

David J. Haines & Dirk Meyhofer (eds.)



reddot design award
design team of the year 2011

WATER ENJOYMENT

SUSTAINABLE QUALITY, TECHNOLOGY AND DESIGN



GROHE
ENJOY WATER®

„... Für alle Architekten, Planer, Installateure und Kunden, die durch ihre Inspiration und durch ihr einzigartiges Können die Vision von verantwortungsvollem ‚Water Enjoyment‘ verwirklichen.“

“... For all architects, designers, installers and customers who, through their inspiration and their unique ability, bring the vision of responsible water enjoyment to life.”

David J. Haines,
CEO GROHE AG

WATER ENJOYMENT

SUSTAINABLE QUALITY, TECHNOLOGY AND DESIGN

David J. Haines
Dirk Meyhöfer (eds.)

INHALT CONTENTS

6 Leitartikel / Editorial

- 8 **Editorial** David J. Haines
 12 **Editorial** Dirk Meyhöfer
 14 **Chris van Uffelen:**
 „Zur Geschichte der Zivilisation des Wassers“ /
 “The history of the civilisation of water”
 30 **Interview:** Kas Oosterhuis
 34 **Paul Flowers:** GROHE “Water Enjoyment”

40 Gewerbe / Commercial

- 42 **Verwaltungsgebäude / Administration building**
 Schwandorf, Deutschland / Germany
 46 **BMW Welt**
 München / Munich, Deutschland / Germany
 50 **Unilever Firmenzentrale / Headquarters**
 Hamburg, Deutschland / Germany
 52 **McLaren Technology Centre**
 Woking, Großbritannien / Great Britain
 54 **GROHE Firmenzentrale / Headquarters**
 Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany

56 Bildung und Wissen- schaft / Education and Science

- 58 **Kindergarten** Sighartstein
 Neumarkt, Deutschland / Germany
 62 **Ozeaneum**
 Stralsund, Deutschland / Germany
 66 **Klimahaus® 8° Ost**
 Bremerhaven, Deutschland / Germany
 70 **Deutscher Pavillon / German Pavilion**
 Shanghai, China
 72 **Atomium**
 Brüssel / Brussels, Belgien / Belgium
 74 **Neumayer Station III**
 Antarktis / Antarctica
 76 **Oberstufenzentrum Berlin**
 Berlin-Weissensee, Deutschland / Germany
 78 **Darmstadttium**
 Darmstadt, Deutschland / Germany

80 Gesundheit / Health

- 82 **Klinikum / Hospital** Klagenfurt
 Klagenfurt, Österreich / Austria
 86 **J. Wesling Klinikum / Hospital**
 Minden, Deutschland / Germany
 90 **Albert-Schweitzer Klinikum / Hospital**
 Dordrecht, Niederlande / Netherlands
 92 **Vlietland Klinikum / Hospital**
 Schiedam, Niederlande / Netherlands
 94 **Nicosia General Klinikum / Hospital**
 Nicosia, Zypern / Cyprus

96 Hotels

- 98 **Majestic Barrière**
 Cannes, Frankreich / France
 102 **Ellington Hotel**
 Berlin, Deutschland / Germany
 106 **Hyatt Regency Düsseldorf**
 Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany
 110 **Luxe Hotel Suites Airplane**
 Teuge, Niederlande / Netherlands
 114 **Michelberger Hotel**
 Berlin, Deutschland / Germany
 118 **Hyatt Regency Ekaterinburg**
 Jekaterinburg / Ekaterinburg, Russland / Russia
 122 **Krallerhof**
 Leogang, Österreich / Austria
 126 **Devero Hotel**
 Brianza, Italien / Italy
 128 **Fitzwilliam Hotel**
 Belfast, Nordirland / Northern Ireland
 130 **Hard Days Night Hotel**
 Liverpool, Großbritannien / Great Britain
 132 **The Grand Amsterdam**
 Amsterdam, Niederlande / Netherlands
 134 **Lindner Park-Hotel Hagenbeck**
 Hamburg, Deutschland / Germany
 136 **W Hotel Barcelona**
 Barcelona, Spanien / Spain
 138 **Intercontinental Berchtesgaden Resort**
 Berchtesgaden, Deutschland / Germany
 140 **The Pierre**
 New York, Vereinigte Staaten von Amerika /
 United States of America

- 142 **Park Hyatt Zürich**
 Zürich / Zurich, Schweiz / Switzerland
 144 **Ayana Resort and Spa**
 Jimbaran, Indonesien / Indonesia
 146 **Marina Bay Sands**
 Singapur / Singapore
 148 **Brooklands Hotel**
 Weybridge, Großbritannien / Great Britain
 150 **Setai 5th Avenue**
 New York, Vereinigte Staaten von Amerika /
 United States of America
 152 **Leela Kempinski Kovalam Beach**
 Kerala, Indien / India
 153 **Regatta The Icon**
 Jakarta, Indonesien / Indonesia
 154 **Sofitel London Heathrow**
 London, Großbritannien / Great Britain
 155 **The Naka**
 Phuket, Thailand
 156 **Kempinski Soma Bay**
 Soma Bay, Ägypten / Egypt
 157 **Corinthia Nevsky Palace**
 St. Petersburg, Russland / Russia
 158 **St. Regis Bali**
 Bali, Indonesien / Indonesia
 159 **Radisson BLU Ambassador Paris**
 Paris, Frankreich / France

160 Wohnbauten / Residential

- 162 **Masdar City**
 Abu Dhabi, Vereinigte Arabische Emirate /
 United Arab Emirates
 166 **Atrion am Lietzensee**
 Berlin, Deutschland / Germany
 170 **Soho Square**
 Los Angeles, Vereinigte Staaten von Amerika /
 United States of America
 172 **Supreme Bodhi**
 Koasiung City, Taiwan
 174 **Lenbach Gärten**
 München / Munich, Deutschland / Germany
 176 **CHIPs**
 Manchester, Großbritannien / Great Britain
 178 **10 Rochester Row**
 London, Großbritannien / Great Britain
 180 **Aqua Tower**
 Chicago, Vereinigte Staaten von Amerika /
 United States of America
 182 **BEMA Wohnen am Zoopark**
 Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany
 184 **Kitzbüheler Straße**
 Reith bei Kitzbühel, Österreich / Austria
 185 **Mitterfeld**
 Reith bei Kitzbühel, Österreich / Austria

- 186 **Diplomatenpark Tiergarten**
 Berlin, Deutschland / Germany
 187 **New Malden**
 London, Großbritannien / Great Britain

188 Sport und Freizeit / Sports and Leisure

- 190 **Rudolf-Harbig Stadion / Stadium**
 Dresden, Deutschland / Germany
 194 **Signal Iduna Park**
 Dortmund, Deutschland / Germany
 196 **BVB Trainingsgelände / Training ground**
 Dortmund, Deutschland / Germany
 198 **Arena Zagreb**
 Zagreb, Kroatien / Croatia
 200 **Veltins Arena,**
 Gelsenkirchen, Deutschland / Germany
 201 **Peking Stadion / Beijing Stadium**
 Peking / Beijing, China

202 Reisen / Transport

- 204 **Barcelona T1 Airport**
 Barcelona, Spanien / Spain
 208 **AIDAblu**
 Rostock, Deutschland / Germany
 212 **Drettmann Yacht**
 Bremen, Deutschland / Germany

214 GROHE Vision

224 Index

- 224 **Index nach Architekten / Index by architects**
 228 **Index nach Ländern / Index by country**
 230 **Bildnachweis / Photo Credits**

MENSCHEN, DIE DIE WELT MIT DESIGN VERÄNDERN PEOPLE WHO CHANGE THE WORLD THROUGH DESIGN

„Seit Jahren beweist die Unternehmensspitze, dass Design Chefsache bei GROHE ist. Paul Flowers erhält damit die Unterstützung, die er benötigt, um immer wieder innovative, überraschende und ästhetische Lösungen zu gestalten. Das ist Marktreife im wahrsten Sinne des Wortes.“

Prof. Dr. Peter Zec, Vorstand „red dot design award“

“For many years the company’s top management has demonstrated its commitment to excellent design and provided Paul Flowers with the support he needs to come up with innovative, surprising and aesthetic solutions and to bring outstanding products to the market time and again.”

Prof. Dr. Peter Zec, CEO of the red dot design award



reddot design award
design team of the year 2011

Paul Flowers – Senior Vice President Design



Im Juni 2011 wurde bekanntgegeben, dass Paul Flowers und das GROHE Designteam für die höchste Auszeichnung im Produktdesign ausgewählt wurden – das red dot „design team of the year“ 2011. GROHE ist das erste Unternehmen in der Sanitärbranche, das mit dieser weltweit anerkannten Auszeichnung seit seiner Einführung 1988 gewürdigt wird.

Mit dieser Auszeichnung werden jedes Jahr „internationale Designteam für ihre kontinuierliche und innovative Leistung“ gewürdigt. Auf der Liste der früheren Gewinner, die sich wie ein Who’s who der Designszene liest, ist GROHE in bester Gesellschaft. Apple, Bose, Mercedes-Benz, Siemens und Sony sind nur einige der namhaften Firmen, die diese Auszeichnung bereits gewonnen haben. Seit seiner Ernennung im Jahr 2005 hat Paul Flowers das hausinterne GROHE Designteam zu einem phänomenalen Erfolg geführt. Anstatt die Produktgestaltung an prominente Designer zu vergeben und auszulagern, haben wir uns entschlossen, in ein eigenes Weltklasse-Designteam zu investieren. Hier wirken internationale Experten, deren Branchenwissen unvergleichlich ist.

Der Gewinn der red dot „best of the best“ Auszeichnung für die GROHE Ondus® im Jahr 2007 deutete der Branche schon an, dass Design von nun an neben Qualität, Technologie und Nachhaltigkeit ein weiteres fundamentales Standbein für GROHE ist. Derzeit verfügt GROHE über unglaubliche 15 red dot Auszeichnungen – inklusive drei weiteren „best of the best“ Auszeichnungen für die GROHE Ondus® Digtecture (2009), die Rainshower® Icon Handbrause (2010) und den neuen Digital Controller (2011).

Das klare Bekenntnis, branchenführende Designs entwickeln zu wollen, die besondere Relevanz haben und die Menschen inspirieren, führte zu einem Sprung um 104 Plätze im iF-Firmenranking – der größte Erfolg in unserer Sparte. Auszeichnungen aus den USA, Großbritannien, China und Japan unterstreichen den internationalen Anspruch unseres Portfolios.

Aber vielleicht ist eine andere Veränderung der vergangenen fünf Jahre noch bedeutender – nämlich die Art und Weise, wie diese Kreativität zum einen Produkte mit besonderem Mehrwert schafft und zum anderen unsere gesamte Unternehmenskultur beeinflusst.

In June 2011, it was announced that Paul Flowers and the GROHE Design Team had been selected to receive the highest accolade in the field of product design – the red dot ‘design team of the year’ 2011. Recognised globally as a mark of distinction, GROHE is the first company in the sanitary industry to be honoured with the award since its introduction in 1988.

The award is presented annually to “international design teams which continuously produce innovative work.” And with the list of previous recipients reading like a veritable who’s who in the world of design, GROHE is in good company. Apple, Bose, Mercedes-Benz, Siemens and Sony are just a few of the big names to have won the award.

Since his appointment in 2005, Paul Flowers has led the GROHE in-house design team to phenomenal success. Rather than outsourcing to ‘celebrity’ designers, we have chosen to invest in creating a world-class design team of our own – an international mix of industry specialists whose understanding of the market is second to none.

The presentation of a red dot ‘best of the best’ award for GROHE Ondus® in 2007 was the first hint to the industry that design was now a fundamental brand pillar, in addition to quality, technology and sustainability. The total red dot award count now stands at an impressive 15 – including three further ‘best of the best’ awards for GROHE Ondus® Digtecture (2009), the Rainshower® Icon hand shower (2010) and the new Digital Controller (2011).

This commitment to producing the most relevant and inspiring designs in the sanitary industry has also resulted in GROHE advancing 104 places in the annual iF company ranking – the biggest gain in this classification, while awards from the USA, UK, China and Japan illustrate the international appeal of our portfolio.

But perhaps one of the most significant shifts to have occurred in the last five years is the way in which creativity has been used not only to develop products that add value, but also as a catalyst to change the entire culture of the company.



IM DIALOG MIT ARCHITEKTEN IN DIALOGUE WITH THE ARCHITECT COMMUNITY

David J. Haines
CEO
GROHE AG

„Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Partnern die höchsten Standards bei Qualität, Technologie und Design in der Sanitärbranche zu erzielen. Durch den ständigen Dialog mit Architekten und Fachplanern und mit den Nutzern unserer Produkte sind uns deren Anforderungen bewusst.“

“It is our aim, by working with our partners, to meet the highest standards of quality, technology and design within the sanitary industry. A constant dialogue with architects and developers, together with the users of our products, enables us to understand these requirements”



Liebe Leserinnen und Leser,

Wasser ist unsere Leidenschaft. Diese Leidenschaft inspiriert uns zur Entwicklung reizvoller Armaturen und Brausen, die den unterschiedlichen Bedürfnissen von Architekten und Designern in aller Welt genügen. Außerdem veranlasst sie uns dazu, innovative Verfahren für einen verantwortungsvollen Umgang mit dieser wertvollen natürlichen Ressource zu entwickeln und in die Praxis umzusetzen.

Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Partnern die höchsten Standards bei Qualität, Technologie und Design in der Sanitärbranche zu erzielen. Durch den ständigen Dialog mit Architekten und Fachplanern und mit den Nutzern unserer Produkte sind uns deren Anforderungen bewusst. Ihr Feedback bildet die Basis für die drei Grundwerte unseres Designs: GROHE Produkte sind einfach zu bedienen, ergonomisch gestaltet und auf Leistungsfähigkeit ausgelegt. Diese fundamentale Designphilosophie erlaubt es uns, auch künftig die globalen Maßstäbe für den genussvollen, wirtschaftlichen und gleichzeitig nachhaltigen Umgang mit Wasser zu setzen.

Design ist bei GROHE Chefsache und Werttreiber. Unser hausinternes Designteam besitzt die Freiheit, innovative Produkte zu entwickeln, die anregen und inspirieren. Diese Kreativität hat auch offiziell Wertschätzung gefunden. In den vergangenen fünf Jahren ist GROHE mit 15 „red dot awards“ ausgezeichnet worden, darunter vier red dot „best of the best awards“ für GROHE Ondus® (2007), GROHE Ondus® Digtecture (2009), die Handbrause Rainshower® Icon (2010) und den Digital Controller (2011).

2011 hat Professor Dr. Peter Zec, Kreativchef der „red dot awards“, Paul Flowers und dem GROHE Designteam die höchste Auszeichnung in unserer Branche verliehen: den red dot „design team of the year award“. GROHE ist damit das erste Unternehmen in der Sanitärindustrie, das diese renommierte Auszeichnung erhält.

Unsere besondere Designorientierung garantiert auch, dass unsere Sanitär Lösungen auf die Wünsche und Erwartungen unserer Kunden abgestimmt sind. In unserem umfangreichen Sortiment führen wir Produkte für jedes Projekt und jeden Geldbeutel. Dadurch können Architekten, Fachplaner und Ausführende die Welt des „Water Enjoyment“ in all ihre Projekte integrieren.

Gleichzeitig bieten wir Produkte mit hoher Wasser- und Energieeffizienz, die darauf ausgelegt sind, die wichtigsten Umweltnormen im Baubereich zu erfüllen. Die Tatsache, dass GROHE als einer der ersten Lieferanten für die Ökostadt Masdar City zugelassen wurde, die als eine der nachhaltigsten Städte der Welt geplant ist, spricht für sich.

Unser Nachhaltigkeitsdenken betrifft alle Bereiche unseres Unternehmens. Von der Entwicklung bis hin zur

Dear Reader,

Water is our passion. On the one hand, it inspires us to create exciting faucets, showers and sanitary fittings, which meet the needs of the global architecture and design community. On the other hand, it drives us to develop and engineer new and innovative ways of using this precious natural resource in a responsible way.

It is our aim, by working with our partners, to meet the highest standards of quality, technology and design within the sanitary industry. A constant dialogue with architects and developers, together with the users of our products, enables us to understand these requirements. This feedback has allowed us to establish three design values: GROHE products are easy to operate, ergonomic and manufactured for performance. This fundamental design philosophy allows us to continue setting global standards for enjoyable, economical and sustainable ways of using water.

Design at GROHE is a priority and a value driver. Our in-house design team has the freedom to develop innovative products that excite and inspire. And their creativity has been recognised. In the past five years, we have received 15 red dot awards, including four 'red dot; best of the best' awards for GROHE Ondus® (2007), GROHE Ondus® Digtecture (2009), the Rainshower® Icon hand shower (2010) and our Digital Controller in 2011.

In 2011, Professor Dr. Peter Zec, the creative head of red dot, awarded Paul Flowers and the GROHE Design Team with the highest accolade in our industry: the 'red dot design team of the year' award. GROHE is the first company in the sanitary industry to have been presented with this prestigious award.

This focus on design also ensures we provide the solutions expected and desired by our customers. Our extensive range of products for every budget and every type of project enables architects, developers and contractors to shape and integrate the world of "Water Enjoyment" into their architecture.

At the same time, we offer a collection of water and energy efficient products that can help projects meet the standards required by major building environmental assessment tools. The fact that GROHE was one of the first approved suppliers for Masdar City, which aims to be one of the world's most sustainable cities, speaks for itself.

Our commitment to sustainability touches all areas of our business. From product development to packaging, we lead by example. Production at GROHE has been designed to minimise our environmental impact, energy consumption is kept to a minimum and waste heat is re-used. Manufactured in Germany, our products are made from the highest quality materials to ensure a long service life, thereby reducing the need for replacement.

Verpackung unserer Produkte gehen wir mit gutem Beispiel voran. Die Fertigung bei GROHE ist darauf ausgelegt, Umweltbelastung und Energieverbrauch auf ein Minimum zu reduzieren und die erzeugte Abwärme zu nutzen. Unsere Produkte werden in Deutschland aus den besten Materialien hergestellt. Dies verleiht ihnen eine lange Lebensdauer und verringert die Notwendigkeit häufiger Neuanschaffungen.

Architekten und Designer in aller Welt lassen sich von GROHE Produkten inspirieren und integrieren sie in ihre Entwürfe. Unser ökologischer Fußabdruck und unser Netzwerk internationaler Projektextperten garantieren, dass wir zu jedem Projekt einen erfolgreichen Beitrag leisten können. Dies ist einer der Gründe, warum GROHE Produkte derart häufig angefordert werden.

Die im Folgenden vorgestellte Auswahl internationaler Projekte verdeutlicht die Bandbreite an Objekten, in denen Armaturen und Brausen von GROHE eingesetzt wurden. Ob Hotel oder Jacht, medizinische Einrichtung, Sportstätte oder Flughafen – jedes Projekt zeigt die Verbindung von Architektur und genussvollem Wassereinsatz auf und macht klar, wie unser umfangreiches Sortiment die unterschiedlichen und spezifischen Bedürfnisse verschiedener Projekttypen erfüllen kann.

Das vorliegende Buch zeigt auch, dass sich GROHE aufgemacht hat, gemeinsam mit seinen Partnern im weltweiten Objektbau Außergewöhnliches zu leisten und die Anforderungen an Nachhaltigkeit, Qualität, Technologie und Design auf weltweit höchstem Niveau zu verwirklichen.

David J. Haines
CEO GROHE AG

Worldwide, architects and designers are inspired by GROHE products and integrate them into their designs. Our global footprint and network of international project experts ensures our successful contribution to every project and is just one of the reasons why GROHE is specified so often.

The following collection of international projects illustrates the diverse range of building types in which our faucets, showers and fittings can be found. From hotels and yachts to medical facilities, arenas and airports, each project unites architecture and water enjoyment, to give a comprehensive overview of how our extensive portfolio meets the diverse and specific needs of each project type.

This book also shows how GROHE, together with our partners in global construction, has started to achieve extraordinary things and to fulfil demands for sustainability, quality, technology and design to a world class standard.

David J. Haines
CEO GROHE AG

VORWORT PREFACE

Dirk Meyhöfer

Architekturjournalist / Architectural journalist

Hamburg

„Fünf Heilmittel gegen Traurigkeit und Schmerzen: Weinen, das Mitgefühl von Freunden, die Wahrheitssuche, das Schlafen und das Baden.“

(Saint Thomas Aquinas – 13. Jahrhundert)

“Five remedies for sorrow and pain: weeping, the sympathy of friends, contemplating the truth, sleep and baths.”

(Saint Thomas Aquinas – 13th Century)

Wasser ist Leben, Wasser ist Zerstörung, Wasser bedeutet Überleben. Der menschliche Körper besteht fast nur aus Wasser. In Naturreligionen spielt Wasser eine göttliche Rolle. Doch: Wasserknappheit bedroht auch das Leben der Völker, Wasser ist nicht nur bei Sturmfluten in Hamburg eine tödliche Gefahr.

Es ist dieses archaische und ambivalente, das den Menschen den Umgang mit Wasser ultimativ erscheinen lässt. Das Wasser sei das unentbehrlichste der Elemente, sowohl zum Leben als auch zur Verschönerung desselben und zum täglichen Gebrauch, hat Marcus Vitruvius Pollio (etwa 60–10 a. D.) geschrieben, also jener Architekturtheoretiker, dem bis heute das gedankliche Grundgerüst der Architektur unserer Welt geschuldet ist. Und gerade in unseren Zeiten, die orientierungslos, manchmal gestaltungslos sind, erlebt Vitruv eine gigantische Renaissance. Seine Philosophie vom Gleichklang aus firmitas, utilitas und venustas (frei übertragen – Konstruktion, Funktion und Form) scheint

Water is life. Water is destruction. Water means survival. The human body consists almost entirely of water. In natural religions, water plays a divine role. Yet a water shortage can threaten lives just as much as a storm flood in Hamburg.

It is this archaic and ambivalent nature that ultimately defines human relationships with water. Water may be the most indispensable of the elements, for life itself, improving life and for daily use, so wrote Vitruvius (ca. 60–10 BC), the architectural theorist, to whom the theoretical basis of architecture worldwide is indebted to this day. Indeed, it is in these times, which lack direction and sometimes structure, that Vitruvius is enjoying a huge renaissance. His philosophy of balancing firmitas, utilitas and venustas (freely translated as construction, function and form) appears more plausible to us than ever before. Moreover, Vitruvius' apposite comments on aqua both fit his general philosophy and reflect the inherent ambivalence of water. Author Chris van Uffelen uses the quotation as a sort of headline for his excellent profile “The history of the

uns plausibel wie nie zuvor und Vitruvs treffende Kommentare zum aqua passen sowohl in seine allgemeine Philosophie wie es auch die inhärente Ambivalenz des Wassers wiedergibt. Autor Chris van Uffelen nutzt das Zitat für seinen exzellenten Querschnitt in diesem Band „Zur Geschichte der Zivilisation des Wassers“ sozusagen als Überschrift.

In einem zweiten Beitrag schlägt er in einem Interview mit Kas Oosterhuis, einem Architekten aus den Niederlanden, die gezwungenermaßen eine Hassliebe zum Wasser empfinden, den Bogen zur vieldeutigen Rolle des Architekten zum Wasser. Der Architekt ist in Personalunion Ingenieur, Designer, Erfinder und Bewahrer, und trägt eine große Verantwortung den Gesellschaften in reichen und in armen Teilen der Welt gegenüber. Oosterhuis spricht unter anderem vom Wasser als Öl des 21. Jahrhunderts und sieht immer heftigere Verteilungskämpfe um diese Ressource entstehen. Sie zu lindern – dabei müssen Architekten und Ingenieure helfen!

Doch Oosterhuis ist es auch, der deutlich sagt, dass wir die spielerischen Möglichkeiten bezüglich des Wassers ausschöpfen sollen!

Und das tun wir mit diesem Buch. Mit einem Streifzug durch die Welt der zeitgenössischen Architektur mit vielen Bau- und Designprojekten, die eine innige Beziehung zum Wasser unterhalten. Architekten entdecken immer häufiger Reiz und die Magie der Aufgabe, direkt am Wasser zu bauen (Unilever Hauptquartier Hamburg) oder sie lassen sich formal durch Welle oder Tropfen (W Hotel Barcelona, BMW Welt München) inspirieren. Besonders empfehlenswert ist der Besuch im Ozeaneum in Stralsund, das eine sehr gelungene Symbiose aus Architektur und Wasser ist.

Die Inszenierung des Wassers in den eigenen vier Wänden ist ein besonderes Anliegen von GROHE. Der Brunnen war, wie das offene Feuer, Ausgangsort menschlichen Zusammenlebens; Beispiele aus aller Welt zeigen, wie Architekten und Designer heute damit umgehen. Eine große Rolle spielt Wasser in Kliniken oder in Bauten der Forschung und Wissenschaft: „Sanem per aqua“ heißt die vollständige Umschreibung für die drei Buchstaben SPA. Gesund durch Wasser – natürlich wird dies besonders sichtbar in den hier präsentierten Hotels in Düsseldorf (direkt am MedienHafen liegt das Hyatt Regency), in den Salzburger Alpen (Wellnesshotel Krallerhof) oder im Aqua Tower (Chicago), der wie ein gefrorener Wasserblock aussieht.

Und wenn Sie, lieber Leser, fragen, was dies alles verbindet, dann schauen Sie genau hin: Es sind die Details, die Armaturen zum Beispiel, die in der zivilisierten Welt meist die Schnittstelle zwischen Mensch und Wasser markieren: Alles spricht dafür, dort, wo das Wasser dem Menschen überantwortet wird, auch auf optimal funktionierende Technik und formschöne Gestaltung zu setzen. Ganz im Sinne von Vitruv. Viel Spaß bei diesem ganz besonderen Spaziergang durch die Welt des Designs und der Architektur, die in dieser Zusammenstellung einzigartig ist. Dem Wasser sei Dank!

civilisation of water“ in this book. In a second piece, an interview with Kas Oosterhuis, an architect from the Netherlands, where there is by necessity a love-hate relationship with water, he highlights the ambiguous role of the architect with regard to water. The architect is an engineer, designer, inventor and keeper rolled into one, and carries a great deal of responsibility in societies across the world, whether rich or poor. Oosterhuis speaks in part of water as the oil of the 21st Century, seeing increasingly fierce battles developing for this resource. And architects and engineers must help to alleviate this.

But Oosterhuis also clearly states that we need to tap into the playful side of water.

And that's what we have done in this book. By taking a stroll through the world of contemporary architecture and looking at a large number of building and design projects that forge an intimate relationship with water. Architects are discovering more and more the appeal and magic of building on the waterfront (Unilever headquarters in Hamburg) or being formally inspired by a wave or a drop (W Hotel in Barcelona, BMW Welt in Munich). A visit to the Ozeaneum in Stralsund is particularly recommended. The German Oceanographic Museum is a very successful symbiosis of architecture and water.

GROHE is particularly interested in the staging of water within four walls. The well, just like the open fire, was a starting point for humans living together. Examples from all over the world show how different architects and designers approach this today. Water plays a major role in clinics or in buildings for science and research. The word SPA is a Latin acronym for sanus per aquam – literally health through water. This is, of course, particularly visible in the hotels presented here: in Düsseldorf (the Hyatt Regency lies on the MedienHafen), in Salzburg, amid the Austrian Alps (Wellness Hotel Krallerhof), or in the Aqua Tower (Chicago), which looks like a frozen block of water.

And if you're wondering what binds all of this together, then take a close look. It is the details, the faucets, for example, which usually signal the interface between man and water in the civilised world. So, where water is supplied to humans, there is then every reason to employ the best possible technology and attractive designs. Truly in the spirit of Vitruvius. I hope that you enjoy the rather special stroll through the world of design and architecture in this unique format.

Thanks to water!

ZUR GESCHICHTE DER ZIVILISATION DES WASSERS THE HISTORY OF THE CIVILISATION OF WATER

Von den Anfängen bis zur Krise des Wassers.
From the beginning up to the water crisis.

Chris van Uffelen

„Das Wasser ist das unentbehrlichste der Elemente, sowohl zum Leben als auch zur Verschönerung desselben und zum täglichen Gebrauch.“

(Vitruv – Architekt, Ingenieur und wichtigster Architekturtheoretiker der römischen Antike)

“Water is the element we can least do without, both for life and also to enhance and for our daily use.”

(Vitruv – architect, engineer and most important architectural theorist of ancient Rome)

Dass das Leben auf unserer Erde dem Wasser entstammt, ist inzwischen allgemein anerkannt. Aber auch die Zivilisation des Menschen hat einen ihrer Grundpfeiler im Bedarf an Wasser. Umgekehrt bedroht die heutige Wasserproblematik nicht nur das Leben einzelner Menschen, sondern auch die Zivilisation als Ganzes. Kein Wunder also, dass der Mensch sich schon immer Gedanken um sein täglich Wasser machte und Erfindungsreichtum in der Wasserbereitstellung zeigte und zeigt.

Wasserversorgung als Keim der Zivilisation

Die ältesten bekannten Keramikgefäße stammen aus China und sind etwa 18.000 Jahre alt. Spätestens zu diesem Zeitpunkt also begann der Mensch, Wasser zu transportieren und somit ist hier der Anfang der eigentlichen Geschichte der Wasserversorgung anzunehmen. Allerdings nutzte zuvor bereits der Neandertaler (bis vor 30.000 Jahren) Wasser zum Kochen und für die Hygiene. Dafür gebrauchte man natürliche Gefäße wie Schildkrötenpanzer, die bei Grabungen auf Brunnenböden gefunden wurden. Aus der Jungsteinzeit datieren die ältesten bekannten Brunnen (Mylouthika, Zypern, 10. und 9. Jahrtausend v. Chr.). Als der Mensch schließlich sesshaft wurde (in Asien 8.000 v. Chr.) und im Neolithikum die bäuerliche Wirtschaftsweise im südlichen Mitteleuropa ab etwa 5.800 v. Chr., im nördlichen ab etwa 4.300 v. Chr. begann, wurde Wasser an bestimmten Orten benötigt. So entstanden noch vor den eigentlichen frühen Hochkulturen (Schriftzeichen gab es ab ca. 3.000 v. Chr.) Wasserleitungssysteme: Entwässerungsrinnen und Wasserbecken mit Zu- und Ablaufrohren waren Voraussetzung für eine geplante Landwirtschaft, die ihrerseits Voraussetzung für die Versorgung und das Entstehen städtischer Strukturen bildete. Aus den frühen Hochkulturen finden sich dann auch die entsprechenden Belege zur Nutzung des Wassers. Im Gilgamesch-Epos der Sumerer erhält die nach ewigem Leben suchende Hauptfigur den Rat, sein endliches Leben zu genießen sowie folgende Anweisung: „Deine Kleidung sei rein, gewaschen dein Haupt, mit Wasser sollst du gebadet sein!“ In der sumerischen Stadt Tell Asmar (im heutigen Irak) gab es kupferne Wasserrohre und aus dem mesopotamischen Mari (Syrien) ist die Figur einer „Göttin mit dem Wasserspendengefäß“ erhalten, bei der das Gefäß als Austritt für echtes Wasser diente. In der Harappa-Kultur verfügte die aufgrund ihrer mehrstöckigen Bebauung ungewöhnliche Siedlung Mohenjo-Daro am Unterlauf des Indus (Pakistan) über eine ausgefeilte 4.000 Jahre alte, gemauerte Kanalisation. Einige Häuser wiesen private Bäder auf, aber Zentrum dieser bronzezeitlichen Siedlung war ein als „großes Bad“ bezeichnetes Gebäude: eine 60 x 30 Meter große Anlage, die ein fast zweieinhalb Meter tiefes 7 x 12 Meter großes Bassin umgreift. Treppen führen in das Becken hinein, aber die genaue Nutzung des Bauwerks ist nicht bekannt. Der minoische Palast in Knossos bekam sein Trinkwasser in Küche und Bad bereits aus weit entfernt liegenden Quellen durch Tonrohre geliefert. Abtritte hatten hier bereits eine ständige Wasserspülung. Auch aus der mykenischen Kultur (um 1.600 v. Chr.) sind Badeanlagen bekannt, während aus Babylon mit dem Codex Hammurapi des Königs Hammurapi (1.700 v. Chr.) Regeln für die Pflege der Bewässerungsanlagen überliefert sind. Ein solches

It is now generally recognised that life on earth originated from water. But even human civilisation has its cornerstone in a need for water. Conversely, current problems with water threaten not only the lives of individuals, but civilisation as a whole. Little wonder then that man has always been concerned about his daily water supply and has shown and shows now a rich inventiveness in water provision.

The water supply as the seed of civilisation

The oldest known pottery vessels come from China and are approx. 18,000 years old. So it was at that point, at the latest, that man began to transport water, and so we can assume that this marked the start of the history of water supplies. Although even before that the Neanderthals (up to 30,000 years ago) were already using water for cooking and for hygiene. They used natural containers for this, such as tortoise shells, which have been found during excavations at the bottom of wells. The oldest known wells (Mylouthkia, Cyprus, 10th and 9th Century BC) date from the New Stone Age. When human beings finally began to create settlements (in Asia around 8,000 BC) and when agriculture began in the Neolithic period in southern central Europe from about 5,800 BC and in the north from about 4,300 BC, water had to be available in particular places. Thus, even before the early high cultures (written characters date from about 3,000 BC), systems for channelling water emerged. Drainage channels and reservoirs with inlet and outlet pipes were a prerequisite of planned agriculture, which in turn created a prerequisite for the supply and creation of town structures. From the early high cultures, appropriate evidence for water usage can thus be found. In the Sumerian Epic of Gilgamesh, the main character searching for eternal life is given the advice to enjoy his mortal life and also given the following instruction: “Your clothing shall be clean, your head washed, and you shall be bathed in water.” In the Sumerian town of Tell Asmar (in present-day Iraq), there were copper water pipes whilst, from the Mesopotamian Mari (Syria), a figure is preserved of a “goddess with a water dispenser vessel” where the vessel serves as an outlet for real water. In the Harappan civilisation, the Mohenjo-daro settlement in the Indus valley (Pakistan), unusual on account of its multi-storey buildings, had an elaborate 4,000-year-old brick-lined sewerage system. Some houses featured private bath houses, but at the centre of this bronze-age settlement there was a building described as the “Great Bath” – a 60 x 30 metre large installation, which encompasses a large 7 x 12 metre basin, almost two and a half metres deep. Steps lead down into the pool, but the exact use of the structure is not known. The drinking water in the kitchens and bathrooms of the Minoan Palace in Knossos came from springs some distance away and was supplied through earthenware pipes. Toilets there had a constantly running flush. Bathing facilities are also known from the Mycenaean culture (about 1,600 BC), whilst from Babylon, the Hammurabi code of King Hammurabi (1,700 BC) provides rules for cleaning the irrigation system. Such water rights in these cultures were the prerequisite of living together. And it is certain that the hanging gardens of the Semiramis were irrigated by pumps. Finally, in ancient Egypt there were proper private bath houses and there is even a preserved “showerhead”. Here, in 2,700 BC, the building of the Sadd el Kaffar dam at Memphis and the springs of Helwan marked the beginning of river development as a new discipline alongside agricultural and urban water supply and sanitation. Under Sennacherib



- 1/ **Dame bei der Toilette /**
Woman using the toilet,
Maler der Grabkammer
des Zeserkerésonb /
Painter of the grave chamber
of Zeserkerésonb
um / about
1422–1411 v. Chr. / BC
- 2/ **Der Jungbrunnen /**
The fountain of youth,
Cranach der Ältere /
Cranach the Elder
1546
- 3/ **Badende Frauen /**
Bathing women,
Andokides
um / about
525–520 v. Chr. / BC



2/



3/

Wasserrecht war in diesen Kulturen die Voraussetzung für ein Zusammenleben. Und auch die hängenden Gärten der Semiramis wurden sicherlich durch Pumpen bewässert. Im antiken Ägypten schließlich gab es richtige Privatbäder und sogar ein „Duschkopf“ ist erhalten. 2.700 v. Chr. begann hier mit dem Staudamm Sadd el Kaffar bei Memphis und den Heilquellen von Helwan auch der Gewässerausbau als weitere Disziplin neben dem Landwirtschafts- und dem Siedlungswasserbau. Unter Sanherib, 704 bis 681 v. Chr., wurde eine 55 Kilometer lange Wasserleitung mit Schleusen und Aquädukt zur Versorgung der Hauptstadt Ninive gebaut. Zudem gab es im alten Ägypten Verkehrswasserbau: Pharao Necho II. (610 bis 595 v. Chr.) begann laut Herodot mit der Anlage des Bubastis-Kanals, zwischen dem Nil (und somit dem Mittelmeer) und dem Roten Meer, der als Vorläufer des Suezkanals gilt. Aus dem alten Ägypten sind auch rituelle Waschungen, sowohl Fuß- als auch Totenwaschungen, belegt. Spätestens zu diesem Zeitpunkt bekam das Element Wasser also auch kultische Bedeutung.

Wasser in den Religionen

Wasser spielt in fast allen Religionen als Symbol des Lebens eine große und überwiegend positive Rolle. Allerdings wohnt dem Wasser in überwiegend allen Kulturen auch ein zerstörerischer Aspekt inne, der in der Sintflut kulminiert.

Lediglich im Buddhismus ist das Wasser an sich nichts Heiliges, es versinnbildlicht jedoch als Flusswasser den langen Weg der Meditation bis hin zur Erlösung. Der Mensch gilt im Taoismus als ein Wasserwesen, denn im Wasser erkennt man Lebendigkeit und Wandel sowie – steter Tropfen höhlt den Stein – Stärke. Im Hinduismus ist das dem Gott Vishnu zugeordnete Wasser gar das einzige unzerstörbare Element. Es reinigt von Sünden – besonders an heiligen Orten, die sich beispielsweise gehäuft am Ganges finden – und bringt die Seelen der Toten zum Ort des ewigen Lebens. Im Islam wird Allah häufig mit einem Ozean verglichen, der allen Lebewesen Wasser spendet. Waschungen (Wudu‘) vor dem Gebet sind dort ein fester Bestandteil des Ritus und befreien von Sünde

(704–681 BC), a 55 kilometre long waterway was built, complete with locks and aqueducts to supply the capital city, Nineveh, with water. There were also inland waterways in ancient Egypt. According to Herodotus, Pharaoh Necho II (610–595 BC) commenced the building of the Bubastis Canal between the Nile (and therefore also the Mediterranean) and the Red Sea, essentially the forerunner of the Suez Canal. There is also evidence from ancient Egypt of ritual washing, both in the form of the washing of feet and of the dead. So it is from this time at the latest that water also took on a cultural significance.

Water in religion

In almost all religions, water – as a symbol of life – plays a significant and predominantly positive role. However, in almost all cultures, water also has an inherently destructive aspect, culminating in the Flood.

It is only in Buddhism that there is nothing holy about water itself, although river water symbolises the long path of meditation to salvation. In Taoism, man is seen as a water-being because water represents vitality and change as well as strength – constant dripping hollows out a stone. In Hinduism, water, attributed to the God Vishnu, is actually the only indestructible element. It cleanses from sin, particularly in holy places, which are found in great number along the Ganges, and brings the souls of the dead to the place of eternal life. In Islam, Allah is frequently compared to an ocean that administers water to all living things. Washing (Wudu‘) before prayer is an inherent part of the ritual and it liberates from sin and blame. In Judaism, ritual bathing in the mikveh is also a spiritual cleansing. Bathing in living water (ground water or free flowing water) is described in detail in the Talmud. In Christianity, this symbolism is further reinforced by the act of baptism which, until the late Middle Ages, was carried out as a whole body baptism. Even before Jesus gave his name to it, he himself was baptised by John the Baptist. The commandment of baptism made baptism in water a sign of belonging to the Christian community and, after Christ's death, it served to forgive sins. Holy water is a reminder of baptism and the blessing that is given to the water, which is transferred to anyone (or anything) it touches. Following ancient Roman purification rituals, pure and consecrated holy water

und Schuld. Im Judentum findet ein rituelles Bad in der Mikwe ebenfalls als geistige Reinigung statt. Das Bad in lebendigem Wasser (Grundwasser oder fließendes Wasser) ist im Talmud ausführlich beschrieben. Im Christentum verstärkt sich diese Symbolik durch den Akt der Taufe, die bis ins späte Mittelalter als Ganzkörpertaufe vollzogen wurde, weiter. Schon bevor Jesus den Auftrag in seinem Namen gab, wurde er selbst von Johannes dem Täufer getauft. Mit dem Taufgebot wurde die Wassertaufe zum Zeichen, der christlichen Gemeinde anzugehören, und nach Christi Tod bekam sie die Funktion der Sündenvergebung. Weihwasser erinnert an die Taufe und der Segen, den das Wasser bekommt, überträgt sich auf denjenigen, der (oder dasjenige das) es berührt. Das reine und geweihte Weihwasser kann – in Nachfolge der antik-römischen Lustration – sowohl Personen als auch Gegenstände geistig reinigen und dämonische Einflüsse, wie sie sich etwa im Kontext unreiner Situationen finden (Wochenbett, Berührung eines Toten), neutralisieren. Bei der „Großen Wasserweihe“ segnet der orthodoxe Priester durch einen Fluss, in den er ein Kreuz taucht, symbolisch die gesamte Schöpfung. Aus dem Lebensbrunnen im Zentrum des Paradiesgartens – eng mit der Idee des Jungbrunnens aus Antike und Orient verknüpft – entsprangen die vier Lebensflüsse. Entsprechend fanden sich im Atrium von Kirchen, auch Paradies genannt, Brunnen. Insbesondere die Zisterzienser, die oft sumpfiges Gebiet urbar machten und bevorzugt in unkultivierten Gegenden siedelten, unterhielten in den Kreuzgängen ihrer Klöster Brunnenhäuser.

Heureka

Bereits im antiken Griechenland gab es Schwimmbäder, Brunnen- und Badehäuser. Die große Bedeutung, die dem Wasser in geistiger Hinsicht beigemessen wurde, zeigt die Auffassung des Philosophen Thales von Miletus (um 624 v. Chr. bis um 546 v. Chr.), der es als den Urstoff allen Seins bezeichnete. In der Odyssee (verfasst im 8. Jahrhundert v. Chr.) wird die Körperpflege – darunter auch das Baden vor dem Gastmahl, wie es noch lange üblich sein sollte – an vielen Stellen beschrieben. Öffentliche Badeanstalten mit zehn bis 20 Sitzwannen entstanden im

can spiritually cleanse both people and objects, and neutralise demonic influences that exist in the context of unclean situations (child-bed, touching the dead). At the “Great Blessing of Waters”, the orthodox priest blesses symbolically the whole of creation by baptising a cross in a river. The Four Rivers of Paradise sprang from the fountain of life in the centre of the Garden of Eden, closely linked to the idea of the fountain of youth from antiquity and the Orient. Correspondingly, there were wells in the atrium of a church, also called paradise. The Cistercians, in particular, who often cultivated marshy land and preferred to settle in uncultivated regions, maintained pump rooms in the cloisters of their monasteries.

Eureka

There were already swimming pools, pump rooms and bath houses in ancient Greece. The great spiritual significance attributed to water is seen in the work of the philosopher, Thales of Miletus (624–546 BC), who described it as the primordial matter of all being. In the *Odyssey* (written in 8 BC), personal hygiene is described in many places, including bathing before the banquet a tradition that was continued for a long time. Public baths with 10 to 20 hip baths sprung up in the 5th Century BC and, in the century that followed, became customary institutions. Even private houses featured bathrooms, frequently only with hip height wash basins, but sometimes also with clay baths. The Greek academic Archimedes of Syracuse (ca. 287–212 BC) discovered the principle – named in his honour – that measures the density of a material by means of water displacement, as he got into the bath. He then ran naked through the streets, loudly shouting “Eureka” (“I have found it!”). He is also said to have invented the principle of the “screw-type pump”, the Archimedes screw, which allows water to be raised easily to a higher level. The Greeks also used steam baths and hot air baths. In the gymnasia of the Hellenic sports centre, water basins were used initially for cooling down after sporting activity. Over time, the gymnasia developed into social meeting places, not least when hot water was introduced. Even so, there were also voices of criticism with regard to warm baths. The Spartans saw their effect of “softening-up” as a danger to the state in its ability to wage war. Similarly, the philosopher Plato (ca. 428–348 BC) wanted to restrict warm baths to the

5. Jahrhundert v. Chr. und wurden im Jahrhundert darauf zu üblichen Einrichtungen. Aber auch in Privathäusern gab es bereits Badezimmer, häufig nur mit hüfthohen Waschbecken, manchmal aber auch mit tönernen Badewannen. Der griechische Gelehrte Archimedes von Syrakus (um 287 v. Chr. bis 212 v. Chr.) entdeckte das nach ihm benannte Prinzip, das die Dichte eines Stoffes mittels Wasserverdrängung misst, als er in die Badewanne stieg. Daraufhin rannte er, laut „Heureka“ („Ich habe es“) rufend, nackt durch die Straßen. Er soll auch das Prinzip der „Schraubenpumpe“, der archimedischen Schraube, mit dem sich Wasser leicht auf ein höheres Niveau anheben lässt, erfunden haben. Von den Griechen wurden auch Schwitz- und Heißluftbäder benutzt. Im Gymnasion, der hellenistischen Sportanlage, dienten Wasserbecken zunächst der Abkühlung nach dem Sport. Mit der Zeit wurden die Gymnasia darüber hinaus zu sozialen Begegnungsstätten, nicht zuletzt als warmes Wasser eingeführt wurde. Allerdings gab es gerade in Hinblick auf warme Bäder auch kritische Stimmen: Die Spartaner sahen durch ihre verweichlichende Wirkung den Staat in seiner Kriegsfähigkeit gefährdet, und auch der Philosoph Platon (um 428 v. Chr. bis 348 v. Chr.) wollte das Warmbad lediglich Alten und Kranken zugestehen. Die heilende Wirkung von Wasser wurde bereits umfangreich genutzt, sowohl in Form von Hydrotherapie, in Nachfolge der alten Ägypter, als auch in Bädern an Heilquellen, meist im Kontext eines Asklepions, eines dem dorischen Gott der Heilkunst Askulap geweihten Tempels.

Mens sana in corpore sano

305 v. Chr. wurde das erste große Aquädukt des antiken Roms, die Aqua Appia, eröffnet. Zur gleichen Zeit entstand auch das erste öffentliche Bad der Stadt. Diese

elderly and infirm. The healing effect of water was already being utilised extensively, both in the form of hydrotherapy, emulating the ancient Egyptians, and in the baths at the spas, usually within the setting of an asclepeion, a temple dedicated to Asclepius, the Doric god of healing.

Mens sana in corpore sano

The first great Roman aqueduct, the Aqua Appia, was constructed in Rome in 305 BC. The city's first public bath was opened at the same time. These achievements – transporting water over long distances and thermal baths – are the most famous feats of water engineering in Rome. In the 4th Century, there were some 900 public baths in the city, including 11 large thermal baths and free baths for the poor. The first bath houses were just a simple row of baths, in the Greek style. Greek doctors had their own bathing culture which spread from the town of Capua into the Roman Empire. Soon after, the baths were heated with hypocausts, an ancient Cretan system of central heating, as at the Stabian Thermae in Pompeii (2nd Century BC), the oldest surviving thermal baths. From the final days of the Republic, hygiene and baths had become ever more important and thermal baths increasingly sophisticated. A typical bath house consisted of a changing room, from where one would pass through the frigidarium (cold bath), the tepidarium (warm bath), then the laconicum (steam room), before finally reaching the caldarium (hot bath) in the centre. These buildings became centres of public life. At the time of the Roman Empire, they were not only enormous, they also offered additional facilities for leisure, sport and consumption in opulent luxury. The running of these buildings had to be financed from donations and taxes. In addition, not only the emperors, but also many rich citizens had private thermal baths. The bathing culture led to new discoveries, such as the forerunners of today's mixer faucet, in the form of simple lead faucets.

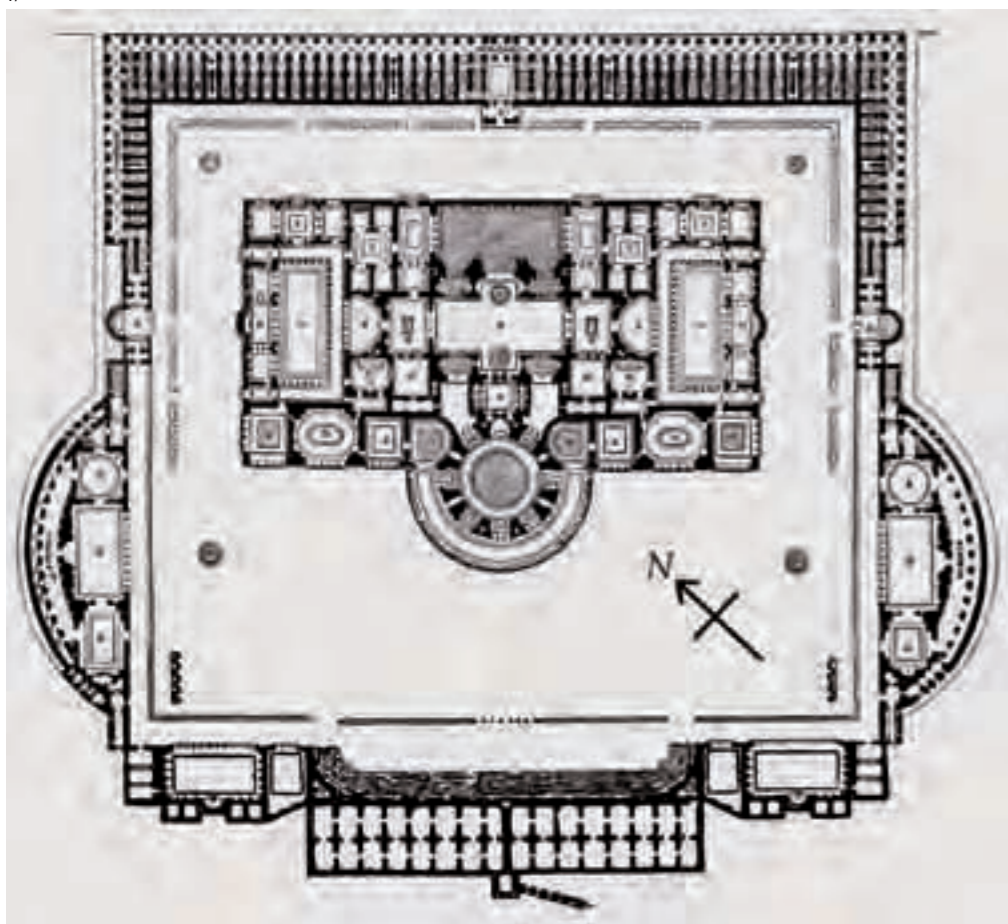
Leistungen – der Transport über lange Strecken und die Thermen – sind die bekanntesten wassertechnischen Leistungen Roms. Im 4. Jahrhundert gab es in der Stadt rund 900 öffentliche Bäder, darunter elf große Thermen sowie kostenlose Badestuben für Bedürftige. Die ersten Badehäuser waren nach griechischem Vorbild als Reihengebäude noch einfach gehalten. Griechische Ärzte hatten ihre eigene Badekultur wohl über Capua in das römische Reich vermittelt. Schon bald darauf, so bei der Stabianer-Therme in Pompeji (2. Jahrhundert v. Chr.), der ältesten erhaltenen Therme, wurden sie mit Hypokausten, einer ursprünglich kretischen Warmluftheizung, beheizt. Ab der späten Republik wurden Hygiene und die Bäder stetig wichtiger und die Thermenanlagen umfangreicher. Eine typische Anlage bestand aus einem Umkleideraum, über den man nacheinander das Kaltbad, das mäßig warme Bad, den Schwitz- oder Heißluftraum und schließlich das Warmbad im Zentrum der Anlage erreichte. Diese Bauten wurden zu Zentren des öffentlichen Lebens, und in der Kaiserzeit waren sie nicht nur enorm groß. Sie boten auch zusätzliche Funktionen für Spiel, Sport und Konsum in üppigem Luxus. Der Betrieb dieser Bauten musste mit Spenden und Steuermitteln finanziert werden. Darüber hinaus hatten nicht nur die Kaiser, sondern auch manch reicher Bürger Privatthermen. Die Badekultur führte zu neuen Erfindungen, wie den Vorläufern unserer heutigen Mischbatterie, in einfachen Armaturen aus Blei. Auch wurden bereits Düker für den Wassertransport genutzt, die – nach dem Prinzip der kommunizierenden Röhren – Hindernisse allein mittels des immer gleich hohen Wasserstandes an beiden Seiten unterqueren lassen. Der Wasserverbrauch der Großstadt war also enorm, und ständig musste frisches Wasser aus der Umgebung angeführt werden. Am Ende des römischen Reiches gab es elf große

Culverts were already in use for transporting water. In accordance with the principle of communicating pipes, these culverts can pass underneath obstacles due to the constant water level on both sides. The city consumed an enormous amount of water and so fresh water had to be channelled constantly from the surrounding area. Near the end of the Roman Empire, there were eleven large “aquifer systems”; or aqueducts each leading to a nymphaeum, a sanctuary dedicated to the nymphs. The pipes were usually made of stone and, according to the writer Vitruvius, a gradient of 0.5 percent was sufficient to ensure the correct flow of water. The Anio Novus aqueduct alone supplied Rome with 200,000 cubic metres of water every day. Once the water reached the city, it was then channelled along pipes made of stone, wood, leather or lead. Although the Romans invented neither the aqueduct, nor the bathing culture, they took both to a new level of sophistication. When the aqueducts were destroyed in the siege of Rome by the Goths in 536 AD, it brought an end to a bathing culture that had stretched right across the Roman Empire. Only the Aqua Virgo continued to supply Rome with water throughout the Middle Ages and, indeed, it still works to this day. Almost 1000 years passed before efforts were made to reintroduce the Roman bathing culture in Europe and to repair several of the aqueducts.

Allah loves the self-proselytising and the self-purifying

It was only in the Byzantine Empire that the Roman bathing culture continued, but it regressed to smaller and more nondescript bath houses. Bathing and also awareness of hygiene went from here to the Islamic world, whence it was later imparted back to Europe again. The Umayyads (660 to 750) continued the Byzantine tradition of magnificently decorated bath houses. But these were soon closed as the

1/



Veduta degli Avanzi delle Terme di Tito: A Avanzi del primo piano delle Terme. B Casa di Tito. C Emicicli del secondo piano corrispondenti alla palestra. D Cella Soleare. E Teatro nel piano superiore

- 1/ Grundriss der Caracalla-Thermen / Floor plan of the Caracalla Baths, 212–216 n. Chr. / AD
- 2/ Ruinen der Titustherme, Rom / Ruins of the Baths of Titus, Rome, Giovanni Battista Piranesi 1756

2/

„Wasserführungen“, so die Übersetzung von Aquädukt, die in Nymphäen, Nymphenheiligtümern, endeten. Meist wurden die Fernleitungen, bei denen laut Vitruv ein Gefälle von 0,5 Prozent ausreicht, um den Wasserfluss zu gewährleisten, aus Stein errichtet. Allein die Aqua Anio Novus führte so täglich 200.000 Kubikmeter Wasser nach Rom. Die weitere Verteilung erfolgte in Leitungen und Rohren aus Stein, Holz, Leder oder Blei. Zwar erfanden die Römer das Aquädukt ebenso wenig wie die Badekultur. Sie erreichten aber in dem einen wie dem anderen einen neuen Höhepunkt der Entwicklung. Mit Zerstörung der Aquädukte bei der Belagerung durch die Goten 536 n. Chr. endete diese Badekultur, die die Römer in ihr gesamtes Reich exportiert hatten. Lediglich die bis heute noch funktionierende Aqua Virgo brachte durch das gesamte Mittelalter Wasser in die Stadt. Erst fast 1.000 Jahre später sollte in Europa die römische Badekultur wieder aufgegriffen und einige der Aquädukte wieder instand gesetzt werden.

Allah liebt die sich Bekehrenden und die sich Reinigenden

Nur im oströmischen Konstantinopel wurde die römische Badekultur fortgeführt, allerdings entwickelte sie sich zu kleineren und unscheinbareren Anlagen zurück. Das Badewesen und auch das Wissen um Hygiene ging von hier aus auf den Islam über, der es später wieder nach Europa zurückvermitteln sollte. Die Umayyaden (660 bis 750) führten zunächst die byzantinische Tradition teilweise prächtig ausgemalter Badehäuser fort. Bald wurden diese jedoch geschlossen, da der Koran – wie die Tora – kein stehendes Wasser zur Reinigung zulässt. So wurde das Wasserbad vom Dampfbad Hamam abgelöst, das aus einem Umkleideraum, einem mäßig warmen und einem heißen Raum besteht. Im Zentrum dieses Raumes steht der hypokaustisch beheizte Seifen- oder Nabelstein, eine Art Liege, auf der eine Seifenmassage stattfindet. Wie in Rom diente auch hier der Besuch nicht zuletzt der sozialen Kontaktpflege, und so baute der Architekt Sinan (um 1490 bis 1588) allein 33 Hamam.

Gare de l'eau

Im frühen Mittelalter ging in Europa das Wissen um Hygiene verloren, und im Laufe der Zeit kamen auch die letzten römischen Wasserversorgungen mangels Unterhalt zum Erliegen. Die Siedlungen – in der Frühzeit meist mit ausreichendem Abstand zu Flüssen errichtet – rückten in der Zeit der Verstädterung (12. Jahrhundert) direkt an die Wasserströme heran. Da aber nach der Urbarmachung der Landschaften (8. Jahrhundert) das Land nun im großen Stil gerodet wurde und es zudem zu einer allgemeinen Verschlechterung des Wetters kam, häuften sich jetzt Überschwemmungen. Das Beste an diesen Überschwemmungen war, dass sie die Straßen zumindest säuberten. Denn ein Abwassersystem gab es nahezu nicht oder nur selten, wie in den Zähringerstädten Süddeutschlands. In Freiburg beispielsweise entstand ab 1170 ein Netz fließender „Bächle“ entlang der Straßen, die Abwässer abführten. Im Allgemeinen blieb aller Unrat jedoch auf der Straße liegen, bis er sich selbst auflöste oder von Regen oder Überschwemmungen aus der Stadt gespült wurde. Vom französischen König Philippe Auguste

Qur'an – likewise the Torah – does not allow standing water to be used for cleansing the body. Thus the water bath was replaced by the hamam or steam bath, which consisted of a changing room, a warm room and a hot room. At the centre of the hot room is a large, hypocaustically heated marble stone, a type of divan bed, suitable for a scrub massage. As in Rome, the hamam was also a centre for social gatherings, with the architect Mimar Sinan (ca. 1490–1588) alone building 33 bath houses.

Gare de l'eau

Knowledge of hygiene dwindled in Europe in the early Middle Ages and, as time passed, the last Roman water supplies also fell into disrepair. Whereas settlements were usually originally built up at a certain distance from rivers, in the time of urbanisation (12th Century) they advanced directly to the water flow. However, when the land was cleared on a grand scale after the cultivation of the countryside (8th Century) and a general deterioration in the weather, there were many floods. The advantage of the flooding was that it at least cleaned the streets. For there were almost no sewage systems or very few, such as in the Zähringer cities of southern Germany.

In Freiburg, for example, from 1170 there was a network of water-filled runnels along the streets that removed waste. In general, however, all the refuse remained on the street until it decomposed or was washed out of the city by rain or flooding. King Philip II of France (1165–1223) is reported to have fainted at an open window of his palace when a passing cart churned up the muck on the street. Even in the 14th Century, one could throw out all manner of refuse in Paris if one shouted "gare de l'eau" ("watch out for the water!") three times first.

Since rivers were also used for the removal of faecal matter and waste water, fresh water could only be taken from wells, which were thus hugely important, but which could not compete with the volume of water supplied by the aqueducts. Bathing in turn – based on claims of asceticism from the church and disapproval at Roman excesses – was seen as suspect. Although the church father Augustine of Hippo (354–430) approved monthly bathing, he recommended that monks take only two baths per year (before Easter and Christmas). It was more common, at least for those in a position to, to swim in nature. It is said that Charlemagne (possibly 747 or 748–814) was a good swimmer and that swimming was one of the seven knightly virtues. During the Crusades, which began in 1095, the knights discovered the Islamic bathing culture, but bathing remained principally a literary topos, rather than an actual pursuit. For the nobility, the private bath consisted of a movable tub, which was set up in a given room, for most of the population it was a washbowl. In the late Middle Ages, communal bathing sometimes formed part of a court ceremonial. One sat on a footstool in troughs made of wood (covered with cloth to protect against splinters), copper or brass, which were then filled with water heated over the fire or heated with hot stones.

