deutschen Exporte nach Russland und in die USA legten um 17 bzw. 5 Prozent zu. Demgegenüber erzielten die technischen Gebäudearmaturen ein Umsatzwachstum von 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Hoffnung gibt es für das zweite Halbjahr, nachdem sich die Auftragsgänge im Juli in allen drei Produktgruppen positiv entwickelten.

Nominierung für den Hochschulpreis

Marc Schmidt, Masterand im Vorstandsressort der Uzin Utz AG, wurde im Rahmen seiner sechsmo-natigen Masterarbeit zum Thema „Interne Kommunikationsstrategien in Bezug auf Nachhaltigkeit bei der Uzin Utz AG“ vom Vorstandsvorsitzenden Dr. H. Werner Utz persönlich sowie dem Vorstandsassistenten Darko Halapa betreut. Nach Abschluss seiner Masterarbeit erhielt er die Nominierung für den IHK-Hochschulpreis der schwäbischen Wirtschaft 2012. Marc Schmidt wollte nach seinem Bachelor-Studium mehr: So schrieb er sich für das Masterstudium „Advanced Management mit dem Schwerpunkt International Brand and Sales Management“ an der Hochschule Neu-Ulm (HNU) ein. Insbesondere konzentrierte er sich auf die Themen Markenführung und Unternehmenskommunikation am Kompetenzzentrum Marketing und Branding der HNU. Der Hochschulpreis der schwäbischen Wirtschaft wird seit über 22 Jahren einmal jährlich von der IHK Schwaben verliehen und ist mit 3 000 Euro dotiert.

„App“ für Fachbetriebsuche

Wissen, wer das machen kann, und zwar jetzt und hier: Der mobile Verbraucher sucht heutzutage gerne von unterwegs Hilfe und Informationen und lädt sich dafür geeignete „Apps“ auf sein Smartphone herunter. Der ZVSHK hat diesen Trend aufgegriffen und eine Applikation zur SHK-Handwerkersuche geschaffen. Mit Hilfe der „App“ können Verbraucher den für ihre Arbeiten passenden SHK-Spezialisten mit ein paar Fingertipps oder Klicks ausfindig machen. „In Zeiten zunehmender Mobilität ist ein solches Angebot zeitgemäß und gehört zu einer guten Kundenbetreuung“, stellte Frank Ebisch, Bereichsleiter Kommunikation beim ZVSHK, fest. Schon in der Abfrage werden einzelne Fachbereiche wie Energieberatung, Heizungswartung, Badausstellung oder Solarthermie zur Wahl gestellt. Das Suchergebnis liefert dann den passenden SHK-Innungsbetrieb in der Nähe des potenziellen Kunden. Seit der Markteinführung vor einem halben Jahr zählt die „App“ des ZVSHK über 1 300 Downloads aus dem „App“-Store. Davon entfallen ca. 900 Downloads auf die allgemeine SHK-Handwerkersuche. Rund 400 Downloads zielen auf die Spezialistensuche mit konkretem Schwerpunkt „Barrierefreiheit“.

Abwrackprämie für alte Heizkessel

Das Bundesumweltministerium plant die Einführung einer Abwrackprämie für alte Öl- und Gasheizungen. Der Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) hat eine solche Einmalprämie für Anlagenbetreiber zur Beseitigung des Modernisierungstaus in deutschen Heizungskellern bereits 2009 gefordert. „Wir begrüßen daher grundsätzlich diese Überlegung der Bundesregierung“, urteilt Manfred Stather, der Präsident des ZVSHK, warnt aber gleichzeitig davor, es bei einer reinen Ankündigung zu belassen. Schon heute hätten zahlreiche Kunden in Deutschland Aufträge zur Heizungsmodernisierung zurückgestellt, um abzuwarten, ob oder wann die Bundesregierung die Abwrackprämie tatsächlich einführt. Lediglich ganze drei Prozent der Hauseigentümer haben im vergangenen Jahr nach Angaben des ZVSHK ihre veraltete Heizungsanlage ausgetauscht.

