



© Grohe AG

27. Jahrgang G10426

Ausgabe 3 - Juni/Juli 2014

TitelThema: **ARMATUREN-STATEMENTS**

- ☞ Armaturen müssen heute sehr viel mehr können als nur langlebig zu sein. Bauherren erwarten vor allem Design, Nachhaltigkeit und Umweltschutz (Seite 14)

LITERATEN-TREFF:

- ☞ Im kürzlich renovierten edlen The Gritti Palace Hotel in Venedig war die Elite der schreibenden Kunst zu Gast, wie Hemingway oder Somerset Maugham (Seite 12)

TROSTPFLASTER:

- ☞ Bei der Fußball-Weltmeisterschaft blamierten sich die spanischen Fußballer, dafür sorgte die spanische Keramik-Technologie für Aufsehen (Seite 22)

RAND-BEREICHE:

- ☞ Beim Verfugen von Natursteinflächen an Fassade oder im Bad sollten einige wichtige Regeln beachtet werden, um hässliche Ränder oder Flecken zu vermeiden (Seite 30)





Entwurf: hansen innenarchitektur, Köln

Endlich, endlich: Es gibt mal wieder eine Präsentations-Plattform, auf der sich die Keramikfassade weit weg und jenseits jeden Verdachts werblicher Einflussnahme als vollwertiges, selbstbewusstes Modul der Architektur outen darf. Schließlich wissen wir ja alle, dass es auf einschlägigen Fachmessen wie der „Cersaie“ oder „Cevisama“ weniger um Philosophie als vielmehr um Werbung geht. Zu verdanken haben wir dies Rem Kohlhaas, jenem niederländischen Ausnahme-Architekten und Architektur-Theoretiker, Ehrenmitglied des DAB und Autor unter anderem des Aufsehen erregenden, 1978 erschienen Buches „Delirious New York: A Retroactive Manifesto of Manhattan“, in dem er die implizite urbane Philosophie von Manhattan darzustellen versuchte.

Rem Kohlhaas seinerseits hat Alejandro Zaera-Polo von der Universität Princeton, New Jersey, gefragt, ob er nicht mit ihm gemeinsam jenen Teil der Architektur-Biennale Venedig (siehe Seite 6) arrangieren wollte, bei dem es um die „essentiellen Grundlagen der Architektur“ geht. Damit bin ich endlich beim Thema angekommen. Denn hier geht neben so profanen baulichen Dingen wie Wand, Boden oder Dach vor allem auch um die Fassade, ein Thema, von dem Zaera-Polo sagt, das ihn schon immer besonders fasziniert habe. Dass er hier ausgerechnet die keramische Fassade in den Mittelpunkt stellt, freut sicherlich die einschlägigen Hersteller. Für mich aber ist es der Beweis, dass inmitten der Glas-, Stahl- oder Beton-Wüsten unserer Innenstädte dieses Material (keineswegs nur aus ökologischer Sicht) eine visuelle bzw. kommunikative Funktion erfüllen kann. Mehr dazu sagte uns Alejandro Zaera-Polo in einem Interview, das wir in der nächsten Ausgabe veröffentlichen.

Derartiges so kompetent und prägnant zu hören, scheint überraschend. Dabei ist es gar nichts so umwerfend Neues. Da bedarf es noch nicht einmal eines so expliziten Objektes wie das „Museum der Kulturen“ in Basel, das im Zentrum des genannten Themenbereichs in Venedig steht. Es gibt zahlreiche andere Beispiele für diese von Zaera-Polo zitierte kommunikative Funktion einer keramischen Fassade. Ein Beispiel dafür finden Sie auch in dieser Ausgabe: Seite 8. Ich erinnere auch an das Brandhorst Museum in München (SKS Ausgabe 5.2009). In meiner Heimatstadt Mönchengladbach wird demnächst ein Einkaufszentrum eröffnet, das auf den folkloristischen

Sehen und gesehen werden



Namen „Minto“ hören soll. Auch hier ist eine bunte Keramik-Fassade äußerliches Kommunikations-Modul.

Es gibt sicherlich noch sehr viele ähnliche Beispiele dafür. Aber warum erfährt man davon nur so wenig, und meist mehr oder weniger durch Zufall? Für die Hersteller scheint bis auf ganz wenige Ausnahmen die Sichtbarmachung solcher „Leuchtturm-Projekte“ in ihre Prioritäten-Liste ganz weit hinten zu stehen: zu mühsam und ohne konkret messbare Auswirkung auf die Bilanz. Dabei könnte auch jenseits derart seltener, wenn auch Publikumswirksamer Gelegenheiten wie der Biennale in Venedig oder anderswo mehr Aufmerksamkeit nicht zuletzt der Öffentlichkeit hilfreich sein.

Aber auch die Architektur selbst steht mit der Öffentlichkeitsarbeit sehr auf Kriegsfuß. Wenn nicht gerade Tag der Architektur ist wie aktuell am letzte Juni-Wochenende, an dem bundesweit viele Bauten unterschiedlichster Art öffentlich zugänglich gemacht wurden (allein in Nordrhein-Westfalen über 400), gestaltet es sich ungemein schwer, nicht nur interessante Objekte ausfindig zu machen (beklagt sehr häufig auch die Industrie), sondern auch Informationen darüber zu bekommen. Da können auch nicht unbedingt die so gern zitierten medialen und so genannten sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter und Co. effektiv weiter helfen.

*Her
Johannes Köhler*
gkoehler@stein-keramik-sanitaer.de



Emotion _ funktional und atmosphärisch

Immer häufiger sind repräsentative und funktionale Bereiche nicht strikt getrennt, sondern gehen harmonisch ineinander über: Räume und Flächen ergänzen sich, Grenzen verschwimmen.

Für die Lösung dieser anspruchsvollen Aufgabe bietet die Keramikfliesen-Kollektion Emotion alle Möglichkeiten: modular kombinierbare Farben, Formate und Oberflächen mit natürlicher, atmosphärischer Anmutung. Für kreative Konzepte, die funktional, ästhetisch und emotional überzeugen.

BESTELLEN SIE JETZT BIS ZU DREI KOSTENLOSE MUSTER SPANISCHER FLIESEN.

www.tileofspain.de



Objekte



12 The Gritti Palace Hotel: Hotel-Ikone lässt Gäste in Luxus baden

Sportstätten



20 Robust und hygienisch: Sanitär-lösungen für Elite-Sportler

Design



24 Von nackt bis luxuriös: Bad-Trends von der Mai-länder Möbelmesse

Technik



28 Standhaft bleiben: Mit rutschhemmenden Fliesen auf der si-cheren Seite

www.stein-keramik-
sanitaer.de/inhalte/
ausgabe-32014/



MEHR INHALT:

Architektur-Biennale Venedig: FASSADENMODELL ALS BIENNALE-ATTRAKTION (6) Internationale Reinigungs-Rituale: DEUTSCHE DUSCHEN SCHNELL UND FRÜH (7) Orchard Hotel in Nottingham: BAUEN IM EINKLANG MIT NATUR UND LANDSCHAFT (8) Hotel Sonnenburg: VOM FRAUENKLOSTER ZUM WELLNESS-HOTEL (10) Fitnessclub „Pure“: RAFFINESSE TROTZ WASSERSPARPROGRAMM (18) Spanien und die Fußball-WM: FASSADENVERKLEIDUNG FÜR FUSSBALL-ARENA (22) Holz im Bad: NATÜRLICHES ORIGINAL ODER NATURGETREUES IMITAT (26) Natursteinflächen und Fugendichtstoffe: SORGFÄLTIGE PLANUNG GEGEN HÄSSLICHE FLECKEN UND RÄNDER (30) Sopro Bauchemie GmbH: MIT FLIESENKLEBERN WEITER AUF ERFOLGSKURS (40) SERVICE/IMPRESSUM/REGISTER (34-38)

Innovation ist, für Jeden die richtige Lösung zu haben.



Schlüter®-BALKONSYSTEME

Für Balkone und Terrassen bieten wir innovative Systemlösungen, die von der Verbundabdichtung und -entkopplung über die Flächen-drainage bis zum wasserabführenden Rinnensystem aufeinander

abgestimmt sind. Hier finden Sie das richtige System für Ihr Projekt: Ganz gleich, ob es sich um einen frei auskragenden Balkon, eine Dachterrasse oder eine erdberührte Terrasse handelt.

Schlüter®-BALKONSYSTEME. Vertrauen Sie dem Original.



INNOVATIONEN MIT PROFIL

14. Architektur-Biennale in Venedig: **Fassadenmodell als Biennale-Attraktion**

Seit Anfang Juni ist Venedig sechs Monate lang Mekka der Architektur-Szene. Die „biennale architettura 2014“ findet alle zwei Jahre im Wechsel mit der „Biennale di Venezia“, der Kunst-Biennale, statt. Kurator, Direktor und künstlerischer Leiter ist in diesem Jahr der niederländische Architekt Rem Koolhaas, der zu den bedeutendsten Protagonisten zeitgenössischer Architektur zählt.

Als Prämissen für sein Gesamtkonzept wählte Koolhaas den Begriff „Fundamentals“. Dabei werden Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Architektur anhand von drei miteinander verknüpften Themenkreisen beleuchtet.

„Elements of Architecture“ Dieser Bereich widmet sich im Zentralpavillon: den essentiellen Grundlagen von Gebäuden: Boden, Wand,

Decke, Dach, Tür, Fenster, Balkon, Flur, Treppe und der Fassade: Geschichte und Entwicklung dieser architektonischen Königsdisziplin werden vermittelt durch zwölf Exponate. Deren Auswahl oblag dem internationalen Star-Architekten und Dekan der School of Architecture an der Universität Princeton (New Jersey/USA), Alejandro Zaera-Polo. Eines der zwölf Exponate zeigt im Originalmaßstab ein Fassaden-Modell des „Museum der Kulturen“ in Basel. Dieses spektakuläre Projekt wurde geplant vom Schweizer Architekturbüro Herzog & de Meuron und ausgeführt mit speziell gefertigten dreidimensionalen Fassadenelementen des deutschen Architekturkeramik-Herstellers Agrob Buchtal.

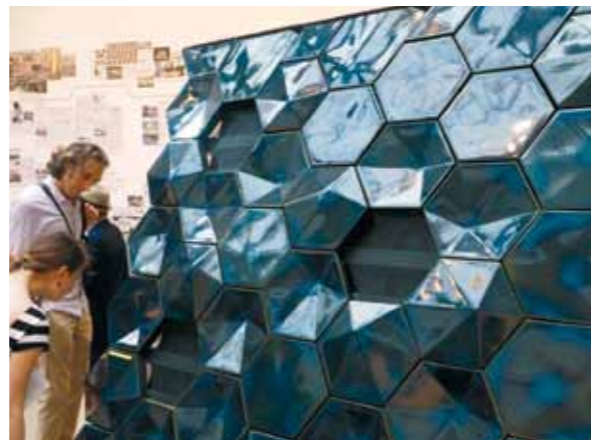
„Absorbing Modernity: 1914-2014“ Hier sind die teilnehmenden auf dem Gelände „Giardini“: Länder eingeladen, in ihren Pavillons den Übergangs-

prozess von nationalen architektonischen Besonderheiten zu einer singulären modernen Sprache und Typologie zu illustrieren. Dargestellt werden soll die jeweilige nationale Architektur der letzten 100 Jahre im Spannungsfeld sozialer, politischer und historischer Zusammenhänge.

„Monditalia“ Dieser Zweig ist eine Reverenz auf dem Gelände „Arsenale“: an das Gastgeberland und widmet sich mit Ausstellungen und Events dem Thema Italien. Ergänzend zu den architektonischen Elementen leisten die anderen La-Biennale-Festivals (Film, Tanz, Theater und Musik) Beiträge, um ein umfassendes Bild zu formen. (Ein ausführliches Interview mit Alejandro Zaera-Polo lesen Sie in der nächsten Ausgabe).



Die Fassaden-Kollektion ist ein attraktives Herzstück des Themenkreises „elements of architecture“



Eines der Exponate ist ein Modell des Museums der Kulturen (Basel/Schweiz) im Originalmaßstab. Dieses Projekt wurde geplant von Herzog & de Meuron unter Verwendung von speziell gefertigten Elementen, die vom deutschen Architekturkeramik-Hersteller Agrob Buchtal geliefert wurden (SKS berichtete in Ausgabe 5.2012).

Fotos: Agrob Buchtal

Über die Architektur-Biennale in Venedig

Die alle zwei Jahre abgehaltene „Biennale Architettura“ gilt als bedeutendste internationale Ausstellung dieser Art. Ausrichter ist „La Biennale de Venezia“ unter der Leitung von Paolo Baratta. Geboten wird ein vielseitiges Spektrum von Strömungen, Tendenzen und Inspirationen, z.B. in Form von Länderpavillons, Sonderausstellungen und anderen Leistungsschauen. Die außergewöhnliche Bedeutung belegen folgende Aspekte: 2012 verzeichnete das Event rund 180 000 Besucher in drei Monaten Laufzeit. Die jetzige 14. Architektur-Biennale wird erstmals auf sechs Monate (7. Juni - 23. November) ausgedehnt und zieht damit gleich mit der Kunst-Biennale, die jeweils im Wechsel stattfindet. Neben den erwähnten Themenkreisen gibt es ein Rahmenprogramm, z.B. „Biennale Sessions“ für Universitäten und Akademien, „meetings

on architecture“ mit speziellen Wochenend-Programmen sowie geführte Rundgänge, Kurse und Workshops für Einzelpersonen oder Gruppen.

Der Hauptschauplatz sind die Giardini im Stadtteil Castello, wo sich 28 Länder in ihren nationalen Pavillons präsentieren. Mehrere Dutzend anderer Staaten, die auf diesem Areal keinen eigenen Pavillon erbaut haben, stellen während der Biennale in über dem gesamten Stadtgebiet verstreuten, angemieteten Räumlichkeiten aus. Unabhängig von den Länderrepräsentationen gibt es im Arsenale eine durch Kuratoren zusammengestellte Themenausstellung. Zur Biennale gehören auch die Filmfestspiele von Venedig, die Festivals für Musik, Theater und Tanz, sowie die zweijährlich alternierend zur Kunstbiennale stattfindende Architekturbiennale.

Deutsche duschen schnell und früh

Die Deutschen sind die Schnellsten im Bad: 49 Minuten täglich verbringen sie im Bad, Spitzenreiter sind Brasilianer mit 108 Minuten. Und für 49 Prozent der Deutschen ist Duschen die erste Tätigkeit des Tages. Das hat eine Umfrage des Armaturen- und Brausenherstellers Hansgrohe ergeben.

Danach verbringen die Menschen weltweit durchschnittlich 70 Minuten täglich im Bad. Mit nur 49 Minuten täglich benötigen die Deutschen im Ländervergleich am wenigsten Zeit im Bad. Der Schwarzwälder Badausstatter befragte zusammen mit dem Marktforschungsinstitut ICM Research London 4 000 Personen im Alter zwischen 18 und 64 Jahren. Die internationale Studie umfasste acht Länder: Deutschland, Frankreich, Spanien, Großbritannien, USA, China, Brasilien und Südafrika. Brasilianer verbringen mit 108 Minuten täglich beinahe eine Stunde mehr im Bad als die Deutschen. Das mag daran liegen, dass 65 Prozent der Brasilianer zweimal täglich duschen, häufig auch am Nachmittag. Etwas mehr als die Hälfte der Deutschen (52 Prozent) duscht jeden Tag einmal, nur vier Prozent zweimal täglich.

Die Beweggründe zu duschen variieren von Land zu Land. Die Deutschen duschen hauptsächlich, um sich zu erfrischen (73 Prozent), aber auch zum Entspannen (44 Prozent) und Aufwachen (33 Prozent). Für die Chinesen steht die Entspannung beim Duschen an erster Stelle (83 Prozent). Dafür wird im Fernen Osten weniger häufig geduscht. Mit 48 Prozent duschen im Ländervergleich in China die

Chinesen duschen weniger häufig, dafür aber am längsten

wenigsten Menschen einmal täglich, sie führen jedoch mit 19 Minuten das Ranking der Duschkdauer an und duschen zudem häufiger am Abend. Im Schnitt duscht der Deutsche 11 Minuten, damit liegt er auf dem zweiten Platz der Schnellduscher hinter den Franzosen mit 10 Minuten.

Der Morgen ist in Deutschland die beliebteste Zeit zum Duschen: 49 Prozent sind Frühduscher, 8 Prozent duschen nachmittags und 35 Prozent am Abend. 25- bis 34-Jährige duschen weltweit am häufigsten, Männer brauchen im Schnitt 12 Minuten und 40 Sekunden, Frauen 13 Minuten und 16 Sekunden. Auch bei der gesamten täglichen Aufenthaltsdauer im Bad gibt es nur einen Unterschied von sechs Minuten zwischen den Geschlechtern (Frauen 73, Männer 67 Minuten).

„Ob die Chinesen am Abend entspannen oder die Deutschen am Morgen schnell und effektiv erfrischt aufwachen wollen: Unsere Studie zeigt, dass es weltweit verschiedene Ansprüche und Duschtypen gibt. Diese unterschiedlichen Bedürfnisse haben wir in Strahlarten übersetzt und so für mehr Vielfalt unter der Dusche gesorgt“, sagt Richard Grohe, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und bei Hansgrohe für Innovationen zuständig. Nicht überliefert ist indes, ob sich das Handling der Dusche und das Umstellen der Strahlarten in irgendeiner Form auf die Dauer der „Dusch-Zeremonie“ und die Dusch-Lust auswirken. Immerhin ließe sich die Umstellung der Strahlarten und Einschalten der Wasserquellen per Knopfdruck, wie bei der Dusche „Hansgrohe Select“, komfortabler gestalten und sei weltweit ein selbstverständlicher Handgriff, meint zumindest Richard Grohe.



PROCHANNEL
MIT PRIMÄR- UND SEKUNDÄR-
ENTWÄSSERUNG

Erstklassige Entwässerungs- und Abdichtungssysteme von PROLINE erfüllen höchste Ansprüche an Ästhetik und Qualität. Die PROCHANNEL Primär- und Sekundär-entwässerung bietet im Baukastensystem eine unvergleichbare Variantenvielfalt. Die Sekundär-entwässerung ist alternativ mit einem Trägerelement für die Verlegung mit Schattenfuge verfügbar. Mit einer hohen Ablaufleistung durch vier Ablaufvarianten, sowie einem geprüften Abdichtsystem mit abP sichern Sie sich absolute Profi-Qualität – und viele zufriedene Kunden!



www.proline-systems.com

Info-Serviceziffer [31404]

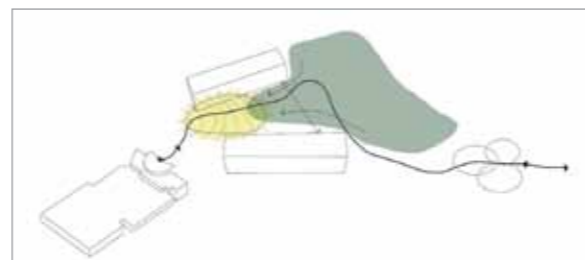


Die differenzierte Linienführung ist der Landschaft angepasst und lässt die sanft ansteigenden Grünflächen gleichsam um und durch das Hotel fließen.

Orchard Hotel in Nottingham:

Bauen im Einklang mit Natur und Landschaft

DAS GEFÜHL, DASS ES „FAST EIN JAMMER IST, DIESE WUNDERBARE LANDSCHAFT DURCH EINEN NEUBAU ZU STÖREN“, PRÄGTE DIE ARCHITEKTEN WÄHREND DES GESAMTEN PLANUNGSPROZESSES. UND SO REALISIERTEN SIE EIN EBENSO MARKANTES WIE RESPEKTIVOLL IN DEN PARKARTIGEN CAMPUS DER UNIVERSITY OF NOTTINGHAM EINGEFÜGTES HOTEL, BEI DEM DIE NUTZUNG ERNEUERBARER ENERGIEN UND NATÜRLICHE BAUSTOFFE WIE Z.B. FASSADENKERAMIK EINE BESONDERE ROLLE SPIELEN.



Diese auf das Wesentliche reduzierte Darstellung der Planer RHWL Architects, London, illustriert die Korrelation zwischen Konferenzzentrum (unten links), Hotel und Landschaft (Zeichnung: RHWL Architects, London).

Das Orchard Hotel befindet sich westlich des Stadtzentrums von Nottingham, zwischen dem East Midlands Conference Centre und dem University Park Campus, inmitten eines weitläufigen, sanft hügeligen Parks mit altem Baumbestand und üppigen Obstgärten (engl.: Orchard). Wesentlicher Entwurfsgedanke des nach einem gewonnenen Wettbewerb beauftragten Büros RHWL Architects aus London war die möglichst verträgliche Einbettung des 200-Betten-Hotels in die Landschaft. Aus diesem Grund lösten die Planer das Bauvolumen in drei locker nebeneinander gruppierte Gebäudeschichten auf, die es ermöglichen, dass die nach Osten ansteigenden Grünflächen gleichsam

dem in der Mitte angeordneten Atrium erzielt: durch großflächige Glasfassaden sowie ein Glasdach, das von einer wellenförmigen Holzkonstruktion überspannt wird. Die expressive Geste dieses Lärchenholztragwerks markiert den Haupteingang und steht zugleich symbolhaft dafür, dass die Lobby mit Bar, Restaurant und Bibliothek auch für Passanten offen ist, die vom gegenüberliegenden Konferenzzentrum zum Campus der University of Nottingham gelangen wollen.