From the 13th to the 16th Century, the successors to the Roman thermal baths, in social terms too, were the bath houses or rooms that were first run by a barber-surgeon on behalf of the community but, later, were increasingly privately run. The owners also served as a dentists, hairdressers, barbers, surgeons – in fact, cupping was perhaps their most important source of income – and even in some quarters as brothel



1/

(1165 bis 1223) ist überliefert, dass er am offenen Fenster seines Palastes in Ohnmacht fiel, als ein vorbeifahrender Wagen den Dreck der Straße aufwühlte. Noch im 14. Jahrhundert konnte man in Paris sämtlichen Unrat zum Fenster hinaus werfen, wenn man zuvor drei mal „Gare de l'eau“ (Achte auf das Wasser) gerufen hatte. Weil auch die Flüsse zur Fäkalien- und Wasserabfuhr genutzt wurden, konnte Frischwasser nur an Brunnen geholt werden, die dementsprechend von größter Wichtigkeit waren, mit den Wassermengen der Aquädukte aber nicht konkurrieren konnten. Baden wiederum galt – ausgehend vom Askeseanspruch der Kirche und aus Missbilligung der römischen Ausschweifungen – als suspekt. Der Kirchenvater Augustinus von Hippo (354 bis 430) genehmigte zwar ein Bad monatlich, empfahl Mönchen jedoch nur zwei Bäder jährlich (vor Ostern und Weihnachten). Häufiger wurde wohl – zumindest von jenen, die es beherrschten – in der Natur geschwommen. Von Karl dem Großen (747/748 bis 814) wird berichtet, er sei ein guter Schwimmer gewesen und das Schwimmen gehörte zu den sieben

- 1/ Burgundische Badegesellschaft / Burgundian bathing society, um / about 1470
- 2/ Bathseba im Bade / Bathsheba bathing Albrecht Dürer 1493

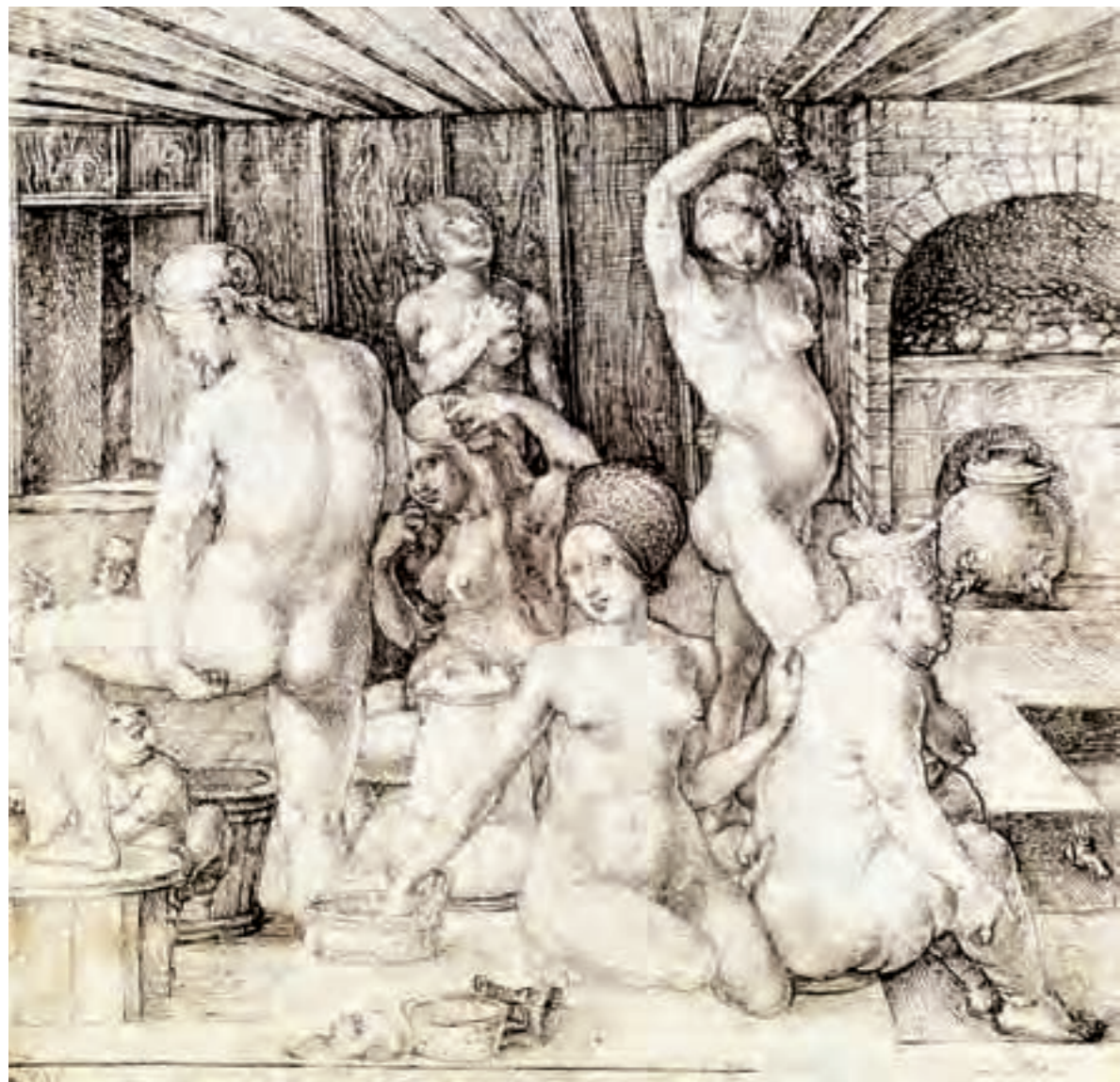


2/

owners. In contrast to the Islamic hamam, men and women did not bathe separately, and multi-person tubs were not merely a flight of fancy. Countless ecclesiastical misgivings and bans, but also the many recorded works of art portray erotic excesses that go far beyond "social contact". For the bath house once again had a social role to play. In addition to the bath tub, these establishments also offered a lower priced vapour bath. Moreover, the larger bath houses also included a kitchen, a changing room (women often wore a special backless garment) and a relaxation room. The number of baths peaked in the early 14th Century before the Black Death (1348) intervened. With a rise in cleanliness around 1400, they then enjoyed a rebirth in popularity in the 15th Century, sometimes also serving as a banquet hall for the "wedding bath". However, the fear of the spread of disease (syphilis and leprosy), growing inhibitions and the proscriptive morality of the church brought it all to an end.

Still waters run deep

Water, which was so highly valued both in terms of being essential for survival and culturally, had of necessity, in popular



1/ **Frauenbad** / The Women's Bath,
Albrecht Dürer
1496

2/ **Der Flussgott Ganges** /
The River God Ganges,
Detail des Vierströmebrunnens,
Rom / Detail of Fountain of the
Four Rivers, Rome
Gian Lorenzo Bernini
1648–1651

3/ **Susanna im Bade** /
Susanna bathing,
Detail / detail,
Albrecht Altdorfer
1526



2/

1/ ritterlichen Künsten. Auf den Kreuzzügen (ab 1095) entdeckten die Ritter die islamische Badekultur, doch blieb das Baden wohl zunächst eher ein Topos, der in der Literatur auftaucht, als dass real gebadet wurde. Das private Bad bestand für den Adel aus einem mobilen Zuber, der in einem beliebigen Raum aufgestellt wurde, und für den Großteil der Bevölkerung aus einer Waschküchle. Im Spätmittelalter wurde das gemeinsame Bad manchmal Teil des Hofzeremoniells. Auf einem Schemel saß man in Wannen aus Holz (gegen Splitter mit Tuch ausgelegt), Kupfer oder Messing, die mit über dem Feuer erhitztem Wasser gefüllt oder mit heißen Steinen erwärmt wurden.

Die Nachfolge der römischen Thermen traten im 13. bis 16. Jahrhundert, auch in sozialer Hinsicht, die Badehäuser oder -stuben an, die zunächst durch einen Bader im Auftrag der Gemeinden, später aber zunehmend privatwirtschaftlich betrieben wurden. Der Bader fungierte auch als Zahnarzt, Friseur, Barbier, Chirurg – das Schröpfen war möglicherweise sogar seine wichtigste Einnahmequelle – und in den entsprechenden Vierteln auch als Bordellbetreiber. Im Gegensatz zum islamischen Hamam wurde nicht nach Geschlechtern getrennt gebadet, und Mehrpersonenzuber taten in Fantasie und Realität ein Übriges. Zahlreiche kirchliche Bedenken und Verbote, aber auch die Überlieferungen in Form von Kunstwerken, schildern erotische Ausschweifungen, die deutlich über „soziale Kontakte“ hinausgehen. Denn auch das Badehaus bekam wieder eine soziale Funktion. Neben dem Wannenbad wurde in diesen Institutionen auch ein preiswerteres Schwitzbad angeboten, zudem umfassten die größeren Badehäuser neben einer Küche auch eine Vorstube als Umkleide (Frauen trugen häufig ein rückenfreies Gewand namens „Badeehr“) und einen Ruheraum. Im frühen

belief, to be highly regulated. In the foreground are the predominant washing and cleansing properties in innumerable, different local customs and prohibitions, which are infused with ecclesiastical ideas. At the heart of the numerous customs and superstitions that are entwined with the theme of water lies, in addition to its washing and cleansing function, a corporeal and spiritual healing power and the protection of clean water. There is therefore a great affinity between water and death, as it was believed that water in the vicinity of a corpse was contaminated, whilst holy water could drive away demons that lingered over corpses. For example, it was always considered prudent for a priest to sprinkle holy water in all the corners of a room from which a dead body had been removed. The magical properties of holy water have been attested since the 4th Century. From the early 13th Century, the familiar demonic waterspouts (Laon Cathedral, 1220) also bear witness to the close connection between water and beings from the underworld. A great many superstitions warn about using water very carefully and disposing of waste water with care. In centuries past, disposing usually meant tipping outside the door, which was considered particularly dangerous at Christmas and New Year. This resulted in the custom, which still prevails in some places today, of having all the washing done before these holidays. But danger also emanated from the water supply itself. During a solstice, for example, if the well was not covered, a dragon flying over might poison it. Moreover, building a house over a well verged almost on suicide although, in the vernacular of the 16th Century, no distinction was made between “well” and “spring”. Wells were considered to be the entrance to the underworld (also to Mother Holle from the fairy tale of the same name) and were the doors of water beings (men, women and animals), which were not necessarily always hostile. The nymphs and naiads from ancient mythology, namely, always looked kindly on humans. These friendly “well maidens” were

14. Jahrhundert erreichte die Zahl der Badestuben einen Höhepunkt, bevor die Pest (1348) zu einem Einbruch führte. Mit dem Anstieg der Reinlichkeit um 1400 hatten sie dann im 15. Jahrhundert eine zweite Blüte und dienten nun auch als Festsaal, wenn beispielsweise beim „Hochzeitsbad“ hier gespeist wurde. Die Angst vor Krankheitsübertragungen (auch Syphilis und Lepra), die enger werdenden Schamgrenzen und die Sittlichkeitsgebote der Kirche bereiteten dem ein Ende.

Stille Wasser sind tief

Wasser, das sowohl überlebenstechnisch als auch kultisch dermaßen hoch bewertet war, musste im Volksglauben zwangsläufig stark reglementiert sein. Im Vordergrund steht bei den unzähligen lokal unterschiedlichen Gebräuchen und Verboten meist die schwemmende und reinigende Eigenschaft, die sich mit kirchlichen Auffassungen vermischt. Im Zentrum der zahlreichen Gebräuche und des Aberglaubens, die sich rund um das Thema Wasser ranken, stehen denn auch neben der schwemmenden und reinigenden Funktion des Wassers, seine körperliche und geistige Heilkraft sowie der Schutz des sauberen Wassers. Auch zeigt sich eine hohe Affinität zwischen Wasser und Tod, glaubte man doch, dass Wasser im Umfeld eines Toten verdarb, während Weihwasser die Dämonen, die sich in der Umgebung von Toten aufhielten, vertreiben konnte. So galt es beispielsweise als ratsam, ein Zimmer, aus dem ein Toter hinausgetragen worden war, durch einen Priester in allen Ecken mit Weihwasser besprengen zu lassen. Die magischen Funktionen geweihten Wassers sind seit dem 4. Jahrhundert bezeugt. Auch die ab dem frühen 13. Jahrhundert bekannten Wasserspeier in Dämonenform (Kathedrale von Laon, 1220) zeugen von der engen Verbindung von Wasser und Wesen aus der Unterwelt. Zahlreiche Aberglauben mahnen, Wasser nur sehr vorsichtig zu nutzen und Abwasser sorgsam zu entsorgen. Entsorgen hieß in früheren Jahrhunderten meist, vor die Türe kippen, was jedoch besonders an Neujahr und Weihnachten als gefährlich galt. Daraus hat sich der noch heute teilweise existierende Brauch entwickelt, vor diesen Feiertagen alle Wäsche gewaschen zu haben. Aber auch von der Wasserversorgung selbst ging Gefahr aus. Beispielsweise dann, wenn man an den Tagen der Sonnenwenden die Brunnen nicht abdeckte, so dass sie ein darüber fliegender Drache vergiften konnte. Auch grenzte es nahezu an Selbstmord, ein Haus über einen Brunnen zu bauen, wobei im Sprachgebrauch bis ins 16. Jahrhundert zwischen „Brunnen“ und „Quelle“ nicht unterschieden wurde. Brunnen galten als der Eingang zur Unterwelt (auch zu Frau Holle im gleichnamigen Märchen) und waren Pforten von Wasseresen (-männer, -frauen und -tieren), die nicht immer feindlich gesinnt sein mussten. So waren die antiken Nymphen und Najaden den Menschen durchaus wohlgesinnt. Häufig verdrängten christliche Heilige solch freundliche „Brunnenjungfern“. Doch hat das Christentum auch eigene Quellwunder wie beispielsweise die Madonna von Lourdes, der besondere Heilkraft zugeschrieben wird. Aber auch ganz normales Wasser galt – besonders an kirchlichen Feiertagen – als Heilmittel gegen Augenschmerzen, Zahnweh, Hundebiss, Sommersprossen oder Unfruchtbarkeit. Kulturübergreifend ist eine intensive Beziehung zwischen Wasser und



3/

often replaced by Christian saints. But Christianity also has its own miraculous water sources, such as the Madonna of Lourdes, which is attributed with special powers of healing. But even quite normal water, particularly on church holidays, was considered to be a remedy for pain in the eyes, toothache, dog bites, freckles and infertility. An intense relationship between water and fertility can be discerned across all cultures, as water is the basis of all life. Accordingly, well-dressing festivals, still celebrated in many places, frequently had their origins in fertility festivals. In many places, water jets were considered to be fertility miracles. Water sprites brought the children to the midwife, but in some areas they also brought changelings. Wells also had the power to help initiate weddings. If, on New Year's Eve, a woman wore a veil and took a light that had burned at a wedding and looked in the well, she would see her future husband. The fact that meanings can also be turned upside down is evidenced by famine wells. If these suddenly brought forth water, they would no longer represent fertility, but forewarn of a threat of famine. Thus we find a myriad of very different references to water in popular culture, right down to the belief that, at Easter at midday, in imitation of the first miracle of Christ, water could be turned spontaneously into wine.

Waterworks and water features

Waterworks was originally the name for a system to raise (extract and contain), and later channel the water (the entire pipework system). It began with water wheels and the Archimedes screw in ancient times. Even then, they were used for water features, fountains and cascades, e.g. those at Nero's palace, the Domus Aurea, which also had a man-made lake. In the late Middle Ages, waterworks were introduced in mines and to supply towns (Bautzen in 1495). The Roman system which disappeared after the Roman Empire, was reconstructed

Fruchtbarkeit festzustellen, da Wasser Grundlage allen Lebens ist. Brunnenfeste, noch heute vielerorts gefeiert, waren dementsprechend ursprünglich häufig Fruchtbarkeitsfeste. vielerorts galten Wassergüsse als Fruchtbarkeitszauber. Wassergeister brachten der Hebamme die Kinder, mancherorts brachten sie aber auch Wechselbälger. Auch schon im Vorfeld von Hochzeiten konnten Brunnen mit ihrer Kraft besonders bei der Anbahnung einer solchen helfen. So konnte eine Frau, wenn sie in der Silvesternacht mit Schleier und einem Licht, das bei einer Hochzeit gebrannt hatte, in den Brunnen schaute, dort ihren künftigen Gemahl sehen. Dass sich Bedeutungen auch beliebig umkehren können, zeigen Hungerbrunnen. Wenn diese plötzlich Wasser führten, standen sie eben nicht mehr für Fruchtbarkeit, sondern wiesen auf eine drohende Hungersnot hin. So finden sich zahlreiche ganz unterschiedliche Belege für Wasser im Volksglauben, bis hin zu der Annahme, dass es sich – an Ostern um 12 Uhr – in Nachfolge des ersten Wunder Christi, spontan in Wein verwandeln konnte.

Wasserkunst und Wasserspiele

Wasserkunst ist ursprünglich die Bezeichnung für ein System zur Hebung (Förderung und Behälter), später auch zur Führung von Wasser (Gesamtheit des Röhrensystems). Sie beginnt mit Wasserrädern und der archimedischen Schraube schon in der Antike. Bereits damals diente sie dem Betrieb von Wasserspielen, Brunnen und Kaskaden, wie diese beispielsweise für Neros Palast, der Domus Aurea, die auch über einen künstlichen See verfügte, bezeugt sind. Im späten Mittelalter wurden Wasserkünste im Bergbau und zur Versorgung der Städte eingeführt (Bautzen 1495). Die römischen Anlagen, die nach dem Niedergang des römischen Reiches verfallen waren, wurden in der Neuzeit rekonstruiert. So erbaute man für die Fontäne des Jardin de Luxembourg in Paris 1613 das Aquädukt von Arceuil nahezu gänzlich neu, während in Rom verschiedene Päpste die großen „Wasserführungen“ der Antike wiederherstellen ließen. Anstelle der ursprünglichen Asklepieien ließen sie riesige Brunnen errichten, die ihre Macht demonstrierten. Der bekannteste dieser Brunnen ist sicher der 50 Meter breite Fontana de Trevi, der unter Clemens XII. zwischen 1732 und 1762 nach einem Entwurf von Nicola Salvi entstand und das Wasser der Aqua Virgo, des einzigen seit der Antike ununterbrochen betriebenen Aquädukts, bis heute hervorsprudeln lässt.

In der Neuzeit entstanden aber auch neue Wasserkünste für die umfangreichen Wasserspiele, die der Adel in seinen Parks errichten ließ. So finden sich im Bergpark bei Schloss Wilhelmshöhe in Kassel Bäche, Kaskaden, ein Aquädukt, Wasserfälle und eine 52 Meter hinauf schießende Fontäne. Umgangssprachlich werden sie die „Kasseler Wasserkunst“ genannt, auch wenn sie ganz ohne Wasserhebung lediglich auf dem natürlichen Gefälle beruhen und aus einem 40.000 Kubikmeter Wasser fassenden Speicherbecken gespeist werden.

Für Spiele von etwa einer Stunde Dauer ergießen sich etwa 1.300 Kubikmeter Wasser durch den Park. Die axiale Kaskade wurde zwischen 1701 und 1714 von Giovanni Francesco Guerniero errichtet und 1785 vom Gartenarchitekten Heinrich Christoph Jussow um seitliche Bereiche

in modern times. The aqueduct of Arceuil was almost entirely rebuilt in 1613 to supply the fountains of the Jardin du Luxembourg in Paris, while various popes in Rome had the great “water channels” of ancient Rome restored. Instead of the original asclepeions, they had huge fountains erected to show their power. The most famous of these fountains is unquestionably the 50 metre wide Trevi Fountain, which was created under Clement XII from 1732 to 1762, to a design by Nicola Salvi and from which the water of the Aqua Virgo, the only aqueduct operated continuously since ancient times, still gushes forth today.

However, in modern times, new waterworks were constructed for the extensive water features erected by the nobility in their parks. At Schloss Wilhelmshöhe in Kassel, there are streams, cascades, an aqueduct, waterfalls and a fountain with a 52 metre high jet of water in the Bergpark. They are known as the “Kasseler Wasserkunst” (Kassel waterworks) even though they are on natural slopes and do not raise any water, and are fed from a reservoir holding 40,000 cubic metres of water. In the course of about an hour, the system pours out approximately 1,300 cubic metres of water through the park.

The axial cascade was constructed by Giovanni Francesco Guerniero between 1701 and 1714 and extended by landscape gardener Heinrich Christoph Jussow in 1785 by adding the side areas in the style of an English country garden. The Kassel fountains are still operated using the original technology today.

1/



im Stile eines englischen Landschaftsgartens erweitert. Noch heute werden die Kasseler Wasserspiele mit der ursprünglichen Technik betrieben.

Puder und Parfüm

Das Ende der Badestubenkultur im 15. und 16. Jahrhundert ging mit der Wiederentdeckung des Heilbades einher, nachdem das Hochmittelalter den Nutzen von Mineralbädern bereits erkannt hatte. Oft eilte einzelnen Badeorten der Ruf eines Jungbrunnens voraus. Trinkkuren wurden im 17. Jahrhundert so beliebt, dass sich der Versand von Mineralwasserkrügen aus manchen Orten (Vichy, Nierselters) lohnte. Zur Körperpflege wurde hingegen immer seltener gebadet, zumal man glaubte, die neue Mode der „Leibwäsche“, welche den Schweiß aufnehme, mache dies unnötig. Wasser galt auch bei Ärzten als Gesundheitsrisiko. In der Kunst waren biblische Badeszenen (Susanna, Bathseba) aber ein beliebter Anlass zur Aktdarstellung. Im Rokoko lösten Puder und Parfüm (die „Toilette“) das Bad weitgehend ab. Dennoch fanden sich weiterhin Repräsentationsbäder oder gar eigenständige Schwimmbäder in Schlössern (Badenburg in Nymphenburg, 1718), und man badete auch als gesellschaftliches Ereignis im „Salon“ in einer mobilen Wanne. Mehr der Unterhaltung und dem sozialen Kontakt als der Gesundheitspflege dienten auch die Kurorte. Im 18. Jahrhundert wurde Bath zum gesellschaftlichen Zentrum, im

Powder and perfume

The end of the public bath culture in the 15th and 16th Century was accompanied by the rediscovery of the spa, after the use of mineral spas had already been recognised in the High Middle Ages. Individual spas often had the reputation of being a fountain of youth. Taking the spa waters became so popular in the 17th Century that there was money to be made in shipping mineral water from some places (Vichy and Nierselters). In terms of personal hygiene however, people bathed less often since it was believed that the new fashion of wearing “underwear”, which absorbed sweat, made this unnecessary. Water was also considered a health risk by doctors. However, in the art world, biblical bathing scenes (Susanna, Bathsheba) were a popular motive for nude depictions. During the Rococo era, powder and perfume (toilette) to a large extent replaced bathing. However, there were still token spas or swimming pools in palaces (Badenburg in Nymphenburg, 1718) and bathing in a moveable bath tub was also a social event in the “salon”. Spas also became sources of entertainment and social contact rather than for health care. In the 18th Century, Bath became the social centre, it was the Bohemian spa triangle in the 19th Century and Wiesbaden in the early 20th Century. Seaside resorts sprang up with their characteristic white architecture. In the 18th Century, Brighton developed from a fishing village into a town with a population of 31,000 by 1831, and Heiligendamm became the first seaside resort in Germany in 1793.

2/



3/



4/



- 1/ **Am Strand von Scheveningen /**
At the beach in Scheveningen,
Max Liebermann
1898
- 2/ **Die elegante Lady vor und
nach der Toilette /** A fashionable
lady in dress & undress,
Robert Dighton
1807
- 3/ **Ein bevorzugter Brauch /**
A Favourite Custom,
Sir Lawrence Alma-Tadema
1909
- 4/ **Steipe und Brunnen am
Hauptmarkt in Trier /**
Main Market Square and
fountains Steipe in Trier,
Clarkson William Stanfield
1838

19. Jahrhundert das böhmische Bäderdreieck, im frühen 20. Jahrhundert Wiesbaden. Seebäder mit ihrer typisch weißen Architektur schossen empor. Brighton, im 18. Jahrhundert aus einem Fischerdorf entstanden, hatte 1831 bereits 31.000 Einwohner, in Deutschland entstand Heiligendamm 1793 als erstes Seebad.

Cholera und Volksbad

Während das Bürgertum kurte, wurde die hygienische Situation in den anwachsenden Städten immer katastrophaler. Nur wenige Metropolen waren zu Beginn des 19. Jahrhunderts vollständig kanalisiert (Wien 1739), und mit dem zunehmenden Pferdeverkehr des 19. Jahrhunderts stieg die Fäkalienmenge in den Straßen weiter an. 1830 erreichte die Cholera – aus Asien kommend – erstmals Europa, auch Wien, wo die Wasserversorgung genauso wenig mit dem rasanten Wachstum der Stadt mithalten konnte wie anderenorts. 1854 wurde der Erreger gefunden, und in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ging man allmählich an die Beseitigung der – inzwischen auch durch die anwachsende Industrie verschlimmerten – Missstände. Deshalb wurden in Amsterdam zwischen 1857 und 1895 16 der Grachten zugeschüttet, die bis Ende des 17. Jahrhunderts, bevor Schleusen sie vom natürlichen Wasserkreislauf abschnitten, eine akzeptable Wasserqualität gehabt hatten. Dabei hatte das Interesse an Hygiene, insbesondere von England ausgehend, durchaus zugenommen.

1761 eröffnete auf der Seine das erste Badeboot, dessen Badekabinen mit Wannen und Duschen ausgestattet waren. In der Folgezeit gab es vielerorts Badeboote, die es ermöglichten, in „Schwimmkäfigen“ im fließenden Gewässer zu baden – die Kunst des Schwimmens war nicht mehr weit verbreitet. Neben mobilen Badekarren gab es ab Mitte des 19. Jahrhunderts auch öffentliche Badeanstalten auf dem Land. 1842 eröffnete in Liverpool die erste öffentliche Bade- und Waschanstalt für Arbeiter. Volksbäder mit Wannen und Duschen verbreiteten sich im Laufe des 19. Jahrhunderts über ganz Europa.

In den 1840er Jahren begann in England auch die Geschichte der modernen, systematischen Wasserversorgung.

Cholera and public baths

While the bourgeoisie took the waters, the hygiene situation became increasingly disastrous in the growing towns. Very few cities had a comprehensive sewerage system by the beginning of the 19th Century (Vienna in 1739) and the amount of faecal matter on the streets increased due to the increasing number of horses used for transportation. Cholera was introduced to Europe – from Asia – for the first time in 1830, even reaching Vienna where the water supply could no more keep up with the rapid growth of the city, than elsewhere. The bacterium causing the disease was discovered in 1854 and in the second half of the 19th Century people gradually went to work on eliminating the appalling conditions which were also getting worse with the growth of industrialisation. It was for this reason that 16 of the canals in Amsterdam were filled in from 1857–1895, the water of which had been of an acceptable quality up to the end of the 17th Century, before locks cut them off from natural water circulation. The interest in hygiene had definitely increased, having started particularly in Great Britain.

1761 saw the arrival on the Seine of the first bathing boat with bathing cabins fitted with bath tubs and showers. In the period that followed, there were soon bathing boats in many places, making it possible to bathe in swimming enclosures in flowing water – the art of swimming was no longer popular. In addition to mobile bathing machines, there were also public swimming baths in the countryside from the middle of the 19th Century. The first public baths and wash houses for workers were opened in Liverpool in 1842. Public baths with bath tubs and showers spread across the whole of Europe during the 19th Century.

In the 1840s, the story of the modern systematic supply of water began in Great Britain. Hamburg followed in 1848 and Vienna in 1873. Water towers served as storage and provided the water pressure required for the constant supply of running water. The water closet, already used in ancient Rome and after an interlude, reinvented by a godson of Queen Elizabeth I (John Harington) in 1596, came into its own again when the first patent was issued to Alexander Cummings in 1775. In Germany, the first one was installed by the daughter of the British King, George III in Bad Homburg Palace in 1820. After the gas boiler (1850) and the modern “shower” (1870)

Hamburg folgte 1848, Wien 1873. Wassertürme dienten als Speicher und gewährleisteten den Wasserdruck, der für die stundenweise Versorgung mit fließendem Wasser benötigt wurde. Auch das Wasserklosett, im antiken Rom bereits bekannt und als Intermezzo 1596 von einem Patenkind der Queen Elizabeth I. (Johan Harington) neu erfunden, konnte sich auf Basis des Patents von Alexander Cummings von 1775 nun durchsetzen. In Deutschland wurde das erste durch die Tochter des englischen Königs George III., Elisabeth, im Bad Homburger Schloss 1820 installiert. Nachdem der Gasboiler (1850) und die moderne „Brause“ (1870) erfunden waren, fanden sich dann in Bürgerhäusern ab 1900 wieder private Badezimmer. Allgemein verbreitet waren sie aber erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhundert.

Selbst wer am Wasser lebt, verschwende das Wasser nicht

Das chinesische Sprichwort ist in Zeiten des – weltweit gesehen – knappen Trinkwassers aktueller denn je. Dabei gibt es genügend Wasser auf der Welt. Die Erdoberfläche ist zu 71 Prozent von Wasser bedeckt, doch nur 3,5 Prozent davon sind Süßwasser und als Trinkwasser zu erschließen gelten gar nur 0,3 Prozent. Mit dem Abschmelzen der Polkappen, den bei Weitem größten Süßwasservorräten der Welt, verwandelt sich das wertvolle Nass in Brackwasser.

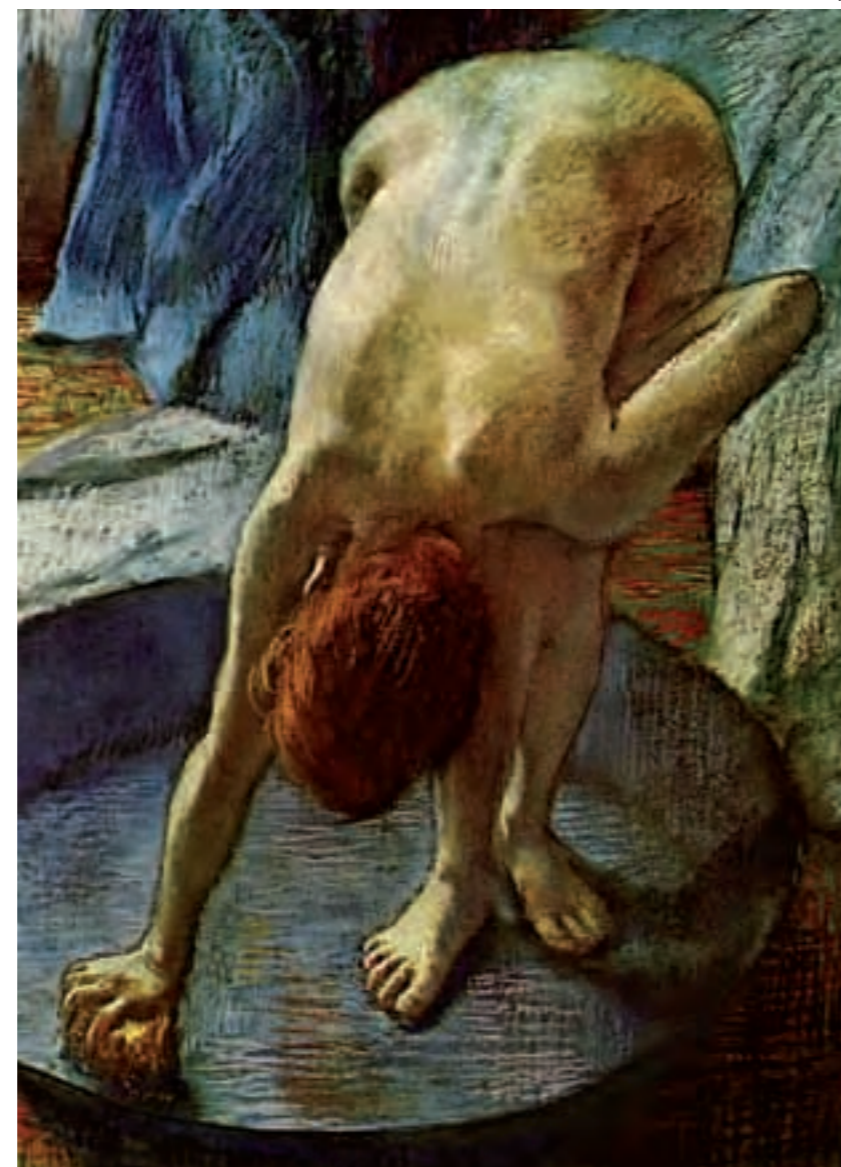
Seit den großen Seefahrten des 17. Jahrhunderts hat die Meerwasserentsalzung große Fortschritte gemacht, und auch die Wasserreinigungstechnik ist nun schon 100 Jahre alt (1910 Erfindung des Chlorinators durch den US Major Carl Rogers Darnall). Dennoch ist die Versorgung der Menschheit mit sauberem und ausreichendem Trinkwasser insbesondere in der Äquatorregion und der südlichen Hemisphäre eines der Hauptprobleme der Zivilisation. Die fortschreitende Desertifikation (Ausbreitung von Wüsten) lässt Konflikte um das überlebenswichtige Wasser wahrscheinlich werden – besonders im Nahen Osten und in Nordafrika. Heute leben rund zwei Milliarden Menschen in über 40 Ländern mit Wasserknappheit, im schlimmsten Falle sind es 2050 – Pakistan und das südliche Afrika, Teile von China und Indien kommen hinzu – sieben Milliarden Menschen in 60 Ländern. Diesem Sachverhalt, von den Vereinten Nationen „globale Wasserkrise“ genannt, versucht man mithilfe der UN-Wasserziele Herr zu werden, die die Zahl derer, die besseres und günstigeres Wasser in ausreichender Menge brauchen, bis 2015 halbieren will. Im Juli 2010 erklärte die Vollversammlung der UN sauberes Trinkwasser und den Zugang zu einer sanitären Grundversorgung zu notwendigen Menschenrechten, und einige wenige Länder haben dies bereits in ihre Verfassung übernommen.

Der Trinkwassermarkt ist einer der am schnellsten wachsenden Märkte überhaupt. Aber das wertvolle Nass wird nicht nur in reiner Form gehandelt. Als virtuelles Wasser versteckt es sich in allen Produkten und kommt, beispielsweise in Form von Lebensmitteln, zu deren Anbau das Land bewässert werden musste, auch aus wasserarmen Regionen in wasserreiche. So befinden sich in einer Tasse Kaffee eigentlich 140 Liter Wasser, in einem Hamburger stecken 2.400 Liter – der direkte Wasserverbrauch für die Ernährung fällt mit 24,3 Litern je Tag im Vergleich

were invented, private bathrooms were once again found in middle-class homes from 1900. However, they only became widespread in the second half of the 20th Century.

We never know the value of water till the well is dry
In times like these when water was in short supply worldwide, this proverb is more relevant than ever. And yet, there is sufficient water in the world. 71 percent of the Earth's surface is covered with water, but just 3.5 percent of that is fresh water and just 0.3 percent can be used as potable water. As the polar ice caps are melting, which are the largest source of fresh water in the world, supplies of the precious liquid are transforming into brackish water.

Since the great seafaring journeys of the 17th Century, the desalination of sea water has made great progress and water purification technology is now 100 years old (the chlorinator was discovered by US Major Carl Rogers Darnall in 1910). However, providing humanity with clean and acceptable drinking water particularly in the equatorial region and the southern hemisphere, is one of the major challenges of civilisation today. The continuing desertification (expansion of deserts) will probably create conflict over the water required for survival – particularly in the Middle East and North Africa. Today, approximately two billion people live in over 40 countries with a water shortage, in the worst case scenario – with the addition of Pakistan, southern Africa and parts of China and India – this will become seven billion people in 60 countries by 2050.



bescheiden aus. Doch fließt jedes T-Shirt, das wir kaufen und jedes Kilowatt Strom, das wir verbrauchen, in unsere Wasserbilanz ein: Direkt verbrauchen wir in Europa 120 Liter (Belgien) bis 270 Liter Wasser (Spanien) am Tag, im Schnitt also weniger, als 200 Gramm Kartoffelchips virtuell enthalten. Ein einziges T-Shirt übertrifft mit 4.100 Litern sogar den Verbrauch eines Erwachsenen in den USA (295 Liter) oder in Dubai (500 Liter) bei Weitem. Der größte Teil des direkten Verbrauchs fällt auf die Toilettenspülung (fast 50 Liter täglich je Erwachsenen), eine Nutzung, die problemlos durch Grauwasser (Brauchwasser, z. B. durch Regensammlung) ersetzt werden kann. Einsparung von Wasser in wasserreichen Regionen löst die Probleme in wasserarmen Regionen allerdings nicht unmittelbar. Aber technische Lösungen, die in den wasserreichen Regionen gefunden werden – auch hier kommt es in heißen Sommern durchaus zu Wasserengpässen – sind natürlich übertragbar und werden mit zunehmender Verbreitung auch für andere Regionen preiswerter und verfügbar. Zudem müssen sich wasserreiche Gegenden bewusster werden, wie sie Wasser in virtueller Form aus Gebieten abziehen. Vielleicht werden eines Tages auch globale Wasserpipelines – wie heute beispielsweise bereits von Malaysia nach Singapur – zur Versorgung der trockenen Regionen beitragen. Dann werden wir auch in Zeiten einer wachsenden Weltbevölkerung genug sauberes Wasser für alle haben.

An attempt is being made to master this state of affairs, which the UN calls "The Global Water Crisis", with the help of UN water targets, which aim to halve the number of people who cannot reach or afford a safe supply of water in a sufficient amount by 2015. In July 2010, the UN General Assembly declared clean drinking water and access to sanitation as a basic human right, and a few countries have already adopted this in their constitutions.

The drinking water industry is one of the fastest growing markets. However, the precious liquid is not just handled in its pure form. As virtual water, it is in every product and is even transferred in the form of food which needs water to grow from arid areas to areas with an abundance of water. There are actually 140 litres of virtual water in a cup of coffee, 2,400 litres in a hamburger – in comparison, direct water consumption from nutrition amounts to a modest 24.3 litres per day. Every T-shirt that we buy and every kilowatt of power that we use flows into our water balance: in Europe we directly consume 120 litres (Belgium) to 270 litres (Spain) of water per day, on average, less than is contained virtually in 200g of potato crisps. With 4,100 litres, one T-shirt by far exceeds the consumption of an adult in the USA (295 litres) or in Dubai (500 litres). The largest proportion of direct consumption goes into flushing toilets (almost 50 litres per day per adult), a use which could easily be replaced with rainwater harvesting (non-potable water, e.g. collected rain water) However, saving water in areas with an abundance of water does not solve the problems in arid areas. Yet technical solutions discovered in areas with an abundance of water (water shortages also occur in these areas in hot summers) are transferable and are made cheaper and available as they are proliferated across other areas. In addition, areas with plentiful water must become aware of how they take water in a virtual form. Perhaps one day, there will be global water pipelines – as there is today from Malaysia to Singapore – to provide dry areas with water. In an era of a growing world population, we will then have enough clean water for everyone.

„Es macht die Wüste schön“,
sagte der kleine Prinz, „dass sie irgendwo
einen Brunnen birgt.“

(Antoine de Saint-Exupéry)

“What makes the desert beautiful,”
said the little prince, “is that somewhere
it hides a well.”

(Antoine de Saint-Exupéry)

1/ Frau in der Waschwanne/
Woman in the bath,
Detail / detail
Edgar Degas
um/about 1886

KAS OOSTERHUIS

INTERVIEW

ONL [Oosterhuis_Lénárd]

Rotterdam

www.oosterhuis.nl

Der Hydra-Pavillon von Ihnen und Lars Spuybroek auf der künstlichen Insel Neeltje-Jans gilt als Initialbau der Blob-Architektur. Er beschäftigt sich mit dem Thema Wasser. Wäre Blob ohne dieses Thema entstanden? *Das Schlagwort der Blob-Architektur stammt von der Monografie „Blobmeister“ (2001). Aber viele der „Binary Large Objects“ sind lediglich erstarrte Kartoffelformen. Deshalb verstehe ich mich nicht als Blob-Architekt, denn diese Bauten haben nichts mit dem zu tun, was Markus Novak in seinem Aufsatz „Liquid architecture in cyberspace“ (1991) vorhersagte. Er beschrieb eine Architektur, die nicht aus dem Flüssigen heraus erstarrt ist, sondern in einer digitalen Welt als sich verändernder Datenstrom fließend bleibt. Daten und Wasser ähneln sich: „Data sculpting“ schafft liquide Werke, die dynamisch synthetisieren, anstatt zu verfestigen oder zu dekonstruieren.*

Der Pavillon wirkt bedrohlich und verspielt zugleich – warum gelingt es „liquid architecture“ emotionale Bauten zu schaffen? *Bewegung ist immer spannend und hat einen hohen emotionalen Faktor. Der Wind in den Bäumen hier vor dem Fenster macht den Ausblick emotionaler. Auch Bauten werden spannender, wenn sie auf ihr Umfeld reagieren.*

Im Hydra-Pavillon wird echtes Wasser zu einem Teil der Architektur. Welche technischen Vorkehrungen haben dies ermöglicht? *Dieser Respons auf das Umfeld wurde beim Hydra-Pavillon mit Sensorboards realisiert. Der Wasserlauf veränderte sich beispielsweise mit dem Publikumsaufkommen. Der Raum wurde zu einem lebendigen System, einem Spiel, dessen Regeln sich der Architekt ausdenkt – aber*

The Water Pavilion designed by you and Lars Spuybroek on the artificial island of Neeltje-Jans is considered to be the very first example of blob architecture. The building has a water theme. Would blob architecture have developed without this theme?

The term ‘blob architecture’ comes from the monograph “Blobmeister” (2001). However, many “Binary Large Objects” are merely rigid potato shapes. For this reason, I don’t view myself as a blob architect, as these buildings have nothing to do with what Markus Novak foresaw in his essay “Liquid Architectures in Cyberspace” (1991). He described an architecture which is not fluidity made rigid, but which still flows in a digital world as an ever-changing stream of data. Data and water are similar. “Data sculpting” produces fluid creations which synthesise dynamically, instead of solidifying or deconstructing.

The pavilion appears threatening and yet at the same time playful – how is “liquid architecture” able to create emotional buildings? *Movement is always exciting and has a very high emotional factor. The wind in the trees here in front of the window makes the outlook more emotional. Buildings also become more exciting when they interact with their environment.*

In the Water Pavilion, real water becomes part of the architecture. What technical measures made this possible? *At the Water Pavilion, sensor boards made this response to the environment possible. The course of the water changes with the number of people, for example. The space became a living system, a game, the rules of which are made up by the architect – but every visitor joins in. The architect specifies the algorithms, but when in use, a specific adjustment takes place, a customisation. For such architecture, new technologies must*

jeder Besucher spielt mit. Der Architekt gibt die Algorithmen vor, aber in der Nutzung findet eine spezifische Anpassung, eine „Customisation“, statt. Für eine solche Architektur müssen neue Techniken verfügbar gemacht werden und natürlich muss die Bereitschaft da sein, sie zu nutzen.

Der gesamte Park zelebriert die Freude am Wasser, gehört das „Plantschen“ zum Menschsein? *Gerade jetzt, wo jeder zum Macher wird, wird der Homo ludens, den der niederländische Philosoph Johan Huizinga schon 1938/1939 postulierte, wahr. Plantschen wird, in jeder Form, zur Basis der Kultur.*

Verantwortung

Können wir uns angesichts der weltweiten Wasserproblematik „Plantschen“ denn leisten? *Wasser ist sicherlich das Öl des 21. Jahrhunderts. Aber trotzdem müssen wir weiter alle Möglichkeiten, auch die spielerischen, ausschöpfen. Und jeder muss in die Gemeinschaft partizipieren.*

Welches sind in Zukunft die globalen, großen Ressourcenprobleme der Menschheit? Welches davon ist am schwierigsten zu lösen? *Wasser, Umwelt oder Energie, das sind alles Themen und müssen integrativ angegangen werden. Wasser kommt aus dem Hahn und wird dem passiven Nutzer somit angeliefert. Wenn aber jeder zum Produzenten wird, empfindet er auch Verantwortung. Schon eine Mischbatterie versetzt den Nutzer in eine aktivere Rolle. „Emotive Design“ muss die reine funktionale Belieferung ersetzen.*

Wasser gilt als eine der Grundvoraussetzungen für das Entstehen des Lebens überhaupt und der Zivilisation im Besonderen. Welchen Stellenwert hat der Umgang mit Wasser für die Zukunft der Menschheit? *So wie heute Sonnenkraft zur individuellen Energieerzeugung genutzt wird, kann der Einzelne auch sein Trinkwasser aus Regen oder Salzwasser erzeugen. Die Techniken zur Umformung müssen dazu genauso verfügbar sein wie ein Kühlschrank, der einst ein schwerwiegendes Problem durch den breiten Einsatz einer neuen Technik löste.*

Das Wasser bedroht den Menschen sowohl durch Trinkwasserknappheit als auch durch steigende Meeresspiegel – ein Paradoxon oder eine Chance? *Ein niederländisches Sprichwort sagt „Jeder klagt über das Wetter, aber keiner ändert etwas daran“. Es müssen einfach nur adäquate Lösungen gefunden und allgemein verbreitet werden. Technisch ist das an sich kein Problem – zumindest hier in Europa. In Bangladesh sieht das natürlich noch anders aus. Aber mit der Verbreitung der Technik in der ersten Welt wird diese dann ebenfalls für den Rest der Welt erschwinglich – wie das Handy sich auch überall verbreitet hat.*

Wird das weltweite Wasserproblem gegenwärtig insgesamt noch unterschätzt? *Es wird unterschätzt, aber dennoch ist die Lage nicht desaströs – man muss das Problem nur lösen wollen.*

be made available and, of course, there must also be the willingness to use them.

The whole park celebrates the joy of water. Is “splashing about” part of being human? *At this time in particular, as everyone is becoming more active, the Homo Ludens theory posited by the Dutch philosopher Johan Huizinga back in 1938/1939 is becoming a reality. Splashing around, in every form, is becoming the basis of culture.*

Responsibility

In view of the global water problem, can we afford to “splash around”? *Water is certainly the oil of the 21st century. But we still need to continue to exploit all opportunities, even the playful ones. And everyone has to participate in the community.*

What are the large, global resource problems facing humanity in the future? Which of these will be the most difficult to solve? *Water, environment and energy, these are all issues and must be tackled as one. Water comes from the faucet and is thus delivered to the passive user. But if everyone becomes a producer, then they also feel responsible. Even a mixer faucet engages the user in a more active role. “Emotional design” must replace purely functional delivery.*

Water is considered to be one of the basic requirements for the existence of life in general, and civilisation in particular. How important is the use of water for the future of humanity? *Just as solar power is used today to generate one’s own supply of energy, people can also produce their own drinking water from rain or salt water. To do this, purification technology must become just as available as refrigerators, which once also solved a serious problem through the large-scale use of a new technology.*

Water is threatening mankind through both a shortage of drinking water and also rising sea levels – a paradox or a coincidence? *There is a Dutch saying: “Everyone moans about the weather, but nobody does anything about it”. All that’s needed is to find and proliferate the right solutions. From a technical perspective, there isn’t a problem – at least here in Europe. Of course, in Bangladesh it’s a different story. But with the spread of technology across first-world countries, it then becomes affordable for the rest of the world – in the same way that the mobile phone has become ubiquitous.*

Is the full extent of the global water problem still being underestimated at present? *It is underestimated, but the situation is not disastrous. All it needs is a desire to solve the problem.*

Does the global water problem already play a particular role in your work as an architect and opinion maker? *Yes, it’s part of a wider and more universal exposure to all kinds of problems. One shouldn’t focus too narrowly on one aspect. Instead of a monofocal view, one needs to have a multifocal approach, to work in a scalable network with different connecting points, whilst at the same time looking for visible trends as a means of creative orientation.*

Spielt das weltweite Wasserproblem für Ihre Arbeit als Architekt und Meinungsbildner gegenwärtig bereits eine besondere Rolle?

Ja, als Teil eines universelleren und integrativen Umgangs mit vielerlei Problemen. Man darf sich nicht zu sehr auf einen Aspekt fokussieren. Statt eines mono- muss man einen polyfokalen Blick haben, in einem skalierbaren Netz mit verschiedenen Anknüpfungspunkten arbeiten und sich zugleich in der Praxis Trends suchen, an denen man sein Schaffen ausrichten kann.

Architektur

Werden sich die Anforderungen der Architektur an Produkte und Systeme der Wassertechnologie, die auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sind, ändern bzw. verstärken?

Ja, wobei hier auch der Gesetzgeber mit seinen Spielregeln gefragt ist. Bei der Dämmung von Bauten gibt es ja schon entsprechende Bestimmungen.

In welche Richtung werden sich die Anforderungen der Architektur hinsichtlich des Umgangs mit Wasser entwickeln?

Mit den Spielregeln geht es schrittweise vorwärts. Wenn ich beispielsweise bei einem Bau das Regenwasser nicht sammle, sondern in die Kanalisation ableite, es also im natürlichen Kreislauf belasse und vom Bau abtropfen und versickern lasse, so wird dies bislang noch nicht als umweltgerecht geschätzt.

Lässt sich nachhaltiger Umgang mit Ressourcen also in ein Gebäude „einbauen“?

Alles lässt sich einbauen. Forschung und Industrie müssen die entsprechenden Techniken entwickeln und der Architekt muss sich bezüglich der neusten Techniken auf dem Laufenden halten. Zurzeit planen wir ein Hochhaus von 1.500 Metern, das den in dieser Höhe enormen Winden nur trotzen kann, weil wir Aktuatoren einbauen, die es dem Gebäude ermöglichen, sich durch ständigen Ausgleich des Schwerpunkts zu stabilisieren

Spielt Wassernutzung auch im Bauprozess selbst eine Rolle – wird der Wasserbedarf auf der Baustelle geplant?

Ja, denn Wasser kostet Geld und herkömmliches Bauen verbraucht viel Wasser. Unser „Hessing Cockpit Autohaus“ besteht beispielsweise aus individuellen Bauteilen, deren Produktion nicht mehr gekostet hat, als wären es lauter identische. Der CNC-Maschine ist es egal, wo sie schneidet. „Customized design“, ein individuelles Gebäude, braucht also nicht teuer zu sein und kann im Bauprozess auch Wasser sparen.

Welche Bedeutung hat der Moment der Bereitstellung von Wasser mit Sanitärsystemen – etwa im WC, Bad und in der Küche – für Architekten?

Als Architekt kann man die Nutzung von Sinnvollem fördern. So finden sich auf jeder Raststätte inzwischen Armaturen mit Sensoren, die natürlich Wasser sparen, da es erst fließt, wenn eine Hand unter dem Hahn ist. Als das Telefon seine Schnur verlor, wurde es zum ergonomischen Interface, und so muss auch der Wasserhahn zum Interface werden.

Architecture

Are the demands of architecture for water technology products and systems that are sustainable likely to change or intensify?

Yes, although the legislature with its rules is also a factor.

There are already regulations in place regarding the insulation of structures.

What direction will architectural demands take in terms of water usage?

The regulations are moving forwards step-by-step. For example, if I were not to collect rainwater from a building, but allow it to be channelled into the sewers, in other words, let it follow its natural cycle of dripping from the building and trickling away – this has yet to be deemed environmentally friendly.

So can sustainable use of resources be “built into” a building? Anything can be built in. Research and industry must develop the requisite technology and the architect must keep abreast of the very latest technological advances. We are currently designing a 1,500-metre high tower that can only withstand the enormous winds experienced at this height because we have incorporated actuators that allow the building to stabilise itself by constantly balancing its centre of gravity.

Does water usage also play a role in the construction process itself? Are the water requirements planned on the building site? Yes, because water costs money and conventional construction uses a lot of water. Our “Hessing Cockpit” car dealership, for example, consists of individual building components which didn’t cost any more to produce than if they had been identical components. It is irrelevant where the CNC machine performs the cut. Customised design, a unique building, does not need to be expensive and can also save water in the construction process.

What does the moment when water is provided from sanitary systems – as in the toilet, bathroom or kitchen – mean to architects?

As an architect, one can champion expediency. That’s why you now find faucets with sensors at every motorway service station. These faucets save water naturally because the water only flows when there is a hand under the faucet. When the telephone lost its cord, it became an ergonomic interface, and the faucet must also become an interface.

The building concept anticipates usage. Do you also try to make using water pleasurable?

Yes, indeed. Both in terms of using the water and using the interface.

Isn’t the architect increasingly taking on the role of an environmental engineer?

An architect works together with a whole host of experts. But it is the architect who makes up the rules. The architect also determines the framework for “liquid architecture” within which the movement takes places, and therefore prevents aimless movement.

Is the desire for outstanding design and the pleasure of using water in opposition with sustainability?

No, the pleasure in the design remains, as does its diversity. In fact, it may even become stronger since customised design

Der Baugedanke antizipiert die Nutzung – plant man auch Freude an der Nutzung von Wasser?

Aber sicher, sowohl an der Nutzung des Wassers, als auch an der des Interfaces.

Bekommt der Architekt nicht zunehmend die Rolle eines Umweltingenieurs?

Ein Architekt arbeitet in einem Schwarm von Experten. Aber er gibt die Spielregeln vor. Auch bei „liquid architecture“ bestimmt er den Rahmen, in dem die Bewegung abläuft und verhindert somit ziellose Bewegung.

Stehen der Wunsch nach herausragendem Design und die Freude am Umgang mit Wasser im Gegensatz zur Nachhaltigkeit?

Nein, die Freude am Design bleibt ebenso wie dessen Vielfalt. Diese wird möglicherweise sogar noch stärker werden, da „customized design“ individuellere Produkte erlauben wird. Die Freude am Umgang mit Wasser dient sogar der Nachhaltigkeit. Wenn man integrativ arbeitet, fördern sich Funktionen gegenseitig.

Also kann Architektur diesen Gegensatz vereinen und auflösen?

Ja, auch durch die Einbeziehung von Vorrichtungen, die den Konsumenten zum partizipierenden Produzenten machen und durch integrative Lösungen, die stärker auf „customized design“ einerseits und auf Vorfertigung andererseits ausgerichtet sind.

Welche Produkte und Systeme braucht Architektur für diese Beiträge zukünftig von der Industrie?

Es werden individuelle Lösungen benötigt, die für jeden Einzelnen erreichbar sind wie ein Kühlschrank oder ein Handy.

Der Mensch träumt schon ewig vom Leben auf und unter dem Wasser. Insbesondere tauchen immer wieder Unterwasserstädte und -hotels auf. Wird dieser Traum je wahr werden?

Ganz sicher, gerade in den Übergangszonen, auf dem Wasser treibend. Die Faszination des emotional aufgeladenen Elementes Wasser wird den Menschen sicherlich auch unter die Wasseroberfläche ziehen lassen. Dort ist Platz und dort wird er dann auch seine Seegärten vor der Tür anlegen. Wie bei unserem Entwurf für ein Pavillon in Yeosu, der mit Sensoren, Aktuatoren und Wasserdüsen sein Gleichgewicht auf dem Wasser regulieren soll.

Kas Oosterhuis, 1951 in Amersfoort geboren, studierte Architektur an der Technischen Universität Delft. Gemeinsam mit der bildenden Künstlerin Ilona Lénárd leitet er das interdisziplinäre Konstruktionsbüro ONL (Oosterhuis_Lénárd). Architekten, Künstler, Webdesigner und Programmierer arbeiten gemeinsam an der Fusion von Kunst, Architektur und Technik im digitalen Bereich. ONL ist für seine innovative Forschung auf den Gebieten Technik, Architektur und Lebensweise bekannt. Den Produkten, Vorlagen und architektonischen Umsetzungen des Büros sind Interaktivität und Echtzeitverhalten eigen. Einige der berühmtesten von ONL entworfenen Objekte sind die Lärmschutzwand „Acoustic Barrier“ mit dem Autohaus „Hessing Cockpit“ an der Autobahn A2 (2006) und der Meerwasserpavillon in Neeltje Jans, Zeeland (1997), in den Niederlanden.

allows for more individual products. The pleasure of using water can even be in the service of sustainability. When one works holistically, functions can be synergetic.

So can architecture unify and resolve this conflict?

Yes, for example through the inclusion of equipment that turns the consumer into an active producer, and through holistic solutions that are orientated towards customised design, on the one hand, and prefabrication, on the other.

Which products and systems does architecture need from the industry to achieve this in the future?

Individual solutions are what is needed; solutions that are attainable for everyone, like a refrigerator or a mobile phone.

People have been dreaming about living on and under the water since time immemorial. Underwater cities and hotels in particular come up time and time again. Will this dream ever become a reality?

Without a doubt, particularly in transitional areas, floating on the water. The fascination with water as an emotionally charged element will definitely draw people below the surface of the water as well. There is room there, and people will start to create “sea gardens” in front of their homes. Just like in our plan for a pavilion in Yeosu, which is designed to maintain its balance on the water by means of sensors, actuators and water jets.

Kas Oosterhuis, born 1951 in Amersfoort, studied architecture at the Delft Technical University. He and visual artist Ilona Lénárd are directors of the multidisciplinary design office ONL [Oosterhuis_Lénárd]. Architects, visual artists, web designers and programmers work together, practising the fusion of art, architecture and technology on a digital platform. ONL is known for its innovative research about technology, architecture and life, incorporating interactivity and real time behaviour into their products, artwork and architecture. The Acoustic Barrier, including the Hessing Cockpit Car Showroom along Highway 2 (2006), and the Saltwaterpavilion on Neeltje Jans Zeeland (1997) in the Netherlands are ONL’s most famous buildings.

WATER ENJOYMENT

Sustainable Quality, Technology and Design

Paul Flowers
Senior Vice President Design
GROHE AG

„Gute Architektur und gutes Design bedeutet, Menschen zu verstehen. Es übersetzt die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen des Nutzers so in Produkte oder Dienstleistungen, dass deren Benutzung – sofern die Umsetzung gelungen ist – Freude bereitet.“

“Good architecture and good design is about understanding people. It translates a user’s requirements, desires and expectations into a product or service that, if delivered in a relevant way, people will love to use.”

Armaturen und Duschen von GROHE verbinden originelles und inspirierendes Design mit führender Sanitärtechnik. Das Ergebnis ist eine Kollektion auffallend schöner Produkte aus hochwertigen Materialien, die schonend mit Wasser umgehen und aufs Effizienteste hergestellt wurden.

Seit Paul Flowers im Jahr 2005 zum Senior Vice President Design ernannt wurde, erhielt GROHE zahlreiche Auszeichnungen, die zu den prestigeträchtigen der Branche zählen, darunter drei „red dot best of the best awards“ für GROHE Ondus®, GROHE Ondus® Digitecture und die Handbrausen der Produktreihe GROHE Rainshower® Next Generation. Das besondere Augenmerk des Unternehmens auf Design lässt sich auch an seinem erstaunlichen Sprung in der iF-Rangliste ablesen, in der sich GROHE zwischen 2008 und 2010 um 104 Plätze verbesserte.

2008 erschien Paul Flowers in der „40 under 40“-Liste des European Centre for Architecture, Art, Design and Urban Studies, die die 40 wichtigsten kreativen Köpfe Europas unter 40 Jahren aufführt.

Hier erklärt Flowers, wie GROHE die Interaktion des Kunden mit den firmeneigenen Produkten revolutioniert. Indem den für die Herstellung, Auslieferung und Verwendung eines Produkts benötigten Ressourcen das gleiche Gewicht zugemessen wird wie dem Produkt-erlebnis, ist Nachhaltigkeit als Wesensmerkmal der Marke GROHE garantiert.

GROHE faucets, showers and fittings unite original and inspiring design with industry-leading technologies. The result is a collection of beautiful water-efficient products crafted from the highest quality materials using the most efficient manufacturing processes.

Since 2005, when Paul Flowers was appointed Senior Vice President Design, GROHE has won many of the most prestigious accolades in the industry including three red dot “best of the best” awards for GROHE Ondus®, GROHE Ondus® Digitecture and the GROHE Rainshower® Next Generation collection of hand showers. The brand’s commitment to design is further illustrated by its astonishing rise of 104 places in the iF company ranking, between 2008 and 2010.

In 2008, Flowers was included on the “40 under 40” list established by the European Centre of Architecture, Art, Design and Urban Studies, which recognizes the top 40 creative minds in Europe under the age of 40.

Here, he shares his insight on how GROHE is revolutionising the way consumers interact with their products. By balancing the resources needed to make, ship and use a product with the experience it delivers ensures sustainability is embedded in the very DNA of the GROHE brand.

Leicht verständlich.
Am Menschen orientiert.
Leistungsstark.

Die Erfahrungen, die unsere Produkte vermitteln, bauen auf drei Designwerten auf: leichte Verständlichkeit, Orientierung am Menschen und Leistungsstärke. Diese Werte, die sich in all unseren Produkten zeigen, sind ein grundlegender Bestandteil unserer Designphilosophie. Wir sind bestrebt, unseren Kunden möglichst intuitive und leicht verständliche Produkte zu liefern – von der Verpackung bis hin zur Verwendung. Unsere grafische Aufbereitung bedarf keinerlei Erklärung, daher ist keine Gebrauchsanweisung erforderlich. Dies ist beispielsweise vor allem in öffentlichen Gebäuden oder Hotels wichtig, wo die Nutzer weder Zeit noch Lust haben, sich damit zu befassen, wie etwa eine Dusche funktioniert. Unsere Duschen und Armaturen machen es Verbrauchern leicht, eine Bindung zu den Produkten herzustellen. Erreicht wird dies durch die Orientierung unserer Designs am Menschen. Die Folge ist, dass Kunden unsere Produkte effizienter nutzen und länger an ihnen festhalten. Die Balance von Ästhetik und Funktion wird zusätzlich durch die Produktleistung unterstützt, für die GROHE bekannt ist. Der Einsatz hochwertiger Materialien, modernster Verfahren und bahnbrechender Technologien sorgt dafür, dass von GROHE hergestellte Produkte dem Kunden stimulierende Erlebnisse vermitteln. Das Leistungspotenzial unserer Produkte wird durch ästhetische Merkmale hervorgehoben, angefangen bei Hinweisen auf die Bedienung der Armaturengriffe, die mit unseren hochwertigen Kartuschen verbunden sind, bis hin zu den Details, die unsere perfekt konstruierten Duschköpfe betonen.

Was brauchen Menschen?

Gutes Design bedeutet, Menschen zu verstehen. Es übersetzt die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen des Nutzers so in Produkte oder Dienstleistungen, dass deren Benutzung – sofern die Umsetzung gelungen ist – Freude bereitet. Bei GROHE beginnt jede Designarbeit mit der Frage: Was brauchen Menschen? Um dies zu beantworten, sammeln wir Informationen aus einer Vielzahl von Quellen, angefangen von Fokusgruppen bis hin zum Einsatz modernster Beobachtungsmethoden. Dadurch können wir sowohl die geäußerten als auch die verborgenen Bedürfnisse unserer Kunden ermitteln. Genau an diesem Punkt beginnt der strukturierte Designprozess. Wir investieren sehr viel Zeit in das Aufspüren und Erforschen von Trends. Durch laufende Beobachtungen und die Analyse kultureller Faktoren und ihrer Hintergründe können wir künftige Entwicklungen im Verhalten der Verbraucher vorhersagen. Ich bin in der glücklichen Lage, sehr viel auf Designmessen unterwegs zu sein und auf meinen Reisen Architekten und Designern unsere Produkte vorstellen zu können. Der ständige Dialog mit Innen- und Projektarchitekten gibt mir wertvolle Hinweise darauf, wie unsere Produkte angenommen und spezifiziert werden.