Preis des Mittelstandes verliehen

Im September 2012 wurden in Würzburg die erfolgreichsten Unternehmen im 18. bundesweiten Wettbewerb um den „Großen Preis des Mittelstandes 2012“ aus den Bundesländern Baden-Württemberg,

Bayern, Hessen und Thüringen ausgezeichnet. Die 12 als „Preissträger“ und 24 als „Finalisten“ ausgezeichneten Unternehmen sowie die mit einem „Sonderpreis“ geehrte Kommune und Bank hatten sich gegen die Konkurrenz von insgesamt 1 834 Mitfavoriten aus den vorgenannten Bundesländern erfolgreich durchgesetzt. Leistungs-Kriterien waren eine hervorragende Gesamtentwicklung des Unternehmens, die Schaffung sowie Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen, vorbildliche Leistungen in den Wettbewerbskriterien Innovation/Modernisierung, Engagement in der Region und Service, Kundennähe sowie Marketing. Der Bauelemente-Hersteller Kemmlit wurde zum 4. Mal für den Wettbewerb nominiert. Diesmal gelang der Sprung unter die Preissträger. Das Unternehmen entwirft und gestaltet ganzheitliche Lösungen für Sanitärräume in, wie es heißt, „schwäbischer Solidität mit Tüftlergeist und Innovation“.

Mehr Nachfrage nach Aufrüstungen

Die Trinkwasserverordnung 2011 zeigt in der Praxis öffentlicher Sanitäranlagen nachhaltige Wirkung. So findet nicht nur eine konsequentere Überprüfung statt, es kommen dabei auch immer mehr akute Legionellen-Probleme in Wasserinstallationen ans Licht. Gleichfalls ist die Bereitschaft unter Betreibern, frühzeitige effiziente Präventions-Maßnahmen gegen Legionellen vorzunehmen, deutlich angestiegen. So berichtet der Systemanbieter Kuhfuss von einer deutlich steigenden Tendenz von Anfragen zur Umrüstung von Bestandsanlagen bzw. Aufrüstung vorhandener Armaturen und Duschelemente. Häufig sind es bekannte Stagnationsproblematiken oder schwierige Frequentierungsbedingungen, die die Betreiber veranlassen, Maßnahmen zu ergreifen, die einen regelentsprechenden Betrieb unterstützen und vor einer möglichen Kontamination bewahren sollen. Die Praxis zeigt aber auch, dass immer noch große Unsicherheiten bestehen, wenn es darum geht, die wirklich optimale Lösung der Vorsorge oder Bekämpfung einzusetzen. So bestehen z. B. oftmals irrtümliche Vorstellungen von der Wirkung thermischer Behandlungen.

Altersgerechter Wohnungsbau

In Deutschland gibt es aktuell nur 1,5 Prozent barrierearme Wohnungen. Die staatliche Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) hat deshalb den altersgerechten Umbau von Häusern oder Wohnungen entsprechend gefördert. Bis zum Jahresende 2011 konnten modernisierungswillige Immobilienbesitzer neben günstigen Krediten auch aus Bundesmitteln finanzierte Zuschüsse beantragen. Diese Variante ist jetzt ersatzlos entfallen. Gemeinsam mit dem Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen (GDW) und dem Bundesverband Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen e.V. fordert der ZVSHK deshalb von der Politik die Fortführung des KfW-Programms „Altersgerecht Umbauen“ in einer Zuschussvariante. Die drei Verbände haben gemeinsam eine entsprechende Erklärung an die Politik gerichtet.

Bezugsquelle „Baumarkt“

Beim Einkauf von Arbeitsmaterial der SHK-Installateure sei, so die immer wieder betonte Vorgabe der Verbandsfunktionäre, Dreistufigkeit Pflicht. Dass dies der Markt nicht ganz so eng sieht, hat eine Umfrage von Bauinfoconsult herausgefunden. Die Marktforscher wollten wissen, wo die Verarbeiter am meisten einkaufen: im allgemeinen Fachhandel, im Spezialfachhandel oder direkt beim Hersteller?

BASF AG:

Mehr Stärke für die Bauchemie

Der Chemie-Konzern BASF will die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmensbereichs Construction Chemicals in Europa stärken und an die aktuell schwierigen Marktbedingungen anpassen. Davon betroffen ist auch der Bauchemie-Anbieter PCI Augsburg GmbH.

Die Maßnahmen umfassen die Anpassung des Geschäfts an rückläufige Märkte vor allem in Südeuropa und Großbritannien, die Verbesserung der Effizienz sowie eine noch stärkere Ausrichtung der Organisation auf den Kunden. Von der Neupositionierung sind europaweit etwa 400 Stellen betroffen. Die BASF strebt an, den Mitarbeitern, soweit möglich, Stellen innerhalb der BASF-Gruppe anzubieten. „Das Umfeld für die Bauindustrie ist in vielen europäischen Ländern weiterhin sehr schwierig“, so Dr. Tilman Krauch, Leiter des Unternehmensbereichs Construction Chemicals der BASF. Deshalb habe man Maßnahmen entwickelt, um das Geschäft auf die lokalen Marktgegebenheiten auszurichten.

