

Holz in der Dusche: Eine lösbare Herausforderung

Unabhängig von den Anforderungen im Badezimmer kann mit Wedi eine bodengleiche Dusche schnell, sicher und einfach realisiert werden. Mit den stilvollen Design-Oberflächen der „Wedi Top Line“ wird auch die Gestaltung im Handumdrehen umgesetzt. (Seite 20)



Foto: Wedi GmbH



SO SCHÖN KANN WASSER ABFLIEßEN!

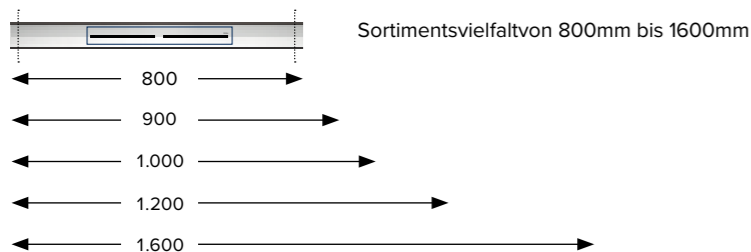
TECEdrainprofile –
schön, praktisch, nischenbündig:
das Duschprofil von TECE

PVD
PHYSICAL
VAPOUR
DEPOSITION

Das hygienische Duschprofil aus Edelstahl lässt sich passgenau ohne seitliche Fliesenstücke in den Duschplatz einfügen und dort einsetzen, wo Sie es brauchen. Clevere Details wie das innere Gefälle oder die werkseitig befestigte, klickbare Dichtmanschette steigern die Hygiene und reduzieren den Montageaufwand. Die perfekte Lösung für Ihre Kunden – und für Sie.

PVD-Oberflächenveredelung

- Konsequente Kollektionserweiterung „aus einer Hand“ – für Dusche und WC
- Farblich passend zu aktuellen Armaturen-Kollektionen wie hansgrohe/AXOR
- Herausragende Farbqualität und Brillanz
- Hohe Festigkeit gegen Abrieb, Kratzer und eine Vielzahl korrosiver Medien



Was Corona und der Kreml gemeinsam haben



Nichts wird mehr so sein wie es vorher war. Das war die allgemeine Einschätzung vor inzwischen gut zwei Jahren, als Corona und die Pandemie an den Start gingen und auf den ersten Höhepunkt zusteuerten, Angst und Schrecken verbreitend. Und niemand wusste so recht, wie damit umzugehen ist. Wobei – **nebenbei bemerkt** – Letzteres in gewisser Weise auch noch für das Heute gilt. Ein Heute, das fast so aussieht, als wäre alles (doch) so wie vorher. Volle Fußballstadien, Shoppen ohne Einschränkungen, zum Beispiel. Zudem entgegen aller düsteren Prognosen von damals eine blühende Wirtschaft. Selbst Unternehmen, die in Vor-Corona-Zeiten eine eher zurückhaltende Geschäftsentwicklung durchmachten, präsentieren für das Jahr 2021 glänzende Bilanzen. Preissteigerungen? Lieferketten-Probleme? Materialbeschaffung und Engpässe? War alles nur Zweckpessimismus? Die wirtschaftlichen Erfolge seien allen von Herzen gegönnt.

Aber jetzt noch einmal zurück an den Anfang. Was Corona und Pandemie nicht oder nur unzureichend geschafft haben: Dieser einsame Mensch auf der linken Seite seines sieben Meter langen Besprechungstisches hat es ganz alleine geschafft. Ab jetzt wird vieles wirklich nicht mehr so sein, wie es vorher war, zumal sich aktuell niemand vorstellen mag, ob, wann und wie das Ukraine-Drama ausgeht. Aber auch ohne hellseherische Fähigkeiten ist leicht abzuschätzen, welche Auswirkungen das auf Europa- und die Weltwirtschaft haben wird. In der Tat, danach ist man immer schlauer. Aber dass es zum Beispiel Erdgas auch in ausreichenden Mengen nicht nur in Russland gibt, dürfte selbst deutschen Politikern, gleich welcher Couleur, schon vorher bekannt gewesen sein. Aber es war natürlich sehr viel einfacher den Kreml-Verlockungen nachzugeben. Jetzt ruft auf einmal alle Welt nach dem kompletten Energie-Embargo Richtung Russland. Aber was wird sein, wenn Westeuropa tatsächlich kein russisches Gas mehr kaufen wird? Der russische Cowboy wird nicht eine einzige Rakete oder Granate weniger Richtung Ukraine

abschießen und mit satanischem Grinsen weiter in den Sonnenuntergang reiten (selbst wenn es sein eigener wäre). Dafür werden aber bei uns viele ihren Job verlieren und Industriebetriebe ihre Tore schließen. Was speziell in der Energie intensiven keramischen Fliesen- und Sanitärkeramik-Industrie dem Vernehmen nach bereits einige gemacht haben. Aber warum eigentlich? Das Gas-Embargo ist noch längst keine beschlossene Sache. Auch wenn sich die Forderungen danach mehren. Dann wird es womöglich weniger keramische Fliesen geben, aber dafür mehr Arbeitslose. Und ob das andererseits mehr Menschenleben in der Ukraine rettet, ist mehr als fraglich. Beides gegeneinander aufzurechnen, ist sicherlich nicht der richtige Ansatz.

Die Liste möglicher und wirkungsvoller Sanktionen ist längst nicht ausgeschöpft. Und um Mittel und Wege zu finden, auf andere Weise einen Weg aus dem Energie-Dilemma zu kommen, sollte es sich die Politik nicht wieder so leicht machen wie damals, als sie sich in die offenen (Energie-)Arme des Kreml-Despoten warf. Aber dafür haben wir in Deutschland ja jetzt eine neue, unverbrauchte und ehrgeizige Regierung (die sich den Start in die neue Legislaturperiode sicher anders vorgestellt hat). Nur das hat sie noch nicht gesagt: „Wir schaffen das“. Und zum Schluss noch einmal zurück zum Anfang: Eines bleibt bei alledem dann doch wie es vorher war: Es wird Frühling. Und einen schönen solchen wünschen wir unseren Leserinnen und Lesern.

Gerhard Kille
gkoehler@stein-keramik-sanitaer.de

Spanische Fliesentrends 2022:

HOLEN SIE SICH IHRE KOSTENLOSEN MUSTER!

www.tileofspain.de



Objekte Design Interview Technik

8

The Tokyo Toilet:
Öffentliche Bedürfnisanstalt
als Architektur-Statement

26

Recycling:
Urban Mining als architek-
tonische Transformation

28

Liquid by Tom Dixon:
Minimalismus mit
großzügigen Formen

32

Alpine Baustelle:
Höhenflüge für eine
Hüttensanierung

<https://www.steinkeramiksanitaer.de/inhalte/ausgabe-22022/>



Bildquellen siehe Beitrag

MEHR INHALT:

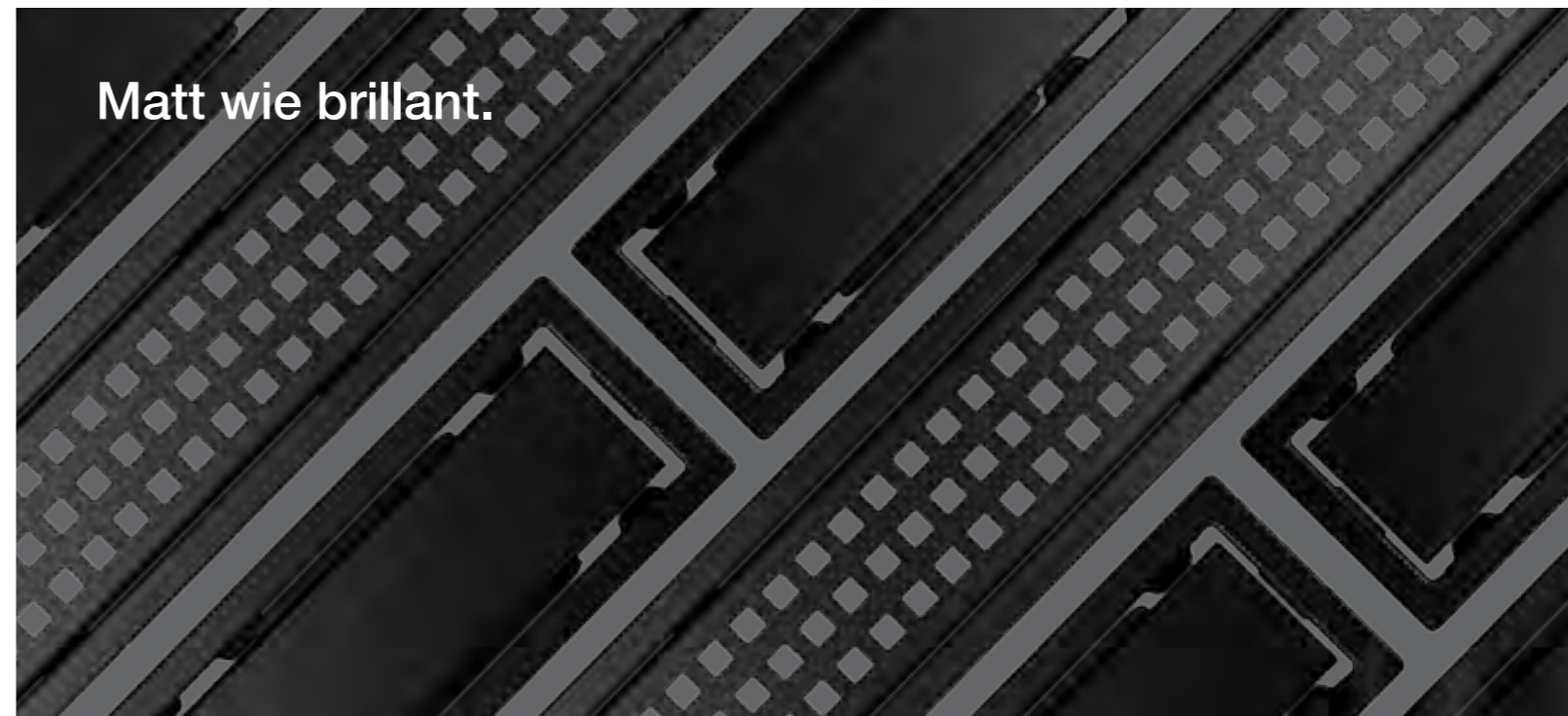
Architektur&Kunst: „DRAMA, RAUM UND LICHT“-EINE RAUMINSZENIERUNG (6) ■ Preisausschreiben: NACHHALTIGKEITSPREIS ARCHITEKTUR AUSGELOBT (6) ■ Plastikmüll: SAUBERMACHER FÜR DIE WELTMEERE (7) ■ Südafrika: NATUR UND LUXUS IN KONTRASTVOLLEM WETTSTREIT (11) ■ Forschung: IMPOSANTER NEUBAU LOCKT WISSENSCHAFTS-ELITE (12) ■ Entertainment: GLAMOUR-PUNK-KONZEPT INSZENIERT DIE MUSIK-SZENE (14) ■ Polnische Ziege: MÄRCHENWELT HINTER SCHIEFERFASSADEN (18) ■ Neo-Ökologie: DAS NEUE NORMAL DURCH KREATIVE TRANSFORMATION (24) ■ Überflüssig? EIN „MÖGLICHER“ NACHRUF AUF DIE KLO-BÜRSTE (31) ■ Outdoor: KERAMISCHE TERRASSENBELÄGE ALS GESAMTKONSTRUKTION (34) ■ Badezuber: EIN FASS AUFMACHEN FÜR DAS BADEWASSER (38) ■ Termin-Poker: MÜNCHENER BAUMESSE WIRD FRÜHLINGS-EVENT (46) ■ Global: ARMATUREN WERDEN ARABISCH (49) SERVICE/IMPRESSUM/REGISTER (39–43)

Dreistufiger Vertrieb - auch beim Onlineshopping?

Webshops haben auch im professionellen Baugeschäft das Nischendasein hinter sich gelassen. Jeder dritte Bauunternehmer oder Fachhandwerker kauft mittlerweile auch in Online-Shops Bau- und Installationsmaterialien ein. Jedoch vornehmlich in Webshops etablierter Player des Baustoff- und spezialisierten Fachhandels, wie aktuelle Forschungsergebnisse von Bauinfoconsult zeigen. Ist die traditionelle, streng gehütete dreistufige Vertriebswelt in der deutschen Baubranche also noch in Ordnung? Auf den ersten Blick ja: Allgemeine Internetanbieter wie Amazon oder neue Profi-Onlineplayer ohne Ladenlokale fristen im Vergleich zu den Webshops etablierter Fachhändler eine Exotenexistenz. Ernsthafte Online-Konkurrenten des Fachhandels gibt es aber auch: Vor allem durch Hersteller, die über einen Onlineshop direkt verkaufen. Dabei zeigte sich einmal mehr klar die Dominanz des dreistufigen Einkaufsmodells: Der Baustofffachhandel bzw. die Zweige des spezialisierten Fachhandels sind die Einkaufsorte Nummer eins. Allerdings wird dem Umfrage-Ergebnis der Marktforscher zufolge jeder dritte Online-Einkauf auf Herstellerwebseiten in den digitalen Einkaufswagen gelegt. Bezogen auf die gesamten Direkteinkäufe der Bauakteure bedeutet das: Jeder sechste Direktauftritt geschieht mittlerweile über Onlineshops.

Weniger CO₂ in der Zementindustrie

Die Zementindustrie gilt allgemein als nicht besonders umweltfreundlich. Zentrales Thema sind die CO₂-Emissionen, an deren Reduktion bereits seit längerem auf vielfältige Weise, wenn auch mit eher bescheidenem Erfolg, gearbeitet wird. Der Grund: selbst bei vollständigem Einsatz von erneuerbaren Energien wird bei der Zementherstellung rohstoffbedingt CO₂ frei und an die Atmosphäre abgegeben. Ein Forschungsprojekt, das jetzt Thyssenkrupp, Holcim und die TU Berlin starten, soll die Wende zur Emissionsreduktion durch Aminwäsche (Carbon Capture) bringen. In dem gemeinsamen Projekt wollen die Partner den Einsatz neuester Aminwäsche-Technologie zur CO₂-Abtrennung untersuchen. Ziel ist es, den CO₂-Ausstoß von bestehenden Zementanlagen deutlich zu reduzieren und gleichzeitig das abgetrennte CO₂ für weitere Anwendungen zu nutzen. Konkret werden unter anderem neue Stoffaustausch-Apparate entwickelt, die den Wirkungsgrad verbessern sollen und widerstandsfähiger gegen Verunreinigungen sind. Die Technologie der Aminwäsche beruht auf der gezielten Bindung von einzelnen Bestandteilen eines Abgasstroms wie CO₂ in einer Waschlösung. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert.



Matt wie brillant.



Schlüter MATTSCHWARZ

Schwarz ist seit jeher eine feste Instanz im Einrichtungsdesign. Eine zeitlos elegante Farbe, die Räumen einen ganz eigenen Charakter verleiht. Inzwischen erfreut sie sich auch im Badezimmer wachsender Beliebtheit. Der besonderen Nachfrage begegnen wir mit diversen Systemlösungen in der TRENDLINE-Beschichtung MGS graphitschwarz matt. Dabei macht es keinen Unterschied, ob Sie Ihr Badezimmer komplett monochrom gestalten - oder nur vereinzelte schwarze Akzente setzen möchten. Mit den Entwässerungsrinnen Schlüter®-KERDI-LINE und -KERDI-LINE-VARIO, der Duschablage Schlüter®-SHELF oder den Profilreihen Schlüter®-QUADEC, -RONDEC, -JOLLY, -SCHIENE sowie -FINEC treffen Sie immer und vor allem stilischer ins Graphitschwarze. Entdecken Sie matte Brillanz.

„Drama, Raum und Licht“ – eine Raum-Inszenierung

Die Düsseldorfer Künstlerin Elisabeth Brockmann ist bekannt für ihre „großen Überraschungen“ in der künstlerischen Arbeit mit, an und in Gebäuden. Vom 14. März bis 24. April 2022 präsentierte das Baukunstarchiv NRW ihr jüngstes Projekt: „Drama, Raum und Licht“ ist eine eigens für das historische Gebäude des Archivs entworfene Inszenierung, mit der Elisabeth Brockmann den grandiosen Reinoldi-Lichthof in eine flammende Reflexion versetzt.

Am Baukunstarchiv NRW in Dortmund verwandelt die Künstlerin mittels spezieller, temporärer Eingriffe den leeren zentralen Lichthof des Hauses in einen faszinierend leuchtenden Raum. Mithilfe spezieller Film-Farbfilter erzeugte sie eine Lichtstimmung, in welche die Besucherinnen und Besucher eintauchen. In die Architektur eingefügte Spiegel-Elemente sorgten dafür, dass die individuelle



Perspektive sich ständig neu bricht und den Betrach-

enden selbst zum Agierenden macht und damit zum Teil der räumlichen Intervention. Elisabeth Brockmann (*1955) studierte von 1974 bis 1981 Malerei bei Gerhard Richter an der Kunstakademie Düsseldorf. Mit künstlerischen Lichtinstallationen an Gebäuden, wie am Albertinum in Dresden und dem Olympiaschwimmbad München, erregte sie bundesweit Aufsehen. Zur Ausstellung ist ein Katalog erschienen mit Bildern des Projektes in Dortmund: <https://baukunstarchiv.nrw/>

Nachhaltigkeitspreis Architektur ausgelobt

Der „Deutsche Nachhaltigkeitspreis Architektur“ feiert in diesem Jahr sein zehnjähriges Jubiläum. Erneut suchen die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen DGNB e.V. und die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. Vorbilder der Nachhaltigkeit im Bausektor. Projekte können bis zum 24. Juni 2022 eingereicht werden. Die Preisverleihung findet am 2. Dezember im Rahmen des 15. Deutschen Nachhaltigkeitstages in Düsseldorf statt.

„Der Gebäudesektor rückt sehr viel stärker in den öffentlichen Fokus, wenn wir uns dessen Rolle für den Klima- und Ressourcenschutz, die Klimaanpassung unserer Städte und die Nachhaltigkeit ganz allgemein vor Augen führen“, sagt DGNB Präsident Prof. Amandus Samsøe Sattler. Insbesondere der verantwortungsvolle und zukunftsorientierte Umgang mit dem Gebäudebestand nehme dabei mehr denn je eine Schlüssel-funktion ein.

Auch 2022 zeichnet der „Deutsche Nachhaltigkeitspreis Architektur“ Projekte aus, die in besonderem Maße für die Transformation im Bauwesen stehen und gleichzeitig gestalterisch herausragend sind. Bauherrinnen und Bauherren, Architektinnen und Ar-



chitekten sowie Nutzerinnen und Nutzer können online bis zum 24. Juni ihre Projekte einreichen. Gesucht sind sowohl Neubauten als auch Bestandsbauten oder umfassende Umbaumaßnahmen, die den Ansprüchen nachhaltiger Architektur gerecht werden. Das Siegerprojekt wird im Rahmen der Verleihung des 15. Deutschen Nachhaltigkeitspreises am 2. Dezember 2022 in Düsseldorf bekanntgegeben und ausge-

zeichnet. Neben der DGNB und der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeit Unterstützt wird der Preis durch die Bundesarchitektenkammer, den Bund Deutscher Architekten und die Bundesstiftung Baukultur sowie den Farbenhersteller Caparol. Weitere Informationen unter www.nachhaltigkeitspreis.de/architektur und www.dgnb.de.

Saubermacher für die Weltmeere

Dass Plastikmüll inzwischen ein großes Problem für die Ozeane ist, gehört zu den bitteren Erkenntnissen des Umweltschutzes. Bilder von massenhaften Müllansammlungen in den Weltmeeren sorgen immer wieder für Aufregung. Zwar gibt es vermehrt Bemühungen auch der Politik, den Verbrauch von Kunststoff-Verpackungen als potenzielle Vermüllungs-Ursache einzuschränken, doch das Problem bleibt.

Mit an oberster Stelle der Verursacher stehen unter anderem PET-Trinkflaschen. Dabei gilt, dass nicht allein die Flaschen das Problem sind. Grundwasser zu fördern und teuer in eben diesen Flaschen zu verkaufen, ist nur ein Gewinn für die Hersteller, Verlierer ist die Umwelt. Inzwischen haben eine Reihe von Sanitärarmaturen-Herstellern erkannt, dass Trinkwasser hierzulande zu den besonders sorgsam behüteten Lebensmitteln gehört und Armaturen entwickelt, die als Zapfstellen für das von den öffentlichen Versorgern ins Haus gelieferte Wasser genutzt werden. Das erspart nicht nur das Flaschen schleppen, sondern reduziert auch Plastikmüll.

Hierzu gehört zum Beispiel das Wassersystem „Grohe Blue“ des zur japanischen Lixil-Gruppe gehörenden Armaturen-Herstellers Grohe. Das Unternehmen ist



aber noch einen Schritt weiter gegangen. Seit 2019 kooperiert es mit „Everwave“ (früher bekannt als Pacific Garbage Screening), um auch bei der Reduzierung von bereits vorhandenem Plastikmüll mitzuwirken. Die Nichtregierungsorganisation (NGO) setzt innovative Müllsammelboote ein, um Plastikmüll zu sammeln, bevor er die Meeres-ökosysteme schädigt. Im Rahmen der Aktion „Made for your water“ verpflichteten sich Grohe und Everwave mit Hilfe des „CollectiX“

Müllsammelboots für jedes zwischen dem 1. August und 31. Dezember 2021 gekaufte Wassersystem ein Kilogramm Müll zu sammeln. Bei der gemeinsamen Clean-up Mission im Februar 2022 wurden insgesamt 30 Tonnen Müll aus dem Bočac Stausee in Bosnien und Herzegowina gesammelt, das entspricht dem Gewicht von über einer Million 1,5 Liter-PET-Flaschen.

Werbebanner zu Trend-Taschen

Upcycling bedeutet Ressourcen-Potential ausschöpfen statt wegwerfen. Für viele Unternehmen gehört dies inzwischen zur Firmen-DNA. So ist dies auch für den SHK-Großhändler Reisser AG keine Vision, sondern Verpflichtung.

Deshalb war es keine Frage, ein 400 Quadratmeter großes Werbebanner vor dem Reißwolf zu retten. Einige Monate im Jahr 2021 tat es seinen Dienst als Blickfang an dem Rhenus-Getreidesilo an der Bundesstraße „B10“ bei Stuttgart, der größten Dauerwerbeflächen Deutschlands. Darauf zu sehen war der Slogan „Läuft bei uns!“ zusammen mit einem modernen Wasserhahn als Bildmotiv. Inzwischen hat das Banner seinen Zweck erfüllt und wartet auf das Ende seines Lebenszyklus. Einfach entsorgen war für Dominik Rathgeb, stellvertretender Marketingleiter bei Reisser allerdings keine Option. Das „zweite Leben“ des Banners begann in Bruchsal-Bretten bei Karlsruhe. Hier hat die Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e.V. ihre Betriebstätte. Das robuste Material des Banners wird in einer Werkstatt



für Menschen mit Behinderungen zu Taschen recycelt. Das Projekt basiert auf dem Gedanken der Nachhaltigkeit: Minimierter CO₂-Abdruck durch Verarbeitung und Transport innerhalb von Deutschland, Handarbeit und gelebtes Fairtrade, das sind einige der zentralen Aspekte dieser „Comebags“. Erfahrung hatte bereits der nordrhein-westfälische Fliesenhändler Schmidt-Rudersdorf mit dieser Werkstatt gemacht, als er seinerseits Werbebanner entsorgen wollte. Auch hier leistete die Lebenshilfe tatkräftige Überlebenshilfe im Sinne der Nachhaltigkeit (SKS berichtete in der Ausgabe 3.2019 und im Internet: <https://steinkeramiksanitaer.de/kommunikation/aktuell/vom-werbebanner-zur-tasche.html>). Jede Tasche ist gewissermaßen ein Unikat, da jede einen anderen Banner-Ausschnitt verwendet.

Rutsch Sicherheit auf Stein, Fliesen ...
Tel. 041 01 - 31061 www.supergrip.de
SUPERGRIP ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG

Info-Serviceziffer [22204]



„Öffentliche Bedürfnisanstalt“ als Architektur-Statement

Japan gilt weltweit als das Land mit dem höchsten sanitären Hygiene-Standard. Nicht umsonst gilt hier (wie auch in anderen fernöstlichen Ländern) das Dusch-WC zur Standardausstattung selbst einfacher Badezimmer. Doch es gibt auch eine Schattenseite: Öffentliche WC-Anlagen sind auch im Land der aufgehenden Sonne von diesem Hygiene-Bewußtsein teilweise ausgeschlossen. Japaner benutzen diese „Häuser“ ebenso ungern, wie die meisten Menschen.

Das war vielen Verantwortlichen in der Verwaltung überaus peinlich, als man wegen der anstehenden Olympischen Spiele mit einem Ansturm internationaler Besucher rechnet. Corona bedingt kam es bekanntermaßen anders. Aber da hatte die Nippon Foundation bereits das Projekt „The Tokyo Toilet“ ins Leben gerufen, das an 17 Standorten in Shibuya, einem Stadtteil von Tokio, öffentliche Toiletten realisieren sollte, die jederzeit von jedermann benutzt werden können. Und zwar ohne Ekel.

Der Anlass für dieses groß angelegtes „Entsorgungsprojekt“ waren die Olympischen Spiele in Tokio, für das Jahr 2020 geplant, aber wegen der Pandemie erst 2021 realisiert. Bereits Ende 2020 waren sieben der geplanten Toiletten-Häuser fertig gestellt (SKS berichtete ausführlich in der Ausgabe 1.2020 bzw. im Internet: <https://objekte1.test-sks.de/ausgabe121/toto-tokio/>). Inzwischen wurden weitere WC-Architektur-Statements fertig gestellt. Abgeschlossen werden soll das Projekt bis Ende 2022. Allen gemeinsam soll eine moderne, einladende Architektur sein und eine hygienische und Sanitärausstattung, die der so genannten Omotenashi-Kultur Ausdruck verleiht, die weltweit geschätzte japanische Gastfreundschaft. In diesem Fall könnte man darunter auch die Gastfreundschaft für den nächsten Nutzer. Die eigentliche Intension der Nippon Foundation für dieses Projekt war aber keineswegs nur das Bestreben, den Bürgern und

Alle Fotos: Toto Ltd.