Im Gegensatz zur verglasten Eingangshalle erscheinen die beiden seitlichen Zimmertrakte eher als massive Baukörper, die den Hotelgästen das Gefühl von Geborgenheit vermitteln. Unterstrichen wird diese Wirkung durch einen Natursteinsockel aus regionalem Kieselstein, der die Gebäude gewissermaßen im Boden „verankert“. Ebenso prägend ist in diesem Zusammenhang aber auch die keramische Fassaden-

durch das Hotel hindurch fließen. Der Eindruck von Offenheit und Naturverbundenheit wird vor allem mit

Ein Natursteinsockel aus regionalem Kieselstein „verankert“ die Gebäude gewissermaßen im Boden



Das Zusammenspiel von Keramik, Glas, Metall und regionalem Kieselstein (Foto oben, unterer Gebäudebereich) strukturiert, belebt und proportioniert den Baukörper. So entsteht reizvolle Spannung ohne vordergründige Aufdringlichkeit (Fotos oben und oben Mitte).

Die zentrale Lobby beeindruckt durch Großzügigkeit, Eleganz, Transparenz und Leichtigkeit. Akzente setzen konstruktive Elemente wie Säulen, Pfosten, Riegel oder Treppen (oben rechts).

bekleidung, die eine Gesamtfläche von rund 2 500 m² umfasst. Sie besteht aus über 180 verschiedenen Produktvarianten, die zwischen 19 und 90 cm lang und jeweils 15 cm hoch sind. Die Platten wurden nach den exakten Vorgaben der Planer im Werk von Agrob Buchtal in Schwarzenfeld gefertigt, entsprechend dem Verlegeplan genau bezeichnet und entsprechend der Einbauabfolge verpackt, um so die Montage an genau definierter Stelle problemlos gestalten zu können. Ursprünglich sahen die Architekten eine Holzverkleidung vor, die allerdings aufgrund des zu erwartenden hohen Unterhaltsaufwands nicht realisiert wurde. Die Keramikfassade aus unregelmäßig angeordneten horizontalen Streifen in drei projektspezifisch entwickelten Brauntönen wählten die Architekten keineswegs als Vortäuschung einer Holzstruktur, sondern vielmehr als Referenz an die geologischen Schichtungen der von Sandsteinfelsen geprägten Umgebung.

Das monolithische Erscheinungsbild des Gebäude-Ensembles wird von der keramischen Fassade gekonnt unterstrichen: Einerseits durch exakt auf Gehnung geschnittene Gebäudeecken mit geringen Spaltmaßen, andererseits durch das spezielle Befestigungssystem „Keratwin K20“, das die Montage mit verdeckten Klammern ermöglicht. Dank der gewählten Farben und der „Schichtung“ der Platten strahlt die Gebäudehülle eine deutlich wahrnehmbare, aber den-

noch unpräzise Erdverbundenheit aus. Zusammen mit einem innovativen energetischen Konzept (z.B. mit Photovoltaik, Erdwärmepumpen und Kraft-Wärme-Kopplung) haben nicht zuletzt die aus natürlichen Rohstoffen gefertigten Keramikplatten dazu beigetragen, dass das Orchard Hotel ein BREEAM-Gebäudezertifikat (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) der Note „excellent“ erringen konnte.

Die Keramikfassade wählten die Architekten als Reverenz an die geologischen Schichtungen der von Sandsteinfelsen geprägten Umgebung

INFO:

BREEAM steht für „Building Research Establishment Environmental Assessment Method“ und ist das älteste und am weitesten verbreitete Zertifizierungssystem für nachhaltiges Bauen. Es wurde 1990 in Großbritannien entwickelt. BREEAM vergibt nach einem einfachen Punktesystem in acht Beurteilungskategorien (z. B. Management, Energie, Landverbrauch und Ökologie, Gesundheit und Wohlbefinden etc.) ein Gütesiegel in vier Abstufungen. Die Kriterien berücksichtigen Auswirkungen auf globaler, regionaler, lokaler und innenräumlicher Ebene. BREEAM beurteilt ursprünglich die Phasen von der Planung über die Ausführung bis hin zur Nutzung. 2008 erfolgte eine umfassende Novellierung, die nun den gesamten Lebenszyklus berücksichtigt und u. a. auch eine veränderte Gewichtung der Umweltauswirkungen und zwingend erforderliche Punkte einführt.

Hotel Sonnenburg: UMSCHLOSSEN VON FRÜHMITTELALTERLICHEN BURGMAUERN IST DAS HOTEL SONNENBURG IM PUSTERTAL EINE GANZ BESONDERE

Vom Frauenkloster zum Südtiroler Wellness-Hotel

Der Ferienort St. Lorenzen in der Ferienregion Kronplatz wird gekrönt von der Sonnenburg, die vor an die 1000 Jahren noch „Suanapurc“ hieß und von dem, allem weltlichen Glanz abgeneigten adeligen Volkold in ein Nonnenkloster umgewandelt wurde.

REISE WERT. EINE REISE IN DIE VERGANGENHEIT EINES FRAUENKLOSTERS, ABER AUCH EINE REISE IN EIN ROMANTISCHES HOTEL, DAS DENKMALPFLEGE UND GASTRONOMISCHEN KOMFORT PERFEKT ZU VEREINEN WEISS.



Dementsprechend erfüllt der neue Wellnessbereich nicht nur die gehobenen Ansprüche der Gäste, sondern auch den Wunsch des Eigentümers Gunther Knötig, die historische Bausubstanz respektvoll zu bewahren. Ein ambitioniertes Umbauprojekt, entworfen von den Südtiroler Architekten Forer und Unterperinger.

Das exklusive Hotel Sonnenburg bietet schon von weitem einen Vorgeschmack auf seine Besonderheit. Strategisch günstig gelegen auf einem Hügel über der kleinen Gemeinde St. Lorenzen bietet das imposante mittelalterliche Schloss sowohl im Sommer als auch im Winter die besten Voraussetzungen für einen erholsamen Urlaub. In jedem der insgesamt 38

Zimmer finden die Gäste ein Traumambiente vor, das die jahrhundertelange säkulare Nutzung widerspiegelt. Im Zuge des jahrelangen Umbaus wurden Mauern saniert, Zeugen der Historie freigelegt und gleichzeitig Hoteleinrichtungen sensibel eingebaut. Auf diese Weise entstanden schöne Familiensuiten und Zimmer mit Holzböden aus heimischer Lärche sowie großzügigen Bädern. Für Hochzeitsreisende ist das Turmzimmer mit privater Dachterrasse prädestiniert. Wer hier gemeinsam die Sterne beobachtet, ist wirklich in trauter Zweisamkeit.

Gerade auch der Wellnessbereich beweist, wie hohe Standards an Komfort, Ästhetik und Technologie mit historischer Bausubstanz harmonisch miteinander verschmelzen können. Den Architekten Forer und Unterperinger ist es gelungen, die ursprüngliche Atmosphäre der alten Räume wieder erlebbar zu machen und die Gewölbe des 12. Jahrhunderts perfekt zu integrieren: Eine finnische Sauna, eine Bio-Sauna, ein Dampfbad, ein Tauchbecken sowie mehrere Ruheräume gruppieren sich wie Möbelstücke um Säulen und Felsen und gehen eine Liaison mit neuen, natürlichen

Historische Bausubstanz und exklusiver Komfort



Jeder Raum des 4-Sterne-Hotels atmet die 1000-jährige Geschichte, wobei moderner Komfort sehr dezent und Denkmal veträglich integriert wurde und der Geschichte angepaßt wurde. Das ist nicht zuletzt in den Bädern (unten rechts) und im Spa-Bereich mit seinen modernen Einrichtungen zu spüren



Dezent versteckt sich sogar die Installation im geschichtsträchtigen Ambiente, wofür die schmalen Viega Duschrinnen wie gemacht erscheinen.



Fotos: Viega

Baumaterialien wie Holz und Stein lokaler Herkunft ein.

Der Spa-Bereich dehnt sich über drei Ebenen mit insgesamt 90 Quadratmetern Fläche aus und verfügt über zwei Schwimmbäder. Für den Boden wurde der einzigartige Südtiroler Silberquarzit verwendet. Zwei Gründe sprachen für die Verwendung im Wellnessbereich: Die beeindruckende Schönheit dieses lokalen Steins sowie seine antibakteriellen Eigenschaften dank der Silbereinschlüsse.

In einem solchen geschichtsträchtigen Ambiente muss sich die technische Ausstattung dezent zurückhalten. Bestes Beispiel dafür sind die Duschrinnen („Advantix Vario“ von

Viega), die je nach Erfordernis an verschiedenen Stellen integriert wurden. Sie verbinden Komfort und Hygiene mit einem eleganten Erscheinungsbild. Ganz gleich ob innerhalb der Saunen, in den vier Erlebnisduschen oder in der Nähe der Fußbecken, ihr nur 4 Millimeter breiter Stegrost nimmt sich gekonnt zurück und lässt die Originalstruktur der Umgebung wirken.

Die Form muss sich der Geschichte anpassen, soll Gunther Knötig einmal gesagt haben. Mit Fug und Recht kann hier behauptet werden, dass dieser Anspruch bis ins letzte Detail erfüllt wurde.

Ihr kompetenter Partner rund um

RS Reinigung
SP Schutz
Pflege



für Naturstein, Kunststein und Keramiken

www.moellerstonecare.eu

Info-Serviceziffer [31405]



THE GRITTI PALACE HOTEL IN VENE- DIG IST EIN FÜNF-STERNE-DOMIZIL DER STARWOOD HOTELS & RESORTS LUXURY COLLECTION. SCHON ZU BEGINN DES 20. JAHRHUNDERTS ERFREUTE ES SICH GRÖSSTER BE- LIEBTHEIT BEI VERSCHIEDENEN BE- RÜHMTHEITEN: ERNEST HEMINGWAY BESCHRIEB THE GRITTI PALACE EINST ALS „DAS BESTE HOTEL IN EINER STADT VOLLER GROSSARTIGER HOTELS“.

Hotel-Ikone lässt Gäste im Luxus baden

Der im Jahr 1525 erbaute Palazzo Gritti, nur einen kurzen Spaziergang von der Piazza San Marco entfernt ge- legen, ist die ehemalige Privatresidenz der Familie Gritti sowie der Botschafter des Vatikans in Venedig und zählt heute zu den bedeutenden, historischen Adelspalästen der Lagunenstadt. Nach aufwändigen Renovierungsarbeiten erstrahlt das Gebäude jetzt in neuem Glanz.

Exklusives Domizil mit magischem Blick über Venedig

Inneneinrichtung von der Geschichte und dem kulturellen Erbe Venedigs sowie von berühmten Persönlichkeiten wie Ernest Hemingway, Peggy Gugenheim und Somerset Maugham inspiriert wurde.

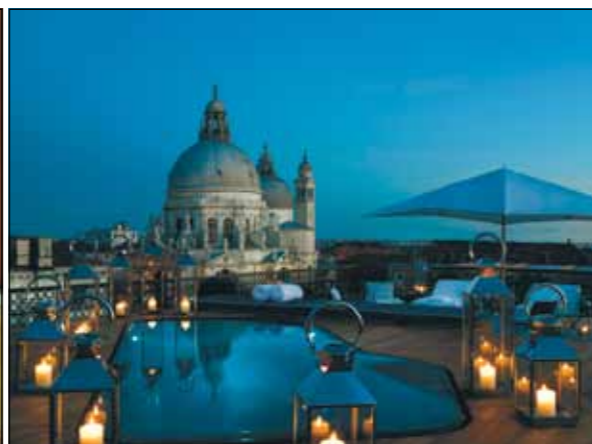
Inbegriff des Luxus ist die einzigartige, zweistö- ckige Redentore-Terrazza-Suite mit einer spektaku- lären Dachterrasse von 250 Quadratmetern, die einen traumhaften Panoramablick über die Stadt eröffnet. Für die außergewöhnliche Gestaltung zeichnet Chuck Chewning von Donghia, Inc. verantwortlich, der mit viel Liebe zum Detail die einzigartige Atmosphäre des Hotels wieder aufleben lässt. So wurden im The Gritti Palace fünfzehn verschiedene Sorten Carrara- Marmor verarbeitet und in traditioneller Weise verlegt. Die renommiertesten venezianischen Handwerker sorgten zudem für eine authentische Restaurierung von Möbeln, Stoffen und Accessoires.

Passend zur stilvollen Gestaltung der Gästezim-

Mit einer Bauzeit von 15 Monaten, über 1 000 Mitarbeitern und Gesamtkosten in Höhe von 35 Millionen Euro fand die Renovie- rung des The Gritti Palace besondere Beachtung in der italienischen Lagu- nenstadt. Nach dem Umbau verfügt das Hotel nun über 82 Gästezimmer, darunter 21 prächtige Suiten, deren

Es gibt wenige Dinge im Leben, die angenehmer sind, als auf der Terrasse des Gritti zu sitzen, wenn die Sonne kurz vor dem Sonnenuntergang die gegenüberliegende Salute-Kirche in traumhafte Farben taucht.

W. SOMERSET MAUGHAM, ENGLISCHER ERZÄHLER UND DRAMATIKER.



Das absolute Highlight des Etablissements: Die Redentore-Terrazza- Suite ist eine spekta- kuläre Suite auf zwei Ebenen. Sie besitzt eine unvergleichliche und in ganz Venedig einzigartige Dachterrasse von 250 Quadratmetern.

Links: Stil und Ein- richtung ordnen sich kompromisslos der Geschichte und Tradi- tion des Hotel-Palastes unter.



Fotos: The Gritti Palace/Kaldewei

Badgestaltung auf höchstem Niveau

mer sind auch die Bäder des The Gritti Palace ein Sinnbild für Luxus auf höchstem Niveau, woran auch deutsche Hersteller beteiligt sind. So wurden sie zum Beispiel mit Stahl-Email-Badewannen von Kaldewei ausge- stattet, aber auch in diesem Fall typischerweise mit Italien-Connection: Die Entwürfe für die hier eingebauten Modelle „Classic Duo Oval“ stam- men aus der Feder des italienischen Designbüros

Sottsass Associati, die in aufwändiger Technik in exklusiven Carrara-Marmor eingelassen sind und so ein exklusives Baderlebnis garantieren. Aber auch Design deutschen Ursprungs fand in diesem elitären Ambiente Platz: So wurden die Badewannen des Modells „Puro“ vom Kaldewei Design Center entworfen. Allen gemeinsam ist ihre Sicherheits-Ausstattung mit einer rutsch- hemmenden Antislip-Emaillierung und einer pflegeleichten Oberflächenvergütung.

Das Badezimmer der Punta-della-Dogana- Patron-Grand-Canal-Suite, ausgekleidet mit dunkelgrünem Marmor als elegantes Passe- partout für Badewanne und Waschbecken (oben links).

Die Suiten tragen den Namen der sechs Stadtteile oder Bezirke der historischen Altstadt Venedigs, in der Mitte die Sestiere- Suite mit einer in Marmor eingelassenen Badewanne.

Die Patron-Grand-Canal-Suiten sind nach berühmten Persönlichkeiten aus Kunst, Design und Literatur benannt. Rechts das prachtvolle Badezimmer der Peggy Gugenheim Patron-Grand-Canal-Suite.

INFO:

Die Geschichte des Palastes Gritti reicht zurück bis 1525, als der Bau des Gebäudes begann. Der Palast war ursprünglich die offizielle Residenz der Familie Gritti und wurde später als Residenz der Botschafter des Vatikans in Venedig genutzt. Anschließend wurde er von erfolgreichen Adelsfamilien bewohnt, erst von den Pisanis und dann 1814 erneut von den Gritis, nachdem er von Camillo Gritti gekauft worden war. Im Laufe der Jahrhunderte begrüßte der Palast im Stil von Adelspalästen zahlreiche prominente Gäste. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde der Palast zu einem Hotel umgebaut und an das benachbarte Grand Hotel angeschlossen. Nach dem Zweiten Weltkrieg erwarb die Compagnia Italiana Grandi Alberghi den Palast, und am 5. Juni 1948 öffnete das Hotel nach aufwändigen Renovierungsarbeiten als „The Gritti Palace“ wieder seine Pforten. Bald schon erfreute sich das Hotel größter Beliebtheit bei Intellektuellen, Künstlern und Adligen. Zu den Gästen zählten Sir Winston Churchill, Graham Greene, Ernest Hemingway, André Malraux, Igor und Vera Strawinsky, Luchino Visconti und Orson Welles. Ernest Hemingway beschrieb das Hotel einst „als das beste Hotel in einer Stadt voller großartiger Hotels“.

WASHROOM SYSTEMS

PRÄZISION TRIFFT PASSION

Sanitär Lösungen von FRANKE Washroom Systems: Technische Präzision gepaart mit Liebe zum Detail für moderne Sanitärräume im Objekt.

www.franke.de

FRANKE

Info-Serviceziffer: [31406]

Armaturen-Lösungen
für den
Wohnungsbau:

Design, Nachhaltigkeit, Umweltschutz als sanitäre Statements

DAS BAD ALS ORT DES RÜCKZUGES UND DER ENTSPANNUNG UND DIE KÜCHE ALS SOZIALES ZENTRUM DER WOHNUNG ERHALTEN SEIT JAHREN KONTINUIERLICH EINEN GRÖßEREN STELLENWERT. DIE REINE FUNKTIONALITÄT WEICHT MEHR UND MEHR EINER HÖHEREN BEDEUTUNG DIESER RÄUME.

Ihre zeitgemäße Ausstattung steigert dabei Wohlbefinden und Zufriedenheit der Bewohner. Ein wichtiger Faktor für die Wohnungswirtschaft, um Mieter langfristig an eine Immobilie zu binden. Ob für das preisgekrönte Passivhaus, den umgestalteten Plattenbau oder die

exklusive Senioren-Residenz: Sanitärösungen müssen mehr bieten als reine Funktionalität. Design, Nachhaltigkeit und Ökologie rücken verstärkt in den Fokus von Eigentümern und Nutzern. Was Armaturen in unterschiedlichen Bereichen leisten können, zeigen wir hier beispielhaft an verschiedenen Wohnbau-Projekten.

**Zum Beispiel:
Ein Passivhaus mit
außergewöhnlicher
Wirkung**

Am ehemaligen Grenzstreifen zwischen Berlin-Mitte und Kreuzberg ist ein ganz besonderes Wohnhaus entstanden: Das „PHED Passivhaus Engeldamm“. Im Auftrag der Stiftung Edith Maryon aus Basel, die sich für eine sozialverträgliche und ökologische Nutzung von Wohnraum einsetzt, hat das Architekturbüro sarchitekten

aus Berlin für ein Eckgrundstück ein Mehrparteienhaus mit skulpturalem Charakter entworfen. Für das Projekt erhielt das Büro 2012 den Publikumspreis des Bundes deutscher Architekten. Eine klare und doch außergewöhnliche Linienführung prägt die Front des Gebäudes.

Das Mehrparteienhaus auf einem Eckgrund-



Ganz links: Der Vorhang aus Edelstahl wechselt je nach Lichteinfall und Perspektive sein Erscheinungsbild.

Fotos unten: Die schlanke und elegante Küchenarmatur Minta passt perfekt zum Konzept des Passivhauses. Als Basis eines gemeinschaftlichen Zusammenlebens soll eine Hausgemeinschaft etabliert werden

Links: Die Gesamtansicht des monolithischen Gebäudeblocks. Der Zugang zu allen Wohnungen erfolgt vom Bürgersteig bis zur Dachterrasse schwellenlos.



stück zwischen Berlin-Mitte und Kreuzberg sieht aus, als wäre es aus einem monolithischen Betonblock gehauen worden. Diesem skulpturalen Charakter verdankt es auch seinen Namen: „Phed“ bedeutet auf thailändisch

„Diamant“ oder „scharf“. Die Fassade aus Glas und Sichtbeton mit ihrer geometrischen Linienführung wirkt in sich geschlossen und dennoch transparent. Dieses Konzept setzt sich im Inneren fort. Als Zentrum der Wohnungen fungiert ein Kubus mit Küche und Badezimmer. Die Ausstattung ist mit glatten Flächen, Glaselementen und klaren Farben bewusst reduziert und schlicht gewählt.

Umso ausgeklügelter ist die Technik, die in dem Gebäude steckt. Besonderes Augenmerk legten die Bauherren dabei auf das Thema Wasser. So wurde das Haus beispielsweise mit einer Grauwasserreinigungsanlage mit Regenwassernachspeisung ausgestattet. „Durch diese Zweifachnutzung lassen sich rund 30 Prozent des Trinkwasserverbrauchs und entsprechend 30 Prozent des noch teureren Abwassers einsparen“,

„In der Planung berate ich meine Bauherren gerne auch dazu, wie sie Wasser in den Duschbereichen sparen können.“
GABY KÜHN, SANITÄRPLANERIN SYRIUS GMBH

erklärte Planerin Gaby Kühn von der Syrius Ingenieur-/innengemeinschaft GmbH.