Die Krisenherde Spanien, Portugal, Griechenland und Italien sind seit Langen bekannt. Branchenkenner sind daher über die späte Reaktion des BASF-Managements eher überrascht. Jetzt erst plant der Konzern, seine Marketing- und Vertriebsorganisationen sowie Produktionskapazitäten in Südeuropa an die neuen Marktbedingungen anzupassen. Auch Großbritannien steht in diesem Zusammenhang im Fokus, da auch hier die Bautätigkeit seit 2008 deutlich zurückgegangen ist.

Auf dem deutschen Markt bereitet zu nehmen die BASF-Tochter PCI Sorgen, wobei es hier weniger um konjunkturelle Ursachen geht, sondern um die Anpassung an eine veränderte Kundenstruktur. Bekanntermaßen sorgte bereits seit der Aufhebung des Meisterzwangs im Fliesenleger-Gewerbe die zunehmende Fragmentierung durch die wachsende Anzahl von Kleinbetrieben im Handwerk für komplexe Geschäftsprozesse. Darauf will man jetzt reagieren.

Man wolle sich aktiv auf den Wandel in

wichtigen Marktsegment des Unternehmens, den Fliesen-Verlegeprodukten, einstellen, erläutert Manfred Grundmann, Mitglied der Geschäftsführung der PCI, die geplanten Maßnahmen: „Der Aufwand, um eine bestimmte Menge unserer Produkte zu verkaufen, hat zugenommen, und dieser Trend setzt sich fort“. Deshalb wolle man die Partnerschaft mit dem Fachhandel stärken und die Effizienz unserer internen Abläufe erhöhen.

Außerhalb der heutigen Kernmärkte Deutschland, Österreich und der Schweiz werde sich die PCI in Zukunft auf Frankreich, Benelux und Skandinavien konzentrieren. „Diese Länder sind für uns besonders attraktiv, deshalb zählen sie in Zukunft ebenfalls zu unseren Kernmärkten“, so Dirk Bremm, Leiter des europäischen Bauchemie-Handelsgeschäfts der BASF, dessen Kernstück die PCI ist. Mit welchen Maßnahmen der Konzern „die Schlagkraft der Marke PCI erhöhen und das volle PCI-Geschäftsmodell umsetzen will, um unsere führende Marktposition im Bereich der Fliesenverlegesysteme in Europa weiter zu stärken“, geht aus der Pressemeldung allerdings nicht hervor. Bekannt wurde lediglich, dass man sich aus für sie weniger attraktiven europäischen Märkten wie zum Beispiel Großbritannien zurückziehen werde. Von den geplanten Veränderungen sind über 60 Stellen an den PCI-Standorten Augsburg, Wittenberg und Hamm betroffen.

Wie es heißt, plant die BASF außerdem, ihr Geschäft mit Betonspritzmaschinen für den Tunnel- und Bergbau unter der Marke Meyco Equipment mit Sitz in Winterthur/Schweiz und ihr Conica Sports-Surfaces-Geschäft in Schaffhausen/Schweiz zu verkaufen. Beide Geschäfte lägen außerhalb des strategischen Fokus des Unternehmens.

Zinsen bleiben niedrig

Aktuell sind Immobiliendarlehen so günstig zu bekommen wie noch nie. Hintergrund ist die weiter schwelende Staatsschuldenkrise im Euroraum. Um eine Liquiditätskrise im Finanzsektor zu verhindern, hat die Europäische Zentralbank großzügig Liquidität bereitgestellt und den Leitzins auf ein neues Rekordtief von 0,75 Prozent gesenkt. Eine nochmalige Kürzung des Zinssatzes auf dann 0,5 Prozent ist angesichts der noch ungelösten Krise und einer schwachen Konjunktur wahrscheinlich. Bauherren und Investoren werden von diesem Zinsschnitt aber kaum mehr profitieren, meint Dr. Marco Bargel, Chefvolkswirt Postbank. Die Märkte rechnen bereits seit einiger Zeit mit einem solchen Schritt, so dass die Leitzinssenkung in den aktuellen längerfristigen Zinssätzen bereits vorweggenommen wird. Eine schnelle Trendwende bei den Zinsen erwartet Bargel nicht. Die Europäische Zentralbank wird den Leitzins erst dann erhöhen, wenn sich die Konjunktur im Euroraum stabilisiert hat und sich merkliche Erfolge in der Bekämpfung der Staatsschuldenkrise zeigen.