Bürgerinnen von Tokio ausreichende und akzeptable Bedingungen für das „Geschäft“ unterwegs zu bieten. Man wollte die Häuser aus der „Schmuddelecke“ herausholen, die nicht nur in Japan, sondern weltweit das Image dieser Bedürfnisanstalten prägt.

Mittel zu Zweck sollte nicht nur optimale Ausstattung sein, sondern die Architektur. Die Aufzählung der Architekten, die die Foundation für ihr Projekt gewinnen konnte, liest sich wie Einträge im Architektur-Lexikon „Who’s Who“. Zu den Gestaltern der ersten sieben realisierten Toilettenhäuser, Masamichi Katayama Wonderwall, Tadao Ando, Shigeru Ban, Takenosuke Sakakura gesellten sich im zweiten Bauabschnitt Namen wie Kashiwa Sato, einem bekannten japanischer Grafiker und Creative Director, Pritzker Preisträgers Toyo Ito, Kengo Kuma, Kazoo Sato, ein mehrfach ausgezeichneten japanischer Kreativkopf, Kashiwa Sato, Fashion Designer NIGO, Nao Tamura und Fumihiko Maki, um nur einige zu nennen (alle Beteiligten im Internet: <https://tokyotoilet.jp/en/>).

Wie überall auf der Welt werden öffentliche Toiletten auch von Japaner höchst ungern genutzt, selbst wenn hier sie hier einen vergleichsweise höheren Hygienestandard aufweisen als anderenorts. Dank dem „The Tokyo Toilet Project“ sollen Besucher in den Genuss eines freundlichen und sauberen „stillen Örtchens“ kommen. Wichtig war dabei eine möglichst inklusive Nutzung: die öffentlichen Toiletten sollen von allen Menschen zu jeder Zeit bequem und sicher genutzt werden können, unabhängig von Geschlecht, Alter oder körperlicher Beeinträchtigung. Dazu zählt auch ein möglichst hoher hygienischer Standard mit entsprechenden Produkten und entsprechend regelmäßiger Reinigung. Unterstützung bei der Ausstattung holte sich die Foundation von dem japanischen Sanitäraustatter Toto, der maßgeblich für die sanitäre Ausstattung und deren Gestaltung, also die „Software“ zuständig war. Die „Hardware“ aber war Sache der Architektur. Hier einige Beispiele.

DIE „DREI PILZE“ DES TOYO ITO Das Thema Vielfalt bei der Gestaltung der Toilettenkabinen spielt auch beim Projekt des Pritzker Preisträgers Toyo Ito eine wichtige Rolle. Auch hier gibt es ein Gebäudeteil „für Alle“, neben den klassischen Kabinen für Männer und Frauen. Der 1941 geborene



Architekt hat am Rand des städtischen Parks und Wäldchens Yoyogi Hachimann seine Toilettenhäuser geplant, die auf dem ersten Blick an drei Pilze erinnern. Mit diesem Bild nimmt er Bezug auf den benachbarten Wald, der eine über 800-Jährige Geschichte hat. Die drei Gebäudeteile schaffen ein Gefühl von Offenheit, so dass jeder Toilettennutzer sich sicher fühlen kann. Nachts reflektieren die abgesetzten pilzschirmartigen Dächer das Licht von innen und lassen die Gebäude wie kleine Laternen wirken. Die Außenwände der „drei Pilze“ wurden mit maßgefertigten Mosaikfliesen mit selbstreinigender Oberfläche verkleidet, deren Farbe von einem erdigen Dunkelbraun am Fuß nach oben hin heller wird.



EIN WALDSPAZIERGANG MIT KENGO KUMA Wenige Gehminuten entfernt vom Bahnhof Shinsen liegt der grüne Nabeshima Shoto Park, umgeben von einer ruhigen Wohngegend und Galerien. Am Rande des Parks entstanden die fünf Toilettenhäuschen des Architekten Kengo Kuma. Auf unterschiedlichen Höhenniveaus und leicht zueinander versetzt, können die fünf Gebäude selbst wie ein kleiner Wald durchstreift werden. Verstärkt wird das Bild noch von den unregelmäßigen Fassadenverkleidungen aus Zedernholz. Auch im Innenraum überrascht der Einsatz von rohem Schnittholz.



Wie gerade aus dem Weltraum gelandet wirkt diese strahlend weiße Kugel. Es ist die Rückseite des Entwurfs von Kazoo Sato und eines der Toilettenhäuser für jederman, wie die Pictogramme signalisieren, entworfen von dem Grafiker Kashiwa Sato.



➔ **PROJEKT „WHITE“ VON KASHIWA SATO** Im Juli 2021 öffnete der ganz in Weiß strahlende Toiletten-Kubus aus der Entwurfsfeder von Kashiwa Sato, einem bekannten japanischer Grafiker und Creative Director, seine Pforten. Er befindet sich am Westausgang des stark frequentierten Bahnhofsplatzes der Ebisu-Station. Sato konzentrierte sich bei seinem Entwurf auf ein Toilettenhaus, das hell, leicht und sehr harmonisch wirkt. In der Dämmerung und nachts, wenn die Downlights die weiße, vorgesezte Hülle aus Aluminiumlamellen anstrahlen, scheint der Kubus wie eine schwebende Straßenlaterne zu leuchten.



SCHWEBENDE KUGEL MIT SPRACHSTEUERUNG VON KAZOO SATO Wie eine strahlend weiße Halbkugel landete das Projekt von Kazoo Sato an der Seventh Street im Nanago Dori Park. Die Schalenkonstruktion der Kugel ist leicht abgesetzt vom Boden und scheint zu schweben. Damit die Kugel ihre weiße Oberfläche möglichst lange behält, wurde für ihre Außenbeschichtung ein photokatalytischer Lack verwendet, der Schmutz mit Hilfe von Sonnenlicht zersetzt.

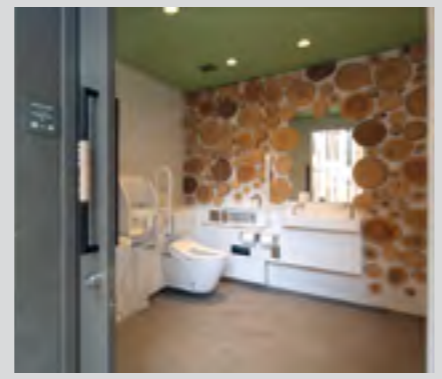


Kazoo Sato, ein medienübergreifend arbeitender und mehrfach ausgezeichneten japanischer Kreativkopf, entwickelte für das Projekt eine Sprachsteuerung, so dass die Tür, das Dusch-WC und die Waschtischarmatur rein über Sprachbefehle bedient werden können. So müssen die Gäste bei der Benutzung der „Hi Toilet“ nichts anfassen – hygienischer lässt sich eine öffentliche Toilette kaum planen. Aber sicher ist sicher: Für den Fall, dass etwas defekt wäre, wurde darauf geachtet, dass alle Elemente auch klassisch bedient werden können.

Großer Wert wurde auf die innere Gestaltung gelegt. In den „Waldhäusern“ von Kengo Kuma zum Beispiel waren die Wände mit rohen Schnittholz bekleidet. Wichtig war in allen Fällen eine möglichst inklusive Nutzung: die öffentlichen Toiletten sollten von allen Menschen zu jeder Zeit bequem und sicher genutzt werden können, unabhängig von Geschlecht, Alter oder körperlicher Beeinträchtigung. Dazu zählt auch ein möglichst hoher hygienischer Standard mit entsprechenden Produkten und entsprechend regelmäßiger Reinigung. Entstanden sind innovative Toilettenanlagen, die zwar das Zeitalter der Vielfalt symbolisieren, aber bei denen manch ein Benutzer schon mal genauer hinschauen muss, welche Taste die richtige ist.



Entstanden sind innovative Toilettenanlagen, die zwar das Zeitalter der Vielfalt symbolisieren, aber bei denen manch ein Benutzer schon mal genauer hinschauen muss, welche Taste die richtige ist.



In Midrand, einer knapp 90 000 Einwohner zählenden und heute zu Johannesburg gehörenden südafrikanischen Gemeinde, gilt das Viertel „Waterfall“ als eine sichere und besonders luxuriöse Umgebung. Hier hat der südafrikanische Architekt Nico van der Meulen die imposante „Victoria Residenz“ konzipiert und gestaltet. Das Grundstück ist umgeben von viel Grünfläche.

Natur und Luxus in kontrastvollem Wettstreit

Die großen Fensterfronten der Residenz nehmen in Richtung Norden die gesamte Seite des Hauses ein. So blicken die Bewohner direkt in die Weite der Natur. Die Außenfassade wurde bewusst auf drei Materialien reduziert. Neben hochwertigen dunklen Steinplatten und Sichtbeton dominieren dunkle Holzstreben die Außenansicht, die gleichermaßen dekorativ sind und Sichtschutz bieten. Die abgestimmte Farbpalette auf der Außenseite setzt sich auch im Inneren fort. Steinoberflächen aus Marmor und Granit, teilweise akzentuiert mit feinen Bronzefäden, werden von natürlichem Eichenholz begleitet.

Das Untergeschoss widmet sich vollkommen der Freizeitgestaltung und bietet neben einem eigenen Heimkino Unterhaltung mit einem Spielraum, in dem sich unter anderem ein Billardtisch befindet. Das Erdgeschoss mit großzügigem Wohn-Essbereich und offener Küche betont das gesellige Familienleben und bietet mit dem modern gestalteten Büro Rückzugsmöglich-

keiten für einen konzentrierten Arbeitsalltag. Als außergewöhnlicher Eyecatcher präsentiert sich der Indoorpool mitten im Erdgeschoss. Im Obergeschoss können die Bewohner ihren Hobbies nachgehen. Hier wurde ein kleines Fitnessstudio sowie ein Wohnzimmer eingerichtet. Daneben verfügt die Residenz Victoria über drei Schlafzimmer, ein Ankleidezimmer, mehrere Bäder und zwei Kinderzimmer mit Aufenthaltsraum. Die Ausstattung der an die Schlaf- und Kinderzimmer angrenzenden Badezimmer harmonisieren mit ihren wandhängenden WCs sowie halbaufgesetzten Waschschränken mit der geradlinigen und modernen Einrichtung. Im Mittelpunkt stand für den Architekten eine Gestaltung, die es den Bewohnern ermöglicht, die Funktionalität zu genießen, um so die Lebensqualität durch die angenehme und weitläufige Atmosphäre zu verbessern zu können.





Imposanter Neubau lockt Wissenschafts-Elite

Im dem 2017 fertiggestellten „Center for Soft Nanoscience (SoN)“ auf dem Wissenschaftscampus in Münster forschen Biologen, Physiker, Chemiker und Molekularbiologen aus aller Welt. Die Architekten Kresings haben dafür einen markanten Riegel geschaffen, der unter sehr speziellen Bedingungen funktioniert.

Als eine der größten Hochschulen Deutschlands lockt die Westfälische Wilhelm-Universität (WWU) jährlich zahlreiche Studierende aus der ganzen

Welt nach Münster. Um die Relevanz des Standorts im Bereich der Nanowissenschaften international weiter zu stärken und die entsprechenden Fachbereiche zu bündeln, wurde unweit des Max-Planck-Instituts für molekulare Biomedizin (2006) das „Center for Soft Nanoscience“ (SoN) errichtet. Auch das Centrum für Nanotechnologie (CeNTech II, 2011) sowie das im Bau befindliche „Multiscale Imaging Centre“ liegen in unmittelbarer Nachbarschaft und komplettieren das naturwissenschaftlich geprägte Stadtviertel westlich der Münsteraner Innenstadt. Für die verantwortlichen

Wenn man jemanden aus Harvard nach Münster locken will, dann haben nicht nur der Ruf und das tolle Mikroskop einen Einfluss auf dessen Entscheidung, sondern auch die Adresse, an der man sich über Jahre aufhalten wird.

KILIAN KRESING, KRESINGS ARCHITEKTEN

Funktionale Laborlandschaften und Bürobereiche erfahren in den einzelnen Geschossen eine eindeutige Gliederung



Das eingeschossige Fassadenende steckt komplett in dem grünen Hügel, der die äußeren Wärmelasten und die magnetische Strahlung reduziert.



Architekten war das Konzept „Forschungsbau“ nicht neu, denn sie verantworteten bereits zwei der anderen Institute. In dem vom Bau- und Liegenschaftsbetrieb Nordrhein-Westfalen ausgelobten Vergabe-Verfahren für den Neubau kam ihnen diese Erfahrung zugute.

Der Campus ist eine Ansammlung von hochfunktionalen Solitären. Das SoN sollte auf Wunsch der Universität dazu beitragen, die internationale Wahrnehmung des Forschungsstandorts Münster zu stärken und als spektakulärer Neubau die Präzisionsarbeit in seinem Inneren widerspiegeln. Von außen wirkt das 100 Meter lange dreigeschossige Institutsgebäude wie eine technische Apparatur: silberglänzend dank der Verkleidung mit schimmernden Aluminiumverbundplatten, glatt, funktional und dynamisch durch die schräg verlaufende Fassade im Süden, die ihm einen futuristischen Look verleihen. Im Kontrast dazu steht das andere eingeschossige Fassadenende, das komplett in einem grünen Hügel steckt, der die äußeren Wärmelasten und die magnetische Strahlung reduziert soll.

Aufgrund der sehr spezifischen Anforderungen gab es kaum Gestaltungsspielraum.

Insgesamt forschen am SoN mit einer Grundfläche von fast 8 000 Quadratmetern knapp 140 Professoren, Doktoranden und Masterstudenten. Die Physiker arbeiten im Erdgeschoss, darüber die Biologen und auf der zweiten Etage befindet sich der Fachbereich Chemie. Im Erdgeschoss wurden der Reinraum ein Raum, der eine extrem geringe Konzentration luftgetragener Teilchen aufweist und nur mit Schutzkleidung betreten werden darf, die Physiklabore und das Herz des Instituts, die Mikroskopie, hintereinander angeordnet. Aufgrund der sehr spezifischen Anforderungen gab es hier kaum Gestaltungsspielraum.

Die Aufgabe der Architekten lag vielmehr darin, die jeweiligen Gegebenheiten optimal zu organisieren. Während der Reinraum beispielsweise eine deutlich über der Norm liegende Gebäudetiefe erfordert, sind fünf Labore für Versuche in partikelfreier Luft von einem so genannten „Grauraum“ umgeben, der nur über Schleusen zugänglich ist. Um das Tageslicht optimal zu nutzen, wurden alle Büros an die langgezogene Westflanke des Gebäudes gelegt. Dank der großen Gebäudetiefe ließen sich die Computerarbeitsplätze problemlos am Fenster anordnen. Nur durch eine Glasschiebetür abgetrennt, befinden sich in unmittelbarer

Die Labore selbst sind offen und kompakt konzipiert. Sie sind umgeben von einem Grauraum, der nur über Schleusen zugänglich ist.



Einen Kontrast bilden die fast wohnlich gestalteten Kommunikationszonen – denn das Forschen kann mitunter sehr einsam

Nähe die Laborarbeitsplätze.

Aufgrund der teilweise extremen Bedingungen, die an den Arbeitsplätzen herrschen, sah die Planung eine konsequente Trennung von Büroflächen und Laboren vor. Da die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Ausland zudem häufig nur die Forschungslandschaft zu sehen bekommen, war es den Architekten um Rainer Maria Kresing besonders wichtig, abseits der Labore ein fast wohnliches Ambiente zu schaffen. „Wenn man jemanden aus Harvard nach Münster locken will, dann haben nicht nur der Ruf und das tolle Mikroskop einen Einfluss auf dessen Wahl, sondern auch die Adresse, an der man sich über Jahre aufhalten wird“, begründet Architekt Kilian Kresing die Entscheidung.

So wurde in den hellen modernen Kommunikationszonen großer Wert auf eine ästhetische und hochfunktionale Einrichtung gelegt, die sich bis in die Sanitärräume zieht, wo unter anderem funktionale Waschtischarmaturen Akzente setzen.

Objektdaten:

Bauherr:	Bau- und Liegenschaftsbetrieb NRW (BLB NRW)
Architekten:	KRESINGS, Münster
Grundstücksgröße:	6.896 m ²
Nutzfläche:	3.640 m ²
Verkehrsfläche:	1.420 m ²
Brutto-Rauminhalt:	27.064 m ³
Fertigstellung:	2017
Tragwerk:	Stahlbeton

Die fünf Labore für Versuche in partikelfreier Luft sind umgeben von einem Grauraum, der nur über Schleusen für Mensch und Material zugänglich ist.





Glamour-Punk-Konzept inszeniert die Musik-Szene

In diesem Neubau in Berlin treffen Musik-Schaffende jeglicher Couleur und Vertreter und Vertreterinnen der Musikindustrie in akribisch geplanten und doch sehr sinnlichen Innenräumen aufeinander.



Mit Bezug des neuen Deutschland- und Europa-Hauptsitzes an der Bülowstraße in Berlin-Schöneberg präsentieren sich Sony Music Entertainment und Sony Music Publishing seit 2021 in einem Umfeld, das maßgeblich die dortige Musikszene der 1970- und 80er-Jahre bestimmte. Die ehemalige Wohnung von David Bowie und Iggy Pop beispielsweise liegt ebenso nur einen Steinwurf entfernt wie der legendäre Meistersaal, der diesen beiden Musik-Ikonen und später auch Depeche Mode, Nick Cave und U2 als Tonstudio diente. Zugleich beseitigt der Neubau an der Ecke zur Steinmetzstraße eine städtebauliche Wunde: Die Architekten und Architektinnen des Büros Gewers Pudewill entwarfen ein siebengeschossiges Gebäude, das die bis vor kurzem nur teilweise bebaute Nachkriegslücke schließt und nun einen städtebaulichen Akzent setzt. Charakteristisch sind neben den abgetreppten Übergängen des Baukörpers zu den Nachbarbauten insbesondere die in den Obergeschossen an allen Ecken abgerundeten Fassaden. Sie verleihen dem außen ganz in Weiß gehaltenen Gebäude eine selbstbewusste, unaufgeregte Dynamik, die sich in den von Studio Karhard, auch bekannt durch die Gestaltung des Berliner Clubs Berghain, gestalteten Innenräumen fortsetzt und verstärkt.

Die Bezüge sowohl zur geschwungenen Fassade als auch zu einem Ort, der schon zu Zeiten der Schlaghosen und knalligen Farben in voller Blüte stand, sind bereits vom Gehweg aus sichtbar. So sind

Die Innenarchitektur wurde vom Studio Karhard – auch bekannt durch die Gestaltung des Berliner Clubs Berghain – entworfen, das Ergebnis ist eine soundorientierte Arbeitslandschaft mit vielen überraschenden Lösungsansätzen.
 GEWERS PUDEWILL ARCHITECTEN

Fotos: Agnab Bluchtaal GmbH / Stefan Luckas

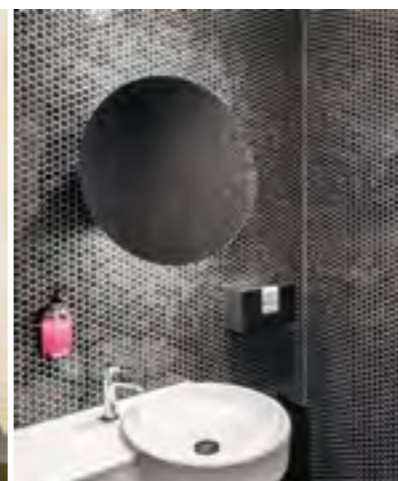
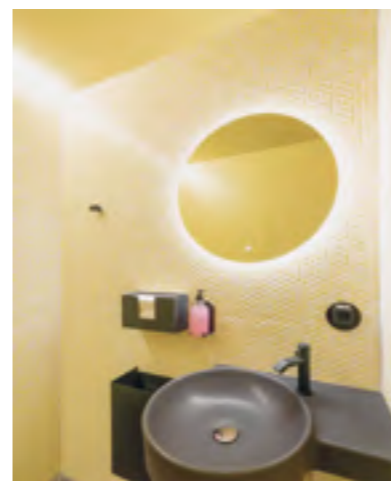


Im Erdgeschoss geben runde Besprechungsiseln (oben links) runde Deckenleuchten und Tische sowie orangefarbene Stühle den Ton an. Der markant gemusterte runde Teppich im weißen Aufnahmerraum (unten links) weckt Erinnerungen an die 1970er-Jahre.

Das Herzstück der sogenannten Circle Studios im Erdgeschoss bildet der schwarze Regieraum (oben rechts), der sich sowohl für Writing Sessions und Stimmaufzeichnungen als auch für Recordings aus dem angrenzenden weißen Aufnahmerraum eignet. Der „White Room“ im 5. Obergeschoss (unten rechts) ist ein repräsentativer Bereich für kleine Events. Den Mittelpunkt bildet ein vier Meter langer Bartresen aus Edelstahl.

durch die bodentiefe Fenster runde, von transluzentem Profilglas und wallenden Vorhängen umgebene Besprechungsiseln zu sehen, in denen runde Deckenleuchten und Tische sowie hell- bzw. dunkelorange Stühle den Ton angeben. „Sony ist ein Entertainment-Konzern und kein kühles Tech-Unternehmen. Allein deshalb finden

sich hier sehr viele spielerische, farbige Elemente“, sagt Thomas Karsten, Architekt und Mitgründer des Studios Karhard, das er zusammen mit seiner Frau Alexandra Erhard betreibt. Die beiden zeichnen unter anderem



Auch die Sanitärbereiche stehen ganz im Zeichen des Kreises. Prägend sind hier neben runden Waschbecken, Spiegeln und Kleiderhaken insbesondere die Wände mit kleinen runden Mosaikfliesen.



Der Bartresen aus Edelstahl ruht auf zwei Pfeilern, die ebenfalls mit keramischem Rundmosaik der bekleidet sind. Einer von Ihnen „durchbohrt“ gewissermaßen die Platte.



Beim Blick von der Dachterrasse in den „White Room“ wird deutlich, wie gut sämtliche raumbildenden Elemente harmonisieren. Mit großer Präzision geplant ist hier nicht nur der Bartresen, sondern selbst das (scheinbare) Chaos der offenen Installationen an der Decke.

► für den Umbau eines ehemaligen Heizkraftwerks zum Technotempel Berghain verantwortlich und stellten von Anfang an Verbindungen zur Musik- und Designgeschichte des Viertels her: „Stilistisch sind die Räume gekennzeichnet vom ‚Glamour-Punk‘ der 1980er-Jahre mit viel Stahl, Glas und Glitzer.“ Und tatsächlich: Ganz gleich, ob man sich in den Büros bewegt, in den Konferenzbereichen, im Tonstudio oder in den hochmodernen Musik- und Funktionsräumen, überall herrscht eine Aura der kreativen, glamourösen Lässigkeit.

Durch Umbau, Abbruch, Sanierung und Neubau ist ein lebendiges, seine Vergangenheit nicht leugnendes neues Stadtquartier entstanden.

GEWERS PUDEWILL ARCHITECTEN

Eine besondere Atmosphäre strahlen nicht zuletzt die Sanitärbereiche aus, die ebenfalls ganz im Zeichen des Kreises stehen. Prägend sind hier neben runden Waschbecken, Spiegeln und Kleiderhaken insbesondere die Wände mit Mosaikfliesen. Sie erscheinen je nach Bauteil in den Farbtönen Elfenbein oder Anthrazit, kombiniert mit hell- oder dunkelgrauen Fugen sowie weißen oder anthrazitfarbenen Sanitärprojekten. Einen besonderen Farbakzent setzt das zitronengelbe Rundmosaik in den Toiletten im Erdgeschoss, wo es im Bereich des oft von Musikkünstlern frequentierten Tonstudios im scharfen Kontrast zum schwarzen Regie- und weißen Aufnahmeraum steht. „Die Wahl auf Mosaikfliesen fiel einerseits wegen des Bezugs zu den 1970er-Jahren, in denen diese Art der Keramik sehr populär war,“ sagt

Das psychedelische Muster des Teppichbodens und die nicht ohne eine gewisse Poesie des (scheinbaren) Chaos inszenierten offenen Installationen an der Decke des „White Rooms“ sorgen für Aufmerksamkeit auf sich.

Karsten. „Andererseits wären größere Fliesenformate angesichts der vielen gerundeten Wände und der zweifach gekrümmten Ränder der zahlreichen Pflanztröge absolut ungeeignet gewesen.“ Bestückt mit großen Zimmerpflanzen gliedern Letztere die Bürobereiche und wecken dabei Erinnerungen an die extravaganten Bühnenauftritte von David Bowie.

Extravagant zeigt sich auch der „White Room“ im 5. Obergeschoss. Hier entstand ein repräsentativer Bereich, der einen schallentkoppelten Musikraum zum exzessiven Musikhören, viel Platz für kleine Events mit geladenen Gästen sowie eine große Dachterrasse bietet. Das psychedelische Muster des Teppichbodens und die nicht ohne eine gewisse Poesie des (scheinbaren) Chaos inszenierten offenen Installationen an der Decke ziehen die Aufmerksamkeit auf sich. Im Mittelpunkt steht dennoch zweifellos ein vier Meter langer Bar-Tresen aus Edelstahl. Dieses Objekt mit integriertem Edelstahl-Waschbecken ruht auf zwei runden Pfeilern, die ebenfalls mit keramischem Rundmosaik bekleidet sind. Die skulpturale Kraft dieses maßgefertigten Bauteils beruht auf spannungsvoller Asymmetrie: Einer der beiden Pfeiler scheint den Tresen nach oben zu durchbohren, um einen weiteren, diesmal hoch liegenden Pflanztrög auszubilden.