Design für ein globales Publikum

Wir sind ein internationales Unternehmen mit weltweitem Vertrieb. Daher ist es wichtig, dass unsere Produktpalette die Bedürfnisse einer globalen Zielgruppe erfüllt, die

Easy.
Human.
Performance.

Our three design values: easy, human and performance give us a strong foundation upon which to create meaningful experiences. Evident in all our products, they remain a fundamental part of our design philosophy. From product packaging to user interfaces, we want to ensure the customer's journey is as intuitive and 'easy' as possible. Our graphical interfaces need no explanation, no instruction book necessary. This is particularly important, for example, in public buildings and hotels, where the user has neither the time nor the inclination to learn how to navigate a shower. We produce faucets, showers and fittings that consumers can connect and form relationships with – by giving our designs 'human' appeal. This encourages them to use them more efficiently and keep them for longer. This balance of aesthetics and function is backed up by the 'performance' with which GROHE is synonymous. By using superior materials, the latest processes and integrating groundbreaking technology, we ensure that GROHE products deliver exhilarating user experiences. We use aesthetics to emphasise and communicate the performance potential our products can deliver; from the details on how and where to grip faucet levers – which connect to our superior cartridge technology – to the intrinsic details highlighting the perfectly engineered spray faces on our showers.

What do people need?

Good design is about understanding people. It translates a user's requirements, desires and expectations into a product or service that, if delivered in a relevant way, people will love to use. At GROHE all design activity begins with the question: What do people need? To answer this, we gather information from a plethora of sources ranging from consumer focus groups to the utilization of advanced observation techniques. This knowledge allows us to ascertain both the articulated and unarticulated needs of our customers and is the starting point of a structured design process. We invest a substantial amount of time tracking, identifying and exploring trends. Ongoing observation and analysis of cultural references and their sources allows us to predict future trends in consumer behavior. I am very fortunate to travel extensively: visiting design fairs and sharing our products with architects and designers. This continuous dialogue with interior designers and project architects gives me valuable insight into how our products are received and specified.

Designing for a global audience

We are an international company with distribution all over the world, it is therefore important that our product portfolio fulfils the needs of a global audience – their differing design preferences, regional and cultural norms and, of course, local regulations which can vary dramatically from country to country. We are constantly striving to meet and exceed these demands. Design is a fundamental pillar of the GROHE strategy. Our bathroom and kitchen collections are divided into three style segments: Cosmopolitan, Contemporary and Authentic. This makes it easy for consumers to identify their preferred style rather than having to search through our extensive range.

unterschiedliche Designwünsche, regionale und kulturelle Normen sowie lokale Vorschriften besitzt, die von Land zu Land dramatisch variieren können. Wir sind stets bemüht, diese Anforderungen zu erfüllen oder gar zu übertreffen. Design ist einer der Grundpfeiler der GROHE-Strategie. Unsere Küchen- und Badezimmerkollektionen sind in drei Stilrichtungen unterteilt: Cosmopolitan, Contemporary und Authentic. Dies macht es dem Verbraucher leicht, sich für einen Stil zu entscheiden, ohne unsere gesamte Produktpalette durchforsten zu müssen. Gleichzeitig können wir so zahlreiche Auswahlmöglichkeiten bieten, die es allen Interessenten erlaubt, die ideale Armatur für ihren Geldbeutel und Stil zu finden.

Vom Rationalen hin zum Emotionalen

In den letzten Jahren hat sich das Badezimmer vom rein funktionalen Ort der Körperpflege zu einem Raum entwickelt, in dem Reinigung mit Entspannung kombiniert wird. Zunächst war die Integration von Badezimmerelementen in das Schlafzimmer zu beobachten, etwa die Einführung einer freistehenden Badewanne ins Hauptschlafzimmer. Nun sehen wir, wie Verbraucher Bestandteile von Erlebnisbädern in ihr Badezimmer einführen: Dampfkabinen, übergroße Duschbereiche mit integrierten Sitzen sowie spezielle Zonen zum Relaxen. Der Raum für die Körperreinigung und ähnliche Aktivitäten wird immer größer, und obwohl die Körperhygiene auch künftig im Mittelpunkt stehen wird, nimmt die Bedeutung der Entspannung und der Möglichkeit des Abschaltens beständig zu. In unserer immer schnelllebigeren Zeit wird das Badezimmer zum idealen Rückzugsort, den wir so angenehm wie nur möglich gestalten möchten. Dies verdeutlicht den Wandel, den GROHE in den vergangenen fünf Jahren durchgemacht hat – vom Rationalen hin zum Emotionalen. Die Menschen sehnen sich nach Luxus und Entspannung und möchten dies vorzugsweise bei Marken wie GROHE finden. Sie möchten die Gewissheit haben, dass ein Produkt nicht nur gut aussieht und zur Ästhetik ihres Badezimmers passt, es sollte auch unter Einsatz der besten Materialien nach höchsten Standards gefertigt worden sein und im Hinblick auf Design und Lebensdauer viele Jahre Bestand haben. Ihre Wahl wird von denselben Wertvorstellungen bestimmt, die auch unsere Marke prägen: Qualität, Technik, Design und Nachhaltigkeit.

Verbindung von Ästhetik und Leistungsstärke

Das Design von GROHE ist nicht mit oberflächlichem Styling zu verwechseln. Wir setzen ästhetische Merkmale zur Kundenorientierung ein: Jedes Detail durchläuft eine gründliche Entwicklung und hat einen bestimmten Sinn. Ich bin von der Produktpsychologie fasziniert, von der „Körpersprache“ eines Produkts. Was sagt das Produkt aus? Lädt es zur Benutzung ein? Vermittelt es positive Erlebnisse? Unsere Designs spiegeln das Wertesystem wider, das unsere Marke ausmacht. Das wichtigste Element dabei ist Kontinuität. Drei charakteristische Designelemente – Kreis, Rundoval und 7°-Winkel – vervollständigen unsere optische DNA. Diese einzigartige Designsprache ist unser Bauplan für die Verwirklichung preisgekrönter Designs und sorgt für einen sofortigen Wiedererkennungswert beim Kunden. Die regel-

At the same time, it allows us to deliver a range of choices whereby everyone can find their perfect faucet, whatever their budget or style preference.

From functional to emotional

In recent years the bathroom has evolved from a purely functional space for cleansing and grooming to a hybrid space that combines bathing with relaxation. First we saw the integration of bathroom elements into the bedroom environment, for example: the inclusion of a freestanding bath in the master bedroom. Now we are starting to see consumers taking spa elements and introducing them into their bathroom – steam cabins, extra-large showering areas with integrated seating and dedicated "lounging" areas. The amount of space allocated to bathing and bathing-related experiences is increasing, and although personal hygiene will always be the primary focus, relaxation and unwinding are equally important. With the ever-increasing pace of society, the bathroom provides the ideal sanctuary so we're looking to make it as comforting as possible. This reflects the transition that GROHE has seen over the past five years – from rational to emotional. Consumers are looking for luxury and relaxation and would prefer this to be delivered by a brand such as GROHE. The reassurance that a product not only looks good and fits in with their bathroom aesthetic, but also that it has been manufactured to the highest standards using the finest materials and will last for years, in terms of its design relevance and performance. Their selection is led by the same values that drive our brand: quality, technology, design and sustainability.

Integrating aesthetics with performance

Design at GROHE is not to be confused with superficial styling. We use aesthetics to guide the experience; every detail is meticulously created and has a reason for being. I am intrigued by product psychology, a product's body language – what does it communicate, does it invite interaction, does it facilitate a positive experience? Our designs reflect a system of values, which revolve around our brand, with the single most important element being continuity. Three signature design elements – ring, lozenge, 7° – make up our visual DNA. This unique design language is our blueprint for realising award-winning designs and enables consumers to instantly recognize our products. Recurrent use of these elements unites different product types and facilitates design coordination across all touch points in the bathroom. Rings appear across many of our ranges as intrinsic details used to highlight an area of purpose – the spray face on a shower head or the starting point from which a faucet lever or handle emerges. They celebrate areas of function and guide the user. We initially introduced lozenge shapes during the exploration of our Sensual Minimalism philosophy – a softer take on the hard corners of minimalist architecture and design. Lozenge shapes visually interpret this philosophy by humanising the core values of minimalism and inviting interaction. Seven degrees is the angle at which the handles and spouts in many of our faucet collections are pitched. Research has led us to discover that this subtle incline enhances usability and invites interaction with our products. Improving the experience of use encourages our customers to form relationships with their products and keep them for longer.

mäßig wiederkehrende Verwendung dieser Elemente vereint die verschiedenen Produktarten und erleichtert die Harmonisierung des Designs über alle Berührungspunkte im Badezimmer hinweg.

Kreise werden in vielen unserer Produktreihen eingesetzt. Sie dienen zur Hervorhebung des Gebrauchszwecks eines Bereichs, etwa des Sprühtellers im Duschkopf oder der Stelle, an der ein Bedienelement oder Griff ansetzt. Sie verweisen auf Funktionsbereiche und dienen dem Kunden so zur Orientierung.

Rundovale wurden zuerst bei der Erforschung unserer Philosophie des „sinnlichen Minimalismus“ verwendet – als weichere Herangehensweise an die harten Kanten minimalistischer Architektur und minimalistischen Designs. Ovale Formen sind die optische Auslegung dieser Philosophie. Sie verleihen den Grundwerten des Minimalismus eine persönliche Note und laden regelrecht zur Benutzung ein.

Sieben Grad ist der Winkel, den die Bedienelemente und Ausflüsse zahlreicher unserer Armaturenkollektionen aufweisen. Forschungen haben ergeben, dass diese leichte Neigung die Benutzerfreundlichkeit erhöht und zur Interaktion mit unseren Produkten animiert. Die Verbesserung des Benutzerkomforts regt unsere Kunden dazu an, Bindungen mit den Produkten einzugehen und sie deswegen länger zu behalten.

Die digitale Revolution

Ich bin stolz darauf, dass der Bereich Design einen besonderen Stellenwert in unserem Unternehmen einnimmt. Die Designabteilung ist direkt dem Vorstandsvorsitzenden David J. Haines unterstellt. Dies gibt dem Designteam die Freiheit, innovative und bahnbrechende Produkte wie beispielsweise GROHE Ondus® Digital und GROHE Ondus® Digtecture zu entwickeln. Diese Unterstützung hat dazu geführt, dass wir uns zum Branchenführer aufschwingen und an die Spitze der digitalen Revolution im Badezimmer setzen konnten, was durch zahlreiche Designpreise belohnt wurde und uns den Respekt unserer Kollegen in der Kreativwirtschaft eingetragen hat.

Kontinuität im Design

Wir zählen zu den wenigen Sanitärherstellern, die alle Designs hausintern erstellen. Unser international besetztes vierzehnköpfiges Team im Design-Studio von GROHE ist voll in den Entwicklungszyklus neuer Produkte eingebunden. Aufgrund des täglichen Kontakts mit den Bereichen Forschung und Entwicklung, Fertigung und Marketing ist ein ständiger Dialog gewährleistet, der für Kontinuität und neue Produktideen sorgt. Dieses konzentrierte Vorgehen garantiert, dass der Lernprozess, der jedem Projekt eigen ist, in das nächste Projekt mit eingeht. Die Menschen, die unsere Produkte nutzen, profitieren von dieser ständigen Optimierung.

Die Erforschung von Wegen zur Verbesserung und Erweiterung unserer Sortimente geht auch nach Einführung einer neuen Handbrause oder einer neuen Armaturenkollektion weiter. Die Beliebtheit größerer Waschtische und freistehender Badewannen hat uns dazu veranlasst, mehrere unserer Kollektionen durch Einführung neuer wandmontierter Waschtischarmaturen mit extra langem Auslauf und freistehender Wannenausläufe zu erweitern.

The Digital Revolution

I am fortunate that design has a unique place in the company – reporting directly to our C.E.O., David J. Haines. This affords the design team the freedom to develop innovative and groundbreaking products such as GROHE Ondus® Digital and GROHE Ondus® Digtecture. This support has enabled us to lead the industry and be at the forefront of the digital revolution in the bathroom, which has been rewarded with multiple design accolades and the respect of our peers in the creative industry.

Design continuity

We are one of the few sanitary fittings companies that produce all of our designs in-house. The international team of 14 that makes up the GROHE Design Studio is fully involved throughout the development lifecycle of a new product and benefit from daily contact with our research and development, production and marketing departments – facilitating an on-going dialogue, which helps maintain continuity and generates ideas for new products. This focused approach ensures that we learn from every project is applied to the next – continuous improvement, which is beneficial to the people who use our products.

Even after the launch of a new hand shower design or faucet collection, we continue to explore ways of enhancing and expanding our ranges. A move towards larger basins and the popularity of freestanding bathtubs saw us extend several of our collections by introducing new wall-mounted basin faucets with extra-long spouts and floor-mounted bath spouts – ensuring that our timeless designs are always relevant and on trend.

Luxury and Sustainability

In our pursuit for new and exciting ways to create products that encourage our customers to enjoy water in a responsible way, we have embedded sustainability in our design process. It is now common knowledge that our changing climate is a result of inadequate management of natural resources. We have a responsibility to ensure resources are used as efficiently as possible with reference to the many facets of our business – from product manufacturing and usage to how our products reach our global customer base.

At least 70–80% of the environmental burden of a faucet occurs during daily use. This motivates us to develop designs that use every drop of water as efficiently as possible, but our real measure of success is when users do not even notice this reduction, a concept we call “GROHE EcoJoy™” – ecological enjoyment. During the development of a new product, we are constantly looking for ways to reduce the materials used and this includes our packaging. Our GROHE Rainshower® Icon hand showers require 50% less packaging than a standard GROHE Rainshower® hand shower. This substantially reduces the per-product CO₂ emissions that occur during transportation. Ecological enjoyment is about understanding how people use our products. For example, there is no point in restricting the flow to a shower head so much that it takes twice as long to rinse shampoo out of your hair. All this does is prolong the duration of the shower and reduce the experience. However, what we can do is introduce choices: thermostats and hand showers with EcoButtons, put the user in control of how much water they use during passive and active states in the shower and are good examples of how design can be used to guide the consumer to use their products more efficiently. To do this effectively involves finding new ways to balance water usage

Dadurch ist gewährleistet, dass unsere zeitlosen Designs relevant und trendsicher bleiben.

Luxus und Nachhaltigkeit

In dem Bestreben, unsere Produkte auf neue und aufregende Art und Weise zu entwickeln, die unsere Kunden zu einem genussvollen, aber auch verantwortungsbewussten Umgang mit Wasser animiert, haben wir das Thema Nachhaltigkeit in unseren Designprozess integriert. Es ist heute allgemein bekannt, dass der Klimawandel auf den unzulänglichen Umgang mit natürlichen Ressourcen zurückzuführen ist. Wir sehen es als unsere Aufgabe an, dafür zu sorgen, dass die Ressourcen in allen Bereichen unseres Unternehmens möglichst effizient verwendet werden – von der Herstellung über die Verwendung der Produkte bis hin zu ihrer weltweiten Auslieferung.

Mindestens 70 bis 80 Prozent der Umweltbelastung einer Armatur entfallen auf den täglichen Gebrauch. Dies spornt uns zur Entwicklung von Designs an, die jeden Tropfen Wasser so effizient wie möglich nutzen. Wirklich erfolgreich sind wir jedoch erst dann, wenn unsere Kunden den geringeren Wasserdurchfluss nicht bemerken, ein Konzept, das wir „GROHE EcoJoy™“ nennen – ökologischen Genuss.

Bei jeder neuen Produktentwicklung wird versucht, die Menge der verwendeten Materialien zu reduzieren. Hierzu zählt auch die Verpackung. Unsere Handbrausen in der Reihe GROHE Rainshower® Icon verwenden 50 Prozent weniger Verpackungsmaterial als eine normale GROHE Rainshower®-Handbrause. Dies verringert den bei der Beförderung anfallenden CO₂-Produktausstoß erheblich.

Um ökologischen Genuss zu ermöglichen, müssen wir verstehen, wie unsere Produkte verwendet werden. Es ist zum Beispiel wenig sinnvoll, den Durchfluss einer Dusche so stark zu begrenzen, dass das Haarewaschen doppelt so viel Zeit benötigt. Dies verlängert lediglich die Duschkdauer und schmälert das Duschvergnügen. Wir können jedoch verschiedene Optionen bieten: Mithilfe von Thermostaten oder Handbrausen mit EcoButtons kann der Kunde den Wasserverbrauch während der passiven und aktiven Duschphasen steuern. Dies sind nur einige Beispiele dafür, wie der Verbraucher durch Designkonzepte zu einem effizienteren Produkteinsatz veranlasst werden kann.

Man muss allerdings neue Wege beschreiten, um den Wasserverbrauch so zu regulieren, dass der Kunde nicht auf Genuss verzichten muss. Natürlich verringern ökologische Einsparungen auch die Betriebskosten, was bei Großprojekten durchaus von Bedeutung sein kann.

Ich weiß natürlich, dass GROHE die bestehenden ökologischen Probleme nicht alleine lösen kann. Wir können jedoch unseren Beitrag leisten, indem wir eine Reihe umweltschonender Alternativen in unserem Sortiment anbieten, die Architekten und Designern helfen, eine effiziente Ressourcennutzung in ihre Projekte einzubauen.

without compromising user enjoyment. And of course, these savings for the planet also result in reduced running costs. For large projects this can be significant.

I am under no false illusion that GROHE can single-handedly solve the ecological challenges that lie ahead. We can, however, contribute by offering a portfolio rich in environmentally responsible alternatives, which makes it easier for architects and designers to integrate resource efficiency into their projects.

GEWERBE COMMERCIAL



Gewerbebauten sind eine große Herausforderung für Planer und Architekten, Funktion, Ökologie und Ökonomie in einem Gebäude mit repräsentativem Anspruch zu vereinen. Neue, ungewöhnliche Gebäudefassaden und -formen, innovative Raumkonzepte und nachhaltige Gebäudetechnik spiegeln Unternehmensphilosophien wieder und setzen oft architektonische Ausrufezeichen.

Die große Auswahl an GROHE Armaturenlinien und Thermostaten für Bad und Küche sowie Installationssystemen für WCs, erleichtern es dem Architekten, maßgeschneiderte Produkte für ein stimmiges Gesamtkonzept zu finden. GROHE Innovationen sorgen dabei für zuverlässige Funktionalität, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit der Produkte. Der Einsatz von infrarotgesteuerten GROHE Europlus E in den Bädern bietet die bestmögliche Hygieneversorgung und senkt effektiv den Wasserverbrauch an den Waschbecken und den WC-Bereichen.

Commercial buildings are an enormous challenge for developers and architects, who need to combine function, ecology and economy with demands for an impressive design in a single building. New, unusual building façades and shapes, innovative room designs and sustainable building management systems reflect company philosophies and often make an architectural statement.

The wide range of GROHE faucets and thermostats for bathrooms and kitchens, as well as WC installation systems, make it easier for the architect to find customised products for a coherent overall design. GROHE innovations guarantee the reliable function, efficiency and sustainability of the products. The use of infrared controlled GROHE Europlus E faucets in the bathrooms provides optimum levels of hygiene and significantly reduces water consumption at the basins and in the toilet area.

SCHWANDORF VERWALTUNGSGEBÄUDE / ADMINISTRATION BUILDING



Das neue Verwaltungsgebäude des Zweckverbands Müllverwertung Schwandorf verknüpft Gebäude und Landschaft zu einer Einheit. Das zwischen 8 und 18 Meter breite Erdgeschoss ist in einem Lärmschutzwand untergebracht, der von einem 140 Meter langen, bogenförmig angelegten Baukörper überlagert wird. Die doppelt gekrümmte Holz-Halbschale, mit der großzügigen Glasfassade über dem Eingangsbereich, gibt dem Gebäude sein unverwechselbares Äußeres.

Im Sanitärbereich hat das Haushalten mit der Ressource Wasser höchste Priorität. Via Infrarotstrahl bedarfsgerecht gesteuerte GROHE Europlus E Armaturen im Bad und GROHE Tectron Skate mit Rapid SL Installationssysteme für Urinale sorgen an den Waschtischen und im WC-Bereich für optimale Hygiene und nachweislich stark reduzierten Wasserverbrauch.

The new office building of the Association for Refuse Utilisation in Schwandorf marries the building with the countryside. The ground floor between 8 and 18 metres wide is incorporated into a sound barrier overlaid by a 140 metre long curved construction. The double curved timber half shell with a large glass façade over the entrance give the building its distinctive look. In the bathroom area, water management has top priority.

The use of infrared controlled GROHE Europlus E fittings in the bathroom and GROHE Tectron Skate with Rapid SL installation systems for urinals provides optimum levels of hygiene and significantly reduced water consumption at the basins and in the toilet area.



Bernd Lederle

Architekt / Architect
archimedialab,
Stuttgart, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Schwandorf, Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Zweckverband Müllverwertung
Schwandorf (ZMS)

Bauvolumen / Project size
2 900 m²

3/



4/

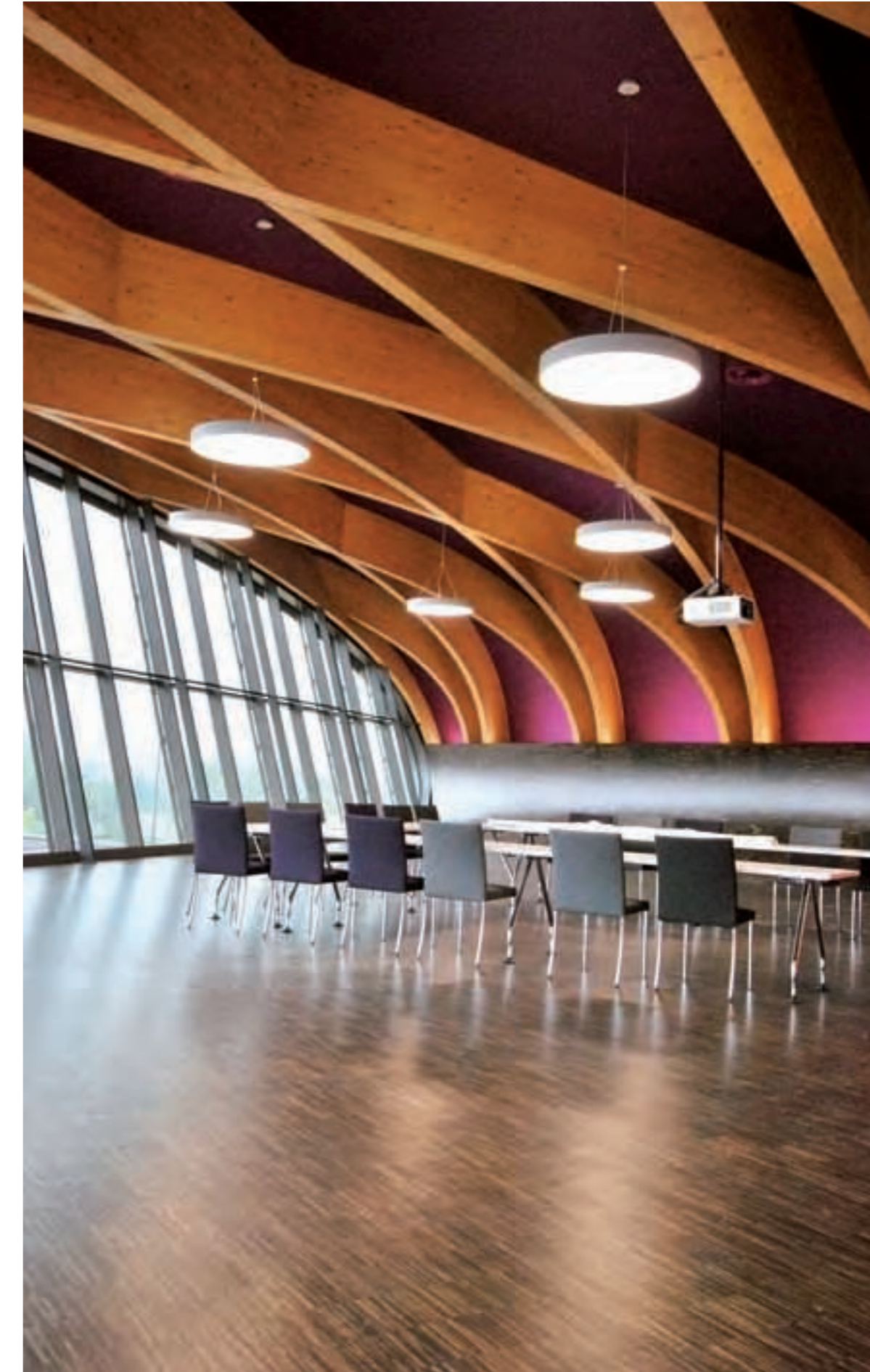


5/



- 1/ Klare Linien strukturieren öffentliche Bereiche.
Clear lines structure the public areas.
- 2/ Das oberste Geschoss kragt bis zu 20 Meter frei aus.
The top floor cantilevers by up to 20 metre.
- 3/ Infrarotgesteuerte GROHE Europlus E Armaturen reduzieren den Wasserbrauch an den Waschtischen.
Infrared controlled GROHE Europlus E fittings reduce water consumption at the basins.
- 4/ Tagungsräume und öffentliche Bereiche durchdringen den Erdwall.
Conference rooms and public areas penetrate the earth wall.
- 5/ 3D-Konstruktionsmodell der Gitterschale.
3D construction model of the grid shell.
- 6/ Die gitterartige Dachschaale setzt innen markante Akzente.
The criss-cross roof shell inside creates a striking feature.

6/



MÜNCHEN / MUNICH BMW WELT

1/



Wolf D.Prix

Architekt / Architect
COOP HIMMELB(L)AU
Wien / Vienna, Österreich / Austria

Fertigstellung / Date of completion
2007

Adresse / Address
Am Olympiapark 1
80809 München / Munich, Deutschland / Germany

Bauherr / Client
BMW AG

Brutto-Grundfläche / Gross floor area
73 000 m²



2/

Die BMW Welt bildet mit der großen, durchlässigen Halle, dem skulpturartigen Dach und einem Doppelkegel ein beeindruckendes Ensemble mit dem BMW Zentralgebäude. Die futuristische Stahl-Glas-Kombination ist als ein Raum für Abholer und Touristen konzipiert, die ihren Aufenthalt als emotionale Erfahrung erleben sollen.

In den Sanitärbereichen runden GROHE Europlus E Waschtischarmaturen mit innovativer Infrarot-Elektronik und edlem Design das Genusskonzept der BMW Welt ab.

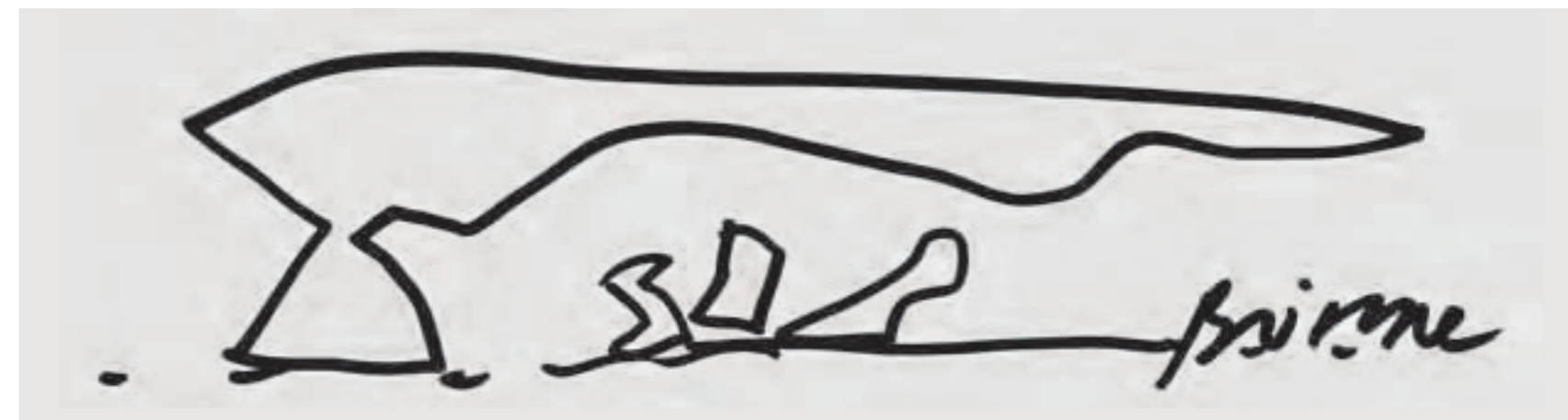
BMW Welt with its large open hall, sculptural roof and double cone forms an impressive ensemble with the BMW head office. The futuristic combination of steel and glass is designed as a space for people who collect their new cars and for tourists that conveys an emotional experience of the BMW brand.

In the sanitary facilities, GROHE Europlus E basin faucets with innovative infra-red electronics and stylish design round off the BMW Welt pleasure concept.



3/

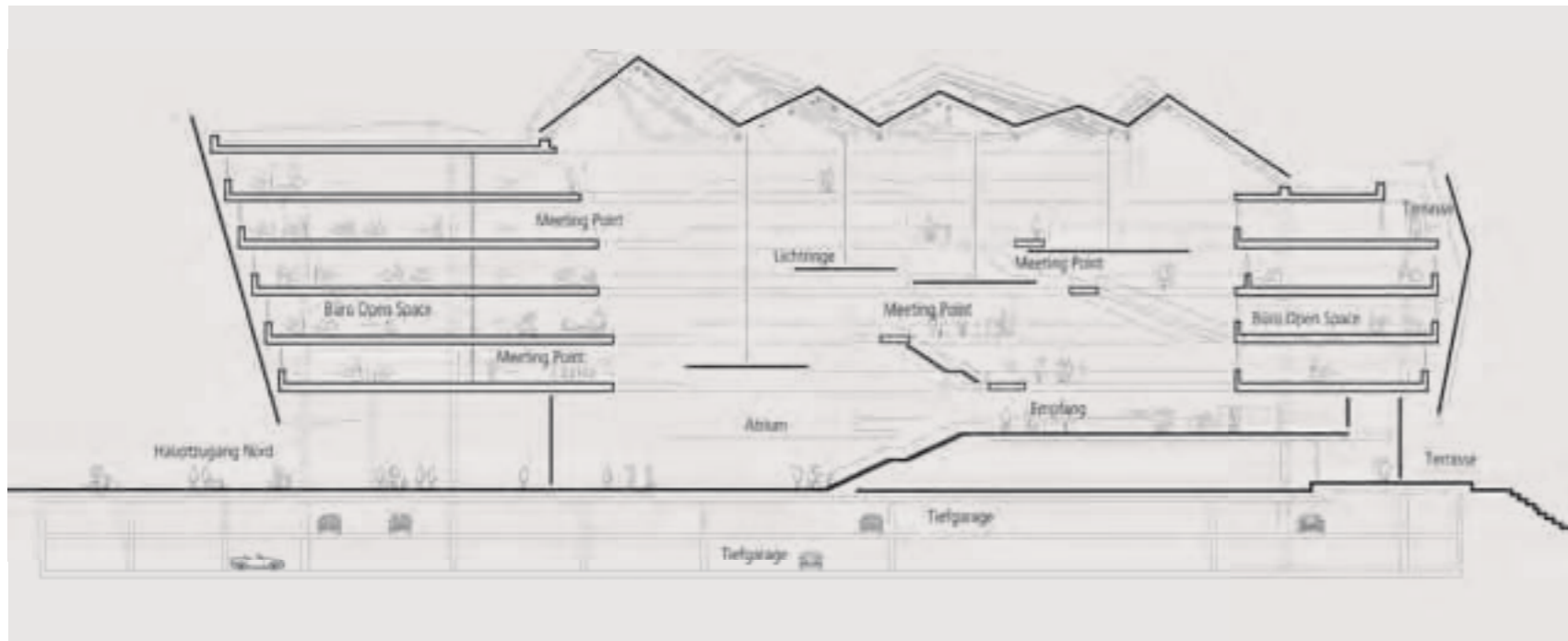
- 1/ **Der Doppelkegel stützt die einzigartige Dachkonstruktion.**
The double cone supports the unique roof construction.
- 2/ **Das Innere der BMW Welt beeindruckt mit einzigartigen Raumperspektiven.**
The interior of BMW Welt is impressive on account of the unique views from the rooms.
- 3/ **Die offene Architektur vereinfacht die Orientierung.**
The open architecture simplifies orientation.
- 4/ **Eine erste Entwurfsskizze aus der Planungsphase.**
An initial sketch from the design stage.



4/

HAMBURG UNILEVER FIRMENZENTRALE / HEADQUARTERS

1/



2/



Architekt / Architect
Behnisch Architekten
Stuttgart, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Strandkai 1, 20457 Hamburg
Deutschland / Germany

Bruttogeschossfläche / Gross floor area
38 000 m²

Die Fassade des unregelmäßig geformten Verwaltungsgebäudes passt, mit ihren weißen Stahlträgern und der als Windschutz davor gespannten, transparenten ETFE-Folie, ideal in das Stadtbild der Hamburger HafenCity. Der zu allen Seiten verzogene Baukörper wird im Erdgeschoss durch ein großes öffentliches Atrium geprägt, das von einem gebrochenen Ring aus siebengeschossigen Büroriegeln eingerahmt wird. Das nachhaltige Gebäudekonzept ist so konstruiert, dass möglichst viel Tageslicht einfallen kann und somit weniger Kunstlicht gebraucht wird. Zudem wird das ganze Gebäude mit sparsamen Leuchten auf LED-Basis erhellt.

Im Sanitärbereich sorgen GROHE Europlus Waschtischarmaturen mit GROHE SilkMove® Technologie für komfortable und präzise Steuerung des Wasserflusses. An den WC-Einheiten im Personalbereich sparen GROHE Skate Air Betätigungen mit dem GROHE EcoButton durch die variable Wahl der Spülmenge bis zu 50 Prozent Wasser.

With its white steel beams and the transparent ETFE foil tensioned in front as protection against the wind, the façade of the irregularly shaped administrative centre blends perfectly into the cityscape of HafenCity in Hamburg. The building structure, which is distorted on every side, has a large, open atrium on the ground floor that is framed by a broken ring of seven-storey office blocks. The sustainable building concept is designed to maximise daylight and thereby reduce the need for artificial lighting. The entire building is also illuminated by sparingly applied LED-based lighting.

In the sanitary facilities, GROHE Europlus basin faucets with GROHE SilkMove® technology ensure that the water flow can be controlled easily and precisely. For the WC-units, GROHE Skate Air wall plates with the EcoButton saves up to 50 percent of the water thanks to the choice of a two volume flush system.

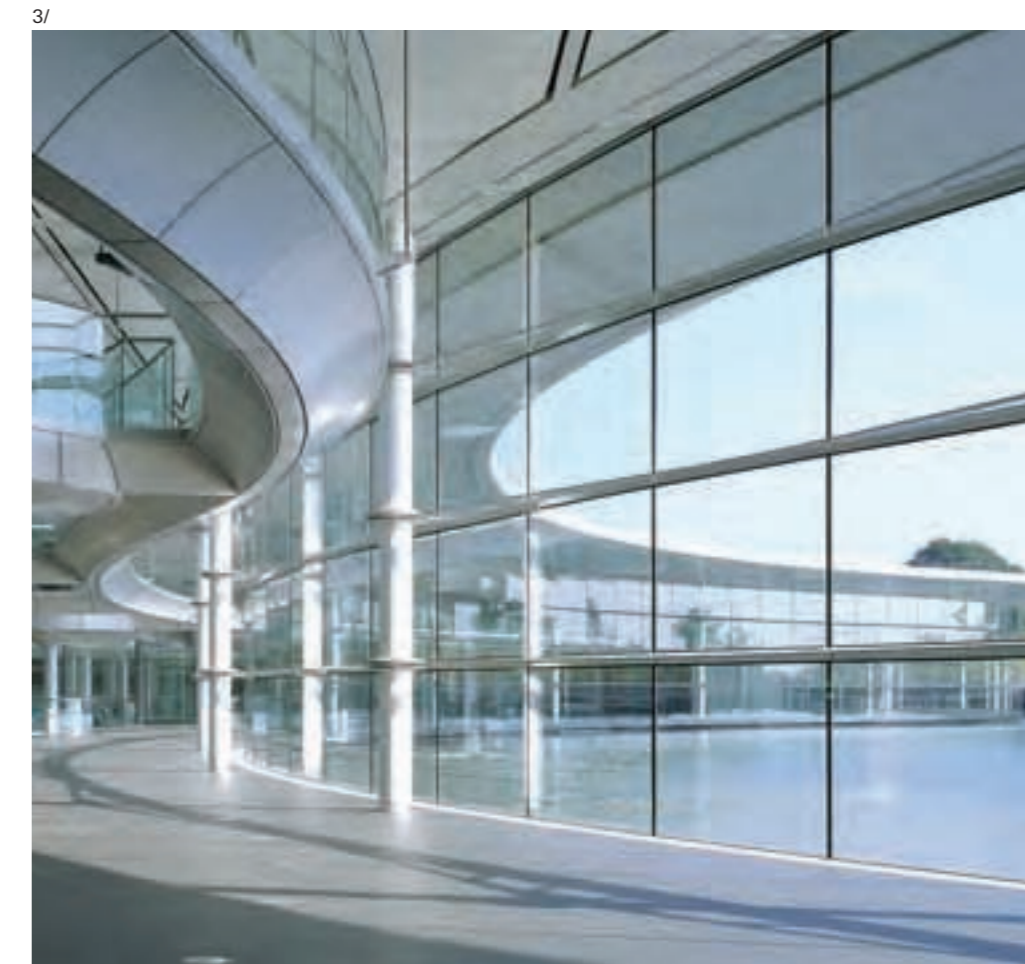
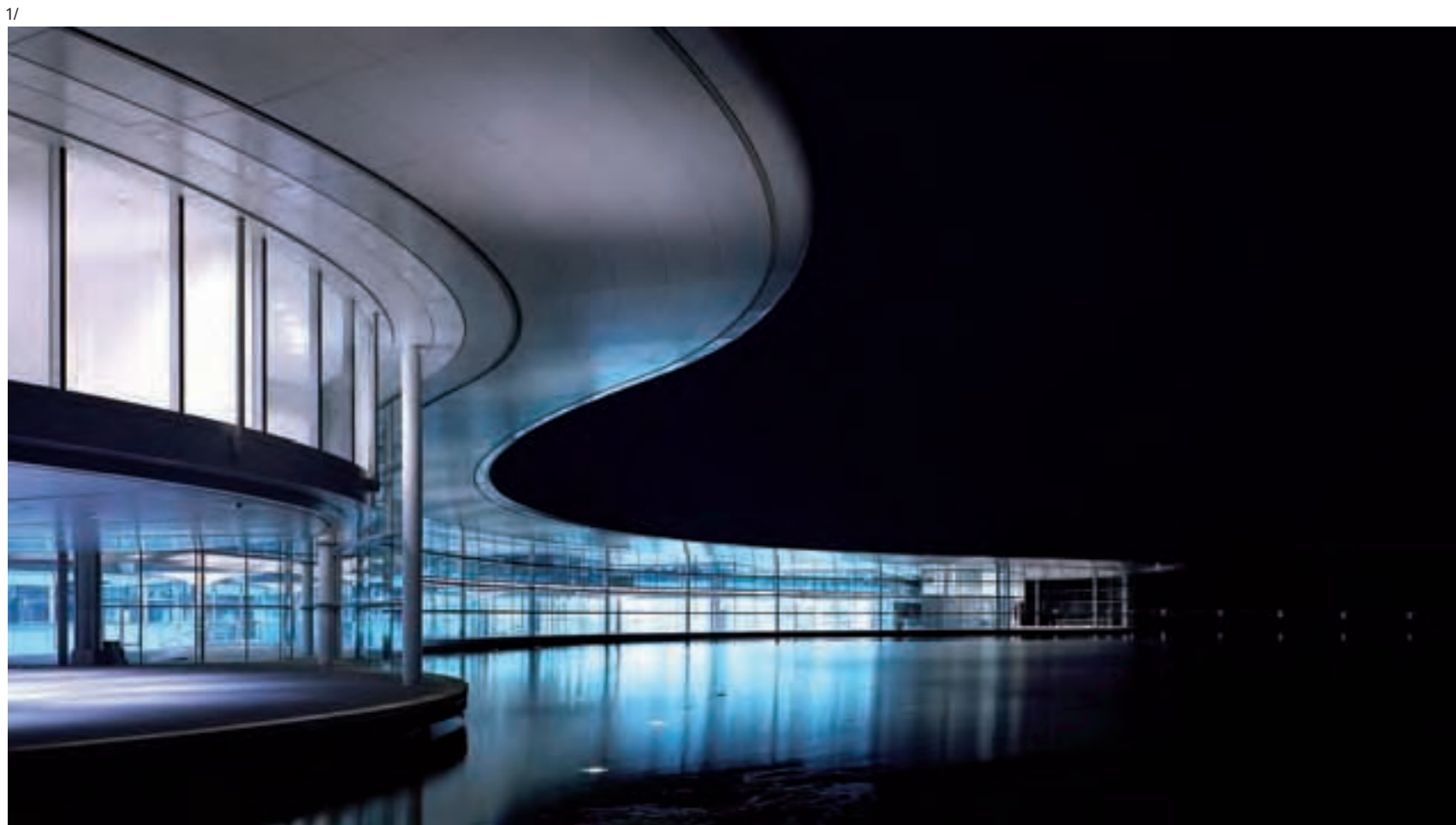
- 1/ **Der Gebäudelängsschnitt des prämierten Unilever Gebäudes.**
The longitudinal section of the award-winning Unilever building.
- 2/ **Die hauseigene, aber öffentliche Elbterrasse ist als Aufenthaltsort für Mitarbeiter konzipiert.**
The company-owned, public terrace overlooking the River Elbe is intended as a leisure area for employees.
- 3/ **Über sechs Etagen entwickelt sich das zentrale Atrium mit großen LED Leuchtringen.**
The central atrium is spread across six floors with large rings of LED lighting.
- 4/ **Die gefaltete Folienfassade ist ein Blickfang in der HafenCity.**
The folded foil façade is an eye-catching addition to HafenCity.



4/

3/

WOKING McLAREN TECHNOLOGY CENTRE



David Nelson



David Summerfield



Nigel Dancey

Architekt / Architect
Foster + Partners
London, Großbritannien / Great Britain

Fertigstellung / Date of completion
2004

Adresse / Address
McLaren Technology Centre
Chertsey Road
Woking, Surrey, GU21 4YH
Großbritannien / Great Britain

Bauherr / Client
Main contractor Kier Build Ltd

Ein künstlicher See und eine enorme Konstruktion in Bohnenform sind die zwei bestimmenden Elemente des Komplexes, der als ein sichtbares und erkennbares Zeichen die herausragenden Werte der Marke McLaren herausstellt. Der Bau zeichnet sich durch den Einsatz nachhaltiger Lösungen aus. So wird der angrenzende See als Klimaanlage für das Gebäude genutzt.

Die hohen qualitativen und technologischen Ansprüche des Konzerns werden auch im Sanitärbereich mit der hochwertigen Armaturenserie GROHE Atrio für den perfekten Wasserfluss erfüllt. Als Träger-system für Waschbecken und WCs kommt im gesamten McLaren Technology Centre das GROHE Rapid SL Installationssystem zum Einsatz.

An artificial lake and an enormous kidney-shaped construction are the two characteristic features of the complex which, as a visible and recognisable symbol, is emblematic of the outstanding values of the McLaren brand. The building is distinguished by its use of sustainable solutions. The adjoining lake is used as an air conditioning system for the building.

The exacting demands of the Group in terms of quality and technology are also satisfied in the sanitary facilities with the high-quality series of GROHE Atrio faucets for the perfect flow of water. The GROHE Rapid SL installation system is used throughout the McLaren Technology Centre as the carrier system for wash basins and WCs.

1/ **Unterwasserscheinwerfer und in den Boden eingelassene Leuchten tauchen das Gebäude in ein magisches Licht.**
Underwater floodlights and lamps which are recessed into the ground bathe the building in magical light.

2/ **Der Grundriss veranschaulicht die bohnenartige Form des Bauwerkes.**
The floor plan shows the kidney shape of the building.

3/ **Die seeseitige Fassade besteht aus einer durchgehend gebogenen Glaswand.**
The façade facing the lake consists of a continuous curved glass wall.

DÜSSELDORF / DUSSELDORF GROHE FIRMENZENTRALE / HEADQUARTERS



Die GROHE Corporate Headquarters mit dem GROHE Design Studio und dem GROHE Store ist ein exzellentes Beispiel für designgesteuerte Unternehmenskultur. Die klaren Gebäudeliniien schaffen transparente und offene Strukturen und transportieren so die Funktion des Gebäudes als Kommunikationszentrale nach innen und außen. Der GROHE Store ist ein multifunktionaler Ausstellungs- und Veranstaltungsraum, in dem Marke und Philosophie in einer neuen architektonischen Dimension präsentiert werden. Er ist Treffpunkt und Anschauungsobjekt für Planer, Architekten und Innenarchitekten und stellt die perfekte Balance von GROHE Qualität, Technologie und Design in den Vordergrund.

In den Bädern sorgen GROHE Ondus® und GROHE Veris Armaturen sowie GROHE Rainshower® Brausen für den perfekten Wasserfluss und ein sinnliches Wassererlebnis. Die innovativen GROHE Red® und GROHE Blue® Küchenarmaturen versorgen Mitarbeiter mit heißem und gereinigtem, sprudelndem Wasser.

The GROHE Corporate Headquarters with the GROHE Design Studio and the GROHE Store is an excellent example of design-led corporate culture. The clean lines of the building create transparent and open structures, inwardly and outwardly conveying the function of the building as a communication hub. The GROHE Store is a multi-purpose exhibition and event space within which the brand and philosophy are presented in a new architectural dimension. It is a meeting place and showroom for developers, architects and interior designers where the perfect balance of GROHE quality, technology and design takes centre stage.

In the bathrooms, GROHE Ondus® and GROHE Veris faucets and GROHE Rainshower® showers guarantee the perfect flow of water and a sensual water experience. The innovative GROHE Red® and GROHE Blue® kitchen faucets supply employees with both hot and purified, sparkling water.

- 1/ Die preisgekrönte GROHE Ondus® Waschtischarmatur setzt Einfachheit und Emotion im Bad perfekt in Szene. The award-winning GROHE Ondus® basin faucet sets the perfect scene for simplicity and emotion in the bathroom.
- 2/ Die GROHE Veris Bidetarmatur setzt mit ihrer sinnlichen Formensprache gestalterische Akzente im Bad. The sensual form of the GROHE Veris bidet mixer is a design highlight in the bathroom.
- 3/ Bodentiefe Fensterfronten öffnen Räume und signalisieren Kommunikationsbereitschaft. Floor-to-ceiling windows open up the rooms and signalise a willingness to communicate.



Architekt / Architect
Richard Meier & Partners Architects LLP
New York
Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Fertigstellung / Date of completion
2002

Adresse / Address
Feldmühleplatz 15,
40545 Düsseldorf / Dusseldorf
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
GROHE AG

Bauvolumen / Project size
46 000 m²

BILDUNG UND WISSENSCHAFT EDUCATION AND SCIENCE



Moderne Konzepte für die unterschiedlichen Bildungsbauten fordern von den Architekten Kreativität und Flexibilität. Während für Museen didaktische Raumkonzepte mit hohem ästhetischem und repräsentativem Anspruch gefordert werden, benötigen Kindergärten, Schulen und Universitäten Planungen für funktionale, ökonomische und ökologische Bauten.

In Einrichtungen des Bildungswesens hat die Sicherheit, Qualität und Zuverlässigkeit von Sanitärausstattungen im öffentlichen Bereich eine besonders hohe Priorität. Maßgeschneiderte GROHE Produkte und innovative GROHE Technologien unterstützen Architekten bei der perfekten Ausstattung der Sanitärräume.

Für den Langzeiteinsatz in Bildungseinrichtungen eignen sich z.B. langlebige GROHE Eurodisc SE Selbstschluss Armaturen und GROHE Europlus E Armaturen mit Infrarotelektronik. Dank bedarfsgerechter Wasserabgabe sind sie sparsam im Verbrauch, dazu wartungsarm und leicht zu reinigen. Grohtherm Micro Thermostate mit GROHE TurboStat® Technologie steuern sicher die konstante Temperatur des Wasserflusses und schützen effektiv vor Verbrühungen.

Modern designs for different educational buildings require the creativity and flexibility of the architects. Whilst museums require didactic room designs that are highly attractive and impressive, kindergartens, schools and universities need designs for functional, economical and ecological structures.

In educational facilities, the security, quality and reliability of sanitary fittings for public use have a particularly high priority. Customised GROHE products and innovative GROHE technologies help architects to find the perfect design for sanitary facilities.

The durable GROHE Eurodisc SE self-closing faucets and GROHE Europlus E faucets with infra-red electronics are suitable for long-term use in educational establishments. Thanks to the needs-driven supply of water, they conserve water and are also low maintenance and easy to clean. Grohtherm Micro thermostats with GROHE TurboStat® technology reliably control the constant temperature of the flow of water and provide effective protection against scalding.

NEUMARKT KINDERGARTEN SIGHARTSTEIN

Von der Umgebung inspiriert, fügt sich der Kindergarten harmonisch und doch prägend in die grüne Landschaft. Als markantes Gestaltungselement schmücken riesige Grashalme die Fassade des Kindergartens. Im Erdgeschoss des kubischen Baukörpers sorgen große Glaselemente für Transparenz und Offenheit. Sie lassen viel Licht in die Gruppenräume fließen und schaffen eine Verbindung zwischen Natur und Spielflächen.

Benutzerfreundliche GROHE Essence Einhebelmischer an den Waschtischen und GROHE Atrio Wandausläufe an den Waschrinnen bringen den Kindern den Umgang mit Wasser, als eine wichtige Erfahrung, spielerisch näher. Das reduzierte Design fügt sich perfekt in das helle, freundliche und klare Ambiente des Kindergartens ein. Die GROHE SilkMove® Technologie in den Kartuschen sorgt zudem dafür, dass die Bedienung für die Kinder besonders leichtgängig, präzise und zuverlässig ist und die Armatur praktisch über Jahrzehnte verschleißfrei betrieben werden kann.

Inspired by its surroundings, the kindergarten blends in seamlessly with the green countryside, yet makes its own mark on the landscape. As a striking design feature, giant blades of grass adorn the façade of the kindergarten. On the ground floor of the cubic building structure, large glass units guarantee transparency and openness. They allow light to flood into the rooms and create a connection between nature and play areas.

User-friendly GROHE Essence single-lever mixers for the basins and GROHE Atrio wall-mounted faucets for the water troughs teach children in a fun way how important it is to use water responsibly. The minimalist design blends in perfectly with the bright and friendly ambience of the kindergarten. The GROHE SilkMove® technology in the cartridges also ensures that the children are able to operate the faucets in a particularly easy, precise and reliable way and that it will be possible to use them virtually without any wear and tear for decades to come.

Architekt / Architect
kadawittfeldarchitektur
Aachen, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Sighartstein 37, 5202 Neumarkt, Österreich / Austria

Bauherr / Client
Stadtgemeinde Neumarkt

Projektleitung / Project management
Kerstin Tulke

Netto-Grundfläche / Total net surface area
830 m²

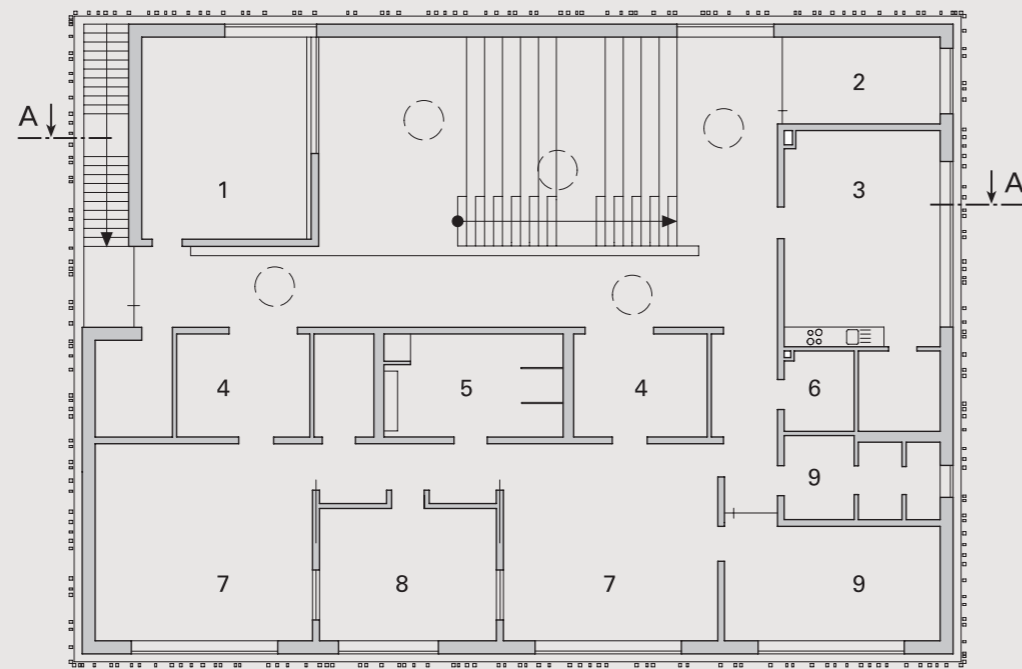
Brutto-Rauminhalt / Gross volume area
3 665 m²





2/

- 1/ **Ruheraum**
Resting room
- 2/ **Büro**
Office
- 3/ **Speiseraum**
Dinning room
- 4/ **Garderobe**
Cloakroom
- 5/ **Sanitär- / Wickelraum**
Sanitary and baby change
- 6/ **WC**
WC
- 7/ **Krabbelgruppe**
Toddler group
- 8/ **Bewegungsraum**
Playroom
- 9/ **Personal**
Staff room

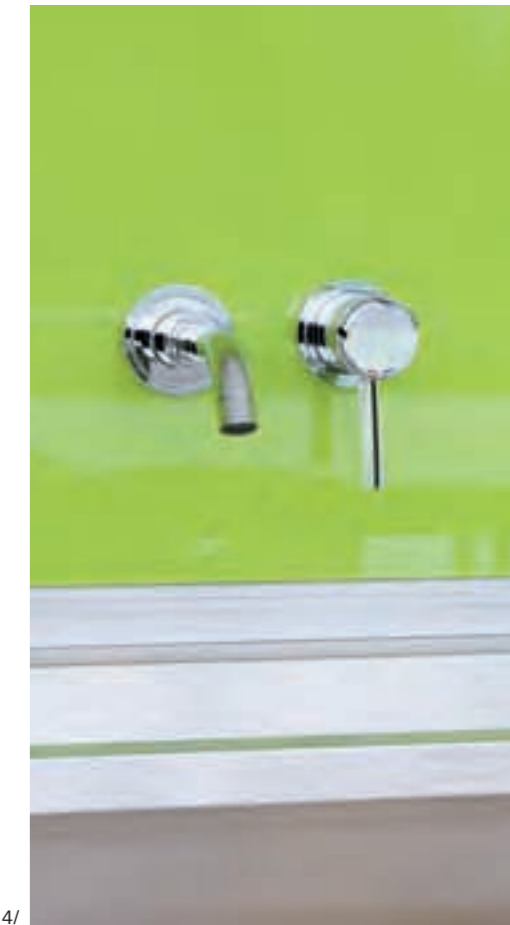


3/



4/

- 1/ **Eine auffällig grüne Ornamentfassade schmückt das Obergeschoss.**
A striking green ornamental façade adorns the top floor.
- 2/ **Herzstück des Gebäudes ist die multifunktionale Halle mit ihrer raumbreiten Treppe.**
The heart of the building is the multi-purpose hall with its stairs across the width of the room.
- 3/ **Der Grundriss veranschaulicht das Raumkonzept des Kindergartens.**
The floor plan shows the room design of the kindergarten.
- 4/ **Ob an Decken, Wänden oder auf Fußböden, die Farbe Grün setzt in allen Räumen wiederkehrende Akzente.**
Whether on the ceilings, wall or floors, the colour green is a recurring theme in all the rooms.
- 5/ **Robust und kinderfreundlich in der Bedienung – die GROHE Atrio Einhebelmischer im Waschraum.**
Robust and child-friendly to operate: GROHE Atrio single-lever mixers in the washroom.



5/

STRALSUND OZEANEUM

1/



2/



Stefan Behnisch, David Cock, Martin Haas

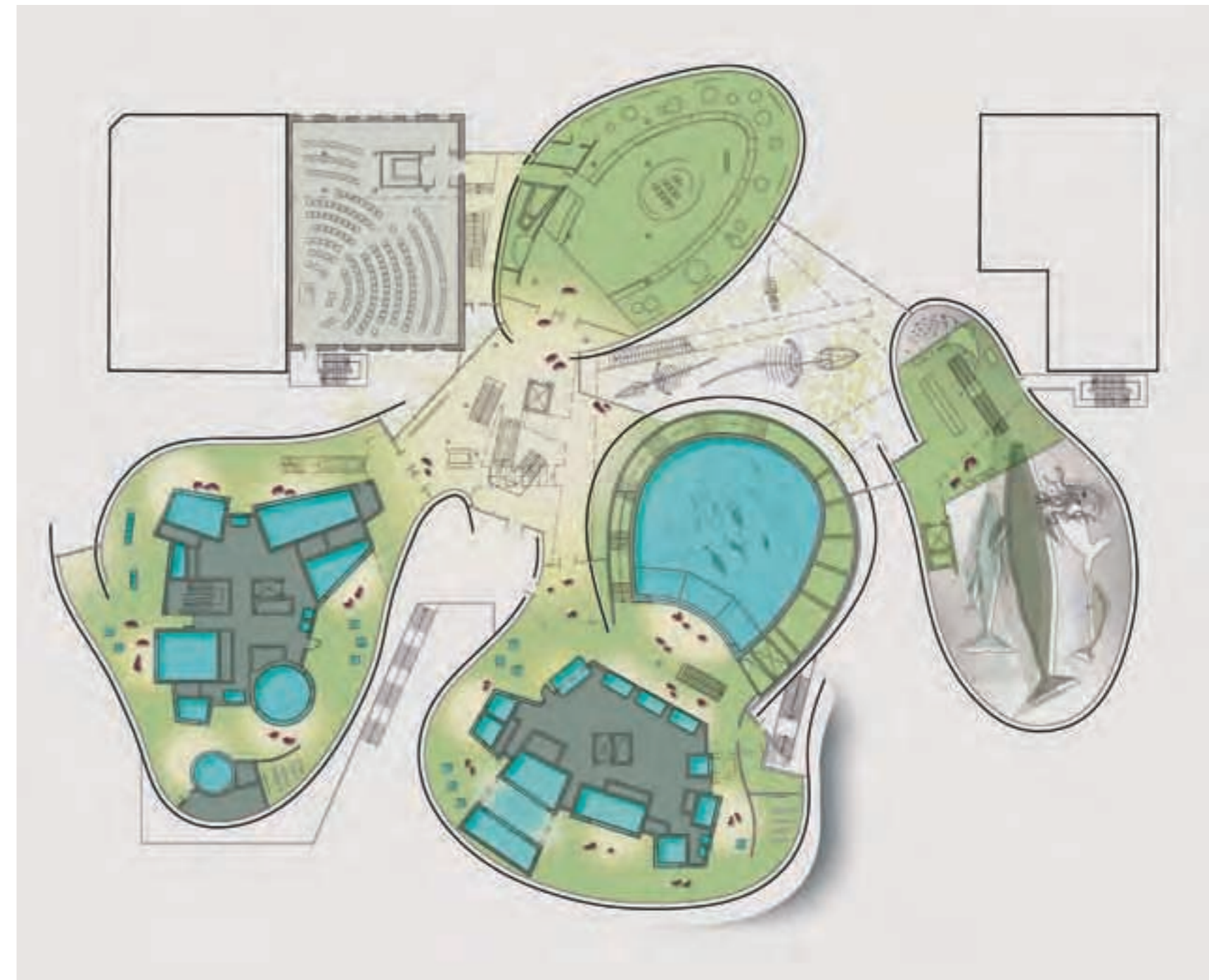
Architekt / Architect
Behnisch Architekten
Stefan Behnisch, David Cock, Martin Haas
Stuttgart, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Hafenstraße 11, 18439 Stralsund
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Deutsches Meeresmuseum Stralsund

Bruttogeschossfläche / Gross floor area
17 400 m²



Die markante Fassade erinnert mit geschwungenen weißen Stahlplatten, Glaselementen und amorphen Formen an von Wasser umspülte Steine und geblähte Segel. Sie verleihen dem Museum den Eindruck von Leichtigkeit und Durchlässigkeit. Die einzelnen Gebäudeteile schieben und winden sich zwischen die bestehenden Speichergebäude, ohne sie zu verdrängen.

Der stark frequentierte Sanitärbereich ist mit den besonders hygienischen, weil berührungslos gesteuerten, GROHE Europlus E Armaturen sowie mit den – dank GROHE SilkMove® Technologie – leichtgängigen und langlebigen GROHE Eurostyle Armaturen ausgerüstet. Die bedarfsgerechte Wasserabgabe der GROHE Europlus E Armatur erfüllt nicht nur höchste Standards, sondern ermöglicht auch den verantwortungsvollen Umgang mit der wichtigen Ressource Wasser.

The striking façade with its curved white steel panels, glass units and amorphous shapes is reminiscent of rocks surrounded by water and billowing sails. They make the museum appear light and transparent. The individual parts of the building are wedged between and coil around the existing warehouse buildings, without overpowering them.

The frequently used sanitary facilities are fitted with GROHE Europlus E faucets, which are particularly hygienic due to their touch-free operation, and GROHE Eurostyle faucets, which are smooth-operating and durable thanks to GROHE SilkMove® technology. The needs-driven supply of water from the GROHE Europlus E faucet satisfies not only the highest standards, it also enables the key resource of water to be used responsibly.