SGBDD:

Scharfes Profil für Fliesenstandorte

„Raab Karcher Fliesenwelt“ ist tot, es lebe „Keramundo – Welt der Fliesen“. Der deutsche Ableger des weltweit operierenden französischen Mischkonzerns Saint Gobain strukturiert seine Fliesensparte neu. Zentraler Bestandteil dieser Maßnahme ist die Bildung einer neuen Marke, die das Ende der traditionsreichen Handelsmarke „Raab Karcher Fliesenwelt“ bedeutet.

Über den insgesamt 26 bestehenden Standorten soll danach bis zum Jahresende 2012 der Schriftzug „Keramundo – Welt der Fliesen“ die neue Markenstrategie dieses SGBDD-Geschäftszweigs dokumentieren. Wie Udo Brandt, Vorsitzender der SGBDD-Geschäftsführung, am Rande der 9. Auflage der Hausmesse „Fliesen-Preview 2012“ in Fulda gegenüber der Presse erläuterte, möchte man mit diesem Schritt das Profil der Fliesenstandorte im Rahmen der von dem Handelskonzern verfolgten klassischen Mehrmarkenpolitik langfristig schärfen.

„Es war für uns nur logisch, dass auch die Raab Karcher Fliesenstandorte und damit die anerkannten Fliesenspezialisten schlechthin eine eigene Marke erhalten“, so Udo Brandt. Die spezielle Namensgebung erklärt Brandt mit seiner langen Geschichte im Bereich Fliese und

mit Umfrageergebnissen, die ihm auch in der heutigen Zeit ein positives Image bescheinigt hätten. Der Name „Keramundo“ sei frisch, sympathisch und zeitgemäß. Das sind Attribute, die für SGBDD bestens passen würden, so Udo Brandt weiter.

Wie Peter Erfeling, Leiter Geschäftsfeld Fliesen/Sanitär, erläuterte, sei der Umstrukturierungs-Prozess bereits im vergangenen Jahr begonnen worden, bei dem Markenwerte und Positionierung erarbeitet worden sind. „Keramundo ist der führende, leistungsstarke Fliesenfachhandel im deutschen Markt, der seinen Kunden auf Augenhöhe begegnet und sie voller Tatkraft unterstützt“, beschreibt Erfeling das Credo der Neu-Positionierung. Ein hoher Stellenwert kam dabei der frühzeitigen Einbindung der Mitarbeiter an den 26 Standorten zu.

Zwischen Oktober und Jahresende findet die logistisch aufwändige Neubeschilderung aller Standorte statt. Zeitgleich erhält jeder Standort auch die Keramundo-Geschäftsausstattung sowie die Werbemittel, um dann unter der neuen Marke aufzutreten. Pünktlich zum Markenwechsel geht auch die neue Homepage an den Start, die neben den Profikunden vor allem auch Endverbraucher ansprechen soll.

Nach fast 33 Berufsjahren als Verkaufsleiter bei der Dallmer Sanitärtechnik wurde Ernst Kremer zum 1. August 2012 in den Ruhestand verabschiedet. Seine Nachfolge hat Aloys Koch angetreten. Der 48-jährige Diplom-Ingenieur kam nach dem Studium des Fachs Versorgungstechnik an der Fachhochschule Münster-Steinfurt und beruflichen Stationen bei Rehau und Schell im Jahre 2006 zu Dallmer. Hier übernahm er zunächst die Leitung des Marketings

SKS-persönlich

und des strategischen Verkaufs und war beteiligt an vielen aktuellen Produktentwicklungen und Markteinführungen des Unternehmens. Aloys Koch ist als Verkaufsleiter jetzt verantwortlich für den gesamten Vertrieb Deutschland.

Anfang Oktober 2012 hat Udo Stukenbrock den Vorstand der HighTech Design Products AG in München übernommen. Der Marketingfachwirt Stukenbrock löst damit Julia Emms ab, die das Unternehmen zeitgleich verlassen hat. Stukenbrock, der bereits seit Jahren in Unternehmen der deutschen Sanitärindustrie mit Führungsaufgaben betreut war, hat in den letzten Jahren eine Handelsvertretung aufgebaut. Er soll unter dem Dach der Hightech Design Products AG auch die Marke Iqua forcieren. Von der Verbindung der Marken „HighTech“ und „Iqua“ erhofft sich das Unternehmen Synergien für eine noch effektivere Marktbearbeitung bei Handel, Planern und den Architekten.