Wesentlich sind aber auch die Materialien: Edelstahl und Keramik sind zwar in großen Küchen und Toilettenanlagen nicht zuletzt aus hygienischen Gründen häufig zusammen zu erleben. Hier im „White Room“ wirken sie jedoch weniger funktional, sondern erfrischend unkonventionell. Letztlich erscheinen die keramikbekleideten Pflanztröge und der Tresen als Kunstwerke, die die Mitarbeitenden und Gäste unwillkürlich in die Zeit der 1970- und 1980er-Jahre versetzen. Zugleich zeigen sie beispielhaft, mit welcher Akribie und Sinnlichkeit das Architekturbüro dieses Projekt geplant hat: Es spielt keine Rolle, wo im Haus man sich befindet: zufällig einfach so „passierte“ Lösungen, die nicht der Idee des Glamour-Punk-Konzepts entsprechen, sucht man vergeblich. ◀

Objektdaten:

Ort: Steinmetzstraße, Berlin-Schöneberg
 Aufgabe: Neubau eines Bürogebäudes
 Bauherr: Pecan Development GmbH, Berlin
 Entwurf: Gewers Pudewill
 Innenarchitektur: Studio Karhard, Berlin
 Umfang: 10.850 qm
 Fertigstellung: 2020
 Team: Projektleiter Tilman Richter v. Senfft
 Matthis Nägele

Quelle: Gewers Pudewill



Keine Steuerermäßigung für statische Berechnungen

Der Bundesfinanzhof hat entschieden, dass eine Steuerermäßigung für die Leistung (hier: statische Berechnung) eines Statikers auch dann nicht gewährt werden kann, wenn diese für die Durchführung einer begünstigten Handwerkerleistung erforderlich war. Für die Inanspruchnahme von Handwerkerleistungen für Renovierungs-, Erhaltungs- und Modernisierungsmaßnahmen ermäßigt sich die tarifliche Einkommensteuer auf Antrag um 20 Prozent (§35a EStG). Im Streitfall wurde ein Handwerksbetrieb mit dem Austausch schadhafter Dachstützen beauftragt. Nach Einschätzung des Handwerksbetriebs war für die fachgerechte Ausführung dieser Arbeiten zunächst eine statische Berechnung erforderlich, die von einem Statiker durchgeführt wurde. Neben der insoweit unstrittigen Steuerermäßigung für die Handwerkerleistung (Dachstützenaustausch) beantragten die Kläger diese auch für die Leistung des Statikers. Dem folgte der BFH anders als zuvor das Finanzgericht nicht. Die Steuerermäßigung kann nicht gewährt werden, da ein Statiker grundsätzlich nicht handwerklich tätig ist. Er erbringt ausschließlich Leistungen im Bereich der Planung und rechnerischen Überprüfung von Bauwerken. (Urteil vom 04.11.2021 – Az. VI R 29/19).

Sonderwünsche sind Grunderwerbsteuerpflichtig

Das Finanzgericht Bremen hat entschieden, dass Sonderwünsche bei Bauvorhaben Grunderwerbsteuerpflichtig sein können (Az. 2 K 77/21). In dem entschiedenen Fall haben die Kläger eine noch zu errichtende Eigentumswohnung von einem Bauunternehmer gekauft und die auf den Kaufvertrag anfallende Grunderwerbsteuer errichtet. In der Folgezeit erteilten die Käufer dem Verkäufer mehrere Aufträge mit Sonderwünschen für die Wohnung, z. B. eine bessere Badausstattung oder teurere Fliesen für den Balkon. Insgesamt zahlten die Kläger für ihre Sonderwünsche 38 527 Euro. Das Finanzamt setzte auf diesen Betrag Grunderwerbsteuer fest, wogegen sich die Käufer richteten. Das Finanzgericht Bremen wies die Klage mit der Begründung ab, dass ein direkter Zusammenhang zwischen Kaufvertrag und den zusätzlichen Leistungen für Sonderwünsche bestehen würde, denn die Sonderwünsche betrafen sämtliche Änderungen der Bauausführung auf Wunsch der Erwerber und vor Übergabe des Objektes. Auch war in dem Kaufvertrag für die Wohnung vereinbart worden, dass die Käufer keine Handwerker selbst beauftragen durften, sondern sämtliche Sonderwünsche über den Verkäufer abgewickelt werden mussten.

Vergütung bei Bauzeitverlängerung

Mit der praxisrelevanten Fragestellung bezüglich der Berechtigung zur Anpassung des Honorars bei bauzeitbedingtem Mehraufwand hat sich das Oberlandesgericht (OLG) Brandenburg auseinandergesetzt (OLG Urteil vom 16.06.2021, Az.: 11 U 16/189). Dabei ging es um eine Klage eines Planungsbüros, welches zusätzliches Honorar forderte. Das Zusatzhonorar sei nach dessen Einschätzung durch die Verlängerung der Bauzeit, für Leistungen der Sicherheits- und Gesundheitsschutzkoordination (SiGeKo) gerechtfertigt. Im konkreten Fall begehrte das beauftragte Planungsbüro eine zusätzliche Vergütung für die Bauüberwachung eines Flughafenprojektes. Vertraglich hatten die Parteien keine Vereinbarung im Hinblick auf eine Anpassung der Vergütung getroffen. Das Honorar war für den ursprünglichen Fertigstellungstermin als monatliche Teilpauschale vereinbart. Das OLG Brandenburg stellte fest, dass sich das vereinbarte Honorar nur auf den ursprünglichen (nicht eingehaltenen) Termin bezieht. Durch dessen Nichteinhaltung könne dem Grunde nach ein zusätzliches Honorar gefordert werden. Der Fall einer (vom Auftragnehmer) nicht verschuldete Bauzeitverzögerung dürfte in der Praxis nicht selten vorkommen. Insoweit sei eine Honoraranpassung, so das OLG Brandenburg, in den Fällen, in denen keine diesbezügliche Honorarvereinbarung getroffen worden ist, möglich.



Irgendwie?

Oder doch

Richtig!

Wischpflege und Polituren



Natursteinpflege für Privat und Gewerbe von MoellerStoneCare

www.moellerstonecare.eu

Ihr Partner für die Steinpflege

Info-Serviceziffer [22205]



Märchenwelt hinter Schieferfassaden

Es begann alles dank einer Idee von Jan Gebethner, dem Herausgeber des Warschauer Verlagshauses Gebethner und Wolff, eine Bildergeschichte für Kinder zu machen. Das Ergebnis war „Koziołek Matołek“, eine von den Polen Kornel Makuszyński und Marian Walentynowicz geschaffene fiktionale Comic- und Zeichentrickfigur, die ihren ersten Auftritt im „Comic 120 przygód Koziołka Matołka“ („120 Abenteuer des Koziołek Matołek“) aus dem Jahr 1933 hatte.

Foto oben: Zentrale Hauptfigur der Anlage ist der Ziegenbock Matołek. Ziegen brauchen keine beschlagenen Hufen. Unten: Schieferfassaden und Schieferdächer prägen das Märchenzentrum.



Fotos: Rathscheck Schiefer

Jedes Kind weiß, dass Ziegen in Pacanów bekannt sind. Die nette kleine Ziege aus Kornel Makuszyński's Märchen ist seit Jahren in der Phantasie der Jüngsten präsent. Das Europäische Märchenzentrum entführt die großen und kleinen Besucher in die verzauberte Welt der Fantasie entführt. Koziołek Matołek wird im Ort in verschiedenen Statuen dargestellt, wie mit dieser Bronzefigur. Im Comic ist es ein weißer Ziegenbock, der eine rote Hose und rote Schuhe trägt. Durch die Farben Rot und Weiß, die Farben der polnischen Flagge, wird der Figur ein patriotischer Charakter zugeschrieben.



Das neue Kaffee- und Rezeptionsgebäude öffnet sich zum erweiterten Märchenpark



Große Schieferplatten prägen mit ihren bruchrauen Oberflächen das neue Empfangsgebäude

Der Comic erzählt die Geschichte von einem Ziegenbock namens Koziołek Matołek, der sich auf dem Weg machte, um die Stadt Pacanów zu finden, weil es dort, so hätten es die Ziegen gehört, einen Schmied gibt, der ihnen die Hufe beschlägt. Nach langer und erlebnisreicher Reise um die Welt findet der Ziegenbock endlich den Ort, der im Jahr 2003, zum 70. Jahrestag des Auftretens des Charakters von Matołek der Ziege, als europäische Hauptstadt der Märchen anerkannt wurde.

Zu diesem Zeitpunkt begann auch die Gründung des Europäischen Zentrums der Märchen, das 2010 offiziell eröffnet und schnell zu einer der meistbesuchten Attraktionen der Provinz Świętokrzyskie (deutsch = Heiligkreuz) nordöstlich von Krakau wurde.

Bereits das erste Gebäude des Märchenzentrums aus dem Jahr 2010 trägt mehrere runde turmartige Schieferfassaden. Sie sind in einer „Wilden Deckung“ gedeckt. Auch den zweiten Bauabschnitt, den 2021 in Betrieb genommenen Märchenpark, prägen in der Hauptachse Schieferfassaden. Die Architekten entschieden sich hier für die moderne „Symmetrische Deckung“ aus 60 x 30 cm großen Rechteckschiefern. Mit dieser Schieferdeckung wird die ursprüngliche historisierende Schieferlösung an der Fassade des Hauptgebäudes mit dem neuen Bauabschnitt verbunden.

Diese moderne auf einer Aluminium-Unterkonstruktion geklammerte Deckung wird mit einer einen Zentimeter breiten umlaufenden Fuge verlegt. Das Regenwasser fließt durch diese Fugen auf ein wasserführendes Unterdach. Die neue Deckart kann durch

ihre flächige Wirkung den typischen Charakter einer Schieferdeckung mit spaltrauen Oberflächen besonders gut betonen. So präsentieren sich die schieferbekleideten Bauten in einer naturbetonten Optik.

Märchenhafte Ausblick mit Kaffee und Kuchen:

Das an der Straße gelegene Empfangs- und Kaffeegebäude setzt die Idee der prägenden Schieferfassaden fort. Hier können im Erdgeschoss Eintrittskarten gekauft werden. Im Obergeschoss des Gebäudes befindet sich ein Bistro. Die Besucher werden dort mit Getränken, Gebäck und Süßigkeiten verwöhnt. Aus den Fenstern und von der Terrasse gibt es bereits hier einen unverbauten Ausblick auf den erweiterten Märchenpark. Neben einem Mini-Zoo und einer Salzgrotte finden die Kinder viele Möglichkeiten zum Spielen und zur Erkundung neuer Märchenwelten. Die märchenhaften mit Schiefer bekleideten Bauten des Zentrums passen optimal zur Historie wie zur Moderne. sind dazu überaus gelungen gestaltet

Ausbau des Europäischen Märchenzentrums in Pacanów, Polen
 Bauherren: Europäisches Märchenzentrum, Pacanów
 Architekt: DOMINO, Grupa Architektoniczna, Wojciech Dunaj, Szczecin
 Dachdecker: Dach i Strych, Kraków
 Schiefer: Symmetrische Deckung, 60x30 cm, geklammert, Rathscheck Schiefer



Advertorial
 Text und Fotos: Wedi GmbH



Bodengleiche Duschen werden immer gefragter: auch im Trappistenkloster Chimay in Belgien sollen sie allen Besuchern einen schwellenfreien Zugang in die Dusche ermöglichen. In der alten Bausubstanz ermöglichten Wedi Elemente unter erschwerten Bedingungen technische sichere und dank „Wedi Top Line“ auch optisch ansehnliche barrierefreie Duschen. Denn deren Oberfläche in „Carbon Schwarz“ passt wunderbar in das Trappistenkloster, denn die Optik erinnert an belgische Bleu-Steinfliesen.

Holz in der Dusche: Eine lösbbare Herausforderung

Sieben Kilometer südlich der belgischen Stadt Chimay befindet sich eine Abtei des Zisterzienserordens aus dem 19. Jahrhundert. In diesem Trappistenkloster Scourmount können Besucher in der sogenannten „Herberge“ die Ruhe der Mönche teilen. Allerdings war hier eine Sanierung der Bäder aufgrund des Alters des Gebäudes dringend nötig.

Das stellte die Verarbeiter und Bauherren vor einige Herausforderungen: Die Duschen sollten auf einem Unterbau aus Holz realisiert werden und barrierefrei allen Besuchern höchsten Duschkomfort ermöglichen. Mit den Duschelementen von Wedi und den stilvollen Oberflächen der „Wedi Top Line“ konnte die optimale Lösung für dieses besondere Bauprojekt gefunden werden.

Aufgrund des hohen Alters des Gebäudes waren die Wasserleitungen und Abflüsse bereits stark verschlissen. An einer Kompletterneuerung nach den Richtlinien der EU-Normen führte somit kein Weg vorbei. Um alles fachgerecht integrieren zu können, erhöhte die Architektin Pascale Leroy den Boden der Duschen. Die Besonderheit dabei: Der Aufbau sollte aus Holz konstruiert werden. Hätte man hierauf Fliesen verlegen wollen, wäre eine Entkoppelung vom Untergrund erforderlich geworden, um Risse und Undichtigkeiten zu vermeiden.

Olivier Huart, Planer des mit der Ausführung beauftragten Unternehmens SPIE, konnte in der Umgebung aber keinen Fliesenleger finden, der sich dieser bautechnischen Herausforderung

annehmen wollte. Denn Holz arbeitet temperaturabhängig permanent und damit bleibt auch der Untergrund in Bewegung. So recherchierte er nach einer alternativen technischen Lösung und stieß bei dem deutschen Bauelemente-Hersteller Wedi auf Bauplatten und Duschesysteme aus extrudiertem Polystyrol-Hartschaum. Diese schienen wie gemacht für die Anforderungen des Klosters: „Sie sind wasserdicht, entkoppelnd und wärmedämmend“, erklärt dazu Roel Beernaert, technischer Berater bei Wedi. So genügte das Komplettsystem eines Herstellers, um alle bautechnischen Anforderungen zu erfüllen. Sie sind leicht zu montieren und können bodengleich installiert von Menschen jeden Alters genutzt werden.

Trotz der Herausforderung Holzboden konnte mit den wasserdichten wedi Elementen ein idealer Untergrund für die Dusche geschaffen werden.

Nachdem der empfindliche Holzuntergrund vor Nässe geschützt war, galt es, auch die Wände und Böden der Bäder zum Objekt passend, ästhetisch und funktional zu gestalten. Hier fiel die Wahl auf fugenfreie und montagefertige Designoberflächen als Alternative zu einem herkömmlichen Fliesenbelag. Da die Designelemente ebenfalls aus dem Hause Wedi stammen, sind sie optimal auf die Duschelemente abgestimmt. Trotz ihres

großen Formats sind sie sehr leicht und einfach zu montieren. Im Vergleich zu einzelnen keramischen Fliesen verkürzt sich dank der Großflächigkeit die Montagezeit beträchtlich. Der anfallende Verschnitt an den Stirnseiten der Oberflächen konnte zudem sinnvoll „verwertet“ werden: Sie wurden unter anderem zu Sockelleisten verarbeitet. Da diese Designelemente vollständig durchgefärbt sind, wird so ein eleganter Übergang vom Boden zur Wand gebildet.

Und auch bei der Nutzung überzeugt der Werkstoff: Er hat eine angenehme Haptik und fühlt sich immer wohltemperiert an. Da er zudem rutschhemmend und antibakteriell ist, sorgt er für Sicherheit in der Dusche und erhöht den Hygiene-Faktor im gesamten Bad. Hinsichtlich der Farbgestaltung entschieden sich die Bauherren für „Carbon Schwarz“. Die Natursteinoptik der Designoberflächen erinnert an die alten belgischen Bleu-Steinfliesen und passt somit gut zum Ambiente des Klosters.

Individuell planen: Duschelemente für unterschiedlichste Herausforderungen



Bodengleiche Duschen bringen Komfort und Weite ins Badezimmer. Mit den Wedi Elementen lassen sich bodengleiche Duschen in nahezu jedem Bad realisieren. Neben den Standardformen in quadratisch, rechteckig oder rund bietet wedi auch besondere Formen, mit denen sich auch Sonderwünsche wie eine Schnecken- oder schneckenförmige leicht realisieren lassen.



Im Fall des belgischen Trappistenklosters profitierten die an der Renovierung Beteiligten in mehrfacher Hinsicht. Denn die Komplettlösungen und die Produktfeatures der Elemente haben die Prozesse auf der Baustelle erheblich vereinfacht und beschleunigt, so dass trotz pandemiebedingter Einschränkungen sämtliche Arbeiten wie geplant termingerecht durchgeführt werden konnten. Die Vorteile bodengleicher Duschen sind nicht von der Hand zu weisen, weshalb immer mehr Badbesitzer im privaten Bereich, aber auch beispielsweise in

Hotels die barrierefreien, komfortablen Duschen bevorzugen.

Das Handwerk und die Planenden stellt dies immer wieder vor die Herausforderung, diese auch unter ungünstigen Voraussetzungen umzusetzen. Häufig ist die Aufbauhöhe ein Problem, etwa in Altbauten oder bei Holzbalkendecken. Für diese Anforderung hat Bauelemente-Hersteller Wedi „Fundo Plano“ entwickelt. Mit nur 65 mm Aufbauhöhe, werkseitig integriertem Ablauf und Gefälle, ist es das flachste Komplettsystem, ohne dabei die Vorteile

der Wedi Elemente einzubüßen. Auch für die Herausforderung Holzbalkendecke gibt es ein eigenes Duschelement: „Fundo Ligno“ und „RioLigno“ sind eigens für den Einsatz im Alt- und Neubau mit Holzbalkendecken entwickelt. Das Element ist ebenfalls besonders flach und kann bodeneben in die bestehende hölzerne Decklage integriert werden, ohne zusätzlich Höhe aufzubauen. Die Fundo

Serie deckt zudem alle gebräuchlichen Formen ab. Ob quadratisch, rechteckig oder rund, mit Punkt- oder Linienentwässerung oder einem optischen Wandablauf können viele Standardwünsche bereits erfüllt werden. Auch exklusive und kundenindividuelle Wünsche können auf Maß angefertigt werden.

Schnelle Montage, auch im laufenden Betrieb



Die Montage der Wedi Duschen ist schnell und einfach und kann in der Regel von einem Verarbeiter durchgeführt werden

Neben dem Duschboden lassen sich auch Wände, Nischen und Sitzbänke mit den Wedi Elementen realisieren. So ist die räumliche Gestaltung des gesamten Bades möglich.



Gerade in Hotels kommt es auf jeden Tag an, denn in der Regel werden Renovierungen oder Sanierungen im laufenden Betrieb vorgenommen. Doch auch im Privatbereich sollte die Dusche schnellstmöglich wieder nutzbar sein. Hier punkten die Elemente mit einer besonders schnellen Montage. Bereits vor der eigentlichen Bauphase wird dem Planer mithilfe des Duschkonfigurators die Zusammenstellung der notwendigen Komponenten erleichtert. So kann bereits bei der Planung Zeit gespart werden.

Dank des hohen Vorfertigungsgrades der Elemente mit bereits integriertem Gefälle und Ablauf sowie die einfache Verarbeitung des Materials ist auch der Einbau auf der Baustelle mit minimalem Zeitaufwand möglich. Bei Bedarf liefert der Emsdettener Systemanbieter auch ein passendes Fundo Unterbau-Set, das die Duschelemente noch einfacher auf Wunschhöhe bringt. In jedem Set sind zwei Unterbauelemente mit 30 und 60 mm Höhe enthalten, sodass sich je nach Bedarf die Höhen 30, 60 und 90 mm einfach realisieren lassen. Zudem sind drei vorgeformte

Ablaufaufnahme-Ringe für Punkt- und Linienentwässerung enthalten.

Auch eine Trittschalldämmung lässt sich mit dem „Wedi Nonstep Pro S“ einfach ausführen. Diese verhindern die Schallübertragung im Bad. So erhält der Verarbeiter bei Wedi Systemzubehör, um unter geringem Zeitaufwand mit den passenden Produkten stilvolle Bäder zu errichten. Da alle Elemente optimal zusammenpassen, ist auch eine sichere Abdichtung im System schnell möglich. Zudem kann über den Duschboden hinaus der gesamte Duschplatz mit Wedi realisiert werden: Mit seinen Bauplatten können Wände begradigt

und neue, freistehende Wände gesetzt werden. Viele Badbesitzer nutzen hier auch die Flexibilität der Elemente und entscheiden sich für eine Nische in einer der Duschwände, um zusätzlichen Stauraum zu schaffen. Nach Wunsch kann eine Sitzbank integriert werden, die Bequemlichkeit und Komfort in die Dusche bringt. Die schnelle und einfache Gestaltung des gesamten Duschbereichs ist so aus einer Hand möglich.

Mit den Bauplatten können Wände begradigt und neue, freistehende Wände gesetzt werden.

Advertorial
Text und Fotos: Wedi GmbH



Ideal für eine elegante Ausführung sowohl einer Sitzbank, einer Nische oder des Bodens und der Wand der Dusche ist die fugenfreie Oberfläche von der „Wedi Top Line“. Sie ist nicht nur optisch attraktiv, sondern erleichtert auch die Pflege.

Ästhetische Gestaltung

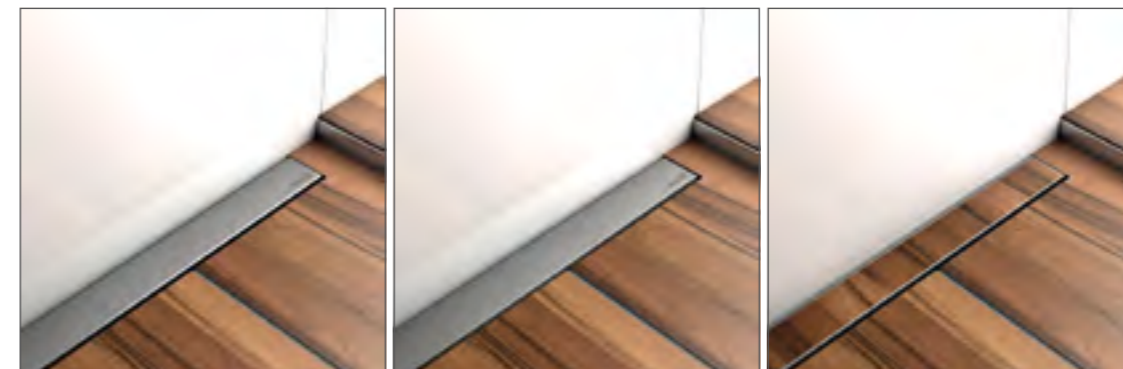
Neben der gesamten Unterkonstruktion eines Badezimmers kann mit „Wedi Top Line“ auch die Oberflächengestaltung ausgeführt werden. Der Vorteil: Alle Elemente passen genau zusammen und müssen in der Regel bei der Montage nicht mehr angepasst werden. So werden die großformatigen Oberflächen zu fugenfreien Hinguckern im Badezimmer. Ästhetisch und stilvoll lässt sich damit die gesamte Dusche verkleiden. Angefangen mit dem Fundo Top Element, das ideal auf die Fundo Bodenelemente passt, lassen sich auch die Wände inklusive Nische schnell und einfach mit den edlen Oberflächen verkleiden, die eine leichte Alternative zur herkömmlichen Fliese darstellen.

Ästhetisch und stilvoll: Die großformatigen Oberflächen werden zu fugenfreien Hinguckern im Badezimmer.

Sie können einfach mit dem passenden Systemkleber „Wedi 610“ auf den Untergrund geklebt werden. Formschrön wie auch praktisch ist die verfliesbare Ablaufabdeckung für die Punktentwässerung. Hierzu gibt es, ebenso wie für die Rinnenentwässerung, eine Abdeckung mit Top Inlay, die einheitlich zu der entsprechenden

Fundo Top Oberfläche einen harmonischen, attraktiven Duschplatz gestaltet. So erscheinen Oberfläche und Ablauf wie aus einem Guss. „Top Line“ punktet neben der Optik mit antibakteriellen Eigenschaften, aber auch Rutschsicherheit und eine leichte Reinigung gehören zum Portfolio.

Wichtig für die Gestaltung der Dusche sind nicht zuletzt Ablaufabdeckungen. Hier ermöglicht ein breites Sortiment an Designabdeckungen Individualität. Ob in runder oder eckiger Form, als Standardausführung oder in massivem Edelstahl – sie passen zu allen Fliesenformen und -farben und werden jeweils mit dem passenden Rahmen, aus Edelstahl oder Kunststoff, geliefert. Auch für die Linienentwässerung gibt es eine installationsfreundliche Rahmenlösung, die offene Fliesenkanten kaschiert und die Gesamtoptik der Rinnen optimiert. Eine stufenlose Höheneinstellung ist für Fliesenstärken von 6 bis 20 mm möglich. Aus leicht zu reinigendem, gebürstetem Edelstahl, komplettiert die hochwertige Rinnenabdeckung die Wedi Duschen.



Mit den „Fundo“-Rinnenabdeckungen lassen sich optische Akzente in der Duschfläche realisieren. Lieferbar sind sie in der Standard-Ausführung, exklusiv aus gebürstetem Edelstahl und verfliesbar (von links).

Das neue Normal durch kreative Transformation

Wohnen im ländlichen Raum wird immer attraktiver und auch in die Innenräumen wollen die Menschen wieder mehr Natur hereinholen. Gesunde Materialien mit regionaler Herkunft erfreuen sich deshalb bei Möbeln und Architektur wachsender Beliebtheit, denn sie wirken positiv auf das individuelle Wohlbefinden. Auch eine naturnahe Farbauswahl, die das Ambiente im Raum harmonisch verbessert, hat nachweislich eine heilende Wirkung. Denn Farbe wirkt direkt auf das Unterbewusstsein und kann so auch die individuelle Resilienz stärken. Umwelt und Ökosystem profitieren von mehr Nachhaltigkeit beim Wohnen, Arbeiten und Bauen. Neben neuen Materialien und natürlichen Farben hilft auch energiesparende Technik dabei, wertvolle Ressourcen zu schonen, das Recycling zu verbessern und flexible Raum- und Baukonzepte zu realisieren.