- 1/ **Der Museumsneubau fügt sich zwischen historische Gebäude der Hafensinsel.**
The new museum building is wedged between historic buildings on the port island.
- 2/ **Die helle Eingangshalle mit dem Aufgang zum Ausstellungsbereich.**
The bright entrance hall with the staircase to the exhibition area.
- 3/ **Im Schwarmfischbecken kann das Verhalten von Heringen beobachtet werden.**
You can watch the herrings in the schooling fish tank.
- 4/ **Der Grundriss verdeutlicht die geschwungenen Formen des Gebäudekomplexes.**
The floor plan illustrates the curved shapes of the building complex.
- 5/ **Die GROHE Eurostyle Waschtischarmatur passt zum Gesamtbild und ist leicht zu pflegen.**
The GROHE Eurostyle basin faucet blends in with the overall design and is easy to maintain.

BREMERHAVEN KLIMAHAUUS® 8° OST



Wolf Bartusatz,
Projektleiter / Project manager

Architekt Leistungsphase 5-9 / Architect Service phase 5-9
agn Niederberghaus & Partner GmbH
Ibbenbüren, Deutschland / Germany

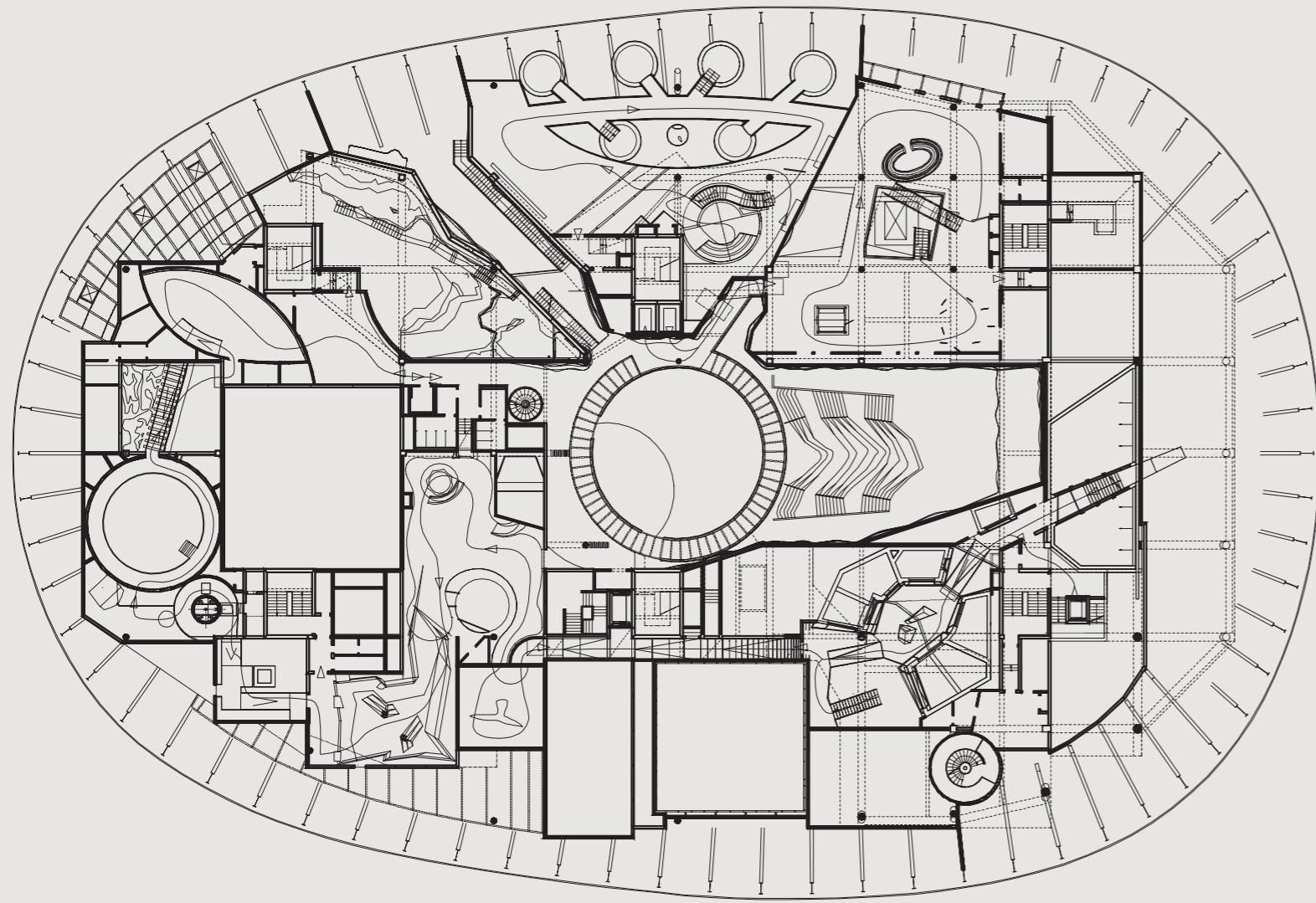
Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Klimahaus® Betriebsgesellschaft mbH
Am Längengrad 8, 27568 Bremerhaven
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
BEAN Bremerhaven Entwicklungsgesellschaft
Alter / Neuer Hafen GmbH,
vertreten durch Stawog Bremerhaven GmbH

Brutto-Grundfläche / Gross external area
20 160 m²





4/



3/



5/

Die unverwechselbare Architektur des Ausstellungsgebäudes konnte erst durch den Einsatz neuester Computertechnik ermöglicht werden. Keine Glasscheibe der sanft geschwungenen Fassade gleicht der anderen. Die Außenhülle und das Dach mit seiner Trägerkonstruktion aus Aluminium umgeben eine Innenkonstruktion aus Beton. Ein Vorteil der Trennung von Innenaufbau und Fassade: Die Zirkulation der Innenluft und die Sonneneinstrahlung werden zur Belüftung und Klimatisierung des Gebäudes genutzt.

Ressourcenschonende Lösungen mit maximaler Hygiene und kompromissloser Wassereinsparung werden auch im Sanitärbereich eingesetzt. Die elektronische Armatur GROHE Europlus E gibt, per Infrarotstrahl gesteuert, Wasser bedarfsgerecht ab. Die GROHE Rapid SL Installationssysteme für Urinale an den Reihen-Urinalanlagen werden ebenfalls berührungslos über Radartechnik gesteuert.

The distinctive architecture of the exhibition building was only made possible by the latest computer technology. Not one single pane of glass in the softly curved façade is identical. The internal concrete construction is surrounded by the outer envelope and the roof with its load-bearing aluminium construction. An advantage of separating the internal construction from the façade is that the circulation of the inside air and solar radiation are used for the ventilation and air conditioning of the building.

Environmentally friendly solutions with the highest standards of hygiene and uncompromising water consumption are also installed in the sanitary facilities. The infra-red controlled electronic GROHE Europlus E faucet dispenses water when it is needed. The GROHE Rapid SL installation systems for the rows of urinals are also operated touch-free using radar technology.

- 1/ Als Fassadenträger umschließt eine Stahlkonstruktion das Gebäude.
A steel construction encloses the building to support the load of the façade.
- 2/ Der Grundriss gibt Einblicke in das Raumkonzept.
The floor plan provides an insight into the design.
- 3/ 4.700 einzeln angefertigte Glasscheiben wurden in die Außenhülle eingesetzt.
4.700 custom-made panes of glass were used in the outer envelope.
- 4/ Die markante Gebäudeform ist ein Blickfang im Hafen.
The striking shape of the building is a focal point in the port.
- 5/ Horizontale Bänder verzieren die Wände in der weit offenen Eingangshalle.
Horizontal bands decorate the walls in the wide open entrance hall.

SHANGHAI DEUTSCHER PAVILLON / GERMAN PAVILION

Der Deutsche Pavillon „balancity“ hat von den Veranstaltern den „Golden Award“ für die beste Umsetzung des Expo-Themas „Better City, Better Life“ erhalten. Das futuristische Bauwerk ist als dreidimensionale, begehbare Skulptur angelegt und veranschaulicht auf beeindruckende Weise die innovativen und zukunftsorientierten Konzepte deutscher Ideengeber für die Stadt der Zukunft auf höchstem technischen Niveau.

Ausladende polygonale Figuren und auskragende Gebäudekörper erzeugen einen spannungsvollen Wechsel von Innen- und Außenraum. Die architektonische Erfahrung entwickelt beim Besucher ein Bewusstsein für nachhaltige und energieeffiziente Lebenskonzepte im Gleichgewicht mit urbanen Lebensräumen.

Auch wenn die Menschen die Sanitäranlagen aufsuchen, erwartet sie ein besonderes Gleichgewicht. Denn die GROHE Produktphilosophie lautet: Qualität, Design und Technologie in Balance. Ob die Waschräume in der exklusiven VIP-Lounge, die Besucher-WCs im Restaurant oder die Anlagen im Mitarbeiterbereich – GROHE bietet den Besuchern Wasser in Perfektion. Mit Produkten wie GROHE Ondus®, GROHE Allure, GROHE Essence E, GROHE Concetto oder GROHE Rapid SL war der Deutsche Pavillon bestens für den großen Besucheransturm aus aller Welt gerüstet und verbindet Nachhaltigkeit durch sparsamen Verbrauch auf ideale Weise mit dem Genusslebnis Wasser.

The German Pavilion “balancity” received the “Golden Award” from the organising body for best implementation of the Expo theme of “Better City, Better Life”. The futuristic structure is designed as a three-dimensional, walk-through sculpture and impressively demonstrates the innovative and forward-looking ideas of German innovators for the most technologically advanced city of the future.

Projecting, polygonal shapes and cantilevered building structures create an exciting transition between the internal and external space. The architectural experience makes the visitor aware of sustainable and energy-efficient lifestyles in perfect balance with urban living spaces.

Perfect harmony even awaits people when they answer the call of nature. This is because the GROHE product philosophy is quality, design and technology in balance. Whether in the washrooms in the exclusive VIP lounge, the visitor toilets in the restaurant or the facilities in the staff area, GROHE offers visitors water in perfection. With products like GROHE Ondus®, GROHE Allure, GROHE Essence E, GROHE Concetto or GROHE Rapid SL, the German Pavilion was well equipped for the large crowds of visitors from all over the world and ideally combined sustainability through economical consumption with the joyful experience of water.



1/

3/



- 1/ Die Gebäudehülle besteht aus einer transparenten Membran, deren silbernes Gewebe die Sonneneinstrahlung reduziert.
The building envelope consists of a transparent silver membrane that reduces solar radiation.
- 2/ Im Bad repräsentieren GROHE Ondus® Digital Waschtischbatterien herausragendes Design und zukunftsweisende Technologie.
In the washroom facilities, GROHE Ondus® Digital basin mixers represent outstanding design and pioneering technology.
- 3/ Die Inneneinrichtung der VIP-Lounge setzt die Formensprache der Gebäudefassade konsequent fort.
The VIP lounge interior furnishings continue the design of the building façade.



2/



Lennart Wiechell
Architekt Schmidhuber + Kaindl

Architektur und Generalplanung /
Architecture and general planning
Schmidhuber + Kaindl GmbH
München / Munich, Deutschland / Germany

Ausstellung- und Mediengestaltung /
Exhibition and media design
Milla & Partner GmbH, Stuttgart
Deutschland / Germany

Projektmanagement und Ausführung /
Project management and execution
Nüssli (Deutschland) GmbH, Roth
Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Expo Gelände / Expo grounds, Shanghai, China

Bauherr / Client
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie /
German Federal Ministry of Economics and Technology

Durchführungsgesellschaft / Organisation and Operation
Koelnmesse International GmbH

Grundstücksfläche / Plot size
6 000 m²

Ausstellungsfläche / Exhibition area
3 600 m²

BRÜSSEL / BRUSSELS ATOMIUM



Die notwendig gewordene Vollsanierung des Atomiums lässt das von A. Waterkeyn entworfene Bauwerk im neuen Glanz erstrahlen. Dazu wurde die matt und löchrig gewordene Haut aus Aluminium komplett vom Stahlgerippe entfernt und durch Inox-Platten ersetzt. Die schmutzabweisenden Stahlplatten sind besonders korrosionsresistent und reinigen sich bei jedem Regen von selbst.

Im Inneren sind die tragenden Strukturen nicht verkleidet und in einem zurückhaltenden Grau gestrichen. Die sechs begehbaren und über 20 Verbindungsgänge miteinander verbundenen Kugeln sind im Design der 1950er Jahre eingerichtet. Sie beherbergen Ausstellungs- sowie Konferenzräume. Im Sanitärbereich sorgen die wartungsarmen GROHE Rapid SL WC-Installationssysteme für die zuverlässige Wasserversorgung.

The much needed complete refurbishment of the Atomium has restored the A. Waterkeyn designed structure to its former glory. The aluminium skin, which had become matt and porous, was completely removed from the steel frame and replaced by stainless steel panels. The dirt-resistant steel panels are particularly resistant to corrosion and are self-cleaning whenever it rains.

Inside, the load-bearing structures are not clad and are coloured in a restrained grey. The six accessible spheres that are connected by over 20 walkways are designed in the 1950s style and house exhibition spaces and conference rooms. In the sanitary facilities, the low-maintenance GROHE Rapid SL WC installation systems guarantee the reliable supply of water.

- 1/ Für jede Kugel wurden 48 große Dreieckspaneele aus Chrom-Nickel-Molybdän-Stahl vorgefertigt.
For each sphere, 48 large triangular panels were pre-fabricated from chromium-nickel-molybdenum steel.
- 2/ Die Skulptur aus neun Kugeln stellt die Elementarzelle einer Eisen-Kristallstruktur dar.
The sculpture consisting of nine spheres represents a unit cell of an iron crystal.
- 3/ Eine verzweigte Stahlkonstruktion trägt die Außenhülle des Atomiums.
A complex steel construction bears the load of the outer envelope of the Atomium.



3/



André Waterkeyn



Sylvie Bruyninckx, Christine Conix

Ingenieur / Engineer
André Waterkeyn (1958)

Architekten / Architects
André und / and Jean Polak

Renovierung / Renovation
Conix Architects, Belgien / Belgium

Fertigstellung / Date of completion
1958

Adresse / Address
Square de l'Atomium, 1020
1020 Brüssel / Brussels, Belgien / Belgium

Nutzfläche / Usable area
3 300 m² / 350 m²

Renovierung / Renovation
Conix Architects, Belgien / Belgium

2/

ANTARKTIS / ANTARCTICA

NEUMAYER STATION III

1/



2/



Fertigstellung / Date of completion
2009

Standort / Location
Ekström Ice Shelf, Antarktis / Antarctica

Bauherr / Client
Alfred-Wegener-Institut für Polar- und
Meeresforschung, Bremerhaven
Deutschland / Germany

Geschützte Nutzfläche /
Protected usable area
4 473 m²

Klimatisierte Nutzfläche /
Air-conditioned usable area
1 850 m²

Für die neue Polarforschungseinrichtung wurde ein neuartiges Gebäudekonzept entwickelt, das die Anforderungen an Umweltverträglichkeit, Betriebszeit und moderne Ausstattung für Forschung und Logistik erfüllt. Das Gebäude wird regelmäßig mit einem Hydrauliksystem an die wachsende Schneeoberfläche angepasst, so dass es zu jeder Zeit zugänglich bleibt und am Ende der Betriebszeit von circa 25 Jahren ganz zurückgebaut werden kann.

Waschtische und Duschen wurden mit GROHE Armaturen ausgestattet. Der GROHE Eurostyle Einhandmischer aus der Linie hält dank seiner hohen Funktionalität auch extremsten Bedingungen Stand. Für angenehmen Duschgenuss bei sparsamem Verbrauch sorgt die Brausengarnitur aus der GROHE Tempesta Serie.

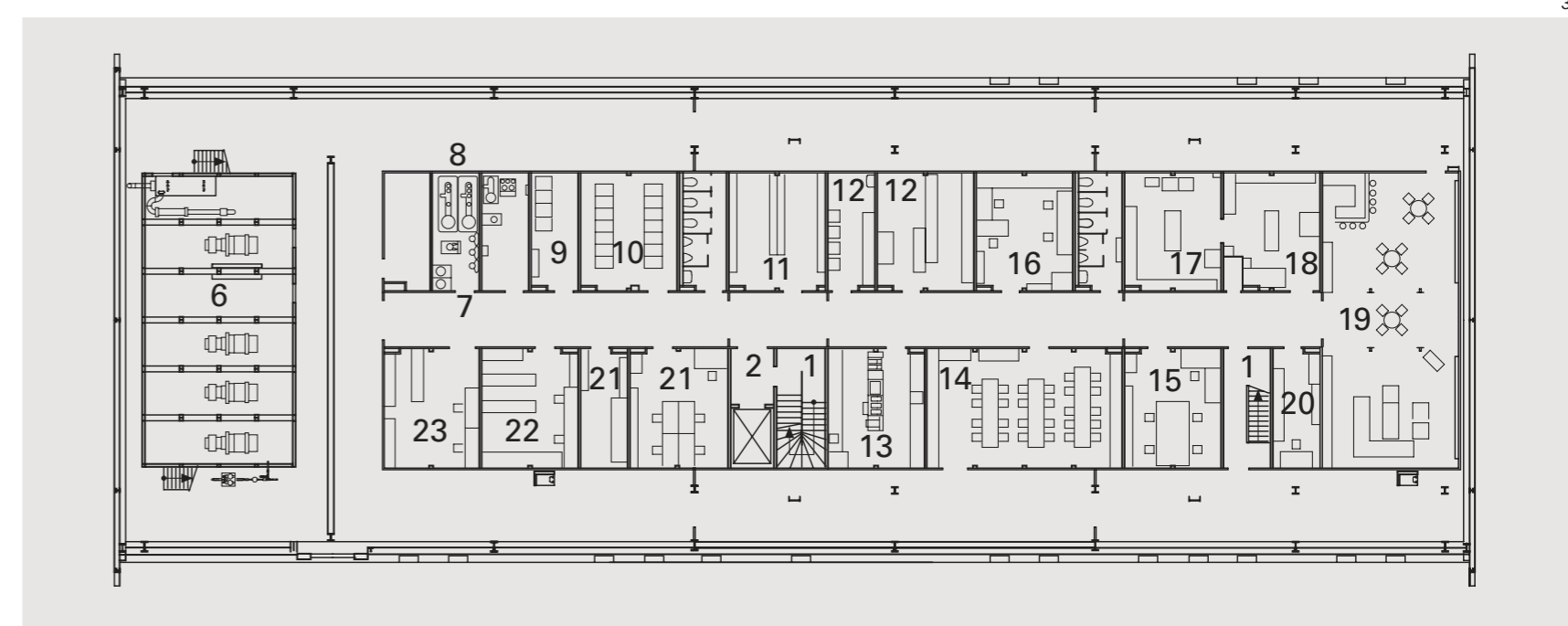
A new building concept has been developed for the new polar research facility, which meets the requirements in terms of environmental impact, operating time and modern equipment for research and logistics. A hydraulic lifting system regularly adjusts the building with the rising snow level so that it remains accessible at all times and can be completely dismantled at the end of its planned 25 year life cycle.

The basins and showers were fitted with GROHE faucets. The GROHE Eurostyle single-lever mixer from the standard range withstands even the most extreme conditions thanks to its high level of functionality. The shower fittings from the GROHE Tempesta series guarantee a pleasant shower experience whilst conserving water.

1/ **Das Innere der Station besteht aus 100 Containermodulen.**
The inside of the station consists of 100 container modules.

2/ **16 hydraulische Hebevorrichtungen verhindern, dass die Station im Schnee versinkt.**
16 hydraulic lifting devices prevent the station from sinking into the snow.

3/ **Grundriss Deck 1.**
Floor plan of deck 1.



3/

BERLIN OBERSTUFENZENTRUM BERLIN WEISSENSEE



1/ Das Konzept sieht für den Neubau ein ruhiges Schulhaus und ein lautes Werkstattthaus vor. Beide Gebäude besitzen keine räumliche Verbindung, korrespondieren aber durch die verwandte Verkleidung aus orange-bunten Wasserstrich-Klinkern mit unregelmäßigen Oberflächen.

Im Sanitärbereich kommen vandalismus-sichere, langlebige und leicht zu reinigende GROHE Skate WC-Abdeckplatten sowie Edelstahl GROHE Tectron Skate Infrarot-Urinal-Elektronik zum Einsatz. Zusätzlich helfen sie durch ihren bedarfsgerechten Wasserfluss, Wasser zu sparen und die Umwelt zu schonen.

The design provides the new college of higher education with a quiet school building and a noisy workshop building. Although there is no spatial link between the two buildings, they correspond with one another due to the use of the same cladding made from orange facing bricks with uneven surfaces.

Vandal-proof, durable and easy-to-clean Skate WC wall plates and stainless steel GROHE Tectron Skate infra-red urinal electronics are used in the sanitary facilities. The needs-driven flow of water also helps to save water and protect the environment.

- 1/ Die Innenhoffassade des Schulhauses wurde mit Lärchenholz verkleidet. The façade of the inner courtyard of the school building has been clad in larch wood.
- 2/ Robuste Materialien in den Holzwerkstätten des Werkstattthauses. Robust materials in the timber workshops of the workshop building.
- 3/ Die Rahmungen der Fensteröffnungen bestehen aus Betonfertigteilen, die vor die tragenden Fassaden gehängt wurden. The frames of the window openings consist of pre-cast concrete components that are suspended in front of the load-bearing façade.



Reimar Herbst, Angelika Kunkler

Architekt / Architect
ReimarHerbst.Architekten BDA
Reimar Herbst / Angelika Kunkler
Berlin, Deutschland/Germany

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Gustav-Adolf-Straße 66, 13086 Berlin
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Land Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung -VP-

Projektbeteiligte / Project participants
Mülberger, Rieger, Breiden (Bauleitung / Site management), Kamel Louafi (Landschaftsarchitekt / Landscape architect)

Brutto-Grundfläche / Gross external area
22 500 m²

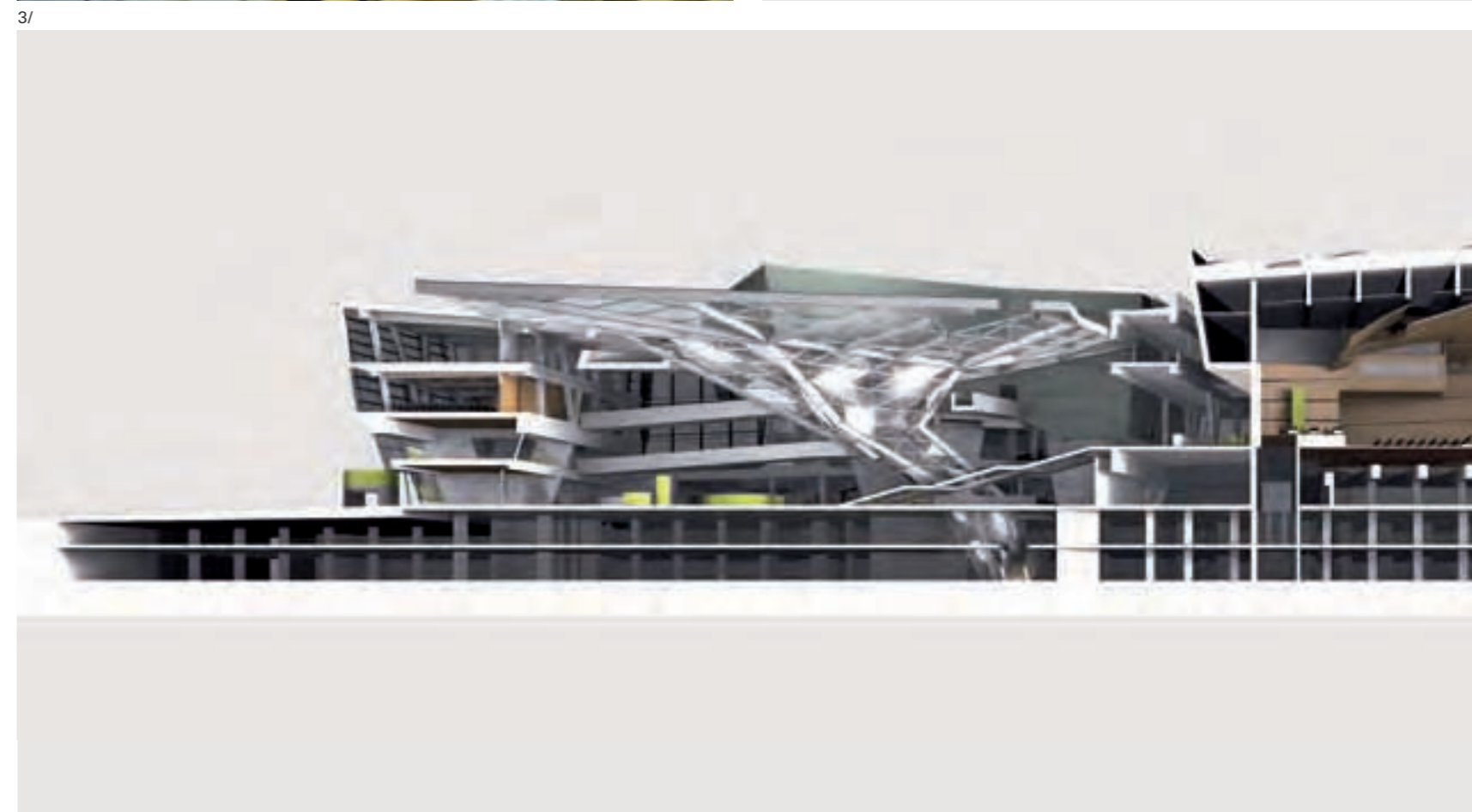
3/



2/



DARMSTADT DARMSTADTIUM



Talik Chalabi

Architekt / Architect
ARGE

Chalabiarchitects (CAP)
Wien / Vienna
Österreich / Austria
und / and
fs-architekten
Darmstadt
Deutschland / Germany



Paul Schröder

Fertigstellung / Date of completion
2007

Adresse / Address
Schlossgraben 1, 64283 Darmstadt
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Wissenschafts- und Kongresszentrum
Darmstadt GmbH & Co.KG
Deutschland / Germany

Brutto-Grundfläche / Gross external area
44 650 m²

Das Wissenschafts- und Kongresszentrum ist als expressive Skulptur gestaltet. Die futuristisch anmutende Architektur setzt sich im Inneren des Komplexes unter Verwendung energiesparender und umweltfreundlicher Materialien und Technologien fort. Ein zentraler Lichttrichter im Erschließungsfoyer versorgt nicht nur die unteren Geschosse mit Tageslicht, sondern erschließt zudem Regenwasser für die Wiederverwertung und Luft für die Vorwärmung im Erdkanal und die Aufbereitung in Raumluftzentralen.

Die Waschräume sind mit den besonders energie- und wassersparenden GROHE Europlus E Armaturen ausgerüstet. Die innovative Infrarotsteuerung gibt das Wasser bedarfsgerecht und zuverlässig an den Nutzer ab und ist dank berührungsloser Bedienung äußerst hygienisch und pflegeleicht.

The Science and Conference Centre is designed as an expressive sculpture. The futuristic architecture is continued inside the complex by using energy-saving and environmentally friendly materials and technologies. A central light well in the foyer not only supplies natural light to the lower floors, it also collects rainwater for re-use, while the air is pre-heated/pre-cooled in an earth duct and conditioned in ambient air units.

The washrooms are fitted with the particularly energy-efficient and water-saving GROHE Europlus E faucets. The innovative infra-red technology reliably dispenses water to the user when it is needed. It is also extremely hygienic and easy to maintain thanks to the touch-free operation.

- 1/ **Die auffällige Architektur hat Signalcharakter.**
The striking architecture is very eye-catching.
- 2/ **Der zentrale Lichttrichter im Foyer.**
The central light well in the foyer.
- 3/ **Längsschnitt des multifunktionalen Veranstaltungszentrums.**
Longitudinal section detail of the multi-purpose event centre.

GESUNDHEIT HEALTH



Gebäude des Gesundheitswesens sind planerisch anspruchsvolle Spezialbauten. Architekten müssen nicht nur wirtschaftliche, politische und verwaltungstechnische Vorgaben beachten, sondern auch intelligente Konzepte entwickeln, die funktionale, ergonomische und gestalterische Aspekte in sich vereinen. Für die Realisierung der Wasserinstallationen sind Hygiene, Sicherheit, einfache Bedienung und Wirtschaftlichkeit von herausragender Bedeutung.

GROHE Spezialarmaturen genügen dank innovativer Technologien, außergewöhnlicher Qualität und Dauergebrauchstauglichkeit den höchsten Ansprüchen. Über Infrarotstrahl berührungslos gesteuerte GROHE Europlus E Armaturen mit programmierbarer automatischer Spülfunktion und Grohtherm Ergomix Spezialarmaturen mit langem Bedienhebel minimieren die Keimübertragung an den Waschtischen und erfüllen höchste Hygienestandards im OP-Bereich. GROHE Euroeco Spezialarmaturen mit unterschiedlichen Hebel-längen und leicht zu bedienende Skate-Platten zur WC-Betätigung sichern in den Patientenzimmern, insbesondere für ältere und in ihrer Mobilität eingeschränkte Patienten, das einfache Handling der Wasserinstallationen.

From a design perspective, health care buildings are sophisticated, special structures. Architects must take into consideration not only the economic, political and administrative requirements, they must also develop intelligent concepts that combine the functional, ergonomic and design aspects. Hygiene, security, simple operation and efficiency are of the utmost importance when implementing water installations.

GROHE Special faucets satisfy the most stringent of requirements thanks to innovative technology, outstanding quality and long-term durability. Infra-red controlled GROHE Europlus E faucets with touch-free operation and programmable automatic flushing function, and Grohtherm Ergomix Special faucets with their long lever handles, minimise the transmission of germs to the basins and meet the highest hygiene standards in operating theatres. GROHE Euroeco Special faucets with different length levers and easy-to-operate GROHE Skate WC wall plates ensure that the water installations are easy to use in the patient rooms, particularly for older patients and those restricted in their mobility.

KLAGENFURT KLINIKUM / HOSPITAL KLAGENFURT

3/



Dietmar Feichtinger



Heinz Priebering



Richard Klinger

Architekten / Architects
DFA Dietmar Feichtinger Architectes,
Priebering, „P“ ZT GmbH Architekten +
Ingenieure, Müller + Klinger /
Architects Collective AC ZT-GmbH

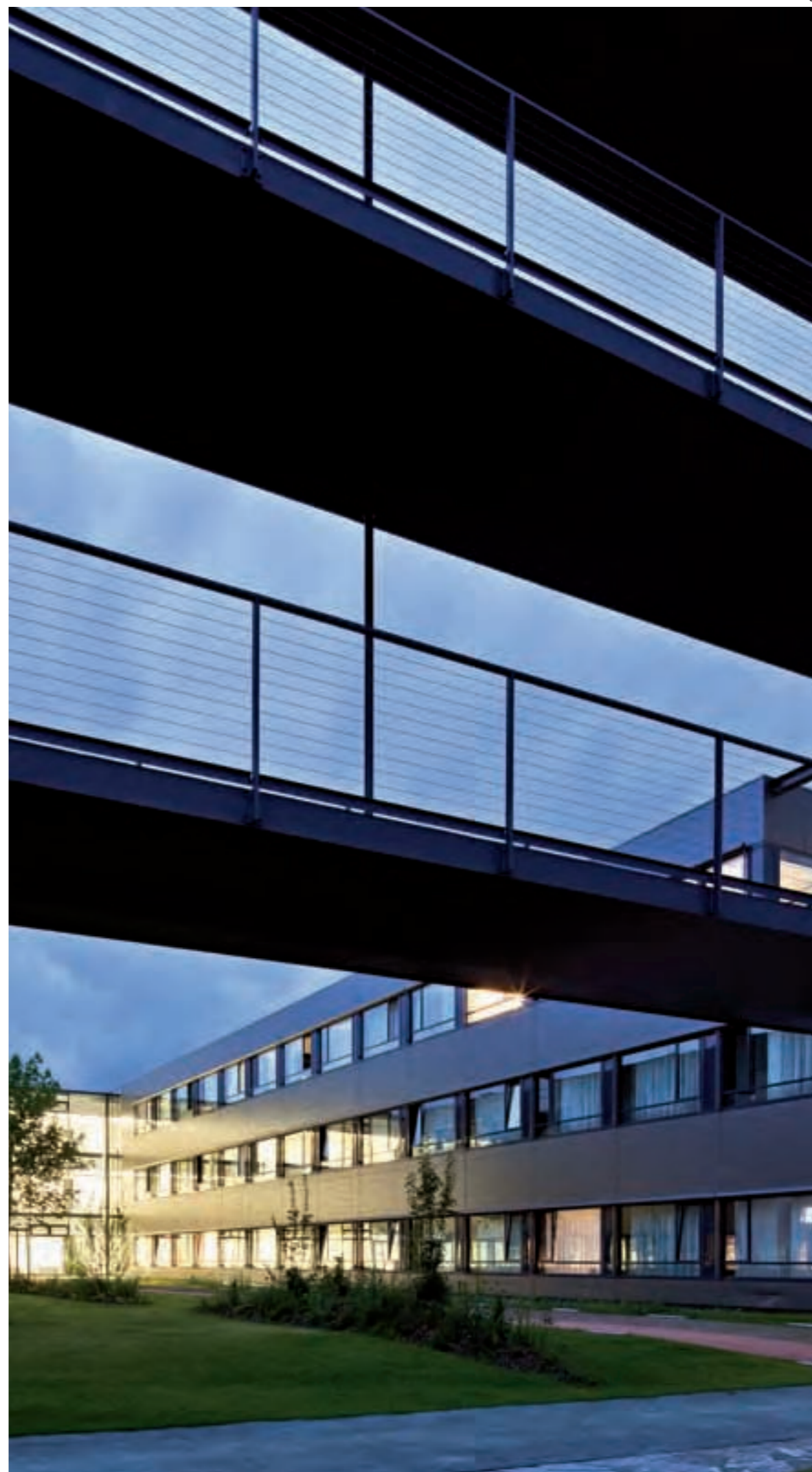
Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
St. Veiter Straße 47
9020 Klagenfurt, Österreich / Austria

Bauherr / Client
LKH Klagenfurt

Gesamte Nutzfläche / Total usable area
71 000 m²

Anzahl der Betten / Number of beds
1 400



1/



2/



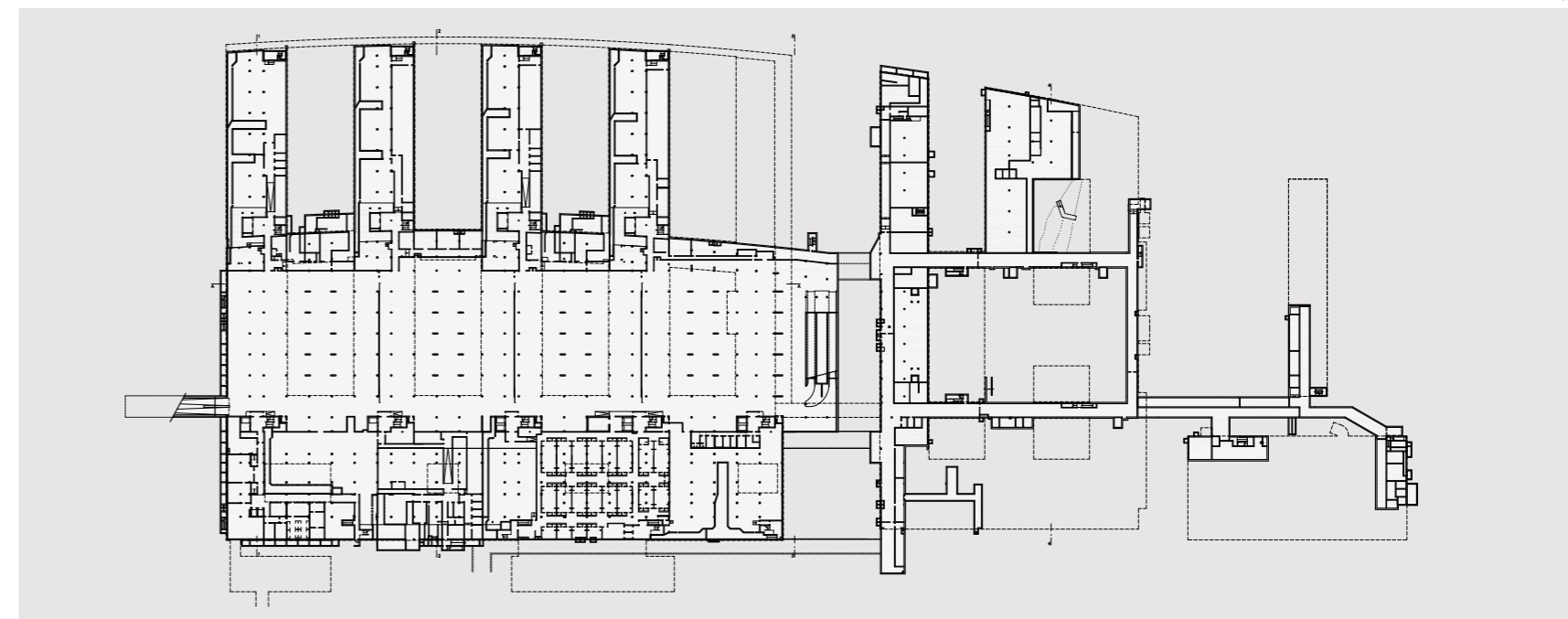
- 1/ Klare Strukturen gliedern Bereiche zu logischen Einheiten.
Clear structures divide the areas into logical units.
- 2/ Einfache Orientierung im gesamten Gebäudekomplex.
It is easy for people to find their way around the entire building complex.
- 3/ Die geringe Gebäudehöhe sorgt für viel Licht in den Krankenzimmern.
The low building height ensures there is plenty of light in the wards.
- 4/ Sanitärbereich mit GROHE Euroeco Spezial Wandarmatur.
Sanitary area with GROHE Euroeco Special single-lever mixers.
- 5/ Die Eingangshalle ist dank großer Fensterfronten lichtdurchflutet.
The large window facades flood the entrance hall with light.
- 6/ Der Grundriss verdeutlicht die Gebäudestruktur.
Floor plan.

Der funktionell schlüssige Gebäudekomplex besteht aus einer geraden Süd- und einer geschwungenen Mittelmagistrale. Die logische Struktur des Ensembles überzeugt mit einer einfachen Wegführung und guten Erreichbarkeit der Fachzentren und Spezialkliniken. Die horizontale Teilung der Fassaden und die Rückstaffelung der Baukörper zur Landschaft unterstreichen die Erdverbundenheit und Einbindung des Gebäudes in die Umgebung.

Mit Sicherheit, Hygiene, Komfort und Sparsamkeit im Umgang mit der Ressource Wasser überzeugen die im Klinikum Klagenfurt eingesetzten GROHE Euroeco, GROHE Eurostyle und GROHE Eurodisc Sanitärarmaturen sowie Grohtherm Ergomix Thermostat Waschtischbatterien.

The functionally coherent building complex consists of a straight southern thoroughfare and a curved central thoroughfare. The logical structure of the ensemble makes it easy for people to get around and the specialist departments and clinics are easily accessible. The horizontal divisions of the façades and the staggering of the back of the building structure so that it nestles into the landscape emphasise the connection with the earth and tie the building into its surroundings.

The GROHE Euroeco, GROHE Eurostyle and GROHE Eurodisc sanitary fittings and Grohtherm Ergomix thermostatic basin mixers used in the Klagenfurt Hospital are safe, hygienic, easy to use and conserve the natural resource of water.



MINDEN J. WESLING KLINIKUM / HOSPITAL



1/ Die idyllische Lage sorgt für das gewünschte Wohlfühl-Klima.

The idyllic setting creates the required feeling of well-being.

2/ Die offene Architektur schafft eine Verbindung zu den umgebenden Gärten und Wasserflächen.

The open architecture establishes a connection with the surrounding gardens and bodies of water.

3/ Im OP-Bereich sorgen berührungsgesteuerte GROHE Europlus E Wandarmaturen für optimale Hygiene und bedarfsgerechte Wasserabgabe.

In the operating theaters, wall-mounted GROHE Europlus E faucets with touch-free operation guarantee optimum levels of hygiene and the needs-driven supply of water.

4/ Der Grundriss zeigt die einfache Gebäudestruktur.

The floor plan shows the simple building structure.

5/ Die Orientierungsfreundlichkeit beginnt in der großzügigen Eingangshalle.

Beginning in the large entrance hall, the building is easy to navigate.



Harald Klösger

Architekt / Architect
TMK Architekten & Ingenieure
Düsseldorf / Düsseldorf
Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2007

Adresse / Address
Hans-Nolte-Straße 1, 32429 Minden
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Mühlenkreiskliniken AÖR Minden

Gesamte Nutzfläche / Total usable area
45 000 m²

Anzahl der Betten / Number of beds
867

3/



4/



5/

Die offene Architektur der „Klinik im Grünen“ sorgt für eine harmonische und übersichtliche „Wohlfühl“-Atmosphäre. Eine Verteilung auf nur drei Stockwerke ermöglicht die weitgehend natürliche Belichtung und schafft eine ausgeglichene Verbindung zur umliegenden Natur. Die umweltfreundliche Energieversorgung durch Bio-Massen-Heizung und Photovoltaik-Anlagen betonen die ökologische Ausrichtung des Klinikums. Die Nasszellen der Patientenzimmer sind mit innovativen Grohtherm 2000 Special Brausethermostaten und bedienungsfreundlichen GROHE Euroeco Special Armaturen ausgestattet. Elektronisch gesteuerte, berührungslose GROHE Europlus E Armaturen und die mit Infrarot-Elektronik ausgestatteten GROHE Skate Air WC-Spülungen reduzieren den Wasserverbrauch effektiv.

The open architecture of the “clinic in the countryside” creates a harmonious and clear feeling of well-being. The design of the building with only three storeys allows it to be largely lit by natural daylight and establishes a balanced connection with the natural surroundings. The environmentally friendly supply of energy from biomass heating and photovoltaic installations emphasises the ecological orientation of the clinic. The wet rooms in the patient rooms are fitted with innovative Grohtherm 2000 Special shower thermostats and user-friendly GROHE Euroeco Special faucets. Electronically controlled GROHE Europlus E faucets with touch-free operation and the GROHE Skate Air WC wall plates fitted with infra-red electronics effectively reduce water consumption.

DORDRECHT ALBERT SCHWEITZER KLINIKUM / HOSPITAL

1/



Mit dem Neubau des Krankenhausbereiches im Gesundheitspark Dordrecht wird das Hospital um wichtige Betreuungs- und Funktionseinheiten erweitert. Verwaltung, Ambulanz, Notaufnahme und zusätzliche Fachbereiche sind in den farblich voneinander abgetrennten Gebäuden des Komplexes untergebracht.

Die hohen Hygieneanforderungen des Krankenhauses an die wasserführenden Produkte werden mit GROHE Euroeco Special Armaturen für Waschtische und Spülen zuverlässig erfüllt. Der lange, ergonomisch geformte Hebel der Armatur erlaubt eine hygienische und komfortable Einstellung des Wasserflusses. In den Duschen kommen Grohtherm 2000 Thermostate mit GROHE Tempesta Kopfbrausen zum Einsatz. Zuverlässige Temperaturkontrolle mit Verbrühschutz dank GROHE CoolTouch® Technologie sichert den sinnlichen Duschgenuss.

With the construction of the new area for health services in the Dordrecht Health Park, the hospital has been extended to include important care and functional units. The offices, outpatient clinic, accident and emergency and additional specialist departments are accommodated in the different coloured buildings of the complex.

GROHE Euroeco Special faucets for the basins reliably satisfy the exacting hygiene requirements of the hospital for products which transport water. The long ergonomic lever of the faucet enables the flow of water to be adjusted in a hygienic and easy way. In the showers, GROHE Tempesta hand showers and Grohtherm 2000 thermostats ensure patient safety and comfort thanks to GROHE CoolTouch® technologies.

2/

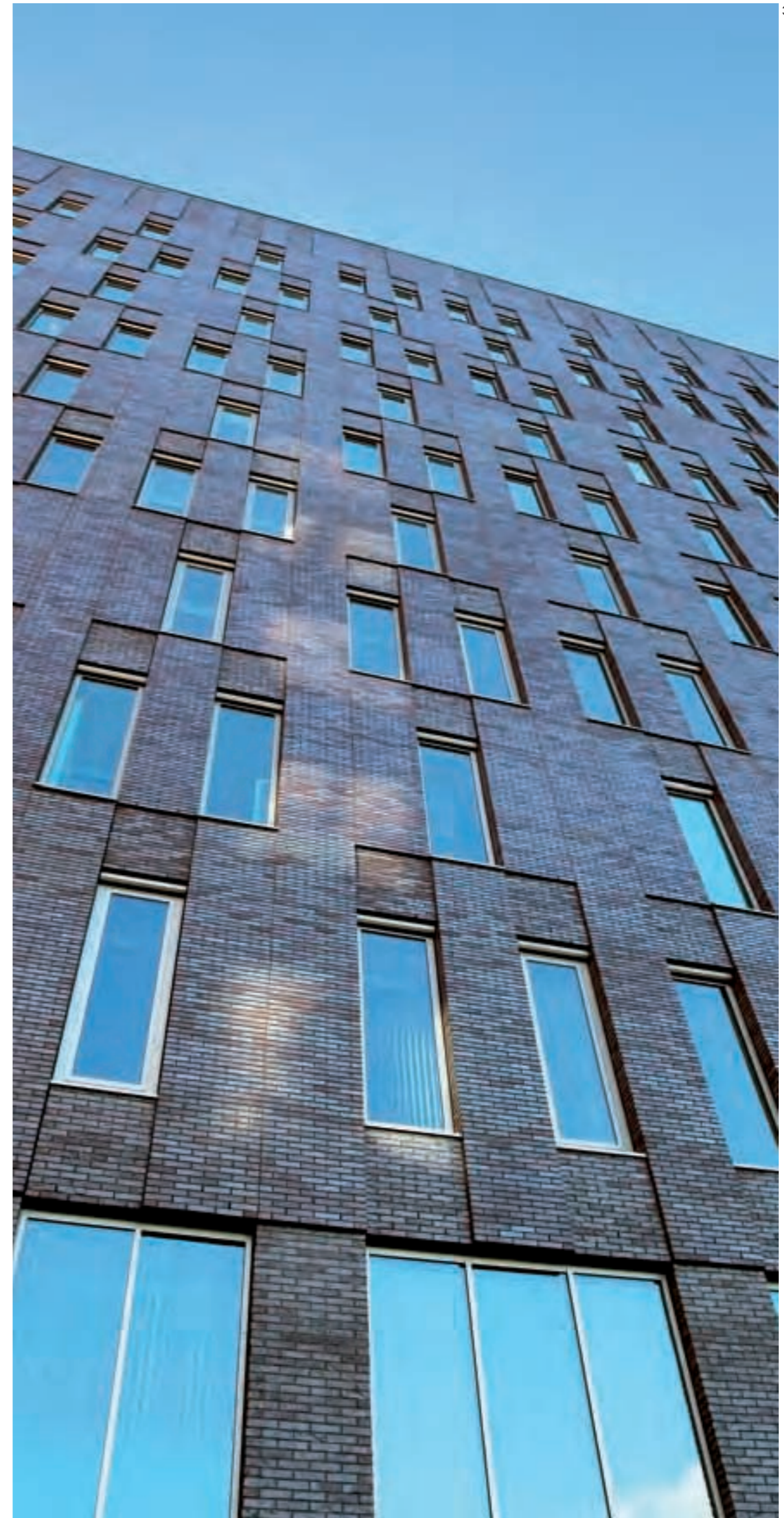


1/ Die Gebäude des Komplexes sind durch Farbgebung und Fassadendesign klar getrennt. The buildings of the complex are clearly defined by their colour and the façade design.

2/ Farbakzente schaffen in den öffentlichen Räumen eine lebendige Atmosphäre. Colours create a vibrant atmosphere in the public rooms.

3/ Senkrechte Linien dominieren das äußere Erscheinungsbild der einzelnen Gebäude. Vertical lines dominate the external appearance of the individual buildings.

4/ Der GROHE Euroeco Special Einhebelmischer sichert den hohen Hygienestandard an den Waschtischen. The GROHE Euroeco Special single-lever mixer guarantees high standards of hygiene for the basins.



3/

4/



Architekt / Architect
EGM Architekten
Dordrecht, Niederlande / Netherlands

Fertigstellung / Date of completion
2010 / 2011

Adresse / Address
Postbus 444 – 3300 AK Dordrecht
Niederlande / Netherlands

Bauherr / Client
Albert Schweitzer Ziekenhuis

SCHIEDAM VLIETLAND KLINIKUM / HOSPITAL

1/



Architekt / Architect
EGM Architecten
Dordrecht, Niederlande / Netherlands

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Vlietlandplein 2 – 3118 JH Schiedam
Niederlande / Netherlands

Bauherr / Client
Vlietland Ziekenhuis

Anzahl der Betten / Number of beds
450

Das Krankenhaus besteht aus einem einzigen, mehrfach geknickten, linearen Block, dessen Form einer Haarnadel ähnelt. Der Eingang ist auf beiden Seiten angeordnet und mündet in einer hohen gläsernen Halle, die zwischen den linearen Bausteinen eingekeilt ist. Um die Wege kurz zu halten, bestehen zusätzliche gläserne Korridore zwischen den sich gegenüberliegenden Gebäudeabschnitten.

An Sicherheit, Hygiene und Wirtschaftlichkeit der wasserführenden Installationen im Krankenhaus werden besonders hohe Ansprüche gestellt. Das Hospital setzt an Waschtischen und Spülen die leicht zu reinigenden GROHE Euroeco Special Armaturen ein. Die komfortable Steuerung über den langen, ergonomisch geformten Hebel optimiert das hygienische Handling der Armatur. In den Duschen sorgt innovative GROHE Technologie, in Form von Grohtherm 2000 Thermostaten mit GROHE Tempesta Kopfbrausen, für maximalen Verbrühschutz und sparsamen Wasserverbrauch.

The hospital consists of a single linear block with several irregular angles. Its shape resembles a hairpin. There is an entrance on each side leading into a tall glazed hall that is wedged between the linear wings of the building.

Particularly high demands are placed on the security, hygiene and efficiency of the installations that transport water in the hospital. The hospital has chosen easy-to-clean GROHE Euroeco Special faucets for its basins. The convenient operation using the long, ergonomic lever improves the hygienic handling of the faucet. In the showers, innovative GROHE technology in the form of Grohtherm 2000 thermostats with GROHE Tempesta shower heads ensures maximum protection against scalding and that water consumption is kept to a minimum.

1/ Die Fassade ist nach klassischen Prinzipien aus einem Sockel, einer Mitte und einer Krone aufgebaut.

The façade is designed in accordance with classical principles to consist of a base, a centre section and a crown.

2/ Raumhohe Fensterfronten im Erdgeschoss lockern die Gebäudestruktur auf.

Floor-to-ceiling window fronts on the ground floor break up the building structure.

3/ Perfekte Hygiene an den Waschtischen in den Funktionsbereichen sichern die GROHE Euroeco Special Armaturen mit Einhebelmischern.

GROHE Euroeco Special faucets with single-lever mixers ensure perfect standards of hygiene at the basins in the functional areas.

2/



3/



NICOSIA NICOSIA GENERAL KLINIKUM / HOSPITAL

Das Krankenhaus steht mit seiner modernen Ausstattung und seinen auf der Insel einzigartigen Spezialabteilungen an der Spitze der Gesundheitsversorgung auf Zypern.

Höchste Hygienestandards für ein möglichst steriles Umfeld sichern im OP-Bereich die über Infrarotsensor berührungslos gesteuerten GROHE Europlus E Armaturen aus Edelstahl mit Grohtherm XL Thermostaten. Diese Kombination erlaubt die bedarfsgerechte Wasserabgabe bei zuverlässig eingestellter Temperatur.

The hospital is at the forefront of healthcare provision in Cyprus with its modern equipment and specialist departments that are unique on the island.

In the operating theatres, stainless steel GROHE Europlus E faucets with Grohtherm XL thermostats, controlled by infra-red sensors and operated touch-free, ensure that the highest standards of hygiene are achieved, in order to create as sterile an environment as possible. This combination provides a needs-driven supply of water whilst ensuring the temperature is set reliably.

- 1/ **Höchster Hygienestandard im OP-Bereich mit GROHE Europlus E Armaturen aus Edelstahl.**
Highest standards of hygiene in the operating theatres with stainless steel GROHE Europlus E faucets.
- 2/ **Der Eingangsbereich des Nicosia General Hospital.**
The entrance to Nicosia General Hospital.

2/



1/



Architekt / Architect
Fereos & Associates Architects
Nicosia, Zypern / Cyprus
K. Kyriakides & Associates S.A.

Fertigstellung / Date of completion
2004

Adresse / Address
215 Nicosia-Limassol Old Road
2029 Strovolos, Nicosia, Zypern / Cyprus

Bauherr / Client
Nicosia General Hospital

Gesamte Nutzfläche / Total usable area
103 000 m²

Anzahl der Betten / Number of beds
500

HOTELS HOTELS



Ob Urlaubs-, Business-, Wellness- oder Luxus-Hotels, in allen Hotelkategorien und Größenordnungen achten die Betreiber heute vermehrt auf einzigartiges Ambiente, Wohlfühl-Komfort und individuellen Service. Das erfordert die Zusammenführung aller Planungsebenen in ein schlüssiges Gesamtkonzept, welches mit markantem und stringentem Design architektonische Akzente setzt.

Besondere Bedeutung hat die Gestaltung und Ausstattung der Bäder, Wellness-Einrichtungen und Sanitäranlagen. An einem Ort der Muße und Entspannung erwartet der Hotelgast eine behagliche, komfortable und harmonische Atmosphäre sowie einwandfreie Hygiene. Die ästhetischen und hochwertigen GROHE Ondus®, GROHE Veris, GROHE Allure oder GROHE Atrio Armaturen für Waschtisch, Dusche und Wanne, verwandeln in Kombination mit GROHE Rainshower® Brausesystemen jedes Bad in eine sinnliche Wohlfühloase.

Whether holiday, business, wellness or luxury hotels, across all hotel categories and sizes, the operating companies are paying more and more attention to providing a unique atmosphere, a feeling of well-being and comfort, and individual service. This requires the consolidation of all planning levels into one cohesive overall design, which adds architectural flair with striking and stringent design.

The design and décor of the bathrooms, wellness centres and sanitary facilities is particularly important. At a place for leisure and relaxation, a comfortable and convivial atmosphere, as well as impeccable standards of hygiene, await the hotel guest. Together with GROHE Rainshower® shower systems, the attractive and high quality GROHE Ondus®, GROHE Veris, GROHE Allure or GROHE Atrio faucets for basins, showers and bathtubs transform any bathroom into a sensual oasis of well-being.

CANNES MAJESTIC BARRIÈRE

1/



2/



Architekt / Architect
Renaud d'Hautesserre

Innenarchitekt / Interior designer
Pascal Desprez

Renovierung / Date of renovation
2010

Adresse / Address
10, La Croisette, 06407 Cannes
Frankreich / France

Bauherr / Client
Majestic Barrière

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
265
84 Suiten / Suites
2 Penthouses

Direkt am Anfang der Croisette gelegen, gehört das Majestic Barrière zu den „Leading Hotels of the World“. Das 2010 aufwändig renovierte und um einen neuen Flügel erweiterte Gebäude im Art Déco-Stil der 1920er Jahre, mit den eleganten floralen Friesen an der beeindruckenden Fassade, verbindet Tradition, Luxus, Sinnlichkeit und Moderne in einmaliger Perfektion.

In den neuen Bädern des Hotels vereinen GROHE Allure Waschtisch-, Wannen- und Duscharmaturen sowie GROHE Rainshower® Kopf- und GROHE Sena Handbrausen innovative Technik mit anspruchsvollem Design zu einer funktionalen Einheit, die ein natürliches Wassererlebnis der besonders sinnlichen Art garantiert.

Situated right at the beginning of the Croisette, the Majestic Barrière is one of the leading hotels in the world. The building, which was painstakingly renovated and extended by a new wing in 2010 in the Art Déco style of the 1920s, with its elegant floral friezes on the impressive façade, combines tradition, luxury, sensuality and modernity in unique and perfect harmony.

In the new bathrooms of the hotel, GROHE Allure basin mixer, bathtub and shower fittings, as well as GROHE Rainshower® shower heads and GROHE Sena hand-held showers, combine innovative technology with sophisticated design to form a functional unit which guarantees a natural and particularly sensual water experience.



4/

- 1/ Die elegante Fassade des legendären Hotels erstrahlt im frischen Weiß.
The elegant façade of the legendary hotel is resplendent in fresh white.
- 2/ GROHE Allure Armaturen sind der Blickfang im Luxusbad.
GROHE Allure faucets are the focal point in the luxury bathrooms.
- 3/ Das noble „Majestic Penthouse“ im neuen Flügel mit edler Ausstattung.
The noble “Majestic Penthouse” in the new wing with stylish furnishings.
- 4/ In den stilvoll eingerichteten Zimmern sind Formen, Farben und Materialien perfekt aufeinander abgestimmt.
Shapes, colours and materials are perfectly co-ordinated with one another in the stylishly furnished rooms.

3/



BERLIN ELLINGTON HOTEL

1/



2/



Wencke Katharina Schoger



Johannes Reuter

Architekt / Architect

Reuter Schoger Architekten Innenarchitekten BDIA
Berlin, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion

2007

Adresse / Address

Nürnberger Straße 50–55, 10789 Berlin
Deutschland / Germany

Bauherr / Client

NOG Nürnberger Straße
Objektgesellschaft mbH & Co KG

Genutzte Fläche / Area used

Hotel: 15 100 m²
Spaces: 1 600 m²

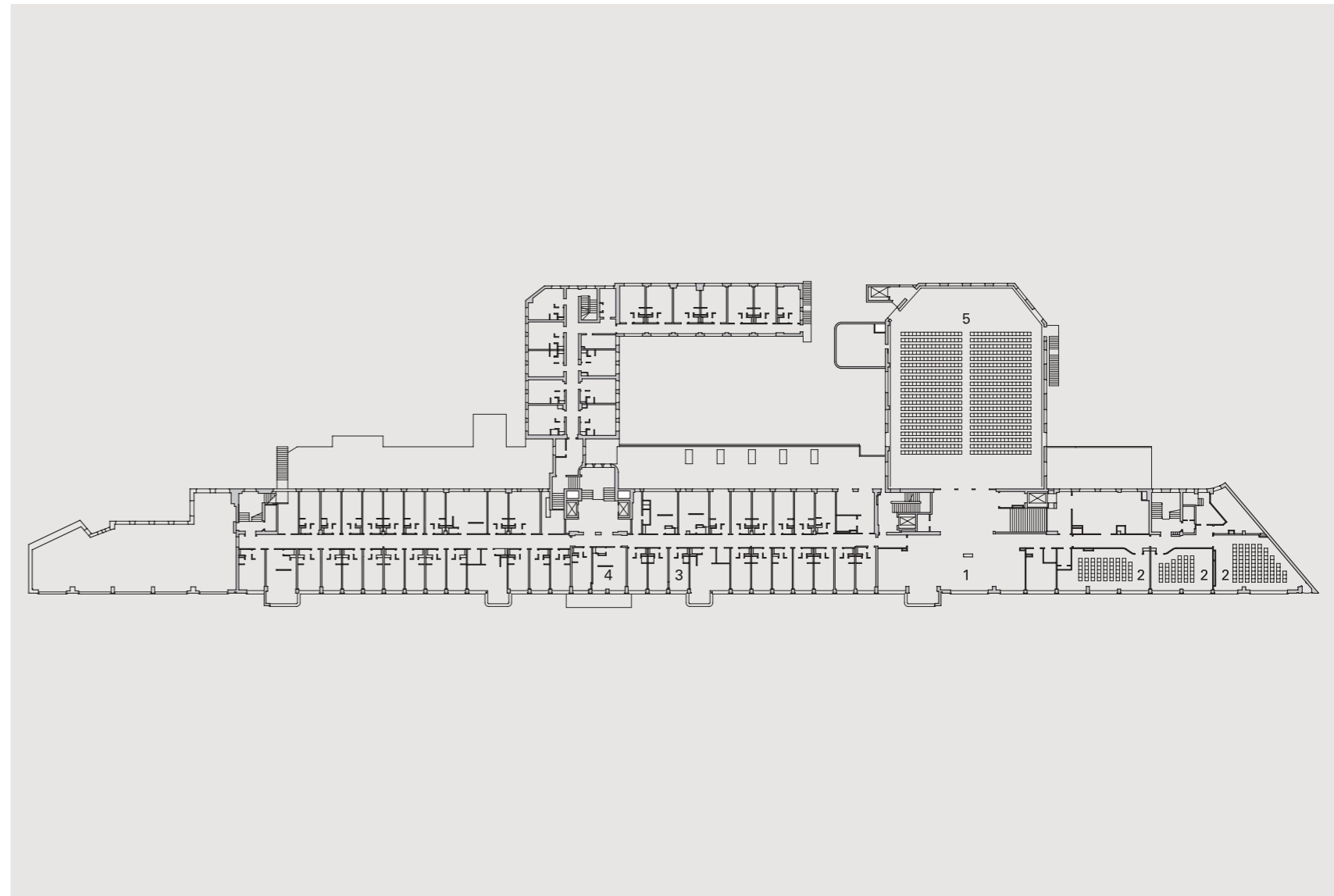
Anzahl Zimmer / Number of rooms

285



3/

- 1/ **Mit wenigen Akzenten erhalten die großen Räume eine einheitliche Gestaltungslinie.**
The large rooms follow a uniform design concept with just a few striking features.
- 2/ **Die Außenfassade des denkmalgeschützten Gebäudes.**
The external façade of the listed building.
- 3/ **Alte Bauteile wurden in das Designkonzept integriert.**
Old building components have been incorporated into the design concept.