Marazzi Group, italienischer Hersteller von Keramik und Feinsteinzeug für Boden- und Wandverkleidung, nimmt einen Führungswechsel an der Unternehmensspitze vor. Der Verwaltungsrat der Gesellschaft hat Andrea Sasso (47), ehemaliger Geschäftsführer

Überraschend hoch fällt der Anteil des Baumarkt-segments an den Einkäufen der Bauunternehmer aus. Für Profiprodukte, die auch im Baumarkt zu haben sind, gehen die Bauunternehmer offenbar immer häufiger auch zu Obi und Co. Etwas beruhigender für die Branchen-Funktionäre ist das Ergebnis beim SHK-Handwerk. Das betont, der Baumarkt sei für seine Einkäufe nach wie vor nur ein Randsegment, weil die meisten ihrer Produkte nur im spezialisierten Fachhandel zu finden. Auf dieses Segment entfallen 58 Prozent der Einkäufe eines durchschnittlichen SHK-Handwerksbetriebs. Im allgemeinen Baustoff-Fachhandel beziehen die Installateure aber immerhin noch 37 Prozent ihrer Einkäufe.

Lieber billiger einkaufen

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Wirtschaftskrise greifen Verarbeiter häufig zu billigeren Produkten und Marken. Nur eines der sechs untersuchten Länder bildet eine Ausnahme: Deutschland. Das hat das sogenannte europäische „Architektenbarometer“ herausgefunden. In Großbritannien, Spanien und Italien berichten Architekten, dass die Verarbeiter in ihrem Land häufig billigere Produkte und Marken als Alternative vorschlagen. Ganz anders in Deutschland, wo der Baumarkt sich vergleichsweise schnell von der Krise erholt hat. Hier gibt jeder vierte Architekt gibt, dass billigere Alternativen bei Produkten und Marken für die Verarbeiter kein Thema wären. In den Niederlanden und Frankreich schlagen die Verarbeiter zwar auch billigere Produkte und Marken vor, doch gleichzeitig beobachten die Architekten in diesen Ländern keinerlei Änderungen bei den Vorlieben der Verarbeiter. Deren Verhalten im Prozess der Entscheidung für eine Marke oder ein Produkt hat sich nach Angaben der Architekten trotz der Krise nicht verändert.

von Elica SpA, zum neuen CEO der Marazzi Group ernannt. Sasso wird die operative Unternehmensführung übernehmen, während Filippo Marazzi Hauptaktionär und Präsident der Gruppe weiterhin Bezugspunkt und strategische Führungsfigur bleibt. Maurizio Piglione, Geschäftsführer seit 2009, der die Gruppe durch eine Reorganisierungs- und Aufbauphase geführt hat, ist zurückgetreten. Sasso soll die von Piglione geleistete Arbeit fortführen.

Die Mitgliederversammlung des Zentralverbandes Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) hat Manfred Stather (65) im Amt des Präsidenten bestätigt. Zum Vize-Präsidenten wählten die ZVSHK-Mitglieder erneut Friedrich Budde, den Landesinnungsmeister aus Niedersachsen. Auch bei den vier übrigen Vorstandspositionen blieb alles beim Alten. Norbert Borgmann (FV NRW), Michael Hilpert (FV Bayern), Ulrich Kössel (FV Thüringen) und Fritz Schellhorn (FV Hamburg) bilden zusammen mit Manfred Stather und Friedrich Budde den ZVSHK-Vorstand.

Heinrich Wölk (37) erweitert seit September 2012 die Vertriebsmannschaft von Ceresit. Seine Kernaufgabe ist der Ausbau des Gebietes Köln-Bonn. Zu seinem Bezirk zählen darüber hinaus die Eifel und der Raum Euskirchen. 1997 bis 1999 absolvierte Wölk in Euskirchen beim Baustoffhandel Ferdinand Schmitz seine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann. Dem Unternehmen blieb er bis 2004 treu. Danach wechselte er in den Außendienst des Baustoffhandels Bündler in Euskirchen. Nach drei Jahren als Niederlassungsleiter beim Baustoffhandel Brenner & Klautdt in Bad Neuenahr-Ahrweiler kehrte Wölk in den Außendienst bei Bündler zurück.



DIE FLIESE MIT PERSÖNLICHKEIT

Lassen Sie sich inspirieren

www.deutsche-fliese.de

AGROB BUCHTAL

ENGERS

GROHN

JASBA

KERATEAM

KLINGENBERG

MEISSEN KERAMIK

NORDCERAM

STEULER

STRÖHER

V&B FLIESEN

ZAHNA FLIESEN



DEUTSCHE FLIESE