Text: Uta Kurz, Coaching Innovation



Gesehen bei: Designpost Köln, 2 x Möbelmesse Mailand, Designpost Köln (von links)

NACHHALTIGER LIFESTYLE FÜR ALLE Neo-Ökologie hat sich aus der Nische befreit und ist zu einer gesellschaftlichen Bewegung geworden. Laut einer repräsentativen Umfrage der Bertelsmann Stiftung steht der Wunsch nach Gesundheit mit Nachhaltigkeit bei 87 Prozent der Deutschen an erster Stelle bei einer Kaufentscheidung für Baustoffe, Möbel und Materialien. Es wundert also nicht, dass Mieter, Bauherren und Planer bei Nachhaltigkeits-Kriterien besonders genau hinschauen. Da aus synthetischen Baumaterialien oftmals Schadstoffe entweichen, die die Raumluft belasten, sind natürliche Materialien hier oft die bessere Alternative.

Auch Pflanzen verbessern das Klima und wirken sich gerade auch im Büro positiv auf die Konzentration aus. Denn die Luft in Innenräumen ist oft schlecht. Messungen haben ergeben, dass die Belastung im Raum sogar die offiziellen Grenzwerte für Frischluft im Außenbereich überschreitet. Deshalb ist die Verbesserung der Schadstoff-Belastung in Innenräumen ein wachsendes Thema. Da Fliesen frei von Chemikalien und Schadstoffen sind, erzeugen sie keinerlei Ausdünstungen. Für die Raumluft ein klarer Vorteil. Nicht nur bei Privatpersonen, die ihre eigene Gesundheit im Blick haben, auch bei öffentlichen Projekten steigen die Anforderungen an nachhaltiges Bauen.



Gesehen auf der Cersaie in Bologna

KLIMANEUTRAL WOHLFÜHLEN MIT FLIESEN Keramik verbindet ökologische Inhaltsstoffe mit klassischer Schönheit und langlebiger Nutzung. In Sachen Nachhaltigkeit sind das klare Vorteile. Die pflegeleichte Oberfläche lässt sich leicht von schädlichen Bakterien und Keimen befreien, was besonders für Allergiker wichtig ist. Auch die Entsorgung ist umweltfreundlich, denn Fliesen können gemahlen und danach neu in den Kreislauf eingebracht werden. Da etwa 70 Prozent des Energieverbrauchs eines Hauses durch Heizen entstehen, bieten die natürlichen Eigenschaften der Fliese ein besonders lohnendes Einsparpo-

tenzial in Kombination mit einer Fußbodenheizung. Denn Fliesen speichern die Wärme und geben sie langsam an die Raumluft ab. Ein Nachteil war bisher allerdings der hohe Energieverbrauch bei der Herstellung und beim Brennvorgang. Federica Minozzi ist CEO bei der Iris Ceramica Group und findet dass „Ethik, Technologie und Ästhetik den gleichen Weg gehen müssen und sich dabei gegenseitig stärken.“ Mit der Nachhaltigkeits-Offensive des Unternehmens wird deshalb eine Öko-Innovation vorangebracht: die weltweit erste Keramikfabrik, die mit grünem Wasserstoff betrieben wird.



Gesehen im eigenen Garten und in Berliner Innenhöfen

MINIWILDNIS UND STADTGRÜN 50 Prozent des unbebauten Raumes ist in privater Hand. Es sind also die Bauherren, Eigentümer und Planer, die über die ökologische Qualität öffentlicher und privater Freiflächen entscheiden, die immerhin die Hälfte der weltweiten Natur ausmachen. Urbanes Stadtgrün bekommt vor diesem Hintergrund eine neue Bedeutung. Grünflächen verbessern nicht nur die CO₂ Bilanz, sie erhöhen auch die Lebensqualität im städtischen Raum deutlich. Einige der zentralen, städtischen Probleme können mit einer Standort gerechten Begrünung deutlich verringert werden. Hierbei sind die Feinstaub-Belastung und der Hitzestress für die Bewohner in der Stadt besonders belastend. Ein Versuch in London hat ergeben, dass die Feinstaubbelastung im Innenraum der Häuser, die an einer Hauptstraße liegen, um bis zu 50 Prozent gesenkt werden konnte, weil zwischen Straße und Haus eine 2 Meter hohe

Hecke gepflanzt wurde. Doch Stadtgrün kann noch mehr. Begrünte Fassade halbieren an heißen Tagen die Temperatur der Fassade, und leisten so einen wichtigen Beitrag für die Gesundheit der Bewohner. Außerdem leistet Fassadengrün durch Blüten für Insekten und Nistmöglichkeiten für Vögel einen wertvollen Beitrag zum Artenschutz. Auch die Lärmbelastung wird verringert, da Pflanzen Schall aufnehmen. Für Hauseigentümer und Betreiber der öffentlichen Kanalisation werden Überschwemmungen zum Problem. Denn Hochwasser durch Starkregenereignissen ereignet sich, in Folge der Klimakrise, immer häufiger. So entstehen teure Schäden an Architektur und Kläranlagen, die solchen Wassermengen oft gar nicht mehr bewältigen können. Auch hier bietet das Ökosystem eine sinnvolle Lösung, denn durchlässige Böden, Blattwerk und Pflanzenwurzeln können große Mengen an Regen aufnehmen und unterstützen damit einen sinnvollen Hochwasserschutz.



Foto von links: 2x Uta Kurz, gesehen auf der ISH (Trenn Toilette für die Herstellung natürlichen Düngers von Laufen), Holzgestalten Gerdemeier

Auf dem Weg in eine grüne Zukunft Obwohl es Deutschland in diesem Jahr unter die weltweit zehn besten Staaten der Welt geschafft hat, liegen nordische Staaten, angeführt von Island, in Sachen Energieeffizienz immer noch vorne. Der „Green Future Index 2022“ des MIT Technology Review bewertet, was das Leben zukunftsfähig macht. Recycling, energieeffiziente Gebäude und weniger Konsum von Fleisch und Milchprodukten sind nur einige der Maßstäbe, an denen die Bemühungen von Gesellschaften weltweit gemessen werden. Auch die durchschnittliche Nettoveränderung der natürlichen und gepflanzten Wälder und die Einführung von Elektrofahrzeugen wird dort analysiert. Groß-

britannien will zum Beispiel bis 2035 den gesamten Energieverbrauch aus sauberer Energie beziehen. Inger Andersen, der Executive Direktor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen beschreibt die aktuelle Situation so: „Das Bewusstsein ist bereit, aber es fehlt an Maßnahmen. Wenn wir bei 1,5 °C bleiben wollen, müssen wir zwischen 400 und 500 Tonnen Treibhausgase entfernen, also etwa 55 Tonnen pro Jahr bis 2030. Wir müssen den Umbau unbedingt beschleunigen. Alle Organisationen in unseren primär emittierenden Sektoren – Energie, Transport, Gebäude und Landwirtschaft – müssen ihre Ambitionen wirklich auf Touren bringen.“

FAZIT Die Baubranche ist weltweit für etwa 50 Prozent der CO Emissionen verantwortlich und produziert die Hälfte des gesamten Müllaufkommens. Es gibt also reichlich Potential für eine kreative Transformation, die auch tatsächlich die Interessen der Gesellschaft reflektiert. Klimapositive Baustoffe, energieeffiziente Gebäude und das Bauen im Bestand sind die großen Themen der Zukunft.



Als Designer streben wir danach, entsorgten architektonischen Überresten neues Leben einzuhauchen. So wie jedes Gebäude seine eigene, einzigartige architektonische Identität erbt, so sind es auch unsere Materialien erstellt auf der Grundlage der Materialien, die in bestimmten Regionen oder Bauprojekten verfügbar sind.

Urban Mining als architektonische Transformation

Bei jedem Abbruch von Architektur entsteht ein Berg Abfall, Bauschutt, der teilweise bereits recycelt wird. In der Fachsprache nennt sich das Urban Mining. Materialkreisläufe und Nachhaltigkeit werden jedoch meist nur auf die Wahl der Baumaterialien und die Effizienz nach der Fertigstellung einer Architektur bezogen, betrachtet.



Eher selten interessiert man sich dafür, was mit der Architektur nach Ablauf ihres Lebenszyklus passiert. Architektur kann aber nicht nur die materielle Manifestierung eines „monumentalen“ Status ad hoc sein, Architektur muss vielmehr als ein Prozess begriffen werden, als eine Transformation in einer Zeitachse. Genau hier setzt der Begriff des „Second Life“ an, und hier hatte das Projekt „Urban Terrazzo“ seinen Ursprung.

Dabei geht es um einen Design-Service und gleichzeitig ein Produkt, es stammt vom Berliner Design und Architektur Kollektiv „They Feed off Buildings“ (TFOB). Das Team ist auf designbasierte Materialforschung spezialisiert und arbeitet mit einem Kernteam von Erfindern und Kollaborateuren aus der Kreativszene, Forschung und Industrie zusammen. Bei den Projekten arbeiten nicht nur Designer, Baustoffchemiker, Architekten, Filmer, Fotografen mit, sondern auch Produzenten.

Text: Mag. Peter Reischer, Fotos: Hannes Wiedemann



„Urban Terrazzo“ ist ein Material, welches die Überreste architektonischen Abrisses in neue Oberflächen für die Anwendung in Design und wiederum Architektur umwandelt. Seit Jahrzehnten gehören Kräne und Schuttcontainer zum Stadtpanorama von Berlin. Die lange vernachlässigten Altbauten wurden sukzessive modernisiert, Plattenbauten gesprengt und öffentliche Funktionsgebäude durch Prestige-Architektur ersetzt. Was bleibt, sind Trümmer: Beton, Ziegel und andere Baustoffe, Abfälle für die Halde. TFOB sieht in diesem Schutt hingegen eine ungenutzte Ressource mit narrativen Potenzialen. Urbaner Abfall wie Beton, Ziegel und andere Baustoffe werden sorgfältig selektiert und nach den Prinzipien der traditionellen Terrazzo-Kunst mithilfe zeitgenössischer Technologie erneut zusammengefügt.

Ultrahochfester Beton („Ultra High Performance Concrete“ UHPC) verleiht dem Material seine strukturelle Stabilität. Die aus Bauschutt gewonnenen Zuschläge sorgen, auf unterschiedliche Arten veredelt, für den Erhalt des einzigartigen ästhetischen Charakters der ursprünglichen Architektur. Jedes Stück ist so einzigartig wie seine Herkunftsgeschichte. Die Reste werden zerlegt und nach Farben, Material und Dichte sortiert. Großes Geröll wird zerschlagen und alte Ziegel zu Farbpigmenten zerrieben. Aus den gewonnenen Ausgangsstoffen wird neues Material komponiert. Dafür hat TFOB die Werkstatt bewusst als mobiles Testlabor entwickelt. Ihre kleine Fertigungsstraße installieren sie vor Ort, hier entstehen erste Materialproben: Testkacheln, die je nach Ursprung eingefärbt sind. Unten einige Beispiele.

LIMESTONE WHITE erzählt die Geschichte des ältesten Anstrichmittels. Kalkfarbe wurde für den Anstrich bekannter Architekturen wie der griechischen Akropolis, dem römischen Kolosseum oder auch der Villa Savoye (von Le Corbusier entworfen) in Frankreich verwendet. Anders als moderne Stoffe bleibt diese traditionelle Farbe nicht auf der Oberfläche, sondern wird vom jeweiligen Untergrund aufgesaugt.

INDUSTRIELLES SCHWARZ ist eine Hommage an Stahl und den Einfluss der industriellen Revolution auf die Architektur. Ein wohlbekanntes und einflussreiches Beispiel ist die AEG Turbinenfabrik in Berlin. Mit diesem damals einzigartigen Design schuf Peter Behrens eine neue selbstbewusste Industriearchitektur, die sich nicht mehr hinter historisierenden Fassaden zu verstecken suchte.

COPPER GREEN imitiert die natürliche Patina, die sich mit der Zeit auf Kupfer bildet. 1929 ließ Konrad Adenauer, der damalige Oberbürgermeister von Köln, ein Farbpigment herstellen, das eben dieser Patina von Kupfer entspricht. Bis heute ist Köln für seine Rheinbrücken in Kölner Grün bekannt.

BRICK PINK ist die Farbe von gemahlener roten Backsteinen. Rot lässt sich auf einen hohen Eisengehalt zurückführen. Mit zunehmender Brenntemperatur wechselt die Farbe von tiefrot über lila zu braun. Das Berliner Rathaus wurde beispielsweise aus dem bekannten Rathenower Rot erbaut, während die Royal Albert Hall in London in Fareham Rot leuchtet.

BRICK GOLD ist die Farbe von gemahlener gelben Backsteinen. Gelb lässt sich auf einen hohen Kalkanteil zurückführen. Mit zunehmender Brenntemperatur wechselt die Farbe von gelb über beige zu hellbraun.



Expressiver Minimalismus mit großzügigen Formen

INSPIRIERT VON VIKTORIANISCHEN BADWELTEN, POP ART UND KINDERZEICHNUNGEN: LIQUID, DIE ERSTE BADKOLLEKTION VON TOM DIXON, SORGT EINEN UNVERWECHSELBAREN LOOK IN PRIVATHÄUSERN EBENSO WIE IN HOTELS.

Mit der Serie „Liquid“ baut der türkische Sanitärkeramikhersteller Vitra Bad seine Zusammenarbeit mit international renommierten Designern weiter aus. So ergänzt ganz aktuell der Name Tom Dixon die Liste der Vitra Bad Designer, die von Ross Lovegrove, Sebastian Conran, Arik Levy, Mattheo Thun, Terri Pecora bis Claudio Bellini reicht. Insgesamt sieben individuelle Designer-Serien umfasst das Portfolio bisher.

Dass jetzt auch der britische Designer Tom Dixon dazu gehört, begründet Vitra der gemeinsamen Vision Vision teilen: Beide würden nach innovativen, einzigartigen Designs streben, die ihre Attraktivität über viele Jahre hinweg bewahren, was man gern auch als zeitlos bezeichnet. Ihr Ziel: Die gemeinsame Badkollektion sollte modern, aber nicht flüchtigen Trends unterworfen sein. In wie weit sich dies langfristig bestätigt, bleibt abzuwarten.



Ganz in Weiß präsentiert sich Dixons Sanitärkeramik. Das heute so beliebte Schwarz gibt es nur für das Ambiente



Fotos: vitra-bad.de | @VitraBathrooms

Immerhin präsentiert sich Dixons Entwurf einigermaßen unverwechselbar, was in der über-vollen Welt der Designer-Produkte für das Bad an sich schon nicht selbstverständlich ist. Sie ist weitgehend frei von formalen Spielereien, mit denen sich Designer gern profilieren wollen, was

Viktorianische Handwerkskunst trifft „expressiven Minimalismus“

aber kaum ein Verbraucher nachvollziehen kann. Auf jeden Fall ist die neue Kollektion vollumfassend und reicht von der Keramik über Fliesen, Möbel und Armaturen bis hin zu Accessoires. Für Erdem Akan, Design Direktor von Vitra Bad, gilt auch im Fall Dixon, dass die einzelnen Elemente im Zusammenspiel ebenso perfekt funktionieren müssen wie als Einzelstücke.

Dixon ließ sich vor allem von viktorianischen Bädern inspirieren: „Mit ihren massiven Armaturen vermitteln sie ein Gefühl der Beständigkeit, das mag ich sehr. Ihre Ästhetik ist eng mit britischer Ingenieurs- und Handwerkskunst verbunden, die die Entwicklung moderner Bäder stark beeinflusst hat.“ Die Tatsache, dass der Werkstoff Porzellanton leicht verfügbar und extrem haltbar ist, hat den Designer besonders unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit überzeugt. Ebenso begeisterte ihn das Material in seiner Wandelbarkeit: „Es ist faszinierend, wie sich ein Stück graue, schmierige Erde in etwas so Weißes, Sauberes und Glänzendes verwandeln kann“, begeistert



Auch das Armaturen-Design folgt dem Design-Ansatz, dass sie ein Gefühl der Beständigkeit vermitteln sollte. Interessantes Detail: Als Brausehalter fungiert eine einfache Magnetverbindung.

sich der Designer. Immerhin ist es seine erste gestalterische Begegnung mit dem „Stück graue, schmierige Erde“.

Wergenauer hinschaut, entdeckt aber nicht nur Elemente aus der Zeit der Regentschaft der britischen Königin Victoria von 1837 bis 1901 (daher der Name „victorianisch“). Auch Spuren der Pop Art, wie etwa von Jeff Koons „Balloon Dog“, leugnen Di-

Weißer Badkeramik und markante Armaturen

xons Entwürfe ebenso wenig wie die organischen Formen der Bildhauerin Barbara Hepworth. Entgegen dem aktuellen Trend zu schlanken Designs hat Tom Dixon seiner Serie weichere, voluminösere Formen verliehen und auch gleich den passenden Namen: „expressiver Minimalismus“. Optimaler Funktionalität ist daher das Credo: Die Armaturen lassen sich intuitiv bedienen, die abgerundeten Kanten sorgen für Sicherheit im Bad. Gleichzeitig sind die glatten Konturen der Keramikelemente leicht zu reinigen.

Die bewusst ausschließlich in Weiß gehaltene Badkeramik hat Dixon mit verschiedenen Materialien kombiniert: etwa mit geriffeltem Glas und Metallgewebe. Armaturen und Duschköpfe sind wahlweise in Chrom oder in einem ungewöhnlichen glänzenden Schwarz erhältlich. Zum Sortiment gehören auch markante Wandfliesen, die in Deutschland allerdings nicht zum Portfolio gehören.

„Ich sehe keinen Sinn darin, Funktionalität zu verstecken“

Mit „Liquid by Tom Dixon“ hat der britische Designer erstmals eine Badkollektion entworfen. Wir haben mit ihm über den Entstehungsprozess, seine Ansprüche an gutes Design im Badezimmer und seine ganz persönliche Leidenschaft für Keramik gesprochen.

„Liquid“ ist die erste Badkollektion, die Sie gestaltet haben. Wie entstand die Idee?

Es war das Arbeiten mit Ton in der Schule, das mich zum Design gebracht hat. Tatsächlich ist meine einzige offizielle Qualifikation für meinen Beruf ein Advanced Level im Töpfern, deshalb wollte ich schon lange mit Keramik arbeiten. Bis heute bin ich davon fasziniert, wie sich ein Klumpen graue und schmierige Erde in etwas so Weißes, Sauberes und Glänzendes verwandeln kann. In den letzten 20 Jahren habe ich viele verschiedene Dinge von Möbeln und Leuchten bis zu Textilien entworfen, aber eine Badkollektion ist noch einmal eine völlig neue Herausforderung, auch deshalb, weil Bäder einen anderen Lebenszyklus haben als die meisten meiner Produkte.

Ein zusätzlicher Antrieb war die Art und Weise, wie die Rolle des Bads sich verändert: Menschen nutzen es anders und weniger funktionsgebunden als früher. Ähnlich wie die Küche entwickelt



Die abgerundeten Kanten schaffen eine sichere Umgebung im Bad, auf so etwas achte ich mehr, seitdem ich selbst Kinder habe.

DESIGNER TOM DIXON

es sich zu einem Raum, in dem Menschen gerne Zeit verbringen und in den sie sich zurückziehen können, die Pandemie hat hier als Turbo gewirkt.

Und wie kam es zur Zusammenarbeit mit dem türkischen Sanitärkeramikhersteller Vitra Bad?

Ich war auf der Suche nach einem Hersteller, mit dem ich meine Ideen umsetzen kann. Ich hatte ein integriertes System im Kopf, bestehend aus Fliesen, Armaturen, Sanitärobjekten, Möbeln und Accessoires. Es gibt aber nur wenige Hersteller, die in der Lage sind, all das nicht nur anzubieten, sondern auch zu produzieren. Und nicht viele haben den Mut oder die Vision, diese Elemente in einer Kollektion zusammenzufassen. Das meinte ich, bei Vitra Bad gefunden zu haben und so hat sich die Zusammenarbeit zu einer Kooperation mit dem internen Designteam weiterentwickelt.

Was war der Grundgedanke hinter der Kollektion?

► Für mich war das die Frage, wie man es Menschen leichter machen kann, ein wirklich schönes Bad zu planen. Das ist nicht immer einfach, weil die Räume oft relativ klein sind. Am Anfang war ich besessen von der Idee, dass sich alles an der Fliese ausrichtet, und habe mit einem modularen Raster gearbeitet. In der Realität hat das nicht funktioniert, dafür sind die Anforderungen zu komplex. Die Fliesen als zentrales Element sind allerdings geblieben. Es gibt sie in fünf Farben und fünf Mustern, und sie erlauben eine sehr individuelle Gestaltung des Bades. Im Ende sind wir mit der Serie ganz woanders gelandet als da, wo wir angefangen haben, aber ich liebe es, naiv zu sein und unbedarf an eine neue Sache heranzugehen, denn nur so findet man originelle Lösungen. Ich will gar kein Superexperte sein.

Wie verlief die Zusammenarbeit mit Vitra?

Wenn Amateure, in diesem Fall also ich, auf Profis treffen, ist es ganz normal, dass es unterschiedliche Meinungen und Auffassungen gibt, was geht und was nicht geht. Und natürlich gibt es einige Aspekte, die vor allem aus technischen Gründen einfach gesetzt sind. Was ich an meinem ursprünglichen Schwung bei einem Projekt wie diesem vielleicht verloren habe, habe ich an echtem Verständnis für die Komplexität des Themas hinzugewonnen. Wir haben mit vielen Ideen und Moodboards gespielt, und dann habe ich zusammen mit Erdem Akan, dem Design Director, und Boğaç Şimşir, dem Innovation Director von Vitra, die Produktion in der Türkei besucht. Das Innovationszentrum verfügt über eine wirklich beeindruckende Anlage zur Herstellung von Prototypen in Originalgröße. Die Armaturen werden im 3D-Druckverfahren hergestellt, aber die Keramik wird geätzt. Die Formen werden praktisch von Robotern geschnitten. Die so gefertigten Prototypen unserer Serie wurden dann in einer Badezimmerumgebung in Istanbul aufgestellt. Ich liebe es zu wissen, wie Dinge funktionieren und zu sehen, ob ich einen neuen Blickwinkel finden kann.

Der Hocker ist sicherlich das ungewöhnlichste Element der Serie „Liquid“. Welche Inspiration steckte hinter seiner Gestaltung?

Es gab hier ganz verschiedene und auf den ersten Blick sicherlich konträre Einflüsse. Einer davon war der skulpturale Stil der viktorianischen Ära. Heute ist Keramik oft dünn,

Tom Dixon, Jahrgang 1959, hat mit Marken wie Adidas, Asplund, Cappellini, Foscarini, Habitat oder Ikea zusammengearbeitet. Ungewöhnlich ist auch der Lebenslauf des britischen Gestalters. Die Chelsea School of Art brach er ab, um seinen Lebensunterhalt als Bassist in einer Funkband zu verdienen. Anfang der 1980er Jahre begann Tom Dixon aus Fundstücken Stühle zusammenzubauen – unter anderem auf der Bühne. Mit seinen Arbeiten hatte er sehr schnell erste Erfolge. Seine Entwicklung zum Industriedesigner verlief evolutionär und weitgehend autodidaktisch, seine Herangehensweise war immer eher instinktiv als von formellen Vorgaben geprägt. 2002 gründete er sein eigenes Studio in London, von wo aus er Designliebhaber auf der ganzen Welt mit immer wieder neuen Kreationen wie der Lampenserie „Melt“ oder der Möbelserie „Flame-Cut“ mit Stühlen, Tischen und Liegen aus massivem Stahl überrascht. Heute ist Tom Dixon einer der bekanntesten Designer für Möbel, Leuchten und Accessoires der Gegenwart, seine Entwürfe stehen im Museum of Modern Art, im Victoria and Albert Museum und im Centre Georges Pompidou.

viereckig, kantig. Ich dagegen mag das Gefühl der Beständigkeit in viktorianischen Badezimmern, die großen, klobigen Armaturen, voluminösen Konturen und dicken Rohre. Es ist eine Ästhetik, die eng mit der Tradition britischer Ingenieurskunst verbunden ist. Die Hygiene-Infrastruktur und die Abwassersysteme haben die Entwicklung des modernen Badezimmers maßgeblich beeinflusst, und viel davon wird heute noch genutzt.

Andererseits ist die Serie auch von Pop Art inspiriert, unter anderem durch Werke wie den „Balloon Dog“ von Jeff Koon oder Claes Oldenburg. Ich wollte, dass die Kollektion aussieht wie eine Kinderskizze oder eine Cartoon-Version von einem Waschbecken oder einem Wasserhahn.

Welchen Einfluss hat das auf die Funktionalität?

Neben der Formensprache waren mir Einfachheit, Funktionalität und Robustheit wichtig. Die Armaturen lassen sich intuitiv bedienen – wahrscheinlich haben wir alle schon einmal die Erfahrung gemacht, dass wir in einem Hotelbadezimmer lange gebraucht haben, um herauszufinden, wie man die Dusche einstellt und uns am Ende doch verbrannt. Genau das wollte ich nicht. Ich sehe keinen Sinn darin, Funktionalität zu verstecken. Die Rohre der Kollektion zeigen genau, was sie machen, die Bedienelemente sind groß und ein bisschen knorrig. Die abgerundeten Kanten schaffen eine sichere Umgebung im Bad, auf so etwas achte ich mehr, seitdem ich selbst Kinder habe. Die glatten, runden Konturen sorgen für einen guten Wasserfluss und leichte Reinigung.

Mein Ziel war eine klar erkennbare Funktionalität und ein reduziertes visuelles Grundrauschen – nicht zu kompliziert und intuitiv bedienbar.

Ist Liquid eher eine exklusive Objektserie, beispielsweise für Hotels, oder auch für normale Bäder geeignet?