4/ Aus einem der ersten Stahlskelettbauten Deutschlands schufen Reuter Schoger Architekten Innenarchitekten mit wenigen, gut überlegten Gestaltungsschwerpunkten ein Design-Hotel der mittleren Preiskategorie. Kostbare Details und Materialien, die Raumhöhen und die großen Treppenhäuser wurden aus dem denkmalgeschützten Altbau in die helle, offene und moderne Raumkonzeption übernommen.

Bis auf wenige Suiten sind die Bäder offen in die Zimmer integriert. Die attraktive Armaturlinie GROHE Essence passt genau in das Designkonzept der Zimmer. Die hochwertige GROHE Minta Armatur kommt hauptsächlich in den Suiten zum Einsatz, wo die Armaturen freistehend neben den Waschtischen installiert sind.

The Reuter Schoger Architects Interior Designers have created a designer hotel in the mid-range price category out of one of the first steel frame constructions in Germany with just a few, well-considered design features. Luxury details and materials, the room heights and the large staircases from the old listed building have been incorporated into the bright, open and modern interior design.

With the exception of a few suites, the bathrooms are open to the rooms. The attractive range of GROHE Essence faucets blends in perfectly with the room design concept. The high-quality GROHE Minta faucet is primarily used in the suites, where the faucets are free-standing next to the basins.

5/



4/ Die moderne Raumkomposition lässt den Empfangsbereich großzügig und unbeschwert erscheinen.

The modern décor makes the reception area seem light and airy.

5/ Die Raumaufteilung des Hotels im Grundriss.

The division of the hotel rooms on the floor plan.

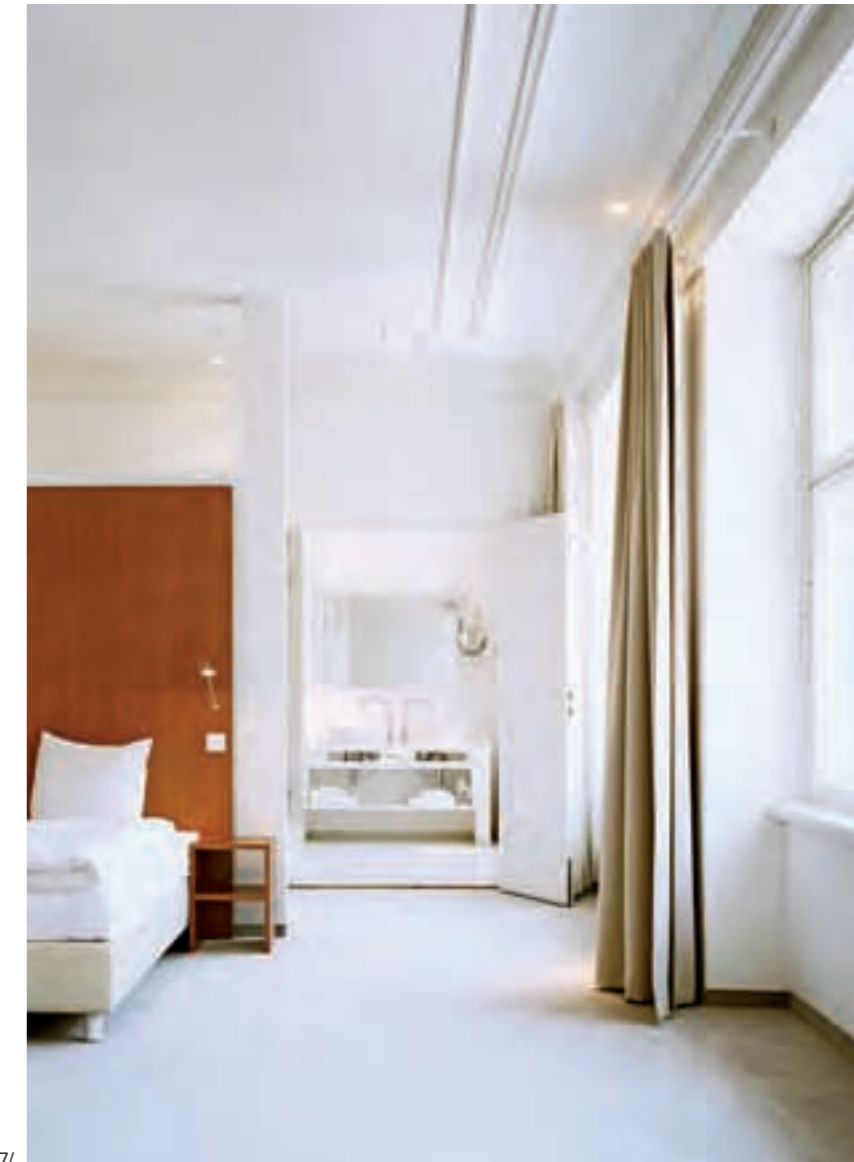
6/ Bodentiefe Fenster schaffen offene Perspektiven.

Floor-to-ceiling windows create open vistas.

7/ Stilvolle GROHE Minta Armaturen unterstreichen das individuelle Design.

Stylish GROHE Minta faucets accentuate the unique design.

6/



7/

DÜSSELDORF / DUSSELDORF HYATT REGENCY DÜSSELDORF



Jurek M. Slapa



Helmut Oberholz

Architekt / Architect

Jurek M. Slapa; Helmut Oberholz
Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany
(Im Auftrag der JSK GbR, Frankfurt)

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Speditionsstraße 19–23,
40221 Düsseldorf / Dusseldorf
Deutschland / Germany

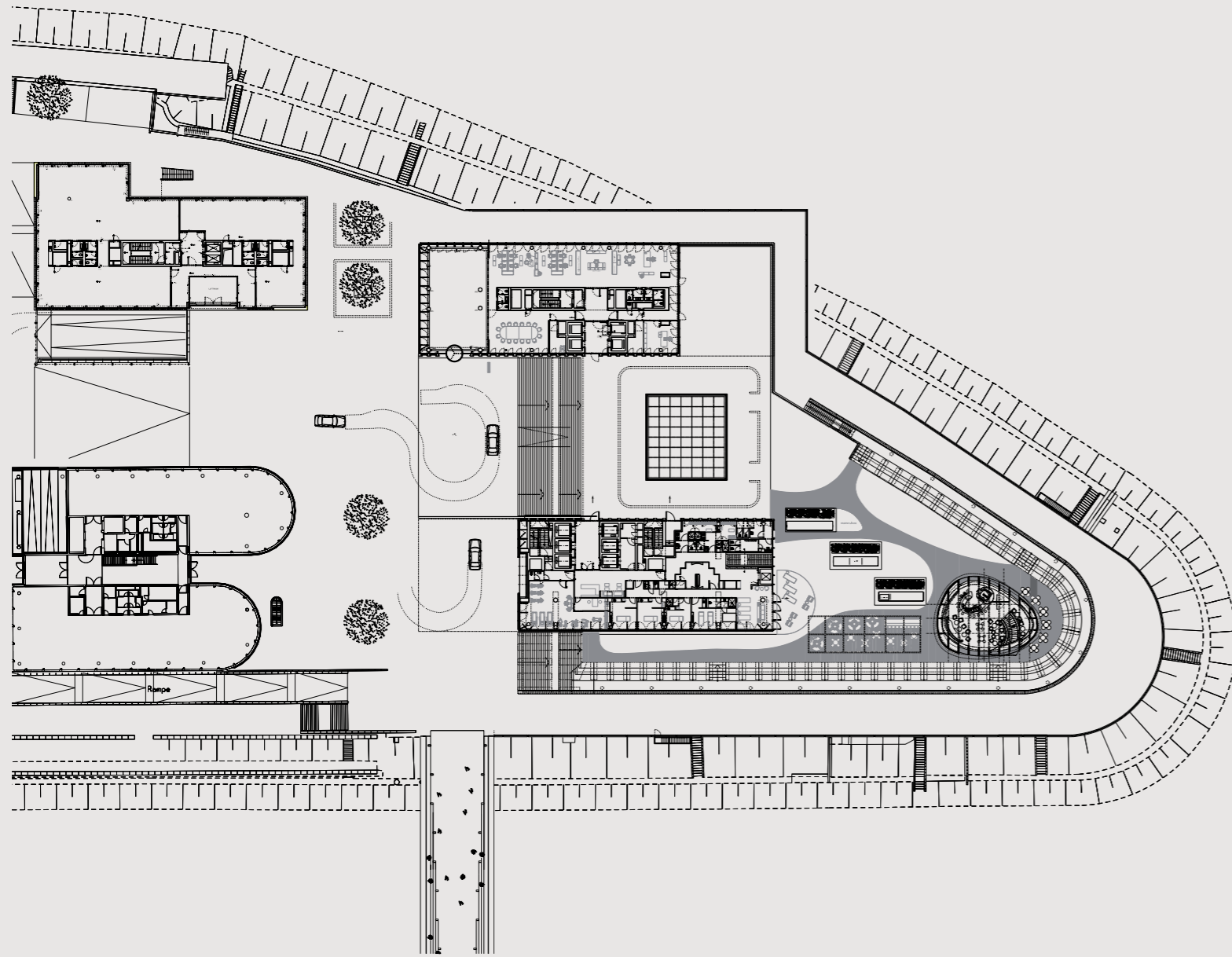
Bauherr / Client
Projektgesellschaft
Hafenspitze mbH & Co. KG

Innenarchitekt / Interior Design
FG Stijl, Amsterdam,
Niederlande / Netherlands

Genutzte Fläche / Area used
ca. / approx. 40 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
303





3/



4/



Die Architektur des Hotelgebäudes verzichtet gänzlich auf oberflächliche, spektakuläre Effekte und präsentiert sich in einer formal stark reduzierten Formensprache. Die markanten 65 Meter hohen Scheiben des Doppelhochhauses erfahren in den unteren Ebenen große Aussparungen in der Kubatur, die zu eindrucksvollen Auskragungen führen und die Zeichenhaftigkeit des Entwurfes unterstreichen.

Die insgesamt 303 Zimmer und Suiten sind in zeitgenössischem, elegantem Design eingerichtet. Die Gestaltungslinie wird im Bad mit eleganten und ausdrucksstarken GROHE Allure Armaturen für Waschtische und Wannen stilvoller fortgeführt. Auch die WCs passen sich mit GROHE Skate Cosmopolitan Betätigungen aus Glas in Kombination mit GROHE Rapid SL Installationssystemen nahtlos dem Designkonzept an. Hochwertige GROHE Rainshower® Kopfbrausen mit ausgefeilter GROHE DreamSpray® Technologie und Grohtherm 3000 C Brausethermostaten garantieren maximalen Duschgenuss bei minimalem Verbrauch.

The architecture of the hotel building dispenses with any superficial, spectacular effects and presents itself in a highly minimalist style. The striking 65 metre tall towers of the twin skyscraper feature large recesses in the lower levels of the cubature, which create impressive projections and emphasise the symbolic character of the design.

All 303 rooms and suites are furnished in a contemporary and elegant design. The design concept is stylishly continued in the bathrooms with elegant and expressive GROHE Allure mixers for the basins and bathtubs. The WCs also blend in seamlessly with the design concept with glass GROHE Skate Cosmopolitan wall plates in conjunction with GROHE Rapid SL installation systems. High-quality GROHE Rainshower® shower heads with advanced GROHE DreamSpray® technology and Grohtherm 3000 Cosmopolitan shower thermostats guarantee maximum shower pleasure with minimal consumption.

1/ Der Gesamtentwurf erschafft eine städtebauliche und architektonische Einheit mit den Gebäuden des Medienhafens. The overall design creates an urban and architectural unit with the buildings of the MedienHafen.

2/ Der Lageplan zeigt die Gebäudeanordnung auf der Spitze einer schmalen Landzunge. The site plan shows the arrangement of the building at the tip of a narrow headland.

3/ Die Innenausstattung präsentiert sich in zeitgenössischem, elegantem Design. The interior décor is presented in a contemporary, elegant design.

4/ Die edle Armaturenlinie GROHE Allure vollendet die moderne Designlinie an den Waschtischen. The stylish range of GROHE Allure faucets completes the modern design of the basins.

TEUGE LUXE HOTEL SUITES AIRPLANE



Fertigstellung / Date of completion
2009
Adresse / Address
De Zanden 61 B
7395 Teuge, Niederlande / Netherlands
Bauherr / Client
HOTELSUITES.NL
Bauvolumen / Project size
110 m²

Marjolein Garritsen

Innenarchitekt / Interior Designer
Marjolein Garritsen
Arnhem / Arnhem
Niederlande / Netherlands

1/



2/





3/

Die Iljuschin, Baujahr 1960, beherbergt eine luxuriöse Flugzeugsuite für zwei Personen und ist mit modernster Technik ausgestattet. Die Formensprache des Interieurs – Ovale und Kreise – ist passend auf das Flugzeugthema abgestimmt. Weiße Lackoberflächen mit schwarzen Akzenten kreieren ein topmodernes Ambiente mit Retro-Anklängen.

Die Sanitärausstattung der Suite bietet mit viel Hightech exklusiven Komfort der Spitzenklasse. Der sinnliche Minimalismus der GROHE Ondus® Digital Waschtisch- und Wannenbatterie stellt mit der gekonnten Verbindung von Einfachheit und Emotionen das Highlight im Badbereich dar. Das bedeutet perfekten Wassergenuss auf höchstem technischem Niveau.

The Iljuschin, built in 1960, houses a luxury flight suite for two people and is equipped with the latest technology. The language of form for the interior – ovals and circles – was adapted to suit the aircraft theme. White surfaces with black features create a very modern ambiance with a retro tone.

The bathroom fittings in the suite provide first class exclusive comfort with the latest technology. The sensual minimalism of the GROHE Ondus® Digital basin and bath mixer faucet is the highlight in the bathroom with a skilful combination of simplicity and emotion. This provides the perfect enjoyment of water at the highest technical level.

- 1/ Die Iljuschin 18 ist ein ehemaliges Regierungsflugzeug.
The Iljuschin 18 is a former government aircraft.
- 2/ Designer-Bett im ungewöhnlichen Ambiente.
A designer bed in an unusual setting.
- 3/ Runde und ovale Formen dominieren die Inneneinrichtung.
Round and oval shapes dominate the interior fittings.
- 4/ Whirlpool mit GROHE Ondus® Digital Wannenbatterie.
Whirlpool with GROHE Ondus® Digital mixer faucet.
- 5/ Bad mit GROHE Ondus® Digital Waschtischbatterie.
Bathroom with GROHE Ondus® Digital basin mixer faucet.

5/



4/



BERLIN MICHELBERGER HOTEL



Werner Aisslinger

Innenarchitekt / Interior Designer
Studio Aisslinger

Architekt / Architect
Werner Fricker und Ingenieure
Berlin, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Warschauer Straße 39/40
10243 Berlin, Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Tom Michelberger

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
119

Das junge und unkonventionelle Hotel versammelt in seinen Zimmern unzählige Berlin-typische Dekorationsobjekte und exklusiv gestaltete Möbel zu einer einzigartigen Collage. Die architektonischen Gegebenheiten des ehemaligen Fabrikgebäudes, wie riesige Sprossenfenster, hohe Decken und die Klinkerfassade, wurden in das Designkonzept integriert. Die großen Raumhöhen des Industrielofts ermöglichen die Einrichtung einer zweiten Ebene für die Betten, während Bad und Garderobe im Raum darunter eingerichtet sind.

Mit den modernen GROHE Concetto Waschtisch- und Duscharmaturen und GROHE Tempesta Handbrausen erhält das Baddesign einen kosmopolitischen Flair und der Wassergenuss eine besonders sinnliche Note.

This new and unconventional hotel collects together in its rooms countless objets d'art typical to Berlin and exclusively designed furniture, creating a unique collage. The architecture of the former factory building with very large sash bar windows, high ceilings and a clinker brick façade has been integrated into the design concept. The height of the rooms in the industrial loft allowed for a second level to be constructed for the beds, whilst the bathroom and cloakroom are in the room below.

The modern GROHE Concetto basin and shower fittings and GROHE Tempesta hand-held showers imbue the bathroom design with a cosmopolitan air and give the water experience a sensual tone.

4/



5/



6/

- 1/ Die Lobby des Hotels erhält durch die vielen individuellen Gegenstände ein liebevolles und humorvolles Ambiente.
The vast collection of objects gives the hotel lobby a lively and playful ambiance.
- 2/ Eine Skizze der Frontfassade mit dem riesigen Leuchtschild als Wegweiser.
A sketch of the front façade with its enormous illuminated sign as a signpost.
- 3/ Die hohen Räume geben auch großflächigen Kunstwerken Platz zur Entfaltung.
The high-ceilinged rooms offer large spaces for works of art.
- 4/ Die GROHE Concetto Waschtischarmatur gibt dem Bad eine kosmopolitische Note.
The GROHE Concetto basin fittings give the unconventional bathroom design a cosmopolitan flavour.
- 5/ Willkürlich zusammengestellte Gegenstände aus verschiedenen Jahrzehnten ergeben ein eigenes Flair.
Objects from different decades arranged randomly create a unique air.
- 6/ Grundriss des ersten Obergeschosses.
Floor plan of the first floor.
- 7/ Die allgemein zugänglichen Räume sind im dezenten Grau gehalten.
Restrained grey tones are used in the public areas.



7/

JEKATERINBURG / EKATERINBURG HYATT REGENCY EKATERINBURG

1/



Das schmale, kristallin wirkende 80 Meter hohe Gebäude liegt direkt am Fluss Isset und bietet eine einmalige Panoramaaussicht auf die umliegende Umgebung. Die Architektur vermittelt mit der einhüllenden, schützenden und schlanken Form schlichte Eleganz und erstaunliche Leichtigkeit. Das Designkonzept der Inneneinrichtung verfolgt bis ins kleinste Detail eine zeitgemäße Umsetzung symbolträchtiger Themen aus der regionalen und russischen Kultur.

Bad und Dusche sind mit komfortablen GROHE Essence Armaturen und GROHE Rainshower® Cosmopolitan Kopfbrausen stilgerecht eingerichtet. Ausgereifte Wasserspartekologie und attraktives Design erlauben ein Wassererlebnis der besonders sinnlichen Art.

2/



The streamlined, crystalline 80 metre tall building is situated right next to the River Isset and provides a unique panoramic view of the surrounding area. The architecture imparts an impression of simple elegance and astonishing lightness with its enveloping, protective and streamlined form. The interior design concept aims to incorporate symbolic themes from regional and Russian culture in a contemporary manner, right down to the smallest detail.

The baths and showers are fitted with easy-to-use GROHE Essence faucets and GROHE Rainshower® Cosmopolitan shower heads, true to the original style. Advanced water-saving technology and an attractive design guarantee a particularly sensual water experience.

3/



Denis Valode, Jean Pistre

Architekt / Architect
Valode & Pistre architectes
Paris, Frankreich / France

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
8, Borisa Yeltsina Street
620014 Jekaterinburg / Ekaterinburg
Russland / Russia

Bauherr / Client
BBI, UGMK

Bauvolumen / Project size
35 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
280

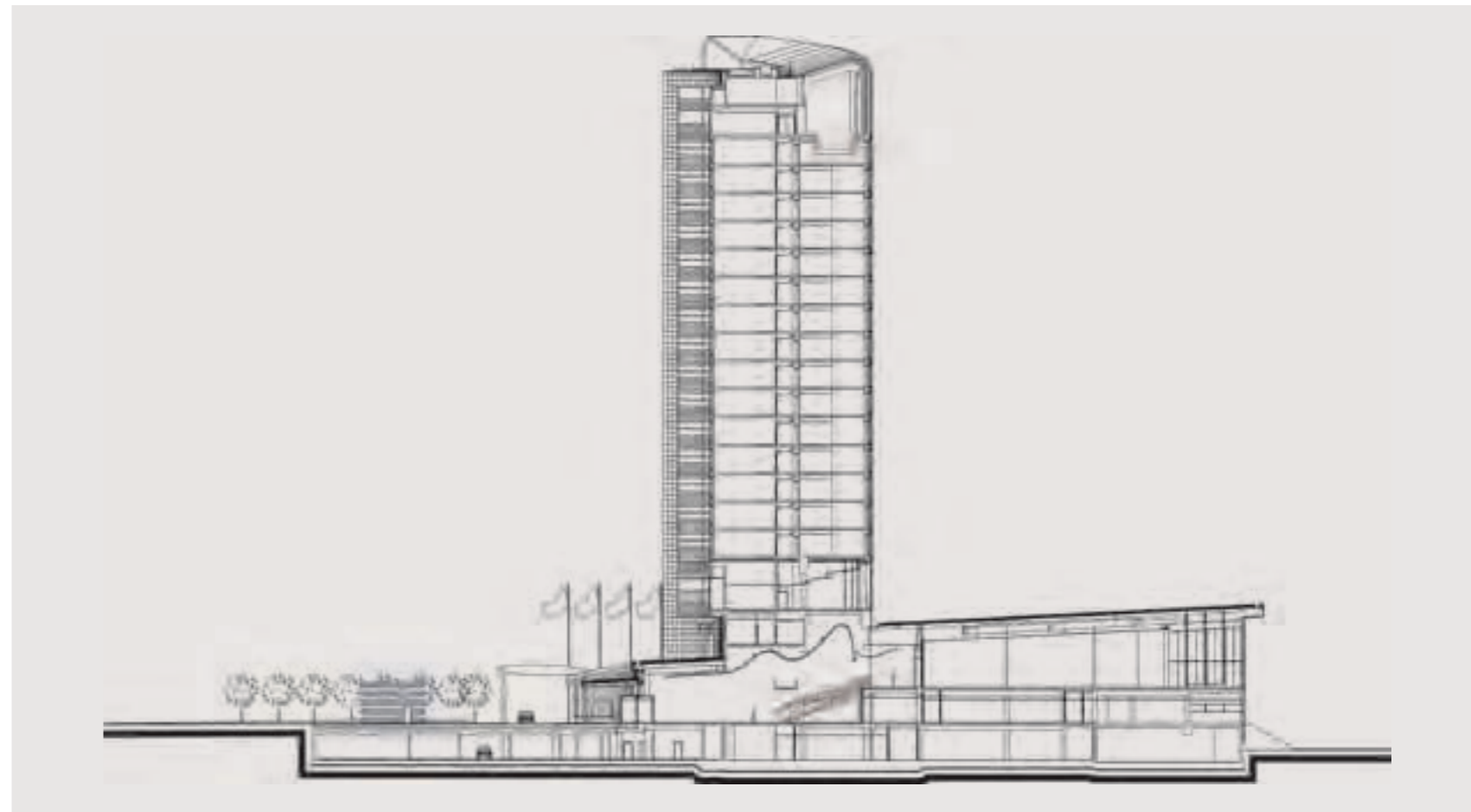
5/



4/



6/



1/ Große, bis zum Boden reichende Glasfronten bieten überraschende Perspektiven. Large floor-to-ceiling glass fronts offer breathtaking views.

2/ In der Empfangshalle setzen vergoldete Flächen wirkungsvolle Akzente. In the reception area, gilt surfaces create effective design features.

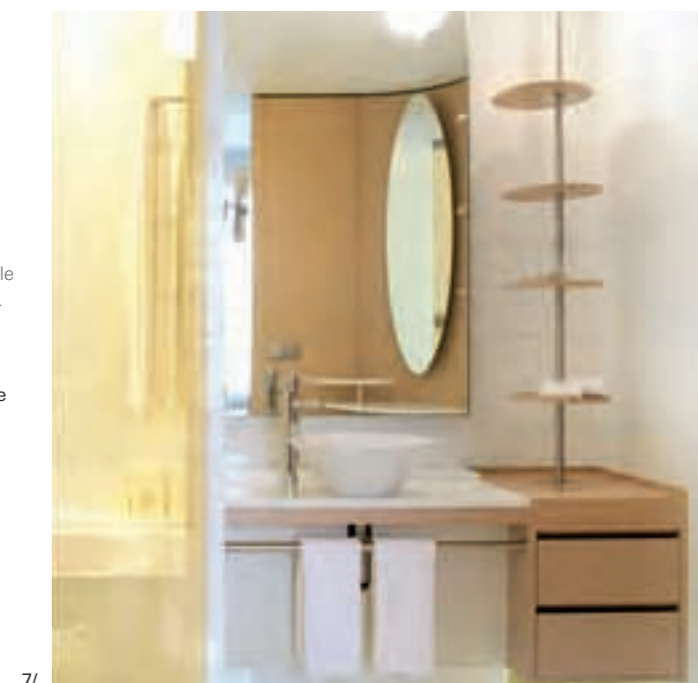
3/ Die leicht gekrümmte Glasfassade betont die elegante Gebäudeform. The slightly curved glass façade accentuates the elegant shape of the building.

4/ Goldene Zimmertüren versinnbildlichen den Reichtum an Bodenschätzen. Golden hotel room doors symbolise the wealth of natural resources.

5/ Die moderne Ausstattung in frischen Farben belebt den Speiseraum. The modern furnishings in fresh colours breathe life into the dining room.

6/ Die Entwurfsskizze zeigt die Gebäudedimension im Querschnitt. The draft sketch shows the scale of the building in cross section.

7/ Das attraktive Design der GROHE Essence Waschtischarmatur komplettiert die elegante Badeinrichtung. The attractive design of the GROHE Essence basin faucet complements the elegant bathroom design.



7/

LEOGANG KRALLERHOF

Das 4-Sterne De-luxe Hotel bietet mit seinem „Refugium“ eine der schönsten und architektonisch interessantesten Wellness-Anlagen Österreichs. Eine massive, horizontal geschichtete Steinwand aus Schiefer integriert den Wellnessbereich in das umgebende Gebirgsmassiv und umschließt das „Refugium“ als ein Kunstwerk aus Glas, Metall, Stein, Holz, Farbe und Licht.

Hochwertige GROHE Allure Armaturen für Waschtisch, Wanne und Dusche sowie GROHE Rainshower® Brausegarnituren sorgen im Krallerhof für ein natürliches Wassererlebnis der besonders sinnlichen und entspannenden Art.

The „Refugium“ of the 4 star luxury hotel is one of the most beautiful and architecturally interesting wellness centres in Austria. A large, horizontally layered slate stone wall integrates the wellness area into the surrounding mountain range and encloses the „Refugium“ as a work of art made from glass, metal, stone, wood, colour and light.

High-quality GROHE Allure faucets for wash basins, bathtubs and showers as well as GROHE Rainshower® shower fittings ensure the water experience at Krallerhof is natural, very sensual and relaxing.



Architekt / Architect
Geisler & Trimmel
Brixlegg, Österreich / Austria

Architekt Wellnessbereich /
Architect wellness area
Atelier 3 Hartl + Heugenhauser
Saalfelden, Österreich / Austria

Fertigstellung / Date of completion
2008 und / and 2010

Standort / Location
Rain 6, 5771 Leogang
Österreich / Austria

Bauherr / Client
Familie Altenberger

Anzahl Zimmer / Number of rooms
124

1/



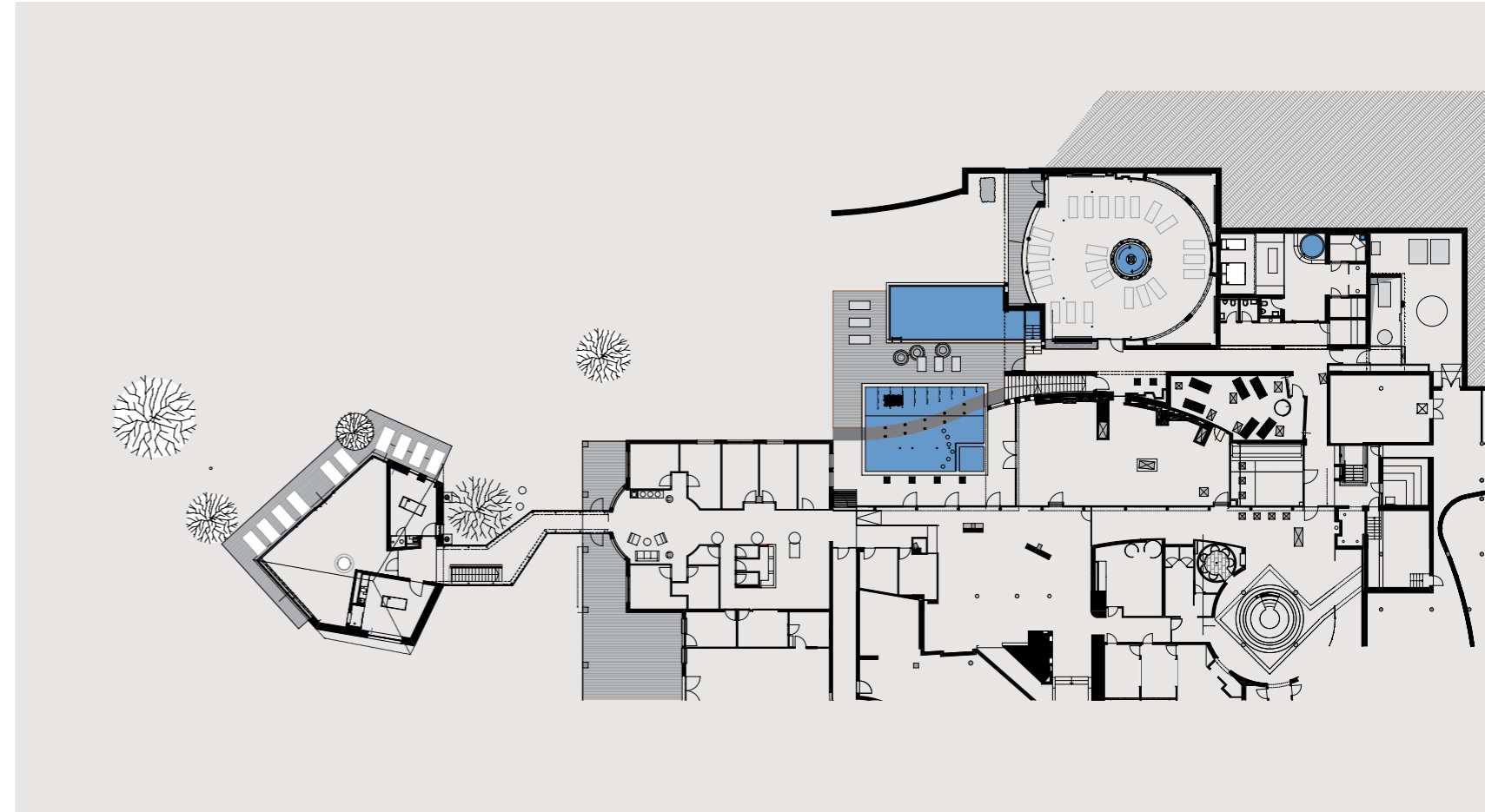
3/



- 1/ Der Krallerhof liegt auf 800 Meter Höhe in der Pinzgauer Bergwelt im Salzburger Land.
Krallerhof is situated at an altitude of 800 metres in the Pinzgau mountain range in the state of Salzburg.
- 2/ Mit natürlichen Farbpigmenten wurde eine ganz besondere Wohlfühlwelt kreiert.
A completely unique world of well-being was created with natural colour pigments.
- 3/ Eine Außenansicht des Hoteltraktes.
External view of the hotel wing.
- 4/ Die Farbkompositionen im Wellnessbereich erzeugen eine sinnliche Atmosphäre.
The colour compositions in the wellness area create a sensual atmosphere.
- 5/ Die Farbgestaltung wird auch in den Suiten fortgeführt.
The colour scheme is also continued in the suites.
- 6/ Der Plan zeigt den ausgedehnten Wellnessbereich im Querschnitt.
The plan shows a cross section of the extensive wellness area.
- 7/ Beispiel für die Raumaufteilung in den komfortablen Hotelsuiten.
Example of room design in the comfortable hotel suites.



6/



7/



5/



BRIANZA DEVERO HOTEL

Die Gesamtkomposition der Hotelausstattung schwankt zwischen ausgewogener Eleganz und großartigem Komfort. Offene Flächen und lichtdurchflutete Zimmer erzeugen in allen Bereichen eine wohlthuend friedliche Atmosphäre. Sämtliche Materialien und Formen wurden sorgfältig ausgewählt, die Inneneinrichtung sogar bis ins Detail individuell gestaltet und maßgeschneidert angefertigt.

Im Bad geben stilvolle GROHE Essence und GROHE Atrio Waschtisch-, Dusch- und Bidetarmaturen sowie innovative GROHE Sena Handbrausen und GROHE Rainshower® Kopfbrausen ausreichend Muße für einen entspannenden Wassergenuss. GROHE Rapid SL WC Installationssysteme mit GROHE Skate Cosmopolitan Betätigungen gewährleisten die komfortable und wassersparende WC-Nutzung.

The overall composition of the hotel moves from a measured elegance to supreme luxury. Open areas and rooms flooded with light generate a genial, relaxing atmosphere. All the materials and shapes have been carefully chosen; the interior fittings have been individually designed and tailor-made down to the last detail.

Stylish GROHE Essence and GROHE Atrio basin, shower and bidet fittings, as well as innovative GROHE Sena hand-held showers and GROHE Rainshower® shower heads, provide sufficient leisure for a relaxing water experience. GROHE Rapid SL WC installation systems with GROHE Skate Cosmopolitan wall plates ensure convenient and water-saving use of the WC.

1/ Im Bad setzen edle GROHE Atrio Armaturen stilvolle Akzente.

Elegant GROHE Atrio fittings bring a touch of style to the bathroom.

2/ Das individuell gestaltete Mobiliar gibt jedem Zimmer eine einmalige Note.

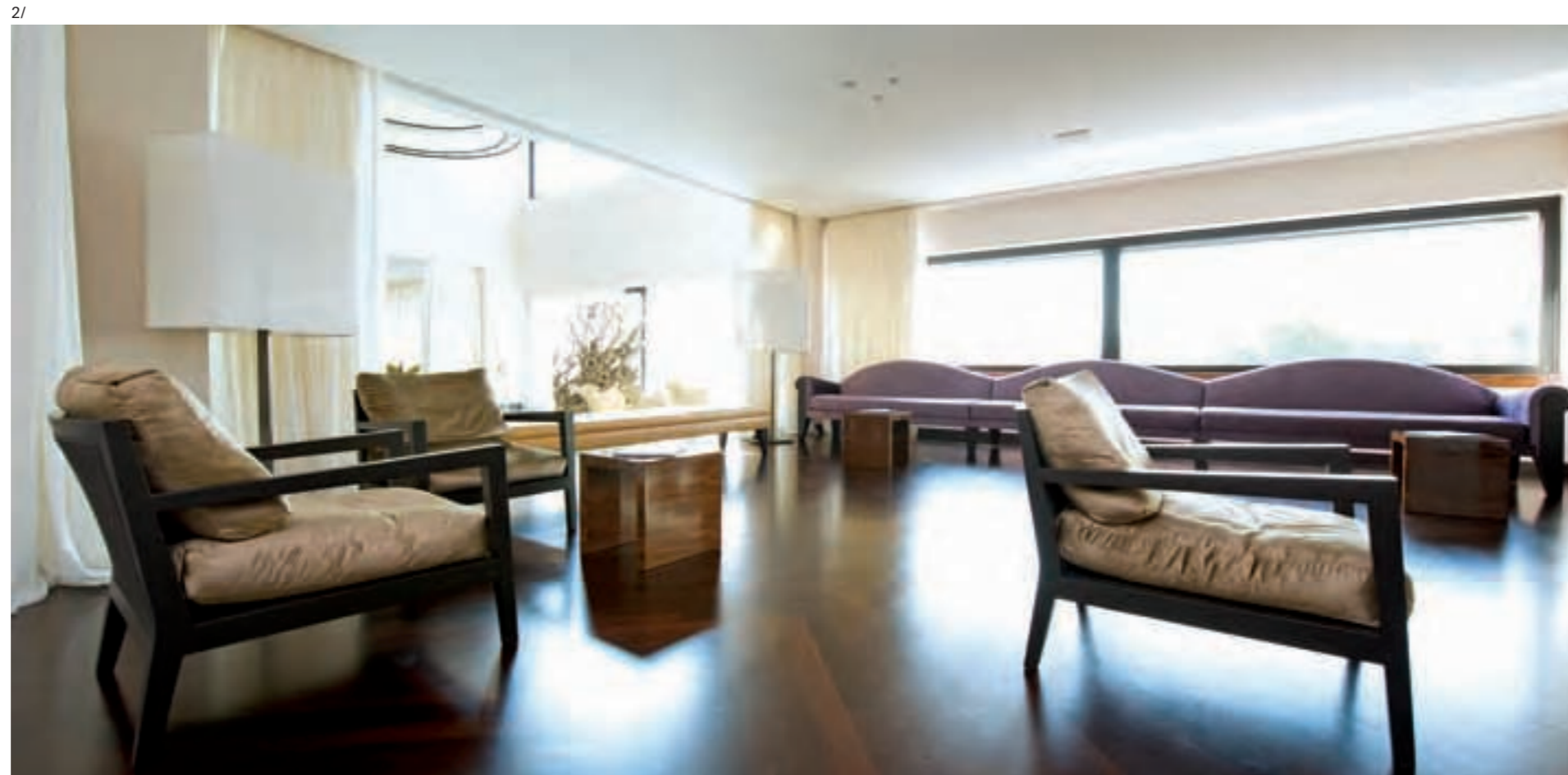
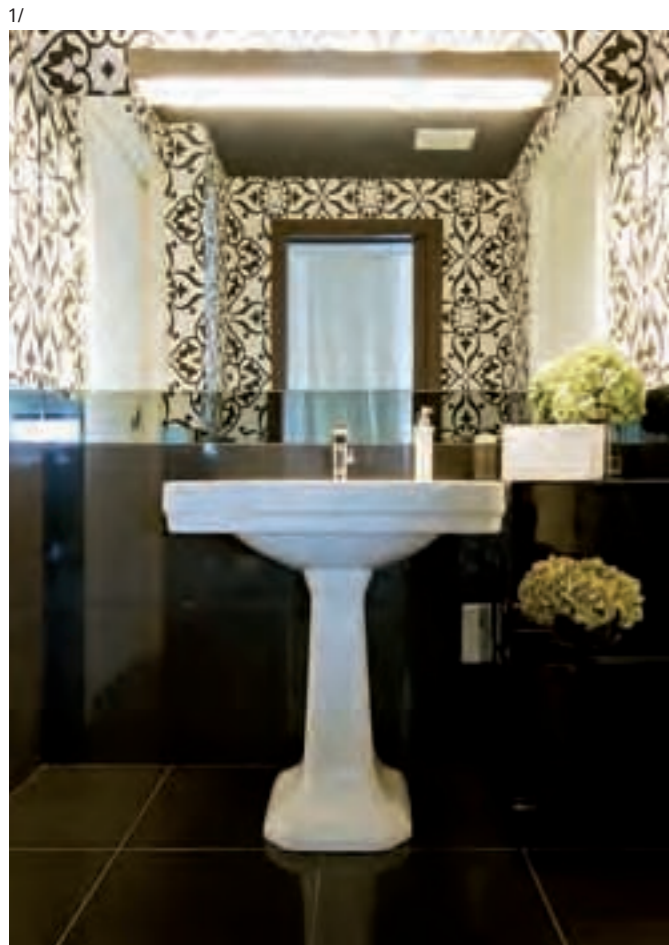
The individually designed furniture gives every room a unique flavour.

3/ Die Fassade wirkt durch die klar strukturierte Anordnung der Fenster.

The simple façade works on the clearly structured arrangement of the windows.



3/



Erna Corbetta

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Lago Kennedy 1
20873 Cavenago di Brianza
Mailand / Milan, Italien / Italy

Bauherr / Client
Devero Costruzioni S.P.A.

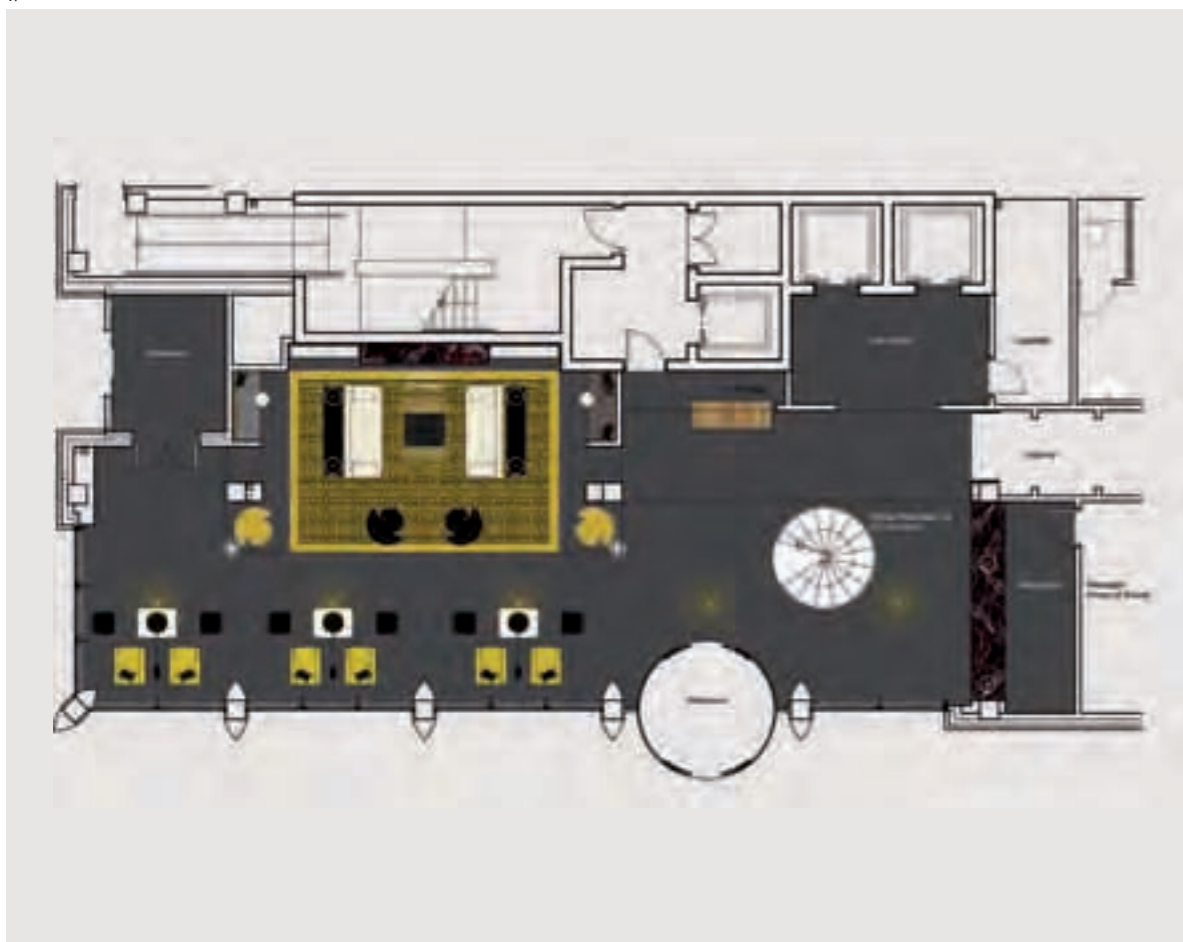
Bauvolumen / Project size
5 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
76

Architekt / Architect
Studio Erna Corbetta
Architetto
Mailand / Milan, Italien / Italy

BELFAST FITZWILLIAM HOTEL

1/



Das zentral gelegene 5-Sterne Hotel liegt im Stadtzentrum direkt neben der großen Oper. Mit einer Mischung aus altem Charme und modernem Komfort vermittelt die geschmackvolle Inneneinrichtung überzeugende Eleganz. In den Suiten dominieren weiche Gelb- und Grüntöne, die mit den dunklen Holzoberflächen ideal harmonisieren.

Klare Linien und ausdrucksstarke Ornamente aus schwarzen und weißen Fliesen bestimmen das stilvolle Ambiente in den Bädern. Die komfortable GROHE Essence Armatur für Waschtisch und Wanne vollendet mit ihrem puristischen Design die Gesamtkomposition der Badeinrichtung und vermittelt mit einem perfekten Wasserfluss ein sinnliches und entspannendes Erleben von Wasser.

This centrally located luxury hotel is situated next to the Grand Opera House. Its tasteful interior design combines vintage charm with modern comfort, achieving a quintessential elegance. Soft yellow and green tones sweep through the suites, perfectly complementing the dark wood surfaces.

The clear lines and striking patterns of the monochrome tiles imbue the bathrooms with a stylish ambience. The beautifully simple GROHE Essence fittings for the basin and bath fittings the overall composition of the bathroom, providing a perfect flow of water for a sensual and relaxing water experience.

2/



1/ Das Raumkonzept für Foyer und Empfang im Grundriss. The floor plan for the foyer and reception area.

2/ GROHE Essence Wannearmatur und GROHE Tempesta Duschkopf harmonisieren mit den gefliesten Ornamenten im Luxusbad. The GROHE Essence shower fittings and GROHE Tempesta shower head blend seamlessly with the patterned tiles in the luxury bathroom.

3/ Die über Eck laufenden Fensterfronten sind ein Blickfang der nächtlich beleuchteten Fassade. The corner window fronts are a focal point of the illuminated façade at night.



3/



James Soane, Christopher Ash

Architekt / Architect
Project Orange Ltd.
London, Großbritannien / Great Britain

Planungsbeteiligte / Design participants
halliday ramsay, architect
Holywood, Nordirland / Northern Ireland

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
1-3 Great Victoria Street, Belfast BT2 7HR
Nordirland / Northern Ireland

Bauherr / Client
Graffan Properties Limited

Bauvolumen / Project size
ca./approx. 8.000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
130

LIVERPOOL HARD DAYS NIGHT HOTEL

- 1/ Die in Weißtönen gestaltete Lennon-Suite erinnert mit Fotografien und dem weißen Flügel an das Bandmitglied.
The photographs and the white grand piano in the Lennon Suite, which is decorated in white tones, are a reminder of the band member.
- 2/ Sand- und Brauntöne dominieren die Inneneinrichtung.
Sand and brown tones dominate the interior design.
- 3/ Die stilvolle Gestaltungslinie wird auch im Bad fortgeführt.
The stylish design is also continued in the bathroom.
- 4/ Die wandmontierten GROHE Atrio Waschtischarmaturen passen perfekt in das Designkonzept.
The GROHE Atrio wall mounted basin mixers blend in perfectly with the design concept.

Architekt / Architect
Falconer Chester Hall

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Central Buildings, North John Street
Liverpool, L2 6RR
Großbritannien / United Kingdom

Bauherr / Client
Cavern City Tours, operated by
Classic British Hotels Group

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
110



Das weltweit erste offizielle Beatles Hotel entstand aus einem ehemals städtischen Gebäude in unmittelbarer Nähe des bekannten Cavern Clubs. Die aufwändig gestaltete Fassade mit Statuen von John, Paul, Ringo und George setzt erste architektonische Akzente. Die moderne, in hellen Sand- und Brauntönen gehaltene Innenausstattung und die restaurierte Originalbaubsubstanz, in Verbindung mit unveröffentlichten Fotografien und Kunstwerken der Beatles, erzeugen eine einzigartige Atmosphäre.

Die luxuriöse Ausstattung sorgt auch im Bad für Flair. Stilvolle GROHE Essence Armaturen mit innovativer GROHE SilkMove® Technologie sorgen für die komfortable Einstellung des Wasserflusses und ein genussvolles Erleben von Wasser.

A former municipal building right next to the renowned Cavern Club has been converted into the first official Beatles hotel in the world. The intricately designed façade with statues of John, Paul, Ringo and George creates a stunning first impression of the building. The modern interior decorated in sand and brown tones and the restored original fabric of the building, together with unpublished Beatles photographs and artwork, create a unique atmosphere.

The luxurious décor ensures that the bathrooms are also sufficiently glamorous. Stylish GROHE Essence faucets with innovative GROHE SilkMove® technology ensure that the flow of water is easy to set and guarantee a pleasurable water experience.

AMSTERDAM

THE GRAND AMSTERDAM



Das luxuriöse Hotel liegt im Herzen des Grachtengürtels von Amsterdam. Der ursprüngliche Klosterbau aus dem 15. Jahrhundert ist mit kostbaren Antiquitäten und vielen Handarbeiten exquisit ausgestattet.

Die im Frühjahr 2010 vollständig renovierten Suiten sind im Bad mit ausdrucksstarken GROHE Atrio Waschtisch- und Badearmaturen sowie mit komfortablen GROHE Rainshower® und GROHE Sena Handbrausen passend zum Gestaltungskonzept ausgestattet. Der perfekte Wasserfluss der GROHE Produkte sorgt hier für sinnliche Wohlfühlmomente. GROHE Rapid SL WC Installationssysteme mit GROHE Skate Cosmopolitan Betätigungstasten kombinieren im Bad komfortable Bedienung mit bedarfsgerechtem Wasserverbrauch für den sparsamen Umgang mit der lebenswichtigen Ressource Wasser.

The luxury hotel is situated right in the heart of Amsterdam's ring of canals. The original convent building from the 15th Century is exquisitely furnished with precious antiques and numerous artefacts.

The bathrooms of the suites, fully refurbished in spring 2010, are fitted with impressive GROHE Atrio basin and bath faucets, as well as easy-to-use GROHE Rainshower® and GROHE Sena hand-held showers, which blend in seamlessly with the design concept. The perfect flow of water from GROHE products guarantees sensual, feel-good moments. In the bathrooms, GROHE Rapid SL WC installation systems with GROHE Skate Cosmopolitan wall plates combine convenient operation with needs-driven water consumption for the economical use of the essential resource of water.

- 1/ Die gewölbten Decken im Foyer erinnern an die Klostervergangenheit.
The arched ceilings in the foyer are a reminder of the building's history as a convent.
- 2/ Die historische Frontfassade wird abends mit Strahlern effektiv inszeniert.
The historic front façade is effectively illuminated in the evenings with spotlights.
- 3/ Die eigene Komposition von Farben, Formen und Material erzeugt eleganten Luxus.
The composition of colours, shapes and materials creates an elegant and luxurious ambience.

Innenarchitekt / Interior Designer
SM Design, Sybille de Margerie
Paris, Frankreich / France

Renovierung / Date of renovation
2010

Adresse / Address
Oudezijds Voorburgwal 197
Amsterdam, 1012 EX
Niederlande / Netherlands

Bauherr / Client
Sofitel Legend The Grand Amsterdam

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
177
52 Suiten / Suites

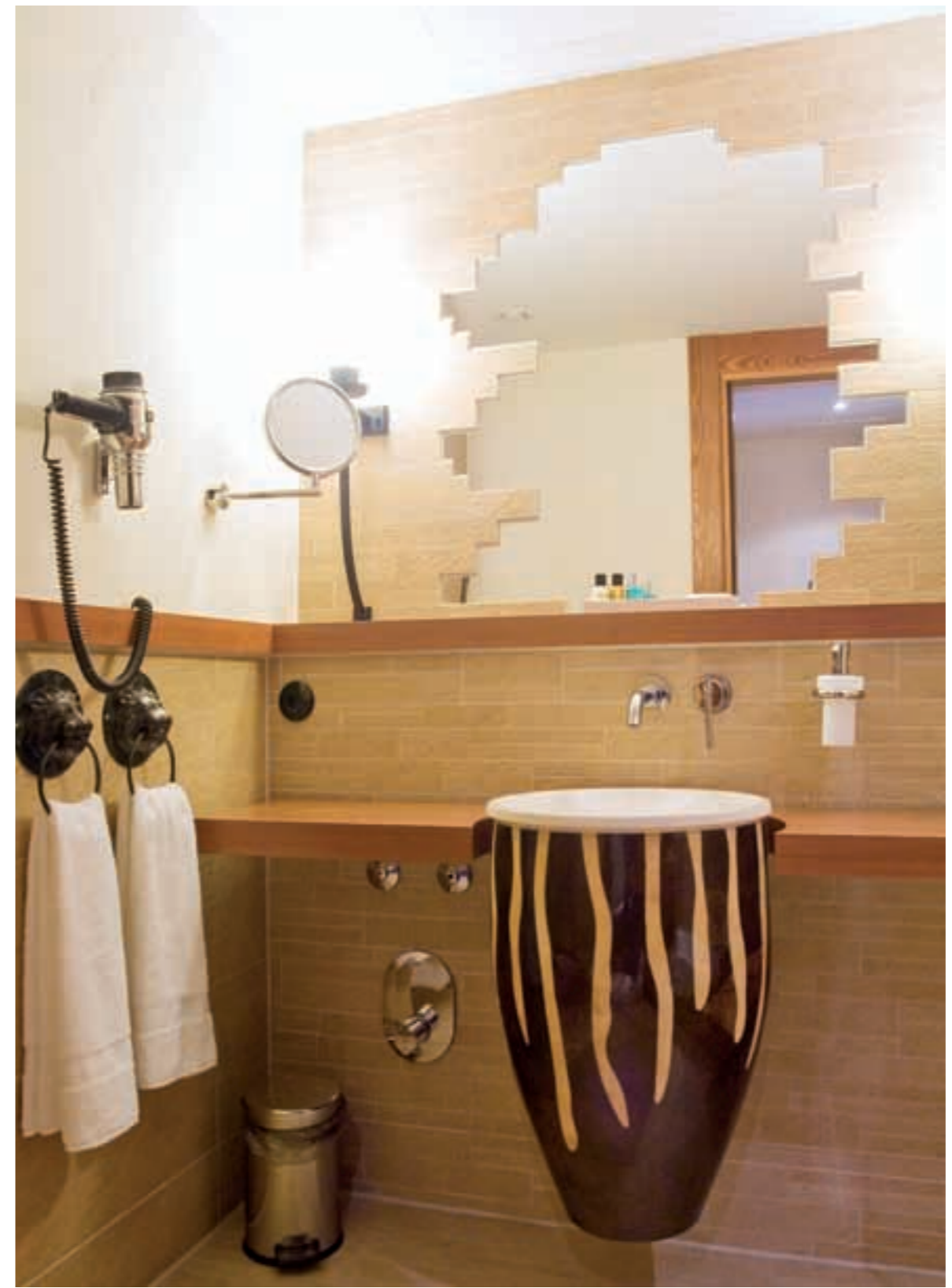


HAMBURG LINDNER PARK-HOTEL HAGENBECK

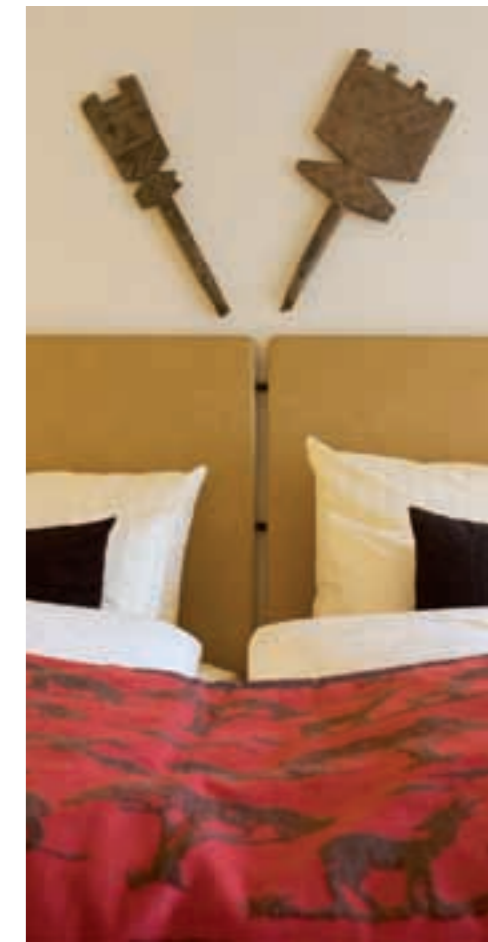
1/



2/



4/



Corinna Kretschmar-Joehnk, Peter Joehnk

Innenarchitekt / Interior Designer
JOI-Design Innenarchitekten
Hamburg, Deutschland / Germany

Architekt / Architect
Architekten pbr Planungsbüro Rohling AG
Lichtplaner / Lighting designer
notholt* lightning design

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Hagenbeckstraße 150, 22527 Hamburg
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Besitzgesellschaft Koppelstraße mbH &
Co. KG

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
158

- 1/ **Ledersessel, Kamin und holzvertäfelte Wände sorgen für ein gemütliches Ambiente in der Lobby.**
Leather armchairs, a fireplace and wood panelled walls create a cosy atmosphere in the lobby.
- 2/ **GROHE Atrio Armatur mit individuellem Waschtisch im Asienbad.**
GROHE Atrio faucet with individual basin in the Asian-style bathroom.
- 3/ **GROHE Atrio Armatur mit originalem Waschtisch im Afrikabad.**
GROHE Atrio faucet with original basin in the African style bathroom.
- 4/ **Zahlreiche kontinenttypische Details schaffen die einzigartige Atmosphäre in den Themenzimmern.**
Numerous features specific to each continent create a unique atmosphere in the themed rooms.

Das Gesamtkonzept des Tierpark-Themenhotels aus Architektur, Gestaltung und Innovation wurde 2009 mit dem renommierten Preis „Hotel Property Award“ ausgezeichnet. Die Innenausstattung auf allen Etagen ist individuell entworfen, handgemacht oder auf Reisen um die Welt gesammelt worden. Auf den Themen-Etagen finden sich Verweise auf die Steppen Afrikas, die Regenwälder Asiens oder die Eislandschaft der Arktis.

Die kreativ gestalteten Bäder bieten mit modernen GROHE Atrio Armaturen an den Waschtischen und den Wannen höchste Funktionalität trotz der starken Beanspruchung im Hotel. Für sinnliche Duscherlebnisse sorgen die GROHE Rainshower® Brausen mit ihrem üppigen Strahlbild und einem wohltuenden Tropfenregen.

The zoo-themed hotel was awarded the renowned "Hotel Property Award" in 2009 for the overall concept in terms of architecture, design and innovation. The interior furnishings on each floor have been individually designed, hand made or collected on trips around the world. On the themed floors there are references to the steppes of Africa, the rainforests of Asia or the icy landscape of the Arctic.

The creatively designed bathrooms in the hotel offer maximum functionality despite being subject to heavy use thanks to modern GROHE Atrio mixers for the basins and bathtubs. The GROHE Rainshower® showers with their luxurious and refreshing spray patterns guarantee sensual shower experiences.

BARCELONA

W HOTEL BARCELONA



Ricardo Bofill

Architekt / Architect
Ricardo Bofill, Taller de Arquitectura
Barcelona, Spanien / Spain

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Plaça de la Rosa del Vents, n° 1
Barcelona 08039, Spanien / Spain

Bauherr / Client
Nova Bocana Barcelona sa.

Grundfläche / Floor space
42 818 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
473
67 Suiten / Suites

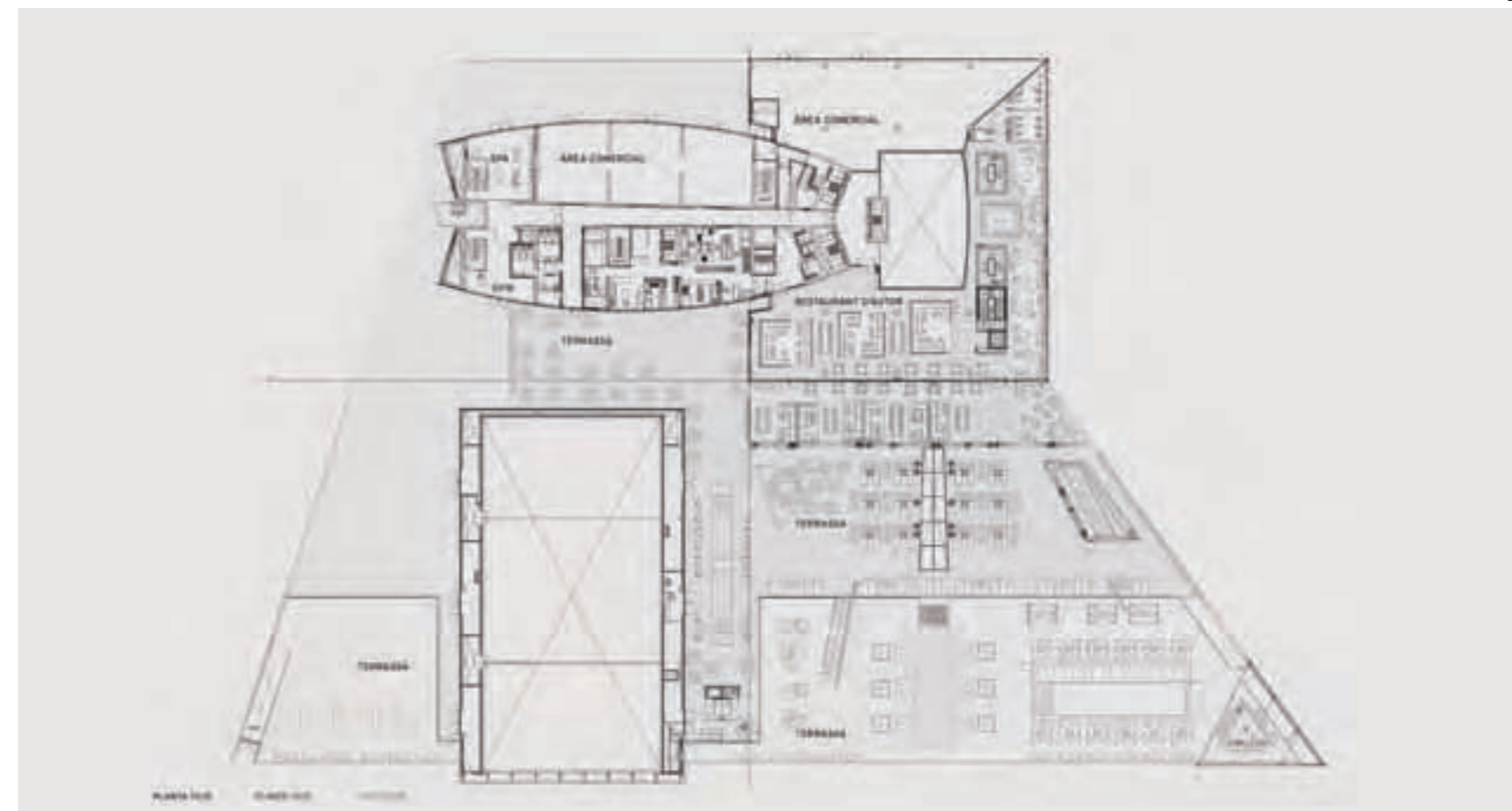
Das erste W Hotel in Westeuropa ist auf einer aufgeschütteten Landzunge im noch jungen Viertel La Barceloneta entstanden. Der elegante und unverwechselbare Hotelbau hat die Form eines riesigen Segels. Unterschiedliche Lichtverhältnisse spiegeln sich in der schillernden Glasfassade und geben dem Gebäude ein ständig wechselndes Erscheinungsbild. Die Inneneinrichtung präsentiert sich im avantgardistischen Stil mit modernen Designelementen, glitzerndem Dekor und farbintensiven Lichtinstallationen.