Wassersparen hatte auch im Bereich der Armaturen Priorität. Gaby Kühn stattete das Wohngebäude im

Auftrag der Bauherren mit Systemen aus, die bewusst wertvolle Ressourcen schonen und damit gleichzeitig die Bewohner finanziell entlasten. Bei der Auswahl der Armaturen setzte sie auf Grohe. Mit einem breiten Sortiment an hochwertigen umweltverträglichen Produkten und langjähriger Erfahrung bei der Gebäudeausstattung konnte das Sanitärunternehmen Planer vom ersten Moment an unterstützen.

Für die Waschtische wählte sie die Serie „Lineare“ und in den Küchen wurde „Minta“ eingebaut. Beide Armaturen sind mit der „Grohe EcoJoy“-Technologie ausgestattet, die Wasser und Energie spart. So kann der Durchfluss schon bei der Installation auf knapp sechs Liter pro Minute begrenzt werden. Das spart pro Jahr rund 50 Prozent Wasser ohne Komfortverlust.

Durch eine Reduzierung der Wassermenge, die am Waschtisch und an der Dusche benötigt wird, wird gleichzeitig auch der Energiebedarf für die Erwärmung des Wassers gesenkt.

Mit der Modernisierung eines Plattenbaus in Halle-Neustadt hat der Architekt Stefan Forster aus Frankfurt am Main modellhaft gezeigt, wie aus einem tristen, monotonen Gebäudekomplex ein familienfreundliches Mehrfamilienhaus werden kann. Dafür gewann er beim IBA-Workshopverfahren den 1. Preis. „Ziel der Eingriffe war es, den Plattenbaucharakter vergessen zu machen

und stattdessen an die Tradition der Gartenstadt anzuknüpfen“, erläutert der Architekt.

Das gelang unter anderem durch eine Verkleinerung des Wohnblocks um die beiden Endgebäude, einen Rückbau großer Teilbereiche in den beiden oberen Geschossen sowie durch eine Abtrennung der Hauseingänge zum Gehsteig hin. Auch das Innere des Plattenbaus arrangierte der Architekt neu. „Vormalig ebenso beklemmend enge wie dunkle Wohnungen wurden durch vergrößerte Fensterformate offener, Flure wurden verbreitert, Wände verschoben,

**Zum Beispiel:
Die Neuinterpretation
des Plattenbaus**



Private Vorgärten und Mietergärten helfen den Bewohnern, sich mit dem Gebäude zu identifizieren. Auch großzügige Balkone sorgen für mehr Lebensqualität.



Das Gebäude wurde in seiner Länge reduziert, in den oberen Geschossen durch Rückstaffelung gegliedert und seine Außenräume durch halböffentliche Eingangsbereiche differenziert. Ein wesentliches Problem der Plattenbausiedlungen besteht in den indifferenten Außenräumen. Das kleine Foto zeigt den alten Zustand.

- Promotion -
Text, Fotos: Grohe AG



In den Bädern wurden die Waschtische der klaren Linienführung wegen mit der Armatur „Concetto“, die Duschen mit der stilvollen und robusten Handbrause „Tempesta“ ausgestattet.





Ziel der Eingriffe war es, den Plattenbaucharakter vergessen zu machen und stattdessen an die Tradition der Gartenstadt anzuknüpfen

STEFAN FORSTER, ARCHITEKT

sorgt und vor Verbrühungen schützt. Damit sind die Bäder in Sachen Sicherheit auch auf Familien mit kleinen Kindern optimal ausgerichtet.

Schächte verkürzt und damit individuelle Grundrisse geschaffen“, erklärt Stefan Forster. „Insgesamt wurden die Wohnungen freundlicher, heller und großzügiger.“

Bei den Badarmaturen setzte auch der Frankfurter Architekt auf Grohe. Für die Waschtische wählte er der klaren Linienführung wegen die Armatur „Concetto“, die Duschen wurden mit der stilvollen und robusten Handbrause „Tempesta“ ausgestattet sowie mit dem Thermostat „Grotherm 1000“, der für eine gleichbleibende Wassertemperatur

Zum Beispiel: Die Umwandlung zur Niedrigenergiesiedlung



Das Märkische Viertel, 1964 als Konzept für die moderne Großsiedlung der Zukunft gestartet, ist inzwischen in die Jahre gekommen. Die gut 17 000 Wohnungen am Nordrand Berlins entsprechen beispielsweise in puncto Energieeffizienz nicht mehr aktuellen Standards. Daher baut der Haupteigentümer, das kommunale Wohnungsunternehmen GESOBAU, das Viertel seit 2008 zu einer Niedrigenergiesiedlung um. „Angestrebt wird dabei nicht ein Leuchtturmprojekt unter Umsetzung aller denkbaren technischen Maßnahmen, das ohne hohen Fördermitteleinsatz nicht realisierbar wäre, sondern eine realistische, wirtschaftlich darstellbare Lösung“, erläutert Georg Unger, Leiter Technik der GESOBAU. „Prämisse ist hierbei immer, die Balance zwischen sozialen, ökologischen und

wirtschaftlichen Anforderungen zu finden.“

Bis 2015 investiert das Unternehmen rund eine halbe Million Euro in die Modernisierung des Quartiers. Wärmedämmung, Fensterisolierung und effiziente Heizungstechnik sind nur einige Beispiele für die Verbesserungsmaßnahmen. „Im Sinne der Nachhaltigkeit achten wir auch bei der Auswahl von Materialien und Ausstattungselementen auf eine gute Qualität und Langlebigkeit der Produkte“, berichtet Georg Unger. Das betrifft besonders die sanitären Armaturen, auch in diesem Beispiel aus dem Hause Grohe. Sie wählten für die Badezimmer die Waschtischarmaturen „Eurostyle“ und „Eurosmart Cosmopolitan“ sowie die Brause „Tempesta“. Sie alle stehen für zeitloses Design, eine hohe Haltbarkeit und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Damit passen sie perfekt in das nachhaltige Konzept der Niedrigenergiesiedlung.



Bereits in den 80er Jahren wurde das Umfeld der Wohnanlage 907 modernisiert, insbesondere die Hauseingänge zur Verbesserung der Identifikation (Foto links oben).

Das 6- bis 18-geschossige Gebäude wurde als 3- bis 5-Spanner in Fertigteilbauweise mit tragenden Querwänden ausgeführt.

Die Brause „Tempesta“ passt auf Grund ihrer Robustheit und des guten Preis-Leistungs-Verhältnisses perfekt in das nachhaltige Konzept der Niedrigenergiesiedlung.



INFO:

Eine Orientierungshilfe beim Wassersparen gibt seit 2012 übrigens auch das Water Efficiency Label, kurz WELL-Label genannt, mit dem bereits einige GROHE Armaturen ausgezeichnet sind. Es zeigt ähnlich wie das EU-Energielabel für Kühlschränke oder Waschmaschinen an, wie sparsam und effizient ein Produkt ist. Für Endverbraucher und Profis ist dies ein leicht und schnell nachvollziehbares Bewertungssystem.



Wohlfühlatmosphäre pur bietet die Elbschloss-Residenz in Hamburg ihren Bewohnern. Feddersenarchitekten aus Berlin verwandelten das ehemalige Pflegeheim zu einem exklusiven Komplex für betreutes Wohnen. So entstanden im Bezirk Altona nahe der Elbe 16 Wohnungen und sechs Apartments, die in Sachen Großzügigkeit und Komfort ihresgleichen suchen. Große Fenster und ein offenes Raumkonzept sorgen für Helligkeit und Transparenz. Schwellenfreie Zugänge, breite Türen und durchdachte Einbaumöbel erleichtern den Alltag. Ein besonderes Augenmerk legten die Gestalter auf die Badezimmer. Mit bodengleichen Duschen, großformatigen Fliesen in gedeckten Farben und einem abgestimmten Beleuchtungskonzept verknüpften sie Funktionalität mit Behaglichkeit. Mit der Waschtischarmatur „Quadra“ (von Grohe) entschieden sich die Architekten für ein Modell,



Die Armaturenserie „Quadra“ beweist, dass Ergonomie und gutes Design sich nicht ausschließen



Das Gebäude beherbergt 16 Wohnungen und sechs Apartments



Hochwertige Parkettböden und in gedecktem Weiß geputzte Wände bilden die Grundlage der Ausstattung (Foto rechts)

In exponierter Lage auf einer Halbinsel, die in die Oder ragt, hat die Berliner Architektin Beate Kling ein außergewöhnliches Einfamilienhaus entworfen. Das Besondere an dem Gebäude, das im Stil der klassischen Moderne gebaut ist, ist die Einbeziehung der Landschaft des unteren Odertals bei Schwedt. Während das Haus zur Straßenseite fast komplett verschlossen ist, öffnet es sich



Beinahe türrenlos gehen die einzelnen Funktionen des Gebäudes ineinander über. (links) Zur Wasserseite öffnet sich das Gebäude großzügig, während die Straßenseite fast verschlossen ist. (unten). Ein klares Profil besitzen die Lineare Armaturen ebenso wie die Sena und Rainshower Brausen (rechts).

zum Flussufer hin umso großzügiger. Hier rahmen große Fenster die mitunter recht rau anmutende Umgebung wie ein Passepartout ein. Im Innern des Wohnhauses gehen die Räume fließend ineinander über. Türen gibt es nur zu den Rückzugsbereichen. In den Bädern hat die Architektin mit Armaturen und Brausen von Grohe ein klares Designstatement gesetzt. Die Waschtischarmatur Lineare gilt mit ihrer reduzierten Linienführung als Inbegriff des modernen Minimalismus. Auch die Brausen Sena und Rainshower für die Badewannen und Duschen unterstreichen die schlichte geometrische Wirkung der Bäder.

Zum Beispiel: Wohnen eingerahmt von der Natur





Im Kornwestheimer Fitnessclub „PURE“ wurde auf die hochwertige sanitäre Ausstattung mit berührungslosen Armaturen „Made in Germany“ besonderer Wert gelegt. Wichtige Entscheidungs-Kriterien: zeitloses Design, Erfüllung größtmöglicher Hygienestandards und absolute Betriebszuverlässigkeit.

Raffinesse trotz Wassersparprogramm



Denkmalgeschützter Gebäudekomplex

Schweißtreibende Aktivitäten in aufgeräumter lichtdurchfluteter Umgebung ermöglicht der Fitnessclub auf dem Salamander-Areal. Oben der Saunabereich, in der Mitte Rezeption und Bar. Unten de Fitness-Geräte in Reih und Glied



Ein Konzept für eine vielfältige Nutzung

Gäbe es eine Sterne-Kategorie für Sportstudios, so hätte dieses neue Fitness-Center auf dem Areal der ehemaligen Salamander-Werke in Kornwestheim sicherlich fünf Sterne bekommen. Denn Sport, Wellness und ein Top-Ambiente gehören für Geschäftsführer Kristof Pütter und den geschäftsleitenden Clubmanager Dieter Schmolke zusammen. Durch innovative Designideen ist ein Licht durchfluteter Fitnessclub mit viel Platz, Leichtigkeit und Modernität entstanden, dem die wohl hochwertigste Ausstattung in der Region Stuttgart nachgesagt wird.

Auf rund 1 800 Quadratmetern trainieren die Mitglieder an modernsten Geräten, in zwei separaten Räumen wird Yoga, Step, Zumba, Hot Iron, Pilates, Tae-Bo und noch vieles mehr unterrichtet. Bis zu 2 500 Mitglieder kann der Club aufnehmen, fast 2 000 sind es bereits.

Das Werksgebäude Bau 8, in dem sich auch PURE befindet, ist Teil des 90 000 m² großen Industriedenkmal „Salamander-Areal“. Fast ein Jahrhundert lang entstanden in der Kornwestheimer Backsteinfabrik viele Millionen Kinderschuhe. Bis im Jahr 2004 das Aus kam für den schwarz-gelben Molch Lurchi, der bekannten und bei Kindern so beliebten Markenfigur von Salamander. Zum Jahreswechsel 2009/2010 hatte die Immoovation AG den historischen Gebäudekomplex erworben und nach intensiver Entwicklungsplanung im Juli 2010 mit der Revitalisierung des Areals begonnen. Das Konzept sieht eine vielfältige Nutzung vor: Wohnen und Einkaufen, Dienstleistungen und Gewerbe in einem attraktiven, urbanen Umfeld.

„Das Projekt verdient ein eigenes, unverwechselbares Image, denn es spiegelt ein Stück erfolgreiche Industriegeschichte wider. Außerdem weckt der Markenname Salamander bei vielen Menschen Kindheitserinnerungen“, berichtet Stephanie Wackerbarth, Projektmanagerin bei der Immoovation AG. „Wir wollen das Areal ganzheitlich wiederbeleben, indem wir es interessant, anspruchsvoll und zugleich emotional gestalten. Die Menschen sollen gerne hier wohnen, arbeiten oder zum Einkaufen und Ausgehen in dieses historische Stadtquartier kommen.“ Bei der Vermietung ihres Bestandes achtet die Unternehmensgruppe sehr darauf, dass Dienstleister und Gewerbe zum Umfeld passen: „Wir bauen exklusive Wohnungen und eine Kindertagesstätte für 70 Kinder, da können wir unsere

Das Projekt verdient ein eigenes, unverwechselbares Image, denn es spiegelt ein Stück erfolgreiche Industriegeschichte wider.

STEPHANIE WACKERBARTH, PROJEKTMANAGERIN, IMMOOVIATION AG

Räumlichkeiten an keine Spielhalle und auch an kein Low-Budget-Sportstudio vermieten. Nur wenn alles harmoniert, entsteht ein hochwertiger Stadtteil mit Flair.“

Das anspruchsvolle Architekturkonzept der Anlage setzten die Innenarchitekten KS Einrichtungen aus Lünen für ihn um. Alte Rohrleitungen und Heizlüfter unter der Decke, Dampfheizungen an den Wänden, historische Fenster, der Zustand der Fabrikhalle vor dem Umbau inspirierte das KS-Team geradezu. So ließ der Investor den Planern gestalterisch auch weitgehend freie Hand, bei der sanitären Ausstattung machte er jedoch konkrete Vorgaben.

Gewünscht waren großformatige, anthrazitfarbene Wand- und Bodenfliesen in Schieferoptik. Je nach Lichteinstrahlung ergibt sich durch die reliefartige Struktur ein reizvolles Farbspiel. Zudem sollten die Armaturen für Duschen, Waschtische, WCs und Urinale höchste Design- und Hygieneansprüche erfüllen und somit einmal mehr die Außergewöhnlichkeit des Studios präsentieren. Die Nutzung von Wasser hat dabei einen besonders hohen Stellenwert. Außerdem müssen die Armaturen auf lange Sicht ansehnlich bleiben und ihre Funktionsfähigkeit auf Lebenszeit erhalten.

Nachhaltige Sanitärtechnik in gutem Design

Daneben spielten für Kristof Pütter und Dieter Schmolke weitere wichtige Kriterien wie vor allem Wassereinsparung und Legionellenprophylaxe, aber auch Robustheit und Vandalensicherheit bei der Auswahl der Armaturen eine Rolle. In den Duschbereichen für Männer und Frauen kamen elektronische Ganzmetall-Dusch-Armaturen zum Einsatz. Sie haben ein flächenbündiges Schaltfeld aus Einscheiben-Sicherheitsglas, das per Fingertipp sofort reagiert. Im leichtgängigen Regler zur gradgenauen Einstellung der Wassertemperatur ist auch eine Heißwassersperre bei 38°C integriert. Die nutzungsorientierte Radar-Sensorik, die den Schauer automatisch stoppt, sobald der Sportler den Duschplatz verlässt, entspricht dem Spar-Programm der Anlage. Auch an den Doppel-Waschtischen in den WC-Bereichen wurden Sensorarmaturen installiert, hier in Form einer elektronischen Armatur, die mit sprudelnd-voluminösem Wasserstrahl auf elegante Weise Wasser und Platz spart.

Maximaler Hygienekomfort für „stille Örtchen“

Die Dusch-Armaturen ermöglichen als spezielle Schutzmaßnahme die thermische Desinfektion. „Durch die eigene Trinkwasser-Ladestation des Fitness-Studios, die warmes Wasser mit einer Temperatur von 60°C über einen Plattenwärmetauscher immer nur dann aufbereitet, wenn es benötigt wird, ist an sich schon ein hoher Legionellenschutz gegeben“, berichtet Burkhard Figge von der August Truss GmbH & Co. KG in Kassel. Er ist vor Ort zuständig für die TGA-Planung und Ausrüstung im gesamten Salamander-Areal. Bei normalem Wasserbedarf übernimmt der Durchfluss-Trinkwassererwärmer die Versorgung der Zapfstellen. Im Spitzenlastbetrieb wird zusätzlich das Speichervolumen zur Bedarfsdeckung genutzt. „Trotzdem kann eine thermische Desinfektion an den Auslauf-Armaturen hin und wieder sinnvoll sein, beispielsweise nach den Betriebsferien“, so Burkhard Figge.

Fortschrittliche Technik sorgt auch bei den Urinalen und WCs für Benutzerkomfort bei gleichzeitig sparsamem Umgang mit dem kostbaren Element Wasser. Die elektronische Urinal-Spülauslösung und die optisch baugleiche elektronische WC-Auslöseplatte aus schwarzem Sicherheitsglas wurden speziell für die gehobene Innenarchitektur entwickelt. Selbsterklärende Touch-Tronic-Icons für die kleine und die große WC-Spülung leuchten, fangen langsam an zu pulsieren und signalisieren hiermit die Erkennung des Nutzers. Schnelleres Pulsieren zeigt das erkannte Ende der Nutzung an. Die automatische Spülauslösung erfolgt nach vier Sekunden. Zusätzlich kann der Nutzer nach jeder Automatik-Spülung durch leichtes Antippen des Leuchtsymbols die Spülung noch einmal manuell auslösen.



Alle Armaturen funktionieren berührungslos für optimale Hygiene. Besonderer Hingucker sind die bei Annäherung leuchtenden WC-Spülungen



Die Dusch-Armaturen ermöglichen als spezielle Schutzmaßnahme die thermische Desinfektion (unten).



Rutsch Probleme selber lösen ...
 Tel. 041 01 - 31061 www.supergrip.de
SUPERGRIP
 ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG

Info-Serviceziffer [31407]



Nicht nur Potsdam-Besucher verbinden mit der Hauptstadt Brandenburgs ihre eigenen Assoziationen, wie etwa mit dem Schloss Sanssouci, der Residenzstadt Preußens oder der Potsdamer Konferenz von 1945, den Filmstudios in Babelsberg, Albert Einstein oder dem deutschen Spitzensport, und das gilt nicht nur für die Fußballerinnen von Turbine Potsdam oder den Kanusport.

Robust und hygienisch: Sanitärösungen für Elite-Sportler



Stadt des Sports und der Olympioniken



Fast schon ein Wahrzeichen der Stadt und des Spitzensports ist das moderne Sport- und Freizeitzentrum im Westen der Stadt, auf dem Gelände des ehemaligen Luftschiffhafens am Ufer des Templiner Sees gelegen, mit ihren Sportarenen, Schwimmhalle, Sportplätze und Trainingsanlagen, Eliteschule und Internat, Cafeteria und Mensa sowie den Serviceeinrichtungen.

Die Trainings- und Wettkampfstätten auf dem Gelände des früheren Luftschiffhafens haben maßgeblich zum Ruf Potsdams als Sportstadt beigetragen. Das war auch in der damaligen DDR so, als der Armeesportklub ASK Potsdam dort ansässig war und viele international namhafte Sportlerinnen und Sportler hervorbrachte.

2009 wurde der Betrieb des Sport- und Freizeitparks am Luftschiffhafen von Pro Potsdam, einem stadteigenen Unternehmensverbund für Wohnungswirtschaft, Sanierung und Stadtentwicklung, übernommen. Seitdem wird das Gelände in mehreren Bauabschnitten weiter zu einem Zentrum für den Hochleistungssport ausgebaut. Im Rahmen des Entwicklungsplanes wurde 2011/2012 zwischen dem Stadion und dem historischen Haupteingang zum Luftschiffhafen eine neue moderne Mehrzweck-Sporthalle errichtet, die den Namen des Hauptsponsors Mittelbrandenburgische Sparkasse (MBS) trägt.

Die **MBS-Arena Potsdam** trägt die Handschrift des Düsseldorfer Architekturbüros RKW Rhode Kellermann Wawrowsky, das seit über 60 Jahren prägend an der Entwicklung zeitgenössischer Wohn- und Arbeitswelten beteiligt ist. Eine Herausforderung bei der Planung der Mehrzweck-Sporthalle bestand in der Einbeziehung der bereits auf dem Gelände des Sportparks vorhandenen Ballsporthalle in den

Die maßgefertigten Waschtische aus Miranit ließen sich maßgenau den Gegebenheiten anpassen. Ihre glatten und pflegeleichten Oberflächen schaffen eine saubere Atmosphäre und damit eine Basis, die zur langen Lebensdauer derart stark frequentierter Sanitärräume beiträgt. Auch die WC- und Urinal-Anlagen wurden aus diesem Werkstoff gefertigt (Fotos: Franke Aquarotter).



Neubau. Die fertige Sportarena schließt an die Ballsporthalle an und besteht aus drei Funktionstrakten. Das Herzstück des Neubaus ist die neue Mehrzweckhalle. Hierbei handelt es sich, wie bei der integrierten Ballsporthalle, um eine Dreifeldhalle mit vierseitiger Tribünenanlage mit bis zu 2.025 Zuschauerplätzen. Westlich der Mehrzweck-Sporthalle schließt sich ein zweiter Funktionstrakt an, der als zweigeschossige Trainingshalle für die Sportarten Fechten und Judo ausgelegt ist. Der dritte Funktionstrakt enthält neben einer weiteren Einfeldhalle mit Geräteraum noch verschiedene Räume für weitere Nutzungen, wie Physiotherapie und eine Cafeteria.