Ich glaube, es ist eine Kollektion, die in vielen Umgebungen funktioniert. Früher haben sich Sanitärprodukte für Hotels deutlich von denen für Privathaushalte unterschieden, aber heute verschwimmen die Grenzen immer mehr, genauso wie die klare Abgrenzung zwischen Räumen. Hotelzimmer oder Restaurants sind Inspirationsquellen, und wenn Menschen dort etwas sehen, was sie dann auch in ihrem Zuhause haben wollen, ist das großartig. Für mich ist die Kollektion eine Art multifunktionales Schweizer Taschenmesser.

Ihr Lieblingsstück aus der Serie?

Das ist ein bisschen wie die Frage nach dem Lieblingskind – ich kann darauf keine Antwort geben.



Dixons „Design Research Studio“, ein Designstudio für Architektur und Innenarchitektur gestaltete unter anderem das Restaurant der Royal Academy in London, sowie das an der Themse gelegene „Sea Containers House“ zusammen mit der Morgans Hotel Group.

Ein „möglicher“ Nachruf auf die Klobürste

Sie ist eklig, unhygienisch und wenig attraktiv und kommt vor allem dann zum Einsatz, wenn die Klospülung nicht mehr Herr der Lage ist. Deshalb belegt die Klobürste in einer aktuellen Umfrage den vordersten Rang als meistgehasstes Haushaltsutensil der Deutschen.

Glaubt man den einschlägigen Sanitärherstellern, so könnten ihre Tage gezählt sein. Denn die haben sich in der letzten Zeit intensiv um die Optimierung der Toilettenspülung bemüht. Das Ergebnis lässt hoffen, dass die Klobürste bald ein Auslaufmodell sein könnte.

Beim Bestreben um mehr Hygiene rund ums WC ging es zuerst dem Spülrand an den buchstäblichen Kragen. Er entzog sich auch zu Lebzeiten der Klobürste deren Zugang. Heute sind spülrandlose Toiletten Stand der Technik und ebenso hygienisch wie pflegeleicht. Einige Hersteller sagten dem ungeliebten Sanitärartikel auf seinem Stammplatz neben der Kloschüssel mit speziellen Glasuren den Kampf an, die das Anhaften des „Spülguts“ verhindern sollten, wie es unter anderem die Duravit AG mit ihrer Glasur „Wundergliss“ anbietet.

Die häufigste Waffe zur Vertreibung der Klobürste ist indes die Optimierung der Spülwasser-Dynamik. Damit soll das Spülwasser aus dem Spülkasten mit möglichst großer Effizienz so in die Schüssel geleitet werden, dass alle Flächen umspült werden und punktgenau im Abfluss verschwindet. Bei Sanitärhersteller Toto zum Beispiel ist es das System „Tornado Flush“, „AquaBlade“ optimiert die Spülung bei Produkten von Ideal Standard. Geberit sagt mit „Turboflash“ der Klobürste den Kampf an. Und die Villeroy & Boch AG sagt mit seinem Spülsystem „Twistflush“ dem lästigen Nachreinigen nach dem Toilettengang den Kampf an. Allen gemeinsam ist das Bemühen, die Bürsten freie Reinlichkeit mit möglichst geringer Wassermenge zu erreichen.

Zwar sagt der gesunde Menschenverstand, dass nur zu gern auf die Klobürste verzichtet werden sollte. Villeroy & Boch aber wollte es genauer wissen und ließ das Marktforschungsinstitut Appinio GmbH nachfragen. Egal ob Mann oder Frau, jung oder alt: In deren repräsentativen Umfrage kürten die Befragten aus mehreren europäischen Ländern die Klobürste zum unhygienischsten Gegenstand im Haushalt. Sie rangiert damit vor Mülleimern, Spüllappen und der Computertastatur. Die Gründe liegen auf der Hand: Wer mit der Klobürste hantiert, muss sich auf unappetitliche Spritzer gefasst machen. Außerdem lässt sie sich schlecht reinigen, wird



schnell unhygienisch und muss regelmäßig nicht zuletzt auch auf Kosten der Umwelt und des Geldbeutels ausgetauscht werden. Und einen Designaward gewinnt die Klobürste in der Regel auch nicht.

So haben die Marktforscher ermittelt, dass bei fast 60 Prozent der Befragten die Klobürste mehrmals pro Woche nach dem Toilettengang zum Einsatz kommt, rund 14 Prozent davon müssen sogar nach jedem Toilettengang nachputzen. Da kommt einiges an ungeliebter Putzarbeit zusammen, von dem zusätzlichen Wasserverbrauch ganz zu schweigen. Bezogen auf die Spültechnologie „Twistflush“ des Mettlacher Sanitärherstellers soll der Wasserwirbel die Kraft des Wassers so effektiv nutzen, dass häufiges Nachspülen genauso der Vergangenheit angehört wie das ständige Nachreinigen mit der Klobürste. Dank der guten Spülleistung würde eine vierköpfige Familie rund 19 700 Liter Wasser im Jahr sparen, bezogen auf einen vier-Personen-Haushalt, im Vergleich zu einer konventionellen 6-Liter-Spülung (durchschnittliche Nutzung: 5 x pro Tag und pro Person, basierend auf Angaben des Umweltbundesamtes Deutschland).

Die repräsentative Studie zum Thema Toilettensanitärhygiene wurde Ende 2021 im Auftrag der Villeroy & Boch AG vom Marktforschungsinstitut Appinio GmbH durchgeführt. Es wurden dazu je mindestens 1 000 Menschen aus Deutschland, Frankreich, Österreich, Großbritannien und den Niederlanden befragt.



Zwei Beispiele, wie sich die Hersteller die Spül-Optimierung vorstellen: Links lässt Villeroy & Boch mit „Twistflush“ den Spülwasserstrom kreisförmig in den Abfluss „strudeln“. Bei „AquaBlade“ (Ideal Standard) lässt ein gleichmäßiger Wasserfilm dem Spülgut keine Chance.





Höhenflüge für eine Hüttensanierung

Keine Straße, keine Infrastruktur. Und trotzdem musste eine Schutzhütte in den Lechtaler Alpen saniert und erweitert werden. Allerdings ist eine solche Modernisierung auf über 2 000 Metern Höhe nichts Alltägliches, besonders dann nicht, wenn das Objekt abseits üblicher Verkehrswege liegt und vornehmlich von Bergwanderern besucht wird, die auf ihrem Weg durch die Berge eine Übernachtungsmöglichkeit suchen.

In den Alpen gibt es zahlreiche solcher Schutzhütten, die Wanderern oder Bergsteigern eine Unterkunft und Schutz vor der Witterung bieten. Eine von ihnen ist die Anhalter Hütte. Die 1912 errichtete bewirtschaftete Hütte befindet sich in 2 042 Metern Höhe vor den Heiterwand-Nordwänden nordwestlich von Imst im österreichischen Bundesland Tirol. Die Hütte steht unter Denkmalschutz. Sie gehört der Sektion Oberer Neckar des Deutschen Alpenvereins und ist an den Österreichischen Weitwanderweg 01 angeschlossen. Die Anhalter Hütte bietet vor allem Abgeschiedenheit. Weder eine befestigte Straße noch eine Personen- oder Materialseilbahn führen dort hinauf. Daher erfolgt die Anlieferung der Grundversorgung einmal in der Saison mittels Hubschrauber. Alles Weitere muss zu Fuß hinaufgetragen werden.

In den vergangenen Jahrzehnten wurde das urige, alte Gebäude mehrmals umgebaut und saniert. 1964 wurden neue Waschräume installiert, eine Dachsanierung folgte 1967. Und nachdem die durch die Fertigstellung der Hahn-

tennlochstraße bedingte bessere Erreichbarkeit zunehmend für Erschöpfung der Hütten-Kapazitäten gesorgt hatte, erfolgte 1975 eine Erweiterung der Hütte. Mit der Zeit wurden zudem die Fenster, die Energieanlage sowie die Abwasserentsorgung erneuert. Die jüngsten Maßnahmen bestanden in einer Generalsanierung der Schutzhütte. Dafür wurde die Hütte Ende 2018 geschlossen, ab 2019 bis 2021 saniert und am 1. August 2021 wiedereröffnet.

Zeitgemäße Modernisierung und Erweiterung in Absprache mit dem Denkmalschutz

Die ursprüngliche Hütte wurde in Absprache mit dem Amt für Denkmalschutz außen wie innen saniert, der Anbau aus dem Jahr 1975 wurde abgerissen und an dessen Stelle ein Ersatzbau errichtet. Zusätzlich wurde ein Nebengebäude geschaffen, in dem der Winterraum sowie die Haustechnik untergebracht sind. In diesem Ersatzbau befinden sich einfache, aber gemütliche Schlafräume, die Sanitäranlagen sowie die Küche mit Lagerräumen. Trotz seiner modernen Architek-



Einfach, aber sauber und attraktiv präsentieren sich nach der Sanierung die Duschen und WC-Räume.



Von links: Problemzone Steinwand: Sie wurde für eine gute Haftung des Putzes mit einer Grundierung vorbehandelt.

Die Wände in der Küche wurden mit einer Abdichtungs- und Entkoppelungsbahn auf die Verlegung des Fliesenbelags vorbereitet.

Ein querelastisches, beidseitig vlieskaschiertes Dichtband sichert die Stoßfugen zwischen Wand- und Bodenbelag.



tursprache harmoniert der mit Schindeln verkleidete neue Baukörper in angenehmer Weise mit der unter Denkmalschutz stehenden ursprünglichen Hütte. Die neue Energieanlage, bestehend aus einem mit Rapsöl betriebenen BHKW, einer PV-Anlage und einer Batterieanlage, versorgen die Hütte mit Strom und Wärme. Mit dem Öffnen der Passstraße, dem Hahntennloch, im Mai 2019 konnten die Bauarbeiten starten.

Eine moderne und perfekt ausgestattete Gastküche stärkt hungrige Bergwanderer

Mit der Generalsanierung wurde die Hütte strukturell, funktional und bautechnisch für die nächsten Jahrzehnte fit gemacht. Der gemütliche Gastraum und die Schlafräume mit einer Bandbreite vom Zweibettzimmer bis zum 10er-Lager bieten 80 Wanderern Platz. Eine moderne und perfekt ausgestattete Gastküche ermöglicht dem Pächterpaar professionelles Arbeiten auf über 2 000 Metern. Zahlreiche Gäste ließen sich bereits von dem kulinarischen Angebot begeistern.

Für eine Qualität und Langlebigkeit der Räumlichkeit sollten jetzt im Rahmen der Sanierung

Eine schnelle und leichte Verlegung der Abdichtung war wegen der in dieser Höhe kurzen Bausaison Voraussetzung.

zusammen mit neuen Fliesenbelägen hochwertige Abdichtungs- und Fliesenverlegesysteme sorgen. Eine elastische Verbundabdichtung sichert Wand- und Bodenflächen insbesondere in der Küche, die starken Belastungen mit Wasser und chemischen Stoffen ausgesetzt sind. Die Abdichtung musste zudem eine schnelle und leichte Verlegung ermöglichen, da in dieser Höhenlage mit einer sehr kurzen Bausaison zu rechnen ist. Anschließend wurden die Fliesen mit einem faserarmierten Kleber verlegt. Stoßfugen, Innen- und Außen wurden mit dem querelastischen, beidseitig vlieskaschierten Dichtband abgedichtet. Beim Fliesenspiegel entschied sich der Bauherr für eine weiße Fliese mit rechteckigem Format. Der Raum wirkt jetzt clean und freundlich und lässt sich durch die glatten und schmutzabweisenden Flächen zudem problemlos reinigen.

Bei den Sanitäranlagen bestand die Aufgabe in der Verlegung von Wand- und Bodenfliesen. Hierzu wurde zunächst im unteren Wandbereich

Passt auch, wenn es richtig eng wird!

Made in Germany!



Schlauchbad, 120 cm breit
Mit Grumbach Sanitärbausteinen und Duschbodenelementen aus PUR entstehen auch in sehr beengten Räumen attraktive Bäder!



- Eck-WC-Stein 108 cm hoch
- platzsparend
- komplett vorgefertigt
- direkt zu verfliesen

Der Klassiker!

Duschbodenelement mit Rinne und höhenverstellbarer Blende

- für bodengleiche Duschen
- mit einseitigem Gefälle
- leicht zu befliesen



superflach!

Mehr Informationen:

Karl Grumbach GmbH & Co. KG
Breitteilsweg 3 · 35581 Wetzlar
Telefon +49 64 41 9772-0
Telefax +49 64 41 9772-20
www.grumbach.net
grumbach@grumbach.net



Das komplette Sanitär-Programm finden Sie auf unserer Website!

eine Bauplatte aufgebracht. Die Trägerplatte besteht aus wasserdichtem extrudiertem Polystyrolschaum. Der Bodenbelag, Feinsteinzeugfliesen im Format 600 x 600 x 10 mm und 300 x 600 mm und Trittsicherheit R-10 wurde mit dem faserarmierten und hochflexiblen Fließbettkleber verlegt. Dieser ist besonders für die Fliesenverlegung auf jungen Untergründen geeignet und auch bei beheizten Flächen anwendbar. Im Bereich der Duschen wurden die Wände zudem mit der „AE Abdichtungs- und Entkopplungsbahn“ verklebt. Als Oberfläche wurde eine

großformatige Fliese in einem Grauton gewählt, die den Sanitäranlagen einen modernen Charakter verleiht und gleichzeitig mit der warmen Holzoberfläche harmonisiert, die den oberen Wandbereich der Sanitärbereiche prägt.

Die Generalsanierung der Schutzhütte war aufgrund der schwierigen Erreichbarkeit mit einem größeren Aufwand verbunden als es bei vergleichbaren Aufträgen der Fall ist. So mussten sämtliche Baumaterialien mit dem Hubschrauber angeliefert werden. Dies betraf auch die Abdichtungs- und Fliesenverlegesysteme. Vorteilhaft war es deshalb, dass die gesamte Produktbandbreite von der Bauplatte über die Abdichtung bis zum Fugemörtel für die Ausführung der Sanitäranlagen und der Küche aus einer Hand liefern konnte. Das sorgte für Planungssicherheit. Die durchdachte Logistik und die Absprachen zwischen den Projektbeteiligten bildeten eine weitere wesentliche Voraussetzung für das Gelingen der Baumaßnahme. So konnte der Neubau in weniger als fünf Monaten erfolgreich realisiert werden und im August 2021 wieder die ersten Wanderer empfangen und bewirten. ◀◀

Baudaten:

Bauvorhaben: Anhalter Hütte, Imst, Österreich
 Bauherr: Deutscher Alpenverein, Sektion Oberer Neckar, Rottweil
 Architekt: Christof Birkel, Rottweil
 Abdichtungs- und Fliesenverlegesystem: Botament GmbH, Bottrop
 Fliesen- und Abdichtungsarbeiten: Lindinger Armin Thieringer e.k., Zimmern
 Bauzeit: 07.2019 bis 07.2021

Keramische Terrassenbeläge als Gesamtkonstruktion

Seit die Hersteller keramischer Fliesen die Terrasse als potenziellen Absatzmarkt entdeckt haben und diese so zu einer ernst zu nehmenden Alternative zu Betonwerkstein oder Naturwerkstein avancierten, wird nicht nur das Produktangebot vielfältiger, auch die Technik sorgte für immer mehr Alternativen für die Verlegung.

Galt lange Zeit der klassische Aufbau eines Terrassen- oder Balkonbodenbelags mit Drainagemörtel in Verbindung mit Feinsteinzeugfliesen als gesetzt, sorgten keramische Produkte mit Überstärken (≥ 20 mm) für Verlegealternativen. Dazu gehörten zum Beispiel Mörtelsäckchen, die aber bald vom Stelzlager überholt wurden. Besonders Letztere hat die einschlägige Industrie zwar perfektioniert, fanden aber nicht bei allen Bauherren und Bauherrinnen ungeteilte Zustimmung: offene Fugen und wackelnde Platten sind nach wie vor die häufigsten Vorbehalte. Unangefochten hingegen in der

die vollflächige Verlegung der keramischen Platten. Bei Belastung könnten sich die Platten verschieben oder lockern. Ein Höhenversatz an den Kanten könnte zum „Kippeln“ der Terrassenplatten führen. Ein neues System soll diesen Bedenken keinen Raum mehr lassen. Entwickelt wurde es vom Fliesenhersteller Steuler, ebenfalls Anbieter von Outdoor-Fliesen.

Aus dem Plattengewicht wird ein Flächengewicht

Ein spezielles Plattenlager verteilt Gewicht und Belastungen durch die Verbindung aller verlegten Outdoor-Platten auf die gesamte Fläche. Auf ihm werden die in der Fläche verlegten Terrassenplatten unter Zuhilfenahme eines Fliesenklebers miteinander verbunden. Dies erfolgt durch einen mechanischen Verbund innerhalb der trichterförmigen Struktur. Die Platten stabilisieren sich damit gegeneinander und ein „Aufkippeln“ sei somit ausgeschlossen, so der Hersteller. Zusätzlich zur Stabilisierung bewirkt das Plattenlager eine einheitliche Nivellierung der Fläche und erzeugt so eine ebene Gesamfläche mit gleichmäßigen Fugen. Im Gegensatz zu Mörtelsäckchen oder Stelzlager ergibt sich bei Verwendung von 20 mm starken keramischen Terrassenplatten eine Gesamtkonstruktion, die bei sach- und fachgerechter Ausführung über eine Bruchlast von weit über 1 Tonne verfügen würde, so die Steuler-Produktentwickler. ◀◀



Das neue Plattenlager wird auf das Splittbett im Kreuzungspunkt der Platten gelegt und mit Fliesenkleber versehen. Noppen sorgen für gleichmäßige Fugenbreite.



Gunst von Handwerk und Bauherrschaft ist die traditionelle Verlegung im Splittbett, eine der einfachsten Methoden im Outdoor-Bereich, um Terrassen, Balkone oder Wege am Haus zu gestalten. Mit einem Vorbehalt: Sollte die Verlegung allerdings auf einem Untergrund mit sensibler Feuchtigkeits-Abdichtung erfolgen, ist Vorsicht geboten. Scharfkantiger Splitt könnte diese beschädigen.

Trotzdem gab es immer wieder Bedenken gegen

Sopro EntkopplungsMatte eXtra

Rollt den roten Teppich aus!

Schnell & sicher – auch bei kritischen Untergründen

Für kritische, gerissene und nicht vollständig ausgetrocknete Untergründe

Entkopplung, Spannungsabbau, gleichmäßige Lastverteilung

Für ein Extra an Sicherheit, geeignet für Sanierung und Neubau

Magnetschienenbahn für die Dusche

Ganzglas-Schiebetüren bodengleicher Duschen sind zwar sehr elegant, der Teufel aber steckt oft im Detail. Ist eine untere Führungsschiene vorhanden, erweist sich dies schnell als Hemmnis, wenn sie nicht regelmäßig gereinigt wird. Ein zum Patent angemeldete Tür-Führungseinheit der Duschtrennung „Artweiger Move“ soll das verhindern. Sie ist besonders schmal und dezent ausgeführt. Ein daran mit Magnet fixierter Anker führt die Tür sicher beim Öffnen und Schließen ganz ohne Metallschienen am Türteil oder am Boden. Zum Reinigen wird das Türteil einfach mitsamt dem Anker weggeschwenkt. Die Türführung am oberen Ende der Dusche erfolgt mit vier gummierten Rollen. Dezent hinter Blendprofilen versteckt sorgt der optionale Soft-Open und Soft-Close Mechanismus für sanftes Abbremsen und Gleiten in die Endpositionen. Mit ihrer schienenlosen Türführung, den lieferbaren Trendfarben und einem barrierefreien Zugang bietet die Duschtrennung noch den Luxus Pflegeleichtigkeit, denn die bei einer Schiebetür oft aufwändige Reinigung wird hier zu einer sehr einfachen und zeitsparenden Angelegenheit. Die extraschmale Türführungseinheit hat gerade, glatte Oberflächen und lässt sich daher besonders einfach reinigen.



Der Charme der Amalfi-Küste



Hochglanzoberflächen, kräftige Farben und lebhaft Dekore kennzeichnen eine kleinformatische Fliesen-Kollektion, die an die traditionellen Keramiken aus Vietri anknüpft: Für „Sol“ (von Ragno) wurden alle Unregelmäßigkeiten der Original-Manufakte, wie Blasen, Übersichtungen, schimmernde Optiken in die industrielle Fertigung aufgenommen, um ein Produkt zu schaffen, das haptisch anziehend wirkt und eine wohnlische und komfortable Atmosphären schafft. Inspirieren ließen sich die Designer vom Charme der Amalfi-Küste. Das Format 15 x 15 cm mit geraden Kanten kann sowohl auf Fliesenteppichen als auch auf 3D-Reliefs angewendet werden, um eine gleichmäßige Optik zu vermitteln und gleichzeitig Bewegung in die Wandverkleidung zu bringen, die den geringfügigen Unterschieden der Fliesenstärke zu verdanken ist. Geringfügige grafische Variationen simulieren eine handgefertigte Dekoration



Eleganter Kantenschutz

Außenkanten von Fliesen- oder Natursteinbelägen an der Wand mit Abschlussprofilen zu schützen, ist heute Stand der Technik. Die Hersteller geben sich alle Mühe, sie elegant und formschön zu gestalten. Neu auf den Markt kommt jetzt „Schlüter-Finest“, dessen quadratische, 4,5 x 4,5 mm große Sichtfläche eine ebenso elegante wie dezente Eckausprägung formt. Sie schützt die Außenkanten zuverlässig vor mechanischen Schäden und ist auch für größere Fliesendicken zwischen 11 und 15 mm geeignet. Aus eloxiertem oder strukturbeschichtetem Aluminium in zahlreichen Farbvarianten bietet das Profil viele Gestaltungsmöglichkeiten mit aktuellen Keramik- und Natursteintrends. Darüber hinaus lässt es sich mit vielen weiteren Schlüter-Lösungen aus strukturbeschichtetem Aluminium, wie beispielsweise „Schlüter-Shelf“ oder den Entwässerungsprofilen kombinieren.



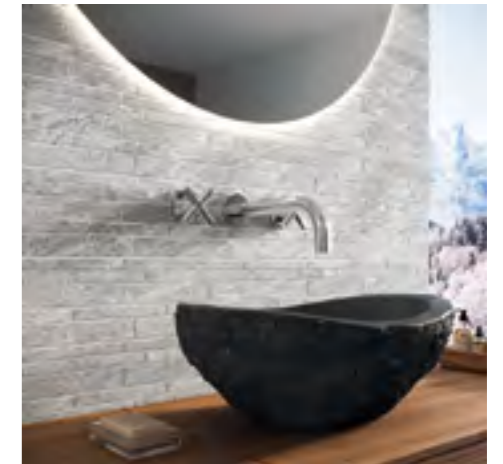
Fotoquellen: siehe Hersteller

Kraftvoll wie die Natur

Fotoquellen: siehe Hersteller



Felslandschaften, eiskalte Bergseen und eine unberührte Natur haben Produktdesigner zu der neuen Fliesenserie „Solid Rock“ (von Agrob Buchtal) inspiriert. Sie überträgt die natürliche Zeichnung des Valser Granits sowie seine Ausstrahlung in eine vielseitige keramische Wand- und Bodenfliesenserie. Ein zartes Relief sowie der dezente Glimmereffekt unterstützen die lebendige Struktur der Fliesen. Die Ursprünglichkeit inszeniert sich insbesondere durch das Großformat 60 x 120 Zentimeter. Zusätzlich ermöglichen die klassischen Formate 30 x 60 und 60 x 60 Zentimeter und die Farbpalette aus vier abgestuften Grautönen vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten. Für eine förmlich haptisch an der Wand erlebbare Steinoptik sorgt die Dekorfliese „Move“ (rechts). Für eine Verlegung im Mauerverband werden die Riemchen bereits werkseitig auf ein Glasfasernetz geklebt. Ihre unregelmäßige Anordnung wirkt besonders natürlich und eignet sich



beispielsweise für eine effektvolle Wandgestaltung. Mit korrespondierenden Terrassenplatten lassen sich Grenzen zwischen Drinnen und Draußen aufheben. Sie sind frostsicher und mit Trittsicherheit R11/B ausgestattet.

Architectura wird filigran

„Architectura“ heißt eine Systemserie von Villeroy & Boch, die nicht nur Sanitärerzeugnisse, sondern auch keramische Fliesen zusammenfasst und damit kompatible Gestaltungslösungen für Sanitärräume ermöglicht. Im Mittelpunkt der Kollektion stehen Waschtische in drei Bauarten: rund, oval und rechteckig, jeweils als Aufsatz, Einbau und Unterbauvariante. Mit Blick auf aktuelle Einrichtungstrends und Gestaltungswünsche wurde das Design der Waschbecken jetzt weiterentwickelt. Das Ergebnis sind leichtere, filigrane Becken mit schmalen Kanten und einer klaren Linienführung. Die neuen Aufsatz- und Einbauwaschtische haben eine Randstärke von nur 16 mm. Die runden Varianten besitzen nun mehr Beckenvolumen. Neu ist außerdem, dass die Einbaubecken mit einer Hahnlochbank versehen sind, die als keramische Ablagefläche genutzt werden kann und die Montage von Standardarmaturen ermöglicht.



Info-Serviceziffer [22208]



Die DallDrain-Systemfamilie: So einfach geht „an alles gedacht“



Ein Fass aufmachen für das Badewasser

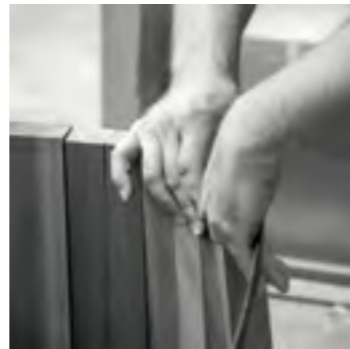


Badewannen aus Sanitäracryl oder Stahl-Email sind heute Standard. So formschön und Design prämiert sie auch sein mögen: der echte Hingucker im modernen Bad ist eine Holzbadewanne. Der gute alte Badezuber feiert fröhliche Urständ. Bisher hat er sich hauptsächlich in Spa-Bereiche zurückgezogen, wo er gern als Tauchbecken genutzt wird.