Elegant und ausdrucksstark sind auch die hochfunktionalen GROHE Atrio Waschtischarmaturen und freistehenden Wannenaufläufe in den modernen Bädern des W Hotels. Die stilvolle GROHE Skate Cosmopolitan Betätigungstaste in Kombination mit einem Unterputz WC-Spülkasten sichert durch die bedarfsgerechte Abgabe von Wasser den sparsamen Wasserverbrauch im WC-Bereich.

The first W Hotel in Western Europe has been developed on a spit of reclaimed land in the new La Barceloneta quarter. The elegant and distinctive hotel building resembles a giant sail. Different light conditions are reflected in the iridescent glass façade and give the building a constantly changing appearance. The interior furnishings are presented in the avant-garde style with modern design features, glittering décor and vividly colourful light installations.

The highly functional GROHE Atrio basin mixers and floor-mounted bath mixers in the modern bathrooms of the W Hotel are also strikingly elegant. In combination with a concealed WC cistern, the stylish GROHE Skate Cosmopolitan wall plate ensures water consumption is kept to a minimum in the bathrooms thanks to the needs-driven supply of water.

- 1/ Die riesige, mehrstöckige Eingangshalle erzeugt die Atmosphäre eines geheimnisvollen Unterwasserreiches. The vast multi-storey entrance hall creates the atmosphere of a secret underwater kingdom.
- 2/ In den riesigen Glasfronten spiegeln sich die Stadt, der Himmel und das Meer. The city, the sky and the sea are reflected in the vast glass fronts.
- 3/ Grundrisskizze des Hotels. Floor plan sketch of the hotel.



BERCHTESGADEN INTERCONTINENTAL BERCHTESGADEN RESORT

1/



Der Hotelbau schmiegt sich in Form eines Hufeisens um eine Hügelkuppe. Die Zimmerflügel sind auf allen Stockwerken komplett verglast, so dass aus allen Räumen das Bergpanorama des Watzmannmassivs genossen werden kann. Natursteine, edle Hölzer und ein Farbspektrum warmer Erdtöne dominieren die Innenausstattung, während gekonnt gesetzte Kontraste aus buntem Glas, raffinierte Beleuchtung und klare Linien die zeitgenössisch-zeitlose Gestaltung stilischer abrunden.

In den mit Verde Dolomit ausgestatteten Tageslichtbädern gestalten moderne GROHE Atrio Waschtisch-, Wannen- und Duscharmaturen sowie hochwertige GROHE Rainshower® Duschsyste-me das Wassererlebnis zu einem entspannenden Genuss für alle Sinne.

Shaped like a horseshoe, the hotel building nestles around the crest of a hill. The guest room wings are fully glazed on all floors so that all the rooms enjoy a panoramic view of the Watzmann mountain. Natural stone, fine woods and a wide range of warm earthy tones dominate the interior décor, whilst skilful contrasts between stained glass, subtle lighting and clean lines stylishly round off the contemporary and timeless design.

In the bathrooms which are flooded with natural daylight and furnished with Verde Dolomite, modern GROHE Atrio basin, bathtub and shower fittings, as well as high quality GROHE Rainshower® shower systems transform the water experience into a relaxing pleasure for all the senses.

1/ Die verwendeten Baumaterialien Holz und Stein spiegeln die Atmosphäre der alpinen Landschaft wider.

The timber and stone building materials used reflect the atmosphere of the Alpine landscape.

2/ Edle GROHE Atrio Waschtisch- und Wannenarmaturen setzen optische Akzente im Bad.

Stylish GROHE Atrio basin and bathtub mixers make a visual impact in the bathroom.

3/ Eine bodentiefe Fensterfront und die enorme Deckenhöhe öffnen die Lobby zur umliegenden Naturlandschaft.

A floor-to-ceiling window front and the vast ceiling height open the lobby up to the natural surroundings.



3/



2/

Architekt / Architect
Kochta Architekten
München / Munich, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2005

Adresse / Address
Hintereck 1
83471 Berchtesgaden
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Gewerbegründ Projektentwicklungsgesellschaft mbH

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
138

NEW YORK THE PIERRE



Nach seiner aufwändigen Renovierung mit der Wiedereröffnung im Juni 2009 vereint das 160 Meter hohe Art Déco-Bauwerk traditionelle architektonische Details wie Kamine, hohe Decken und Fensterrahmen mit den Möglichkeiten der modernen Technik.

Die komplett neu eingerichteten Bäder sind mit den zeitlos eleganten GROHE Geneva Waschtisch- und Wannensarmaturen stilischer ausgestattet. Design und Technologie der Armaturen lassen einen wunderbar kontrollierten Wasserfluss entstehen, der für nachhaltige Wohlfühl-Momente sorgt.

After extensive renovation and its reopening in June 2009, this 160 metre high Art Déco building combines traditional architectural features such as fireplaces, high ceilings and window frames with modern technology.

The completely refitted bathrooms have been stylishly equipped with timelessly elegant GROHE Geneva basin and bath mixers. The design and technology of the fittings provide a perfectly controlled flow of water for a feel-good experience.

- 1/ **Das neue Foyer vereint Tradition mit Moderne.**
The new foyer combines the traditional with the modern.
- 2/ **„The Pierre“ liegt direkt am Central Park.**
“The Pierre” is located right on Central Park.
- 3/ **Weiche Farbtöne schaffen eine einladende Atmosphäre.**
Soft tones create a welcoming atmosphere.
- 4/ **GROHE Geneva Badarmaturen betonen die stilvolle Ausstattung.**
GROHE Geneva bath mixers accentuate the stylish equipment.

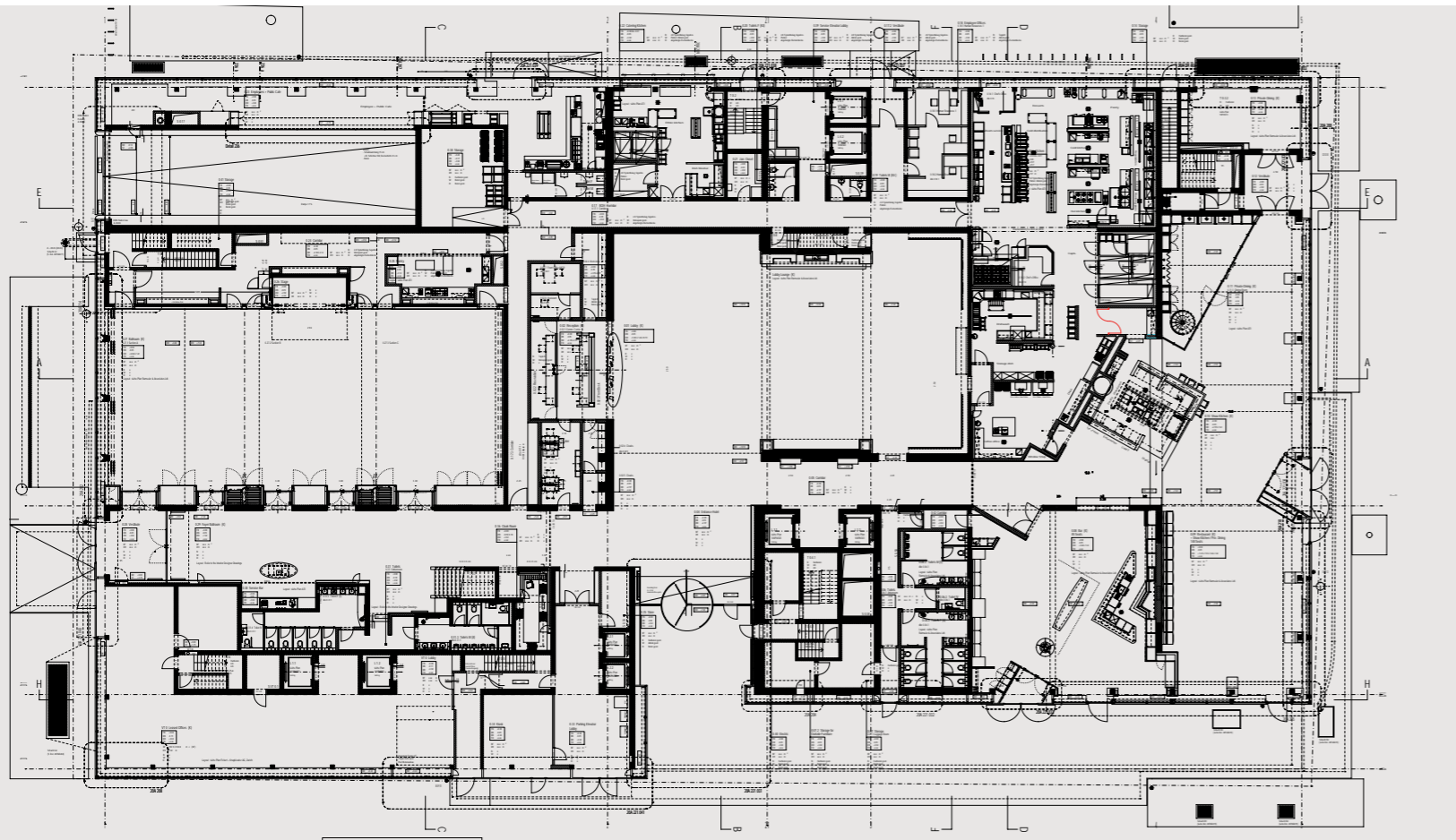
Ursprünglicher Architekt / Original Architect
Schultze & Weaver
New York, Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Fertigstellung / Date of completion
1930

Adresse / Address
2 East 61st Street, New York, 10065
Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
140
38 Suiten / Suites
11 Grand-Suiten / Grand suites

ZÜRICH / ZÜRICH PARK HYATT HOTEL



Andreas Ramseier, Architekt / Architect,
Dipl. Innenarchitekt / interior designer, CEO

Innenarchitekt / Interior Designer
Ramseier & Associates Ltd.
Zürich / Zurich, Schweiz / Switzerland

Architekt / Architect
Meili, Peter Architekten AG
Zürich / Zurich, Schweiz / Switzerland

Fertigstellung / Date of completion
2005

Adresse / Address
Beethoven-Straße 21, 8002 Zürich / Zurich
Schweiz / Switzerland

Bauherr / Client
Hyatt Group Chicago / Karl Steiner AG
Zürich / Zurich, Schweiz / Switzerland

Planungsbeteiligte / Design participants
Hirsch Bedner, Associates Atlanta

Generalunternehmung /
General contractor
Karl Steiner AG, Zürich / Zurich
Schweiz / Switzerland

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
142



Das Hotel ist äußerlich eine zurückhaltende Baukunst aus Stahl und Glas in der Form eines schwebenden Parallelepipeds. Raumhohe Fenster dienen als Wände, die einen Blick auf die umliegende Stadt bieten. Die Inneneinrichtung zeichnet sich durch essentielle Linien aus und kreiert eine edle, dabei lockere Atmosphäre, bei der auch die intelligent verteilte und dosierte Beleuchtung von grundlegender Bedeutung ist.

In den luxuriösen Bädern sind die modernen und eleganten GROHE Atrio Waschtisch- und Badearmaturen installiert. Als besonderer Blickfang wird die ausdrucksstarke GROHE Atrio-Linie auch als allein-stehender Wannenauslauf für freistehende Badewannen eingesetzt. So wird ein Bad optisch wie sensorisch zu einem entspannenden Erlebnis für alle Sinne.

Outwardly, the hotel architecture is conservative; a steel and glass structure in the shape of a floating parallelepiped. Floor-to-ceiling windows serve as walls, providing views of the surrounding city. Inside, essential lines dominate, creating a high-class, relaxed atmosphere where even the intelligently distributed and regulated lighting is of vital importance.

Elegant modern GROHE Atrio basin and bath mixers have been fitted in the luxurious bathrooms. The striking GROHE Atrio range takes centre stage with a floor-mounted bath mixer for the free-standing bath, turning a bath into a relaxing experience for all the senses.

1/ Der Grundriss gibt einen Einblick in die Raumaufteilung. Beinhaltend Foyer, Empfang, Lobby, Restaurant mit Weinraum, Bar und die Konferenzräume.
The layout of the hotel rooms is shown on the floor plan. It includes the foyer, reception, lobby, restaurant with winery, bar and the conference rooms.

2/ Alle Einrichtungen sind nach Maß und exklusivem Design gefertigt.
All fixtures and fittings are tailor-made to an exclusive design.

3/ Die GROHE Atrio Armatur als freistehender Wannenauslauf ist in Verbindung mit der stilvollen Wanne das Highlight im Bad.
The stylish tub and GROHE Atrio floor-mounted mixer form an impressive centrepiece in the bathroom.

2/

1/

3/

JIMBARAN AYANA RESORT AND SPA

Die elegante Hotelanlage liegt im Süden Balis, zum Teil in Hanglage und oberhalb des Meeres mit einem hoteleigenen Strandabschnitt am Kubu Beach. Die teils offen angelegten Gebäude verteilen sich im tropischen Garten der Anlage. Design und Architektur bilden einen harmonischen Einklang aus traditioneller und indonesischer Bauweise. Stilvolle balinesische Möbel sorgen für das exotische Ambiente in den geräumigen Zimmern.

Für sinnlichen und entspannenden Wassergenuss im Bad sorgen hochwertige Waschtischarmaturen und freistehende Wannenausläufe der stilvollen GROHE Atrio Armaturenlinie, während GROHE Rainshower® Jumbo Kopfbrausen den vollendeten Duschgenuss wahr werden lassen.

The elegant cliff-top hotel resort is located in southern Bali, overlooking the bay with its own secluded stretch of Kubu Beach. The in part open-plan building is set amongst tropical gardens. The design and architecture represent a clever confluence of traditional and Indonesian construction methods. Stylish Balinese furniture lends an exotic air to the spacious rooms.

Attractive, high-quality GROHE Atrio basin faucets and floor-mounted bath mixers ensure a sensual and relaxing water experience in the bathroom, whilst GROHE Rainshower® Jumbo shower fittings make showering a joy.

- 1/ **Die Architektur der freistehenden Villen öffnet die Räume zur umliegenden Natur.**
The architecture of the free-standing villas opens the rooms up to the natural surroundings.
- 2/ **GROHE Rainshower® Jumbo Brauseköpfe sorgen für das ultimative Duscherlebnis im exotischen Badambiente.**
GROHE Rainshower® Jumbo shower heads ensure the ultimate shower experience in an exotic bathroom atmosphere.

Fertigstellung / Date of completion
2007

Adresse / Address
Jimbaran, Badung, Bali
Indonesien/Indonesia

Grunstücksgröße / Plot size
77 Hektare / hectare

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
290
78 freistehende private Luxusvillen /
free standing luxury private villas



SINGAPUR / SINGAPORE MARINA BAY SANDS

1/ Die sehr geräumigen Bäder sind im asiatischen Design eingerichtet.
The supremely spacious bathrooms have an Asian design.
Photographs courtesy of Marina Bay Sands Pte. Ltd.

2/ Die großen Spiegelfronten an den Waschtischen vergrößern die Räume zusätzlich.
The large mirrors above the basins make the rooms seem even larger.
Photographs courtesy of Marina Bay Sands Pte. Ltd.

3/ Ein Stapel aus Spielkarten diente dem Architekten als Inspirationsquelle für die Gebäudeform.
The architect drew inspiration for the building shape from a deck of playing cards.
Photographs courtesy of Marina Bay Sands Pte. Ltd.

1/



2/



3/

Architekt / Architect

Safdie Architects
Somerville
Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Adresse / Address

10 Bayfront Avenue
018956 Singapur / Singapore

Bauherr / Client

Las Vegas Sand Coopartion

Bauvolumen / Project size

845 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms

2 560

Das futuristische Casinogebäude mit der riesigen Glasfassade besteht aus drei Hoteltürmen, die im 56. Stockwerk über eine 340 Meter lange, öffentlich zugängliche Dachterrasse miteinander verbunden sind. Auf dem „Sky Park“ befindet sich auch der mit 150 Meter Länge größte Outdoor-Swimmingpool der Welt.

Die geräumigen Luxusbäder der Hotelsuiten sind mit der komfortablen Armaturenlinie GROHE Ondus® und GROHE Eurodisc für den sinnlichen Wassergenuss bestens ausgestattet.

The futuristic casino building with its giant glass façade consists of three hotel towers, which are connected on the 56th floor by a 340 metre long public roof terrace. "Sky Park" is also host to a 150 metre long pool, the largest outdoor swimming pool in the world.

The easy-to-use GROHE Ondus® and GROHE Eurodisc range of mixers represent the perfect choice for a sensual water experience in the spacious luxury bathrooms of the hotel suites.

WEYBRIDGE BROOKLANDS HOTEL

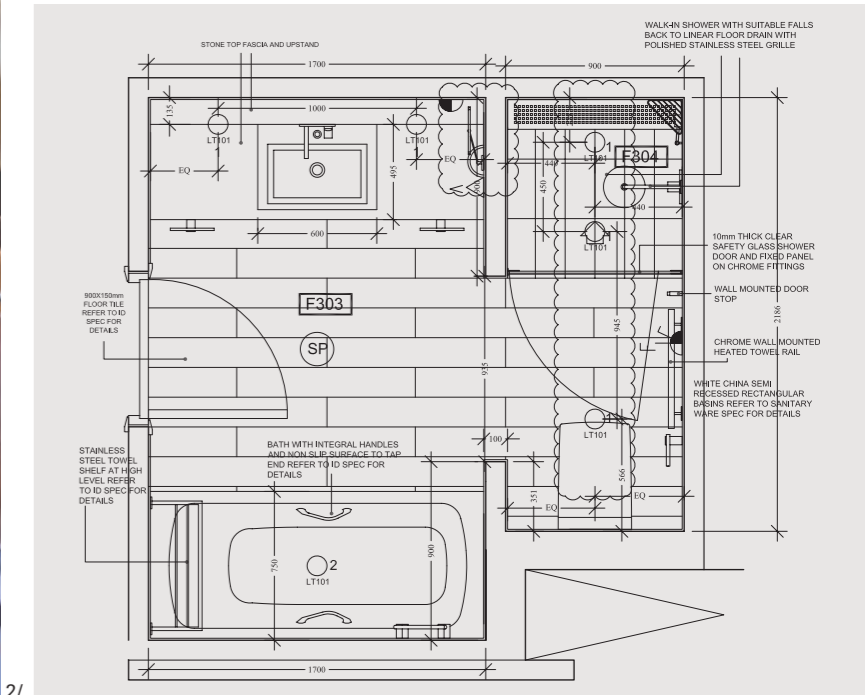
Das auf dem Gelände der legendären Autorennstrecke gelegene Hotel verbindet traditionelle Elemente aus den 1920er und 1930er Jahren mit zeitgemäßer Architektur und individuellem Design. Die atmosphärische Inneneinrichtung ist geprägt von Art Déco-Einflüssen mit Bezug auf den Rennsport.

Edle GROHE Allure Armaturen im zeitlosen Design passen ideal in das Gestaltungskonzept der Bäder. Im Spa-Bereich sorgen komfortable GROHE Rainshower® Kopfbrausen sowie GROHE Sena Handbrausen mit GROHE Allure Thermostaten für ein erfrischendes und entspannendes Duscherlebnis.

The hotel is built on the site of the legendary race track, combining traditional elements from the 1920s and 1930s with contemporary architecture and individual design. It has an iconic art déco-inspired interior based around motorsport.

Timeless, high-quality GROHE Allure mixers are the perfect choice for the bathrooms. In the spa, easy-to-use GROHE Rainshower® shower heads and GROHE Sena hand-held showers with GROHE Allure thermostats help to create a refreshing and relaxing shower experience.

- 1/ **Individuell gestaltete Einrichtungselemente gehören zum Designkonzept des Hotels.**
Individually designed fixtures are part of the overall design concept for the hotel.
- 2/ **Das ausgefeilte Lichtdesign schafft im Spa-Bereich eine sinnliche Atmosphäre.**
The clever lighting design creates a sensual ambiance in the spa area.
- 3/, 4/ **In den großzügigen Bädern vollenden die ausdrucksstarken GROHE Allure Armaturen das Erscheinungsbild.**
The generously sized bathrooms are complemented by the striking GROHE Allure faucets.



4/

2/

3/

1/



Innenarchitekt / Interior Designer
TREVILLION interiors
www.trevillion.co.uk
Enfield, Großbritannien / Great Britain

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Brooklands Hotel Brooklands Drive
Weybridge Surrey KT13 0SL
Großbritannien / Great Britain

Bauherr / Client
Delancey

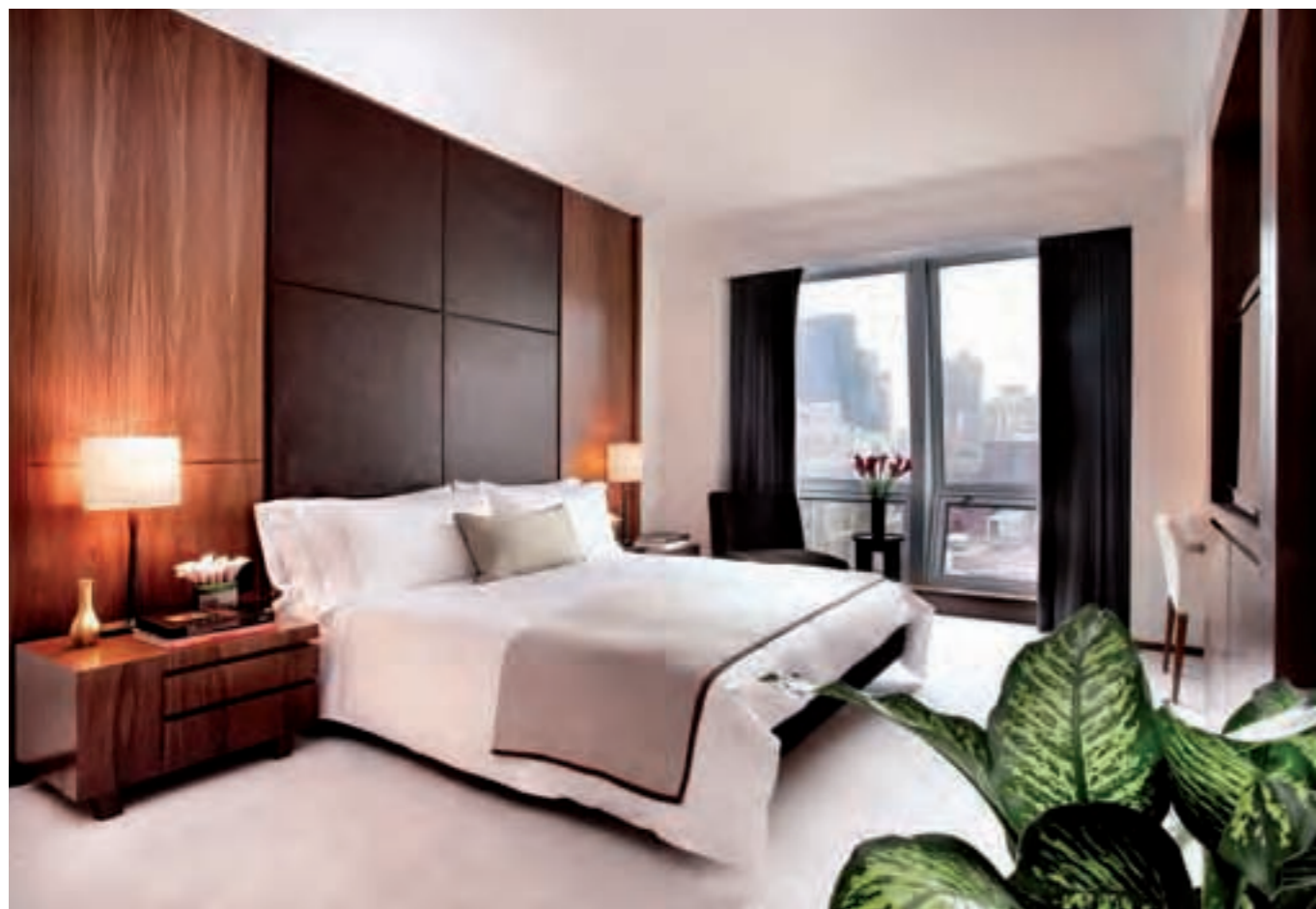
Bauvolumen / Project size
62 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
120



149

NEW YORK SETAI 5TH AVENUE



1/

Das Luxus-Hotel liegt in Nachbarschaft zum Empire State Building an einer der führenden Adressen in Manhattan. Das Podium des Gebäudes passt sich mit seiner Kalksteinfassade nahtlos in den Rhythmus des Straßenbildes ein. Senkrechte Bänder aus Mauerwerk in Abwechslung mit eigens gestalteten Facettenfenstern prägen die Turmfassade und geben dem Bauwerk sein markantes Erscheinungsbild. Die luxuriöse Inneneinrichtung der geräumigen Hotelsuiten wird von edlen Materialien bestimmt. Italienisches Walnuss- und Rosenholz im Schlafbereich oder Calacatta Marmor in den Bädern sorgen für ein exklusives Ambiente.

Die luxuriöse Badausstattung wird mit stilvollen GROHE Essence Waschtischarmaturen sowie hochwertigen GROHE Atrio Wannen- und Duscharmaturen mit GROHE Sena Handbrausen komplettiert. Design und Technologie der GROHE Produkte sorgen für den perfekten Wasserfluss und den sinnlichen Wassergenuss im Bad.

The luxury hotel close to the Empire State Building is one of the most prestigious addresses in Manhattan. The platform of the building with its limestone façade blends seamlessly into the rhythm of the streetscape. Vertical bands of masonry alternate with custom-built faceted windows to shape the tower façade and give the building its striking appearance. The sumptuous interiors of the spacious hotel suites are distinguished by high-quality materials. Italian walnut wood and rosewood in the sleeping areas or calacatta marble in the bathrooms create an exclusive atmosphere.

The luxurious bathroom fittings are completed with stylish GROHE Essence basin mixers and high-quality GROHE Atrio bath mixers, plus shower fittings with GROHE Sena hand-held showers. The design and technology of the GROHE products ensures a perfect flow of water and a sensual water experience in the bathroom.



2/

- 1/ **Edle Hölzer schaffen ein warmes Ambiente in den Suiten.**
The use of fine woods creates a warm ambiance in the suites.
- 2/ **Die markante Gebäudefassade in prominenter Nachbarschaft zum Empire State Building.**
The striking façade is prominently situated close to the Empire State Building.
- 3/ **GROHE Essence Armaturen komplettieren die Badausstattung.**
GROHE Essence faucets complete the range of bathroom fittings.



3/

Architekt / Architect
Gwathmey Siegel & Associates Architects
New York, Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
400 Fifth Avenue, New York, NY 10018
Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Bauherr / Client
Bizzi & Partners Development, LLC

Grundfläche / Floor space
570 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
157
57 Hotel Apartments / Hotel apartments
190 Eigentumswohnungen / Private residences

KERALA LEELA KEMPINSKI KOVALAM BEACH



Das terrassenförmig angelegte 5-Sterne Luxus-Hotel liegt auf einer Landzunge über dem Meer an einem der berühmtesten Strände Indiens. Die Inneneinrichtung erzeugt mit traditionellem indischem Flair und einzelnen modernen Features eine Atmosphäre, die nicht von dieser Welt zu sein scheint.

Das Konzept von Tradition und Moderne wird perfekt in allen 230 Zimmern mit GROHE Sinfonia Armaturen für Waschtische und GROHE Rainshower® Duschsystemen umgesetzt. Das zeitlose Design und der perfekte Wasserfluss lassen hier das Erlebnis Wasser zu einem unvergesslichen Genuss werden.

The terraces of the five star luxury hotel are perched on a headland above the sea on one of the most famous beaches in India. With traditional Indian flair and modern appointments, the interior design creates a seemingly unworldly atmosphere.

The concept of tradition and modernity is perfectly translated in all 230 rooms with GROHE Sinfonia mixers for basins and GROHE Rainshower® shower systems. The timeless design and perfect flow of water make the water experience here an unforgettable pleasure.

- 1/ Die Bäder mit der GROHE Sinfonia Waschtischarmatur vermitteln Luxus in entspannter Atmosphäre.
The bathrooms with GROHE Sinfonia basin faucets convey a feeling of luxury in a relaxed atmosphere.
- 2/ Regionales Design und warme Farben verbreiten Leichtigkeit und Intimität.
Regional design and warm colours spread a sense of ease and intimacy.



Architekt / Architect
Jabeen Zacharias

Adresse / Address
Kovalam Beach, Trivandrum, Kerala
695527, Indien / India

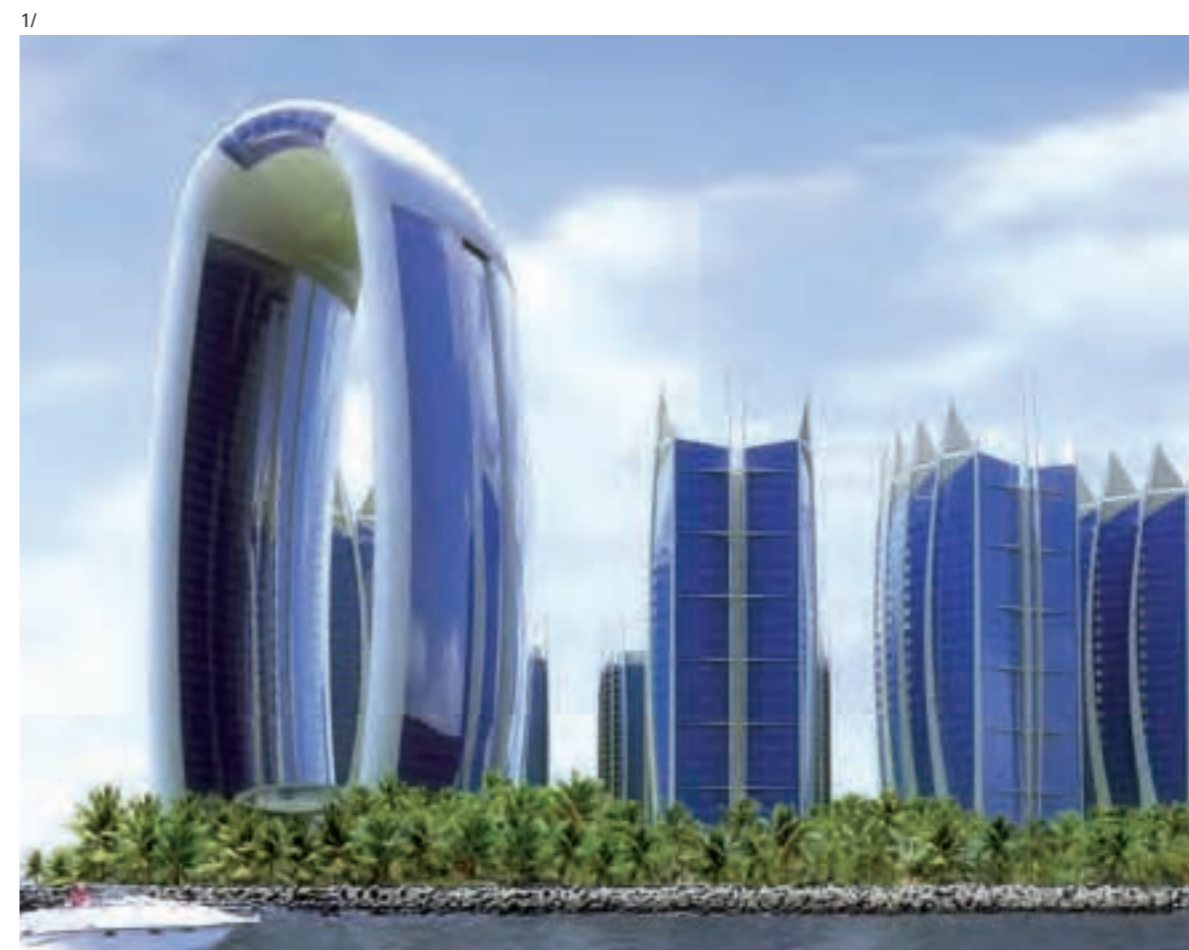
Anzahl der Zimmer / Number of rooms
180

JAKARTA REGATTA THE ICON

Der Gebäudekomplex besteht aus zehn Apartmenttürmen in Form von Großsegeln und einem exklusiven Luxus-Hotel in der Gestalt eines Leuchtturms. In den Bädern verbreiten GROHE Sinfonia Zweigriff-Armaturen luxuriösen Charme während die GROHE Eurodisc Einhebelmischer mit ihrer aerodynamisch wirkenden Optik moderne Akzente setzen.

The building complex consists of 10 apartment towers in the form of large sails and an exclusive luxury hotel in the form of a lighthouse. GROHE Sinfonia two-handle fittings lend the bathrooms an atmosphere of luxurious charm, whilst GROHE Eurodisc single-lever mixers create contemporary design features with their seemingly aerodynamic appearance.

- 1/ Motive aus der Seefahrt bestimmen das Designkonzept des außergewöhnlichen Architektur-Projektes.
Seafaring motifs define the design of the unusual architectural project.
- 2/ GROHE Sinfonia Armaturen bringen nostalgische Eleganz und moderne Technologie in die luxuriösen Bäder.
GROHE Sinfonia faucets bring a touch of nostalgic elegance and modern technology to the luxurious bathrooms.



Adresse / Address
JL. Raya Pantai Mutiara TG 1D
Jakarta 14450
Indonesien / Indonesia

Grundstücksgröße / Plot size
11 Hektar / hectare

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
200
116 Suiten / Suites
4 Royal-Suiten / Royal-suites

LONDON SOFITEL LONDON HEATHROW

PHUKET THE NAKA



- 1/ **Plane Flächen aus Glas und Stein dominieren die puristische Fassadengestaltung.**
Smooth glass and stone surfaces dominate the puristic façade design.
- 2/ **Klare Linien und rhythmische Strukturen prägen auch das Design im Gebäudeinneren.**
Clear lines and rhythmic structures also shape the design of the building interior.



Architekt / Architect
Duangrit Bunnag Architect Limited (DBALP), Bangkok, Thailand

Fertigstellung / Date of Completion
2011

Adresse / Address
Naka Lay Kratoo
Kamala Phuket, Thailand

Bauherr / Client
TTK Construction & Design Co., Ltd.

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
94

Bei Ankunft am Terminal 5 erhalten die Besucher zunächst einen Eindruck von den verführerischen Atriumsbereichen im ersten Stock des Hotels, bevor es mit der Rolltreppe zur Rezeption und der öffentlichen Arena im Parterre hinuntergeht. Gebäudebrücken führen zu den sechs Zimmerflügeln des Hotels, dazu zieht sich in jedem Stockwerk ein 100 Meter langer Boulevard an den öffentlichen Bereichen des Sofitel entlang. Mit insgesamt 80.000 Quadratmetern ist das Sofitel in den Gesamtkomplex Terminal 5 integriert. Das durch minimalistisches Design auffallende Hotel verfügt über sorgsam und akribisch ausgewählte Elemente wie grün getöntes Glas und rötlichen Granit – ein Designstil, der den einzigartigen und individuellen Charakter des Gebäudeinneren betont.

Das Sofitel London Heathrow ist komplett mit GROHE Atrio ausgestattet, einer eleganten Produktreihe, die den Räumen in dem 5-Sterne Hotel ein erholsames Gleichgewicht und zeitlose Qualität verleiht. Ergänzt wird dies durch preisgekrönte Produkte vom Typ GROHE Rainshower®.

On arrival from T5 the visitors' first impressions of the hotel before traveling down escalators to the ground floor reception and public areas, is of the alluring first floor atria. Sky bridges connect the six guestroom wings, while a 100 metre boulevard runs the length of Sofitel's public areas on every floor. Covering a total area of 80,000 m², the Sofitel is very much an integral part of the T5 airport complex. Featuring minimalist design, the Sofitel combines careful and detailed use of complementary coloured green-tinted glass and pale-pink granite – a design direction that pays homage to the unique and individual character of the emerging building within.

Sofitel London Heathrow is fully equipped with GROHE Atrio, a stylish line that restores a restful balance and timeless quality in harmony with a 5-star hotel environment, as well as featuring award winning products from the GROHE Rainshower® range.

Architekt / Architect
Arora Developments Ltd.
Middlesex
Großbritannien / Great Britain

Fertigstellung / Date of Completion
2008

Adresse / Address
Terminal 5 London Heathrow Airport
TW6 2GD London
Großbritannien / Great Britain

Genutzte Fläche / Area used
80 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
605

1/

Einfache Formen, gerade Linien und klare Strukturen prägen innen wie außen das Erscheinungsbild des luxuriösen Hotelkomplexes. Die glatten Fassadenflächen des flachen, rechteckigen Gebäudes werden von bodentiefen Fensterfronten unterbrochen, welche die Räume mit einem beeindruckenden Panoramablick öffnen.

Both inside and outside, the luxurious hotel complex is defined by simple shapes, straight lines and clear structures. The smooth façade surfaces of the flat, rectangular building are interrupted by floor-to-ceiling window fronts that open up the rooms with an impressive panoramic view.

- 1/ **Die über dem Kliff schwebende Gebäudestruktur bietet atemberaubende Ausblicke.**
Perching over the cliff, the building structure affords breathtaking views.

- 2/ **Edle Materialien und schnörkelloses Design dominieren im Bad.**
Exquisite materials and straight design dominate in the bathroom.

2/



SOMA BAY KEMPINSKI



2/

ST. PETERSBURG CORINTHIA NEVSKY PALACE

Der majestätische Gebäudekomplex aus dem 19. Jahrhundert ist mit Kunst und modernem Luxus prachtvoll ausgestattet. Design und Funktion der GROHE Atrio Armaturen und GROHE Rainshower® Cosmopolitan Brausen setzen in den Bädern optische Akzente und perfektionieren das Genusserlebnis Wasser.

1/ Edles Design im Bad mit GROHE Atrio Waschtischarmatur. Stylish bathroom design with GROHE Atrio basin faucets.

The majestic 19th Century building complex is grandly furnished with art and modern luxury. The design and function of the GROHE Atrio mixers and GROHE Rainshower® Cosmopolitan showers make a visual impact in the bathrooms and perfect the water enjoyment experience.



1/

Die Architektur des Hotels ist vom Baustil historischer, maurischer Festungen inspiriert, während die Inneneinrichtung orientalische Akzente mit ägyptischem Flair kombiniert. In den Bädern verschönern elegante GROHE Arabesk Armaturen die Waschtische und Duschen.

The architecture of the hotel is inspired by the style of historic Moorish fortifications, whilst the interior décor combines design features from the Middle East with Egyptian flair. In the bathrooms, elegant GROHE Arabesk mixers beautify the basins and complement the showers.

1/ Die große Poollandschaft besteht aus Lagunen, Wasserfällen und Badebecken. The large pool area consists of lagoons, waterfalls and bathing pools.

2/ Die GROHE Arabesk Waschtischarmatur passt exzellent zu den edlen Materialien im Bad. The GROHE Arabesk basin mixers blends in perfectly with the stylish materials in the bathroom.

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
PO BOX 15-84711 Safaga
Rotes Meer / Red Sea, Ägypten / Egypt

Bauvolumen / Project size
7 000 m²

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
325

1/



Umgesetzt von / Constructed by
ENKA Binasi 1
Besiktas, 34349 Istanbul
Türkei / Turkey

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Nevsky Prospect, 57
St. Petersburg, Russland / Russia

Bauherr / Client
International Hotel
Investments Benelux B.V.

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
388
incl. 107 Komfortzimmer / Superior rooms

BALI ST. REGIS

- 1/ Die offen gestaltete Vorderfront des Hotels.
The open design of the front hotel façade.
- 2/ Edle Materialien empfangen den Gast in der großen Lobby.
Exquisite materials welcome the guests in the large lobby.



2/



1/

Die Inneneinrichtung des exquisiten Hotels kombiniert traditionelles balinesisches Design mit natürlichen Einflüssen und schafft so eine ruhige und luxuriöse Atmosphäre. Das kosmopolitische Design der GROHE Atrio Armaturen sowie GROHE Rainshower® und GROHE Relaxa-Kopfbrausen sorgen im Bad für ein besonders sinnliches Wassererlebnis.

The interior design of this exquisite hotel combines traditional Balinese design with natural influences, thereby creating a tranquil and luxurious atmosphere. The cosmopolitan design of the GROHE Atrio faucets, as well as the GROHE Rainshower® and GROHE Relaxa shower heads, guarantee a particularly sensual water experience in the bathroom.

Architekt / Architect
Grounds Kent Architects
Fremantle, Australien / Australia

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Kawasan Pariwisata Nusa Dua, Lot S6
Nusa Dua, Bali 80363, Indonesien / Indonesia

Bauherr / Client
Owned by PRBI – Pacific Resort Buana Id

Bauvolumen / Project size
8,8 Hektar / 8.8 hectare

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
124 Suiten und Villen / Suites and villas

PARIS RADISSON BLU AMBASSADOR

- 1/ Die moderne Inneneinrichtung kreiert mit farblich aufeinander abgestimmten Materialien ein komfortables Ambiente.
The modern interior furnishings with their colour-matched materials create a relaxing atmosphere.
- 2/ Die hochwertige GROHE Allure 2-Loch Armatur vollendet die luxuriöse Ausstattung des eleganten Waschtisches.
The luxurious fixtures for the elegant wash basin are completed by the high-quality GROHE Allure two-hole basin mixer.



1/

Das spektakuläre Gebäude mit seiner Art Déco-Geschichte sticht aus dem Pariser Architekturerbe besonders hervor. Das Hotel kombiniert luxuriöse Stilelemente aus den 1920ern mit moderner Beleuchtung und zeitgenössischem Interieur.

In den großzügigen Marmorbädern sorgen GROHE Allure Armaturen, GROHE Sena Brausegarnituren und GROHE Rainshower® Duschköpfe für sinnlichen Wassergenuss im luxuriösen Ambiente.

The spectacular building with its Art Déco history represents a particular landmark in the architectural legacy of Paris. The hotel combines luxurious stylistic elements from the 1920s with modern lighting and contemporary interiors.

In the generous marble bathrooms, GROHE Allure faucets, GROHE Sena shower fittings and GROHE Rainshower® shower heads ensure a sensual water experience amid luxurious surroundings.

Innenarchitekt / Interior Designer
Bevis Design Associates
Hertfordshire
Großbritannien / Great Britain

Renovierung / Date of renovation
2010

Adresse / Address
16, Boulevard Haussmann
75009 Paris
Frankreich / France

Anzahl der Zimmer / Number of rooms
297

2/



WOHNBAUTEN RESIDENTIAL



So vielfältig die individuellen Bedürfnisse und Wünsche des einzelnen Menschen sind, so variantenreich sind auch die Wohnvorstellungen in den verschiedenen Kulturkreisen. Die planerisch anspruchsvolle Aufgabe für Architekten besteht in Zukunft darin, die Bedürfnisse der Bauherren mit der steigenden Notwendigkeit eines intelligenten Umgangs mit den Ressourcen Wasser und Energie in nachhaltigen Baukonzepten zu vereinen.

GROHE EcoJoy™ vereint eine Vielzahl von ressourcenschonenden Produkten, die mit integrierter Wasserspartechnologie den Wasserverbrauch im Bad und in der Küche effizient reduzieren, ohne den perfekten Wasserfluss zu beeinträchtigen. GROHE EcoJoy™ Technologie findet sich in Einhebelmischern für Wasch- und Spültische genauso wie in Kopf- und Handbrausen, Thermostaten und Spülsystemen für Sanitäreanlagen. Dem Architekten stehen damit nachhaltige Lösungen für alle Zapfstellen zur Verfügung, die Betriebskosten reduzieren und ein sinnliches Wassererlebnis garantieren.

Lifestyles in different cultures are just as wide and varied as the individual needs and wishes of each individual person. From a design perspective, the challenge for architects in the future is to combine the requirements of the clients with the increasing need for intelligent use of water and energy resources in sustainable building concepts.

GROHE EcoJoy™ combines a variety of environmentally friendly products that reduce water consumption in the bathroom and the kitchen thanks to integrated water-saving technology, without compromising the perfect flow of water. GROHE EcoJoy™ technology can be found in single-lever mixers for basins, as well as in shower heads and hand-held showers, thermostats and flushing systems for sanitary facilities. Architects therefore have sustainable solutions at their disposal for all faucet connections, which reduce operating costs and guarantee a sensual water experience.

ABU DHABI, UAE MASDAR CITY

1/



Gerard Evenden

Fertigstellung des Masdar Institute /
Date of completion of Masdar Institute
2010

Adresse / Address
Masdar, Abu Dhabi, UAE, Middle East, Asia
Vereinigte Arabische Emirate / United Arab Emirates

Bauherr / Client
Masdar

Brutto-Grundfläche / Gross external area
6 000 000 m²

Architekt / Architect
Foster + Partners
London
Großbritannien / Great Britain

2/





- 1/ Im Überblick zeigt sich die räumliche Ausdehnung des engagierten Großprojektes.
An outline of the spatial expansion of the large project.
- 2/ Seit Februar 2008 entsteht in der Nähe von Abu Dhabi die erste Ökostadt der Welt.
The first eco city in the world near Abu Dhabi has been under development since February 2008.
- 3/ Regionale Architektureinflüsse bestimmen das Design.
Regional architectural influences determine the design.
- 4/ Strom wird mit Wind- und Photovoltaikanlagen erzeugt.
Electricity is generated by wind and photovoltaic installations.

3/

Auf einer Fläche von sechs Quadratkilometern ist Masdar City, die auf der Bauweise traditioneller arabischer Siedlungen aufbaut, ein Experimentierfeld für nachhaltige Technologien, um eine Wüstenstadt zu schaffen, die CO₂-neutral und nahezu abfallfrei ist. Als erstes Gebäude wird das Masdar Institute fertig sein, das von selbst erzeugten erneuerbaren Energien gespeist wird. Alle Bauvorhaben im Rahmen des Masterplans unterliegen strengen Vorschriften und Ökobilanzen in Bezug auf ihren Energieverbrauch und Ressourceneinsatz.

Für GROHE ist Nachhaltigkeit fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Deshalb unterstützt GROHE als offizieller Partner Masdar City im nachhaltigen Umgang mit der Ressource Wasser. Alle GROHE Produkte, die zum Einsatz kommen, werden in Bezug auf Herstellung und sparsames Verbraucherverhalten einer genauen Prüfung unterzogen.

On a six square kilometre plot, Masdar City explores sustainable technologies and the planning principals of traditional Arab settlements to create a desert community that aims to be carbon neutral and almost zero waste. The Masdar Institute is the first building to be completed and is powered by on-site renewable energy. Strict regulations and eco-balances for the use of energy and resources apply to all building projects within the masterplan.

For GROHE, sustainability is an integral part of the corporate culture. As an official Masdar City partner, GROHE is therefore providing its support in relation to the sustainable use of water. All the GROHE products used are subject to scrutiny in terms of their fabrication and economical consumption properties.



4/

BERLIN ATRION AM LIETZENSEE



Gregor Fuchshuber

Architekt / Architect
Gregor Fuchshuber & Partner,
Free Architects
Leipzig, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2007

Adresse / Address
Witzlebenplatz 1-2 / Witzlebenstraße 4-7
14057 Berlin, Deutschland / Germany

Bauherr / Client
RVB Witzlebenstraße
GmbH & Co. KG, Berlin
Deutschland / Germany

Nutzfläche / Floor space
ca. / approx. 10 500 m²

Wohneinheiten / Flats
96



Das denkmalgeschützte, ehemalige Gebäude des Kammergerichtes wurde in ein in sich geschlossenes, hochwertiges Wohnquartier umfunktioniert. Das architektonische Konzept wird von der Gebäude- und Tragstruktur sowie von der überaus reichen Ausstattung der ehemals repräsentativen Nutzung bestimmt. Dabei gelang es im wirtschaftlich-technischen Spannungsfeld, den individuellen Charme des Gebäudes herauszuarbeiten, zugänglich und nutzbar zu machen.

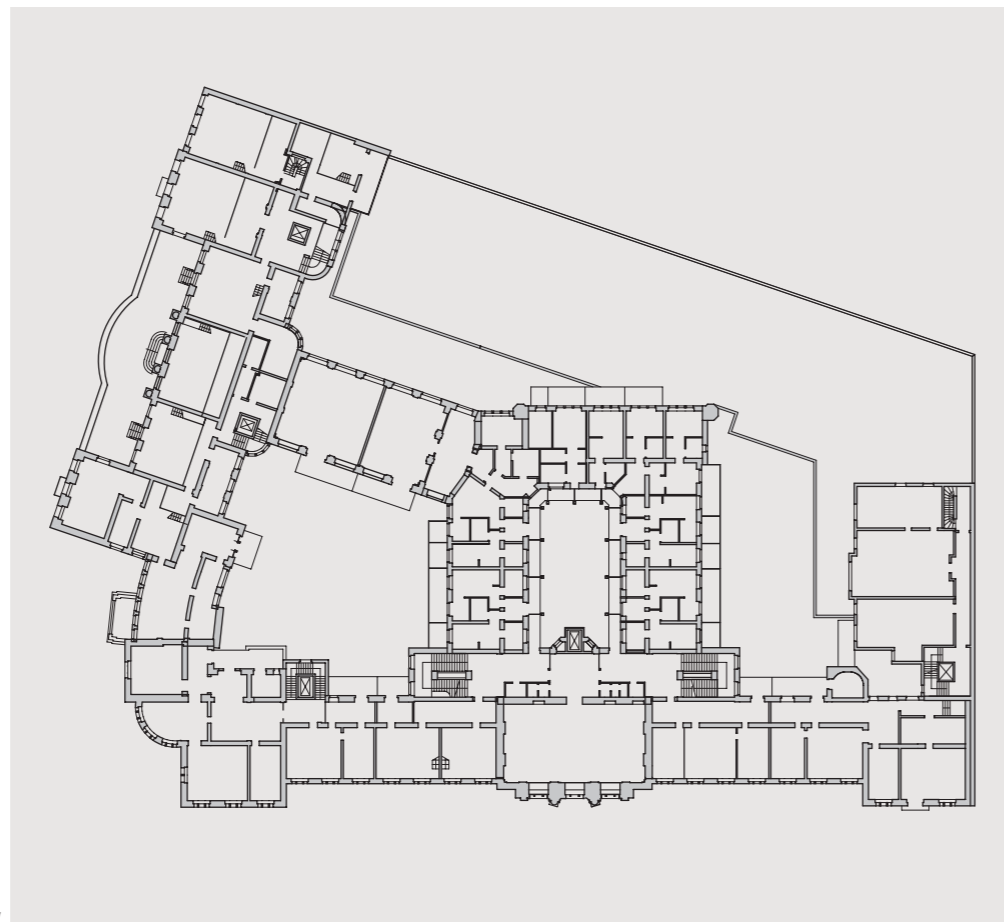
Der Wunsch nach Entspannung und Erholung von Stressbelastungen wurde mit natürlich belüfteten Tageslicht-Bädern verwirklicht. Die Ausstattung ist mit weißer Sanitärkeramik, weißen Wandfliesen und schieferartigem Feinsteinzeug auf dem Boden zurückhaltend gewählt. Weiße GROHE Skate Air Betätigungsplatten an den GROHE Rapid SL WC-Elementen greifen das edle Gestaltungsmuster auf. Die geradlinige, zeitlose GROHE Essence Armatur unterstützt die klare Linie. Auch die GROHE Tempesta Handbrausen sorgen für leichte Handhabung und fügen sich nahtlos in das Gesamtbild ein.

The listed former Supreme Court building has been converted into self-contained high-end residential complex. The architectural design is defined by the building layout and its load-bearing structure, as well as the opulent fittings of the building, which reflect its former prestigious function. The success of the project lies in bringing out the unique charm of the building, making the building accessible and usable, despite the technical and financial constraints.

Naturally ventilated bathrooms flooded with natural daylight allow the residents to relax and recover from the stresses of daily life. White sanitary ware, white wall tiles and slate-like stoneware floors provide an understated décor. White GROHE Skate Air wall plates on the GROHE Rapid SL WC units feature the same stylish design. The straight lines of the timeless GROHE Essence faucet enhance the clean lines. GROHE Tempesta hand-held showers are also easy to use and blend in perfectly with the overall design.

3/

- 1/ Loftähnlicher Ausbau ehemaliger Repräsentationsräume.
Loft-style conversion of the former assembly rooms.
- 2/ Die Anordnung der Gebäudeflügel bildet ruhige Innenhöfe.
The wings of the building form tranquil inner courtyards.
- 3/ Fassade des ehemaligen Kammergerichtes.
Façade of the former Supreme Court.
- 4/ Grundriss.
Floor plan.
- 5/ Klassisch und zurückhaltend ausgestattete Bäder mit der GROHE Essence Waschtischarmatur.
Classic and modestly furnished bathrooms with GROHE Essence basin faucets.
- 6/ Individualität durch ursprüngliche Ausstattungselemente.
Individuality from original fittings.



4/

5/



6/



LOS ANGELES SOHO SQUARE

1/



Die Architektur des Wohnkomplexes vereint modernes, stromlinienförmiges Design mit wenigen industriellen Einflüssen. Das Gebäude windet sich wie eine Schlange um drei lichte Innenhöfe und verkörpert in seiner Offenheit den „Indoor-Outdoor“ Lebensstil von Los Angeles. Unter Verwendung organischer und recycelbarer Materialien sowie ökologischer Bautechniken sind kompakte, nachhaltige Wohneinheiten mit zeitgemäßem Komfort entstanden.

In den Bädern sorgen elegante GROHE Allure Armaturen mit GROHE SilkMove® Technologie, hochwertige GROHE Essence Duscharmaturen und ergonomisch geformte Relaxa Duschköpfe mit komfortabler Handhabung und perfektem Wasserfluss für ein natürliches Wassererlebnis der besonderen Art. Wie bei den eingesetzten GROHE Minta Küchenarmaturen reduziert innovative Wassersparttechnologie den Verbrauch der wertvollen Ressource Wasser.

The architecture of this flat complex combines modern, streamlined design with very few industrial factors. The building coils like a snake around three bright inner courtyards and embodies the “indoor/outdoor” lifestyle in Los Angeles with its openness. The use of organic and recyclable materials as well as ecological construction techniques has created compact, sustainable flats with modern comfort levels.

The bathrooms have elegant GROHE Allure fittings with GROHE SilkMove® technology, high quality GROHE Essence shower fittings and ergonomically shaped, comfortable to handle GROHE Relaxa shower heads and a perfect flow of water for a particular type of natural enjoyment of water. As is also the case for the GROHE Minta kitchen fittings installed, innovative water saving technology reduces the consumption of valuable water resources.

2/



- 1/ **Die Küchenzeile mit GROHE Minta Spültischbatterie.**
The kitchenette with a GROHE Minta kitchen sink mixer faucet.
- 2/ **Helle und offene Räume prägen die Wohneinheiten.**
The flats have light and open rooms.
- 3/ **Der Eingangsbereich der Anlage.**
The entrance to the complex.
- 4/ **Der Grundriss zeigt die gewundene Anordnung der Wohnungen.**
The floor plans show the spiral arrangement of the flats.

3/



Architekt / Architect
Warren Techtent Architecture
Los Angeles
Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
1700 Sawtelle, Los Angeles, CA 90025
Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Bauherr / Client
Pete Wilson

Bauvolumen / Project size
10 473 m²

4/



KAOHSIUNG CITY SUPREME BODHI



Architekt / Architect
WU WU YI, Yuan Ken
Building Workshop
Tainan City, Taiwan

Planer / Developer
Long Da Construction &
Development Corporation

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
No. 9, Aly. 13, Ln. 2, Yixin 2nd Rd.
Qianzhen Dist.
806 Kaohsiung City, Taiwan

Das Architekturkonzept entwirft die Idee, Wohnraum für ein harmonisches Familienleben zu schaffen. Licht, Wind und das umgebende Grün stehen dabei im Einklang mit den elf Wohneinheiten. Die einfachen Schlüsselemente bei der Umsetzung des Konzeptes waren: natürliches Licht in jedem Zimmer und einfache Frischluftzufuhr für jede Wohnung. Im Ergebnis verströmt der Gebäudekomplex eine natürliche Harmonie im Verhältnis zu seiner Umgebung und den Elementen.

Die klaren Linien und das puristische Design der eleganten und kosmopolitischen GROHE Essence, GROHE Minta und GROHE Concetto Armaturen sowie die innovativen GROHE Rainshower® Produkte fügen sich ideal in die Formensprache der modern eingerichteten Bäder und Küchen ein. Nachhaltigkeit im Umgang mit dem Element und perfekte Technik sorgen für harmonisches und sinnliches Erleben von Wasser in allen Wohnbereichen.

The idea behind the architectural design is to create a living space conducive to harmonious family life. Light, wind and the green surroundings are in harmony with the eleven residential units. The simple key to implementing the concept was to achieve natural light in every room and simple fresh air ventilation for every apartment. As a result, a natural harmony exudes from the building complex in relation to its surroundings and the elements.

The clean lines and the simple design of the elegant and cosmopolitan GROHE Essence, GROHE Minta and GROHE Concetto mixers, as well as the innovative GROHE Rainshower® products, blend in seamlessly with the design of the modern fittings in the bathrooms and kitchens. Sustainability in the use of resources and perfect technology guarantee a harmonious and sensual water experience in all living spaces.

1/ Tiefe und schmale Innenhöfe versorgen die Wohnräume mit Tageslicht.

Deep and narrow inner courtyards ensure the living spaces are flooded with natural daylight.

2/ GROHE Minta Küchenarmaturen passen in Form und Funktion ideal in die moderne Kücheneinrichtung.

GROHE Minta kitchen faucets blend in perfectly in both design and function with the modern kitchen fittings.

3/ GROHE Essence sorgt für ein harmonisches und sinnliches Wassererlebnis.

GROHE Essence guarantees a harmonious and sensual water experience.

4/ Ein kleiner Park direkt neben dem Gebäudekomplex gehört mit zum Wohnkonzept.

A small park directly next to the building complex is also part of the living concept.

MÜNCHEN / MUNICH LENBACH GÄRTEN

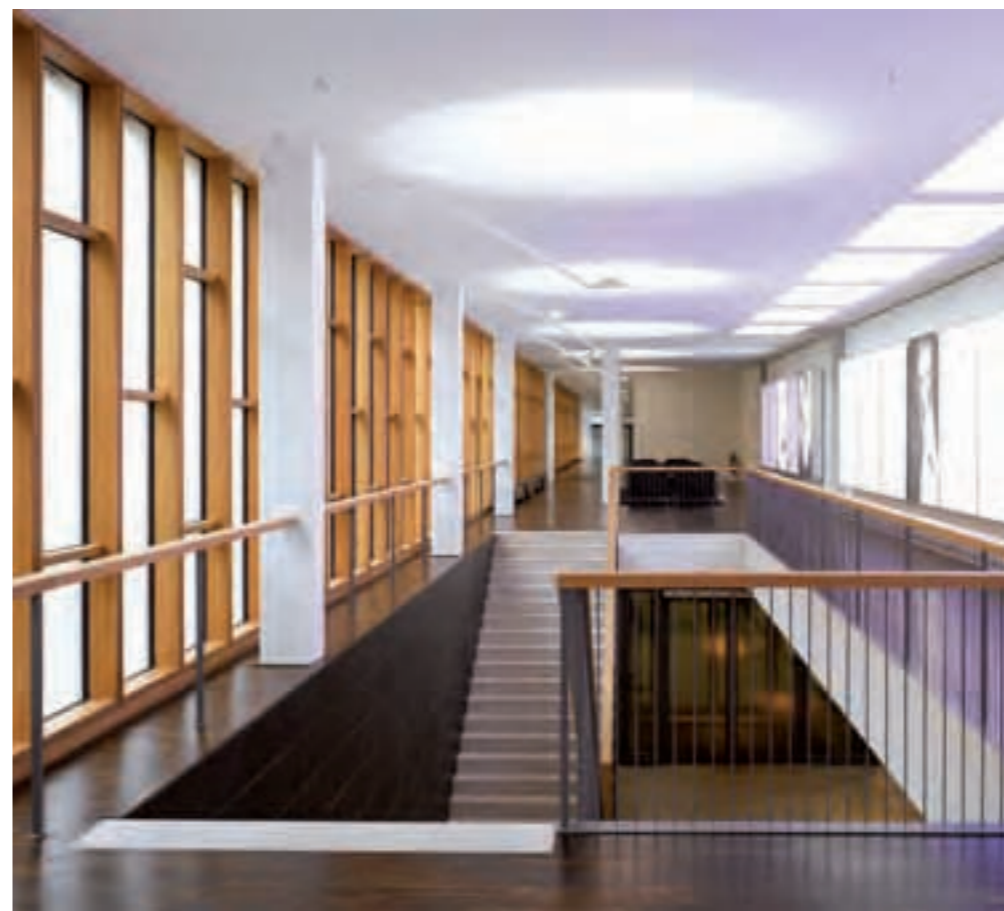
Der Gebäudekomplex mit Gewerbeflächen und Luxuswohnungen schlägt eine Brücke zwischen Bestandswahrung und modernen Wohnkonzepten. Loft-Wohnungen richten sich an eine designorientierte Klientel mit modernen, kosmopolitischen Wohnvorstellungen. Haus-in-Haus-Wohnungen bieten Stadthaus-Flair innerhalb des großen Gebäudekomplexes und in manchen der bis zu 100 Quadratmetern großen Flat-Wohnungen sind nur zwei Zimmer untergebracht.

Das exklusive Badkonzept der Lenbach Gärten wird mit der sehr hochwertigen und stilvollen GROHE Allure Armaturenlinie sowie dem innovativen GROHE Rainshower® Brausenprogramm vervollständigt. Höchste Präzision und Ästhetik garantieren den nachhaltigen Genuss der Ressource Wasser.

The building complex with commercial premises and luxury flats bridges the gap between renovation and ultra-modern features. The loft flats are aimed at design-conscious clients with modern, cosmopolitan lifestyles. The home-within-a-home style of living offers townhouse flair within the large building complex while some of the 100 square metre flats consist of just two rooms.

The exclusive bathroom design at Lenbach Gärten is completed by the high-quality and stylish range of GROHE Allure mixers, as well as the innovative range of GROHE Rainshower® showers. The highest level of precision and design ensures that water can be enjoyed in a sustainable manner.

- 1/ **Ansichtszeichnung der Gebäudefront in der Meiserstraße.**
Section drawing of the building front in Meiserstraße.
- 2/ **Moderne Gestaltungselemente beleben die bestehende Bausubstanz.**
Modern design features breathe life into the existing buildings.
- 3/ **Großzügiger Eingangsbereich mit hochwertigen Materialien.**
Generous entrance area with high-quality materials.
- 4/ **GROHE Allure Armaturen prägen die stilvolle Badeinrichtung.**
GROHE Allure faucets characterise the stylish bathroom design.



2/



4/



3/



Martin Klein



Johann Spengler

Architekt / Architect
Steidle Architekten
München / Munich
Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2008

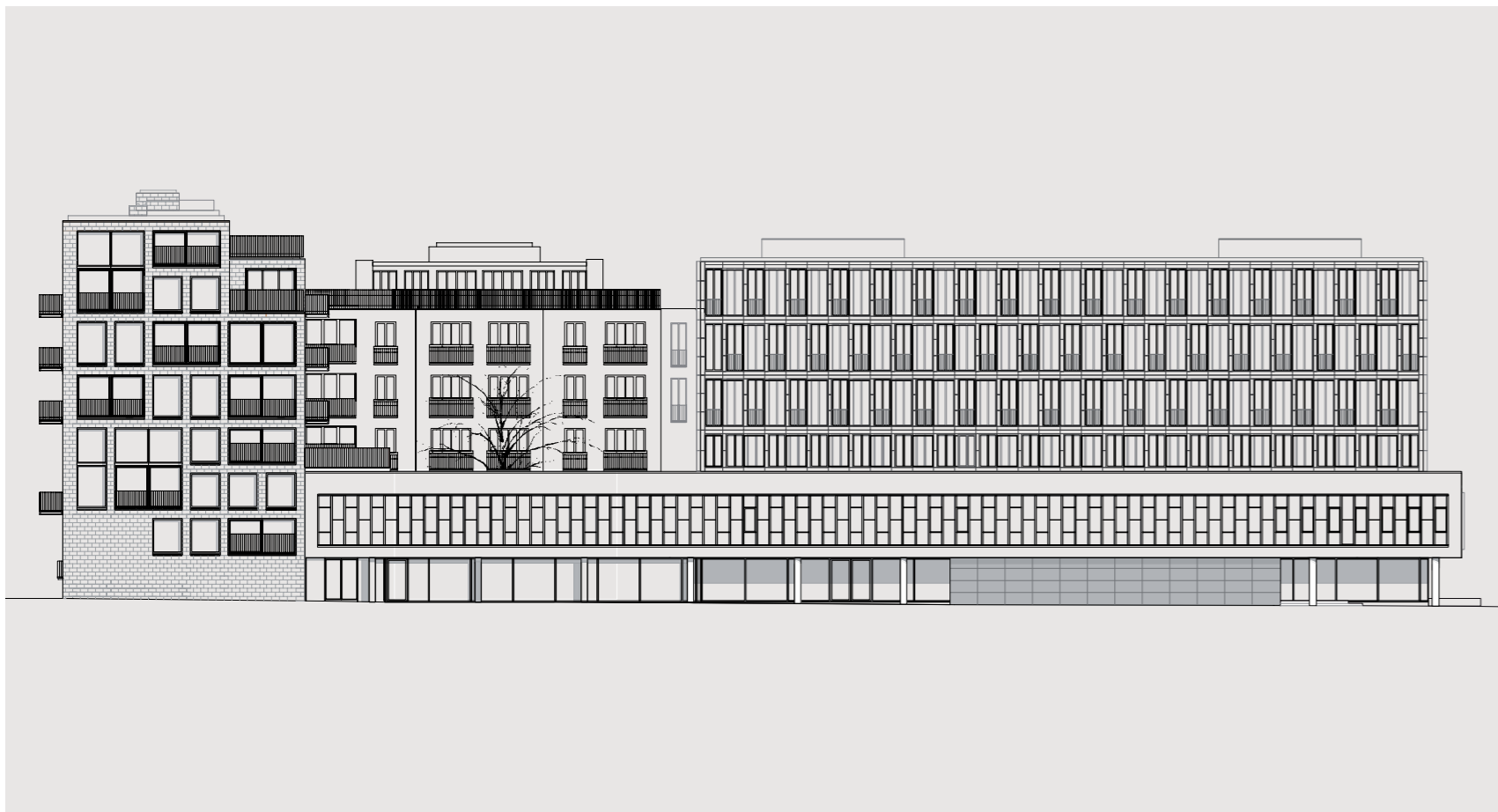
Adresse / Address
Sophien-Meiser-Karlstraße
80333 München / Munich
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Frankonia Eurobau

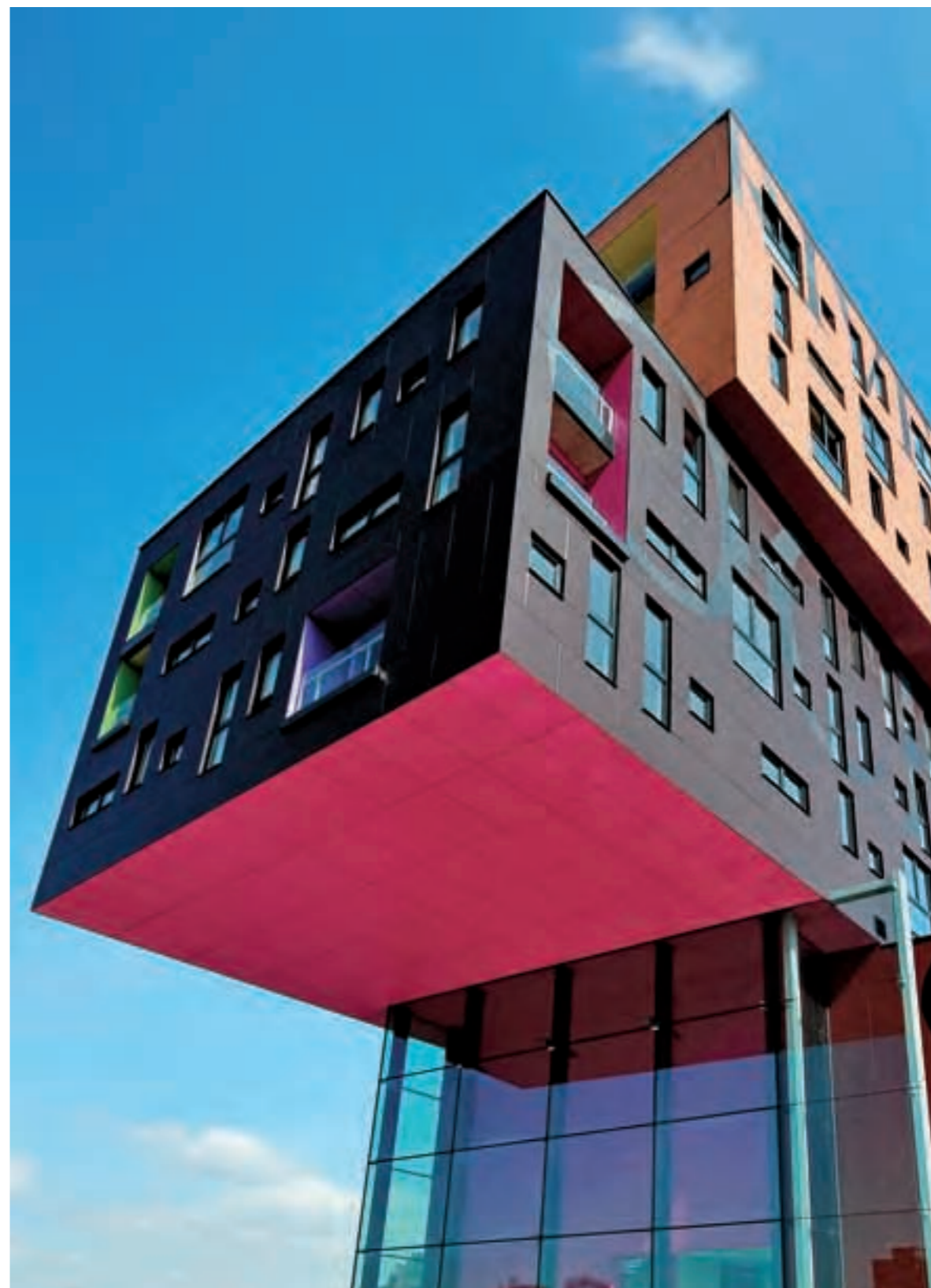
Wohnräume / Living space
11 000 m²

Bürräume / Office space
7 800 m²

1/



MANCHESTER CHIPS



Büro von Alsop Sparch /
Alsop Sparch's Office

Architekt / Architect
Alsop Sparch
London, Großbritannien / Great Britain

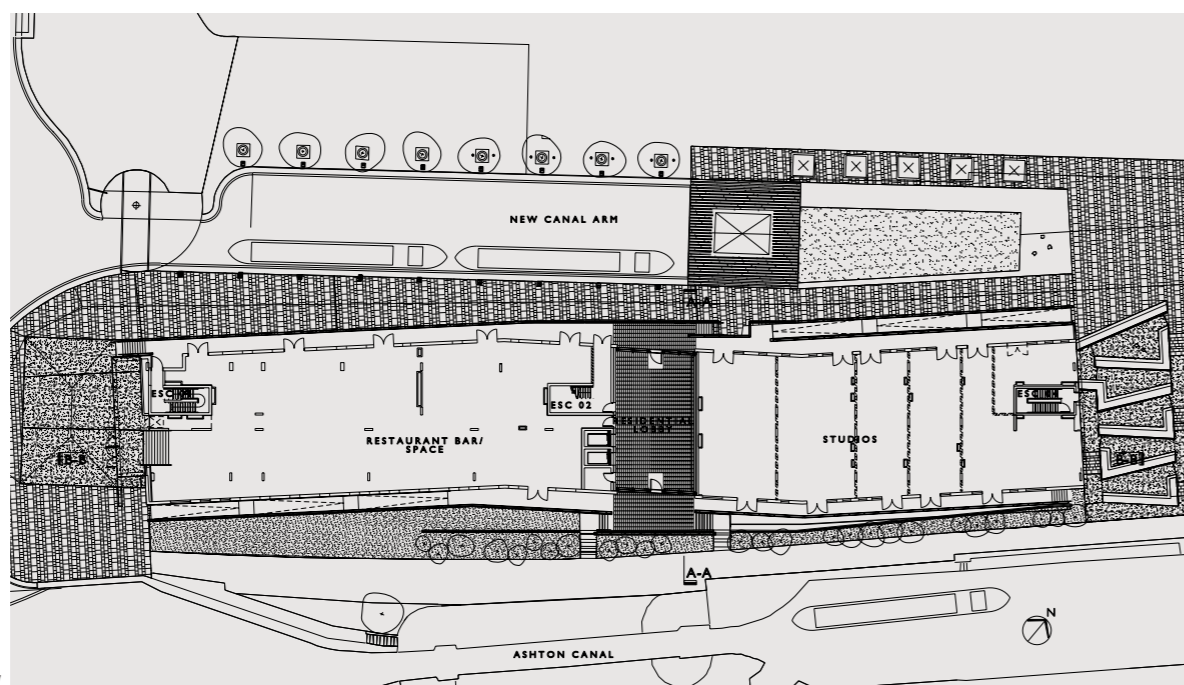
Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
2 Lampwick Lane, New Islington,
Manchester M4 6BU,
Großbritannien / Great Britain

Bauherr / Client
Urban Splash Build Ltd

Bauvolumen / Project size
16 200 m²

1/



2/

Das farbige Gebäude mit seiner modischen Streifenfassade definiert die Qualität des Wohnens durch Kombination von herausragendem Design und technologischer Innovation. Es setzt ökologische Standards für alle weiteren Neubauten im Sanierungsgebiet New Islington. Eine Schottenbauweise in Ortbeton sowie vorgefertigte Elemente des Innenausbaus, wie z. B. die Bäder, sorgen für eine flexible und kostengünstige Konstruktion.

GROHE Rapid SL WC Systeme mit GROHE Skate Air Betätigung, Grohtherm 1000 Thermostate mit GROHE Tempesta Duschköpfen und GROHE Essence Waschtischarmaturen garantieren mit innovativer Technik im Bad die geforderte Nachhaltigkeit im Umgang mit der Ressource Wasser.

The coloured building with its stylish striped façade defines the quality of the lifestyle by combining outstanding design with technological innovation. It sets ecological standards for all other newbuilds in the regeneration area of New Islington. An insitu concrete crosswall construction and ready-made units for the building interior, such as the bathrooms, ensure that the construction is flexible and cost-efficient.

GROHE Rapid SL WC systems with GROHE Skate Air wall plates, Grohtherm 1000 thermostats with GROHE Tempesta shower heads and GROHE Essence basin mixers together with innovative bathroom technology guarantee the required level of sustainability in the use of water.

- 1/ Die Fassade ist mit großflächigen Schriftzügen verziert.
The façade is adorned with large lettering.
- 2/ Die Grundriss des Gebäudekomplexes.
The floor plan of the building complex.
- 3/ Das neunstöckige Gebäude ist 28 Meter breit und 120 Meter lang.
The nine-storey building is 28 metre wide and 120 metre long.

3/

LONDON 10 ROCHESTER ROW

1/



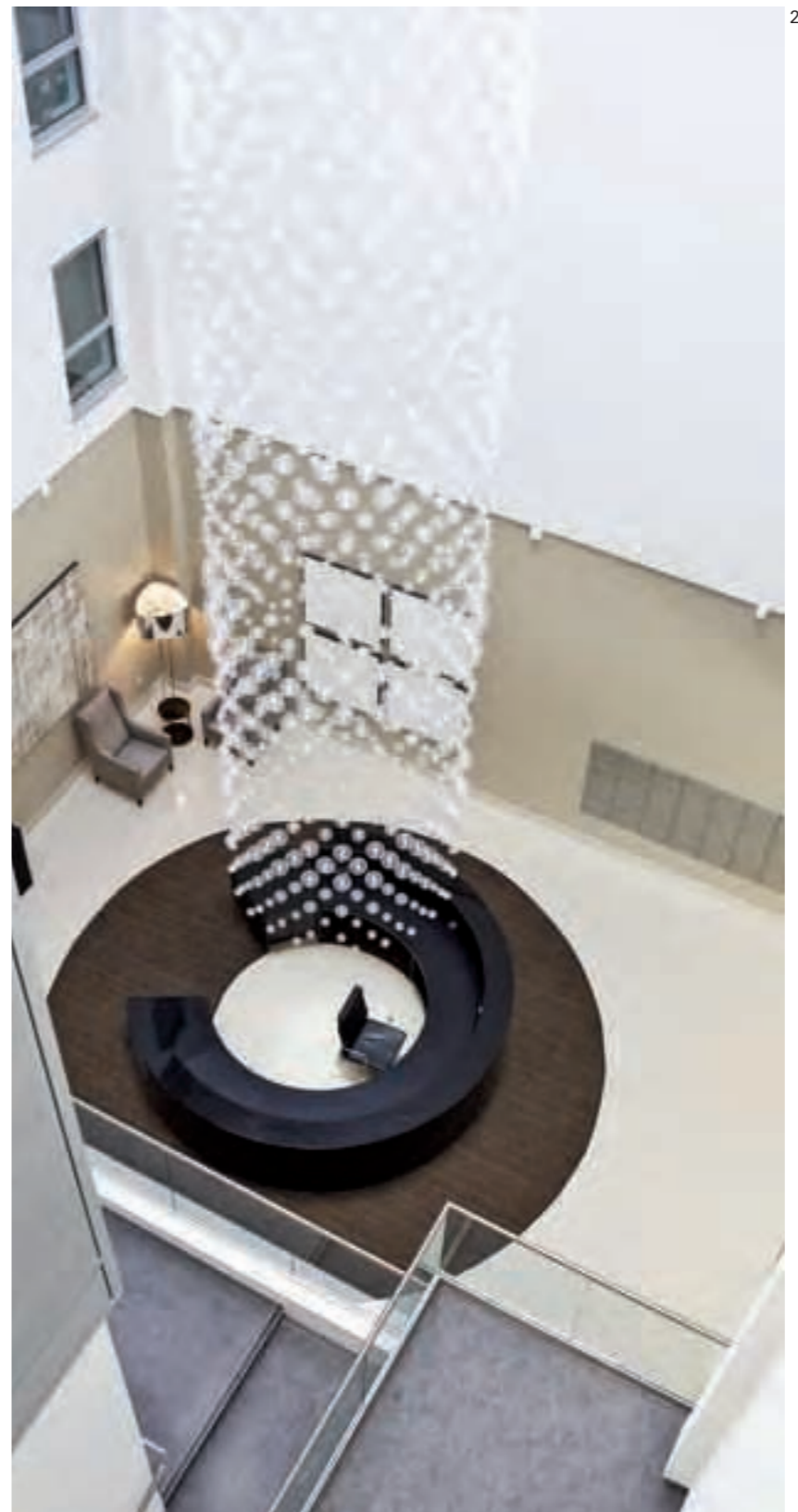
Die Luxus-Apartments und Penthouse-Wohnungen liegen an der Rochester Row in Westminster – einer der feinsten Adressen Londons. Die unverwechselbare Frontfassade wurde von Oliver Marsden gestaltet. Konzentrische Kreise verwandeln die gesamte Fläche in ein einzigartiges Kunstwerk. Im Zentrum des Gebäudes versorgt ein Atrium den privaten Innenhof mit natürlichem Tageslicht. Die großzügig geschnittenen Wohnungen sind mit voll eingerichteten Designer-Küchen und Bädern ausgerüstet.

GROHE Allure Badarmaturen mit komfortabler GROHE SilkMove® Technologie, GROHE Talentofill Wannengarnituren sowie GROHE Rainshower® Duschsysteme und GROHE Tempesta Kopfbrausen sorgen für stilvolles Design und perfekten Wassergenuss in den luxuriösen Bädern.

The luxury flats and penthouse suites are located in Rochester Row in Westminster – one of the most sought-after addresses in London. The distinctive front façade was designed by Oliver Marsden. Concentric circles transform the entire area into a unique work of art. In the centre of the building, an atrium supplies the private courtyard with natural daylight. The generously-sized flats are equipped with fully fitted designer kitchens and bathrooms.

GROHE Allure bath faucets with smooth GROHE SilkMove® technology, GROHE Talentofill bath fittings, as well as GROHE Rainshower® shower systems and GROHE Tempesta shower heads guarantee a stylish design and perfect water enjoyment in the luxurious bathrooms.

- 1/ **Außenansicht des Wohnkomplexes.**
External view of the residential building.
- 2/ **Das Atrium als privater Platz für alle Bewohner.**
The atrium as a private space for all residents.
- 3/ **Waschtisch mit GROHE Allure Armatur im komfortablen Bad.**
Wash basin with GROHE Allure faucets in the high-quality bathroom.
- 4/ **Grundriss eines Apartments.**
Floor plan of a flat.



2/



3/



4/



John Assael

Architekt / Architect
Assael Architecture
London
Großbritannien / Great Britain

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Rochester Row No. 10
Westminster, London, SW1P 1BS
Großbritannien / Great Britain

Bauherr / Client
Barratt Homes

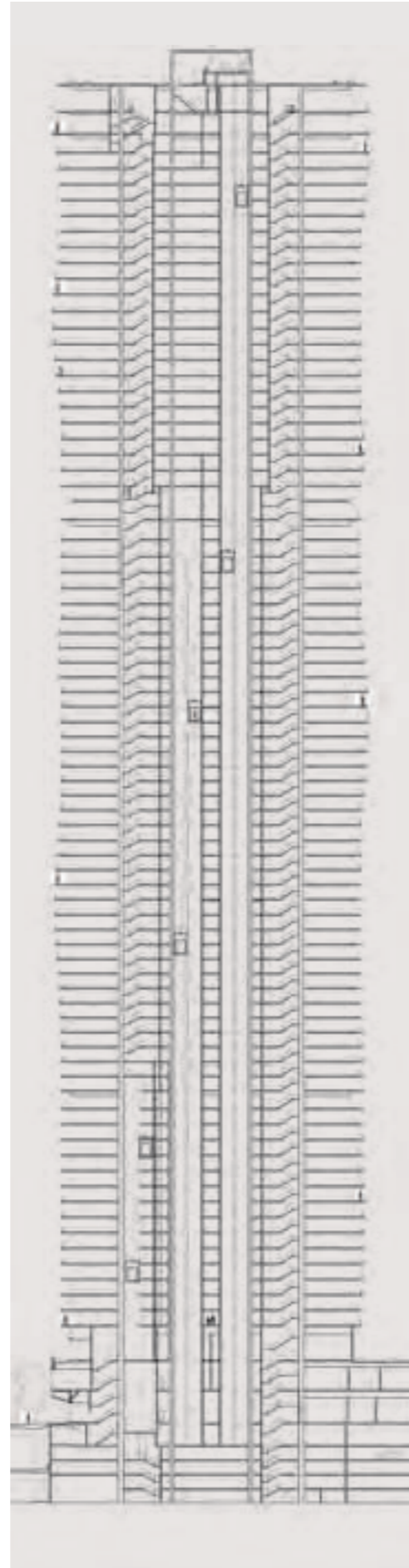
Wohnungsgrößen / Apartment size
193–946 m²

CHICAGO AQUA TOWER

1/



2/



3/



Das komplett in Stahlbetonweise errichtete Wohnhochhaus wurde 2009 für seine besondere Ästhetik und ökologischen Aspekte mit dem „Emporis Skyscraper Award“ ausgezeichnet. Jede der 82 Etagen hat eine eigene auskragende, wellenförmige Balkonplatte, die sich in dynamischen Schwüngen um das Gebäude legt. Im Gesamtbild erhält die Fassade dadurch den Anschein einer bewegten Wasseroberfläche. Die begehbaren Balkone bieten zusätzlich einen effektiven Sonnenschutz und reduzieren damit den Energieaufwand zur Kühlung des Gebäudes.

Die luxuriösen Apartments sind in einem stilvollen, zeitgemäßen Design mit hochwertigen GROHE Eurodisc Pull-Out Küchenarmaturen, GROHE Eurodisc II Badarmaturen und GROHE Eurodisc II Duschkombinationen perfekt ausgestattet. Die Steigerung des Genußerlebnisses Wasser führt auch dank GROHE Wasserspartekologie in Küche und Bad zu einem deutlich reduzierten Wasserverbrauch.

The high-rise residential building constructed entirely in steel and concrete received the “Emporis Skyscraper Award” in 2009 for its unique design and environmentally friendly features. Each of the 82 floors has its own projecting, wave-shaped balcony, which sweeps dynamically around the building. The overall design of the façade therefore takes on the appearance of the rippled surface of water. The balconies also provide effective solar shading and therefore reduce the energy required to cool the building.

The luxurious flats are furnished in a stylish, contemporary design with high-quality GROHE Eurodisc pull-out kitchen faucets, GROHE Eurodisc II bath mixers and GROHE Eurodisc II shower combinations. Thanks to GROHE water saving technology in the kitchen and bathroom, the enhancement of the water enjoyment experience also results in significantly reduced water consumption.



Jeanne Gang

Architekt / Architect
Studio Gang Architects
Chicago, Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Verantwortlicher Architekt /
Architect of record
Lowenberg & Associates, Inc.

Fertigstellung / Date of completion
2009–2010

Adresse / Address
225 North Columbus Drive
Chicago, IL 60601
Vereinigte Staaten von Amerika /
United States of America

Bauherr / Client
Magellan Development Group
NNP Residential LLC

- 1/ **Die fließenden Auskragungen verleihen dem Gebäude eine frische Ästhetik.**
The flowing projections lend the building a fresh look.
- 2/ **Der Aqua Tower im Längsschnitt.**
Longitudinal section detail of the Aqua Tower.
- 3/ **Die begehbaren Balkone ermöglichen ein intensives Außenraumerlebnis.**
The balconies provide an intense outdoor experience.

DÜSSELDORF / DUSSELDORF BEMA WOHNEN AM ZOO PARK

Das Gebäudeensemble besteht aus einem Riegel und einem Winkelbaukörper mit einem zurückgesetzten Staffelgeschoss. In Bauweise und Materialität erfüllt es die Anforderung an „Green Buildings“.

Ausgefeilte Wasserspartechologie in Gestalt von GROHE Essence Einhebelmischern und Grohtherm 1000 Cosmopolitan Thermostaten sorgt für Ressourceneffizienz im Bad.

The building ensemble consists of a long block and corner structure, as well as a penthouse storey set back. It satisfies "Green Building" requirements in terms of the construction and materials used.

Advanced water saving technology in the form of GROHE Essence single-lever mixers and Grohtherm 1000 Cosmopolitan thermostats guarantees resource efficiency in the bathroom.

1/ Mit den fünf Obergeschossen fügt sich der Wohnkomplex maßstäblich in das gewachsene Zooviertel ein.

The five upper storeys of the residential complex blend in proportionately with the developed area around the zoo.

2/ Die wegweisende Ästhetik der GROHE Rainshower® Next Generation Handbrausen realisieren eine neue Dimension des Duschens.

The pioneering design of GROHE Rainshower® Next Generation hand-held showers creates a new dimension in showering.

3/ Die GROHE Essence Waschtischarmatur mit GROHE EcoJoy™ Technologie reduziert den Wasserverbrauch im Bad.

The GROHE Essence basin faucet with GROHE EcoJoy™ technology reduces water consumption in the bathroom.



2/

Architekt / Architect
HPP Architekten
Düsseldorf / Dusseldorf
Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Graf-Recke-Straße 84-92
40547 Düsseldorf / Dusseldorf
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
BEMA Rheinland Projekte GmbH

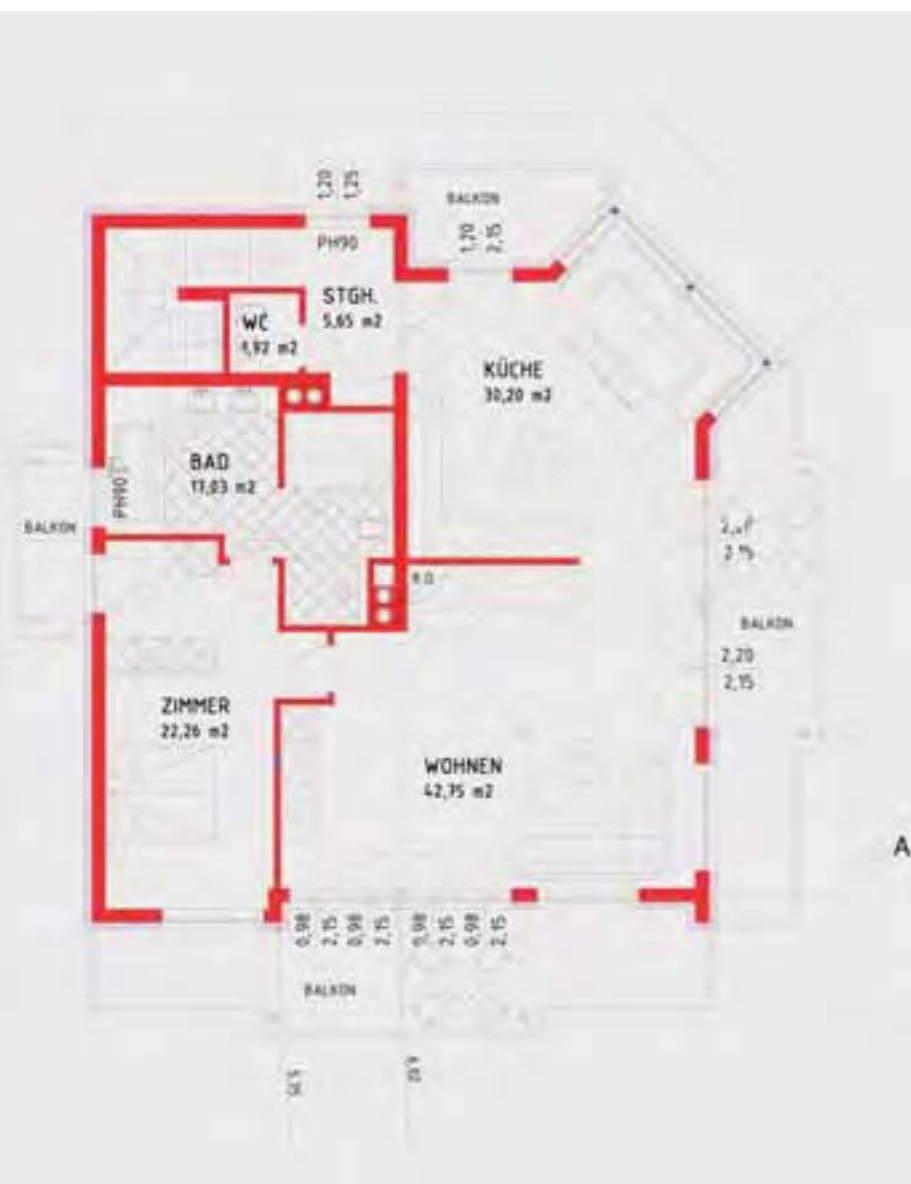
Bauvolumen / Project size
19 183 m²



3/

REITH BEI KITZBÜHEL KITZBÜHELER STRASSE

REITH BEI KITZBÜHEL MITTERFELD



Architekt / Architect
Dipl.-Ing. Udo Hensgen
Gesellschaft für Immobilien mbH
Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany

Planungsbeteiligte / Design participants
PRAMA BAU GmbH
Rosenweg 2a, 6391 Fieberbrunn, Österreich / Austria

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Mitterfeld 33, 6370 Reith bei Kitzbühel, Österreich / Austria

Bauherr / Client
Dipl.-Ing. Udo Hensgen
Gesellschaft für Immobilien mbH

Bauvolumen / Project size
430 m²



1/ Granite aus den Kitzbüheler Alpen für die Bodenbeläge in den Bädern und Sanitärräumen und das aus Abbruchholz alter Bauernhäuser aufgearbeitete Altholz sind Beispiele für den nachhaltigen Einsatz regionaler Baumaterialien in diesem Wohnhaus. Hochwertige GROHE Allure Waschtisch-, Wannen- und Duscharmaturen sowie GROHE Rainshower® Kopfbrausen veredeln hier das Badinterieur.

Granite from the Kitzbühel Alps for the flooring in the bathrooms and reconditioned mature timber from the demolition wood of old farmhouses are examples of the sustainable use of regional building materials in this home. High quality GROHE Allure basin, bath and shower fittings, as well as GROHE Rainshower® shower heads, finish off the bathroom interior.

1/ Der Grundriss einer Wohneinheit in dem Mehrfamilienhaus.
The floor plan of a residential unit in the flat building.

2/ Die Gebäudeansicht wird von einem großen, ausladenden Dachstuhl dominiert.
The appearance of the building is dominated by a large, projecting roof structure.

3/ Wannen- und Waschtischarmaturen der Linie GROHE Allure sorgen für ein genussvolles Wassererlebnis im Bad.
Bath and basin faucets from the GROHE Allure range guarantee an enjoyable water experience in the bathroom.

Architekt / Architect
Dipl.-Ing. Udo Hensgen
Gesellschaft für Immobilien mbH
Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany

Planungsbeteiligte / Design participants
PRAMA BAU GmbH
Rosenweg 2a, 6391 Fieberbrunn, Österreich / Austria

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Kitzbüheler Straße 12, 6370 Reith bei Kitzbühel
Österreich / Austria

Bauherr / Client
Dipl.-Ing. Udo Hensgen
Gesellschaft für Immobilien mbH

Bauvolumen / Project size
375 m²

1/ Material und Stil des Wohnhauses wurden der umstehenden alten alpenländischen Bebauung angepasst. Die Innenausstattung kombiniert geschickt klassische Materialien mit neuzeitlicher Technologie. In den modernen Bädern harmonisieren GROHE Allure Waschtisch-, Wannen- und Brausearmaturen mit bruchrauem Granit und GROHE Rainshower® Kopfbrausen garantieren einen besonders sinnlichen Duschgenuss.

The materials and style of the home have been adapted to blend in with the surrounding old alpine buildings. The interior décor stylishly combines classic materials with contemporary technology. In the modern bathrooms, GROHE Allure basin, bath and shower fittings blend perfectly with natural cleft granite and GROHE Rainshower® shower heads to guarantee a particularly sensual shower experience.

1/ Der Dachstuhl wurde in Tiroler Zimmermannskunst mit Altholz erstellt.
The roof structure has been designed in the Tyrolean style using mature timber.

2/ Ein offener Kamin und die rustikale Holzdecke bestimmen das Ambiente im Wohnraum des Dachgeschosses.
An open fireplace set the mood in the attic living room.

3/ Das Erdgeschoss des Wohnhauses im Grundriss.
Floor plan of the ground floor of the home.



BERLIN DIPLOMATEN PARK



LONDON NEW MALDEN

2/



Für die im Royal Borough of Kingston upon Thames, einem Vorstadtbezirk Londons, gelegene Luxusunterkunft mit sieben Schlafzimmern kamen nur die edelsten Oberflächen in Frage.

Das exklusive Wohnhaus verfügt über ein nach farbtherapeutischen Gesichtspunkten gestaltetes Schwimmbad, ein Heimkino mit echten Kinositzen und einen Küchen- und Essbereich der Spitzenklasse oberhalb des Pools. Die perfekte Wahl für das Hauptschlafzimmer mit integriertem Bad war ein Doppelwaschtisch mit Armaturen vom Typ GROHE Ondus® Digital. Auch die freistehende Wannenarmatur ist mit Bedienelementen der Reihe GROHE Ondus® Digital versehen. Das Prunkstück der darauf abgestimmten Dusche ist die digitale Aquafountain.

Located in the Royal Borough of Kingston upon Thames in suburban London this luxury seven bedroom development demanded high end finishes throughout.

This exclusive home boasts a chromotherapy swimming pool, a home cinema complete with authentic cinema seats and a top of the range kitchen and entertainment area suspended above the swimming pool. The perfect choice for the master en suite bathroom was his and hers basins complete with GROHE Ondus® Digital faucets. The freestanding bath faucet has GROHE Ondus® Digital controls while the Digital Aqua fountain takes centre stage in the matching shower.

Die zum Luxuswohnviertel gehörenden zehn Stadthäuser schlagen eine Brücke zwischen kosmopolitischem Flair und ländlichem Idyll. Die lichtdurchfluteten Wohnungen verströmen mit ihren exklusiven Ausstattungselementen und außergewöhnlichen Grundrissen Individualität und Eleganz. Parkettböden und hochwertige Küchen mit Granitarbeitsplatten unterstreichen das gehobene Ambiente der Räume.

Passend zum reduzierten Design der Bäder wird die Armaturenserie GROHE Quadra eingesetzt. Ihre puristische geometrische Formensprache setzt das Wasser perfekt in Szene und sorgt für eine besondere Ästhetik in den Badezimmern. Gleichzeitig überzeugt die Linie durch hohe Funktionalität und Langlebigkeit.

The ten townhouses which belong to the luxury residential area bridge the gap between cosmopolitan flair and country idyll. The apartments are flooded with light and exude an air of individuality and elegance with their exclusive furnishings and unusual floor plans. Parquet floors and high-end kitchens with granite worktops emphasise the upmarket ambience of the rooms.

The GROHE Quadra faucet collection is used to blend in with the minimalist design. Its simple geometric design sets the perfect scene for the water and ensures that the bathrooms have a distinctive look. The range is also the ideal choice due to its high level of functionality and durability.

- 1/ Die ästhetischen GROHE Quadra Armaturen passen perfekt in die luxuriösen Bäder.
The stylish GROHE Quadra faucets blend in perfectly with the luxurious bathrooms.
- 2/ Jede Stadtvilla hat eine individuelle Fassade.
Each townhouse has its own unique façade.

Architekt / Architect
Petra und /and Paul Kahlfeldt,
Philipp Rentschler
Berlin, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Kurfürstendamm 50, 10707 Berlin
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
DV Aquis
Niederlande / Netherlands

1/



- 1/ Klare Formen und farbige Flächen prägen die schnörkellose Ausstattung im Schwimmbad.
Simple shapes and coloured surfaces characterise the understated design of the swimming pool.
- 2/ Die GROHE Ondus® Digital Armatur krönt das minimalistische Design im Bad.
The GROHE Ondus® Digital faucet crowns the minimalist design in the bathroom.

Fertigstellung / Date of completion
2010

Adresse / Address
Coombe Lane West, New Malden
Kingston upon Thames KT3 7DH
London, Großbritannien / Great Britain

Bauherr / Client
Centenary homes

SPORT UND FREIZEIT SPORTS AND LEISURE



Multifunktionale Sportstätten und Freizeitbauten verbinden heute die Wünsche und Ansprüche des Einzelnen nach aktiver Freizeitgestaltung mit einem gemeinschaftlichen Erlebnis. Für Architekten und Planer bieten Stadien, Sporthallen, Spaßbäder und Kinos genug Spielraum für kreative und intelligente Konzepte, die attraktive Räume mit funktionaler und wirtschaftlicher Ausstattung entwerfen.

Die Wasserinstallationen in den oft stark beanspruchten Sanitäranlagen müssen robust, langlebig, wartungsarm, leicht zu reinigen und sparsam im Wasserverbrauch sein. Innovative GROHE Technologie in Gestalt von berührungslos gesteuerten elektronischen Armaturen, wie GROHE Europlus E für Waschtische und infrarotgesteuerten Tectron Bedienplatten mit GROHE Rapid SL Installationssystemen in den Urinalen, eignen sich perfekt für die hygienische, bedarfsgerechte und sparsame Wasserabgabe.

Today, multi-purpose sports and leisure centres combine the needs and requirements of the individual for active leisure activities with a communal experience. Stadia, sports halls, swimming pools and cinemas provide architects and developers with sufficient scope for creative and intelligent concepts that create attractive spaces with functional and economical equipment.

The water installations in the sanitary facilities, which are often subject to heavy use, must be robust, durable, low maintenance, easy to clean and ensure that water consumption is kept to a minimum. Innovative GROHE technology in the form of electronically controlled faucets with touch-free operation, such as GROHE Europlus E for basins and infra-red controlled Tectron wall plates with GROHE Rapid SL installation systems for urinals, is ideally suited to the hygienic, needs-driven and conservative supply of water.

DRESDEN RUDOLF HARBIG STADION / STADIUM

Das kompakte FIFA- und UEFA-gerechte Bauwerk wurde als Einrangstadion mit kurzen Wegen, viel Übersichtlichkeit und Transparenz konzipiert. Prägend ist die gebäudehohe verglaste Fassade an der Lennéstraße, die interessante Reflexionen zwischen dem Stadion und dem urbanen Grün des Großen Gartens hervorbringt. Der „Tribünenkessel“ wird von einem kuppelförmigen Dach gekrönt, das in seiner speziell ausgerundeten Form den nach außen dringenden Lärmpegel reduziert und die stimmungsvolle Atmosphäre im Stadion verstärkt.

In den Spielerkabinen und im VIP-Bereich bieten die GROHE Lineare Waschtischarmaturen mit zuverlässiger Funktionalität und stilvollem Design den perfekten Wasserfluss. In den Duschanlagen stehen Sicherheit und Komfort an erster Stelle. Die selbstschließenden GROHE Eurodisc SE Armaturen liefern auf Knopfdruck Wasser in der voreingestellten Laufzeit. Die Temperatur können die Spieler nach persönlichen Vorlieben selbst einstellen. Selbst bei starken Druckschwankungen, wenn viele Spieler gleichzeitig duschen, hält die GROHE TurboStat® Technologie die Temperatur konstant.

The compact structure was designed to both FIFA and UEFA standards as a single-tier stadium with short walkways and maximum clarity and transparency. The floor-to-ceiling glazed façade on Lennéstraße is distinctive, creating interesting reflections between the stadium and the urbane green of the large garden. The “cauldron” is crowned by a dome-shaped roof. Its specially rounded shape further increases the atmosphere in the stadium whilst reducing the noise level outside.

Stylish, reliable GROHE Lineare basin mixers provide a perfect flow of water in the players' changing rooms and VIP area. In the showers, the primary focus is on safety and comfort. At the touch of a button, the self-closing Eurodisc SE shower mixers deliver water with the preset flow time. The players can set the temperature to suit their own needs. Even with considerable pressure fluctuations when a large number of players are showering at the same time, the GROHE TurboStat® technology keeps the temperature constant.



Martin Beyer

Architekt / Architect
Beyer Architekten
Rostock, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Lennéstraße 12, 01069 Dresden
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
HBM Stadien- und Sportstättenbau GmbH
Düsseldorf, Deutschland / Germany

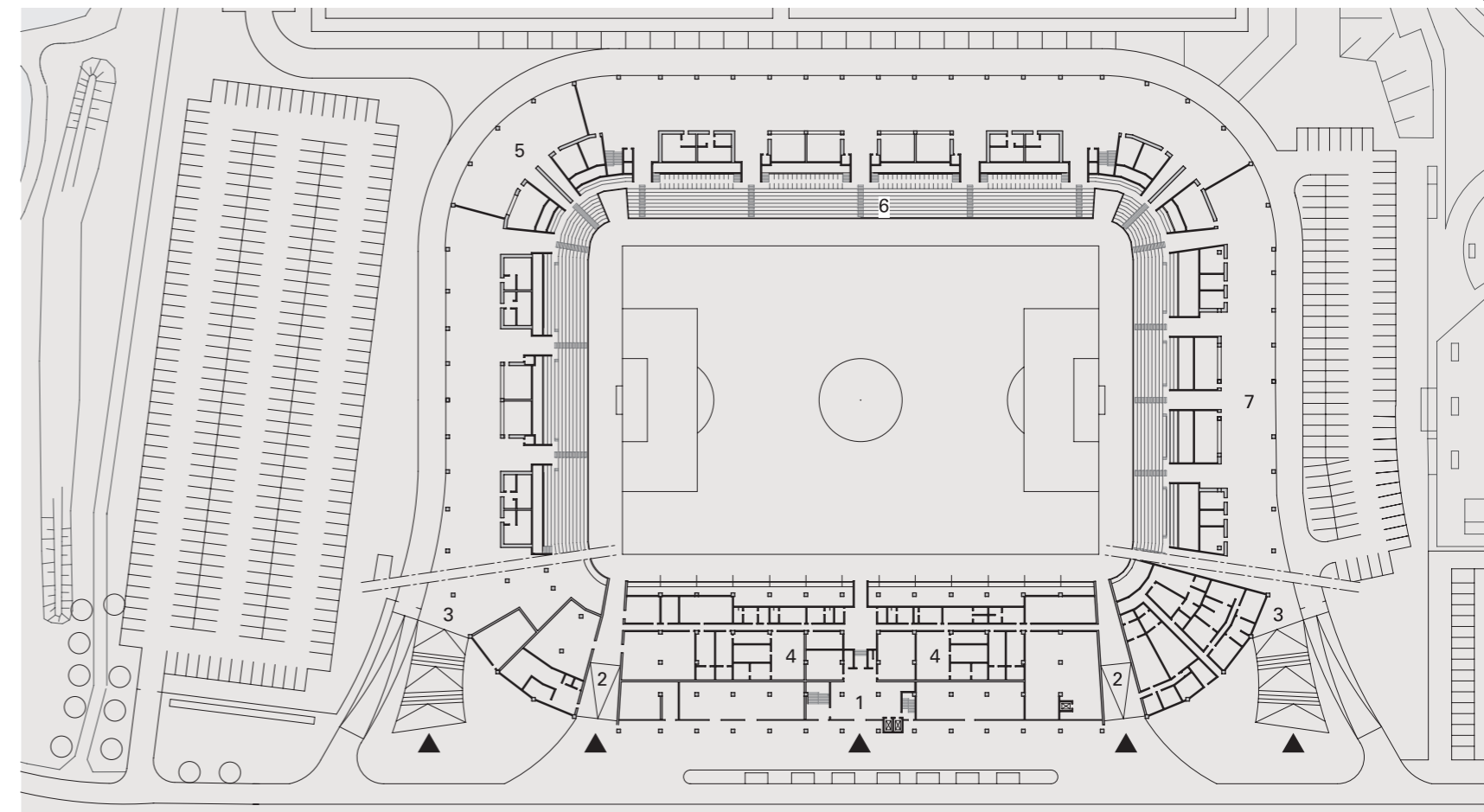
Maximalkapazität / Maximum capacity
32 066 Personen / People



- 1/ **38 Reihen in einem Rang sorgen auch auf den obersten Plätzen für ein hautnahes Stadionerlebnis.**
38 rows in one single tier ensure that even those seated at the very top are close to the action.
- 2/ **Die große transparente Glasfassade am Hauptgebäude sorgt für viel Lichteinfall.**
The large, transparent glass façade on the main building ensures plenty of light penetration.
- 3/ **Die großzügigen Räume des Businessklubs sind multifunktional nutzbar.**
The spacious rooms in the business club can be used for a variety of purposes.
- 4/ **Der Lageplan des Stadions an der Lennéstraße.**
The site plan of the stadium on Lennéstraße.
- 5/ **Langlebige und wartungsarme GROHE Lineare Waschtischarmaturen funktionieren zuverlässig in den Waschräumen des Stadions.**
Highly durable and maintenance-free GROHE Lineare faucets operate reliably in the washrooms at the stadium.



2/



4/

5/



3/



DORTMUND SIGNAL IDUNA PARK



2/



1/

Deutschlands größtes und zugleich meist-besuchtes Fußballstadion zählt mit der größten Stehplatztribüne Europas zu den komfortabelsten Arenen des Kontinents. Im Zuge mehrerer Ausbaustufen wurde die zwischenzeitlich reduzierte Kapazität von 42.800 auf 80.720 Plätze fast verdoppelt. Die Leser der englischen Zeitung „The Times“ wählten den Signal Iduna Park im Jahre 2009 gar zum schönsten Stadion der Welt.

Der Signal Iduna Park ist mit edlen GROHE Atrio Badarmaturen im VIP-Bereich, langlebigen Eurodisc Waschtischarmaturen, GROHE Sinfonia Brausearmaturen im Kabinentrakt und infrarotgesteuerter GROHE Tectron Elektronik für die berührungslose und bedarfsgerechte Wasserabgabe an Waschtischen und Urinalen im öffentlichen Sanitärbereich ausgestattet.

With the largest standing terrace in Europe, Germany's largest and most visited football stadium is one of the finest arenas on the continent. Following a series of expansions, the reduced interim capacity of 42,800 was almost doubled to 80,720. In 2009, readers of "The Times" newspaper voted Signal Iduna Park the best football stadium in the world.

High-quality GROHE Atrio bath faucets in the VIP area, durable GROHE Eurodisc basin faucets, GROHE Sinfonia shower fittings in the changing rooms and infrared controlled GROHE Tectron electronics ensure the hands-free, needs-driven supply of water to basins and urinals in the public toilets.

1/ Die gelben Eckpylone tragen einen Teil der Dachkonstruktion und sind das markante Erkennungszeichen des Stadions.

The yellow corner pylons support part of the roof construction and give the stadium its characteristic exterior.

2/ Funktionale Innenausstattung vor der „Trikotwand“ im Gastronomiebereich.

Functional interior design in front of the "jersey wall" in the restaurant area.

3/ Planungsskizze für das Tragwerk des Stadionsdaches.

Sketch of the load-bearing structure for the stadium roof.



Ulrich Drahtler

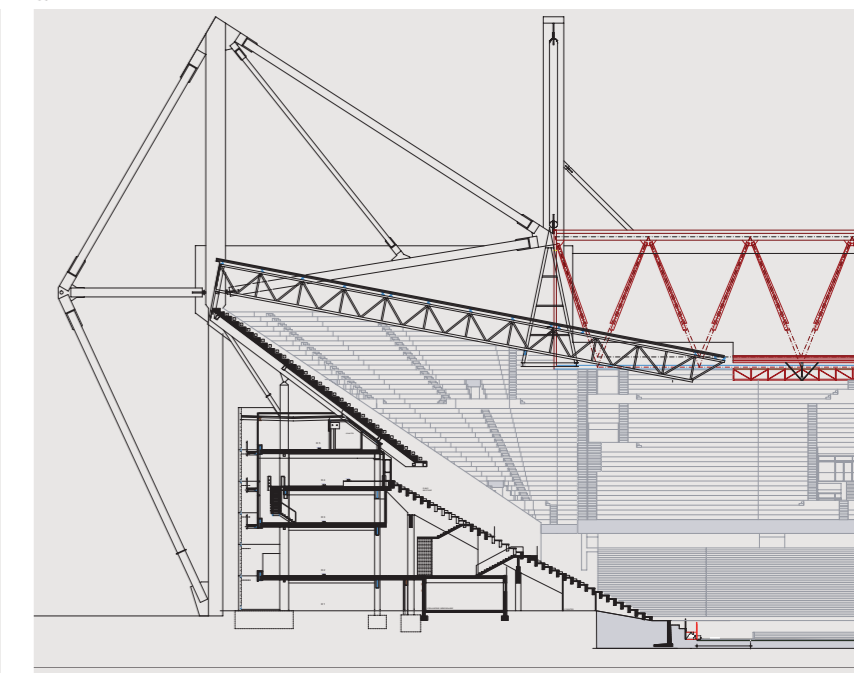
Architekt 1. und 2. Ausbaustufe, Umbauten zur WM 2006 / Architect 1st and 2nd stage of expansion, conversion for the 2006 World Cup
Planungsgruppe Drahtler GmbH
Dortmund, Deutschland / Germany

Adresse / Address
Strobelallee 50, 44139 Dortmund
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
BVB Stadion GmbH

Maximalkapazität / Maximum capacity
80 720 Personen / People

3/



DORTMUND BVB TRAININGSGELÄNDE / TRAINING GROUND



- 1/ Die wartungsfreie Lamellenfassade aus Holz.
The maintenance-free wooden louvre blade façade.
- 2/ Der Eingangsbereich des Trainingszentrums.
The entrance area of the training centre.
- 3/ Wasch- und Duschbereiche im Kabinen- und Duschkabinen-Block mit Grohtherm 1000 Thermostaten und GROHE Relexa Brausegarnitur.
Washing and showering areas in the cabin wing with Grohtherm 1000 thermostats and GROHE Relexa showerheads.



Das ruhige Erscheinungsbild des Gebäudes wird von einer Lamellenfassade aus Lärchenholz dominiert, bei der die einzelnen Lamellen feldweise über beide Geschosse in einem verzinkten Stahlrahmen zusammengefasst sind. Das regelmäßige Stützenraster des Daches setzt mit seinem Relief aus Licht und Schatten zusätzliche Akzente.

Im Duschbereich überzeugen GROHE Relexa Plus Sportkopfbrausen und selbstschließende Eurodisc Unterputz Brausearmaturen mit Grohtherm 1000 Thermostaten und sorgen im täglichen Einsatz für Wassergenuss bei reduziertem Verbrauch. Für alle WCs und Urinale kommen GROHE Rapid SL Installationssysteme mit GROHE Skate Air Betätigung und Wassersparttechnologie zum Einsatz.

The calm appearance of the building is dominated by a louvre blade façade made from larch wood. The individual louvre blades are integrated field by field into a galvanised steel frame over both storeys. Light and shade throw the regular grid of roof supports into relief to create additional design accents.

In the shower area, impressive GROHE Relexa Plus sports shower heads and self-closing GROHE Eurodisc flush-mounted shower mixers with Grohtherm 1000 thermostats guarantee a relaxing water enjoyment experience with less water consumption. GROHE Rapid SL installation systems with GROHE Skate Air wall plates and water saving technology are used for all WCs and urinals.



Birgit Helbich



Christoph Helbich

Architekt / Architect
SHA Scheffler Helbich Architekten GmbH,
Birgit Helbich,
Christoph Helbich,
Peter Scheffler
Dortmund,
Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2006

Adresse / Address
Adi-Preißler-Allee 9, 44309 Dortmund
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
Dortmunder Stadtwerke DSW21
Nutzer Borussia Dortmund

Projektleitung / Project management
Dipl.-Ing. Christoph Helbich, Architekt BDA

Bauvolumen / Project size
2 200m³

ZAGREB ARENA ZAGREB

Die topmoderne Multifunktionsarena wurde speziell für die Handballweltmeisterschaft 2009 gebaut. Der leichte und transparent wirkende Korpus der Halle besteht aus 86 bogenförmigen Betonsäulen. Am oberen Ende der Pfeiler sind Spezialstahlseile befestigt, die die schwebende Dachkonstruktion mit einer Spannweite von 104 Metern tragen. Oberhalb der Eingänge verläuft ein Band aus durchscheinendem Kunststoff, das der Fassade durch eine Vielzahl an möglichen Lichteffekten bei Dunkelheit ihre besondere Optik verleiht.

Die hochwertige und robuste Waschtischarmatur GROHE Eurosmart und die funktionale Brause GROHE Relexa kommen in den stark beanspruchten Waschräumen zum Einsatz. Sie verbinden attraktive Optik mit langlebiger Funktionalität für den sparsamen und perfekten Wassergenuss.

The ultra-modern multi-purpose arena was built specially for the 2009 Handball World Championship. The light and seemingly transparent hall structure consists of 86 curved concrete columns. Special steel cables are fixed to the top of the pillars that support the suspended roof construction with a span width of 104 metres. A band of translucent synthetic material runs around the building above the entrances, which lends the façade its unique appearance thanks to a variety of possible lighting effects at night.

High-quality and robust GROHE Eurosmart basin mixers and functional GROHE Relexa showers are used in the washrooms which are subject to very heavy use. They combine an attractive design with long-lasting functionality for an economical, yet perfect water experience.

1/ Die auffällige Optik macht die Arena zum neuen Wahrzeichen Zagrebs.

The striking appearance has made the arena a new Zagreb landmark.

2/ Die Skizze zeigt die Einbindung der Arena in das direkte Umfeld.

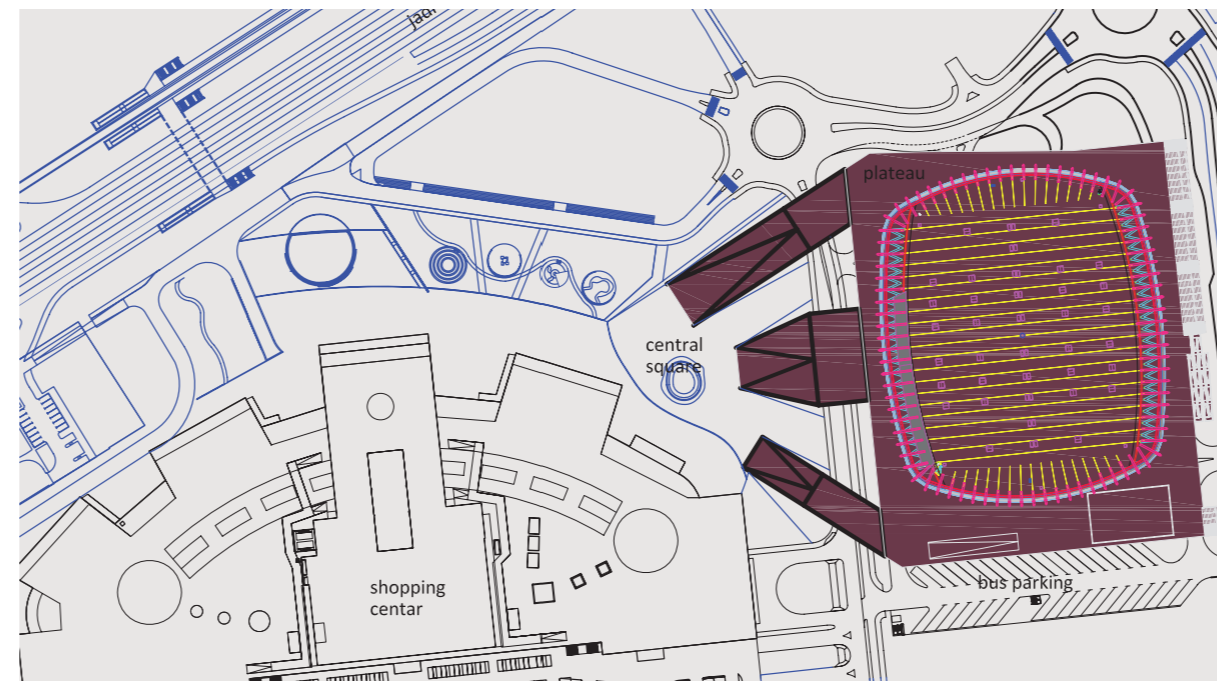
The sketch shows the integration of the arena into its immediate surroundings.

3/ Der große Innenraum kann schnell in mehrere Bereiche abgeteilt werden.

The large inside space can be quickly divided into several areas.



2/



3/



Alan Leo Plestina, Nenad Borgudan, Tamara Stantic Brcic, Berislav Medic

Architekt / Architect
UPI-2M
Zagreb, Kroatien / Croatia

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Zagreb Arena d.o.o.
Lanište bb
10000 Zagreb
Kroatien / Croatia

Bauherr / Client
Lanište

Gestaltung der internen Elemente /
Interior elements design
VERONIC, Kroatien / Croatia

Bauvolumen / Project size
90 340 m²

Maximalkapazität / Maximum capacity
22 400 Personen / People

GELSENKIRCHEN VELTINS-ARENA



1/

2/



Joachim H. Faust

Gerhard G. Feldmeyer

Architekt / Architect
HPP Architekten
Düsseldorf / Düsseldorf, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
August 2001

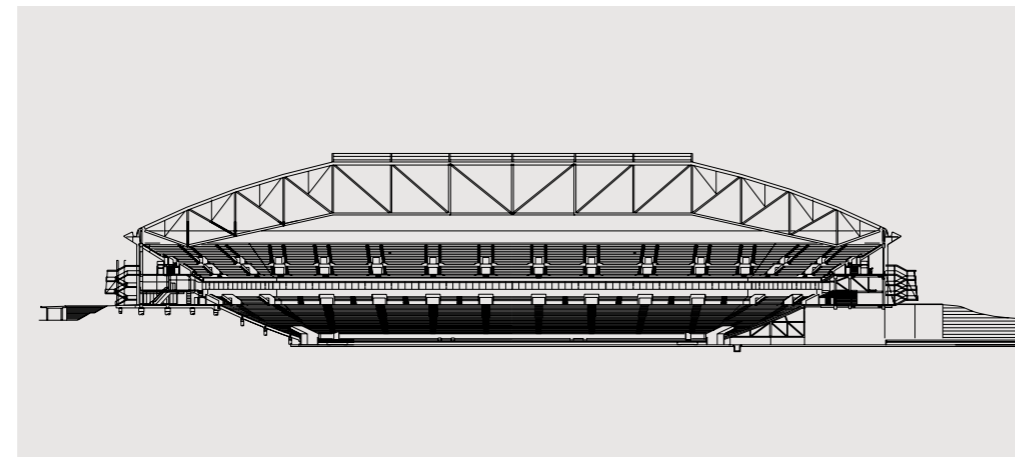
Adresse / Address
Veltins-Arena, Arenaring 1
45891 Gelsenkirchen, Deutschland / Germany

Bauherr / Client
FC Schalke 04 Stadion-Beteiligungs-GmbH &
Co Immobilienverwaltung-KG

Brutto-Grundfläche / Gross area
40 981 m²

Brutto-Rauminhalt / Gross volume area
1 840 000 m³

Maximalkapazität / Maximum capacity
61 673 Personen / People



Das FIFA WM-Stadion setzt Maßstäbe in Multifunktionalität. Dach, Rasenfläche und Tribünenelemente sind mobil und erlauben den schnellen Umbau vom Fußballstadion zur Opernveranstaltung. In den Sanitäranlagen sorgen langlebige GROHE Europlus Armaturen für einen sparsamen Wasserverbrauch, während sich die Sportler in den Duschräumen unter GROHE Relexa Sportkopfbrausen entspannen.

The FIFA World Cup stadium sets standards in multi-functionality. The roof, pitch and stand elements are movable which means it can be quickly transformed from a football stadium into an opera venue. In the sanitary facilities, durable GROHE Europlus faucets ensure that water consumption is kept to a minimum, whilst the athletes relax under GROHE Relexa sports shower heads in the shower rooms.

1/ Außenansicht. Die Fassade der Veltins-Arena wird abends durch ein blau leuchtendes Leuchtstoffröhrenensemble akzentuiert.
External view. In the evenings, the Veltins-Arena façade is accentuated by an ensemble of blue fluorescent lights.

2/ Der Querschnitt zeigt die Tribünenanordnung und die stählerne Dachkonstruktion.
The longitudinal section detail shows the arrangement of the stands and the steel roof construction.

PEKING / BEIJING PEKING STADION / BEIJING STADIUM



1/

Das außergewöhnlich pure und organische Design der äußeren Hülle des Nationalstadions besteht aus einem verschlungenen Stahlgerüst, dessen Zwischenräume mit lichtdurchlässigen Kunststoffkissen ausgefüllt sind.

Die im Sanitärbereich eingesetzten GROHE Rapid SL Installationssysteme und GROHE Tectron Skate Infrarot-Elektroniken sind härtesten Belastungen gewachsen, einfach zu warten und besonders hygienisch. Dank berührungslos gesteuerter Elektronik wird nach jeder WC-Benutzung – ohne Handkontakt – bedarfsgerecht gespült.