Die Gestaltung der Fassade gibt den unterschiedlichen Nutzungen der Arena einen Rahmen und dem Gesamtensemble ein homogenes Erscheinungsbild. Erreicht wurde dies durch zwei horizontal verlaufende Klinkerfassade des Erdgeschosses wird durch großzügige Fensterfelder aufgebrochen, wo hingegen das Obergeschoss mit nur vereinzelt Fensteröffnungen und verputzter Fassade fast als monolithischer Baukörper erscheint.

Lösungen für robuste Sanitär-, Hygiene- und Umweltfragen

Entscheidend für den Betrieb einer modernen Sportarena sind aber nicht nur die Sportstätten selbst. Wo tausende Besucher zu den Wettkämpfen, Events und öffentlichen Veranstaltungen kommen, werden auch hohe Anforderungen an die Sanitäranlagen und -produkte gestellt.

Bei der Planung der Wasch- und WC-Räume mit sehr hoher Frequenzierung und wechselndem Personenkreis müssen besondere Anforderungen an die Sanitäreinrichtungen berücksichtigt werden, um die betrieblichen hygienischen Probleme in den Griff zu bekommen.

„Unsere Forderungen an die Sanitärtechnik für das Bauvorhaben MBS-Arena und die Sanierung der Mensa der Sportschule waren von Anfang an klar: Funktionalität und robuste Zuverlässigkeit. Die Leistungsparameter der Technik müssen hohen Umwelt- und Hygieneanforderungen entsprechen“, so Frauke Meiser, Projektleiterin der Betreibergesellschaft Pro Potsdam. Daneben waren für sie auch noch optische Aspekte wichtig, wie ein ansprechendes und modernes Design. Dass diese Ansprüche auch noch mit einem Anbieter aus der Region erfüllt werden konnten, war für Frauke Meiser ein zusätzlicher positiver Aspekt.

Die Sporteinrichtungen der MBS-Arena wurden mit dem Wassermanagementsystem „Aqua 3000 open“ von Franke Aquarotter aus dem benachbarten Ludwigfelde ausgestattet. Damit konnte ein Optimum an Hygiene und Wirtschaftlichkeit erreicht werden. Es ermöglicht zum Beispiel zeitlich gesteuerte Hygienespülungen und thermische Desinfektionen, eine Spitzenlastoptimierung und die Protokollierung des gesamten Wasser- und Energieverbrauchs.

Geplant wurde die Anlage vom Architekturbüro RKW Rhode Kellermann Wawrowsky unter der Federführung von RKW-Projektleiter Thomas von der Beeck, der bereits in anderen Sportanlagen Erfahrungen mit diesen Wassermanagementlösungen und Sanitärraum-Ausstattungen gemacht hat.

Namhafte Sportler wie die vierfache Olympiasiegerin und achtfache Weltmeisterin im Rudern Katrin Boron, die mit acht Gold- und vier Silbermedaillen im Kanusport erfolgreichste deutsche Olympionikin der Sportgeschichte Birgit Fischer, Jörg Hoffmann, Weltmeister über 400 m und 1.500 m Freistil, der Olympiasieger im Kugelstoßen Udo Beyer, die viermalige Olympiasiegerin im Kanurennsport Katrin Wagner und viele andere mehr repräsentieren den Leistungssportstandort Potsdam, nicht zu vergessen die erfolgreiche Frauenfußballmannschaft FFC Turbine Potsdam und ihre großen sportlichen Erfolge.



NEU!

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



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

info@rexgranit.de www.rexgranit.de
Info-Serviceziffer [31 409]

Spanien und die Fußball-WM: 

Fassadenverkleidung für Fußball-Arena

Wer Fußball-Weltmeister geworden ist, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest. Dass es die als Favorit gehandelte spanische Mannschaft nicht geworden ist, hingegen schon. Doch so ganz erfolglos war Spanien in Brasilien dann doch nicht, wenn schon nicht auf dem Rasen, dann wenigstens hinsichtlich der Architektur.



Fotos: Levantina

Denn am Bau der Arena Corinthians in Sao Paulo, Austragungsort unter anderem des Eröffnungsspiels zwischen Brasilien und Kroatien, war Spanien nicht unmaßgeblich beteiligt. Auch wenn gerade dieses Stadion im Rahmen der insgesamt etwas holperigen brasilianischen WM-Vorbereitungen zu den größten Sorgenkindern gehörte, so dürfte die Fassade über jeden Zweifel erhaben sein.

Sie wurde mit großformatigen Keramikpaneelen des spanischen Herstellers Levantina bekleidet. Die rund 4 000 Paneele vom Typ „Techlam“, jedes einzelne 1x3 Meter groß, 5 Millimeter dick und fast 36 kg schwer, ergeben eine Gesamtfläche von 12 000 Quadratmetern. Die Herstellung der Fliesen im spanischen Novelda, Alicante, benötigte über 500 Stunden und ihr Transport nach Brasilien nicht weniger als zehn Schiffscontainer. Dabei handelt es sich um modernes Material, das pflegeleicht und auch bei starken Temperaturschwankungen und extremen klimatischen Voraussetzungen sehr wetterresistent ist.

Mit der Arena Corinthians ist ein durchaus nachhal-

tiges Stadion entstanden, auch wenn der diesbezüglich hohe Anspruch der Organisatoren insgesamt längst nicht erfüllt werden konnte und eher theoretischer Natur geblieben ist (der Name des Maskottchens „Fuleco“ setzt sich aus den brasilianischen Namen für Fußball und Ökologie zusammen). Energie- und Wassereffizienz und die Nutzung alternativer Energien waren zumindest in Sao Paulo maßgebliche Parameter des imposanten Neubaus. Insofern passten die Greenguard-zertifizierten, aus natürlichen Rohstoffen hergestellten Keramikpaneelen optimal ins Konzept: Sie können am Ende seines Lebenszyklus problemlos zermahlen und zu anderen Produkten recycelt werden. Aufgrund ihrer geringen Stärke von nur fünf Millimetern benötigen sie bei der Herstellung weniger Energie und beim Transport weniger Raum als herkömmliche Fliesen, was sich beides positiv in der Energiebilanz niederschlägt.

Naturstein-Badewanne nur für echte Fans

Wen der Fernseh-Fußballabend (oder die Nacht) so richtig geschafft hat, kann sich stilvoll regenerieren: Passend zur Fußballweltmeisterschaft hat die Naturstein-Manufaktur Juma Exclusive eine Luxuswannen-Designstudie in Form eines Fußballschuhs präsentiert.

„Jusoccer“ ist eine Luxuswanne in Form eines überdimensionalen Fußballschuhs aus purem Naturstein, die überraschend sportliches Badewannen-Design bietet, inklusive eines Schnürsenkels aus massivem Edelstahl als großzügigen Wasserzulauf für außergewöhnliche Rundum-Spa-Erlebnisse. Vor und nach spannenden Weltmeisterschaftsspielen ließe sich damit stillecht entspannen – und bereits vom Finale in Rio de Janeiro träumen, für viele Fußballfans damit wohl ein echter Bade-Traum. Allerdings: Naturstein lässt sich ganz sicher auch sinnvoller verwenden, meinen zumindest wir von der Redaktion SKS.



EUROCUBE
GEOMETRISCHE AKZENTE –
EINZIGARTIGER STIL.

GROHE

Pure Freude an Wasser



Von nackt bis luxuriös:

Bad-Trends von der Mailänder Möbelmesse

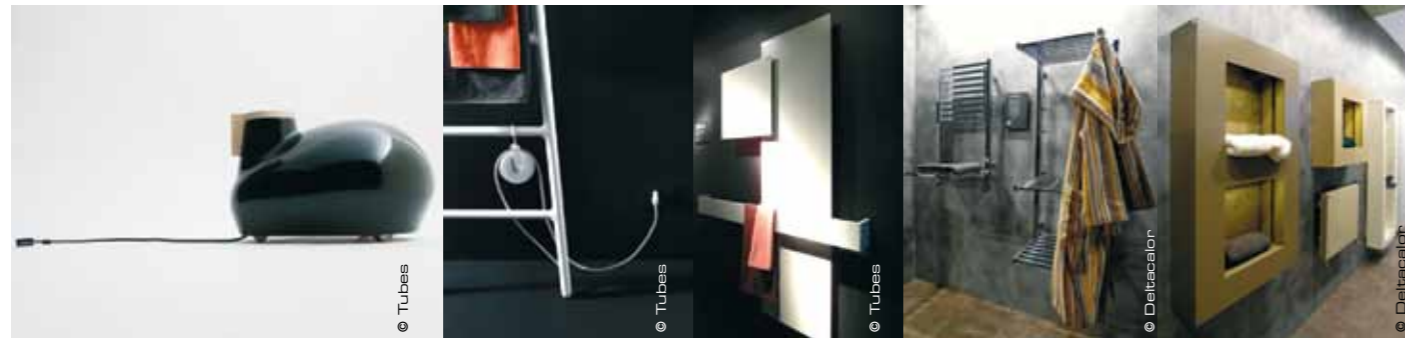
Lifestyle trifft Badkultur. Alle zwei Jahre präsentiert der „Salone del Bagno“ im Rahmen der Mailänder Möbelmesse die neuesten Trends im Bad. Unsere Kolumnistin Uta Kurz hat sich auf die Suche danach begeben. Ihr Resümee: Ganzheitlich zeigt sich hier das neue Wohngefühl im Bad, werden neue Oberflächen mit harmonischen Farbkonzepten und intelligenten Details kombiniert. Boden, Decke und Wand verschmelzen zur dekorativen Bühne funktionaler Badarchitektur. Luxus bekommt ein neues Gesicht.

Text und Fotos (falls nicht anders vermerkt):
Uta Kurz



Gesehen bei: Mosaico Digitale, Sant Agostino, Kartell by Laufen, Sicis (von links nach rechts)

Comeback der Klassiker Schwarz-Weiß erwacht zu neuem Leben. Digitale Mosaik-Technik ermöglicht die Reproduktion von individuellen Bildern auf großformatigen Mosaikwänden und schenkt puristisch schlichten Räumen einen Hauch von Luxus. Die Bandbreite der Möglichkeiten reicht von digitalen Print-Mosaiken in XXL, über großformatige Schachbrettmuster die mit silberfarbig spiegelnden Glasuren kombiniert werden bis hin zu traditionellen Dekoren, die wie Teppiche über Wand und Boden liegen. Modern ist die Kombination mit hellem Holz oder glänzendem Kunststoff.



Trendfaktor Wärme Design erobert die Technik und macht aus funktionalen Heizungen sinnliche Begleiter. Vorbei sind die Zeiten, in denen man sich zwischen „praktisch“ oder „schön“ entscheiden musste. Heute laden weiche Rundungen von mobilen Heizkörpern, die an Haustiere erinnern, zum Kuscheln ein. Multifunktional begegnen die neuen Produkte den hohen Ansprüchen der Spa-Liebhaber. Wohlige Wärme verbindet sich mit Ästhetik und praktischen Handtuchhaltern, Haken und Ablagen. Edle Oberflächen in Silber, Gold und Schwarz unterstreichen den skulpturalen Charakter.

Der neue Luxus Gold, Bronze und edle Metalle sind auch im puristischen Norden Europas wieder salonfähig. Nachdem der warme Glanz von Kupfer in den letzten Jahren einen Hauch von Nostalgie in das moderne Design gebracht hat, kehrt nun Gold in das hochwertige Badezimmer zurück, keineswegs mehr ein Privileg russischer Oligarchen. Zeitlos klare Formen kombinieren glänzende und matte Oberflächen mit weichen Rundungen. Polierter Naturstein harmonisiert mit mattem Kupfer während glänzende Metalle die Nachbarschaft matter Oberflächen bevorzugen. Die Opulenz vergangener Zeiten wird



Gesehen bei Axor, Antoni Lupi, DuPont, Kartell by Laufen (von links nach rechts)

bewusst vermieden. Stattdessen geben organische Formen und geometrische Linien dem neuen Glanz eine zurückhaltende Strenge. Modern wird der neue Luxus durch das Spiel von matten und glänzenden Materialien in reduzierter Formensprache.



Gesehen bei Mastella, Ceramiche Refin / Mendini, Inda, Arcom, Zuccetti (von links nach rechts)

Rosarot mit federleichten Mustern strahlt der feminine Trend in sanften Pastelltönen und neutraler Optik. „Nude“, zu deutsch heißen die aus der Mode entlehnten Farbtöne, die eine harmonische Verbindung mit der Nacktheit eingehen, die im Badezimmer gelebt wird. Variationen von Rosa, Grau und Beige begegnen sich in übereinander gelegter Printoptik, im Vintage-Look oder in grafischen Kontrasten. Verspielt und zart wirkt das Spiel von dekorativen Mustern, die über vergilbt anmutende Wände gelegt werden.



Gesehen bei Graff, Cielo, Kreoo (ganz rechts)

Wie Skulpturen stehen Waschtische, Spiegel und Urinale im Raum, ohne sich aufzudrängen. Statt vordergründiger Funktionalität bieten die Sanitärobjekte kreative Impulse mit individueller Schönheit, die ihren funktionalen Nutzen erst auf den zweiten Blick freigibt. Ungewöhnliche Farben und Materialien unterstreichen die künstlerische Anmutung der Objekte. Trendy ist die Verwendung von matter Beton-Optik, hell gekalktem Holz, geschmiedeten Untergestellen und zweifarbigem Keramik.

Dekorative Einzelgänger

Junge Designer wagen die Wiederentdeckung traditioneller Werte. Der Mix edler Metalle mit modernem Design wirkt überraschend frisch und heiter. Nach Jahren der dekorativen Enthaltbarkeit stehen die Vorzeichen nun wieder auf Repräsentation. Mit verspielten Kombinationen geben sie dem klassischen Waschtisch ein neues Gesicht. Luxus darf wieder Spaß machen.

Fazit:

Holz im Bad: 

Natürliches Original oder naturgetreues Imitat?

Egal, wo man sich umschaute: Auf einschlägigen Fachmessen wie der „Cersaie“ in Bologna, der spanischen Fliesenmesse „Cevisama“ in Valencia oder in den Ausstellungen der Fliesen- und Einzelhändler, die Auswahl an keramischen Fliesen mit Holzdekoren ist kaum noch überschaubar. Dank digitaler Glaser-Fliesen-Dekoraturen immer die erst bei Berührung ihren preisgeben.

Holz und Wasser müssen keine Feinde sein, wie diese Badewanne aus Holz attraktiv beweist („Ocean Shell“ von Bagno Sasso).





Bisher galt umstößlich: im Badezimmer ist glasierte Keramik der ideale Baustoff, wenn es um Feuchtigkeit und Nässe geht. Sind also keramische Holz-Imitate in dieser Umgebung erste Wahl, weil das natürliche Original in Nass-Bereichen wegen seines „lebendigen Ursprungs“ und der damit verbundenen Flexibilität vermeintlich fehl am Platz zu sein scheint? Pech für alle Puristen? Oder vielleicht doch nicht.





Wir fragten Matthias Freimuth, leitender Innenarchitekt bei Livinghouse, der Tochtergesellschaft der Stuttgarter Wahl GmbH, wie realistisch der Traum von warmen, weichen, natürlichen Holzoberflächen im Bad wirklich ist. Sein Grundtenor: Neuentwicklungen bei Lacken und Ölen

machen Holz auch in Nassbereichen zu einem langlebigen, pflegeleichteren Baumaterial, das keine Wünsche offen lasse.

kann das Holz unhygienisch machen. Dagegen hilft nur ein vorsorgliches Stehpinkel-Verbot für Männer.

-  Was spricht für Holz im Bad?
-  Holz hat vor allem gestalterische Vorzüge. Es entstehen warme, weiche und durch die Maserung des Holzes auch natürlich schöne Oberflächen. Es sind also vor allem emotionale Gründe, die für Holz im Bad sprechen.
-  Ist Holz im Bad nicht ziemlich unhygienisch?
-  Unhygienisch sind eigentlich nur alte Dielenböden mit großen Fugen. Was sich darin über die Jahre sammelt, lässt sich kaum noch entfernen. Bei frisch verlegten Dielenböden ist Hygiene aber kein großes Problem mehr. Sie haben, wenn überhaupt, kleine, v-förmige Stoßfugen, die sich ohne großen Aufwand reinigen lassen. Nur Urin

-  Aber besteht nicht die Gefahr, dass das Holz mit der Zeit doch morsch wird?
-  Nein, solange die Poren im Holz gesättigt sind, können sie kein Wasser aufnehmen. Um das zu gewährleisten, behandeln wir Holzoberflächen mit Öl. Lack hat den Nachteil, dass er mit der Zeit Risse bekommen kann. Die betroffenen Stellen lassen sich leider nur notdürftig flicken. Mit Öl behandelte Oberflächen erfordern regelmäßige Pflege. Weil das Öl aber zusammen mit Reinigungsmitteln aufgebracht werden kann, hält sich der Aufwand in Grenzen. Ein kleiner Nachteil beim Öl ist aber, dass Flecken entstehen können, wenn man verspritztes Wasser nicht wegwischt.

Die schmalen, v-förmigen Stoßfugen lassen sich leicht reinigen und halten den Dielenboden im Bad hygienisch (links). Auch Badewannen machen mit einer Holzverkleidung eine gute Figur, insbesondere wenn sie mit Boden- oder Wandbelägen aus Keramik oder Naturstein kombiniert werden (Fotos: Wahl GmbH).



surtechnik gelingen perfektere Imitate, wahren Charakter















Besonders gediegen wirkt Holz, wenn es mit hochwertigen Marmor oder Keramik kombiniert wird, wie in diesem „Schlafbad“ eine Nobel-Chalets (links)

Mit Lack oder Öl behandelte Oberflächen verhindern, dass Wasser und hohe Luftfeuchtigkeit dem Holz schaden können (Foto Mitte).

Foto rechts: Einzig Urin kann Holzböden mit der Zeit unhygienisch machen. Dagegen hilft nur ein vorsorgliches Stehpinkel-Verbot für Männer (Fotos: Wahl GmbH).



-  Was muss man bei der Pflege sonst noch beachten?
-  Nichts. Holz ist an sich ein pflegeleichter Baustoff. Gerade bei den Lacken und Ölen gab es in den vergangenen Jahren vielversprechende Neuentwicklungen. Das wichtigste ist die Oberflächenbehandlung gleich nach dem Einbau, die auf jeden Fall erfahrene Handwerker übernehmen sollten.
-  Wie reagiert das Holz auf die ständigen Unterschiede bei Temperatur und Luftfeuchtigkeit?
-  Holz verzieht sich mit der Zeit immer, wenn sich die Luftfeuchtigkeit ändert. Das hat mit wechselnden Temperaturen oder Unterschieden bei der Luftfeuchtigkeit nichts zu tun und lässt sich auch mit speziellen Leimen nur mindern, aber auf keinen Fall verhindern. Solange ein Holzboden genug Spiel hat, ist das auch überhaupt kein Problem.
-  Ist Holz für Sie als Planer eine besondere Herausforderung?
-  Nein, überhaupt nicht. Holz hat eben andere Eigenschaften als Naturstein oder Keramik. Aber es ist dadurch nicht schwieriger zu handhaben. Auch der Kreativität tut Holz keinen Abbruch. Boden, Wände, Möbel, alles lässt sich mit Holz umsetzen. Es gibt sogar Badewannen aus Massivholz und Holzmosaiken zur Verzierung.
-  Gibt es Hölzer, die sich besser oder schlechter fürs Bad eignen?
-  Auch da gibt es keinerlei Einschränkungen. Im Außenbereich scheiden bestimmte Hölzer aus, aber innen ist alles möglich. Da erfüllt Holz jeden Kundenwunsch.
-  Gibt es einen Personenkreis, der sich besonders für Holz interessiert? Vielleicht Kunden, die auch sonst naturverbunden und umweltbewusst sind?
-  Holz spricht ganz offensichtlich ein breites Spektrum an Kunden an. Nicht nur naturverbundene Menschen setzen auf Holz im Bad, sondern auch emotionale Menschen, die sich wohlfühlen wollen in ihren eigenen vier Wänden und die wissen, dass Holz unter Umständen eine behaglichere Atmosphäre erzeugt als Fliesen.
-  Seit wann beobachten Sie den Trend zu Holz im Bad?
-  Natürliche Materialien sind ganz allgemein seit einigen Jahren im Kommen und es sieht so aus, als ob sich dieser Trend noch einige Zeit hält und sogar stärker wird. Es scheint eine Sehnsucht nach Holz im Bad zu geben. Nicht umsonst haben nicht nur natürliche Materialien, sondern auch deren Imitate heute Hochkonjunktur.

Die in Stuttgart ansässige Wahl GmbH wurde im Jahr 1977 gegründet. Zum 25-jährigen Jubiläum entstand 2002 die Wahl-Tochterfirma Livinghouse. Das Unternehmen beschäftigt dort ein Team von Innenarchitekten, das individuelle Material-, Farb- und Beleuchtungskonzepte für Bäder, Wohnräume und Gärten entwickelt. Von der Beratung über die Planung bis hin zur Durchführung aller notwendigen Arbeiten, die vom Unternehmen organisiert und überwacht werden. Innenarchitekt Matthias Freimuth ist federführend für die kreativen und designtechnischen Maßnahmen.

EINFACH LAGENHAFT!

Mehr Flexibilität, mehr Aufträge – mit Okalift SuperChange

- Innovative Grundlage für späteres Renovieren – spart Zeit, Schmutz und Kraft
- Qualitäts-Lage für sofortige Entkopplung
- Mehr-Wert-Lage für problemloses Umgestalten von Wand und Boden

Fordern Sie noch heute Ihr Gratis-Muster an!




www.einfach-lagenhaft.de

Standhaft bleiben: 

MIT RUTSCHHEMMENDEN FLIESEN AUF DER SICHEREN SEITE

DAS THEMA RUTSCHHEMMUNG WIRD BEI DER FLIESENWAHL OFT VON VIELEN FRAGEN BEGLEITET. WAS IST WO SINNVOLL? WAS VERBIRGT SICH HINTER BEZEICHNUNGEN WIE „R10B“? UND VOR ALLEM: WAS IST WO VORGESCHRIEBEN? ANTWORTEN DARAUF GIBT ES HIER AM BEISPIEL DER FLIESENMARKE RAKO. DAS UNTERNEHMEN BIETET EINE BREITE AUSWAHL AN SERIEN FÜR INNEN UND AUSSEN, FÜR ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN UND DEN PRIVATEN WOHNUNGSBAU, FÜR SCHWIMMBÄDER EBENSOWIE FÜR GEWERBE UND INDUSTRIE.

Klarheit schaffen in diesem Beitrag Informationen zur projekt-bezogenen Rutschsicherheit. Schließlich bieten gerade keramische Fliesen den Vorteil, dass sie optische wie praktische Gesichtspunkte kombinieren. Das bedeutet: Oberflächen mit unterschiedlicher Rutschhemmung werden aus ein- und derselben Serie angeboten. Damit kann beispielsweise der besonders standsichere Duschboden passend zur gesamten Badraumbasis verlegt werden oder die trittfest geflieste Außenterrasse harmonisiert mit dem angrenzenden Innenbereich. Selbst die rutschigen Arbeitsbereiche einzelner Berufsbranchen

Das „R“ für die Rutschhemmung
Ausgewiesen wird die jeweilige Rutschhemmung von glasiertem und unglasiertem Feinsteinzeug sowie von Steinzeugfliesen durch die „R“-Kennzeichnung des Herstellers, beginnend bei „R9“ bis „R13“. Dabei gilt: Je höher die Zahl hinter dem „R“, desto höher auch die Rutschhemmung. „R9“ und „R10“ bezeichnen Fliesen für niedrige bis normale Sicherheitsansprüche (beispielsweise in Wohnräumen und Büros) „R11“ eignet sich für Eingangsbereiche außen, in Profiküchen



Unterschiedliche Rutschhemmung gut sichtbar: Die Fliesenserie „Cemento“, oben in „R9“-Ausführung und darunter mit feinem Relief in „R10B“ (links).

Auch bei der Serie „Sandy“ ist die „Bremswirkung“ gut zu erkennen: In der Dusche rutschhemmende „R10B“-Ausführungen, rundum „R9“-Fliesen (rechts).

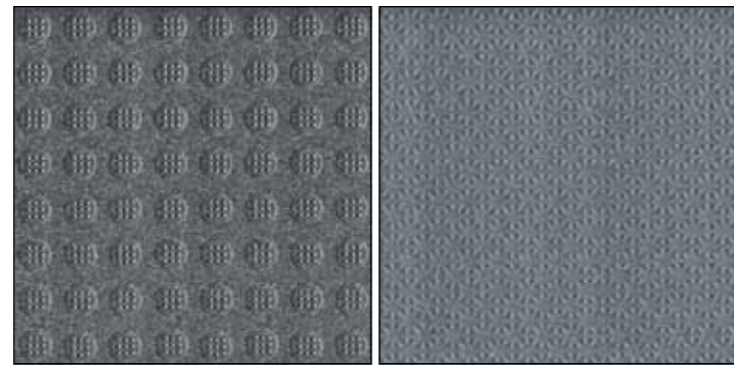
Beispiele für Fliesen mit „V“-Wert aus der Rako-Serie „Taurus Industrial“: Unten links in schwarz mit „V8“, rechts daneben in anthrazit mit „V4“

lassen sich passend zu den „gefährlosen“ Büroräumen gestalten.

Bekanntlich belegt die Zahl der folgenschweren Ausrutscher

im Haushalt wie auf der Arbeit seit langem einen der oberen Ränge in den Unfallstatistiken. Und: Ein Risiko besteht auf trockenem Boden ebenso wie bei Feuchtigkeit oder durch Verschmutzungen. Entsprechend wichtig ist die Planung der keramischen Grundlagen.

Der Einsatz rutschsicherer Fliesen ist grundsätzlich überall dort erforderlich, wo Menschen arbeiten (siehe auch Info-Kasten „Mehr Wissen“). Ebenso natürlich da, wo Kunden einer erhöhten Rutschgefahr ausgesetzt sind, beispielsweise in Lebensmittelmärkten. Und dann natürlich besonders in Sportstätten und Wellnessbereichen. Für das private Zuhause ist Rutschhemmung zwar nicht vorgeschrieben, allerdings an einigen Stellen mehr als empfehlenswert.



gilt bereits „R12“ und „R13“ unter anderem für Böden in der Fett verarbeitenden Industrie.

Wichtig zu wissen: Bei einer Verlegung rutschhemmender Keramik dürfen im angrenzenden Bereich nur Fliesen eingesetzt werden, deren „R“-Wert lediglich um eins niedriger liegt. Weitere Abstufungen sind dann jeweils mit einem Abstand von 1,5 Metern möglich.



Sicherheit für Kunden und Mitarbeiter: Rako bietet auch Fliesen in Überstärke (wie hier „Rock“) mit zuverlässiger Rutschhemmung an (Foto ganz links).



Sicherheit vor allem auch in der Profiküche: Hier ist Standsicherheit am Arbeitsplatz ein wichtiges Thema (Foto links).

Stufen mit Rillen gegen Ausrutscher auf der Treppe: „Rock“ von Rako. (Foto rechts).



Das „V“ für Verdrängungsvolumen

Zum Nachweis einer besonders hohen Rutschhemmung gibt es zusätzliche „V“-Werte. Sie bezeichnen das so genannte Verdrängungsvolumen von Reliefoberflächen. Beispiel: Die Bewertungsgruppe R13 V8 steht für die Rutschfestigkeit R13 und eine Volumenaufnahme von 8cm³/dm². Relevant ist dies beispielsweise für Schlachtereien.

Das große „ABC“ für Barfußbereiche

Und dann gibt es auch noch eine ABC-Klassifizierung speziell für Barfußbereiche: A (für trockene Böden), B (für nasse Böden) oder C (für Schwimmbäder). So ist eine Fliese mit der Kennzeichnung „R10A“ zum Beispiel für den Laufbereich im Bad oder für Umkleieräume geeignet, während „R10B“ für Duschen und Beckenumgänge Pflicht ist, während „R10C“ für Durchschreite-Becken oder ins Wasser führende Treppen von Schwimmbädern zum Einsatz kommt.

Auch Mosaik kann „bremsend“ wirken

Interessant in diesem Zusammenhang: Auch keramisches Kleinformat kann „bremsend“ wirken. Denn beim Mosaik sind es die vielen Fugen, die der Fläche einen stoppenden Effekt verleihen. Einer der Gründe, weshalb die „Minis“ als Bodenbelag für bodengleiche Duschen so beliebt sind. Ausnahme: Glänzende Ausführungen schaffen die B-Klassifizierung nicht.

Guter Stand auf Stufen

Wichtiger Aspekt bei der Vermeidung von Rutschgefahren ist nicht zuletzt die Standsicherheit auf Treppen. Hier muss es allerdings keine erhöhte Rutschhemmung sein: Als passende

keramische Sonderlösung gibt es Stufenfliesen mit schmalen, stoppenden Rillen im Auftrittsbereich.

Wer angesichts dieser Möglichkeiten lieber auf „Nummer Sicher“ gehen und eine höhere Rutschhemmung als erforderlich wählen möchte, sollte allerdings wissen: Mit jedem Plus an Standsicherheit ist auch ein größere Rauheit der Oberfläche verbunden und damit mehr Mühe und eventuell auch mehr Kosten bei der Sauberhaltung der Bodenfliesen. Deshalb sind „R9“ oder auch „R10“ tatsächlich ratsamer Standard für ganz normal belastete Wohn- und Arbeitsbereiche.

Fliesen aus dem „Rako“-Programm erfüllen ihre festgestellten Rutschhemm-Werte immer „voll und ganz“ und nicht „gerade so“. Das ist das Credo des traditionsreichen tschechischen Herstellers Rako, Tochterunternehmen der österreichischen Lasselsberger-Gruppe. Insofern hält das Unternehmen in seinem Programm „Rako Object / Rako Home“ für alle Einsatzbereiche ein exakt zugeschnittenes Angebot bereit. Von der Wohnraumlösung bis zum kompletten Schwimmbad-Programm, von der hochbelastbaren Rüttelfliese in 15-mm-Überstärke bis zur feinen „Granit“-Optik für den Ausstellungsbereich: Serien, die übergreifend einsetzbar sind, die das technisch Anspruchsvolle mit dem gestalterisch Hochwertigen verbinden und die das Thema Standsicherheit von ihrer attraktivsten Seite beleuchten.

Rauer ist nicht immer besser

Mit Standhaftigkeit auf der sicheren Seite

Der Test: Wenn Fliesen auf die „Schiefe Ebene“ geraten....

Zur Prüfung und Einteilung in verschiedene Rutschhemmstufen müssen sich Fliesen auf die „Schiefe Ebene“ begeben. Ein Verfahren, das auch in heutigen Zeiten noch auf ganz persönliche Erfahrungswerte setzt: Die zu testenden Bodenfliesen werden auf einer Fläche mit verstellbarem Neigungswinkel verlegt und eine Testperson bewegt sich in definiertem Schuhwerk und in kleinen Schritten auf diesem Boden, und zwar so lange, bis die zunehmende Schrägstellung der „schiefen Ebene“ für Unsicherheit und Ausrutscher sorgt. Bei der anschließenden Einteilung in die Bewertungsgruppe liegt der Akzeptanzwinkel für „R9“ bei 6 bis 10 Grad und bei der Bewertungsgruppe „R10“ bereits bei 10 bis 19 Grad (R10A gilt für den unteren, R10B für den oberen Toleranzbereich). Je nach Art und Einsatz der Bodenfliesen wird auf die Fläche auch spezielles Öl aufgetragen, um beispielsweise die Eignung für Barfuß- oder Arbeitsbereiche zu testen.

Mehr Wissen

Über Anforderungen an „Bodenbeläge für nassbelastete Barfußbereiche“ (BGI/GUV-18527) informiert detailliert die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV), Berlin – vom Prüfverfahren bis zur Verlegung, Reinigung und Pflege. Auch die „Technischen Regeln für Arbeitsstätten (ASR A1.5/1,2)“ des Ausschusses für Arbeitsstätten (ASTA) der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin „BAuA“ geben den aktuellen Stand der Ziele, Erfordernisse und Empfehlungen wieder. Sie halten auch eine genaue Auflistung der Einsatz-Empfehlungen der verschiedenen „R“-Gruppen bereit.

Natursteinflächen und Fugendichtstoffe: 

SORGFÄLTIGE PLANUNG GEGEN HÄSSLICHE RÄNDER UND FLECKEN

NATÜRLICHE BAUSTOFFE SIND SEIT VIELEN JAHREN AUF ERFOLGSKURS. IN EINEM VON UNVERFÄLSCHTEN MATERIALIEN GEPRÄGTEN UMFELD ZU LEBEN ODER ZU ARBEITEN, DAS WOLLEN IMMER MEHR BAUHERREN VERWIRKLICHEN, IM NEUBAU EBENSO WIE BEI MODERNISIERUNGEN.

Naturstein hat sich dabei vom hochpreisigen Luxusgut zu einem universellen und erschwinglichen Material für immer mehr Anwendungen und mit einem breiten Einsatzspektrum am Gebäude außen und innen entwickelt. Klassisch als Fassadenverkleidung, als Boden- und Wandbelag im Eingang, in der Küche, im Bad- und Wellnessbereich sind Travertin, Sandstein & Co. fest etabliert, oft kombiniert mit anderen Materialien wie Holz, Kunststoff oder Glas.

Ein entscheidender Grund für den Erfolg von Naturstein ist der Unikatcharakter seiner Farben und Oberflächen. Diese typischen Merkmale zur Geltung zu bringen, ist Ziel und Herausforderung zugleich für Planer und Architekten. Dabei kommt es ganz besonders auf den Einsatz geeigneter Verlegewerkstoffe, Fugenmörtel und Dichtstoffe an. Sie müssen zu dem jeweiligen Naturstein optimal passen, ohne das Erscheinungsbild zu beeinflussen. Eine gründliche Planung gerade auch der elastischen Fugen und der Einsatz der entsprechenden Dichtstoffe ist deshalb unabdingbar.

Verlegewerkstoffe, Fugenmörtel und Dichtstoffe müssen zu dem jeweiligen Naturstein optimal passen

Dieser Beitrag soll Grundlagen zu Fugendichtstoffen im Zusammenhang mit dem Einsatz in Natursteinflächen vermitteln und Hinweise geben zur Vermeidung negativer Folgen durch

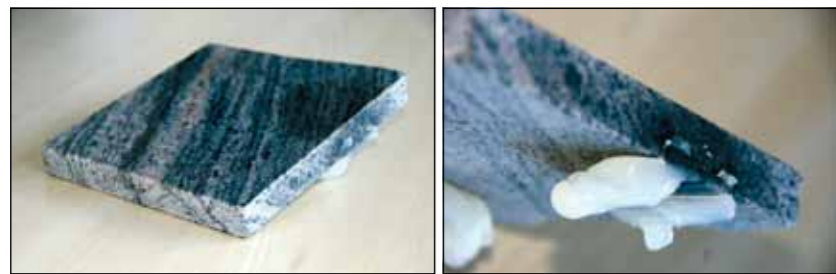
Grundlagen zu Fugendichtstoffen im Zusammenhang mit dem Einsatz in Natursteinflächen

falschen Materialeinsatz schon in der Planung. Es gibt immer wieder teils spektakuläre Beispiele, wo gegen diesen Grundsatz verstoßen wurde – mit gravierenden Folgen für alle Beteiligten. Denn durch falsche Fugendichtstoffe verursachte optische Beeinträchtigungen (Randzonen-Verfärbungen infolge Migration) an Natursteinbelägen sind nur sehr aufwändig, mitunter auch gar nicht korrigierbar. Hier bleibt in der Regel nur der komplette Rückbau, mit allem Ärger und entsprechenden Kosten.

Zwei Grundvoraussetzungen müssen bei Dichtstoffen gegeben sein:
 → Adhäsion, d. h. Ausbildung einer festen und andauernden Haftung
 → Materialverträglichkeit, d. h. keine optischen Veränderungen der angrenzenden Materialien, z. B. durch Weichmacher-Migrationen



Diese Bilder zeigen Beispiele für die optische Beeinträchtigung der gesamten Fassade durch Randverfärbungen, die nur durch Rückbau zu beseitigen sind.



Oben: Schadenbeispiel anhand von „Migration“ an Marmortestmusterplatten durch den Einsatz von ungeeigneten Fugendichtstoffen.

Schadensbilder der Randzonenverfärbungen an Natursteinfassaden



Hinzu kommt, dass in der Regel auch der Farbton der Dichtstoffe eine nicht unwesentliche Rolle bei der Auswahl spielt. Dabei ist insbesondere darauf zu achten, dass der ausgewählte Farbton in der benötigten Qualität verfügbar ist.

Die Auswahl des Dichtstoffes sollte in der Planung (bereits in der Ausschreibung) frühzeitig berücksichtigt werden, damit – gerade für die Verwendung mit hochwertigem Naturstein – ein geeignetes Produkt ermittelt werden kann.

Diese Checkliste soll helfen, die bei Natursteineinsatz geeigneten Dichtstoffe auszuwählen:

| Checkliste zur Auswahl geeigneter Dichtstoffe bei Natursteineinsatz | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Einsatz von Naturstein? |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Natursteinsorte, Natursteinqualität bekannt? (Lieferant anfragen) |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Ausgewählter Farbton in benötigter Qualität verfügbar? / Qualität in gewünschter Farbe verfügbar? |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Materialkombinationen Naturstein und weitere Materialien? |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Anstrichverträglichkeit? |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Anwendungsbereich? (Innen / Aussen) |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Einsatzgebiet? (Küche, Bad, Schwimmbad, ...) |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Baudichtstoffverträglichkeit mit o.g. Natursteinsorte geprüft? |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Ggf. objektbezogene Herstellerfreigabe anfordern! |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Benötigte Bewegungsaufnahme? (Fassadenkonstruktion, Elementgröße) |

Über die Verfügarbeiten sind fortlaufend Aufzeichnungen anzufertigen:

| Dokumentation / Baustellenprotokoll | |
|---|--|
| Folgende Angaben (s.a. DIN 18540, Abschn. 6.5) sollen enthalten sein: | |
| Name und Firma des Ausführenden | |
| Datum | |
| Angaben zum Objekt | |
| Witterung (Temperatur, Niederschläge, relative Luftfeuchte) | |
| Bezeichnung der ausgeführten Arbeiten, Fugenmaße usw. | |
| Verwendeter Primer und Fugendichtstoff (Bezeichnung, Chargennummer) | |
| Sonstige verwendete Hilfsstoffe, z. B. Hinterfüllmaterial, Abglättmittel. | |

Fugenplanung:

Im Wesentlichen unterscheidet man zwei Fugenarten:

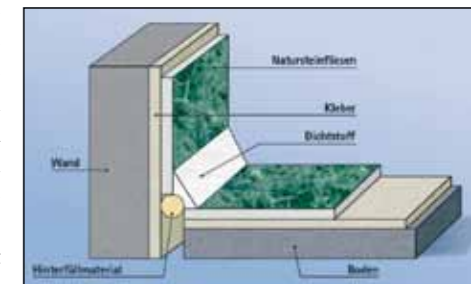
- Feldbegrenzungsfuge
- Anschlussfuge

Feldbegrenzungsfuge Die Feldbegrenzungsfuge (Grafik 1) ist eine Dehnungsfuge im Natursteinbelag. Sie nimmt die Bewegungen zwischen gleichen oder unterschiedlichen angrenzenden Materialien auf, z. B. Naturstein und Holz. Feldbegrenzungsfugen müssen von der Oberfläche des Bodenbelags bis auf den tragenden Untergrund oder bis auf die Dämmung bzw. Abdichtung ausgebildet werden.

Anschlussfuge Eine Anschlussfuge ist eine Fuge zwischen zwei in Material oder Funktion unterschiedlichen Bauteilen, dafür gibt es zum Teil eigene Bezeichnungen.

Die Randfuge (Grafik 2) entsteht bauseits dort, wo der Bodenbelag an den Sockel oder die Wand stößt. Treffen hier Bauteile aus unterschiedlichem Material aufeinander, ist die Anschlussfuge gleichzeitig auch

Dehnungsfuge aufgrund unterschiedlicher Ausdehnungskoeffizienten. Um Rissprobleme zu minimieren, sollten Randfugen grundsätzlich breiter als 8 mm ausgeführt werden.



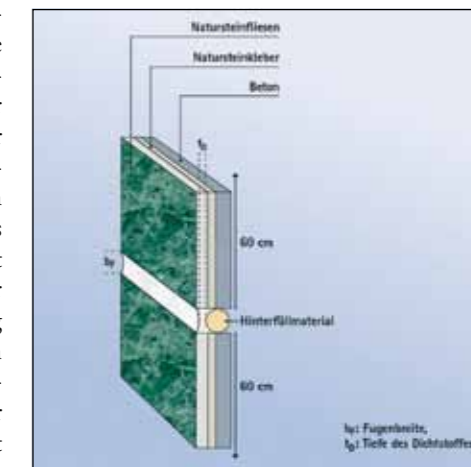
Die richtige Dimensionierung der Fuge ist ein wichtiger Schritt in der Planung. Nur bei ausreichender Größe der Fuge kann der Dichtstoff seine Funktion erfüllen.

Die zulässige Gesamtverformung – angegeben im Technischen Datenblatt des Herstellers – ist ein Faktor für die Belastbarkeit des Dichtstoffes. Sie gibt an, in welchem Maß das Material beansprucht werden kann.

Eine wichtige Rolle bei der Fugendimensionierung spielen die angrenzenden Materialien. Die temperaturabhängige Ausdehnung der Materialien kann relativ groß sein (z. B. bei Anschlussfugen an Holz, Aluminium, Kunststoff). Der eingesetzte Dichtstoff muss in der Lage sein, diese Bewegungen aufzunehmen. Dazu darf die zulässige Gesamtverformung des Dichtstoffes durch die Flankenbewegung nicht überschritten werden.

Die zulässige Gesamtverformung des Dichtstoffes darf nicht überschritten werden

Im Gesamtbild sollte die Fuge nicht ins Auge fallen. Daher geht der Trend zu immer schmalere Fugen, die nur durch den Einsatz eines Dichtstoffes mit größter zulässiger Gesamtverformung funktionsfähig sein können. Nach heutigem Stand der Technik beträgt die größtmögliche zulässige Gesamtverformung 25 Prozent. Bei Fugen kleiner als 8 mm besteht die Gefahr des Versagens, da die auftretenden Bewegungen nicht aufgenommen werden können.



Schematische Darstellung einer Einbausituation an der Fassade

Die Autoren:
 Der Text wurde von folgenden Mitgliedern des Arbeitskreises Öffentlichkeitsarbeit des Fachausschusses 7 „Baudichtstoffe“ der Deutschen Bauchemie e.V. (Frankfurt a. Main) erstellt: Guido Adolph (Henkel AG & Co.KG), Nicola Breilmann (Tremco illbruck GmbH & Co. KG), Ralf Heinzmann (Sika Deutschland GmbH) und Alexander von Vulté (Soudal NV).



1



2



3



9



10



11

Fotos: siehe Hersteller



4



1 Ein **Sofa fürs Bad**: Diese Wanne passt dank ihrer Form perfekt in immer offenere und ineinander greifende Wohnbereiche (Glass 1989). **2** Dieses stattliche, symmetrische Wannenmodell mit Anklängen an das viktorianische Zeitalter verspricht **königlichen Badespaß** (Elwick von Victoria + Albert). **3** Es gibt **Aufsatzbecken** oder Waschbecken für den versenkbaren Einbau, diese können je nach Wunsch beides (Maru 42 von Victoria + Albert). **4** Die **Solarmodule dieser Armaturen** erzeugen den für den Betrieb benötigte Energie selbst, auch bei künstlichem Licht (Iqua Solino von HighTech). **5** Eine **Teilsanierung im Bad** lässt sich mit diesen etwa 8 mm dicken glasfaserverstärkten Composite-Platten in verschiedenen Farben leicht realisieren (Artwall von Artweger). **6** Dieser Papierhandtuchspender benötigt **weder Batterien noch Stromanschluss**. Schneidevorgang und Papiervorschub für die nächste Benutzung erfolgen automatisch (Stratos von Franke Aquarotter). **7** Die Synthese von **kubischen und runden Elementen** sorgen für den Reiz dieser modernen Armaturenserie (Gio von Ideal Standard). **8** Beim **Öffnen und Schließen des Ventils** durch den grazilen Hebel hebt beziehungsweise senkt sich der Bedienzylinder synchron zur austretenden Wassermenge (Jado Joy von Jado).



5



9 Der minimalistische „Shower Tower“ für **Designfreaks** besteht aus einer Kopf- und einer Handbrause in einem puristisch eckigen Design (SG Shower Tower von Toto). **10** Eine integrierte **Frischwasserstation** sorgt zusätzlich zu Programmierungsvarianten der Hygienespülung für eine hygienische Warmwasserbereitung direkt im Element (Contec 3 von Conti). **11** Diese neue Armaturenserie wurde für **sparsamem Wasser- und Energieverbrauch** konzipiert und bietet Varianten für die unterschiedlichsten Bedürfnisse im Privatbad oder in öffentlichen Sanitärräumen (Hansaconcerto von Hansa). **12** Von Kneipp-Güssen über Blitzgüsse bis hin zum Kneippen reichen die Anwendungsmöglichkeiten der **Hydrotherapie-Garnitur** in der Schwimmhalle Piesteritz (Conti-Armaturen). **13** Für einen besonderen Effekt im WC-Bereich sorgen **individuelle Digitaldrucke** auf Trennwandsystemen, hinsichtlich der Motive sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt („Classicell“ von Kemmlit). **14** **Keramische Küchenspülen** setzen Akzente in der Küche und bieten viele Vorzüge von individueller Farbgestaltung bis hin zu hygienischen Aspekten (Vero von Duravit). **15** Steindesign in einer neuen Form ist dieses Mix aus bunten Farben, wie ein **Mikado-Spiel** mit seinem geordneten Chaos bunter Stäbchen (Kollektion Opus von Lithos). **16** Drei der **beliebtesten Gesteine** standen Pate für die Serien der Stone Collection. „Pesina“ spiegelt die grafische Varietät von Mergelstein wider (von Steuler Fliesen).



12



13



6



7



8

Fotos: siehe Hersteller



14



15



16



Der Marktanteil von Design-Belägen wächst. Dural bietet dafür ein großes „Rundum“-Programm, eine hochwertige Kollektion passender Profile für An- und Abschlüsse, für Übergänge und Kanten, für Sockel und für zusätzliche Sicherheit.

Info-Serviceziffer [31412]



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 [31413]



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 [31414]



Schlüter-Systeme – Ob Neubau, Sanierung oder Renovierung: Innovative Systemlösungen sorgen für grenzenloses Duschvergnügen

Info-Serviceziffer [31415]



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 [31416]



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

Info-Serviceziffer [31417]



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

Info-Serviceziffer [31418]



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

Info-Serviceziffer [31419]



Der Prospekt zeigt das innovative und prämierte Wandablaufsystem CeraWall für bodengleiche Duschen, wahlweise mit markanter Ablaufschiene aus Edelstahl oder fast unsichtbarem Ablaufprofil. Höchst elegant, sicher abzudichten, leicht zu reinigen. Dallmer. Entwässerungstechnik. Seit 1913.

Info-Serviceziffer [31420]



Der Prospekt zeigt auf 100 Seiten das umfassende Ablaufprogramm von Dallmer für bodengleiche Duschen: Linienentwässerung und Punktabläufe, CeraDrain-Sicherheit und Tisto-Technik, Aktiventwässerung, prämiertes Design und Montage-Qualität. Dallmer. Entwässerungstechnik. Seit 1913.

Info-Serviceziffer [31421]



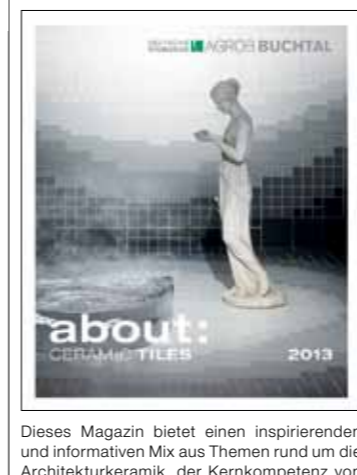
Axor - The Collections - Innovative Designlösungen für das Bad. Erleben Sie eine Vielfalt an Kollektionen mit einem umfassenden Sortiment von der Armatur bis zum Accessoire. Hansgrohe Deutschland Vertriebs GmbH, www.hansgrohe.de

Info-Serviceziffer [31422]



Dass keramische Fliesen in Architektur- und Einrichtungsprojekten zunehmend zu einem wichtigen Charakteristikum werden, zeigt das Buch „Rhythms, Cycles, Performances“. Der dritte Band in der Reihe „Ceramics in Architecture“ stellt 31 zeitgenössische Architekturprojekte vor und gibt einen idealen Überblick über keramische Fliesen. Der Band ist kostenlos zu beziehen.

Info-Serviceziffer [31423]



Dieses Magazin bietet einen inspirierenden und informativen Mix aus Themen rund um die Architekturkeramik, der Kernkompetenz von AGROB BUCHTAL.

Info-Serviceziffer [31424]



Die Welt von MAPEI – der neue MAPEI-Produktkatalog bietet Ihnen alles, was Sie zum sicheren und emissionsarmen Bauen und Renovieren brauchen. MAPEI GmbH, 63906 Erlenbach, www.mapei.de

Info-Serviceziffer [31425]



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 [31426]



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

Info-Serviceziffer [31427]

InfoBox

So können Sie diese Firmendruck-schriften bestellen:

- per E-mail: service.sks@stein-keramik-sanitaer.de
- im Internet: www.sks-infoservice.de/service32014
- Per Post: ausgefüllten Service-Coupon (Seite 37) an: Verlag G. Köhler, Postfach 20 07 34, 41207 Mönchengladbach oder als Fax an: 02166-984185
- oder QR-Code einscannen

KREATIVE GESTALTUNG MIT FLIESEN

Gratis-Broschüre unter www.deutsche-fliese.de

Keramik ist ein faszinierendes Material für individuelle Raumgestaltungen in allen Bau- und Einrichtungsbereichen. Zahlreiche Anregungen liefert das „Raumbuch“

DEUTSCHE FLIESE

Info-Serviceziffer [31428]

PLAN DOCH WIE DU ES WILLST

Okalift SuperChange

Okalift SuperChange ist das erste wirkliche Wiederaufnahmesystem für Boden- und Wandfliesen, Parkett und alle anderen Arten von Bodenbelägen. Es ermöglicht, schnell auf Trends zu reagieren, und Räume an neue Gegebenheiten anzupassen. Sie gestalten jetzt sowohl Wände als auch Böden mit deutlich reduziertem Zeitaufwand und ohne Nutzungsausfall. Okalift SuperChange versetzt Sie in die Lage, heute schon die Zukunft zu gestalten.

Info-Serviceziffer [31429]

EXZELLENT PRODUKTE FÜR EXKLSIVE NATURSTEIN, KUNSTSTEIN UND KERAMIK WELTEN

3 STUFEN SYSTEM REINIGUNG • SCHUTZ • PFLEGE

PRODUKTÜBERSICHT

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

Info-Serviceziffer [31430]

Kristallklare Ergebnisse

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 Farbbrachtheit des Natursteinbelags

codex X

Info-Serviceziffer [31431]

Damit sie legen auf ganz neue Weise

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: codex ecoTec

codex X

Info-Serviceziffer [31432]

Know-how macht den Unterschied.

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

codex X

Info-Serviceziffer [31433]

Flexibel und schnell renovieren.

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

codex X

Info-Serviceziffer [31434]

KATALOGE, INFORMATIONEN UND FIRMENBROSCHÜREN ONLINE MIT GEWINN BESTELLEN!

Sie haben in dieser Ausgabe eine Anzeige gefunden und wollen mehr wissen über den Inserenten und das beworbene Produkt? Sie benötigen einen der Prospekte oder Kataloge, die auf unserer Service-Seite abgebildet sind?

Da können wir Ihnen nicht nur schnell und einfach mit unserem Online-Info-Service behilflich sein!

Sondern wir haben auch noch eine Überraschung für Sie: Unter allen Teilnehmern unseres Online-Service verlosen wir 3 Original Villeroy & Boch „New Wave-Tassen“ und 5 Zweiersets Frühstücksbrettchen für Planer.

Deshalb: Gehen Sie online auf „www.sks-infoservice.de/service32014/“, oder scannen Sie den QR-Code unten ein, klicken Sie die gewünschten Infos an, Absenderadresse eintragen und abschicken!



Die Teilnahme ist kostenlos. Teilnahmeabschluss ist der 21. Juli 2014. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. (natürlich können Sie auch weiterhin Informationen via Formular anfordern)

BERGÉR Natursteine
NATURSTEINE Fliesen
Georg Bergér GmbH
 Gut Harthof · 85072 Eichstätt
 Tel. 0 84 21 / 97 92-0 · Fax 0 84 21 / 40 13

Info-Serviceziffer [31435]

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!



SKS STEIN KERAMIK SANITÄR
 Das Branchenmagazin für Architektur, Design und Technik
 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 Print+Media GmbH, Industriestr. 2b, 41352 Korschenbroich

ERSCHEINUNGSWEISE:
 6x jährlich, zur Zeit ist die Preisliste vom 1.1.2014 gültig

geprüfte Auflage (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern)

Nachdruck, Reproduktion und Übersetzungen in andere Sprachen sind 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 eine E-Mail (service.sks@stein-keramik-sanitaer.de) oder rufen Sie uns an (+49-0)2166-984183. ISSN 2196-4289

Einen Wegweiser mit weiteren Informationen, Adressen, Telefonnummern und Websites der in dieser Ausgabe genannten Produkte und Hersteller finden Sie auf unserer Internetseite: www.stein-keramik-sanitaer.de/adressen-links-32014.

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

Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 3/2014

falls bekannt (siehe Adressticket auf der Titelseite über der Anschrift) Leser-Nr.: _____

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.

| | | | | | | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| 31401 | <input type="checkbox"/> | 31402 | <input type="checkbox"/> | 31403 | <input type="checkbox"/> | 31404 | <input type="checkbox"/> | 31405 | <input type="checkbox"/> |
| 31406 | <input type="checkbox"/> | 31407 | <input type="checkbox"/> | 31408 | <input type="checkbox"/> | 31409 | <input type="checkbox"/> | 31410 | <input type="checkbox"/> |
| 31411 | <input type="checkbox"/> | 31412 | <input type="checkbox"/> | 31413 | <input type="checkbox"/> | 31414 | <input type="checkbox"/> | 31415 | <input type="checkbox"/> |
| 31416 | <input type="checkbox"/> | 31417 | <input type="checkbox"/> | 31418 | <input type="checkbox"/> | 31419 | <input type="checkbox"/> | 31420 | <input type="checkbox"/> |
| 31421 | <input type="checkbox"/> | 31422 | <input type="checkbox"/> | 31423 | <input type="checkbox"/> | 31424 | <input type="checkbox"/> | 31425 | <input type="checkbox"/> |
| 31426 | <input type="checkbox"/> | 31427 | <input type="checkbox"/> | 31428 | <input type="checkbox"/> | 31429 | <input type="checkbox"/> | 31430 | <input type="checkbox"/> |
| 31431 | <input type="checkbox"/> | 31432 | <input type="checkbox"/> | 31433 | <input type="checkbox"/> | 31334 | <input type="checkbox"/> | 31335 | <input type="checkbox"/> |
| 31436 | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | |

So erfahren Sie mehr

über die Angebote unserer Inserenten:

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

www.sks-infoservice.de/service32014

Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 3/2014

falls bekannt (siehe Adressticket auf der Titelseite über der Anschrift) Leser-Nr.: _____

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.

| | | | | | | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| 31401 | <input type="checkbox"/> | 31402 | <input type="checkbox"/> | 31403 | <input type="checkbox"/> | 31404 | <input type="checkbox"/> | 31405 | <input type="checkbox"/> |
| 31406 | <input type="checkbox"/> | 31407 | <input type="checkbox"/> | 31408 | <input type="checkbox"/> | 31409 | <input type="checkbox"/> | 31410 | <input type="checkbox"/> |
| 31411 | <input type="checkbox"/> | 31412 | <input type="checkbox"/> | 31413 | <input type="checkbox"/> | 31414 | <input type="checkbox"/> | 31415 | <input type="checkbox"/> |
| 31416 | <input type="checkbox"/> | 31417 | <input type="checkbox"/> | 31418 | <input type="checkbox"/> | 31419 | <input type="checkbox"/> | 31420 | <input type="checkbox"/> |
| 31421 | <input type="checkbox"/> | 31422 | <input type="checkbox"/> | 31423 | <input type="checkbox"/> | 31424 | <input type="checkbox"/> | 31425 | <input type="checkbox"/> |
| 31426 | <input type="checkbox"/> | 31427 | <input type="checkbox"/> | 31428 | <input type="checkbox"/> | 31429 | <input type="checkbox"/> | 31430 | <input type="checkbox"/> |
| 31431 | <input type="checkbox"/> | 31432 | <input type="checkbox"/> | 31433 | <input type="checkbox"/> | 31334 | <input type="checkbox"/> | 31335 | <input type="checkbox"/> |
| 31436 | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | |

STEIN KERAMIK SANITÄR informiert unabhängig und kritisch mit wechselnden Schwerpunkt-Themen über Produkte, Systeme und Hintertürende. Wenn Sie uns näher kennenlernen wollen, schicken Sie uns diesen Abschnitt ausgefüllt zurück. Entweder per Fax: 02166 - 984185 oder im Briefumschlag an: Verlag G. Köhler e.K., Postfach 20 07 34 41207 Mönchengladbach

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

Firma - Vorname - Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____ Fax _____

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

Unterschrift _____

Datum/Unterschrift _____

Seite 6

Alle zwei Jahre trifft sich die Architektur-Szene zur Biennale in Venedig. In diesem Jahr ist es das 14. Mal. Sie wechselt sich mit der Kunst Biennale ab, die ihrerseits sehr viel älter ist: am 30. April 1895 wurde die erste internationale Kunstausstellung von Venedig („La Biennale di Venezia“) eröffnet und bereits im ersten Jahr laut Chronik von 224 000 Besuchern frequentiert. Seit 1968 gibt es die „Mostra Internazionale di Architettura“, zunächst als Teil der Kunst-Biennale, seit 1980 als eigenständige Veranstaltung. Wie in Sachen Kunst ging es auch bei der Architektur um die zur Schau Stellung visionärer Architekturkonzepte, in diesem Jahr geht es um „Absorbing Modernity: 1914-2014“, um die Rückbesinnung auf die Architektur der vergangenen hundert Jahre, was die Wochenzeitung „Die Zeit“ so kommentiert: „Mit der Architektur ist es aus und vorbei, das ist die finstere Botschaft dieser Biennale“. Angerichtet hat die Mischung aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Architektur der niederländische Architekt Rem Koolhaas als Kommissär der Architektur-Biennale Venedig. Eines der zahlreichen Themen war auch die Fassade, wozu der deutsche Hersteller Agrob Buchtal einen Beitrag beisteuerte.

Geöffnet ist die Biennale noch bis zum 23.11.2014. Informationen über die Veranstaltung gibt es hier: www.labiennale.org (englisch oder italienisch), über die Fassaden-Module informiert www.agrob-buchtal.de. Berichtet haben wir darüber in der Ausgabe 5.2012: www.stein-keramik-sanitaer.de/downloads/512museumbasel.pdf.

Seite 7

Umfragen sind sehr beliebt. Nicht nur in der Politik, auch in der Wirtschaft. Und dann natürlich die Umfragen über persönliche Verhaltensmuster. Weil das Badezimmer ein Raum ist, in dem man gern allein ist und keine Zuschauer braucht, vor allem nicht unter der Dusche, ist die Neugierde groß. Hansgrohe wollte es deshalb genauer wissen und hat mal rumgefragt. Welche Auswirkungen das Ergebnis dieser Umfrage auf die Produktentwicklung hat, bleibt abzuwarten. Mehr über das Brausen-Sortiment des Herstellers: Hansgrohe SE/Axor, Austraße 5-9, 77761 Schiltach, Tel.: 07836-51 1215, Fax: 07836-51 1170, www.hansgrohe.de/

Seite 8

Naturverbundenes Bauen als Maxime haben sich die Architekten (<http://www.rhw.com/>) für ihren Entwurf des Orchard Hotels in Nottingham (www.devervenues.co.uk/en/venues/east-midlands-conference-centre-orchard-hotel/orchard-hotel/) vorgenommen und haben versichert, dass die erdigen Farben der keramischen Fassadenverkleidung keinesfalls als Imitation von Holz gedacht sind. Immerhin war dieses Material ein Beitrag zur Erlangung des Umwelt-Zertifikats BREEAM. Mehr darüber: www.breem.org/page.jsp?id=176. Über die keramische Fassade: Agrob Buchtal GmbH, Buchtal 1, 92519 Schwarzenfeld, Tel.: 09435 391-33, Fax: 09435 391-303379, www.agrob-buchtal.de

Seite 10

Wohlfühlen inmitten ziemlich unkeuscher Vergangenheit: Bald an die tausend Jahre ist es her, dass ein gewisser Volkold die „Suana-pur“, die heutige Sonnenburg von seinem Vater Graf Otwin erbte.

Korrektur: Die Abbildung mit der Nummer 14 in unserer Ausgabe 2.2014, Seite 29, zeigt nicht die Duschtrennung „Hüppe Design“, sondern „Hüppe Duplo pure“.

Da er am weltlichen Glanz kein Interesse fand, machte er aus seiner Burg ein Nonnenkloster und

lebte fortan als Einsiedler. Seine Stiftung, sowohl ausgestattet mit reichen Gütern als auch mit politischen Rechten, wie dem Hofgericht Sonnenburg, entwickelte sich zu einem angesehenen Kloster für adeliche Frauen. Viele Mythen und Geschichten ranken sich um die Herrschaftszeiten der Äbtissinnen: Vom Gottesurteil wegen vermeintlicher Unkeuschheit bis zum hartnäckigen Streit zwischen Kardinal Cusanus und der eigenständigen Äbtissin Verena, von Bränden und Plünderungen, aber auch vom „höfischen Leben“ und natürlich vom religiösen Wandel. Heute geht es hier aber nur noch ums Wohlbefinden: www.sonnenburg.com/.

Die Linienentwässerung im Spa-Bereich lieferte Viega GmbH & Co. KG, Viega Platz 1, 57439 Attendorn, Tel.: 02722-61-0, Fax: 02722-61-1415, www.viega.de.

Seite 12

Es gibt wenige Dinge im Leben, die angenehmer sind, als auf der Terrasse des Gritti zu sitzen, wenn die Sonne kurz vor dem Sonnenuntergang die gegenüberliegende Salute-Kirche in traumhafte Farben taucht, sagte einst W. Somerset Maugham, englischer Erzähler und Dramatiker und meinte damit das The Gritti Palace Venedig (www.starwoodhotels.com/luxury/property/overview/index.html?propertyID=73&language=de_DE&ES=LPS_73_DE_LC_LANGDD_VCE_SE_EAME).

Hier ist alles vom Feinsten, auch die Bäder, aber man muss die teuren, aber ziemlich bunt gemusterten Naturstein-Wandbeläge mögen. Die Badewannen stammen aus Deutschland von Franz Kaldewei GmbH & Co. KG, Beckumer Straße 33-35, 59229 Ahlen, Tel.: 02382-785 0, Fax: 02382-785 200, www.kaldewei.com.

Seite 14

Auf den Seiten des „Titelthemas“ berichten wir über einige interessante Bauprojekte, denen eines gemeinsam ist: sie wurden mit Armaturensystemen von Grohe ausgestattet (Grohe Deutschland Vertriebs GmbH, Zur Porta 9, 32457 Porta Westfalica, Tel.: 0571-3989-333, Fax: 0571-3989-999, www.grohe.de). Bei den Bauten handelt es sich um das PHED Passivhaus Engeldamm (www.passivhaus-engeldamm.de/), die Modernisierung eines Plattenbaus in Halle-Neustadt (www.stefan-forster-architekten.de/de/stadtumbau/haus-8-oleanderweg-halle/), die Umwandlung der Großsiedlung Märkisches Viertel in Berlin zur Niedrigenergiesiedlung www.gesobau.de/wohnungsangebote/wohnquartiere/maerkisches-viertel/, um die Elbschloss-Residenz in Hamburg (www.elbschloss-residenz.de/home.html) und um ein Projekt von Dipl.-Ing. Architektin Beate Kling, 14129 Berlin (www.beatekling.de/_Architektur.html).

Seite 18

Pure Fitness Kornwestheim verspricht „Trainieren wie ein Weltmeister“ (Salamanderplatz 2-6, 70806 Kornwestheim, <http://www.pure-fitnessclub.de/>). Für die sanitäre Ausstattung des neuen Clubs sorgte Schell GmbH & Co. KG, Raiffeisenstraße 31, 57462 Olpe, Tel.: 02761-892-0, Fax: 02761-892-199, www.schell.eu. Über die Revitalisierung des ehemaligen Salamander-Areals informiert die Internetseite www.salamander-areal.com/.

Seite 20

„Turbine Potsdam“ ist wohl der bekannteste „Untermieter“ des Potsdamer Zentrums für Hochleistungssport auf dem Gelände des ehemaligen Luftschiffhafens am Ufer des Templiner Sees. Benannt nach dem Hauptsponsor, der Mittelbrandenburgische Sparkasse, bietet die MBS-Arena mit ihren 2 000 festen Zuschauerplätzen die

Voraussetzungen für eine Vielzahl von Sportevents. Betrieben wird die Anlage vom der Sportpark Luftschiffhafen Potsdam GmbH (www.sportpark-luftschiffhafen.de/).

Der Immobilien-Entwickler ist die ProPotsdam GmbH, das größte kommunale Wohnungsunternehmen der Landeshauptstadt Potsdam und Dienstleister in den Bereichen Stadtanierung, Stadtentwicklung, Wohnungsbau und Wohnfürsorge. Mit einem Bestand von knapp 17 000 Mietwohnungen ist sie gleichzeitig der größte Wohnungsanbieter auf dem Potsdamer Wohnungsmarkt: www.propotsdam.de. Die Planer der MBS-Arena: RKW Rhode Kellermann Wawrowsky (www.rkw-as.de).

Die Systeme für die sanitäre Ausstattung lieferte die Franke Aquarotter GmbH (Parkstraße 1-5, 14974 Ludwigsfelde, Tel.: 03378-8180, www.franke.de).

Seite 22

Die nur 3 mm dicken Keramikplatten vom Typ (Techlam) für die Fassade der Arena lieferte die Levantina, ein multinationales Unternehmen, das 1959 gegründet wurde und unter anderem über die weltweit größten Vorkommen des Crema-Marfil-Marmors verfügt, die sich in der spanischen Provinz Alicante finden: <http://www.levantina.com/en/>.

Den monströsen Fußballschuh als Badewanne dachte sich „Juma Exclusiv“ aus, eine neue Produktlinie des Natursteinanbieters Juma GmbH & Co. KG (Kipfenberger Str. 22, 85137 Walting-Gungolding) für das Premium-Segment um den Badbereich: www.juma.com bzw. <http://www.juma-exclusive.com/index.php/en/>.

Seite 24

Unsere Kolumnistin Uta Kurz war in Mailand auf der Suche nach neuen Möbeltrends unterwegs. In dieser Ausgabe ist ihr Schwerpunkt Bad. In der nächsten Ausgabe berichtet sie über allgemeine Möbeltrends. Wer mehr vor ihr wissen will: Uta Kurz Coaching Innovation, Merianweg 15, 40724 Hilden, Tel.: 02103-897727, Fax: 02103-897726, www.uta-kurz.de.

Seite 26

Das auch Holz im Bad geht, erläuterte Matthias Freimuth, leitender Innenarchitekt bei Livinghouse, der Tochtergesellschaft der Stuttgarter Sanitär Wahl GmbH (Unter dem Birkenkopf 23, 70197 Stuttgart-West), www.sanitaer-wahl.de/ bzw. www.livinghouse.de/

Seite 28

Die rutschhemmenden Fliesen, die in diesem Beitrag als Beispiele zu diesem Thema vorgestellt worden, sind Produkte der Rako Wohnkeramik/Lasselsberger, s.r.o. (Adelova 2549/1, 32000 Pilsen, Tschechien, www.rako.eu)

Zum Thema Rutschhemmung allgemein informiert auch die Säurefliesner-Vereinigung e. V. (Im Langen Felde 4, 30938 Grossburgwedel), ein Zusammenschluss namhafter europäischer Fliesenfachunternehmen und Zulieferer geeigneter, hochwertiger Baustoffe, unter anderem auch Herausgeberin der so genannten „Liste NB Rutschhemmende Bodenbeläge in nassbelasteten Barfußbereichen“, die hier angefordert werden kann: www.saeurefliesner.de/

Seite 30

Der Fachbeitrag über die Verlegung von Natursteinflächen wurde vom Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit des Fachausschusses 7 „Baudichtstoffe“ der Deutschen Bauchemie e.V. erarbeitet: Deutsche Bauchemie e.V., Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main, <http://www.deutsche-bauchemie.de/>

Seite 32

Produkte, die wir interessant fanden, und ihre Hersteller:

1: Glass Idromassaggio S.R.L., Via Baite 12E, 31046 Oderzo (Treviso, Italien) www.glassidromassaggio.com/

2 + 3: Victoria + Albert Baths, Waterloo Road, Ketley, Telford, TF1 5BA, United Kingdom, www.vandabaths.com

4: HighTech Design Products AG, Landsberger Str. 146, D-80339 München, www.hightech.ag

5: Artweger GmbH. & Co. KG, Postfach 1169, 83402 Ainring, Tel.: 0800-11144420, Fax: 0800-111444241, www.artweger.de

6: Franke Aquarotter GmbH, Parkstraße 1-5, 14974 Ludwigsfelde, Tel.: 03378-8180, www.franke.de

7: Ideal Standard GmbH, Euskirchener Str. 80, 53121 Bonn, www.idealstandard.com

8: Jado Deutschland, Euskirchener Straße 80, 53121 Bonn, Tel.: 0228-521-0, Fax: 0228-521-241, www.jado.com/de/

9: Toto Europe GmbH, Zollhof 2, 40221 Düsseldorf, Tel.: 0211-27308-200, eu.toto.com

10 + 12: Conti Sanitärarmaturen GmbH, Hauptstraße 98, 35435 Wettenberg, www.conti-armaturen.com

11: Hansa Metallwerke AG, Sigmaringer Str. 107, 70567 Stuttgart, Tel.: +49 (0)711-1614-0, Fax: +49 (0)711-1614-368, www.hansa.de

13: Kemmlit-Bauelemente GmbH, Maltschachstraße 37, 72144 Dusslingen, Tel.: 07072-1310, www.kemmlit.de

14: Duravit AG, Postfach 240, 78128 Hornberg, Tel.: 07833-70360, Fax: 07833-8585, Internet: www.duravit.de

15: Lithos Design srl, via Del Motto, 25, 36070 S. Pietro Mussolino (VI) Italien, Tel.: +39-0444-687301, www.lithosdesign.com

16: Steuler-Fliesen GmbH, Industriestraße 78, 75417 Mühlacker, Tel.: 07041-801-110, www.steuler-fliesen.de.

Und auch das noch:**Reste-Rampe**

Hat Ihnen der TÜV empfohlen, Ihr altes Auto still zu legen und besser der Schrottpresse zu übergeben? Nur überwiegt bei Ihnen der Abschiedsschmerz? Kein Problem, wenn Sie das gewesene Fahrzeug am Ende der Schrottpresse fotografieren. Der spanische Hersteller Peronda fertigt aus diesen Bildern eine Dekorfliese und jeden Morgen ist Ihr Ex-Gefährt unter Dusche ganz nah bei Ihnen. Gesehen im Frühjahr auf der spanischen Fliesenmesse Cevisama. Möglich werden solche originalgetreuen Fliesen-Dekorationen durch die Digitaldrucktechnik der Glasuren (www.peronda.com/600000_de/Peronda/).

(Foto: Redaktion)



SKS-KOMPAKT:

SHK-Azubis mit leicht positivem Trend

Das deutsche SHK-Handwerk verzeichnet bei den abgeschlossenen Auszubildendenverträgen 2013 mit einem Plus von knapp 3,2 Prozent einen leicht positiven Trend. Doch das täuscht nicht über die grundlegende Misere hinweg: Das deutsche Handwerk sucht händeringend Auszubildende. Dies geht aus der Lehrlingsstatistik 2014 des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZdH) hervor, die den Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 31. Dezember 2013 umfasst. Mit insgesamt 139 409 abgeschlossenen Auszubildendenverträgen verzeichnen die Handwerkskammern im Berichtszeitraum im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang von 4,9 Prozent bzw. 7 257 Auszubildendenverträgen. So weist die aktuelle ZdH-Statistik bei den Berufsbildern Maler, Bäcker, Friseur, Lackierer und Metallbauer die deutlichsten Rückgänge auf. Das SHK-Handwerk hingegen verzeichnet einen geringfügigen Zuwachs.

Prüfsiegel für Badewanne mit Lift

Die Deutsche Gesellschaft für Gerontotechnik (GGT) hat jetzt einen ausführlichen Praxistest mit dem Hebesitzartlift der Duschbadewanne von Artweger durchgeführt und die Resultate veröffentlicht. Aufgrund der Ergebnisse im Benutzertest wurde das System mit dem Prüfzeichen „GGT-Siegel“ und der Note „Gut“ (Gesamtnote 1,7) ausgezeichnet. Durchgeführt wurde der Praxistest von Personen aus drei verschiedenen Altersgruppen von 50 bis über 70 Jahren ohne besondere Fach- oder Produktkenntnisse. Zum Test gehörten die Beurteilung von Komfort, Nutzerfreundlichkeit, Sicherheit, Produkteigenschaft, Funktion, Ästhetik und Design. Das Siegel gilt eine neutrale Entscheidungshilfe für Verbraucher.

„Energiewende braucht Planung!“

„Die bauliche Umsetzung der Konzepte für einen besseren Klimaschutz muss jetzt konsequent angegangen werden!“ Mit diesem Appell endete der „Architektenkongress 2014“ der Architektenkammer Nordrhein-Westfalen. Rund 230 Architekten und Stadtplaner sowie Repräsentanten aus Politik und Kommunen, Immobilienbranche und Bauwirtschaft sowie Wissenschaft und Kultur hatten vom 28. bis zum 31. Mai in Venedig darüber beraten, wie der Schutz des Klimas und der Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen konkret umgesetzt werden könnten. Nordrhein-Westfalens Bauminister Michael Groschek hob in seiner Rede die Bedeutung des „Quartiers“ hervor: „Das Quartier ist nicht nur die Heimat der Menschen, sondern auch die richtige Ebene, um über bauliche Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Energieeinsparung konkrete Fortschritte zu erzielen.“ Im Verlauf des Architektenkongresses 2014 stellten insgesamt 17 Fachleute aus den Bereichen Architektur und Planung, Politik und Wirtschaft, Ökonomie, Philosophie und Kultur ihre Analysen und Thesen zum Tagungsthema vor.

IFS mit neuem „Mantel“

Die Mitglieder des IndustrieForum Sanitär (IFS) gründeten anlässlich der SHK Essen einen eigenen Verein. Vorausgegangen war die organisatorische Entflechtung vom VDMA Frankfurt, nachdem der langjährige Geschäftsführer Wolfgang Burchard entschieden hatte, sich zukünftig wieder ausschließlich seiner Aufgabe als Geschäftsführer des VDMA Fachverbandes Armaturen zu widmen. Neuer und zukünftig auch geschäftsführender IFS-Vorsitzender

Sopro Bauchemie GmbH:

Mit Fliesenklebern auf Erfolgskurs

Der zur italienischen Mapei-Gruppe gehörende deutsche Bauchemie-Anbieter Sopro Bauchemie GmbH bleibt auf Wachstumskurs. Das war die Quintessenz der diesjährigen Jahrespressekonferenz des Unternehmens in Potsdam. Sowohl im angestammten Heimmarkt Deutschland wie auch international, Sopro ist mit Tochtergesellschaften in Polen, Österreich, Ungarn, den Niederlanden und der Schweiz vertreten, habe das Unternehmen erneut ein deutliches Umsatzwachstum generieren können, so die Geschäftsführer Michael Hecker und Andreas Wilbrand gegenüber Pressevertretern.

Dabei habe sich der Umsatz im Inland mit ca. +8 Prozent prozentual noch besser entwickelt als international. Insgesamt aber konnte mit einem Wachstum von 7 Prozent auf ca. 113 Mio. Euro der Umsatzrekord aus dem Jahr 2012 noch einmal getoppt werden. Das habe auch das schwierige erste Halbjahr 2013 mit extrem kalter Witterung bis in den April und Flutschäden in vielen südlichen und östlichen Landesteilen im Mai und Juni nicht verhindern können. Andreas Wilbrand: „In der gesamten Gruppe, kumuliert mit allen Umsätzen unserer Auslandsaktivitäten, erreichten wir ein Wachstum sogar auf insgesamt ca. 177 Mio. Euro“.

Damit sei man auf dem seit Beginn der Zugehörigkeit zur Mapei Gruppe vor 12 Jahren angepeilten Weg an die Branchenspitze fast schon am Ziel, zumal die Sopro-Chefs bei dieser Gelegenheit gern auch die Umsätze der deutschen Schwestergesellschaft Mapei GmbH dazu addieren. Hinsichtlich des Gruppenumsatzes im bauchemischen Kerngeschäft habe man in vielen europäischen Ländern inzwischen Spitzenpositionen eingenommen und gehöre zu den Marktführern, resümiert Michael Hecker zufrieden.

Im Klartext bedeutet das der Zueginn von Marktanteilen, was Wilbrand mit angedeutetem Understatement zwar nicht

als „Selbstzweck der Unternehmensstrategie“ bezeichnet, sich aber dennoch sichtlich über „die zunehmende Dominanz unserer Marke im Kerngebiet unserer Aktivitäten“ freut. Schließlich habe Markterfolg und weiteres Wachstum auch etwas mit Attraktivität und Markenbekanntheit in der Fläche zu tun hat: „Hier haben wir gerade in den letzten Jahren doch erheblich aufgeholt“.

Auch wenn die keramische Fliese ihren Leidensweg des Absatzzurückgangs in beiden letzten Jahren beendet hat und wieder leichte Zugewinne verzeichnet, gleichzeitig Sopro aber das Segment „Fliesentechnik“ mit einem Anteil von etwa 80 Prozent am Gesamtumsatz als Kerngeschäft mit deutlichem Zuwachs einstuft, sieht Wilbrand dies als Beweis für mehr Marktanteile: „Wir haben uns erneut besser entwickelt als der Markt“. Denn gegenüber dem von Marktforschungsinstituten errechneten Wachstum der keramischen Belagsstoffe von 2 bis 3 Prozent auf inzwischen wieder etwas über 120 Mio. Quadratmeter stehe der mengenmäßige Zuwachs von Sopros Fliesentechnik Produkten. Da klingt es fast schon entschuldigend, wenn Wilbrand quasi im Nebensatz auf weitere Sopro-Sortimentszweige verweist: „Zum Wachstum trugen aber auch die ergänzenden Produktsegmente aus dem Baustoff- und GaLaBau-Bereich bei“.

Auch die Zukunft sehen die Sopro-Geschäftsführer durchaus optimistisch, selbst wenn Michael Hecker, verantwortlich für das internationale Geschäft, zurückhaltender ist: „Die maßgeblichen Indikatoren für die relevanten Märkte zeigen 2014 ein verhalten positives Bild“. Für Deutschland versprechen die Genehmigungszahlen und Auftrageingänge der



Andreas Wilbrand und „Sopro Zoom“: Ein DIN A1 Poster mit einem kompletten Überblick über die Produkte zum Thema GalaBau zeigt, wie sehr Sopro auch in diesem Segment engagiert ist.

Grafik: Sopro Bauchemie



Der deutsche Verbrauch an keramischen Fliesen und Platten nach einer langen Durststrecke seit vier Jahren wieder auf dem Weg der Erholung

Bauwirtschaft hingegen freundliche Aussichten für die zweite Jahreshälfte. Aktuell zeige das Inlandsgeschäft ein enorm kräftiges Wachstum, was ein erneut sehr positives Umsatzjahr 2014 erwarten lässt.

Dennoch weiß man auch bei Sopro, dass es angesichts des Wettbewerbs- und Preisdrucks (Wilbrand: „Der Bauwirtschaft geht es gut, trotzdem wird um jeden Cent billiger gefeilscht“) nicht ausreicht, sich auf

den Lorbeeren auszuruhen. Weiteres Wachstum werde sich künftig ohne neue Ideen und nachvollziehbare Strategien nicht quasi von selbst einstellen, sondern muss ständig neu erarbeitet und gefördert werden. Die Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte mit nachvollziehbaren Anwendungsvorteilen bleiben deshalb eine ständige Notwendigkeit und Herausforderung für weiteres Wachstum auch in besetzten Märkten.

Hansgrohe SE:

Umsatzrekord und mehr Marktanteile

Die Hansgrohe Gruppe hat das Geschäftsjahr 2013 erneut mit einem Rekordumsatz abgeschlossen: Der global tätige Armaturen- und Brausenhersteller erzielte 841,4 Mio. Euro (2012: 805,5 Mio. Euro). „Vor dem Hintergrund einer insgesamt moderaten Weltkonjunktur ist Hansgrohe überdurchschnittlich gut vorangekommen: Wir konnten im Armaturen- und Brausengeschäft sowohl im Inland als auch im Ausland zulegen und in nahezu allen Vertriebsregionen Wachstum erzielen“, sagt Siegfried Gänßlen, Vorstandsvorsitzender der Hansgrohe SE.

Besonders dynamisch entwickelte sich das internationale Geschäft mit einem Plus von über 5 Prozent. „Umsatztreiber“ seien Nordamerika, China und Frankreich gewesen, ebenso trugen die Märkte in Asien, Middle East und Lateinamerika zum Wachstum bei. Im Inlandsgeschäft konnte der Umsatz 2013 um 2 Prozent gesteigert werden. Mit neuen Produkten und Prozessoptimierungen habe man auch die Rentabilität der Gruppe verbessern können.

Ausschlaggebend für die positive Entwicklung sei nicht zuletzt die ausgeprägte Innovationsstärke von Hansgrohe gewesen, so Siegfried Gänßlen. „So haben wir wieder massiv

in Forschung und Entwicklung investiert“. Im Geschäftsjahr 2013 hat die Hansgrohe SE ihren Globalisierungskurs konsequent fortgesetzt. So eröffnete das Unternehmen mehrere Niederlassungen, mit denen das Vertriebsnetz erweitert und die Marktpräsenz weltweit verstärkt werden konnte. Zu den Höhepunkten gehörte im Berichtszeitraum die Gründung der türkischen Vertriebsgesellschaft mit Sitz in Istanbul; damit schuf Hansgrohe die Voraussetzungen, das große Potential des türkischen Markts und der Nachbarregionen weiter zu erschließen. Die stark wachsende südafrikanische Tochtergesellschaft bezog in Johannesburg einen neuen Firmensitz mit einem großzügigen Ausstellungsraum. Für

die Designmarke Axor eröffnete das Unternehmen im Herzen Mailands einen Showroom, in dem vornehmlich Architekten und Innenarchitekten Konzepte für das Bad als Wohnraum präsentiert werden.

Insgesamt wendete das Unternehmen 2013 fast 41 Mio. Euro für strategische Investitionen auf (2012: 35 Mio. Euro). Dabei entfiel der



Wir haben wieder massiv in Forschung und Entwicklung investiert! SIEGFRIED GÄNSSLEN, VORSTAND HANSGRÖHE SE

ist Thilo C. Pahl, Geschäftsführer der Bette GmbH. Mit der Vereinsgründung soll ein klares Zeichen des Vertrauens und der Kontinuität nach innen wie auch nach außen gesetzt werden.

Cersaie fast ausgebucht

Die internationale Fachmesse für Architekturkeramik und Badezimmerausstattung, die vom 22. bis 26. September in Bologna stattfindet, verzeichnet laut Veranstalter-Information fünf Monate vor Beginn fast ausverkaufte Standflächen. Neben dem traditionellen Ausstellungs-Portfolio will sich die Messe jetzt auch neuen Warengruppen für Belagmaterial (Holz, Marmor und Naturstein) widmen. Dafür vorgesehen sind und strukturiert unterteilt Bereich. Die Resonanz dieser Branchen sei sehr groß, heißt es in der Presseerklärung des Messe-Veranstalters. Mit dieser Ergänzung hofft man, das Ergebnis des vergangenen Jahres mit einer Beteiligung von 900 Ausstellern aus 35 Nationen übertreffen zu können.

Mehr spanische Fliesenexporte

Die neuen Exportzahlen für die ersten drei Monate des Jahres 2014 beweisen es: Es war ein gutes erstes Quartal für Fliesen und Keramikprodukte aus Spanien. Um 9,2 Prozent konnten die Fliesenexporte im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Vorjahr gesteigert werden. Insgesamt wurde mit den Exportlieferungen weltweit ein Umsatz von 552,2 Mio. Euro erwirtschaftet. Der Verband der spanischen Fliesenhersteller ASCER sieht in dieser Entwicklung ein Zeichen dafür, dass Produkte spanischer Hersteller weltweit wieder mehr Anhänger gewinnen. So sei mit einem Plus von 2,8 Prozent auch der Wert der in Deutschland verkauften Fliesen aus spanischer Produktion in den ersten drei Monaten auf 21,9 Mio. Euro gewachsen. Auch in Deutschland waren die spanischen Fliesen-Produzenten wieder erfolgreicher. So erreichten die spanischen Fliesenexporte nach Deutschland in den ersten vier Monaten 2014 einen Wert von 29,2 Mio. Euro, verzeichnen also ein Plus von 4 Prozent im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2013.

Vitra investiert in Russland

Die Eczaciba i Building Products Division exportiert nicht nur Produkte der Marke Vitra in mehr als 75 Länder, sondern verfolgt auch eine Wachstumsstrategie mit Investitionen zur Steigerung der Produktion im Ausland. Jetzt wurde mit einer Investition von 21 Mio. Euro eine zweite Produktionsanlage im russischen Serpukhov, ca. 100 km von Moskau entfernt, realisiert. Mit dieser neuen Produktionsanlage für sanitäre Einrichtungen aus Keramik ist die Zahl der Produktionswerke der Division im Ausland auf zehn gestiegen. Zurzeit besitzt die Bauprodukte Division von Eczaciba i zwei Werke in Russland, zwei in Frankreich, sechs in der Türkei und sechs in Deutschland. Das neue Werk ist die erste Investition der Division für die Produktion sanitärer Einrichtungen aus Keramik außerhalb der Türkei.

Genussvolle Bäder

Bäder voller Genuss! Unter dieser Überschrift feiert der „Tag des Bades“ am 20. September 2014 seinen 10. Geburtstag. Das diesjährige Motto lässt eigenen Ideen für die Umsetzung der Veranstaltung viel Spielraum, erklärt Jens Wischmann. Aus diesem Anlass öffnen Sanitär-groß- und Einzelhändler ebenso wie die einschlägigen Hersteller ihre Ausstellungen für ein breites Publikum und locken mit zahlreichen Events und Aktionen potentielle Bad-Renovierer an. Der Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche

Sanitärwirtschaft (VDS) und Mitinitiator des Branchenevents erwartet bei den teilnehmenden Unternehmen ein breites Spektrum von gesundheitsfördernden Bad-Produkten und Einrichtungskonzepten. Besonders freut es Wischmann, mit Franziska van Almsick ein prominentes Gesicht für das Jubiläum gewonnen zu haben. Die ehemalige Weltklasse-Schwimmerin steht im Rahmen der speziellen „Tag des Bades“-Pressearbeit u.a. zu einem Interview für die VDS-Endverbraucherplattform www.gutesbad.de zur Verfügung.

Solkarkauf jetzt bei der Luxra AG

Die Saint-Gobain Building Distribution Deutschland GmbH (SGBDD) hat sich mit dem Verkauf der Vertriebsmarke Solarkauf und der Produkteigenmarke Luxra aus dem Geschäft mit Photovoltaik-Komponenten zurückgezogen. Beide Marken gehören seit 1. Mai zur schweizerischen Luxra AG. Die SGBDD konzentriert sich verstärkt auf ihre Kernsortimente: Hoch- und Tiefbaumaterialien, Fliesenprodukte, Dachbaustoffe und Werkzeuge. Die in der Schweiz ansässige Luxra AG und deren deutsches Tochterunternehmen, die Solarkauf-Luxra GmbH, haben die Photovoltaik-Vertriebsmarke der SGBDD übernommen und führen das Geschäft mit Photovoltaik-Systemen nun eigenständig weiter. Zum künftigen Produktsortiment von Solarkauf gehören Photovoltaik-Komplettssysteme sowie passende Baugeräte, Werkzeuge und vielseitiges Zubehör. Eine sukzessive Erweiterung des Sortiments um innovative Produkte, zum Beispiel Offgrid-Systeme, Speicherlösungen und Lighting, ist geplant.

„Grünsten Fabrik Europas“

Genauso sonnig wie das Wetter war auch die Stimmung der niederländischen Königin Máxima, als sie der Eröffnungsfeier der neuen Fabrik von Unipro, Tochter der deutschen Uzin Utz AG, im niederländischen Haaksbergen beiwohnte. Neben der Königin nahmen über 250 Unternehmensangehörige der Uzin Utz AG und Unipro sowie zahlreiche Besucher an der Eröffnungsfeier der „Grünsten Fabrik“ in Haaksbergen teil. Beim Bau des neuen Unternehmensgebäudes hat Unipro das Thema Nachhaltigkeit in die Praxis umgesetzt, das beim Bau bis ins kleinste Detail berücksichtigt wurde, auch was die soziale Komponente anbelangt: Unter dem Motto „Alles unter einem Dach“ sind beispielsweise Verwaltung und Produktion unter einem Dach angesiedelt. In der neuen Kantine wurden Arbeitsplätze für geistig behinderte Menschen geschaffen. Zur Eröffnung stieg denn auch grüner Rauch per Knopfdruck aus dem Schornstein auf.

Bauinvestitionen bis 2015 im Aufwind

Die aktuelle Prognose der realen Bauinvestitionen zeigt, dass 2014 ein Spitzenjahr für die deutsche Bauwirtschaft werden kann. Laut dem Frühjahrsgutachten der Wirtschaftsinstitute kann 2014 in jedem Bausektor mit einem dynamischen Wachstum gerechnet werden. So wird der Wohnungsbau nach dem verhaltenen Aufwärtstrend 2013 deutlich an Fahrt aufnehmen. Auch die öffentlich finanzierten Bauinvestitionen legen dieses Jahr stark zu. Lediglich der gewerbliche Nichtwohnungsbau steigt im Vergleich zu den anderen Sektoren nicht so stark, kann aber dennoch mit einem leichten Plus aufwarten. Insgesamt wird mit einem Anstieg der Investitionen in diesem Jahr um 4,3 Prozent gerechnet. Auch für 2015 sehen die Wirtschaftsexperten eine erneute Zunahme der Bauinvestitionen von 2,4 Prozent voraus. (Quelle: Bauinfoconsult)



Fragen an den Vorstand:

„Erweiterung des Geschäftsmodells ist vorstellbar“

Hansgrohe legt seit Jahren aus eigener Kraft beim Umsatz zu, so auch 2013 wieder. Wann ist aus Ihrer Sicht die Grenze für dieses organische Wachstum erreicht? Und wie wollen Sie diese Grenze überwinden?

Siegfried Gänßlen: Hansgrohe hat ein Jahrzehnt sehr dynamischen Wachstums hinter sich. Inzwischen hat sich vor allem aufgrund der moderaten Entwicklung der globalen Wirtschaft das Wachstumstempo normalisiert, dennoch wollen wir auch 2014 wieder um rund 5 Prozent wachsen und somit dem anvisierten Umsatzziel von einer Milliarde Euro näherkommen. Tatsächlich gibt es beim Blick auf den globalen Wettbewerb eigentlich keinen Armaturenspezialisten, dessen Geschäftsvolumen deutlich über dieser Summe liegt. Für uns ist durchaus eine Erweiterung unseres Geschäftsmodells durch den Erwerb eines Unternehmens vorstellbar, um weiteres Wachstum zu erzielen. Allerdings muss solch ein Zukauf auch zu Hansgrohe passen. Dies gilt zum einen für die Produktkategorie. Hier fühlen wir uns grundsätzlich bei allen Produkten wohl, durch die Wasser fließt. Zum anderen muss auch die Kultur solch eines Unternehmens mit der unseren vereinbar sein, damit ein Erwerb für uns interessant wird.

Für das internationale Geschäft von Hansgrohe spielen die sogenannten Emerging Markets wie China, Brasilien, Südafrika, die Türkei oder Osteuropa eine wichtige Rolle. Inwiefern erfüllt Sie daher die derzeitige Auseinandersetzung des Westens mit Russland rund um die Ukraine mit Sorge? **Gänßlen:** Wir sind seit vielen Jahren in Russland und in der Ukraine mit eigenen Niederlassungen aktiv. Unsere Sorge gilt daher natürlich an erster Stelle unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die politische Lage und die weitere Entwicklung beobachten wir mit großer Aufmerksamkeit. Ich hoffe, dass der Konflikt ordentlich gelöst wird und die Wirtschaft nicht vor einem Scherbenhaufen steht. Wir haben mögliche Szenarien und Contingency Pläne ausgearbeitet, um bei Bedarf flexibel Maßnahmen zur Sicherung unseres weiteren Geschäftserfolgs einleiten zu können.

Von Ihnen stammt das geflügelte Wort, dass man auch seine Heimspiele gewinnen müsse, um in der Tabelle vorne zu stehen. Inwiefern erwachsen Ihnen nun durch die Hausmarken des deutschen Großhandels neue Gegenspieler?

Gänßlen: Es ist nie ganz einfach, wenn ein Kunde gleichzeitig zu einem Wettbewerber wird. Abzuwarten bleibt, ob der Großhandel mit seinen Eigenmarken das Signal dafür gibt, die in der Distribution hierzulande eingeübten Rituale aufzubrechen. Natürlich stellen wir uns aber auch diesem Wettbewerb. Mit dem guten Ruf unserer Marke und unserer außerordentlichen Innovationskraft sowohl mit Blick auf unsere Produkte als auch in punkto Service fühlen wir uns dafür sehr gut gewappnet.

Großteil des Kapitaleinsatzes wieder auf die deutschen Standorte, wo die zentrale Forschung und Entwicklung des Sanitärspécialisten angesiedelt ist und in sechs Werken gemessen am Umsatz etwa 80 Prozent der Produktion stattfindet. Die größte Einzelinvestition außerhalb Deutschlands entfiel auf das Hansgrohe Werk im chinesischen Songjiang (Shanghai). Mit der Erweiterung der bestehenden Produktion um

8 000 Quadratmeter wurde die Ausbringung der Fabrik nahezu verdoppelt.

Zum Ende des Berichtszeitraums waren weltweit 3 501 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Hansgrohe Gruppe tätig, davon in der Hansgrohe Deutschland GmbH und in der Hansgrohe SE insgesamt 2 195 Mitarbeiter. Der Anteil der im Inland beschäftigten Arbeitnehmer lag somit bei rund 63 Prozent.

Visoft, Lux Elements, Ceresit Bärwolf:

50+ als attraktives Markt-Potenzial

Es hat schon fast Tradition: Die gemeinsame Kundenveranstaltung von Bärwolf, Ceresit, Lux Elements und ViSoft in Leverkusen ist eines der über das Jahr verteilten kommunikativen Branchentreffen. Hier treffen qualitätsorientierte Hersteller auf professionelle und aufgeschlossene Kunden. Dabei ging es nicht nur um Produkte und Systeme, sondern auch um Markt-Potenziale. Denn „50+ Wohnen mit Niveau“ spricht die Zielgruppe der so genannten „silver ager“ an, die attraktiv und kaufkräftig, aber auch anspruchsvoll ist und deshalb auch einer besonderen Ansprache bedarf, wie Werner Altmayer, Geschäftsführer der Europäischen

Union der Fliesenfachverbände EUF, in seinem Referat erläuterte.

Wie sie optimal angesprochen werden und welche Produktsysteme dabei behilflich sein können, erläuterten die beteiligten Unternehmen. So sei für Renovierung und Neubau die Lux Elements-Bauplatte das ideale Produkt für Gestaltung und Funktion im Bad. Die Fuge als gestalterisches Element des Fliesenbelages werde häufig unterschätzt, vor allem hinsichtlich ihrer wichtigen technischen Eigenschaften wie Rutschhemmung und Spannungsabbau im Gebäude. Diese Zusammenhänge stellt Ceresit vor. Das Konzept „Trittsicheres Mosaik“ von Bärwolf

passt perfekt zu den Anforderungen hochwertiger Bäder und bodengleicher Duschen.

Wie das alles im Vorfeld optimal geplant und visualisiert werden kann, erläuterten die Software-Experten von Visoft an Hand ihrer

leicht zu bedienenden professionellen 3D-Planungssoftware. Veranstaltungsort war das Trainingscenter von Lux Elements mit seiner aufwändigen und imposanten Produktausstellung an der Schusterinsel in Leverkusen.

Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG:

Rückzug von der Börse

Im Rahmen der Ad-hoc-Publizität hat die Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG (DSCB AG) bekannt gegeben, ein so genanntes Delisting durchzuführen, das heißt den Widerruf der Börsennotierung zum Handel ihrer Aktien im regulierten Markt zu beantragen. Für die Partner im Handel, für Lieferanten, Banken und sonstige Geschäftspartner, aber auch für die Mitarbeiter des Unternehmens hat dieser Schritt keine Konsequenzen.

Der Vorstand der DSCB AG hat sich zum Delisting primär deshalb entschlossen, weil die Börsennotierung mit einem unverhältnismäßig hohen, auch finanziellen Aufwand verbunden ist, ohne dass sich daraus Vorteile ergeben. Ebenso hat sich herausgestellt, dass die Börsennotierung

mit ihren zahlreichen Reglementierungen und Pflichten die Suche nach einem strategischen Partner zusätzlich verkompliziert. Nach Genehmigung der Anträge durch die Frankfurter Wertpapierbörse sowie die Börse Berlin würde das Delisting voraussichtlich innerhalb von drei bis sechs Monaten nach Veröffentlichung der Widerrufentscheidungen wirksam werden. Die Aktien der DSCB AG würden dann nicht mehr im regulierten Markt an einer Börse gehandelt werden.

Die DSCB AG mit ihren Marken Agrob Buchtal und Jasba Mosaik zählt sich zu den renommiertesten Anbietern von keramischen Wand- und Bodenbelägen sowie Architekturkeramik.

Zur Person

Am 1. Oktober 2014 wird Siegfried Gänßlen (68), langjähriger Vorstandsvorsitzender der Hansgrohe SE, sein Amt an Thorsten Klapproth (52) übergeben. Thorsten Klapproth hat zuvor zehn Jahre als Vorstandsvorsitzender der Württembergische Metallwarenfabrik AG (WMF AG) mit Sitz in Geislingen an der Steige geführt. Gänßlen ist bereits seit zwanzig Jahren bei der Hansgrohe SE, über sechs Jahre davon als Vorstandsvorsitzender. Insbesondere die Umsetzung der Globalisierung, die Innovationsfähigkeit und die deutliche Ergebnisverbesserung sind Gänßlens Erfolge, der bis zum Mai 2015 als International Executive Advisor den CEO der Masco Corporation, Taylor, USA, Keith Allman, bei der strategischen Ausrichtung der Masco-Gruppe beraten wird.

David J. Haines, CEO und Verwaltungsratsvorsitzender der Grohe Group S.à.r.l., wurde zum Mitglied des zentralen Vorstandes der japanischen LIXIL Corporation ernannt. Die Ernennung wurde zuvor bei der Hauptversammlung der LIXIL Aktionäre vorgeschlagen und bestätigt. Mit dieser Berufung wird Haines verstärkt die Interessen der Grohe Group im Management der LIXIL Gruppe vertreten und übernimmt damit eine wichtige Rolle in der Partnerschaft von Grohe Group und LIXIL. David J. Haines ist seit 2004 für Grohe tätig.

Am 15.04.2014 hat Heike Fritz die Geschäftsführung des Sanitärspécialisten Kuhfuss Delabie mit Sitz in Hiddenhausen, einem Unternehmen der französischen Delabie Gruppe, übernommen. Sie folgt auf Jürgen Kuhfuß, der sich planmäßig in den Ruhestand verabschiedet. Heike Fritz war mehrere Jahre in vergleichbarer Position in einem renommierten Unternehmen der IT-Branche tätig. Jürgen Kuhfuß, Unternehmensgründer und bisheriger Geschäftsführer, hatte durch den Verkauf an die Delabie Gruppe bereits frühzeitig eine Nachfolgeregelung getroffen.

Ab Juni 2014 hat Andreas Dohrmann (51) beim Großhändler für Sanitär- und Haustechnik Richter+Frenzel die Position des Verkaufsleiters im Rheinland übernommen. Zusätzlich verantwortet der Groß- und Außenhandelskaufmann das Verkaufsgebiet Bonn. Der gelernte Groß- und Außenhandelskaufmann Robert Tremmel zeichnet seit Januar 2014 als Verkaufsleiter für die Richter+Frenzel-Niederlassung in Gräfelfing verantwortlich. Zuvor war der 49-Jährige, der seit mehr als 30 Jahren in der SHK-Branche tätig ist, als Verkaufs- und Niederlassungsleiter bei einem SHK Großhändler beschäftigt. Harald Fischer (45) ist neuer Verkaufsleiter der Niederlassung Erlangen, er ist bereits seit 1997 bei Richter+Frenzel beschäftigt.

Zum 1. Januar 2015 tritt Clemens Rapp die Nachfolge von Christian Buhl als Geschäftsführer der Geberit Vertriebs GmbH Deutschland an. Der studierte Betriebswirt trat 2009 nach fünf Jahren in verschiedenen Vertriebs- und Marketingfunktionen bei der Hilti AG in die Geberit Vertriebsgesellschaft in

Österreich ein. Dort bekleidete er die Position des Vertriebsleiters Technik und ist seit Januar 2012 als Geschäftsführer für die gesamte Vertriebsgesellschaft in Österreich verantwortlich. In seiner neuen Funktion wird Clemens Rapp direkt an Karl Spachmann in dessen Funktion als Mitglied der Konzernleitung, Konzernbereich Vertrieb Europa, berichten. Franz Killinger hat Anfang Mai 2014 seine neue Position als Vertriebsleiter Deutschland bei Kludi, dem Mendener Anbieter von Bad- und Küchenarmaturen, angetreten. Mit dem 47-jährigen konnte das Unternehmen einen Kenner der Branche und einen erfahrenen Vertriebsexperten für sich gewinnen. Franz Killinger blickt auf 18 Jahre Berufstätigkeit beim Duschkabinen- und Wärmesystem-Hersteller Kerma zurück. Dort war er in führender Funktion als Innendienst- und Verkaufsleiter national und international tätig.

Seit Mai verstärkt Sascha Schneider den Vertrieb Codex, die Marke für Fliesen- und Natursteinleger der Uzin Utz AG. Der gelernte Fliesenleger und Groß- und Außenhandelskaufmann bringt mit seiner Vertriebserfahrung im Bereich Fliesen, Naturstein und Bauchemie gute Voraussetzungen für die Position als Gebietsleiter im Raum Freiburg. Neben der Akquisition neuer Kunden betreut er den bestehenden Kundenstamm und leistet lösungsorientierte Beratung und Schulung der Fachverleger.

Spatenstich für USA-Trockenmörtelwerk

Die Uzin Utz Manufacturing North America, eine Tochter der Ulmer Uzin Utz AG, setzte jetzt den Spatenstich für das erste Trockenmörtelwerk der Unternehmensgruppe in den USA. An der Ostküste des Landes in Dover, Delaware entsteht eine rund 5 000 m² große Produktionsstätte, an der Spachtelmassen produziert werden sollen. Daneben wird das Gebäude eine Forschungs- und Entwicklungsabteilung sowie ein Schulungszentrum für Handwerkskunden umfassen. Das Investitionsvolumen beträgt 7,5 Mio. Euro. Ab April 2015 sollen hier mit 20 Mitarbeitern bis zu 25 000 Tonnen Spachtelmasse pro Jahr für den amerikanischen Markt produziert werden. Mit der Forschungs- und Entwicklungsabteilung soll zudem eine noch stärkere Ausrichtung des Produktsortiments auf Nachhaltigkeitsstandards wie etwa LEED und eine stärkere Lokalisierung des Produktportfolios erfolgen.

Sportliche Partnerschaft verlängert

Die PCI Augsburg GmbH verlängert ihr Engagement beim Fußball-Erstligisten FC Augsburg. So gehört der Augsburger Bauchemie-Hersteller in der Spielzeit 2014/15 weiterhin zu den offiziellen Partnern des Vereins und wird demnach weiter auf der Premium-TV-Bande des FCA werben, eine eigene Unternehmensloge nutzen und als FCA-FREUND den Nachwuchs unterstützen. Das Unternehmen gehört bereits seit acht Jahren zu den offiziellen FCA-Partnern.



BETTEFLOOR SIDE

Die bodengleiche Duschfläche aus edlem Stahl/Email -
für durchgängigen Komfort und fugenlose Hygiene.

Design: Tesseraux + Partner

BETTE