Ein mittelständischer Schreinereibetrieb in der Pfalz macht die japanischen Holzbadewanne jetzt fürs Wohnbad salonfähig. Dass dies ausgerechnet in der Pfalz passiert, hat einen guten Grund: Das Produktions-Team hat viel Erfahrung bei Fertigungstechniken im Weinfassbau. Und dass trotz aller Beteuerungen der Stahl Emaille-Wannen-Produzenten bezüglich der Nachhaltigkeit des Stahls: Holz bleibt auch aus ökologischer Sichtweise kaum einholbar. Für die Wanne „Ofuro“ kommt so gut wie keine Chemie in Form von Leim oder

Lösungsmitteln zum Einsatz. Der Boden wird mit Roggenmehlpaste und Schilfblatt aufwendig verdichtet. Letzteres nutzt der Mensch beispielsweise bereits seit Urzeiten als Bau- und Dachdeckmaterial aufgrund seiner stabilen Struktur und wasserabweisenden Eigenschaften.

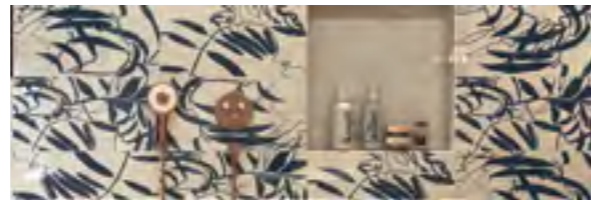
Da die Wanne der japanischen Badekultur frönt, hat sie auch einen japanischen Namen: „Ofuro“ ist japanisch und bedeutet so viel wie „privates Bad“. Das „o“ vor dem „furo“ wird im Japanischen verwendet, um dem Wort Bedeutung und dem Ritual des Bades insgesamt Respekt zu verleihen. Verzichtet man auf feste Anschlüsse, gerät ein weiteres Feature in den Fokus. „Ofuro“ wiegt nur 50 Kilogramm, da kann man sie im Sommer schnell auf die Terrasse transportieren. Gereinigt wird die Wanne mit einer mitgelieferten Bürste. Zusätzliche oder chemische Reinigungsmittel sind nicht erforderlich.



Rattan und schwungvolle Blattdekore



Florale Muster bringen die Natur ins Badezimmer. Diese Serie spielt mit dem Trend zu naturalistischen Dekoren im modernen Wellnessbad. Die Wandfliesen der Serie „Lint“ (von Rako) mit ihrer Rattan-Struktur und den geschwungenen Blattdekorationen verbinden Eleganz mit Natur. Die Dekore fangen die Kraft des Augenblicks in der Natur ein. Die Grundwandfliese (30 x 60 cm) in Elfenbein wird durch markante Blumendekore in Grün und Blau ergänzt. Feine Strukturen auf der Oberfläche erinnern an Rattan. Die farbenfrohen Dekore sind außergewöhnlich vielseitig. Egal, ob auf der gesamten Wand, als schlanker Dekorstreifen oder solitäres, akzentuierendes Einzelelement, die Dekore verbinden Raum und Natur.



Fotoquellen: siehe Hersteller

Gleiche Höhe für Waschtisch und WC



Fotoquellen: siehe Hersteller

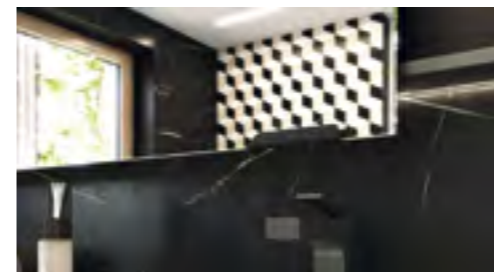
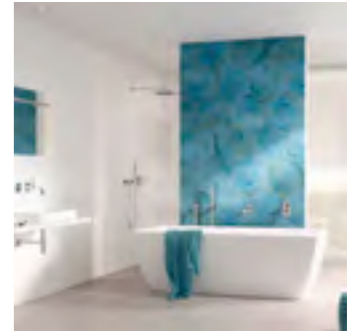
Aufsatzwaschtische sind wegen ihrer besonderen Ästhetik in den Sanitärbereichen insbesondere der Hotellerie und Gastronomie sehr beliebt. Was das Auge erfreut, ist jedoch für den Installateur eine Herausforderung. Denn oftmals gilt es, den Waschplatz gestalterisch in einer gemeinsamen Konstruktion mit dem WC zu integrieren und dabei die übliche Nutzungshöhe beizubehalten. Die Bauhöhe gängiger WC-Module ist für diesen Zweck meist nicht geeignet. Das soll jetzt das neue „Teceprofil WC-Modul“ ändern, das mit nur 750 mm Bauhöhe die Voraussetzungen für eine gemeinsame Konstruktion von Waschtisch und WC auf einem Nutzungs-Level schafft.

Die Richtlinie VDI 6000 Blatt 1 empfiehlt eine Höhe zwischen 85 und 95 cm, in der Praxis hat sich die Faustformel bewährt, den Waschtisch in halber Körpergröße zu installieren. In Hotels ist die Höhe nach DIN 68935 festgelegt und beträgt 90 cm, gemessen wird dabei bis zur Oberkante des Waschtischs. Bei einem herkömmlichen Aufsatzwaschtisch und dem bislang niedrigsten Teceprofil WC-Modul mit einer Bauhöhe von 820 mm wird diese Nutzungshöhe schnell überschritten. Das neue WC-Modul spart im Vergleich zum 820 mm Modul 70 mm am Spülkastenkopf ein, unter anderem dank eines kürzeren Ablaufventils. Das neue Modul verwendet den neuen „Uni 750“-Spülkasten, der über dieselben Produktdetails verfügt, wie die größeren Varianten des Herstellers.

Eyecatcher mit sechs Ecken



Ob im Shop, in der Lobby, der Bar oder im Wohnbereich ist diese sechseckige Fliese von Steuler-Fliesen ein unübersehbarer Blickfang. Eine rektifizierte Grundfliese im Format 40 x 120 cm und 6 mm Materialstärke bildet dafür die Basis in den Ausführungen „Warm“ (natürliches Weiß) oder „Cool“ (Hellgrau mit steiniger Struktur). Durch die Kombination mit verschiedenen „Sixside“-Dekoren aus Steingut oder Feinsteinzeug entsteht ein spannendes Wandbild. Die farbigen Sechsecke „Field“, „Lake“ und „Earth“ lassen sich dabei mit goldenen Elementen oder den steinigen Elementen aus der Bodenserie „Hygge“ kombinieren, deren Grafik sich auf der Grundfliese „Frame“ wiederfindet. Abgerundet wird die Palette durch mit Glasgranulat veredelte Sechsecke. Jedes dieser Dekore hat seinen eigenen Reiz und gleichzeitig können sie, auf verschiedene Weise kombiniert, eine neue Ästhetik schaffen.



Schwarzweiß mit Streifen

Heute sind selbst ältere schwarz-weiße Fliesen oder Marmorimitationen bereits Evergreens in der Badgestaltung. Daran knüpft die Fliesenserie „Flash“ an. Sie schafft mit ihrem magischen Himmelsschwarz, durchzogen von feinen grauweißen Streifen, gestalterische Simplität, Klarheit und Harmonie. Die Designer haben eine Vielzahl von farbigen Dekorationen aus drei Typen der Flash-, Vein- und Board-Serie geschaffen, die die Keramik buchstäblich in Bewegung versetzen und sie um Elemente wie Dynamik und Unvorhersehbarkeit aufladen. Damit entstehen harmonische Formen und Details, die dem Raum einen unverwechselbaren Charme verleihen. Die rektifizierten Wandfliesen gibt es mit glatter und Relief-Oberfläche.

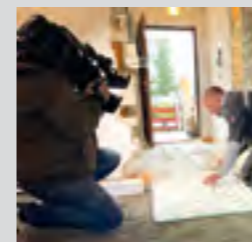
Dokusoap zum Thema Wohnen und Renovieren



Fernsehwerbung ist der Sehnsuchtsort vieler Marketingmanager und Werbetreibende. Auch in der Baubranche läßt sich so mancher mit dem Schritt ins Wohnzimmer der Fernsehkonsumenten. Doch dass hier Konsumgüter und Gesundheitsprodukte (je nach Fernsehsender) den Ton angeben, hat gute Gründe. In der Vergangenheit gab es jedoch immer wieder einmal Werbeaufträge von unterschiedlichsten Bauprodukten. Doch Fernsehwerbung hat seine eigenen Gesetze, sieht man von den Kosten und so genannten Streuverlusten ab. Ein Unternehmen, das sich dennoch, und das nicht sporadisch, getraut hat, ist der Bauzubehör-Anbieter Schlüter-Systems.

Schon 2019 hat das Iserlohner Unternehmen für eine Premiere in der Branche gesorgt und seinen Keramik-Klimaboden „Bekotec-therm“ in einem eigenen TV-Spot kurz vor der Tagesschau in der ARD dem Fernsehpublikum nahe gebracht.

Dieser Spot sei sozusagen der Startschuss für eine umfangreiche und langfristig angelegte Kampagne gewesen, um gemeinsam mit seinen Fachpartnern in Handel und Handwerk Endverbraucherinnen und -verbraucher keramische Fliesen und verbundene System auf breiter Front ins Blickfeld zu rücken, sagt Marketingleiter Christian Brunsmann. Mehr als 47 Mio. Werbekontakte hätten auf diese Weise generiert werden können, was im Hause Schlüter Begehrlichkeiten weckte. In der Konsequenz hat das Unternehmen seine TV-Kampagne weiter intensiviert, dieses Mal in Form von Werbespots, die in einem Umfeld ausgestrahlt wurden, das speziell auf die Themen Wohnen, Bauen und Renovieren zugeschnitten ist. Rund um beliebte Sendungen auf dem US-amerikanischen Kabel-TV-Sender HGTV (Home & Garden TV) sowie den frei empfangbaren Sendern n-tv und Sixx wurde die Zielgruppe für den Keramik-



Klimaboden ganz gezielt angesprochen. Für Christian Brunsmann ist damit das TV-Potenzial aber längst nicht ausgeschöpft. Vielmehr haben die Schlüter-Werber ein Format ins Visier genommen, das besonders vielversprechend ist: Das TV-Sponsoring. Seit Ende Februar läuft bei Home and Garden TV (HGTV) die Serie „Wohnen Bauhelden – Voller Einsatz fürs Zuhause“ im Samstagabendprogramm. Darin spielen die Systemlösungen der Iserlohner für generationengerechte Bäder und energiesparendes Heizen eine der „tragenden“ Hauptrollen. Mit ihnen sollen die TV-Baufamilien ihr Zuhause komfortabler, moderner und schöner machen. Der Einbau durch Fachhandwerker wird dabei Schritt für Schritt begleitet und so einem breiten Publikum an Bau- und Renovierungsinteressierten präsentiert.

Statt der Werbespots sind die Produkte nun zentral in die Dokuserie eingebunden und werden von Schlüter-Partnern aus dem Handwerk gemeinsam

mit den Baufamilien eingebaut und dabei erläutert. Neben der bereits in den Werbespots präsentierten Fußbodenheizung kommen hier auch Lösungen für komfortable Badezimmer zum Einsatz. Und die Werber wissen nur zu gut, dass übliche Fernsehwerbung gern einmal übersprungen wird. Bestimmte Hardware läßt sich unter Umständen auch entsprechend programmieren. Die realistische Einbindung in eine Dokusoap aber ist darüber erhaben.

Bis Ende April sind die HGTV-Folgen zu besten Sendezeiten am Samstagabend mit Wiederholungen am Sonntag und Montag zu sehen. Darüber hinaus sind alle Folgen im Livestream des Streaminganbieters Joyn zu sehen und stehen nach ihrer Erstaussstrahlung auch in der Mediathek von HGTV zur Verfügung. Für Schlüters Marketingchef Brunsmann also ein Abend füllendes Fernsehprogramm.

Alle Informationen zur Serie bietet die Internetseite <https://www.wohnen-bauhelden.de>

Fotoquellen: siehe Hersteller

Fußbodenheizung selbstklebend und sprachgewandt



Bei elektrischen Fußbodenheizungen musste bisher in der Regel die Entkoppelungsmatte mit einem Fliesenkleber verklebt werden, so auch bei dem System „Schlüter-Ditra-Heat-E“. Mit der neuen Entkoppelungsmatte „Ditra-Heat-PS“ (Peel & Stick) kann man sich das jetzt sparen. Es handelt sich um eine selbstklebende Variante, die einfach und schnell zu verlegen ist. Dank des selbstklebenden Trägervlieses entfällt (ein geeigneter Untergrund vorausgesetzt) die Fliesenkleberschicht unter der Matte. Das spart nicht nur viel Material, sondern auch Zeit. Darüber hinaus lässt sich die Matte während der Installation leicht neu positionieren und ist nach der Verlegung sofort begehbar. Alle anderen Funktionen der bewährten Technologie, wie zum Beispiel die Entkopplung des Belags vom Untergrund, bleiben erhalten. Eine Variante mit gleichzeitiger Trittschalldämmung ist „Ditra-Heat-Duo-PS“. Und wer gern mit seiner Fußbodenheizung spricht, für den ist jetzt auch gesorgt. Der ebenfalls neue Temperaturregler „Schlüter-Ditra-Heat-E-R6“ erlaubt die Bedienung der elektrischen Bodenheizung per Sprachsteuerung über ein Smart-Home-Gerät mit Amazon Alexa oder Google Assistant. Traditionell lässt die Heizung aber auch steuern: Per App oder über das Touchscreen-Display.



Produktauswahl per Navigator

Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) hat eine neue Version ihrer Bauprodukte-Plattform DGNB Navigator veröffentlicht. Neben einem rund erneuerten Erscheinungsbild mit verbesserter Nutzerfreundlichkeit gibt es auch funktionale Erweiterungen. Im DGNB Navigator haben Hersteller die Möglichkeit, ihre Bauprodukte mit allen relevanten Nachhaltigkeitskennzahlen zu präsentieren, die für eine DGNB Zertifizierung benötigt werden. Damit wird Architekten und Planenden die Produktauswahl nach den wichtigsten Kriterien des nachhaltigen Bauens erleichtert. DGNB Auditoren nutzen den Navigator im Rahmen der Zertifizierung künftig noch stärker zur Dokumentation, insbesondere mit Bezug zu den Schad- und Risikostoffen der eingesetzten Materialien. Die Online-Plattform dient als Tool zur Planung und Bewertung bei der Auswahl von Bauprodukten im Kontext des nachhaltigen Bauens. Die Nutzung des öffentlichen Navigator-Bereichs mit der integrierten Produktsuche unter www.dgnb-navigator.de für alle Interessierten kostenlos.

InfoBox

So können Sie diese Firmendruckschriften bestellen:



per E-Mail: service.sks@stein-keramik-sanitaer.de



im Internet: www.sks-infoservice.de/kataloge22022



Per Post: ausgefüllten Service-Coupon an:
Verlag G. Köhler, Postfach 20 07 34, 41207 Mönchengladbach
oder als Fax an: 02166-984185



oder QR-Code einscannen

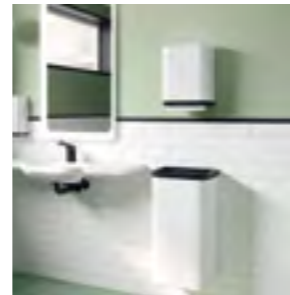


Redesign eines Design-Klassiker

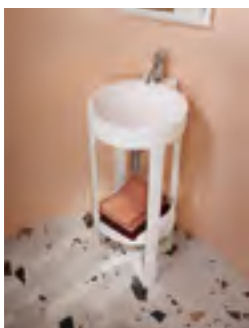


Spenderlösungen des Ikonendesigns „Serie 477/801“ hat der Bauzubehöranbieter Hewi neu interpretiert. Inspiriert von klaren Geometrien ist ein breit gefächertes Spendersystem in einer modernen Designsprache entstanden. Die neuen Spenderprodukte sollen die erfolgreiche Sanitärserie 477/801 ergänzen. Zur Auswahl stehen verschiedene Modelle aus Polyamid mit einem Grundkörper in Reinweiß oder Signalweiß, ergänzt durch farbige Rahmenelemente. Durch die dezenten Kontrastelemente in 16 glänzenden und fünf matten Farben setzen die neuen Spendersysteme farbige Akzente im Sanitärraum. Sie seien besonders robust, so dass sie sich gut für den Einsatz in stark frequentierten Sanitäräumen eignen würden, so der Hersteller.

Von Seifen- und Papierhandtuchspendern über Hygienekombinationen bis hin zu Abfallbehältern in verschiedenen Größen gibt es jetzt ein durchgängiges, funktionales Sortiment mit hohem Designanspruch. Ein Teil der Spender steht neben manuell bedienbaren Varianten auch in einer berührungslosen Sensorik-Ausführung zur Verfügung.



Leichtigkeit für den Säulenwaschtisch



Sein Portfolio der Waschtische und Waschbecken aus glasiertem Stahl erweitert Sanitärhersteller Alape mit den Säulenwaschtischen „Xcut“ und „Xcross“, deren Design die geschlossene Zylinderform der bodenstehenden Waschtischsäulen auflöst und auf schlanke Stahlstreben reduziert. Als ästhetischer Kern kennzeichnet glasierter Stahl diese Neuentwicklung. Dabei greifen beide Linien aktuelle Strömungen der Architektur und den Wunsch nach Individualität auf. Sie bestehen aus einer pulverbeschichteten Stahlkonstruktion und glasiertem Stahlbecken. Der X-förmige Fuß als prägendes Merkmal beider Serien entwickelt sich auf charakteristische Weise in den runden Beckenkörper.

Bei „Xcut“ dominiert Industriedesign, wobei die Streben aus dem Stahlzylinder herausgeschnitten sind. Zusätzlich ist eine Ablage unter dem Becken integriert. Die Serie ist ganz in Weiß gehalten. Bei „Xcross“

setzt sich die Konstruktion aus Flachstahlstreben zusammen, deren schmale Kanten nach außen weisen. Das Produkt ist in Bicolor-Optik in mattschwarz mit weiß glänzendem Becken erhältlich. Dank der offenen Struktur und zurückhaltenden Eleganz eignen sich die neuen Serien mit ihren geringen Abmessungen insbesondere für kleine Bäder.



<p>Info-Serviceziffer [22209]</p>	<p>Info-Serviceziffer [22210]</p>	<p>Info-Serviceziffer [22211]</p>	<p>Info-Serviceziffer [22212]</p>
<p>Info-Serviceziffer [22213]</p>	<p>Info-Serviceziffer [22214]</p>	<p>Info-Serviceziffer [22215]</p>	<p>Info-Serviceziffer [22216]</p>

erscheint am 15. Juni 2022 (Anzeigenschluss: 31.05.2022, Redaktionsschluss: 13.05.2022)

➔ **ARCHITEKTUR**



Grenzüberschreitende Bad-Architektur: Wohnmöbel und wohnliches Licht fürs Bad; Wohlfühlwärme im Bad, Wohn-Möbel fürs Bad.

- ➔ **TECHNIK** Sicherheit in Lebensmittelbetrieben, Gastronomie und Großküchen: Trittsicherheit, chemische Beständigkeit von Belag, Kleber und Abdichtung.
- ➔ **SANITÄR** Gesundheit und Hygiene in Sanitärräumen öffentlicher Gebäude, Schulen, Kindergärten, Kliniken, Pflegeeinrichtungen: Konzepte und Produkte.
- ➔ **SKSEXTRA** Der LED-Hype - vom Spot zum Stripe: Wie sinnvoll ist buntes Licht im Bad? Über die aktuellen Trends und Lichteffekte.

Änderungen aus aktuellem oder redaktionellem Anlass vorbehalten

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 bei uns abgebildeten Broschüren anfordern!



Naturstein, Keramik, Bad & Sanitär
Magazin für das Planen, Gestalten, Handeln und Arbeiten mit Stein, Keramik und Sanitärprodukten in allen Baubereichen

REDAKTION:
Gerhard Köhler - geko (verantwort.)

regelm. freie Mitarbeit:
Uta Kurz, Werne
mag.arch Peter Reischer, Wien
Postanschrift der Redaktion:
Postfach 20 07 34
41207 Mönchengladbach
Hausanschrift:
Meerkamp 120
41238 Mönchengladbach
Tel.: 02166-984 183
Fax: 02166-984 185
redaktion@steinkeramiksanitaer.de

BEZUGSPREIS:
Der Einzelpreis beträgt € 3,00; Jahresabonnement € 18,00 (Ausland € 21,00); alle Preise incl. MwSt. und Versandkosten

DRUCK UND DIGITALISIERUNG:
D+L Printpartner GmbH, 46395 Bocholt

ERSCHEINUNGSWEISE:
6x jährlich, zur Zeit ist die Preisliste vom 1.1.2022 gültig.

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

Bitte beachten Sie auch unsere Datenschutz-Erklärung: <https://steinkeramiksanitaer.de/common/info/datenschutz.html>

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@pvott.de
Ansprechpartner: Daniel Ott

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

www.sks-infoservice.de/adressen-links-2022

Von hier aus erreichen Sie alle interessanten Internet-adressen mit einem Klick, und das auch von unterwegs über diesen QR-Code!



Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 2.2022

Leser-Nr.: _____
falls bekannt (siehe Adressetikett)

Anrede: _____

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

Land Postleitzahl Ort

Veranlassen Sie bitte, dass mir die Kataloge bzw. weitere Informationen über die Angebote der Inserenten geschickt werden, deren Kennziffern hier eingetragen sind.
(Hinweis: Die Kataloge sind grundsätzlich kostenlos, sofern nicht ausdrücklich darauf hingewiesen wird.)

22201	<input type="checkbox"/>	22202	<input type="checkbox"/>	22203	<input type="checkbox"/>	22204	<input type="checkbox"/>	22205	<input type="checkbox"/>
22206	<input type="checkbox"/>	22207	<input type="checkbox"/>	22208	<input type="checkbox"/>	22209	<input type="checkbox"/>	22210	<input type="checkbox"/>
22211	<input type="checkbox"/>	22212	<input type="checkbox"/>	22213	<input type="checkbox"/>	22214	<input type="checkbox"/>	22215	<input type="checkbox"/>
22216	<input type="checkbox"/>	22217	<input type="checkbox"/>	22218	<input type="checkbox"/>	22219	<input type="checkbox"/>	22220	<input type="checkbox"/>
22221	<input type="checkbox"/>	22222	<input type="checkbox"/>	22223	<input type="checkbox"/>	22224	<input type="checkbox"/>	22225	<input type="checkbox"/>
22226	<input type="checkbox"/>	22227	<input type="checkbox"/>	22228	<input type="checkbox"/>	22229	<input type="checkbox"/>	22230	<input type="checkbox"/>
22231	<input type="checkbox"/>	22232	<input type="checkbox"/>	22233	<input type="checkbox"/>	22234	<input type="checkbox"/>	22235	<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/kataloge2022/

Anzeigen-Info-Service

Anforderungs-Coupon für STEIN KERAMIK SANITÄR Ausgabe 2.2022

Leser-Nr.: _____
falls bekannt (siehe Adressetikett)

Anrede: _____

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

Land Postleitzahl Ort

Veranlassen Sie bitte, dass mir die Kataloge bzw. weitere Informationen über die Angebote der Inserenten geschickt werden, deren Kennziffern hier eingetragen sind.
(Hinweis: Die Kataloge sind grundsätzlich kostenlos, sofern nicht ausdrücklich darauf hingewiesen wird.)

22201	<input type="checkbox"/>	22202	<input type="checkbox"/>	22203	<input type="checkbox"/>	22204	<input type="checkbox"/>	22205	<input type="checkbox"/>
22206	<input type="checkbox"/>	22207	<input type="checkbox"/>	22208	<input type="checkbox"/>	22209	<input type="checkbox"/>	22210	<input type="checkbox"/>
22211	<input type="checkbox"/>	22212	<input type="checkbox"/>	22213	<input type="checkbox"/>	22214	<input type="checkbox"/>	22215	<input type="checkbox"/>
22216	<input type="checkbox"/>	22217	<input type="checkbox"/>	22218	<input type="checkbox"/>	22219	<input type="checkbox"/>	22220	<input type="checkbox"/>
22221	<input type="checkbox"/>	22222	<input type="checkbox"/>	22223	<input type="checkbox"/>	22224	<input type="checkbox"/>	22225	<input type="checkbox"/>
22226	<input type="checkbox"/>	22227	<input type="checkbox"/>	22228	<input type="checkbox"/>	22229	<input type="checkbox"/>	22230	<input type="checkbox"/>
22231	<input type="checkbox"/>	22232	<input type="checkbox"/>	22233	<input type="checkbox"/>	22234	<input type="checkbox"/>	22235	<input type="checkbox"/>

STEIN.KERAMIK.SANITÄR.

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

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

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

Firma - Vorname - Name

Straße

PLZ/Ort

Telefon Fax

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

Unterschrift

Datum/Unterschrift

Seite 5

CO₂-Abscheidung und -Speicherung, in der Fachsprache: CO₂-Sequestrierung und CCS (englisch: carbon dioxide capture and storage), ist ein Verfahren zur Reduzierung von CO₂-Emissionen in die Atmosphäre durch die technische Abspaltung am Kraftwerk (End of pipe) und „dauerhafte“ Einlagerung in unterirdische Lagerstätten. Für die Speicherung gibt es strenge gesetzliche Vorschriften, denn die unterirdische Speicherung ist umstritten, mehr Informationen dazu: <https://www.umweltbundesamt.de>.