The unusual pure and organic design of the outer skin of the National Stadium consists of an intricate steel framework. The gaps in the structure are filled with transparent plastic cushions.

The GROHE Rapid SL installation systems and GROHE Tectron Skate infra-red electronics installed in the sanitary facilities are able to cope with extremely heavy usage, are easy to maintain and particularly hygienic. Thanks to the touch-free electronic operation, the toilets are flushed after each use as necessary.

Architekt / Architect
Herzog & de Meuron

Fertigstellung / Date of completion
2008

Adresse / Address
Beidingoun
Peking / Beijing, China

Bauherr / Client
The Beijing Organizing Committee for the Games (BOCOG)

Maximalkapazität / Maximum capacity
80 000 Personen / People
91 000 Personen während der Olympischen Spiele / People during the Olympics

1/ Das Stahlnetz ist eine einzigartige Skulptur ohne eine einzige Schraube oder Niete.
The steel framework is a unique sculpture without a single screw or rivet.

REISEN TRANSPORT



Verkehrsbauten wie Flughäfen, Bahnhöfe und Hafenanlagen sind oft Großprojekte mit komplexen Strukturen, die hohe Ansprüche an Sicherheit, Funktionalität, Komfort, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit stellen. Die infrastrukturellen Knotenpunkte haben eine große wirtschaftliche Bedeutung für ihre Umgebung und avancieren oft zu überregionalen Wahrzeichen. Hier sind vom Architekten vorausschauende Konzepte gefragt, die langfristige Entwicklungen berücksichtigen, zukunftssichere Lösungen im Hinblick auf die Betriebskosten bereitstellen und architektonische Akzente setzen.

In den stark frequentierten Sanitäranlagen von Verkehrsknotenpunkten ist eine Übertragung und Verbreitung von Krankheitskeimen so weit wie möglich auszuschließen. Für maximale Hygiene an den Waschtischen sorgen berührungslos gesteuerte, elektronische GROHE Europlus E Armaturen, während WCs und Urinale für eine saubere, bedarfsgerechte und berührungslose Wasserabgabe mit der von GROHE entwickelten Infrarot-Elektronik Tectron gesteuert werden. Die qualitativ hochwertigen Armaturen setzen nicht nur Hygienestandards, sondern überzeugen durch Langlebigkeit, niedrige Betriebskosten und zeitloses Design.

Transport nodes, such as airports, train stations and ports, are often large projects with complex structures that require high standards of safety, functionality, comfort, economic viability and sustainability. The infrastructural hubs are of great economic importance for their surrounding area and often become national landmarks. Architects are required to come up with forward-looking concepts that take into account long-term developments, provide future-proof solutions in terms of operating costs and create architectural focal points.

In the sanitary facilities of traffic nodes that are subject to heavy use, the transmission and spread of germs must be prevented as far as is possible. Electronically controlled GROHE Europlus E faucets with touch-free operation guarantee maximum standards of basin hygiene. Toilets and urinals controlled by infra-red Tectron electronics developed by GROHE guarantee the clean, needs-driven and touch-free supply of water. The high quality faucets not only set hygiene standards, they are also impressive on account of their durability, low operating costs and timeless design.

BARCELONA T1 AIRPORT



Ricardo Bofill

Architekt / Architect
Ricardo Bofill Taller de Arquitectura
Barcelona, Spanien / Spain

Fertigstellung / Date of completion
2009

Adresse / Address
Barcelona, Spanien / Spain

Bauherr / Client
Aena

Bauvolumen / Project size
544 066 m²

1/



2/



Als internationale Drehscheibe zu Europa und der Welt vereint das Design des neuen Terminals den multikulturellen Charakter eines Flughafens mit der Wärme und Helligkeit der mediterranen Architektur. Die hohe Transparenz der großflächigen Glasfronten erhellt alle öffentlichen Räume mit Tageslicht und erlaubt einen ungehinderten Panoramablick auf die Landebahnen, die Landschaft und das Meer.

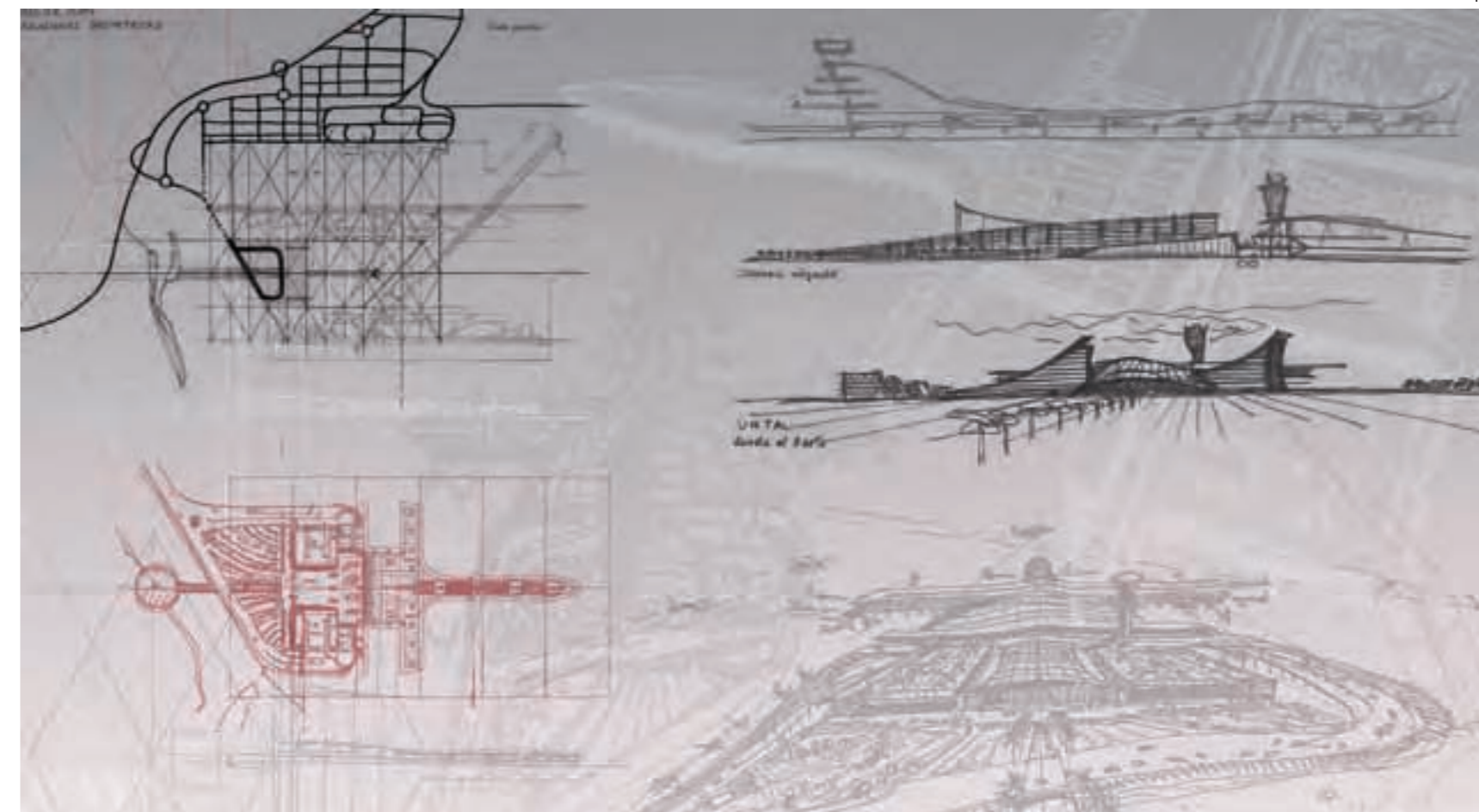
Das Gebäude kombiniert auf einmalige Art und Weise maximale Funktionalität und einzigartige Architektur in Harmonie mit der natürlichen Umwelt.

Die hochwertige GROHE Contromix Selbstschlussarmatur sorgt im Sanitärbereich des Flughafens für größtmögliche Hygiene und verbindet Robustheit im langfristigen Gebrauch mit Wirtschaftlichkeit im schonenden Umgang mit der Ressource Wasser.

As an international hub for Europe and the world, the design of the new terminal combines the multicultural character of an airport with the warmth and brightness of Mediterranean architecture. The high level of transparency of the large glass fronts fills all the public spaces with natural daylight, and travellers have an unimpeded panoramic view of the run-ways, the landscape and the sea.

In a unique way, the building combines maximum functionality and unique architecture in harmony with the natural environment.

The high-quality GROHE Contromix self-closing mixer guarantees maximum levels of hygiene in the sanitary facilities of the airport and combines durability in long-term use with efficiency in the conservation of the water.



4/

3/



- 1/ **Die enormen Glasfronten geben den Funktionsbereichen eine befreiende Weite.**
The generous glass fronts make the functional areas seem wider and more open.
- 2/ **Das Design der Inneneinrichtung verstärkt die Dimensionalität der Räume.**
The interior design amplifies the dimensions of the spaces.
- 3/ **Die Glasfassaden gewähren Panoramaaussichten auf das Flughafengelände.**
The glass façades afford panoramic views of the airport.
- 4/ **Die Planungsskizzen zeigen die Dimension des Projektes.**
The planning sketches show the scale of the project.
- 5/ **Eine klare Formensprache bestimmt die komfortablen Wartebereiche.**
A clean design characterises the comfortable waiting areas.

5/

ROSTOCK AIDAblu



Fertigstellung / Date of completion
2010

Standort / Location
Rostock
Deutschland / Germany

Bauherr / Client
AIDA Cruises Meyer Werft, Papenburg

Anzahl der Kabinen / Number of cabins
1 096



3/

Das 252 Meter lange Kreuzfahrtschiff der Luxusklasse ist das siebte Schiff der neuen AIDA Generation und verfügt als Neuerung über komfortable Spa-Kabinen, die einen direkten Zugang zum Wellnessbereich besitzen. Die Gestaltung der Inneneinrichtung setzt auf innovatives Design und hohe Qualität. Erdige, warme Rot- und Gelbtöne, kombiniert mit Teakholz, Blattgold und poliertem Edelstahl, kreieren eine sinnlich exotische Atmosphäre.

GROHE Tempesta Brausegarnituren mit GROHE DreamSpray® Technologie in Verbindung mit Grohtherm 1000 Brauserothermostaten sorgen mit innovativer Technik und herausragender Qualität in allen Kabinen für ein entspannendes Duscherlebnis der Extraklasse.

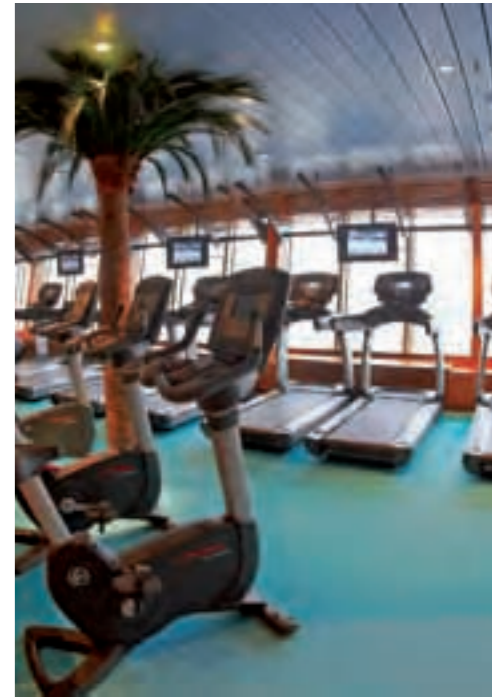
The 252 metre long luxury class cruise ship is the seventh ship in the new AIDA generation and, as a new feature, has comfortable spa cabins with direct access to the wellness area. The interior design focuses on innovative features and high quality. Warm, earthy red and yellow tones combined with teak wood, gold leaf and polished stainless steel create a sensual and exotic ambience.

GROHE Tempesta shower fittings with GROHE DreamSpray® technology in conjunction with Grohtherm 1000 shower thermostats ensure a relaxing shower experience of the highest order with innovative technology and outstanding quality in all cabins.

4/

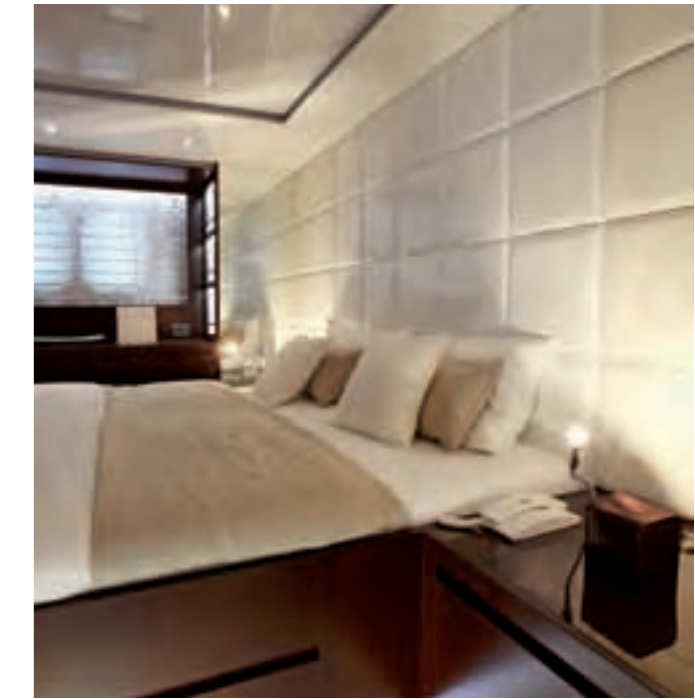


5/



- 1/ **Warme Farbtöne dominieren in den Spa-Kabinen.**
Warm colours dominate in the spa cabins.
- 2/ **Die AIDAblu auf Kreuzfahrt.**
The AIDAblu on a cruise.
- 3/ **Die Bühne im Theatrum.**
The stage in the theatre.
- 4/ **Blick in die mit Glas überdachte Wellness-Oase.**
View of the wellness oasis with glass roof.
- 5/ **Großflächige Glasfronten versorgen öffentliche Räume mit ausreichend Tageslicht.**
Large glass fronts provide public spaces with plenty of daylight.

BREMEN DRETTMANN YACHT



1/

Die Drettmann Luxus-Yacht zeichnet sich durch eine klare, moderne und gleichzeitig elegante Inneneinrichtung aus. In enger Zusammenarbeit mit dem Kunden wurde vor der Produktion ein individuelles, schnörkelloses und geschmackvolles Interieurkonzept entwickelt.

Im Sanitärbereich sind Armaturen der GROHE Ondus® Digital Produktlinie für die hohen Qualitätsansprüche der Ausstatter erste Wahl. Mit edlen Oberflächen im minimalistischen Design und innovativer Technik machen die prämierten GROHE Ondus® Waschtisch-, Wannen- und Duscharmaturen den Wassergenuss im Bad zu einem außergewöhnlich sinnlichen Erlebnis.

The Drettmann luxury yacht features clear and modern yet elegant interior fittings. Prior to production, the customer was closely consulted in order to develop a personal, simple and tasteful interior design.

In the sanitary facilities, the GROHE Ondus® Digital range of fittings is the first choice to meet the high quality demands of the outfitters. With the minimalist design and innovative technology of the high-quality finishes, the award-winning GROHE Ondus® basin, bath and shower fittings make water enjoyment in the bathroom an extraordinarily sensual experience.

- 1/ **Farben, Materialien und Oberflächen auf dem offenen Deck sind perfekt aufeinander abgestimmt.**
On deck, colours, materials and surface finishes are perfectly tailored to one another.
- 2/ **Das minimalistische Design der GROHE Ondus® Digital Armaturen setzt Akzente im Bad.**
The minimalist design of the GROHE Ondus® Digital faucets sets accents in the bathroom.
- 3/ **Stoffe und Oberflächen der Ausstattung werden individuell zusammengestellt.**
Materials and surface finishes for the fittings are individually coordinated.
- 4/ **Klare und elegante Linien formen die Drettmann Yacht.**
The Drettmann yacht is distinguished by clear and elegant lines.



Frau Schnaase, Frau Drettmann

Innenarchitekten / Interior Designers
Schnaase Interior Design
Hamburg, Deutschland / Germany

Claudia Drettmann, Drettmann Yachts GmbH
Bremen, Deutschland / Germany

Fertigstellung / Date of completion
2009

Bauherr / Client
Drettmann Yachts GmbH

3/

4/

GROHE VISION

Premiummarke für höchste Ansprüche.
A premium brand that meets the highest standards.



In der Welt und ihren Bädern und Küchen zu Hause Mit qualitativ hochwertigen Produkten und exzellentem Design ist die Grohe AG Europas größter und mit rund acht Prozent Marktanteil ein weltweit führender Hersteller von Sanitärarmaturen. Wasser in Perfektion ist das Ziel und so reicht die GROHE Produktpalette von ästhetischen Designarmaturen für Bad und Küche über ausgeklügelte sichere Thermostate, verwöhnende Brausen und Duschsysteme bis hin zu cleveren Installations- und Spülsystemen sowie attraktiven Accessoires.

Dem verantwortungsvollen Umgang mit der kostbaren Ressource Wasser fühlen sich das Unternehmen und seine weltweit rund 5.000 Mitarbeiter in 130 Ländern täglich verpflichtet. Die Entwicklung innovativer Produkte, die den Kunden einen echten Mehrwert bieten, steht stets im Fokus ihrer Arbeit.

Gefertigt werden die Produkte an sechs Standorten: in drei deutschen Werken mit den GROHE Kompetenzzentren in Hemer, Porta Westfalica und Lahr sowie an drei internationalen Standorten in Portugal, Thailand und Kanada. Düsseldorf ist Sitz des Corporate Centers, des internen GROHE Design Studios sowie des GROHE Stores, dem multifunktionalen Showroom, der in einer kreativen Schau die GROHE Markenwelt präsentiert. GROHE verspricht einzigartigen Spaß an Wasser in jedem Moment. Der Garant dafür ist die anspruchsvolle Produktphilosophie. Sie lautet: die perfekte Verbindung von Qualität, Design, Technologie und Nachhaltigkeit. Nur Produkte, die diese Voraussetzung erfüllen, können die Marke GROHE verkörpern und kommen auf den Markt.

GROHE Qualität

Die GROHE Qualität ist eine der drei tragenden Säulen der GROHE Produktphilosophie. GROHE Produkte halten vorgeschriebene Standards nicht nur ein, sondern übertreffen sie bei Weitem. Externe Zertifizierungen, zum Beispiel durch den TÜV oder die Deutsche Vereinigung des Gas- und Wasserfaches e.V., dienen ebenso der Qualitätssicherung wie interne Langzeittests im GROHE Lifetest Labor und strenge Prüfungen der Werkstoffe und Materialien. Diese Qualitätsprüfungen garantieren Langlebigkeit, Sicherheit und Komfort für unvergleichliche Wassererlebnisse.

At home in all the world's bathrooms and kitchens Premium quality products and design excellence make Grohe AG Europe's largest and, at around 8 percent market share, a leading global manufacturer of sanitary fittings.

Based on our goal of delivering the perfect water experience, GROHE's product range incorporates aesthetically appealing designer faucets for bathrooms and kitchens, ingeniously safe thermostats, showers and shower systems that pamper the user, smart installation and flush systems along with attractive accessories.

The company and its 5,000 employees in 130 countries around the world are committed to handle the precious resource of water responsibly every single day. Their work focuses at all times on developing innovative products, which genuinely add value to customers' lives.

The company manufactures its products at six locations – at its three German factories incorporating GROHE Centres of Excellence in Hemer, Porta Westfalica and Lahr, as well as at its three international sites in Portugal, Thailand and Canada. The Corporate Headquarters, the in-house Design Studio and the GROHE Store, the multifunctional showroom that imaginatively showcases GROHE's brand world, are all based in Düsseldorf. GROHE promises unrivalled enjoyment of water at any time. Its ambitious product philosophy, which is based on the perfect balance of quality, design, technology and sustainability, represents a guarantee that this pledge will be fulfilled. Only sustainable products that meet this requirement can embody the GROHE brand and are brought to market.

GROHE Quality

GROHE Quality is one of the three mainstays of GROHE's product philosophy. GROHE products not only comply with but also far and away exceed mandatory standards. External certification, e.g. by the TÜV or the DVGW (German Technical and Scientific Association for Gas and Water), plus internal durability tests in the GROHE Lifetest Laboratory and rigorous testing of materials all aid quality assurance. These quality tests guarantee longevity, safety and comfort for an unrivalled water experience.

FAKTEN FACTS

Die Grohe AG ist Europas größter und mit rund acht Prozent Marktanteil ein weltweit führender Hersteller von Sanitärarmaturen. Als Weltmarke für sanitärtechnische Produkte und Systeme setzt GROHE Maßstäbe in Qualität, Design und Technologie und bietet Wasser in Perfektion. Im Jahr 2009 hat GROHE 826 Millionen Euro erwirtschaftet. Als erstes deutsches Sanitärunternehmen verfügt die Grohe AG über eine globale Vertriebsorganisation und ein internationales Produktionsnetzwerk.

Grohe AG is the biggest European and, with a market share of 8 percent, one of the world's leading sanitary fittings manufacturer. As a global brand for sanitary products and systems, GROHE continues to set industry standards for quality, design and technology and offers water in perfection. In 2009 GROHE achieved sales of EUR 826 million. GROHE is the first German sanitary fittings manufacturer to maintain a global sales organisation and an international production network.

- 1/ **Badarmaturen**
Bathroom faucets
- 2/ **Thermostate**
Thermostats
- 3/ **Brausen**
Showers
- 4/ **Spezialarmaturen**
Special faucets
- 5/ **Küchenarmaturen**
Kitchen faucets
- 6/ **Accessoires**
Accessories

GROHE Strategie

- Globale, innovative und effiziente Premiummarke: Differenzierung durch einzigartige Kombination von Qualität, Design, Technologie und Nachhaltigkeit
- Hochaktuelles Produktportfolio mit einer Innovationsrate von 25 Prozent alle zwei Jahre; entwickelt vom hauseigenen Design Team und F&E
- GROHE Lean als ganzheitlicher Ansatz der Unternehmensführung: Struktur, Prozesse, Kultur

Umsatz, Ergebnis, Barmittel und Mitarbeiter

- Auf konstantem Niveau: 2009 Umsatz von 826 Millionen Euro
- 80 Prozent des Umsatzes werden außerhalb von Deutschland erwirtschaftet
- Hohe Liquidität: per Ende Juni 2010 bei 240 Millionen Euro, 5.000 Mitarbeiter sind gegenwärtig in 130 Ländern weltweit für GROHE tätig, davon 2.300 in Deutschland

National

- Deutschland ist der Standort der Grohe AG für Innovation, Design, Entwicklung und mit drei Werken auch für die Produktion
- Düsseldorf: Corporate Center und Design Studio
- Hemer: Innovations- und Kompetenzzentrum für Metallbearbeitung, vollstufige Fertigung aller Metallprodukte und Komponenten, Kernkompetenz Kartuschenmontage, Technology Center
- Lahr: Innovations- und Kompetenzzentrum für Kunststoffbearbeitung, Fertigung aller Kunststoffprodukte und Komponenten
- Porta Westfalica: Fertigung von Installationselementen, Spezialarmaturen, Spül- und Sanitärsystemen sowie Selbstschlussarmaturen mechanisch und elektronisch

International

- Portugal: vollstufige Fertigung aller Metallprodukte und Komponenten, Großserienfertigung für den europäischen Markt und den Mittleren Osten
- Thailand: vollstufiges Produktions- und Montagewerk, Großserienfertigung für den Weltmarkt
- Kanada: einstufiges Montagewerk für späte Kundendifferenzierung/Variantenerzeugung

Produkte

- Brausen und Armaturen für Bad und Küche
- Automatik-Armaturen für den gewerblichen und öffentlichen Bereich
- Installations- und Spülsysteme

GROHE strategy

- Global, innovative and efficient premium brand: differentiation through a unique combination of quality, design, technology and sustainability
- State-of-the-art product portfolio with an innovation rate of 25 percent every two years; developed by the in-house Design Team and R&D
- GROHE Lean as an all-embracing management approach: structures, processes, culture

Sales revenues, profit, cash and staff

- Sales revenues at EUR 826 million in 2009
- 80 percent of sales revenues generated outside Germany
- High liquidity: EUR 240 million in cash as of June 30th, 2010
- GROHE currently employs 5,000 people in 130 countries, 2,300 thereof in Germany

Locations

- Grohe AG's innovation, design and development resources are based in Germany which also remains the company's manufacturing base (3 plants)
- Düsseldorf: Corporate Centre and Design Studio
- Hemer: Innovation and metal competence centre; fully integrated manufacture of all metal products and components, competence centre for cartridge assembly, Technology Centre
- Lahr: Innovation and plastics competence centre; manufacture of all plastic products and components
- Porta Westfalica: Production of installation components, special fittings, flushing and sanitary systems as well as mechanical and electronic self-closing fittings

International

- Portugal: Fully integrated manufacture of all metal products and components; large series production for the European market and the Middle East
- Thailand: Fully integrated production and assembly plant, large series production for the world market
- Canada: Assembly plant for late customisation/variant production

Products

- Bathroom and kitchen fittings and showers
- Automatic fittings for the commercial and public sectors
- Installation and flushing systems



1/

2/



3/



4/

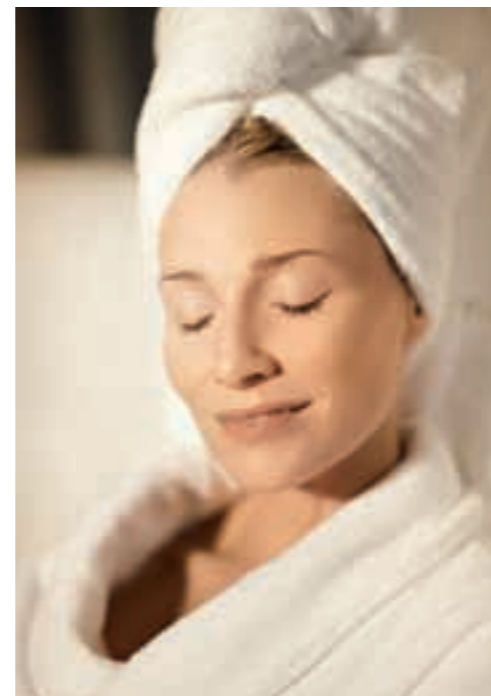


6/



5/

HISTORIE HISTORY



- 1936/Friedrich Grohe engagiert sich industriell in Hemer
 - 1948/Gründung der Friedrich Grohe Armaturenfabrik
 - 1968/ITT International Telephone & Telegraph erwirbt 51 Prozent der Gesellschaftsanteile von Friedrich Grohe
 - 1983/Tod des Firmengründers Friedrich Grohe
 - 1984/Die Erben von Friedrich Grohe kaufen die Gesellschaftsanteile von ITT zurück
 - 1991/Börseneinführung der Friedrich Grohe AG
 - 1994/Übernahme der DAL Gruppe durch die Friedrich Grohe AG
 - 1997/Eröffnung des GROHE Design Centers
 - 1999/Übergang der GROHE Anteile an durch BC Partners beratene Fonds; anschließend Delisting von der Börse in 2000
 - 2004/Erwerb aller GROHE Anteile durch Investitionskonsortium aus Texas Pacific Group (TPG) und Credit Suisse (CS)
 - 2005/Umfangreiches Effizienzprogramm „World Class GROHE“ und Umsetzung der Wachstumsstrategie „Fit for the future“ gestartet
 - 2006/Grohe AG präsentiert die neue Markenkampagne „GROHE – Enjoy Water®“
 - 2007/Corporate Center in Düsseldorf eröffnet, Umzug des Design Studios nach Düsseldorf, Umsatz hat 1 Milliarde Euro und EBITDA hat 200 Millionen Euro erstmals überschritten
 - 2008/Launch von GROHE Ondus®, Start der neuen Produktkampagne „Perfect Flow. Always“, Eröffnung des GROHE Stores in Düsseldorf
 - 2009/Eröffnung des GROHE Technology Centers in Hemer
 - 2009/Werk Hemer ist Preisträger im Wettbewerb „Die Beste Fabrik“, ausgerichtet von INSEAD, WHU, L'Usine Nouvelle und WirtschaftsWoche
 - 2009/Vertriebskooperation mit chinesischem Armaturenhersteller Joyou
 - 2010/Erweiterung der Kommunikation auf Social Networks
- 1936/Friedrich Grohe sets up shop in Hemer
 - 1948/Foundation of Friedrich Grohe Armaturenfabrik
 - 1968/ITT International Telephone & Telegraph acquires 51 percent of the shares from Friedrich Grohe
 - 1983/Company founder Friedrich Grohe dies
 - 1984/The heirs of Friedrich Grohe buy the shares back from ITT
 - 1991/The company is listed on the stock exchange
 - 1994/Takeover of the DAL Group by Friedrich Grohe AG
 - 1997/Opening of the GROHE Design Centre
 - 1999/Transfer of GROHE shares to funds advised by BC Partners; delisting in 2000
 - 2004/All GROHE shares are acquired by an investment syndicate comprising Texas Pacific Group (TPG) and Credit Suisse (CS)
 - 2005/Comprehensive efficiency programme entitled “World Class GROHE” and implementation of the “Fit for the future” growth strategy
 - 2006/Grohe AG presents the new brand campaign “GROHE – Enjoy Water®”
 - 2007/Corporate Centre opens in Düsseldorf; Design Studio relocates to Düsseldorf; sales revenues pass EUR 1 billion mark and EBITDA pass EUR 200 million mark for the first time
 - 2008/Launch of GROHE Ondus®; start of new product campaign “Perfect Flow. Always”; GROHE Store opens in Düsseldorf
 - 2009/GROHE Technology Centre opens in Hemer
 - 2009/Plant in Hemer is a laureate in the competition “Die Beste Fabrik” (Top Factory), organized by NSEAD, WHU, L'Usine Nouvelle and WirtschaftsWoche
 - 2009/Sales cooperation with Chinese Sanitary Company Joyou
 - 2010/Communication expanded to Social Networks

PRODUKTE PRODUCTS



1/



2/



5/



6/



7/



3/



4/



8/

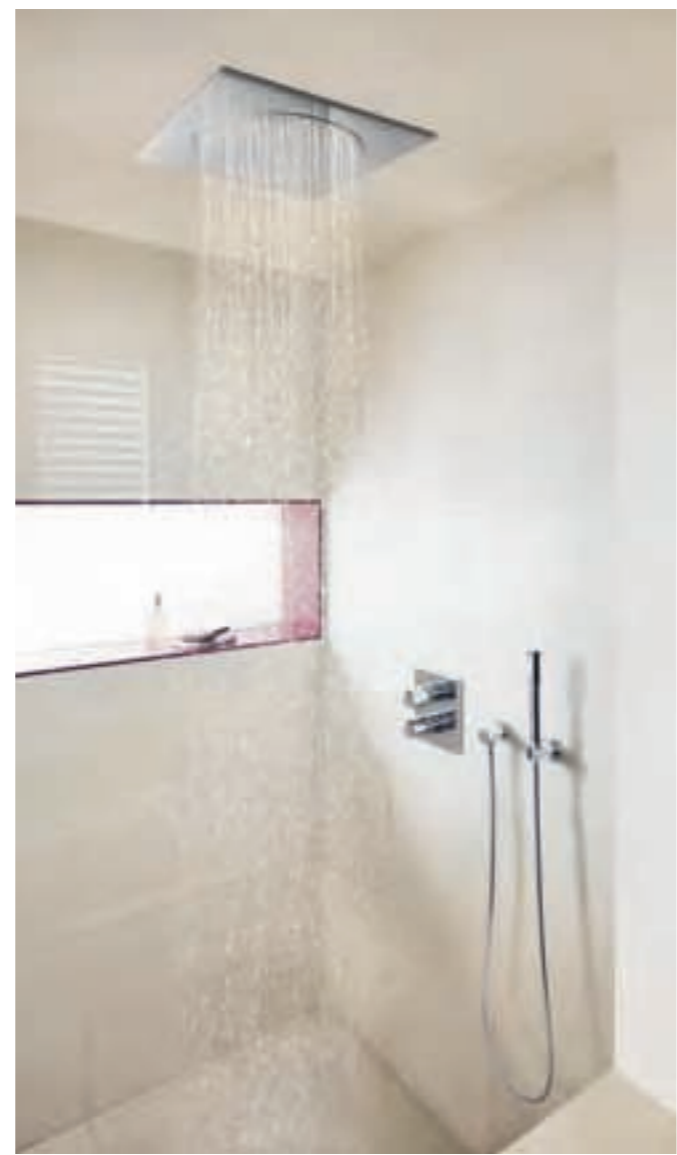


9/

- 1/, 2/ GROHE Ondus® Digital
- 3/, 4/ GROHE Atrio Classic
- 5/, GROHE Atrio 7
- 6/, 7/ GROHE Allure
- 8/ GROHE Skate
Cosmopolitan Wood
- 9/ GROHE Nova
Cosmopolitan Light



1/



2/



4/

- 1/ GROHE Rainshower®
- 2/ GROHE Rainshower® F-Series
- 3/ GROHE Rainshower® Systems
- 4/ GROHE K7 Kitchen faucet
- 5/ GROHE Blue®
- 6/ GROHE Red®



3/



5/



6/

INDEX INDEX

nach Architekten / by architects

A

agn Niederberghaus & Partner GmbH

Groner Allee 100
49479 Ibbenbüren, Deutschland / Germany
Tel +49 5451 59010
info@agn.de
www.agn.de

Alsop Sparch

Parkgate Studio
41 Parkgate Road
London SW11 4NP, Großbritannien / Great Britain
Tel +44 20 79787878
info@alsosparch.com
www.alsosparch.com

archimedialab – Bernd Lederle

Wettertalstraße 50
71254 Ditzingen, Deutschland / Germany
Tel +49 7156 1773471
info@archimedialab.com
www.archimedialab.com

Architects Collective AC ZT-GmbH

Hohlweggasse 2/25
1030 Wien/Vienna, Österreich / Austria
Tel +43 1 5816280
office@architectscollective.net
www.architectscollective.net

Arora Developments Ltd

World Business Centre 2, Newall Road
London Heathrow Airport, Hounslow, Middlesex, TW6 2SF
Großbritannien / Great Britain
Tel +44 20 87577639
sales@arorahotels.com
www.arorahotels.com

Atelier 3 Hartl + Heugenhauser

Bahnhofstraße 100/2
5760 Saalfelden, Österreich / Austria
Tel +43 6582 74775
office@atelier3.at
www.atelier3.at

Assael Architecture Limited

50 Carnwath Road
London SW6 3EG, Großbritannien / Great Britain
Tel +44 20 77367744
info@assael.co.uk
www.assael.co.uk

B

Behnisch Architekten

Rotebühlstraße 163 A
70197 Stuttgart, Deutschland / Germany
Tel +49 711 607720
buero@behnisch.com
www.behnisch.com

Bevis Design Associates Ltd.

Cardinal Point, Park Road, Rickmansworth
Hertfordshire, WD3 1RE
Großbritannien / Great Britain
Tel +44 1923 432666
paul@bevisdesign.com
www.bevisdesign.com

Beyer Architekten

Lindenstraße 6
18055 Rostock, Deutschland / Germany
Tel +49 381 492970
mb@beyerarchitekten.com
www.beyerarchitekten.com

C

CAP Chalabi architects & partners ZT GmbH

Lindengasse 4/12
1070 Wien/Vienna, Österreich / Austria
Tel +43 1 5327952
office@chalabi.at
www.chalabi.at

Conix Architects

Cockerillkaai 18
2000 Antwerpen / Antwerp, Belgien / Belgium
Tel +32 3 2591130
info@conixarchitects.com
www.conixarchitects.com

COOP HIMMELB(L)AU

Spengergasse 37
1050 Wien/Vienna, Österreich / Austria
Tel +43 1 546600
office@coop-himmelblau.at
www.coop-himmelblau.at

D

DUANGRIT BUNNAG ARCHITECT LIMITED (DBALP)

989 Floor, 28 Unit A2-B3
Siam Tower, Rama 1 Road
Patumwan, Bangkok 10330, Thailand

DFA Dietmar Feichtinger Architectes

Stollgasse 8/5
1070 Wien/Vienna, Österreich / Austria
Tel +43 1 5854422
contact.vienna@feichtingerarchitectes.com
www.feichtingerarchitectes.com

DP Agence

30 Avenue Marceau
75008 Paris, Frankreich / France
Tel +33 1 47201023
dp-agence@dpagence.fr
www.dpagence.fr

F

Falconer Chester Hall

No 12 Temple Street
Liverpool L2 5RH, Großbritannien / Great Britain
Tel +44 151 2435800
info@fcharchitects.com
www.fcharchitects.com

Fereos + Associates Architects

Ionos 22, 2406 Nicosia
Zypern / Cyprus
Tel +357 22 445133

Foster + Partners

Riverside, 22 Hester Road
London SW11 4AN, Großbritannien / Great Britain
Tel +44 20 77380455
info@fosterandpartners.com
www.fosterandpartners.com

fs-architekten Paul Schröder Architekt BDA

Friedensplatz 12
64283 Darmstadt, Deutschland / Germany
Tel +49 6151 177360
info@fs-architekten.de
www.fs-architekten.de

G

Geisler & Trimmel GmbH

Mühlbichl 36
6230 Brixlegg, Österreich / Austria
Tel +43 5337 627140
office@geisler-trimmel.com
www.geisler-trimmel.com

Gregor Fuchshuber & Partner

Ranstädter Steinweg 28
04109 Leipzig, Deutschland / Germany
Tel +49 341 982440
mail@fuchshuberpartner.de
www.fuchshuberpartner.de

Grounds Kent Architects

1st Floor 30 Henry Street
Fremantle WA 6160
Australien / Australia
Tel +61 8 93357622
www.gkapert.com

Gwathmey Siegel & Associates Architects

475 Tenth Avenue, New York, NY 10018
Vereinigte Staaten von Amerika / United States of America
Tel +1 212 9471240
b.deleon@gwathmey-siegel.com
www.gwathmey-siegel.com

H

Hensgen, Udo, Dipl. Ing.

Gesellschaft für Immobilien mbH

Berliner Allee 32, 40212 Düsseldorf / Dusseldorf
Deutschland / Germany
Tel +49 211 86850
buero@hensgen-gmbh.de
www.hensgen-immobilien.de

HPP Architekten

Kaistraße 5, 40221 Düsseldorf / Dusseldorf
Deutschland / Germany
Tel +49 211 83840
duesseldorf@hpp.com
www.hpp.com

J

Jabeen Zacharias

The Inside, Alpha Plaza
2nd Floor K.P. Vallon Road, Kadavanthra
Kochi 682020, Indien / India
Tel +91 484 2317117
studiojstaff@gmail.com

JOI-Design Innenarchitekten

Barmbeker Straße 6A
22303 Hamburg, Deutschland / Germany
Tel +49 40 6894210
info@JOI-Design.com
www.JOI-Design.com

K

Kadawittfeldarchitektur

Aureliusstraße 2
52064 Aachen, Deutschland / Germany
Tel +49 241 946900
office@kadawittfeldarchitektur.de
www.kadawittfeldarchitektur.de

KOCHTA Architekten**Planungsgesellschaft mbH**

Cuvilliesstraße 11
81679 München / Munich, Deutschland / Germany
Tel + 49 89 928010
mail@kochta-architekten.de
www.kochta-architekten.de

M

Marjolein Garritsen

Boekhorstenstraat 79-4
6828DV Arnheim / Arnheim
Niederlande / Netherlands
Tel +31 6 54377140
info@marjoleingarritsen.nl
www.marjoleingarritsen.nl

P

Planungsgruppe Drahtler GmbH Architekten

Schleefstraße 3-5
44287 Dortmund
Deutschland / Germany
Tel +49 231 9455550
office@plg-drahtler.de
www.plg-drahtler.de

Priebering, Wind + Partner ZT GmbH**Architekten + Ingenieure**

Wiesengasse 24
1090 Wien / Vienna, Österreich / Austria
Tel +43 1 3156902
Tel +43 1 3156903
office@pwp.co.at
www.pwp.co.at

Project Orange Ltd.,

2nd Floor, Block E
Morelands 5-23 Old Street
London EC1V 9HL, Großbritannien / Great Britain
Tel +44 20 75660410
mail@projectorange.com
www.projectorange.com

R

Ramseier & Associates Ltd.

Utoquai 43
8008 Zürich / Zurich, Schweiz / Switzerland
Tel +41 44 2509999
ramseier@ramseier-assoc.com
www.ramseier-assoc.com

ReimarHerbst.Architekten BDA

Reimar Herbst / Angelika Kunkler
Oranienstraße 183
10999 Berlin, Deutschland / Germany
Tel +49 30 61656667
mail@reimarherbstarchitekten.de
www.reimarherbstarchitekten.de

Reuter Schoger Architekten Innenarchitekten BDIA

Reichsstraße 108
14052 Berlin, Deutschland / Germany
Tel +49 30 30107542
mail@reuterschoger.de
www.reuterschoger.de

Ricardo Bofill Taller de Arquitectura

Avenida Industria 14
08960 Sant Just Desvern (Barcelona), Spanien / Spain
Tel +34 93 4999900
tallerbcn@bofill.com
www.bofill.com

Richard Meier & Partners Architects LLP

475 Tenth Avenue, 6th Floor
New York, NY 10018
Vereinigte Staaten von Amerika / United States of America
Tel +1 212 9676060
mail@richardmeier.com
www.richardmeier.com

S

Safdie Architects

100 Properzi Way
Somerville, MA 02143
Vereinigte Staaten von Amerika / United States of America
Tel +1 617 6292100
boston@msafdie.com
www.msafdie.com

Büro Singapur / Office Singapore
Moshe Safdie International, Pte Ltd
Architects and Planners
10 Hoe Chiang Road, #11-01 Keppel Towers
Singapur / Singapore 089315
singapore@msafdie.com
www.msafdie.com

Schmidhuber + Partner GbR

Nederlinger Straße 21
80638 München / Munich, Deutschland / Germany
Tel +49 89 1579970
info@schmidhuber.de
www.schmidhuber.de

Schnaase Interior Design

Dipl. Ing. Birgit Schnaase
Hafentor 2, 20459 Hamburg, Deutschland / Germany
Tel +49 40 4107721
info@schnaase.de
www.schnaase.de

SHA Scheffler Helbich Architekten GmbH

Schwerter Straße 264
44287 Dortmund, Deutschland / Germany
Tel +49 231 4420200
info@scheffler-helbich.de
www.scheffler-helbich.de

Slapa, Jurek M.; Oberholz, Helmut, Architekten

Karl-Arnold-Platz 1
40474 Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany
Tel +49 211 57720
info@sop-architekten.de
www.sop-architekten.de

SM Design Sybille de Margerie

9, Rue Emile Allez
75017 Paris, Frankreich / France
Tel +33 1 40557070
smdesign@smdesign.fr
www.smdesign.fr

steidle architekten**Gesellschaft von Architekten und Stadtplanern mbH**

Genter Straße 13
80805 München / Munich, Deutschland / Germany
Tel +49 89 3609070
info@steidle-architekten.de
www.steidle-architekten.de

Studio Aisslinger

Heidestraße 46-52
10557 Berlin, Deutschland / Germany
Tel +49 30 31505400
studio@aisslinger.de
www.aisslinger.de

Studio Erna Corbetta

Via Alberto Mario 68
20149 Mailand / Milan, Italien / Italy
Tel +39 02 76398057
arch@emacorbetta.it
www.ernacorbetta.it

Studio Gang Architects

1212 N. Ashland Avenue, Suite #212, Chicago, IL 60622
Vereinigte Staaten von Amerika / United States of America
Tel +1 773 3841212
mcavenagh@studiogang.net
www.studiogang.net

T

TMK Architekten & Ingenieure

Josef-Gockeln-Straße 10
40474 Düsseldorf / Dusseldorf, Deutschland / Germany
Tel +49 211 867040
duesseldorf@tmk-architekten.de
www.tmk-architekten.de

TREVELLION interiors

12 Ladysmith Road
Enfield, EN1 3AA, Großbritannien / Great Britain
Tel +44 208 3679494
admin@trevillion.co.uk
www.trevillion.co.uk

U

UPI-2M

Krajščka 10
HR-10 000 Zagreb, Kroatien / Croatia
Tel +385 1 3772089
info@upi-2m.hr
www.upi-2m.hr

V

Valode & Pistre architectes

115 Rue du Bac
75007 Paris, Frankreich / France
Tel +33 1 53632200
info@v-p.com
www.v-p.com

W

Warren Techentin Architecture

2801 Hyperion Ave., Studio 103
Los Angeles, CA 90027,
Vereinigte Staaten von Amerika / United States of America
Tel +1 323 6644500
warren@wtarch.com
www.wtarch.com

WU WU YI, Yuan Ken Building Workshop

No.276, Shiping Rd., Anping Dist.
Tainan City 708, Taiwan

INDEX

INDEX

nach Ländern/by country

Ägypten / Egypt

Kempinski Soma Bay, Soma Bay 156

Antarktis / Antarctica

Neumayer Station III, Antarktis / Antarctica 74

Belgien / Belgium

Atomium, Brüssel / Brussels 72

China

Deutscher Pavillon / German Pavilion, Shanghai 70
Peking Stadion / Beijing Stadium, Peking / Beijing 201

Deutschland / Germany

Verwaltungsgebäude / Administration building, Schwandorf 42
BMW Welt, München / Munich 46
Unilever, Hamburg, 50
GROHE Firmenzentrale / Headquarters, Düsseldorf / Dusseldorf 54
Kindergarten Sighartstein, Neumarkt 58
Ozeaneum, Stralsund 62
Klimahaus® 8° Ost, Bremerhaven 66
Oberstufenzentrum, Berlin-Weissensee 76
Darmstadttium, Darmstadt 78
Johannes Wesling Klinikum / Hospital, Minden 86
Ellington Hotel, Berlin 102
Hyatt Regency Düsseldorf, Düsseldorf / Dusseldorf 106
Michelberger Hotel, Berlin 114
Lindner Park-Hotel Hagenbeck, Hamburg 134
Intercontinental Berchtesgaden, Berchtesgaden 138
Atrion am Lietzensee, Berlin 166
Lenbach Gärten, München / Munich 174
BEMA Wohnen am Zoopark, Düsseldorf / Dusseldorf 182
Diplomatenpark Tiergarten, Berlin 186
Rudolf Harbig Stadion / Stadium, Dresden 190
Signal Iduna Park, Dortmund 194
BVB Trainingsgelände / Training ground, Dortmund 196
Veltins Arena, Gelsenkirchen 200
AIDAblu, Rostock 208
Drettmann Yacht, Bremen 212

Frankreich / France

Majestic Barrière, Cannes 98
Radisson BLU, Paris 159

Großbritannien /

Great Britain

McLaren Technology Center, Woking 52
Hard Days Night Hotel, Liverpool 130
Brooklands Hotel, Weybridge 148
Sofitel London Heathrow, London 154
CHIPs, Manchester 176
10 Rochester Row, London 178
New Malden, London 187

Indien / India

Leela Kempinski Kovalam Beach, Kerala 152

Indonesien / Indonesia

Ayana Resort and Spa, Jimbaran 144
Regatta The Icon, Jakarta 153
St. Regis, Bali 158

Nordirland /

Northern Ireland

Fitzwilliam Hotel, Belfast 128

Italien / Italy

Devero Hotel, Brianza 126

Kroatien / Croatia

Arena Zagreb, Zagreb 198

Niederlande /

Netherlands

Albert-Schweitzer Klinikum / Hospital, Dordrecht 90
Vlietland Klinikum / Hospital, Schiedam 92
Luxe Hotel Suites Airplane, Teuge 110
The Grand Amsterdam, Amsterdam 132

Österreich / Austria

Klagenfurt Klinikum / Hospital, Klagenfurt 82
Krallerhof, Leogang 122
Kitzbüheler Straße, Reith bei Kitzbühel 184
Mitterfeld, Reith bei Kitzbühel 185

Russland / Russia

Hyatt Regency Ekaterinburg, Jekaterinburg / Ekaterinburg 118
Corinthia Nevsky Palace, St. Petersburg 157

Schweiz / Switzerland

Park Hyatt Hotel Zürich, Zürich / Zurich 142

Singapur / Singapore

Marina Bay Sands, Singapur / Singapore 146

Spanien / Spain

W Hotel Barcelona, Barcelona 136
Barcelona Airport T1, Barcelona 204

Taiwan

Supreme Bodhi, Koasiung City 172

Thailand

The Naka, Phuket 155

Vereinigte Arabische Emirate /

United Arab Emirates

Masdar City, Abu Dhabi 162

Vereinigte Staaten von Amerika / United States of America





The Pierre, New York 140
Setai 5th Avenue, New York 150
Soho Square, Los Angeles 170
Aqua Tower, Chicago 180

Zypern / Cyprus

Nicosia General Klinikum / Hospital, Nicosia 94

BILDNACHWEIS PHOTO CREDITS

A

agn Niederberghaus & Partner 68 2/
 AIDA Cruises 202, 208 1/, 209 2/, 210 3/, 211 4/, 5/
 Aisslinger, Werner 114 1/, 115 3/, 117 7/
 Aitken, Glenn, London 132 1/, 133 2/, 3/
 Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung 75 3/
 Alsop Sparch 176 2/, 177 Portrait
 Arch. Dipl.-Ing. Dietmar Feichtinger 83 Portrait oben / top
 Arch. Dipl.-Ing. Heinz Priebornig 83 Portrait Mitte / centre
 Arch. Dipl.-Ing. Richard Klinger 83 Portrait unten / bottom
 Archilooks 106 1/
 archimedialab / Bernd Lederle 42 1/, Portrait, 43 2/, 44 4/, 5/, 45 6/, Buchrücken/backcover links oben / left up
 Architektur Schmidhuber + Kaindl/
 Ausstellung Milla + Partner / Foto: Andreas Keller 71 1/, 3/
 Assael, John (Assael.co.uk) 179 Portrait
 Atelier 3 Hartl + Heugenhauer 125 6/
 Atomium – www.atomium.be –  atomium – SABAM 2011 – aam 73 3/
 Atomium – www.atomium.be –  atomium – SABAM 2011 – DJ Sharko 73 2/
 Atomium – www.atomium.be –  atomium – SABAM 2011 – Adeb / Ade Bradshaw 72 1/
 Atomium – www.atomium.be –  atomium – SABAM 2011 – Olivier Hennebert 73 Portrait oben / top
 AYANA Resort and Spa Bali 144 1/, 145 2/

B

Badan Kerjasama Mutiara Buana, 153 1/, 2/
 Barratt Homes 178 1/, 179 2/, 4/
 Behnisch Architekten 50 1/, 65 4/
 Beyer Architekten, Rostock 190 Portrait, 193 4/
 Borussia Dortmund 194 1/, 195 2/
 Brolet, Benjamin 73 Portrait unten / bottom

C

Cadman Real Estate Marketing 182 1/
 Carbonell, Lluís and Civera, Gregori 205 1/, 2/, 206 3/, 207 5/
 Chester Fildes, Joel 176 1/, 177 3/
 Buchrücken/backcover rechts / right
 Colin, Brigitte, Darmstadt 79 Portrait rechts / right
 COOP HIMMELB(L)AU 49 4/

courtesy of Kempinski Hotel Soma Bay 156 1/, 2/
 Cuvillier, Eric 99 2/, 100 3/

D

DFA Dietmar Feichtinger Architectes Priebornig.
 „P“ ZT GmbH Architekten + Ingenieure,
 Müller + Klinger / Architects Collective AC ZT-GmbH 85 6/
 Duangrit Bunnag Architect Limited (DBALP) 155 1/, 2/

E

Eblenkamp, Christian, Rietberg 196 1/, 197 2/, 3/
 Erlacher, Gisela, Wien 82 2/, 84 4/

F

Fey, Angelika 67 Portrait
 Foster + Partners 53 2/, 162 1/
 F & P, Leipzig 167 Portrait, 168 4/

G

Geisler & Trimmel 125 7/
 Getty Images® 201 1/
 Godehardt, Michael, Bochum 200 1/
 Grimaldi, Gianmarco 126 1/, 2/, 127 3/

H

Halbe, Roland, Stuttgart 78 1/, 79 2/
 Harald & Erhard Fotografie 103 Portrait links / left, Portrait rechts / right
 Hard Days Night Hotel, Liverpool 130 1/, 131 2/, 3/, 4/
 Hearnshaw, Ian 179 3/, 187 1/, 2/
 Hensgen GmbH, Düsseldorf 184 1/, 2/, 3/, 185 1/, 2/, 3/
 HPP Architekten, Düsseldorf 200 2/
 Higgins, Tony, Dublin 128 2/, 129 3/
 Hurnaus, Hertha, Wien 83 3/, 85 5/
 Hutchings, Ralph 101 4/
 Huthmacher, Werner, Berlin 76 1/, 77 2/, 3/, 102 1/, 103 2/, 3/, 104 4/, 105 6/, 7/
 Hyatt International 109 3/, 4/

I

Intercontinental Berchtesgaden 96, 138 1/, 139 2/, 3/

J

JOI-Design Innenarchitekten, Hamburg 134 1/, 2/, Portrait, 135 3/, 4/

K

kadawittfeldarchitektur 60 3/
 Kaunat, Angelo, Salzburg 56, 59 1/, 60 2/, 61 4/, 5/,
 Buchrücken/backcover links unten / left down
 Kitahara, Chris 181 Portrait
 Klimas, Martin 54 1/, 55 2/, 90 1/, 2/, 91 3/, 4/, 92 1/, 93 2/, 3/
 Klimek, Manfred 47 Portrait
 Konjikusic, Davor 199 1/
 Kühne, Thilo, fotoplusdesign, Leipzig 166 1/, 167 2/, 168 3/, 169 5/, 6/

L

Long Da Construction & Development Corporation
 160, 172 1/, 2/, 173 3/, 4/

M

Mahlstedt, Olaf, Hannover 66 1/, 69 3/, 4/, 5/
 mailapush, Darmstadt, 79 3/
 Marina Bay Sands Pte. Ltd. 146 1/, 147 2/, 3/
 Matthiessen, David 51 Portrait
 Mørk, Adam 40, 51 2/, 3/, 4/
 Mørk, Adam + Eskerod, Torben 63 Portrait
 Müller-Naumann, Stefan, München 175 2/, 3/

N

Nagy, Tom 114 Portrait
 Naroditsky, Alexei 118 1/, 2/, 119 3/, 120 4/, 5/, 121 7/
 Nicosia General Hospital 94 1/, 95 2/
 Nigel Young / Foster + Partners 52 1/, Portrait links / left, Portrait Mitte / centre, Portrait rechts / right, 53 3/, 163 2/, Portrait, 164 3/, 165 4/
 Nijhof, Kirsten, Leipzig 87 Portrait

P

Paganelli, Fabrizio 183 2/, 3/
 Pfaff, James, Berlin 116 4/, 5/
 Planungsgruppe Drahtler, Dortmund 195 Portrait, 3/
 Project Orange, London 128 1/, 129 Portrait

R

Ramseier & Associates Ltd. Zürich 142 1/, 143 2/, 3/, Portrait
 Rasol, Jasenko 198 Portrait
 realnature.tv, Quelle: Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung 74 1/, 75 2/
 ReimarHerbst.Architekten 77 Portrait
 Reuter Schoger Architekten Innenarchitekten BDIA 105 5/
 Richters, Christian 46 1/, 48 2/, 49 3/

S

Schlorke, Johannes Maria 62 1/, 63 2/, 64 3/
 Seggelke, Ute Karen 200 Portrait links / left, rechts / right
 Slapa, J. M.; Oberholz, H. 107 Portrait links / left, Portrait rechts / right, 108 2/
 Solin, Vanja 188, 199 3/
 steidle architekten, München 174 1/, 175 Portrait links / left, Portrait rechts / right
 Steve Hall © Hedrich Blessing Titel/Title, 180 1/, 181 3/
 Strauch, Morten 213 Portrait
 Stüber, Jochen, Hamburg 80, 86 1/, 87 2/, 88 3/, 89 5/
 Studio Aisslinger, Berlin 115 2/, 117 6/
 Studio Gang Architects 180 2/
 Studio Harcourt, Paris 98 1/

T

Taller de Arquitectura 136 1/, 137 2/, 3/, Portrait, 204 Portrait, 207 4/
 The Leela Kempinski Kovalam Beach Kerala 152 1/, 2/
 The Pierre, New York 140 1/, 141 2/, 3/, 4/
 The Setai Fifth Avenue 150 1/, 151 2/, 3/
 The St. Regis Bali Resort 158 1/, 2/
 Thaler, Wolfgang, Wien 82 1/
 TMK ARCHITEKTEN · INGENIEURE GbR 88 4/

U

Unger, Roland, Wien 79 Portrait links / left
 UPI-2M 199 2/

V

Valode & Pistre architectes 119 Portrait, 121 6/
 van Uffelen, Chris 22 2/

W

Wellnesshotel / Der Krallerhof, Leogang im Salzburgerland, Österreich / Austria 122 1/, 123 2/, 3/, 124 4/, 5/
 wtarch / USA 170 1/, 2/, 171 3/, 4/

X,Y,Z

Yachtfilmers, 212 1/, 213 2/, 3/, 4/
 Yovohagrafie, Deutscher Pavillon 71 2/

IMPRESSUM IMPRINT

The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliographie; detailed bibliographical data are available at <http://dnb.d-nb.de>

ISBN 978-3-03768-078-0

© 2011 by GROHE AG, Düsseldorf

The work is copyright protected. Any use outside of the close boundaries of the copyright law, which has not been granted permission by the publisher, is unauthorized and liable for prosecution. This especially applies to duplications, translations, microfilming, and any saving or processing in electronic systems.

1st edition 2011

Editors: David J. Haines, Dirk Meyhöfer

Concept: Guido Bergman, Paul Flowers, Thomas Haensch, Ingo Kabutz, Gerry Mulvin, Jochen M. Wilms

Editorial Office: Nicki Peters

Project Management: Jan Shepherd

Bildredaktion / Photo editors: Heinz-Dirk Zimmermann, Kathrin Wedekind

Art Direction: Christiane Schlüter, Katrin Trojan

Designassistance: Zafar Hadafmand

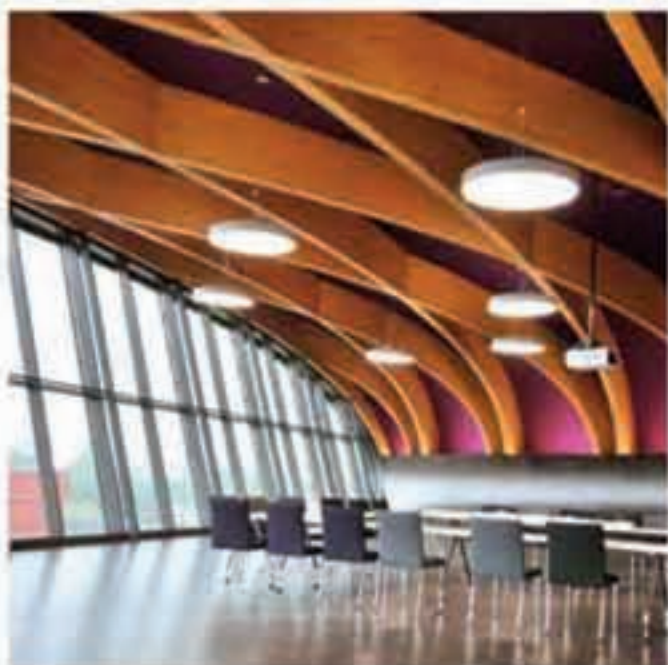
DTP Design: Thorsten Piepenbrink

Text: Klaus Jeunette

Wenn auch Sie ein herausragendes Projekt betreuen, das aus Ihrer Sicht für die nächste Auflage in Frage kommt, dann senden Sie bitte eine kurze Projektbeschreibung unter Angabe der verwendeten GROHE-Produkte mit Ihren Kontaktdaten an projectenquiries@grohe.com.

If you are also in charge of an outstanding project that you feel would be suitable for the next edition, please send a short description of the project, including details of the GROHE products used, with your contact details to projectenquiries@grohe.com

All of the information in this volume has been compiled to the best of the editors' knowledge. It is based on the information provided to the publisher by the architects' and designers' offices and excludes any liability. The publisher assumes no responsibility for its accuracy or completeness as well as copyright discrepancies and refers to the specified sources (architects' and designers' offices). All rights to the photographs are property of the photographer (please refer to the picture).



Gemeinsam mit seinen Partnern im internationalen Objektbau setzt GROHE seine formulierten Anforderungen an Nachhaltigkeit, Qualität, Technologie und Design auf höchstem Niveau um und schafft dank seiner Innovationskraft außergewöhnliche Lösungen, mit denen Architekten, Fachplaner und Ausführende für jedes Gebäudesegment eine harmonische, in die Architektur integrierbare Welt des „Water Enjoyment“ gestalten können.

Das vorliegende Referenzbuch zeigt, in einem umfassenden Überblick und gebäudetypologisch geordnet, internationale Beispiele für die perfekte Symbiose von anspruchsvoller Architektur und ökologischem Wassergenuss. Namhafte und renommierte Architekten haben sich von GROHE Produktsystemen und Designlinien inspirieren lassen und beweisen in den realisierten Projekten, dass GROHE Armaturen und Brausen in den führenden Gebäudekonzepten weltweit dazu beitragen, den Erlebnis- und Genussbereich „Water Enjoyment“ überzeugend auszugestalten.



Together with its partners in global construction, GROHE fulfils its demands for sustainability, quality, technology and design to the highest standards. Thanks to its power of innovation, GROHE develops extraordinary solutions with which architects, developers and contractors for each building segment can shape and integrate the world of "Water Enjoyment" into their architecture.

In a comprehensive overview and arranged according to building type, this book of reference projects shows international examples of the perfect symbiosis of sophisticated architecture and ecological enjoyment of water. Famous and renowned architects have been inspired by GROHE product systems and design lines. Completed projects prove that GROHE faucets and showers have made an impressive contribution in leading building project ideas worldwide, in shaping the experience and pleasure of "Water Enjoyment".