Seite 6

Mehr über die Arbeiten der Düsseldorfer Künstlerin: <https://elisabethbrockmann.de/index/>. Auf der Internetseite des Baukunstarchivs gibt es ein Interview mit ihr über Ihre Ausstellung „Drama, Raum und Licht“: <https://baukunstarchiv.nrw/?s=elisabeth+brockmann>. Weitere Information zum Nachhaltigkeitspreis im Internet: <https://www.nachhaltigkeitspreis.de/wettbewerbe/ueberblick/>. Anmelden kann man sich über diese Adresse: <https://www.nachhaltigkeitspreis.de/meta-navigation/zum-newsletter-anmelden/>

Seite 7

Mit steigendem Umweltbewusstsein nimmt die Zahl derer zu, die ihr Trinkwasser statt aus PET-Flaschen lieber aus dem Wasserhahn „beziehen“. Dafür reicht eigentlich die ganz normale Sanitärarmatur, die heute technisch so perfekt ist (laut entsprechenden Vorgaben des DVGW Deutscher Verein des Gas- und Wasserfaches e.V.), dass das „Lebensmittel“ Trinkwasser nicht mit schädlichen Metall-Leitungen Berührung kommt. Eine entsprechende Zertifizierung gibt Sicherheit (<https://www.dvgw.de/leistungen/zertifizierung>). Besonders hipp ist es allerdings inzwischen, spezielle Zapfstellen neben die normale Küchen-Armatur zu installieren. Neben der im Beitrag erwähnten „Grohe Blue“ bietet sich unter anderem auch der „RE.SOURCE Trinkwasserspender mit Filter- und Sprudelfunktion“ (<https://www.rehau.com/de-de/rehau-praesentiert-smarten-trinkwasserspender-re-source>) oder auch „Cube“ von <https://www.quooker.de/> dafür an. Der Vorteil solcher Spezial-Armaturen: Neben Trinkwasser können sie je nach Ausstattung auch 100°C kochendes Wasser oder gekühltes, sprudelndes und stilles Wasser bereitstellen. Mehr über den Müll-Entsorger Everwave GmbH: <https://everwave.de/> Die Lebenshilfe Bruchsal-Bretten e. V. gibt es seit 1963. Sie ist ein Zusammenschluss von Menschen mit Behinderungen, deren Eltern, sonstigen Angehörigen sowie deren Freunde und Förderer im nördlichen Landkreis Karlsruhe (Bezirk-Bruchsal-Bretten): <https://www.lebenshilfe-bruchsal.de/verein.html>. Über den Sanitärgrößhändler Reisser AG: <https://www.reisser.de/>

Seite 8

Projektinformationen der Nippon Foundation über die Toilettenhäuser: <https://tokyotoilet.jp/en/>. Hier gibt es auch eine Übersicht über alle Toilettenpavillons, die bislang fertig gestellt wurden. Auf dieser Seite gibt es auch eine vollständige Liste derjenigen, die diese Objekte geplant haben, sowie eine Karte mit den Standorten. Informationen über den Sanitärhersteller, der das Projekt unterstützt hat und die technische Ausstattung realisierte: <https://eu.toto.com/de/>. Für alle, die immer schon einmal wissen wollten, wie Japan zu dem Beinamen „Land der aufgehenden Sonne“ kam: In der Landessprache heißt Japan „Nippon“. Der Name setzt sich aus zwei Schriftzeichen zusammen: dem Zeichen „ni“ mit der Bedeutung „Sonne“ und dem Zeichen „pon“ mit der Bedeutung „Beginn“.

Seite 11

Mehr über den Architekten: <https://www.nicovdmeulen.com/> und über die <https://archello.com/de/project/victoria-residence-2>. Die einge-

bauten Sanitärprojekte lieferte die Duravit AG: <https://www.duravit.de/>

Seite 12

2018 eröffnete das der Universität Münster zugehörige Center for Soft Nanoscience (SoN) mit seinen neuen und modernen Einrichtungen in direkter Nachbarschaft des Max-Planck-Instituts für molekulare Biomedizin und des Nano-Bioanalytik-Zentrums. Im SoN arbeiten 28 Teams fachübergreifend mit hochmodernen nanoanalytischen Verfahren. Chemiker, Bio-Physiker und Bio-Chemiker, Mediziner und Physiker erforschen zusammen die Abläufe in natürlichen und durch Selbstorganisation erzeugten künstlichen Materialien mit steuerbaren Eigenschaften: <https://www.uni-muenster.de/SON/>. Die Ausstattung der Sanitäräume (zum Beispiel die Waschtischarmatur „Eurosmart Cosmopolitan“) erfolgte mit Produkten der Grohe AG: https://www.grohe.de/de_de/ bzw. https://www.grohe.de/de_de/badezimmerkollektion/badarmaturen-eurosmart-cosmopolitan.html

Seite 14

Sony Music Entertainment ist ein US-amerikanisches Unternehmen mit Sitz in New York City. Es wurde 1887 als Columbia Records gegründet und ist als Tochtergesellschaft der Sony Corporation of America im Besitz der japanischen Sony Corporation sowie Schwestergesellschaft von Sony Music Entertainment Japan: <https://www.sonymusic.de/>. Sony Music Publishing ist ein US-amerikanischer Musikverlag und heute das größte Musikverlagsunternehmen der Welt mit etwa 4 Millionen Songs: <https://www.sonymusicpub.com/en>. Für beide entwarfen und bauten die Architekten von Gewers Pudewill (<https://www.gewers-pudewill.de/>) den neuen Deutschland- und Europa-Hauptsitz. Die Innenarchitektur realisierte das Studio Karhard (<https://www.karhard.de/>). Das in vielen Bereichen präsen- te keramische Rundmosaik der Serie „Loop“ lieferte Agrob Buchtal GmbH: <https://agrob-buchtal.de/de/architekt-planer/serie/loop>

Seite 18

Im Internet findet man Informationen über das Märchenzentrum unter dieser (leider sehr umständlichen) Adresse: https://swietokrzyskie.travel/de/informator_turystyczny/oferty_turystyczne/europaeisches_märchenzentrum_in_pacanow. Weitere Informationen gibt es auch hier (eher als Reise-Informationen): <https://lüksowehotele.pl/de/pacanow-centrum-bajki-pacanow/>. Die Fassadenbekleidung der neuen Gebäude erfolgte mit Schiefer: Symmetrische Deckung, 60x30 cm, geklammert, von Rathscheck Schiefer, Mayen: www.schiefer.de

Seite 20

Die Abtei Scourmont (lat. Abbatia Beatae Mariae de Succurmonte; französisch Abbaye Notre-Dame de Scourmont) ist ein belgisches Trappistenkloster in der Nähe der Stadt Chimay: <https://www.scourmont.be/>. Die Sanierung der Sanitäräume der so genannten Herberge erfolgte mit Produkten der Wedi GmbH: <https://www.wedi.net/>. Über die großflächigen Bekleidungs-elemente: <https://www.wedi.net/produkte/designoberflaechen/>

Seite 24

Wenn Sie mit unserer Kolumnistin Uta Kurz über die kreative Transformation diskutieren wollen, sie freut sich darauf: Uta.Kurz@steinkeramiksanitaer.de (Coaching Innovation, Lütkeheide 55, 59368 Werne, Tel.: 02389-9249949, www.uta-kurz.de).

Alle Angaben nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr. Diese Auflistung befindet sich mit aktivierten Links auch im Internet: www.sks-infoservice.de/adressen-links-22022

Seite 26

Über den Namen sollte man sich nicht allzu viel Gedanken machen. Wörtlich übersetzt heißt „They feed off buildings“ soviel „Sie ernähren sich von Gebäuden“. Also belassen wir es bei der Abkürzung TFOB, ein Design- und Architekturkollektiv aus Berlin, das sich auf Materialforschung, Architektur und Design spezialisiert hat. Aktuell produziert es kein Material für den Architekturmarkt, sondern beteiligt sich an ausgewählten Ausstellungen und steht für Vorträge zur Verfügung. Eines der Projekte ist „Urban Terrazzo“, das durch verschiedene Städte reist, um die Verwendung von verfügbarem Material aus architektonischen Abrissen zu erkunden. Die dabei entwickelten Produkte zeigen neue Möglichkeiten für die zeitgemäße Anwendung nachhaltiger Baustoffe auf. Mehr im Internet: <https://www.urbanterrazzo.com/>

Seite 28

„Liquid by Tom Dixon“ ist eine sanitäre Ausstattungsserie von Vitra Bad. Der Badausstatter ist als Vitra Bad GmbH (<https://www.vitra-bad.de/>) Teil der türkischen Eczacibasi Bauprodukte Gruppe. Mit der neuen Kollektion setzt sich der Designer Tom Dixon bewusst von den immer dünner und filigraner werdenden Sanitärprodukten ab und entwarf Armaturen und Sanitärprojekte mit markanten Konturen. Tom Dixon, Jahrgang 1959, hat mit Marken wie Adidas, Asplund, Cappellini, Foscarini, Habitat oder Ikea zusammengearbeitet. Bislang waren seine zentralen Themen außergewöhnliche Produkte fürs tägliche Leben: Möbel, Leuchten und Accessoires: https://www.tomdixon.net/de_de. Das Thema Fliesen war für ihn bislang lediglich in Form von Zementfliesen präsent, die er für den italienischen Hersteller Bisazza (<https://www.bisazza.com/>) entworfen hat.

Seite 31

Für eine saubere Kloschüssel ohne die Hilfe der Klobürste sollen Produkte sorgen wie „Tornado Flush“ (<https://eu.toto.com/de/technologien/tornado-flush/>), „Aquablade“ (<https://www.idealstandard.de/expertise/unsere-innovationen/aquablade/>), „Turboflash“ (<https://www.geberit.de/turboflush/>) „Twistflush“ (<https://www.villeroy-boch.de/bad-und-wellness/>),

Seite 32

Ein virtueller Besuch in Gipfelhöhe ist hier möglich: <http://www.anhalter-huette.de/>. Die Produkte für die Sanierung der Küche und der Sanitäranlagen bzw. für die Fliesen- und Abdichtungsarbeiten: „AE Abdichtungs- und Entkopplungsbahn“. Das Produkt ist für die Was-

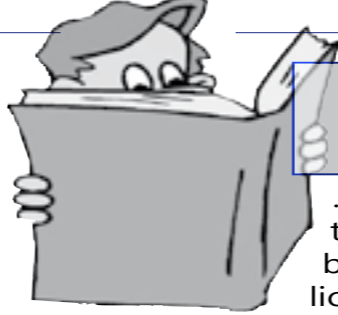
sereinwirkungsklassen W0-I bis W3-I und die Beanspruchungsklasse C geprüft. Faserarmierten und hochflexiblen Fließbettkleber „M 30 HP S2“. Beidseitig vlieskaschierten Dichtband „SB 78“, „D1 Speed“ als Grundierung für saugende und nicht-saugende Untergründe, Multifunktions-Fugenmörtel „Multifuge Fine“ und Leichtfliesenkleber „Multistar“ (alle von Botament GmbH, <https://botament.com/>). Die Fliesen lieferte Panaria (Serie „Context“ <https://www.panaria.de/>) und Interbau (Serie „Landscape“, <https://www.interbau-blink.de/>)

Seite 34

Steuler Plattenlager von Steuler Fliesen GmbH (<https://www.steuler-fliesen.de/>). Wie es funktioniert: <https://www.youtube.com/watch?v=N8mckZfFEk>.

Seiten 36 bis 40

Magnetschienenbahn für die Dusche: Artweiger GmbH, <https://www.artweiger.at/de>
Der Charme der Amalfi-Küste: Ragno - Marazzi Group S.r.l., <https://www.ragnoworld.com/>
Eleganter Kantenschutz: Schlüter-Systems KG, <https://www.schluer.de/schluer-finec.aspx>
Kraftvoll wie die Natur: Agrob Buchtal GmbH, <https://agrob-buchtal.de/de/architekt-planer/serie/solid-rock>
Architectura wird filigran: Villeroy & Boch AG, <https://www.villeroy-boch.de/bad-und-wellness/kollektionen/architectura.html>
Ein Fass aufmachen für das Badewasser: MAOMI - Raum und Gestaltung, <https://www.maomi.de/design/badewanne%20ofuro>
Rattan und schwungvolle Blattdekore: Lasselsberger, s.r.o., <https://www.rako.cz/de/wadv4676>
Gleiche Höhe für Waschtisch und WC: TECE GmbH, <https://www.tece.com/de/wc-module>
Eyecatcher mit sechs Ecken: Steuler Fliesen GmbH, <https://www.steuler-fliesen.de/kollektion/frame>
Schwarzweiß mit Streifen: Lasselsberger, s.r.o., <https://www.rako.cz/de/inspiration/news-2022/flash>
Fußbodenheizung selbstklebend und sprachgewandt: Schlüter-Systems KG, <https://www.schluer.de/ditra-heat-ps.aspx>
Redesign eines Design-Klassiker: HEWI GmbH, <https://www.hewi.com/de/sanitaer/serie-477-801>
Leichtigkeit für den Säulenwaschtisch: Alape GmbH, <https://www.alape.com/produkte/>




Im SKS-Objektarchiv ...

... finden Sie noch sehr viel mehr Lesenswertes aus den letzten Ausgabe von SKS STEIN.KERAMIK.SANITÄR : Informationen, Objektbeschreibungen, Reportagen und Technik-Wissen, übersichtlich nach Fachgebieten unterteilt. Die Adresse:

<http://info.steinkeramiksanitaer.de/sks-objekt-archiv/>

... oder scannen Sie einfach diesen QR-Code:



Oder wollen Sie noch einmal in einer bereits erschienenen Ausgaben blättern? Dann sind Sie hier richtig:

<https://steinkeramiksanitaer.de/archiv/>

Münchener Baumesse wird zum Frühlings-Event

Wer bislang dachte, das Corona bedingte „Bäumchen-wechsel-Spiel“ in der Messe-Landschaft habe so wie das aktuell inzwischen vielfach beschworenen Ende der Pandemie ebenfalls ein Ende, hatte die Münchener Messengesellschaft nicht im Blick.

Zwar ist, beginnend mit dem April-Termin der regionalen Sanitärmesse „IFH/Intherm“ der Messe-Kalender 2022 bis in den Herbst hinein wieder gut gefüllt. Doch der Veranstalter der BAU München, die selbst ernannte Weltleitmesse für Architektur, Materialien, Systeme, trauen dem von Gesundheitsexperten vorhergesagten Ende der intensiven Virus-Aktivität nicht und verschieben den ursprünglich für den Januar 2023 vorgesehenen Veranstaltungstermin BAU auf den 17. bis 22. April 2023. Der routinemäßige Zweijahres-Rhythmus

Wir wollen mit dieser Verschiebung von Januar in den April Kunden und Teilnehmern ein Maximum an Sicherheit für ihre Planungen bieten.

Dr. Reinhard Pfeiffer, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München



wurde mit Ausfall der Messe 2021 unterbrochen. Das gaben jetzt Ausstellerbeirat und das Kuratorium der BAU nach ihrer gestrigen Sitzung bekannt, allerdings ohne explizit die Pandemie zu erwähnen.

Über die genauen Hintergründe dieser Maßnahme kann deshalb nur spekuliert werden. Die Tatsache, dass ausdrücklich betont wird, die Messe plane weiterhin mit der Belegung aller 19 Messehallen, könnte darauf schließen lassen, dass die Anmeldungen der Aussteller

doch nicht so ungestüm verlaufen, wie nach der Corona-Zwangspause 2021 erhofft. Außerdem wird darauf hingewiesen, dass die **Hallenstruktur und die Leitthemen** („Herausforderung Klimawandel“, „Bezahlbares Wohnen“, „Ressourcen und Recycling“ sowie „Digitale Transformation“) unverändert bestehen bleiben. Auch das neue Thema „modulares Bauen“ bleibe auf der Agenda.

Offizielle Lesart dieser Entscheidung war der Mitteilung zu Folge auch die Tatsache, dass die BAU nicht nur ausstellerseitig, sondern auch besucherseitig (2019: 250 000 Besucher) zu den größten Messen in Deutschland zählt. Wie Dr. Reinhard Pfeiffer, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, erklärte, sei es Anspruch der Messe, Aussteller und Gäste aus aller Welt hier in München zusammen zu bringen. Das ist bekanntermaßen seit vielen Jahren auch stets am traditionellen Januar-Termin bestens gelungen. Ohne die Themen „Corona“ und „Pandemie“ zu erwähnen, wolle der Veranstalter mit dieser einmaligen Verschiebung von Januar in den April Kunden und Teilnehmern ein Maximum an Sicherheit für ihre Planungen bieten.

Die Branche würde einhellig die Terminanpassung befürworten, heißt es in der Meldung. So wird unter anderem Dieter Schäfer, Fachbeiratsvorsitzender, Kuratoriumsvorsitzender der BAU und Vorsitzender Vorstand Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG, zitiert, der die Entscheidung der Messe München ausdrücklich begrüßt. Wichtig sei, die Branche nach dieser langen, herausfordernden Zeit vollumfänglich und ohne größere Einschränkungen zusammen zu bringen. Auch Martin J.

Hörmann, stellvertretender Fachbeiratsvorsitzender der BAU und persönlich haftender Gesellschafter der Hörmann KG, sieht das offensichtlich ähnlich: „Mit dieser einmaligen Verschiebung schafft die Messe München frühzeitig für die Aussteller, aber auch für die Besucher Planungssicherheit und optimale Bedingungen, sich vorbereiten zu können.“

Darüber, ob diese Verschiebung in der Tat einmalig sein wird, kann ebenfalls spekuliert werden. Denn ein

Handicap hat die Baumesse zeitlebens begleitet: Die Januar-typischen Münchener Witterungskapriolen haben manches Mal die Reise zur Messe nicht gerade erleichtert. Da bietet das April-Wetter schon eher frühlingshafte Reisebedingungen. Ein wesentliches Argument für den traditionellen Januar-Termin war zudem eine weitgehende witterungsbedingte Ruhe auf deutschen Baustellen. Das hat sich mittlerweile geändert, denn die Bausaison macht keine Pause mehr. ◀◀

ASCER/ICEX:

Spanische Fliesenexporte widerstehen der Pandemie

Spanische keramische Fliesen bleiben auf der Erfolgsspur, nicht nur weltweit, sondern auch auf dem deutschen Markt. Nach Feststellung des Verbandes der spanischen Fliesenhersteller ASCER ist der Umsatz im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2020 um 7,5 Prozent gestiegen. An dem Wachstums-Trend hat auch die Pandemie, die 2021 den Markt stark prägte, nicht geändert.

Denn laut Verbandsangaben steigerte sich 2021 der Gesamtumsatz auf rund 3,7 Mrd. Euro im Vergleich zu 2020. Das entspricht einem Wachstum von immerhin 24,6 Prozent. Global betrachtet steht Deutschland im internationalen Vergleich der Fliesen-Exportländer auf Platz 6 und ist damit nach wie vor ein wichtiger Zielmarkt für spanische Wand- und Bodenbeläge. Insgesamt wurden hierzulande Fliesen im Wert von 130,6 Mio. Euro abgesetzt, was einem Plus von 7,5 Prozent entspricht, im internationalen Vergleich allerdings ein eher verhaltenes Wachstum. Der Preis pro Quadratmeter Fliese lag dabei im Durchschnitt bei 11,09 Euro.

Denn international beobachtet ASCER in einzelnen Zielmärkten trotz der schwierigen Lage weiterhin einen deutlich positiveren Trend. So belegt die USA mit einem Umsatzplus von 23,9 Prozent hierbei nach wie vor die Führungsposition vor Frankreich (+17,9 Prozent) und Großbritannien (+18,1 Prozent). Spitzenreiter auf der Wachstums-Skala sei aber laut ASCER Israel gewesen mit

einem Plus von 67,4 Prozent. Damit ist Israel jetzt gut für Platz 4 auf Ranking-Liste der Exportländer. Was das allerdings in absoluten Umsatz- oder Absatz-Zahlen bedeutet, darüber machte ASCER keine Angaben. Auch aus unserem Nachbarland Österreich meldeten die spanischen Fliesenhersteller mit 12,9 Prozent ebenfalls einen deutlichen Zuwachs.

Insgesamt hat Spanien diesen Angaben zu Folge 495 Millionen Quadratmeter keramische Fliesen exportiert, 17,3 Prozent mehr als 2020. Davon wurden nach Deutschland knapp 12 Millionen Quadratmeter geliefert, ein Plus von 7,2 Prozent gegenüber 2020. ◀◀



... was sonst noch von Interesse war

DER UNSICHTBARE SCHATZ GRUNDWASSER Der internationale Weltwassertag (22. März) stand in diesem Jahr unter dem Motto „Unser Grundwasser: Der unsichtbare Schatz“. Mit diesem Thema wollten die Vereinten Nationen weltweit auf die Bedeutung unseres Grundwassers aufmerksam machen und dies ins Bewusstsein der Menschen rufen. Die elementare Bedeutung des Grundwassers als unverzichtbare Ressource und Teil des Wasserkreislaufs und die Belastungen, denen es durch menschliches Handeln und zunehmend durch den Klimawandel ausgesetzt ist, sind vielen Menschen nicht präsent. Dabei trägt in Deutschland das Grundwasser zu 70 Prozent zur öffentlichen Wasserversorgung bei und ist damit die wichtigste und kostbarste Ressource für die Trinkwassergewinnung. Ungeachtet dessen ist Grundwasser in Qualität und Quantität zunehmenden Gefahren ausgesetzt. Seine Qualität wird beeinträchtigt von Schadstoffeinträgen wie etwa Nitrat, Rückständen von Pflanzenschutz oder Arzneimitteln. *** WACHSTUM FÜR DIE ZUKUNFT SICHERN** Die Hagebau-Gruppe mit Sitz in Soltau will in Zukunft die Bedürfnisse ihrer Kunden noch stärker in den Mittelpunkt rücken. Insbesondere im Fachhandel sollen die Zielgruppen frühzeitig angesprochen werden. Dazu beitragen soll auch eine Dachmarke, die die 300 autonom agierenden Gesellschafter im Einzel- und Fachhandel ab Sommer nutzen können. Um die veränderten Aufgaben effizient und effektiv aussteuern zu können, wird auch die Geschäftsführung neu aufgestellt. „Wir wandeln uns von einer reinen Einkaufskooperation hin zu einer Einkaufs- und Vertriebsgemeinschaft“, ist Jan Buck-Emden, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hagebau überzeugt. Damit verbunden sind auch Veränderungen in der Geschäftsführung. Jan Buck-Emden, der neben seiner Funktion als Vorsitzender der Geschäftsführung interimistisch auch das Vertriebsressort geleitet hat, wird die Verantwortung dafür wieder abgeben. Nach einer geeigneten Persönlichkeit für den Geschäftsbereich Vertrieb wird bereits gesucht. *** DEUTSCHE SANITÄRPRODUKTE IN CHINA ERFOLGREICH** Die ersten Monate eines Jahres gehören den Umsatzmeldungen der Unternehmen, also auch der Sanitär- und Bauzubehör-Industrie. Soweit sie veröffentlicht werden und wir davon Kenntnis erlangen,

haben alle eines gemeinsam: die Freude über „hervorragende Ergebnisse im Jahr 2021“ trotz erschwelter Bedingungen. In den Jubel-Chor reiht sich jetzt auch Sanitärhersteller Duravit AG ein, der für 2021 einen Umsatzrekord von 604 Mio. Euro meldet, was einem Zuwachs von rund 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Betriebsergebnis sei um 41 Prozent auf 73,7 Mio. Euro gestiegen und habe sich, nach einem „bereits hervorragenden Ergebnis im Vorjahr“ auch 2021 deutlich überproportional zum Nettoumsatz entwickelt, gibt Duravit-CEO Stephan Tahy zu Protokoll. Ein großer Teil des Wachstums resultiere aus dem Engagement in China. Dort übertraf Duravit erstmals die Marke von einer Milliarde RMB Umsatz (ca. 139 Millionen Euro) und konnte den Umsatz um 32 Prozent steigern. Global gesehen, habe das Unternehmen mit dem Fokus auf regionale Produktion und Beschaffungswege („local-for-local“) seine Lieferfähigkeit in Zeiten globaler Rohstoffknappheit trotz Lieferengpässen sichern können. *** ZUSPRUCH FÜR DIGITAL-MESSE** Der Ausblick auf die zweite Ausgabe der Fachmesse „digitalBAU“, die vom 31. Mai bis 2. Juni 2022 in Köln stattfinden wird, sei vielversprechend, so der Veranstalter: Mit über 280 Firmen, darunter 50 Start-ups, liege die Ausstellerbeteiligung sogar leicht über dem Niveau der Vorveranstaltung Anfang 2020, das Forenprogramm ist mit 180 Referenten komplett ausgebucht. Die Messe für digitale Lösungen in der Bauindustrie wird von einem umfangreichen Rahmenprogramm mit fünf Foren, der Innovation Challenge, dem Deutschen Baupreis und zahlreichen Networking Events begleitet, das stark gewachsen ist. Die „DigitalBAU“ ist Teil des BAU Messenetzwerkes und wird gemeinsam mit dem Bundesverband Bausoftware (BVBS) in den Zwischenjahren der BAU ausgerichtet. (digital-bau.com) *** FERTIGTEILBAU MIT NACHHOLBEDARF** Das Bauen mit industriell vorgefertigten Bauteilen hat sich vor allem im deutschen Nichtwohnungsbau etabliert: So wurde 2020 jedes dritte neu errichtete Nichtwohngebäude unter Zuhilfenahme großformatiger und tragender Fertigbauteile realisiert. Im Wohnungsbau scheint dagegen ein sprunghafter Anstieg der Fertigbaudynamik in den kommenden Jahren eher unwahrscheinlich. Dennoch wird 2022 ein Wachs

Fliesenmesse „Cevisama“ erneut verschoben

Diesmal ist es nicht die Pandemie oder Covid-19, die erneut den Terminplan der spanischen Messegesellschaft Feria Valencia durcheinanderbringt. Wie es in einer aktuellen Meldung des Veranstalters heißt, zwingt die durch den Krieg verschärfte Energiekrise in der Keramikindustrie die „Cevisama“, die kommende Ausgabe erneut zu verschieben. Neuer Termin für diese Keramik- und Badezimmerveranstaltung, die vom 13. bis 17. Juni 2022 stattfinden sollte, ist jetzt der 27. Februar (bis 3. März 2023). Die Messe musste aufgrund der sechsten Welle der Covid-19-Pandemie bereits ihren traditionellen Februar-Termin verlassen und sollte im Juni 2022 stattfinden. Der Ukraine-Krieg habe die Energiekrise weiter verschärft, mit der Keramikhersteller bereits seit Mitte vergangenen Jahres vor allem wegen Preis-Steigerungen zu kämpfen haben. Mit Ausbruch des Krieges sind die Gaspreise erneut stark gestiegen, was in der gasintensiven Industrie bereits zu Produktionsstopps und Anpassungen der Belegschaft in Form von Kurzarbeit geführt habe. Das Standbein der valencianischen

Fliesenmesse, die Keramikindustrie, sieht sich nach Russlands Invasion in der Ukraine mit großer Ungewissheit und unvorhersehbaren Ergebnissen konfrontiert. Neben den überhöhten Energiekosten bereitet den Fliesenherstellern auch die Lieferung von Ton, der größtenteils aus der Ukraine stammt, sowie die allgemein gestiegenen Kosten für andere Rohstoffe und Logistik Probleme. Außerdem sei der russische Markt verloren, der im vergangenen Jahr der zwölftgrößte Exportmarkt für spanische Keramik war. Angesichts dieses Kontexts hätten sich bereits Aussteller zurückgezogen, so dass die Messe wirtschaftlich nicht mehr erfolgreich sein würde, sagte Cevisama-Direktorin Carmen Álvarez nach Abschluss der entscheidenden Sitzung des Organisationskomitees. Man möchte es gerne positiv sehen: Die nächste Ausgabe der Cevisama vom 27. Februar bis 3. März 2023 zu veranstalten, würde zugleich bedeuten, dass die Messe in die Zeit des Jahres zurückkehrt, in der sie traditionell stattfand, das erste Quartal jeden Jahres.

Bauüberhang:

Baugenehmigungen übertreffen Fertigstellungen

Die Zahl der Baugenehmigungen ist ein wichtiger Frühindikator zur Einschätzung der zukünftigen Bauaktivität, da Baugenehmigungen geplante Bauvorhaben darstellen. Wenn es nur danach gehen würde, könnten die ambitionierten Pläne der Ampelkoalition, 400 000 Wohnungen fertig zu stellen, nicht unerreichbar sein.

Immerhin wurde im Jahr 2021 in Deutschland der Bau von 380 914 Wohnungen genehmigt, 3,3 Prozent oder 12 325 mehr Baugenehmigungen als im Jahr 2020, so das statistische Bundesamt. Ob das allerdings die Basis dafür ist, das Ziel der Regierung zu erreichen, scheint eher fraglich. Daran ändert auch die Tatsache

Häuserpreisindex in nur sechs Jahren von 100 auf 162 gestiegen

nichts, dass laut einer von der Ampel-Regierung beim Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung und

dem Institut der deutschen Wirtschaft in Auftrag gegebenen Studie kurzfristig nutzbares Bauland für rund zwei Millionen Wohnungen bereitsteht. Denn nach wie nimmt der so genannte Bauüberhang, also zwar genehmigte, aber noch nicht begonnene oder abgeschlossene seit einigen Jahren weiter zu.

Gründe, warum sich die Schere weiter öffnet, gibt sicher viele. Die Tatsache, dass der Häuserpreis-Index derzeit nur die Richtung Aufwärts kennt, dürfte einer der Gründe sein. Ausgehend vom Jahr 2015 (Index

= 100) lag der Häuserpreisindex im vierten Quartal des Jahres 2021 bei etwa 161,9 Punkten. Allein im 4. Quartal kosteten Immobilien 12,2 Prozent mehr als im Vorjahres-Quartal. Ein anderer nicht unwesentlicher Grund ist im Rahmen der Pandemie hinzugekommen. Lieferengpässe, Rohstoffknappheit und eine erhöhte Nachfrage im In- und Ausland haben sich spürbar auf den Bausektor ausgewirkt und der Preis-Spirale zusätzlich Schwung verliehen.

Besonders betroffen waren davon Holz sowie Stahl und Stahlbeton, die sich im Laufe des Jahres 2021

enorm verteuert haben. Das hat sich übrigens auf die Genehmigungszahlen ausgewirkt. So ging laut Statistischem Bundesamt die Zahl der Baugenehmigungen für Neubauten von Wohn- und Nichtwohngebäuden, bei denen Holz oder Stahl und Stahlbeton die vorwiegend verwendeten Baustoffe waren, in der zweiten Jahreshälfte 2021 zurück (bei Holz 2,6 Prozent, bei Stahl und Stahlbeton 9,8 Prozent im Vergleich zum 2. Halbjahr 2021), nachdem die Zahlen bis zur Jahresmitte angestiegen waren (Holz +15,0 Prozent, Stahl und Stahlbeton +32,6 Prozent im Vergleich zum 1. Halbjahr 2021). ◀

Kludi/RAK:

Sauerländische Armaturen werden arabisch

Der Keramik-Hersteller RAK Ceramics aus dem zu den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) gehörenden Emirat Ras Al Kaimah hat den Armaturen-Hersteller Kludi aus dem sauerländischen Menden übernommen. RAK Ceramics Kernkompetenz sind keramische Fliesen.

Der Maßstab dafür soll das Werk des Unternehmens am Rande der saudischen Wüste die Welt sein: Es sei die größte zusammenhängende Fliesen-Produktionsstätte Welt weit. Hierzulande weniger bekannt ist das Unternehmen als Anbieter von Sanitärkeramik, Porzellan und Armaturen. Letzteres Standbein haben die Araber seit 2006 gemeinsam mit dem deutschen Armaturenhersteller Kludi ausgebaut, woraus sich jetzt die vollständige Übernahme entwickelte, nachdem sich Franz Scheffer, Enkel des Firmengründers und Anteilseigner in dritter Generation, vollständig aus dem Unternehmen zurückgezogen hatte. Die Vereinbarung soll vorbehaltlich der Closing Bedingungen bis zum 31. Mai 2022 umgesetzt werden.

Wie Kludi in einer Presseerklärung mitteilte, soll der Besitzerwechsel dem Unternehmen die Unterstützung und finanzielle Rückendeckung für die Fortsetzung seiner

Wachstumsstrategie und die Intensivierung der 2018 eingeleiteten Modernisierung von Produktion und Logistik in Menden auch unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten sichern. Die Eigenständigkeit der Marke Kludi bleibe erhalten und auch das derzeitige Management sei vom Besitzerwechsel nicht betroffen.

Bereits seit 16 Jahren verbindet das Unternehmen RAK Ceramics, das sich zu den weltweit Top-5-Keramikherstellern rechnet, und Kludi das Joint-Venture „Kludi RAK“ in den VAE für die Produktion und den Vertrieb von Armaturen. Ziel war es, jährlich rund 1 Mio. Armaturen in Ras Al Khaimah zu fertigen. Für Abdallah Massaad, Vorstandsvorsitzender (Group CEO) der RAK Ceramics Group, steht die Übernahme der Kludi Gruppe im Einklang mit der eigenen Wachstumsstrategie und dem Bestreben, die RAK-Präsenz in den Kernmärkten zu stärken. Damit könne die Expansion in die europäi ▶

▶ tum von rund 5 Prozent bei den Fertigwohnhäusern erwartet. Bis 2030 sei ein Marktanteil von einem Viertel ein durchaus wahrscheinliches Szenario, glauben die Marktforscher von Bauinfoconsult. Das liege nicht zuletzt am Potenzial des Baumaterials Holz, das den Marktanteil bereits 2022 deutlich ausbauen dürfte. Fertigteilbau, genauer das Bauen mit großformatigen, industriell vorgefertigten Bauteilen, verbreite sich in vielen unserer Nachbarländer wesentlich stärker, so die Feststellung. * **NACHHALTIGKEITSKONZEPT ERFOLGREICH** Bereits seit dem Jahr 2012 wird im Werk Weferlingen des Bauchemieherstellers Mapei GmbH regelmäßig der Energieverbrauch überprüft mit dem Ergebnis, dass der jährliche Strombedarf trotz Erhöhung der Produktionsmenge kontinuierlich gesunken ist. Um das zu erreichen, wurden in den vergangenen Jahren umfangreiche Aktionen durchgeführt, um den Energieverbrauch zu senken. Die Neuerungen im Werk wurden von dem dortigen Team angeregt und bis auf Verrohrungen ohne Produktionsausfall selbst durchgeführt. Bereits zum Jahresende 2020 hatten sich alle Maßnahmen, die zur Senkung des Energieverbrauchs ergriffen wurden, amortisiert. So wurde unter anderem die **Beleuchtungsanlage auf hocheffiziente Industrie-LED-Technik umgerüstet und neue Druckluft-erzeuger inklusive einer intelligenten, übergeordneten Steuerung und einer gesteuerten Energierückgewinnungsanlage zur Ausnutzung der Abwärme installiert.** * **3D-WEITERBILDUNG FÜR JUNGEN TALENTE** Junge Talente weiterbilden und qualifizieren ist eines der Ziele des Armaturenherstellers Dornbracht. Hier ist man überzeugt, dass die Mitarbeitenden die Kernressource des Unternehmens und damit auch der Schlüssel zum Erfolg sind. Entsprechend bietet der Armaturenhersteller aus Iserlohn seinen Auszubildenden attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten an: Als erster Lehrling im Raum der SHK zu Hagen hat Kai König die Zusatzqualifikation „Additive Fertigungsverfahren“ absolviert und bestanden. Als digitales Fertigungsverfahren nimmt der 3D-Druck eine immer wichtigere Rolle ein. Um Fachpersonal in diesem Bereich zu qualifizieren, bietet Dornbracht seit dem Winter 2021 diese Zusatzausbildung „Additive Fertigungsverfahren“ an. **Damit lernen die Auszubildenden den gesamten Prozess des 3D-Drucks kennen von der Modellierung über die Vorbe-**

reitung bis hin zur Fertigung der Produkte. * **EINE BÜHNE FÜR STARTUPS** Ob Digitalisierung, Smart Home oder Energiemanagementsysteme, die sich ständig wandelnde SHK-Branche bietet eine Fülle an Möglichkeiten für erfinderische Unternehmer, mit einer neuen Idee erfolgreich durchzustarten. Dem will die sanitäre Fachmesse „SHK Essen“ (vom 6. bis 9. September 2022) gerecht werden und bietet innovativen Gründern unter dem Motto „Startups@SHK Essen“ in der Messehalle 2 erstmals eine Plattform für ihre Entwicklungen und Produkte für die SHK-Branche. Unterstützt werden sie dabei von der Messe Essen und der VdZ Wirtschaftsvereinigung Gebäude und Energie. Ein zusätzliches Speeddating-Event und ein Startup-Pitch vernetzen die jungen Unternehmen mit Ausstellern, Besuchern und Investoren. Interessierte Aussteller finden die Anmeldeunterlagen unter www.shkessen.de. * **FLIESENKOOPERATION WÄCHST WEITER** Die W. Renner GmbH aus Landsberg am Lech hat sich der IGA Fliese Fachhandel der Handelskooperation Hagebau angeschlossen. Damit erhöht sich die Mitgliederzahl dieses Spezialisierungssystems auf jetzt 20 Händler mit 43 Niederlassungen. Die W. Renner GmbH wurde im Jahr 1955 gegründet und beschäftigt mittlerweile rund 170 Mitarbeitende, davon 20 Auszubildende. Die Standorte in Landsberg am Lech und Weilheim i. Ob. bieten jeweils eine Fliesenabteilung mit ca. 1 000 bzw. ca. 700 Quadratmetern Ausstellungsfläche. * **PARTNERSCHAFTLICH SMART UNTERWEGS** Clevere Systemlösungen treffen auf smarte Mobilität: Mit zwei neuen E-Smarts macht die Fliesen Theissen GmbH & Co. KG mit Sitz in Bocholt ab sofort auf sich und energiesparende Baulösungen aufmerksam. Ein Motiv des Keramik-Klimabodens Schlüter-Bekotec-therm zielt einen Smart ForFour in auffälligem Orange, ein Smart ForTwo Cabrio ist mit Motiven der Lichtprofiltechnik Schlüter-Liprotec dekoriert. Die beiden elektrisch betriebenen Flitzer sind aber keine reine Ergänzung des Fuhrparks, wie Geschäftsführer Christoph Theissen betont: „Die Smarts in Schlüter-Optik sollen so viel wie möglich auf der Straße gesehen werden. Daher werden wir die Fahrzeuge nicht nur selbst nutzen, sondern sie auch auf verschiedene Weise unseren Kunden zur Verfügung stellen. Gleichzeitig soll auch das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus gerückt werden

schen Märkte vorangetrieben und die Positionierung bei Projekten im gesamten Sanitär- und Armaturengeschäft gestärkt werden.

Für die Kludi Gruppe bietet sich jetzt die Möglichkeit, das Netzwerk von RAK Ceramics zu nutzen, um den Wert der Armaturen weiter zu steigern, so Julian Henco, Vorsitzender der Geschäftsführung von Kludi.

Damit können wir den in den letzten Jahren eingeschlagenen Wachstumskurs in den kommenden Jahren nachhaltig weitergehen

JULIAN HENCO, VORSITZENDER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG VON KLUDI

Damit könne das Unternehmen den in den letzten Jahren eingeschlagenen Wachstumskurs in den kommenden Jahren nachhaltig weitergehen und sich zu einem der Branchenführer in der Armaturenindustrie fortentwickeln.

Trotz alledem, so betont Henco, „bleiben wir ein eigenständiger, deutscher Mittelständler“.

RAK Ceramics ist ein börsennotiertes Unternehmen an der Abu Dhabi Securities Exchange in den VAE und erwirtschaftet als Gruppe mit weltweit circa 15 000 Mitarbeiter einen Jahresumsatz von rund einer Mrd. Dollar. Kludi, 1926 gegründet, beschäftigt derzeit rund 860 Mitarbeitende, etwa 350 davon am Stammsitz in Menden, und 230 weitere an den Fertigungsstandorten im österreichischen Hornstein und 140 im ungarischen Diósd. Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete der Hersteller von Markenarmaturen einen Umsatz von 118,3 Mio. Euro, fast zehn Prozent mehr als im Vergleich zum Vorjahr.

KWC und Franke Water Systems jetzt als Gruppe

Nach dem Verkauf und Loslösen der Division Franke Water Systems aus der Franke Gruppe hat die Franke Water Systems AG wie geplant jetzt ihren Namen gewechselt. Die Gesellschaft firmiert nun unter dem Namen KWC Group AG und kontrolliert die weiteren Gesellschaften der Gruppe.

Seit dem Verkauf der Franke Water Systems AG an die von Equistone beratenden Fonds im Mai 2021 haben die neuen Eigentümer die internationale Sanitär-Gruppe als eigenständige Firma ausgerichtet. Laut aktueller Unternehmensmeldung wachsen damit die Marken KWC, nach eigenen Angaben Marktführer im Bereich Privathaushalt in der Schweiz, und Water Systems Commercial, Marktführer im professionellen Bereich in der D-A-CH Region, eng



zusammen. Dies spiegelt sich seit März 2022 auch im Firmennamen wider. Die Franke Water Systems AG tritt ab sofort mit einem neuen Namen auf: KWC Group AG. Diese Entwicklung basiere einerseits auf den gemeinsamen Markenwerten Lebensqualität durch Sicherheit, Nachhaltigkeit und Schutz der Gesundheit. Und andererseits würden durch das Zusammenrücken der Marken Synergien über den Knowhow-Transfer beider Bereiche genutzt. Die KWC Group AG ist ein international agierender Hersteller von Armaturen und umfassenden Sanitär-Lösungen. Alle Marken der Unternehmensgruppe wie KWC und Franke Water Systems Commercial firmieren seit 2022 unter dem Namen KWC Group AG. Die Gruppe produziert an sechs Standorten in Europa und Asien.

*** ZUKUNFTSWERKSTATT FÜR DAS HANDWERK** Die Partnerschaft mit Handel und Handwerk entlang des professionellen Vertriebswegs sei ein wesentlicher Bestandteil der Strategie des Armaturenherstellers Kludi, so betont Axel Stoiber, bei Kludi Co-Geschäftsleiter Vertrieb Zentraleuropa. Darauf ausgerichtet war die „Zukunftswerkstatt“, die das Unternehmen 2021 erstmals veranstaltet hatte. Sie nimmt das Handwerk in den Fokus, indem sie den offenen und intensiven Austausch zwischen interessierten Fachhandwerksunternehmen und dem Kludi-Management ermöglicht. Zur Sprache kommen dabei Themen, die die Verantwortlichen von Betrieben umtreiben, wenn es um die Zukunftsfähigkeit ihrer Firmen geht. Aktuell wird die dritte Auflage der Veranstaltung vorbereitet, die am 12. Mai 2022 am Stammsitz des Unternehmens in Menden stattfinden wird und sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Geschäftspraxis im Fachhandwerk beschäftigen soll. Mehr Informationen: <https://www.kludi.com/ch/mehrvomtag/3-zukunftswerkstatt/> *** BIS 2045 NUR NOCH KLIMANEUTRAL HANDELN** Der Keramikhersteller Duravit AG hat sich vorgenommen, bis 2045 weltweit ausschließlich klimaneutral zu handeln. Als global agierendes Unternehmen fühle sich Duravit dem Nachhaltigkeitsgedanken besonders verpflichtet: „Ich sehe beim Thema Nachhaltigkeit unsere gesamte Gesellschaft in der Verantwortung und das schließt auch Unternehmen wie Duravit ausdrücklich mit ein“, sagt Duravit CEO Stephan Tahy. Dabei sei der eigene Anspruch, möglichst wenig auf die Kompensation von CO₂-Emissionen zurückzugreifen. Zu dem Maßnahmenpaket gehört unter anderem, dass die Produktion in Hornberg schon heute ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien einsetzt. Weiterhin senken zum Teil unternehmenseigene Lösungen den Energie- und Ressourcenbedarf im Produktionsprozess. Ein wichtiger Meilenstein für das Unternehmen sei die CO₂-Reduktion um 20 Prozent bis 2030 im Vergleich zu 2019, so der Duravit-Chef, der zugibt, dass das speziell in der sehr energie-intensiven Keramikproduktion nicht leicht sein werde.

Villeroy & Boch AG:

Operatives Ergebnis auf hohem Niveau

In der Konzern-Zentrale der Villeroy & Boch AG herrscht beste Stimmung. Denn der Konzern habe sein operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) auf 92,8 Mio. Euro (Vorjahr: 49,7 Mio. Euro) steigern und damit das beste operative Ergebnis der Villeroy & Boch-Historie erzielen können.

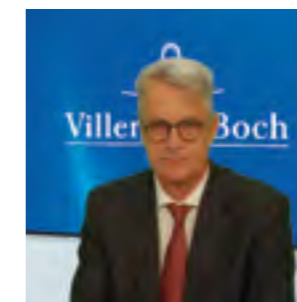
Wie es in der Pressemeldung heißt, erzielte der Mettlacher Konzern im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz in Höhe von 945,0 Mio. Euro. An dieser Umsatzentwicklung die meisten Exportländern mit zweistelligen Zuwachsraten beteiligt, so dass nicht nur gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzanstieg von 18 Prozent erreicht werden konnte, sondern ebenso das von der Pandemie unbeeinflusste Geschäftsjahr 2019 deutlich übertroffen wurde.

Als Gründe für die in allen Geschäftsfeldern und Vertriebskanälen erreichten Umsatzzuwächse wird unter anderem der Trend zur Renovierung und Neuausstattung von Haus und Bad genannt. Zudem sei man aber auch durch eine frühzeitige Weichenstellung hinsichtlich der eingeleiteten Digitalisierungsmaßnahmen aktuell gut aufgestellt. Darüber hinaus hätten sich die voranschreitende Bereinigung der Vertriebsstrukturen sowie die Umstellung von Geschäftsmodellen in verschiedenen Ländern positiv ausgewirkt.

Der Unternehmensbereich Bad und Wellness konnte 2021 erneut Boden gut machen und bilanziert mit einem Umsatz in Höhe von 629,4 Mio. Euro ein Plus von 16,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Währungsbereinigt habe die Umsatzsteigerung dieses Unternehmensbereichs in allen Geschäftsfeldern und Regionen, mit Ausnahme des amerikanischen Markts von 15,9 Prozent. Auch das langjährige Sorgenkind des Konzerns, der Unternehmensbereich „Dining & Lifestyle“

(ehemals „Tischkultur“) hat der Meldung zu Folge wieder auf den Wachstumspfad zurückgefunden. Er erzielte 2021 einen Umsatz von 312,7 Mio. Euro, der damit um 53,5 Mio. Euro bzw. 20,6 Prozent über Vorjahr lag, und das in fast allen Exportländern.

Das Geschäftsjahr 2022 sieht der Vorstand differenzierter. Zwar gehe man von einer Erholung der Weltwirtschaft aus. Allerdings sei zu erwarten, dass die



Wir erwarten, dass die anhaltenden Versorgungsgänge und die damit verbundenen Preissteigerungen das Jahr 2022 stark beeinflussen werden.

FRANK GÖRING, VORSTANDSVORSITZENDER VILLEROY & BOCH AG

anhaltenden Versorgungsgänge und die damit verbundenen erheblichen Preissteigerungen bei Energie und Frachten sowie für Rohstoffe und Verpackungsmaterialien das Jahr 2022 stark beeinflussen werden. Darüber hinaus kann auch der weitere Verlauf der Corona-Pandemie zu erneuten Störungen führen. Ziel sei aber dennoch eine Steigerung des Konzernumsatzes um 5 bis 6 Prozent.

... persönliches ...

Ralph Breymaier leitet seit dem 1. Februar 2022 das Marketing der Marke Uzin. Er folgt damit auf **Hanspeter Bressa**, der zukünftig als Brand Development Manager tätig sein wird. Breymaier übernimmt die globale Verantwortung für die strategischen und operativen Marketingaktivitäten der Marke Uzin und wird sie sowohl national als auch international umsetzen. Gemeinsam mit dem Leiter der Business Unit Uzin, **Steffen Kallus**, wird der neue Marketingverantwortliche aktiv an der zukünftigen Ausrichtung der Marke Uzin arbeiten und deren führende Position weiter ausbauen. *** Stefan Krause** verstärkt seit Februar 2022 als Gebietsleiter Keramik, Naturstein- und Baustoffsysteme das Außendienstteam der Mapei GmbH in der Region Südwest. Der 44-Jährige ist ausgebildeter Fliesen-, Platten- und Mosaikleger und verfügt zudem über eine kaufmännische Ausbildung. Krause war als Fliesenleger sowie als Fachberater für Fliesen und Baustoffe tätig. Zuletzt arbeitete er als Account Manager im Außendienst bei der Firma Rubi Deutschland. Zu Stefan Krauses Hauptaufgaben bei Mapei zählen die Betreuung und Beratung der Bestandskunden sowie die Akquisition neuer Kunden. Zudem ist Stefan Krause für den Ausbau und die Positionierung des Bauchemielieferanten als Anbieter bauchemischer Produkte zuständig. *** Annabell Mensing** übernimmt ab sofort den Bereich Marketing und Kommunikation Deutschland & Österreich bei dem Armaturen- und Sanitärhersteller Delabie. Sie verantwortet den Bereich Marketing und Kommunikation Deutschland & Österreich zunächst für ein halbes Jahr in der Unternehmenszentrale der Delabie Gruppe in Friville (Frankreich), zur der seit 2012 das deutsche Unternehmen Kuhfuss Sanitär gehört, und wird diese Tätigkeit ab Herbst 2022 vom deutschen Firmensitz in Dortmund fortführen. Zielgruppen der Unternehmenskommunikation sind Architekten, Planer, Installateure sowie der Handel vor Ort in allen Bereichen öffentlicher, halböffentlicher und gewerblich-industrieller Sanitärräume sowie im Krankenhaus- und Pflegesektor. *** Jürgen Schwarz** fungiert seit dem 1. März 2022 als Geschäftsleiter Fliesentechnik, **Alexander Magg** ist Geschäftsleiter Fußbodentechnik. Kiesel Bauchemie GmbH will damit seine Organisationsstrukturen optimieren mit dem Ziel, die eigenen Kundengruppen bedarfsgerechter und umfassender anzusprechen und zu betreuen. Innerhalb des Unternehmens wurde daher eine klarere Aufgliederung der Geschäftsbereiche Fliesentechnik und Fußbodentechnik vorgenommen. Hintergrund der strukturellen Veränderung bei dem Esslinger Familienunternehmen ist eine langfristige strategische Ausrichtung, auf die die geschäftsführende Gesellschafterin **Beatrice Kiesel-Luik** und Geschäftsführer **Thomas Müllerschön** ein besonderes Augenmerk legen.

Die Innovation fürs Badezimmer:

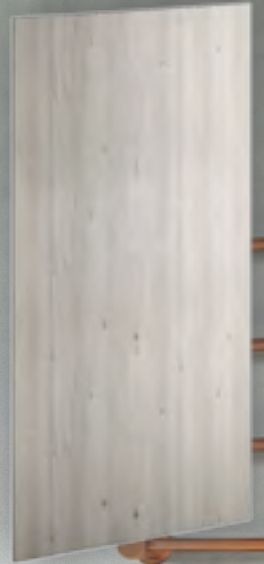
- Antibakteriell
- Fugenlos
- Wasserdicht

WESKO

Ambiente

So einzigartig wie Sie

WESKO Ambiente ist ein innovatives System aus bodenebenen Duschelementen und Bekleidungen für Badezimmerwände. Bei der individuellen Badplanung bietet WESKO Ambiente faszinierende Gestaltungsmöglichkeiten.



vorher



nachher



Dekorkonfigurator



Duschwand Außenwand Duschboden

Urn	Metall	Stein	Holz

Duschwand:
Außenwand:
Duschboden:

