

GROHE MAGAZIN

LUXUSBÄDER, KÜCHEN, ARCHITEKTUR & WASSER

N°01 / 2016



INTELLIGENTER DUSCHEN

Mit SmartControl von GROHE
wird Duschen jetzt noch einfacher

SCHMUCKES ASPEN

Highlife in den Rocky Mountains
von Kultur bis Wintersport

ZWISCHENRÄUME

Wie der Architekt Ole Scheeren in
Asien die Häuser der Zukunft entwirft

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
WAVE



Ihr Online-Fachhändler für:

GROHE

- Kostenlose und individuelle Beratung
- Hochwertige Produkte
- Kostenloser und schneller Versand

- TOP Bewertungen
- Exzelerter Kundenservice
- Über 20 Jahre Erfahrung



E-Mail: info@unidomo.de | Tel.: 04621 - 30 60 89 0 | www.unidomo.de

GROHE
EUROCUBE

GEOMETRISCHE AKZENTE –
EINZIGARTIGER STIL.

GROHE Eurocube. Geometrische Akzente – einzigartiger Stil.

Das pure Design von GROHE Eurocube setzt geometrische Akzente und feiert die Schönheit des Kubus ohne Wenn, ohne Aber, ohne Abstriche. Einzigartiger Stil für dynamische, aktive Menschen, inspiriert von der modernen Großstadt. Genießen Sie ein Stück Klarheit.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

herzlich willkommen bei unserem GROHE Magazin! Diese Ausgabe steht ganz im Zeichen des Winters. In der kalten Jahreszeit ist für manche unter uns nichts schöner als eine verschneite Skipiste – in Aspen findet man zahlreiche davon. Das elegante Ski-Resort in den Rocky Mountains ist ein traumhaftes Reiseziel für Wintersportler, aber auch für Kulturliebhaber. Das malerische Städtchen wartet mit Kunst und Design von Weltrang auf.

Aspen steht seit Langem für pure Freude an Wasser – und das nicht nur in gefrorener Form! Denn der idyllisch gelegene Urlaubsort bietet seinen Besuchern ein schier grenzenloses Erholungsangebot in den stilvollen Spas der Hotels und Chalets, die bei den anspruchsvollen, designorientierten Gästen zu Recht hoch im Kurs stehen. Wir nehmen Sie mit in das legendäre Hotel Jerome, den historischen Lieblingstreff der Hollywoodstars. Seit der Renovierung im Art-déco-Stil erstrahlt das Jerome in neuem, luxuriösem Glanz – ausgestattet mit den Qualitätsstandards des 21. Jahrhunderts.

Wir unterhalten uns außerdem mit dem Architekten Ole Scheeren über seine Arbeit in China, wo sich urbane Ballungsräume in einem rasanten Wandel befinden. Scheeren erläutert, wie die Neudefinition von privatem und öffentlichem Raum das Stadtbild der Zukunft prägen wird. Ron Bakker, Architekt von The Edge, dem nachhaltigsten Bürogebäude der Welt, spricht über sein Bauprojekt, seine Visionen von der idealen Arbeitsumgebung und darüber, wie GROHE Technologie dort hineinpasst.

Außerdem blicken wir zurück auf das jüngste London Design Festival und stellen Ihnen die wichtigsten Einrichtungstrends für das kommende Jahr vor.



Michael Rauterkus,
Vorsitzender des Vorstands der GROHE AG

„GROSSARTIGES DESIGN IST MEHR ALS BLOSSER TREND“

Wir bei GROHE wissen, dass großartiges Design mehr ist als bloßer Trend. In unserer Serie über die Masters of Technology widmen wir uns der langjährigen Entwicklungskompetenz, die in der bahnbrechenden Technologie unserer Produkte steckt. Wir stellen Ihnen einige hoch qualifizierte, leidenschaftliche Mitarbeiter vor, die unsere Tradition jeden Tag fortführen.

Viel Spaß beim Eintauchen in die Welt von GROHE wünscht Ihnen

Ihr Michael Rauterkus

INHALT

GROHE.COM



10 SCHMUCKES ASPEN

Aspen ist das Schatzkästchen der Rocky Mountains. Das Städtchen wartet mit einer Fülle an Kostbarkeiten auf – von Wintersport bis zeitgenössischer Kunst.

22 MEIN ASPEN

Die Architektin und Designerin Sarah Broughton ist ein echter Aspen-Insider und weicht uns in die Geheimnisse ihres Heimatorts ein.



16 ZWISCHEN GESCHICHTE UND ZUKUNFT

Das Hotel Jerome in Aspen wurde einst als Treff von Hollywoodstars berühmt, nach seiner Restaurierung ist es heute wieder beliebter Anlaufpunkt der Schickeria.

28 INTELLIGENTER DUSCHEN

Mit dem Rainshower® SmartControl Duschsystem von GROHE gelingt der Start in den Tag jetzt noch leichter.



32 DESIGN ALS MOTOR

Porsche, BMW und Mercedes-Benz – die drei großen deutschen Automobilhersteller stellen ihre Klassiker in beeindruckenden Museen aus.



40 TECHNOLOGIE & INNOVATION INSIDE

Über die Schulter geschaut: Drei GROHE Experten erklären uns die neuesten Ingenieurstreiche.



48 SPA FÜR ZU HAUSE

Von japanischen Baderitualen inspiriert: Mit dem GROHE Aqua-Zone-Konzept wird das heimische Badezimmer zum Wohlfühl-Spa.

54 INSTANT GENUSS

Instantuppen sind besser als ihr Ruf – und mit der Technologie von GROHE Red® lassen sie sich schnell und einfach zubereiten.



60 DESIGNTRENDS IM GEPÄCK

Paul Flowers, Head of Design bei GROHE und LWT, präsentiert fünf aktuelle Trends vom London Design Festival.

CONTENTS

GROHE AG
 Feldmühleplatz 15
 40545 Düsseldorf
 www.grohe.com

VERANTWORTLICH FÜR DEN HERAUSGEBER
 Henrik John (V.i.S.d.P.)

**ZENTRALE KOORDINATION UND REDAKTION,
 INTERNATIONALE KOORDINATION**
 Jan Shepherd

VERLAG
 BBE Group, Berlin
 bbe-group.de
 Geschäftsführer: Christian Bracht
 cb@bbe-group.de

CHEFREDAKTION
 Hans Bussert, Sabine Röthig (stellv.)

CREATIVE DIRECTOR
 Mario Lombardo

ART DIRECTOR
 Charlotte Lauter

BILDREDAKTION
 Victoria Gisborne-Land

TEXTCHEF
 Huw Nesbitt

LEKTORAT
 Sebastian Schulin

ÜBERSETZUNG
 Brigitte Jakobeit, Volker Oldenburg, Myriam Sodjinou

AUTOREN, FOTOGRAFEN, ILLUSTRATOREN
 Sarah Fakray, Jeni Fulton, Will Furtado, Sue George,
 Christian Hagemann, Ramon Haindl, Georgia Kuhn,
 Josia Lamberto-Egan, Arsalan Mohammad, Ollanski,
 An Paenhuysen, Kevin Perry, Thomas Platt, Schmott,
 Schnepf-Renou, Daniel Trese, Mirjam Wählen

ANDERE SPRACHADAPTIONEN
 Mother Tongue
 21 Heathman's Rd
 London SW6 4TJ
 mothertongue.com

Das GROHE Magazin erscheint in zehn Sprachversionen und 60 Ländern mit einer Gesamtauflage von rund einer Millionen Exemplaren jährlich.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Trotz sorgfältiger Auswahl der Quellen kann für die Richtigkeit nicht gehaftet werden.

Nachdruck und Verwendung nur mit Genehmigung der Redaktion.

All rights reserved.

Eine Online-Version des Magazins finden Sie unter:
magazine.grohe.com

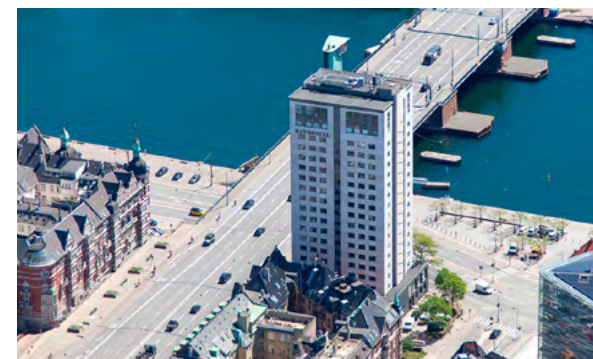
66 ZWISCHENRÄUME

Der deutsche Architekt Ole Scheeren definiert die Beziehung zwischen Menschen und Häusern neu – von China bis nach Singapur.



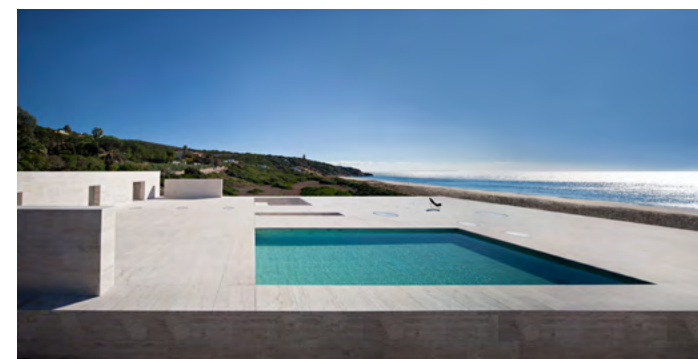
80 KANTE ZEIGEN

The Edge ist das nachhaltigste Bürogebäude der Welt. Wir sprachen mit dem Architekten Ron Bakker über Kosteneffizienz und Umweltbewusstsein.



90 WASSER FÜR DIE ZUKUNFT

Die Nachhaltigkeitsexpertin Sue George über Wassersparen in der Hotelbranche. Und wie Produkte von GROHE dabei helfen.



94 ICONIC PLACES

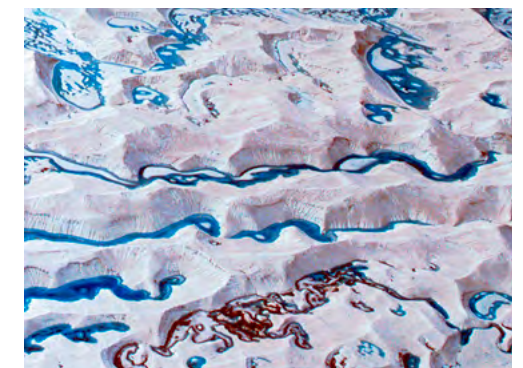
Zwischen Architektur-Avantgarde und zeitgenössischem Design: Wir stellen drei beeindruckende Privathäuser vor.

72 WASSERTHERAPIE

Mit der Ausstellung „Project Ocean“ im Londoner Kaufhaus Selfridges will Jane Withers auf den sorglosen Umgang mit den Weltmeeren aufmerksam machen.

84 LUXUS IM WC

Arena® von GROHE ist die neueste Generation von Dusch-WCs mit ganz besonderen Features.



106 DER GRÖSSTE GLETSCHER DER WELT

Nicht von dieser Welt: Der Lambertgletscher in der Ostantarktis sieht aus wie ein fremder Planet.

Fotos: Mirjam Wählen, OVG, Andrew Meredith, PR, Javier Callejas, Richard Stanaway

THE SOURCE OF LIVING

NEU

GROHE
ESSENCE

GROHE

*Pure Freude
an Wasser*

Entdecken Sie mit der neuen GROHE Essence einen minimalistischen Stil der Wärme ausstrahlt. Den schlanken, architektonisch geprägten Körper ergänzen organisch geformte Elemente. So passt die Armatur hervorragend in die zeitgemäße Küche und zu Köchen mit einem Hang zur Sinnlichkeit.

GROHE
MAGAZIN

ASPE
N

SCHMUCKES ASPEN

TEXT
AN PAENHUUSEN

Extremsport, avantgardistische Architektur, weltberühmte
Kunstwerke: Die kulturelle Vielfalt des Ferienorts kennt
keine Grenzen

Foto: Aspen Snowmass



Aspen und Umgebung sind seit jeher ein beliebtes Ziel für Wintersportler.



Aspen hat architektonisch viel zu bieten – von den typischen roten Backsteinhäusern aus der Zeit um 1900 bis zu modernen Highlights wie dem neuen Aspen Art Museum mit seiner lichtdurchlässigen Fassade.

Aspen gleicht einem Schmuckkästchen: Die malerische Wintersportgemeinde im Bundesstaat Colorado wartet mit einer Fülle von Kostbarkeiten auf. Berühmt ist Aspen vor allem als Mittelpunkt eines Skigebiets, das mit halsbrecherischen Pisten abenteuerlustige Alpensportler aus aller Welt anzieht. So steht Aspen für rasante Abfahrten – doch für das Schneeparadies in den Rocky Mountains geht es immer nur bergauf. Das Städtchen in 2400 Meter Höhe ist ein Garant für ausgelassene Stimmung, und das liegt bei Weitem nicht nur an der dünnen Luft. Ein Urlaub hier ist wie Ausspannen auf einer Luxusjacht: Es ist einfach alles perfekt. Das liebste Ski-Resort der Hollywoodstars vereint mondänes Flair mit einer atemberaubend schönen Berglandschaft.

von 21 Quadratkilometern Pistenspaß für Snowboarder und Skifahrer jeden Levels. Aspen Mountain und Aspen Highlands sind der ideale Tummelplatz für Fortgeschrittene und Skiprofis. Anfänger, Snowboarder und Freestyle-Fans begeistern sich vor allem für die Berge Snowmass und Buttermilk. Der Snowmass verfügt nicht nur über viele leichte Pisten, sondern auch über einen 1350 Meter langen Steilhang – den längsten Nordamerikas. Am Buttermilk werden alljährlich die Winter-X-Games ausgetragen, Extremsportwettkämpfe etwa im Freeskiing und Snowboarding. Und wem all das noch nicht genügt: Man kann auch Hundeschlittenfahrten, Schneeschuhwanderungen und Schneemobil-Safaris unternehmen.

Nach einem Tag im Schnee geht es zum Après-Ski zurück nach Aspen. Die Architektur des Ortes zeugt von seiner Geschichte. Zahlreiche denkmalgeschützte Gebäude, darunter Hotels und das Opernhaus, entstanden Ende der 1870er-Jahre zur Zeit des Silberbooms. 1946, gut 70 Jahre später, legte ein Mann aus

Glamouröses Skivergnügen

Wer an Aspen denkt, denkt zuerst ans Skifahren. Kein Wunder, denn die vier umliegenden Skigebiete garantieren auf einer Gesamtfläche

Chicago mit der Immobilien-Entwicklungsgesellschaft Aspen Skiing Company den Grundstein für Aspens glanzvollen Ruf als Ski-Resort: Walter Paepcke. Der Sohn preußischer Einwanderer setzte sich auch leidenschaftlich für die kulturelle Entwicklung Aspens ein und veranstaltete 1949 eine Feier zum 200. Geburtstag Johann Wolfgang von Goethes. Als in den Siebzigern der Gonzo-Journalist Hunter S. Thompson nach Aspen zog, erlangte der Wintersportort zeitweilig einen Ruf als Treffpunkt der Hippie-Szene. Cannabisläden wie die Silverpeak Apothecary – in Colorado ist der Haschischgenuss legal – erinnern an die wilden Zeiten von damals.

Heute steht Aspen vor allem für Glamour und Reichtum. Filmstars, Musiker und andere Prominente kommen in Scharen und genießen das exklusive Ambiente. Kurt Russell, Antonio Banderas und Kevin Costner besitzen hier Häuser; Cameron Diaz, Bill Murray und Melanie

Griffith sind regelmäßige Gäste in den Fünfsternehotels und noblen Spas. Mit etwas Glück trifft man im Luxusresort St.Regis auf Paris Hilton, Uma Thurman oder die Kardashians.

Ein kulturelles Juwel

Aber Aspen ist nicht nur Hotspot für die Reichen und Berühmten. Ebenso stolz ist man darauf, dass sich immer wieder einige der kreativsten Köpfe der Welt hier niedergelassen haben. Zum Beispiel der österreichisch-amerikanische Architekt Herbert Bayer. Der ehemalige Bauhaus-Lehrer kam 1946 im Auftrag Walter Paepckes nach Aspen, um den Hauptsitz der Denkfabrik des Unternehmers, das Aspen Institute, zu bauen. Auch an der Restaurierung des Wheeler Opera House war Bayer beteiligt. Das 1950 wiedereröffnete, vielseitig genutzte Opernhaus verfügt über genau 503 Sitzplätze und dient seit dem Einbau digitaler Leinwände 2013 auch als Kino.

Die Geschichte des liebsten Ski-Resorts der Hollywoodstars reicht zurück bis in die 1870er, als die ersten Siedler ins Tal kamen. Heute ist der Ort in den Rockies eine wahre Schatzkammer für seine Gäste: 21 Quadrat-kilometer mit erstklassigen Skipisten und ein einzigartiges Kulturangebot.



Während des Filmfests zwischen Weihnachten und Neujahr werden alle oscarnominierten Filme des aktuellen Jahres gezeigt. Seit 2011 ist das Haus zudem Veranstaltungsort für das Aspen Laff Festival, eines der großen Comedy-Events der USA.

In Flughafennähe befindet sich ein weiteres kulturelles Highlight: das Aspen Santa Fe Ballet. Die 1994 gegründete Tanzgruppe mit ihrem elfköpfigen Ensemble verfügt über zwei Ausbildungsstätten – eine in Aspen, die andere in Santa Fe. Schulkinder in Colorado und New Mexico können über ein Förderprogramm kostenlosen Unterricht in mexikanischem Folkloretanz bekommen. Regelmäßig lädt das Aspen Santa Fe Ballet Tanzkompanien aus aller Welt zu Gast. In der Wintersaison 2015/16 feiert das Ballett sein zwanzigjähriges

Jubiläum mit einer Sondervorstellung: Gezeigt werden Stücke der renommierten Choreografen Fernando Melo, Cayetano Soto und Alejandro Cerrudo. Aber auch Kinder und Familien kommen in diesem Winter nicht zu kurz: Auf dem Programm steht eine moderne Version des „Nussknackers“ mit Elementen aus Ballett, Flamenco und chinesischem Schwerttanz.

Die kulturellen Einrichtungen Aspens präsentieren sich immer wieder neu. Im vergangenen Jahr zog das Aspen Art Museum von einem umgebauten Wasserkraftwerk, in dem es 1979 seine Pforten öffnete, in einen Neubau des preisgekrönten japanischen Architekten Shigeru Ban. Das lichtdurchflutete Gebäude – selbst ein Kunstwerk – ist von einer Konstruktion aus miteinander verwobenen

Holzlamellen umschlossen, die an ein Korbgeflecht erinnert. Seitdem Heidi Zuckerman 2005 den Posten der Direktorin und leitenden Kuratorin übernommen hat, wurden einige der bekanntesten Namen der zeitgenössischen Kunstszene hierhergeholt. So haben in der Galerie schon Ai Weiwei, Sarah Lucas und Lorna Simpson ausgestellt. In diesem Winter sind Arbeiten der Installationskünstlerin Liz Larner, der Bildhauerin Anna Sew Hoy und der Multimediakünstlerin Diana Thater zu sehen.

Schätze zum Mitnehmen

Wer mit Kunst und Kultur nicht so viel am Hut hat, kann sich in Aspen natürlich auch auf andere Weise amüsieren. Insbesondere Shoppingenthusiasten werden hier mit Sicherheit auf ihre Kosten kommen. Ansässige

Boutiquen wie Maison Ullens und Bloomingbirds können es locker mit den hippen Shops in der Londoner Brick Lane aufnehmen. In der Galena Street reihen sich die Läden der Luxusmarken wie Prada, Gucci, Dior und Ralph Lauren wie die Perlen einer besonders kostspieligen Kette aneinander. Aber auch Einkaufslustige mit schmalere Budget werden fündig: Im Aspen Thrift Store lässt sich herrlich nach Designerschnäppchen und anderen Schätzen stöbern – eine großartige Gelegenheit, ein Andenken aus dem Schmuckkästchen Aspen nach Hause mitzunehmen.



ATRIO
Siehe S. 19

ZWISCHEN GESCHICHTE UND ZUKUNFT

Seit fast 130 Jahren geht das Hotel Jerome mit Aspen durch dick und dünn. Dank der kürzlich erfolgten Renovierung sieht es so aus, als würde das auch noch lange so bleiben

Das Hotel Jerome wurde 1889 als Pendant berühmter Grandhotels erbaut und ist bis heute eine echte Institution. In den Sechzigern war es beliebte Herberge von Filmstars und wohlhabenden Hippies. Mit der Neugestaltung durch die Architekten Rowland + Broughton 2012 hat das Hotel den Sprung ins 21. Jahrhundert mit Grandezza gemeistert.

Foto: PR

M O C K I N G

A C C E S S



Die Suiten und öffentlichen Bereiche des Hotels Jerome faszinieren mit einem gelungenen Stilmix aus viktorianischen Möbeln und Art déco.



Wenn ein Gebäude die Geschichte Aspens erzählen könnte, dann das Hotel Jerome. Jerome B. Wheeler baute das zweigeschossige Hotel aus rotem Backstein 1889 in der Absicht, eine Luxusherberge zu schaffen, die es mit dem Londoner Savoy und anderen Grandhotels aufnehmen konnte. Aber aus dem Jerome ist viel mehr geworden: eine echte Institution und ein beeindruckendes Zeugnis der bewegten Geschichte Aspens. Seit der umfassenden Renovierung vor drei Jahren verfügt das Hotel über 93 Zimmer und Suiten sowie einen Swimmingpool mit Blick auf die Rocky Mountains.

Als das Hotel Jerome erbaut wurde, begann in Aspen die Blütezeit des Silberbergbaus, und der wirtschaftliche Boom lockte unzählige Investoren in die Rocky Mountains. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts jedoch brach das Geschäft mit dem Silber ein. Die Menschen verließen den Ort in Scharen und mit ihnen viele Gäste das Jerome. Der Wohlstand kehrte erst wieder nach Aspen zurück, als sich das Städtchen in den 1940ern zu einem beliebten Ski-Resort entwickelte. Auslöser dieses zweiten Aufschwungs war der Bau des ersten Skilifts, der eine ganz neue Klientel anzog. In den Sechzigern wurde Aspen zum angesagten Treffpunkt für Hippies und Celebrities. Filmstars wie Lana Turner und John Wayne kamen in den Ort, und die Bar des Jerome avancierte zum Lieblingstresen von Jack Nickolson und den Eagles. Heute kehrt Mariah Carey gern auf einen Drink hier ein.

Der Zustrom der Gäste riss über die Jahre nicht ab, aber der Zahn der Zeit begann an dem Gebäude zu nagen. Das in Aspen ansässige Architektenbüro Rowland+Broughton nahm 2012 die Herausforderung an, das Hotel umfassend und zugleich behutsam zu sanieren, ohne dabei den historischen Charme des

Gebäudes anzutasten. Ihm zur Seite stand der renommierte Inneneinrichter Todd-Avery Lenahan, der sich bei der Raumgestaltung vom amerikanisch-viktorianischen Stil und vom Art déco inspirieren ließ. In den elegant eingerichteten Gästezimmern zeugen heute stromlinienförmige Leuchtkörper und GROHE Armaturen von purem Luxus. Besonders deutlich wird Lenahans Liebe zu Aspen in den Wohnzimmern der Suiten: Möbel aus verschiedenen Epochen sowie Bezugsstoffe in saten Farben und Tartanmustern verleihen dem Interieur Wärme und Lebendigkeit.

Trotz der Neugestaltung ist die Tradition des Hauses überall präsent. In seinem 127. Jahr beeindruckt das Hotel Jerome mit Fliesenböden, inspiriert von indianischen Teppichmustern, einem Eichenkamin mit prächtigen Schnitzereien und dem eleganten Auberge Spa. Das Restaurant begeistert mit handvernähten Lederstühlen und einem innovativen Beleuchtungssystem, das sich verschiedenen Stimmungen anpasst. Das Jerome erstrahlt in üppigem Luxus und verströmt gleichzeitig stylisches Flair – eine gelungene Fusion von Alt und Neu, die sicher noch viele Gäste in ihren Bann ziehen wird.

ATRIO
Siehe S. 17

Getreu dem Bauhaus-Gebot „Form Follows Function“ bilden die Armaturen aus der Atrio Classic Collection eine harmonische Einheit aus zylindrischer Form und GROHE Spitzentechnologie – das i-Tüpfelchen auf den eklektischen Einrichtungsstil des Hotels Jerome.

FOTOS: PR



A
C
C
E
S
S



Gediegene Einrichtung, behagliche Atmosphäre: Das Auberge Spa des Hotel Jerome ist eine Oase der Entspannung.

Foto: PR

MEIN ASPEN

INTERVIEW
WILL FURTADO

PORTRÄTS
DANIEL TRESE

Die Architektin Sarah Broughton über den Aspen-Stil und wo man am besten essen, ausgehen und abschalten kann



Sarah Broughton ist Mitbegründerin des Architektur- und Stadtplanungsbüros Rowland+ Broughton, das dem Hotel Jerome in Aspen zu neuem Glanz verhalf. Seit zehn Jahren lebt sie in dem Ort in den Rockies und ist immer noch begeistert von seiner großartigen Architektur, der Landschaft und der Tierwelt. Broughton liebt das internationale Flair, das diese relativ kleine Stadt auszeichnet: Aspen begrüßt das ganze Jahr über Gäste aus aller Welt. Und jedem wird etwas anderes geboten: Aspen ist nicht nur ein weltbekanntes Ski-Resort mit unvergleichlichem Bergpanorama, sondern kann sich auch einer Fülle von Spitzenrestaurants, Bars, Cafés und Spas rühmen – genug Vielfalt, um alle Besucher bei Laune zu halten. Im Gespräch erzählt Aspen-Kennerin Sarah von den schönsten Orten für die Freizeitgestaltung.

GROHE

Aspen ist vor allem berühmt für seine atemberaubend schöne Natur, aber es gibt hier auch viele spektakuläre Bauwerke. Wie richten die Menschen ihre Häuser und Apartments ein?

S. Broughton

Die Leute wollen viel natürliches Licht in ihren Häusern haben, denn das Licht in Aspen ist wirklich fantastisch. Um es richtig einzufangen, muss man gut über die Platzierung der Fenster nachdenken. Die Fenster sind immer der Ausgangspunkt, wenn wir hier in Aspen Innenräume gestalten. Heute herrscht definitiv eine größere Stilvielfalt als noch vor 20 Jahren, aber Naturmaterialien wie Holz, Stein oder Wolle liegen nach wie vor im Trend. Auch wir haben bei der Neugestaltung des Hotel Jerome viel damit gearbeitet. Wir wollten der Geschichte des Hauses gerecht werden und ihm gleichzeitig den Weg in die Gegenwart und in die Zukunft weisen.

G Wo kann man am besten essen gehen?

SB Da empfehle ich das Matsuhisa, ein japanisches Restaurant von einzigartiger Qualität. Der Lachs ist ein Gedicht. Er wird auf eine ganz besondere Weise zubereitet, die sich „New Style“ nennt. Tagsüber gehe ich gerne in Peach’s Corner Cafe. Dort wird alles frisch zubereitet, sie verwenden nur Bioprodukte, und die Eiergerichte sind einfach köstlich.



„Himmlisch“ nennt Sarah Broughton den Blick auf Aspen.

G Wo verbringen Sie Ihre Abende?

SB Abends gehe ich am liebsten essen, was in Aspen nicht schwerfällt, da so viele großartige Restaurants zur Auswahl stehen. Außer im Matsuhisa bin ich gern im Casa Tua. Das ist ein italienisches Restaurant in einem riesigen alten Chalet mitten im Ort, das übrigens auch eine Filiale in Miami hat. Nach dem Essen schaue ich oft im Belly Up vorbei, wo es jeden Abend Livemusik gibt. Es treten berühmte, aber auch unbekannte Künstler auf, und davon will ich so viel wie möglich mitkriegen.

G Wohin gehen Sie, wenn Sie ausspannen wollen?

SB Ich bin ein großer Naturfan. Meine Hobbys sind unter anderem Rad- und Skifahren. Wenn ich zum Langlauf oder auf die Piste will, fahre ich meistens ins Skigebiet Aspen Mountain. Zum Mountainbiken geht es in den Sky Mountain Park. Die Strecke dort macht wirklich süchtig! Und in den Maroon Bells kann man tolle Radtouren machen.

„DAS ABSOLUT EINMALIGE AN ASPEN IST, WIE NATUR UND KULTUR HIER MITEINANDER VERSCHMELZEN“

G Man sagt, Aspen verfüge über einige der besten Fitnessklubs und Spas.

SB Ja, das stimmt, und die Auswahl ist riesig. Besonders gut gefällt es mir im Aspen Meadows Resort, das in einem wirklich coolen Gebäude im Internationalen Stil untergebracht ist. Wilma's River Resort ist auch hervorragend, außerdem gehe ich gern ins Remède Spa im St. Regis Resort. Dort lasse ich mich mit einer Massage verwöhnen, danach entspanne ich am Pool. Dazu bin ich noch Mitglied im Aspen Club. Der hat einfach alles, von Kardiogeräten und Gewichten bis hin zu Yoga- und Pilateskursen.

G Welche Sport-Highlights hat Aspen zu bieten?

SB Jedes Jahr finden hier Rennen des Alpiner Skiweltcups der Damen statt. Unser Büro gehört zu den Sponsoren, und es ist immer ein Erlebnis, wenn der internationale Skirennzirkus bei uns zu Gast ist.

G Was ist das bestgehütete Geheimnis der Stadt?

SB Der North-Star-Naturpark östlich von Aspen. Dort ist es wunderschön, egal zu welcher Jahreszeit. Im Herbst haben die Elche Paarungszeit, und das Laub an den Bäumen färbt sich golden. Im Winter kann man das Gebiet auf präparierten Loipen mit Schneeschuhen oder Langlaufskiern erkunden. Im Frühling treten die Flüsse über die Ufer, und der gesamte Park verwandelt sich in ein Feuchtbiotop. Und im Sommer kann man auf den Flüssen Kanu fahren. Dieser Ort ist wirklich etwas ganz Besonderes.

G Von wo hat man den atemberaubendsten Blick auf Aspen?

SB Ich würde sagen, dazu wandert man am besten den Smuggler Mountain hinauf.



Auf dem Gipfel gibt es eine Aussichtsplattform, von der man einen herrlichen Blick auf den Ort und das Tal hat. Oder man folgt dem Ute Trail bis hoch zu einem großen Felsvorsprung. Der Blick von dort oben ist einfach himmlisch. Der Wanderweg ist nach den Ute-Indianern benannt, den ersten Bewohnern Aspens. Aus dem Foyer des Wheeler Opera House hat man hingegen einen grandiosen Blick auf den Aspen Mountain. Und die Aussicht aus unserem Konferenzraum ist auch nicht zu verachten!

G Was vermissen Sie am meisten, wenn Sie auf Reisen sind?

SB Das absolut Einmalige an Aspen ist, wie Natur und Kultur hier miteinander verschmelzen. Ich war gerade in Park City, dem Kurort in Utah, und das gibt es dort einfach nicht. Ich bin schon in so vielen Skigebieten in Europa gewesen, und jedes Mal staune ich erneut, wie gut wir es haben. Aspen ist die ideale Einheit von erhabener Berglandschaft und Kultur von Weltrang.



Dieses von Sarah Broughton gestaltete Privathaus zeigt den typischen Aspen-Style.



Fotos: Daniel Trese, rowland+broughton

GROHE GRANDERA® HOME IS WHERE MY SPA IS



Zeitlose Eleganz ist ein Ergebnis von Purismus und Harmonie. GROHE Grandera™ verbindet weiche und geradlinige Elemente zu einer harmonischen Einheit. Die Kollektion mit ihrer geometrischen Form und klassischen Symmetrie setzt einen neuen ästhetischen Standard im Bad. In Warm Sunset, Chrom/Gold oder Chrom ist sie mit den unterschiedlichsten Einrichtungsstilen kombinierbar. VISIT GROHE.COM

GROHE
SPA

INTELLIGENTER DUSCHEN

Das Rainshower® SmartControl Duschsystem von
GROHE verspricht ein noch angenehmeres Duscherlebnis

Die intelligente Dusche: Mit GROHE SmartControl werden die Duschfunktionen mit einem einfachen Handgriff eingestellt.



Foto: GROHE AG

Gute Nachrichten für Duschiebhaber: Um Wassertemperatur und Intensität des GROHE SmartControl Duschsystems einzustellen, bedarf es nur einer sanften Berührung. Was gibt es Schöneres im Leben, als den Tag unter der Dusche mit genau der richtigen Temperatur zu beginnen (oder zu beenden) – sei es heiß, kalt oder jede beliebige Temperaturstufe dazwischen? Die Innovation im GROHE System liegt in dem Druckknopf. Dieser lässt nicht nur das Wasser laufen, sondern dient auch zum Einstellen der Wassermenge, indem man ihn leicht dreht – ganz ohne Wasserhahn oder Stoßgebete zu den Göttern der Morgendusche.

Die SmartControl Innovation ist als Teil des GROHE Rainshower® Spitzenduschsystems erhältlich. Dessen extragroßer Duschkopf mit seinem Durchmesser von 360 Millimetern benetzt den ganzen Körper mit Wasser und vermittelt das Gefühl, unter einem warmen, tropischen Wasserfall zu duschen. Der SmartControl Druckknopf regelt außerdem die Stärke des Wasserstrahls – von einem leichten Nieselregen bis zum regelrechten Wolkenbruch. Das Duschsystem kann auch mit GROHE Rain, Rain O² und TrioMassage Sprühmodellen kombiniert werden, für eine gleichzeitige Kopf- und Schultermassage beim Duschen.

Neben den herausragenden technischen Eigenschaften beeindruckt SmartControl mit einem formschönen Design. Der Druckknopf, die Duschwanne, das Temperaturregler-Gehäuse und die flache Glasablage sind ansprechend modern und schlicht gestaltet, passend zu der zukunftsweisenden Technik, die sich dahinter verbirgt. Darüber hinaus wird das Duschen dank der CoolTouch® Funktion auch sicherer, denn man kann sich nicht mehr durch versehentliches Verstellen des Wasserhahns verbrühen.

Vor allem aber garantiert das GROHE Rainshower® SmartControl Duschsystem den Duschiebhabern ein angenehmeres und bequemerer Duscherlebnis mit einem besonderen Augenmerk auf die kleinen Details, die so häufig übersehen werden.



Mit einem einfachen Knopfdruck beginnt das Duscherlebnis. Durch Drehen lässt sich das Wasservolumen stufenweise von Eco bis auf Durchfluss einstellen.

Fotos: GROHE AG

EINE MASSAGE BELEBENDE



Die Kopfdusche 1-Trio Massage

SOMMEREREGEN

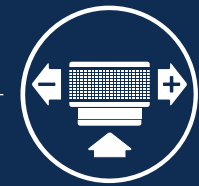


Die Kopfduschen 2-PureRain und Rain O²

HEINER DUSCHE



Die P&S Handduschen Rain und Rain O²



NEWS & PRODUCTS



SKATE COSMOPOLITAN
Siehe S. 36

DESIGN ALS MOTOR

TEXT
KEVIN PERRY

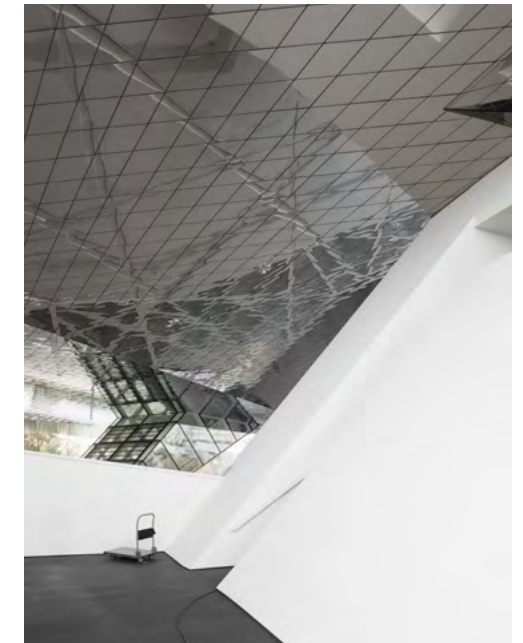
FOTOS
SCHNEPP · RENOÜ

**Porsche, BMW und Mercedes Benz
stellen ihre Autoklassiker in beeindruckender
Architektur aus**





Von außen wie innen: Das Porsche Museum in Zuffenhausen ist ein architektonisches Highlight.



Als 1953 im Museum of Modern Art in New York City eine Automobilausstellung eröffnete, befand sich unter den Exponaten ein Porsche 1500 Super aus dem Jahr 1952. Mit der Kanonisierung erhielten die Autos des deutschen Herstellers schon damals den Status von Kunstobjekten. Entsprechend anspruchsvoll ist auch die Architektur des Porsche Museums in Stuttgart.

Das Museum ist seit Januar 2009 im Stuttgarter Stadtteil Zuffenhausen, der Geburtsstätte von Porsche, für Besucher geöffnet. Das Wiener Architekturbüro Delugan Meissl hatte vier Jahre zuvor den Zuschlag für seinen Entwurf erhalten und sich damit gegen 170 Mitbewerber durchgesetzt.

Die kühne Gestaltungsidee für das Museumsgebäude entspricht dem Design-Anspruch der Marke Porsche. Der Hauptkörper des Museums, der von drei V-förmigen Säulen gestützt wird, scheint über den Boden zu schweben.

„Das Gebäude übersetzt sichtbar die Dynamik der Marke Porsche in Architektur“, sagt der Museumsleiter Achim Stejskal. „Aus jeder Perspektive präsentieren sich Monolith und

Basis durch ihre polygonen, avantgardistischen Formen, aber auch durch unterschiedliche Strukturen und Fensterflächen.“

Jedoch hat das Gebäude nicht nur optische Vorzüge. Durch seinen einzigartigen Aufbau gibt es seinen Besuchern die Möglichkeit, die Ausstellungen ganz individuell zu erkunden. „Das Museum ist nicht nur etwas für Autoliebhaber – sondern für jedermann“, sagt Stejskal. „Man hat sich bei dem Bau bewusst gegen bestimmte museale Paradigmen entschieden. Die Sportwagen sollen für sich selbst sprechen können. Dem Besucher wird kein Weg vorgeschrieben, den er zu gehen hat.“ Neben den ausgestellten automobilen Kostbarkeiten gibt es eine interaktive „Porsche Touch-wall“ zu erleben. Gelegentlich werden zudem „Sound-Nächte“ veranstaltet, bei denen die Motoren berühmter Porsche-Modelle für Liebhaberohren aufheulen.

Ein Ausstellungsstück ist Stejskals ganz persönlicher Liebling: „Der Porsche 904 – der bestaussehende Porsche-Sportwagen, den es je gab!“, findet er. „Er wurde von Ferdinand Alexander Porsche entwickelt, dem Mann, der auch den 911 entworfen hat.“ Und weiter:



„Das 904-Modell, das wir hier im Museum zeigen, ist Baujahr 1965. Es hat eine schmalere Front; es ist auch eines der ersten Porsche-Modelle mit einer Kunststoffhaut.“

Natürlich hat man in Deutschland die Qual der Wahl, wenn es um Museen berühmter Automarken geht. Nur neun Kilometer südöstlich der Porsche-Residenz in Stuttgart befindet sich das Mercedes-Benz Museum. Konzipiert von dem holländischen Architekturbüro UNStudio und dabei inspiriert durch die Form eines Automotors, eröffnete das Haus im Mai 2006. Und in München steht das BMW Museum. Seine Gestaltung geht auf den Wiener Architekten Karl Schwanzler zurück. Seine unverwechselbare Doppelkegel-Form prägt das Stadtbild seit 1973. Im Jahr 2008 wurde es renoviert und neu eröffnet.

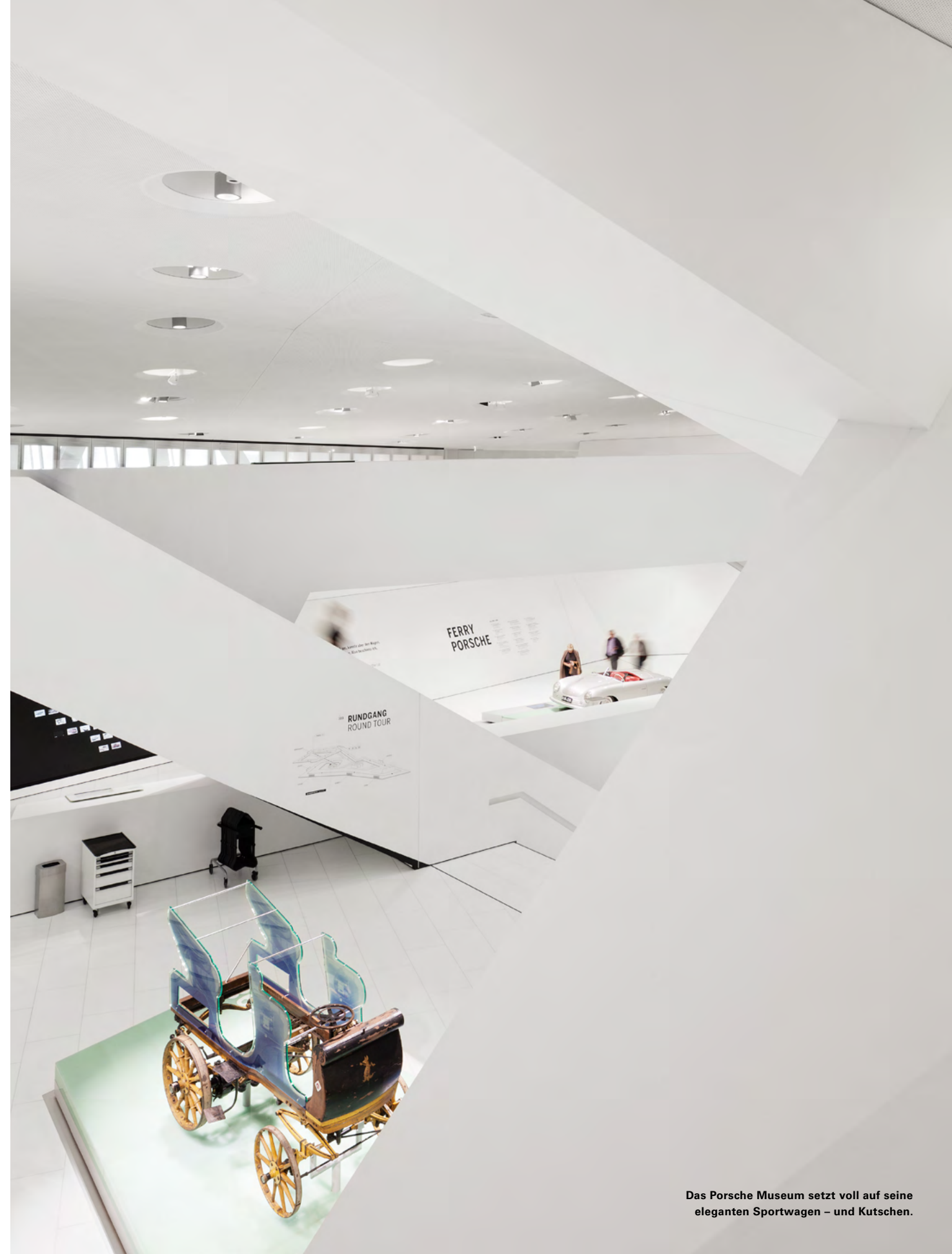
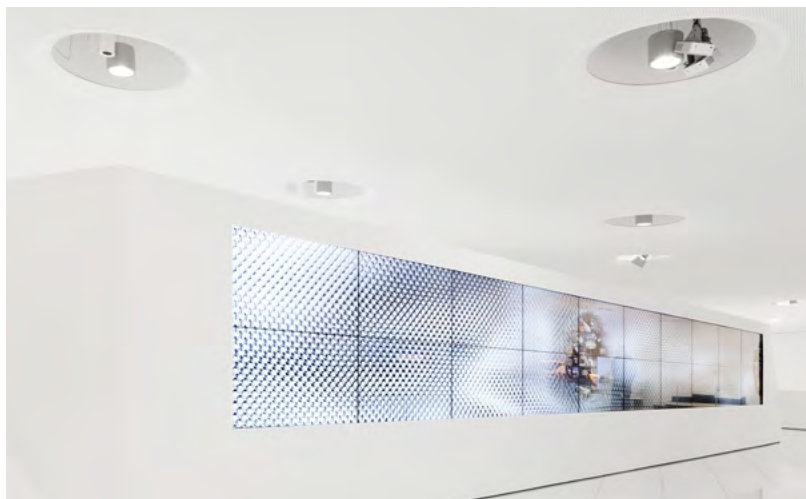
Wenn es um deutsches Design geht, sollten Sie unbedingt eines der Museen besuchen. Die bildende Kunst kann warten!

ÖFFNUNGSZEITEN

Di–So 9–18 Uhr
Porscheplatz 1, 70435 Stuttgart
www.porsche.com

SKATE COSMOPOLITAN Siehe S. 32

Die WCs im Porsche Museum sind mit der Rapid SL ausgestattet. Einer Doppelspülung im Wasserkasten, bei der der Anwender die Spülmenge bestimmen kann, indem er die große Schaltfläche (volles Volumen) oder die kleine Schaltfläche (halbes Volumen) an Wandtellern wie der Skate Cosmopolitan betätigt.



Das Porsche Museum setzt voll auf seine eleganten Sportwagen – und Kutschen.

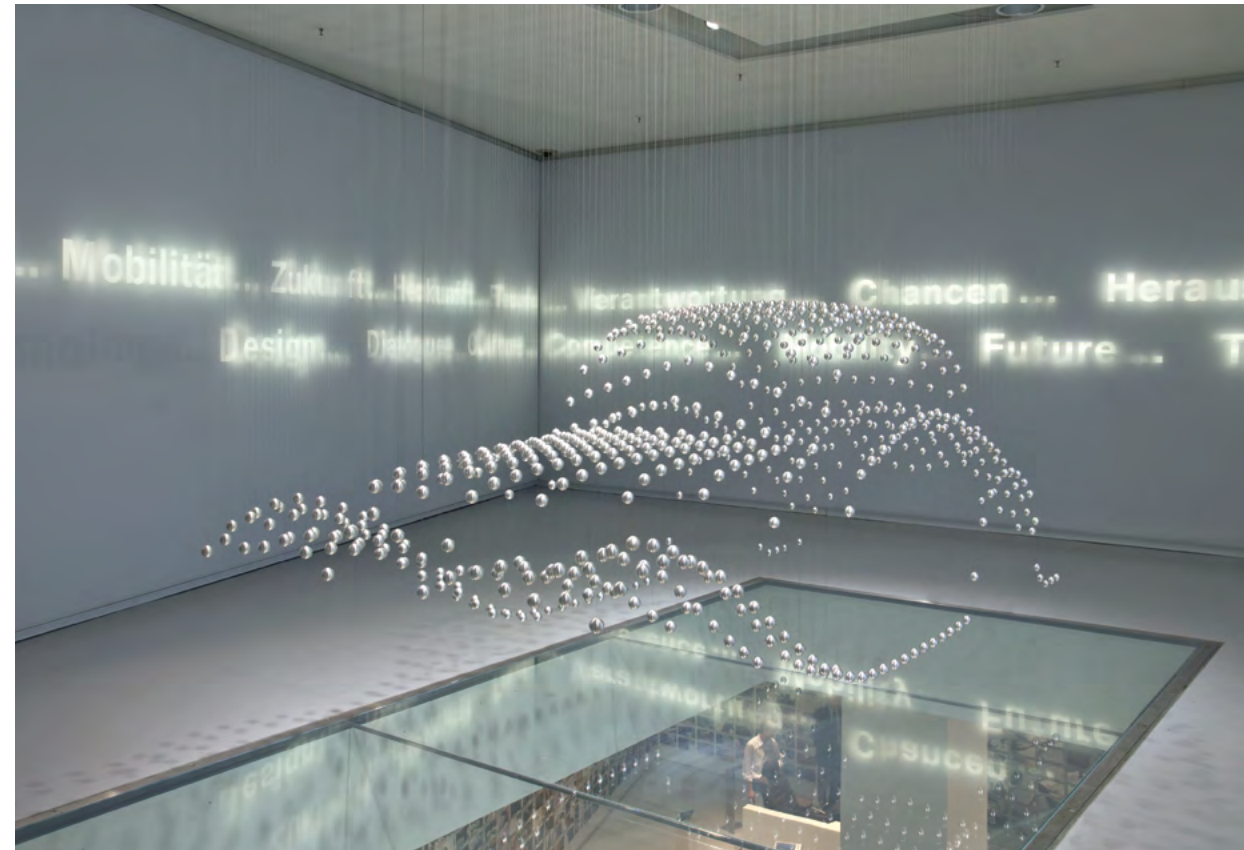
BMW Museum

Mehr als neunzig Jahre BMW-Geschichte werden hier in sieben Häusern vorgestellt. Die Themenbereiche sind: Design, Unternehmen, Motorrad, Technologie, Motorsport, Marke und die Serien. Damit bietet jedes der Häuser einen Einblick in bestimmte Aspekte des Unternehmens und zeigt den Prozess des Autobaus. Die Toilettenräume sind mit **GROHE Europlus E** Wasserhähnen ausgestattet, deren Design sich perfekt in das reduzierte Interieur einfügt.



ÖFFNUNGSZEITEN

Di-So 10-18 Uhr
Am Olympiapark 2
80809 München
www.bmw-welt.com

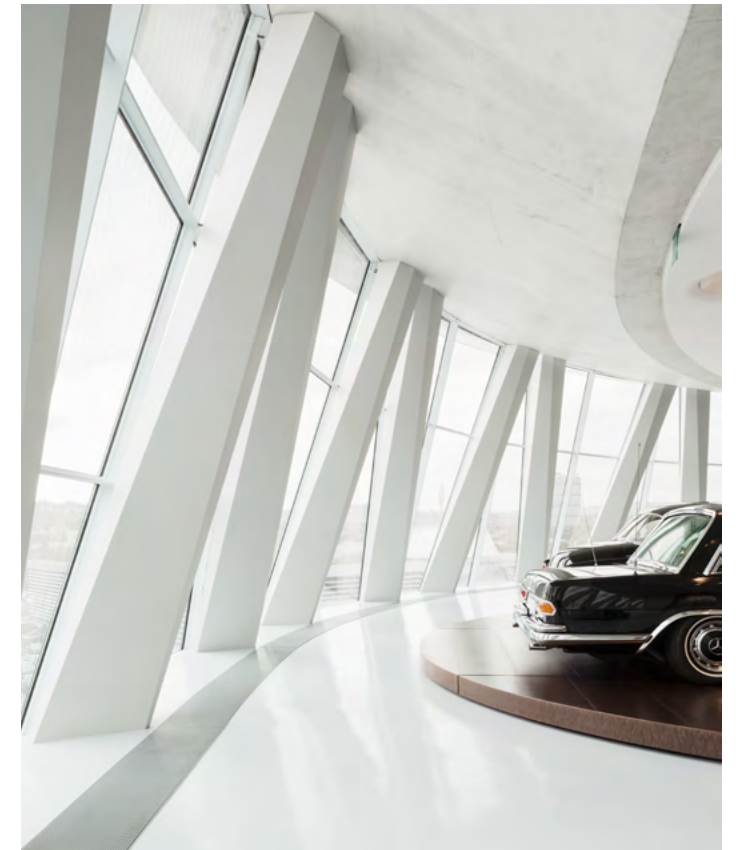


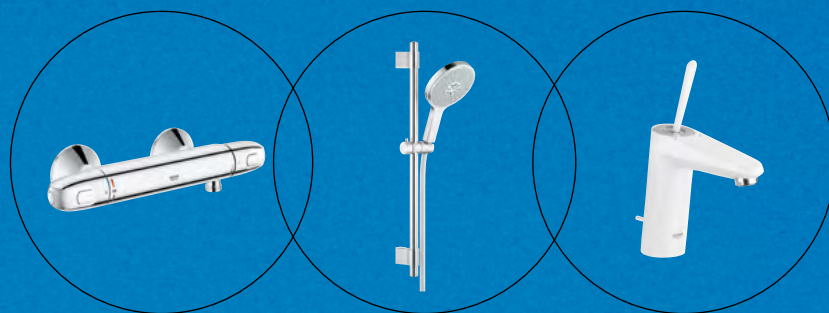
Mercedes-Benz Museum

Mit mehr als 160 Fahrzeugen und 1500 Ausstellungsstücken auf neun Stockwerken illustriert das Museum die Entwicklung von Mercedes-Benz sowie der gesamten Automobilindustrie der vergangenen 125 Jahre. Kostenlose Audio-Touren werden angeboten und außerdem die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen einer der Mercedes-Werkshallen zu werfen, in denen Motoren hergestellt werden. Und wie im Porsche Museum finden sich in den WCs **GROHE Rapid SL**-Spülungen, die den Besuchern eine Wasserspar-Option anbieten.

ÖFFNUNGSZEITEN

Di-So 9-18 Uhr
Mercedesstraße 100
70372 Stuttgart
www.mercedes-benz.com





GROHTHERM 1000

POWER & SOUL®

EURODISC JOY

TECHNOLOGIE & INNOVATION INSIDE

TEXT

SARAH FAKRAY

FOTOS

RAMON HAINDL

GROHE ist ein weltweit führender Anbieter von Wassertechnologien und setzt auf die Markenwerte Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit, um die innovativsten Anwendungen für den Sanitärbereich zu entwickeln. Wir sprachen mit drei Ausbildern von GROHE über verschiedene Innovationen, die allesamt Ergebnis einer einzigartigen Freude an der Entwicklung sind.

GROHTHERM 1000

Dieser Thermostat verfügt über die TurboStat® Technologie, die maximalen Komfort, Sicherheit und Einsparung verspricht: Die gewünschte Temperatur wird innerhalb von Sekunden erreicht und dann konstant gehalten.

POWER & SOUL®

Die Power&Soul® Handbrausen von GROHE stellen vier eigene Strahlarten zur Auswahl: GROHE Rain O², Rain, Bokoma Spray und Jet – die für noch größeren Komfort auch kombiniert werden können.

EURODISC JOY

Die Waschtischbatterie aus der GROHE Eurodisc Joy Serie verfügt über die SilkMove® Kartuschnetechnologie. Die Keramikscheiben sorgen für lang anhaltende geschmeidige Beweglichkeit.

Manche mögen's heiß

Die Präzisions-Kontrollthermostate von GROHE nutzen die empfindlichste Instanz, die es gibt, wenn es um das Messen von Temperaturen geht: unsere Haut. Die TurboStat® Technologie liefert in Sekundenbruchteilen die gewünschte Temperatur und hält sie konstant.

„Aus Verbrauchersicht geht es bei den GROHE Thermostaten immer um drei Vorteile: Komfort, Sicherheit und Einsparung“, sagt Christian Böttger von GROHE. „Komfort, weil ich den Thermostat zum Haarewaschen oder Einseifen ganz einfach aus- und wieder einschalten kann. Sicherheit, weil im Falle eines Ausfalls der Kaltwasserzufuhr das Thermelement nach oben rutscht und das heiße Wasser abstellt, damit ich mich nicht verbrühe. Und Einsparung, weil die Dusche die gewünschte Temperatur ganz ohne langes Probieren erreicht.“

Aber nicht nur aus Verbrauchersicht ist der Thermostat beeindruckend, sondern mehr noch durch seine verborgene Technik. „Der Sensor der Kartusche ist aus einer speziellen Kupfer-Wachs-Mischung gefertigt, wodurch TurboStat® Temperaturspitzen in 0,3 Sekunden ausgleicht“, erklärt Böttger. Thermostate wie die Grohtherm 1000 sind eben nicht nur mechanische Messgeräte, sondern sie sind die Schnittstelle zwischen Haut und Wasser.

Mit Blick auf die neueste Entwicklung der Firma, die Power&Soul® Dusche, betont Jörg Nitschky-Germann die Anpassungsfähigkeit, einen wesentlichen Bestandteil der GROHE Designphilosophie. „Das Besondere an diesem Produkt sind die verschiedenen Strahlarten, die einzeln auswechselbar und miteinander kombinierbar sind“, erklärt er.

Die Duschen haben die Form einer geschwungenen Silhouette. Das Modell verfügt über einen großen Duschkopf von 190 Millimetern, bietet drei Größen für die Handbrause sowie eine Strahlwahl mit vier Varianten: Rain, Rain O², Jet und Bokoma Spray. Und auch bei der Power&Soul® Dusche ist das wirklich Besondere gar nicht sichtbar. „Wenn man den Knopf für die Rain O² Funktion der Dusche drückt, öffnet sich eine kleine Klappe“, erklärt Nitschky-Germann. „So kann Luft in den Duschkopf strömen, wo sie sich mit dem Wasser mischt und jedem einzelnen Tropfen ein größeres Volumen verleiht.“

Groß im Detail

Gerade den Details hat GROHE bei den Grundelementen des Badezimmerdesigns besonders viel Aufmerksamkeit geschenkt. Ein Hauptaugenmerk galt der Kartusche – einem wesentlichen Element der modernen Sanitäreinrichtungen, das die Wassermenge reguliert, die in den Duschkopf oder den Wasserhahn fließt. Eine schlecht produzierte oder falsch installierte Kartusche kann Unregelmäßigkeiten bei Wasserdruck und -temperatur verursachen.

Als Lösung hat GROHE eine Kartusche entwickelt, in der das SilkMove® System zum Einsatz kommt. Bestehend aus zwei Keramikscheiben, die in Einklang mit dem Armaturenhel arbeiten, sorgt die präzise ausgereifte Technik für weniger Reibung und beseitigt damit Risiken und Probleme, die häufig bei älteren Kartuschen auftreten. „SilkMove® bedeutet geschmeidiges Öffnen und Bedienen des Wasserhahns“, sagt Heiko Middendorf von GROHE. Diese Verbesserung ist einer mikroskopisch winzigen Innovation zu verdanken: Eine der SilkMove® Keramikscheiben ist mit mikrometerkleinen Poren überzogen, auf denen ein Schmier-

mittel für die Scheibenoberfläche bis zu 20 Jahre lang haften bleibt. Middendorf fasst zusammen: „Für den Kunden ist es wichtig, dass die einfache Bedienung nicht mit den Jahren abnimmt. Dieses System bietet die Garantie dafür.“

Design mit Präzision

Heutzutage kann man leicht vergessen, dass die positiven Auswirkungen auf die Gesundheit und die pure Freude an einem heißen Bad oder der Genuss einer Jet-Massage-Dusche nur durch frühere Entwicklungen der Sanitärtechnik möglich wurden. Mit Neugier und Erfindungsgabe strebt GROHE immer nach der höchsten Verbraucherszufriedenheit, verbessert ständig die bestehenden Produkte und entwickelt gleichzeitig jedes Jahr neue Designs. Zum Fachwissen im Bereich Küchen- und Badezimmerarmaturen kommt die Kenntnis des Partnerunternehmens LIXIL im Bereich Keramik. Damit hat sich GROHE zu einem Anbieter kompletter Badausstattungen entwickelt. Die technischen Wunderwerke der Firma halten nun in Wohnhäusern, Hotels oder Firmen Einzug als Teil einer speziell entwickelten Badezimmerumgebung. All das wäre ohne die hingebungsvolle Arbeit der GROHE Masters of Technology nicht möglich gewesen. Sie formen mit Präzision und Stolz die außergewöhnlichen GROHE Produkte und feilen dabei an jedem einzelnen Stück so lange, bis sie dem Kunden ein Erlebnis der Extraklasse bieten können.



**„EIN THERMOSTAT
MIT DER TURBOSTAT
TECHNOLOGIE
GLEICHT DIE WASSER-
TEMPERATUR IN
0,3 SEKUNDEN AUS“**

Christian Böttger



Blick ins Innenleben einer Thermostatkartusche:
Der Sensor besteht aus einer Kupfer-Wachs-Mischung.
So gelingt es der TurboStart-Technologie, die Temperatur
binnen Millisekunden auszugleichen.



GROHE Power&Soul® Handbrausen sind „made in Germany“ und versprechen ein individuelles Duscherlebnis.



**„IM DUSCHKOPF
WERDEN LUFT
UND WASSER
GEMISCHT, DAMIT
JEDER TROPFEN
EIN GRÖßERES
VOLUMEN HAT“**

Jörg Nitschky-Germann



**„ES IST WICHTIG,
DASS DIE EINFACHE
BEDIENUNG AUCH
NACH JAHREN
ERHALTEN BLEIBT“**

Heiko Middendorf



Die FeatherControl® und SilkMove® Kartuschen der Eurodisc Joy Serie sind mit Keramikscheiben ausgestattet, auf denen mikrometergroße Poren eingebracht sind. Dadurch haftet das Armaturenfett bis zu 20 Jahre lang auf der Scheibe.

SPA FÜR ZU HAUSE

ARTWORK
OLLANSKI

Von japanischen Baderitualen
inspiriert: Die Luxus-Home-Spas
von GROHE

Das GROHE Aqua-Zone-Konzept verwandelt jedes Badezimmer in ein Spa, einen Ort zum Verwöhnen und zum Wohlfühlen. Basierend auf der japanischen Badekultur, die jeder rituellen Anwendung einen eigenen Bereich widmet, hat GROHE fünf solcher Zonen und die passenden Produkte entwickelt. Hier lassen wir uns von der britischen Innenarchitektin Vanessa Brady die Logik hinter den einzelnen Aqua Zones erklären.



1

Erneuerungszone: GROHE Rainshower® F-Serie 40 Aquasymphonie

In der Erneuerungszone können Sie sich am Morgen erfrischen und am Ende des Tages beruhigen und entspannen. Der geräumige, vielseitige Duschbereich bietet viele Anwendungen der Aquatherapie, unter anderem stimulierende Jet-Massagen, belebende Wasserfall-Erlebnisse und reinigende Dampfbäder.

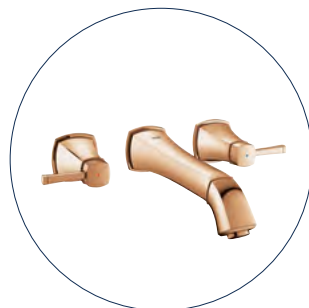
die Sie bequem per Bluetooth von Ihrem Smartphone empfangen. Das einstellbare Farb-LED-Beleuchtungssystem sorgt dabei für die richtige Stimmung.

„Es ist wissenschaftlich belegt, dass wir Emotionen stärker erleben, wenn mehrere unserer Sinne angesprochen werden. Mit dieser Dusche hat GROHE ein einzigartiges Modell geschaffen, das die Sinne entspannt oder anregt“, sagt Brady. Die verschiedenen Kombinationsmöglichkeiten von Wasser, Licht und Ton sind grenzenlos und stillen alle individuellen Bedürfnisse.



Vorbereitungszone: GROHE Grandera 3-Loch-Waschtischbatterie

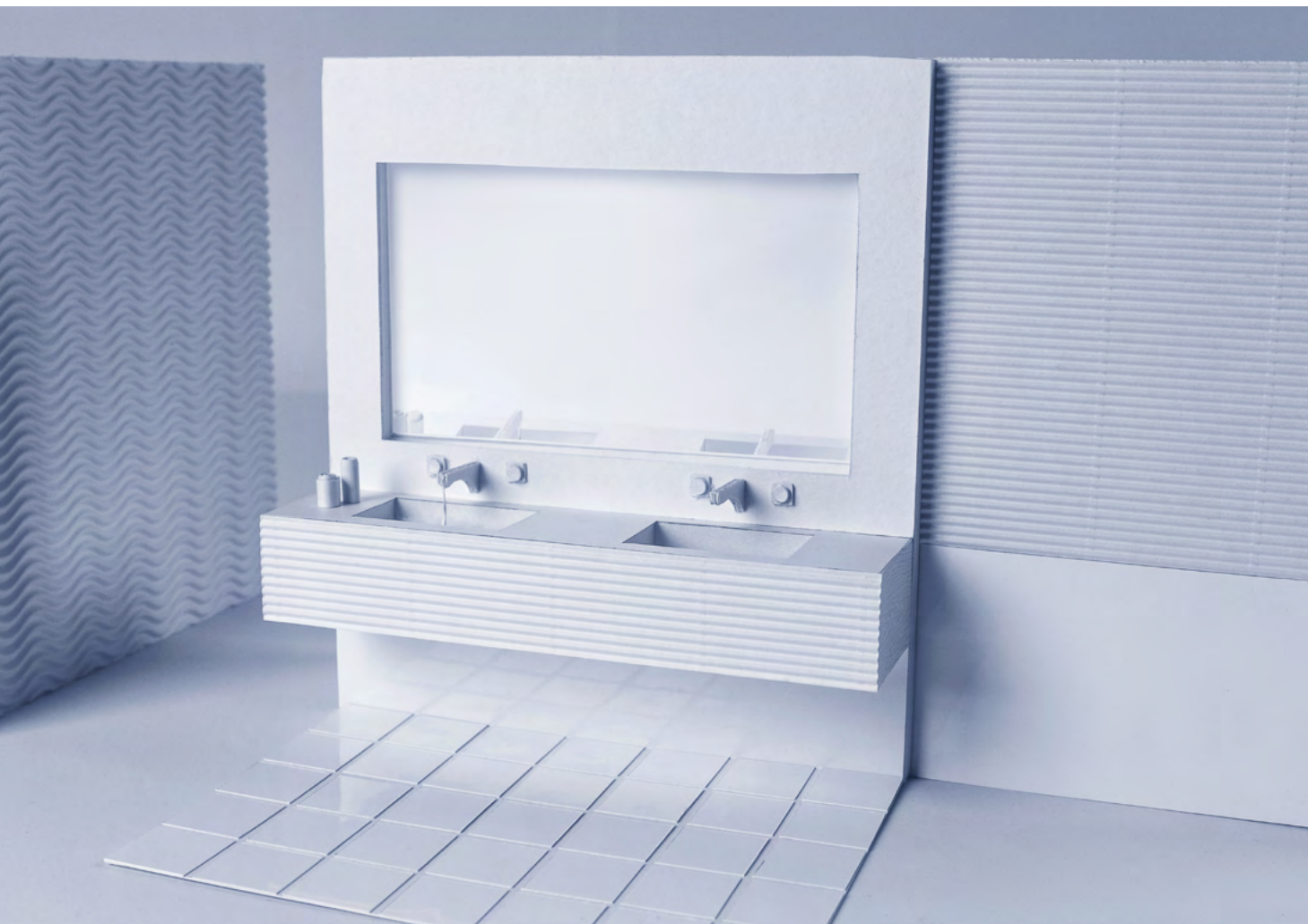
2



In der extravaganten Umgebung der stilvollen Vorbereitungszone wird die tägliche Reinigung zum besonderen Erlebnis. In einem Spa-Badezimmer sollte Platz genug für zwei sein. Daher gehören Doppelwaschbecken bei GROHE immer zur Einrichtung.

Brady beschreibt das GROHE Aqua-Zone-Konzept als „die Verwandlung des funktionellen Badezimmers in einen Ort des Genießens, an dem man stundenlang verweilen kann. Ein ganz privater Raum zum Wohlfühlen.“

Als Teil der modernen und doch zeitlosen GROHE Grandera-Kollektion beeindruckt die 3-Loch-Waschtischbatterie durch ihre außergewöhnliche Fertigung, die klaren Linien und eleganten Formen. Die solide Armatur weist Schmutz und Kratzer ab und wurde mit der GROHE Starlight® Technologie hergestellt, die für strahlenden Glanz sorgt.

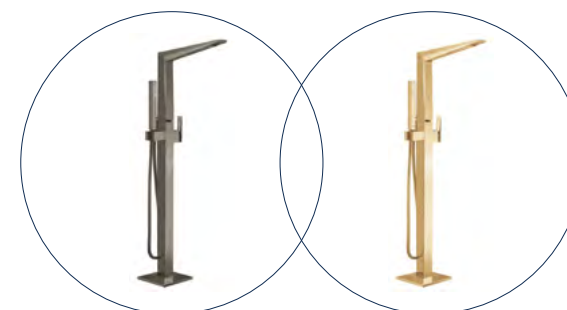


Entspannungszone: GROHE Allure Wannenbatterie



Die Entspannungszone ist der wohl angenehmste Ort für Körper und Geist. Die Badeprodukte von GROHE vereinen innovatives Design mit der Philosophie der japanischen Badekultur. Die traditionellen Rituale dienen seit alters nicht nur der körperlichen Reinigung, sondern sollen auch eine spirituelle Verbindung mit der Natur und ein seelisches Gleichgewicht herstellen.

Die einzigartige freistehende GROHE Wannenbatterie bereichert das Ambiente im Raum schon rein optisch durch ihr unverwechselbares Design. An welcher Stelle die Badewanne platziert wird, ist natürlich individuell wählbar. Brady erkennt einen Trend zur Offenheit, mit der Badewanne in der Mitte des Raumes, wo sie „das Fließende und Freie zum Ausdruck bringt“.



3



Erholungszone: GROHE Blue® und GROHE Red®

Da GROHE ein ganzheitliches Spa-Erlebnis bieten will, darf die Erholungszone nicht fehlen. Beim Baden ein Glas kaltes Wasser oder eine Tasse Tee zu trinken ist Bestandteil der Spa-Tradition. Die beste Art, die Wasserreserven des Körpers aufzufüllen, bieten die GROHE Blue® und GROHE Red® Wassersysteme, die wahlweise gekühltes, kristallklar filtriertes, sprudelndes Wasser oder kochend heißes Wasser direkt aus der Armatur liefern. Eine Erfrischung auch für den Geist während der meditativen Spa-Behandlung.

„Ein Gefühl von Luxus – der Genuss von Wasser, das Erlebnis seiner Wirkung – fördert unsere geistige Gesundheit“, sagt Brady. Zusammen mit den anderen Badeprodukten von GROHE runden die GROHE Blue® und GROHE Red® Wasserstationen das Aqua-Zone-Erlebnis perfekt ab.



4



Zone der inneren Einkehr: GROHE Arena®

In der Zone der inneren Einkehr erleben Sie Hygiene und Komfort. GROHE Arena® ist ein hochmodernes Dusch-WC, speziell entworfen für die Reinigung als Teil eines gesunden Lebensstils.

Mit einer Reihe individuell anpassbarer Einstellungen sowie einem automatischen Körpererkennungssystem bietet es die Grundlage für sorgfältige Körperpflege. Außerdem verfügt ARENA® über ein hoch entwickeltes automatisches Selbstreinigungssystem, das nach jeder Benutzung startet – wie von Zauberhand wird alles gesäubert.

5





GROHE RED®
Siehe S. 59

INSTANT GENUSS

TEXT
THOMAS PLATT

FOTOS
CHRISTIAN HAGEMANN

Von der Studentennahrung zum Lieblingsnack der Sterneköche: Wie Instantnudelsuppen zum kulinarischen Erlebnis werden

Die moderne Nouvelle Cuisine verdankt der asiatischen Küche viele Impulse. Kokos, Koriander, Ingwer, Thai-Basilikum und Zitronengras sind heute feste Bestandteile der europäischen und internationalen Esskultur, asiatische und Fusion-Restaurants zählen zu den besten der Welt. Ein Produkt aus der viel gerühmten fernöstlichen Küche aber hat es schwer bei den Freunden der Spitzengastronomie: Instantnudeln.

Es ist vor allem ihre grenzenlose Beliebtheit, die viele abschreckt. Seitdem der taiwanisch-japanische Unternehmer Momofuku Ando sie 1958 auf den Markt brachte, haben sich Instantnudeln auf der ganzen Welt als höchst populärer Imbiss etabliert: kaum ein Supermarkt, der die getrockneten, zu kleinen Quadern gepressten Teigwaren nicht im Sortiment hätte. Rund um die Uhr bestellen Leute mit wenig Zeit und Geld

ihr „Yum Yum“, wie das Tütenprodukt meist genannt wird, auch wenn es mal eine andere Marke trägt. Yum-Yum-Suppen haben Einzug in die Mittagspause gehalten und laufen Broten, Joghurt, Müsli und Schokoriegeln den Rang ab. Ein Grund dafür ist ihre simple Zubereitung – heißes Wasser genügt, und manche Firmen liefern den Plastiktopf zum „Kochen“ gleich mit.

Imagewandel

Es leuchtet ein, dass die Instantnudelsuppe bei Gourmets ein schlechtes Image hat: Aufgrund des niedrigen Preises und der einfachen Zubereitung verbindet man sie mit Studenten, Junggesellen und Campingausflügen. Höchst unattraktiv in einer Zeit, in der ein geschulter Gaumen den sozialen Status hebt. Und da es keine Instantnudeln de luxe gibt, werden sie als langweiliger Snack geschmäht.



Schaut man hingegen genauer hin, sind Instantnudelsuppen alles andere als dumpfe Einheitskost. Ihre Zutaten und Aromen spiegeln die ganze Bandbreite der ostasiatischen Esstradition wider, von China bis Thailand über Vietnam und Indonesien, von Korea bis Japan. Dementsprechend zahlreich sind ihre Variationen. Es gibt sie mit unterschiedlich dicken Reis- oder Eiernudeln, mit Miso, Soja- und diversen anderen Soßen, mit verschiedenen Fleischsorten oder Meeresfrüchten.

Doch gerade ihre Vielseitigkeit hat die Instantnudelsuppen noch mehr in Verruf gebracht: Sie gelten als künstlich und damit ungesund. Thomas A. Vilgis, Professor für Theoretische Physik an der Universität Mainz, anerkannter Geschmacksforscher und Autor des preisgekrönten Kochbuchs „Aroma – die Kunst des Würzens“, sieht in Yum-Yum-Suppen indes

keine Gefahr: „Neben Stärke enthalten sie Weizenmehl und zwei Verdickungsmittel, die vollkommen unbedenklich sind“, sagt er. „Säureregulatoren wie Zitrone und kleine Phosphatmengen stellen gleichfalls keine Gefährdung der Gesundheit dar.“

Auch Geschmacksverstärker sind entgegen der herrschenden Meinung unschädlich. Meistens handelt es sich dabei um Hefeextrakte, die bestimmte Aromen und Gerüche intensivieren. Somit sind diese Zusatzstoffe genauso „authentisch“ wie Nahrungsmittel, die auf natürliche Weise salzig, süß, bitter oder sauer schmecken. Wissenschaftlich gesehen, existieren Geschmack und Geruch nur auf molekularer Ebene. Unterschiedliche Molekülkombinationen entscheiden darüber, wie unsere Sinne auf bestimmte Speisen reagieren. Ob die Stoffe, die diese Wirkung





hervorrufen, synthetisch im Labor hergestellt, aus Lebensmitteln extrahiert oder in ihrer Urform verzehrt werden, spielt keine Rolle. Molekül ist Molekül: Unser Körper erkennt den Unterschied nicht.

Ein kulinarischer Leckerbissen

In einem Test, den die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung im vergangenen Jahr durchführte, kam der Berliner Starkoch Michael Kempf zu dem Ergebnis, dass einige Instantnudelsuppen geschmacklich durchaus überzeugen können. Hendrik Otto, Küchenchef im Lorenz Adler Esszimmer in Berlin, bereitet seine Instantnudeln am liebsten mit Heilbutt zu. Dazu schneidet er die Filets in schmale Streifen und kocht sie kurz mit den Nudeln auf.

Zur Verfeinerung verwendet der Sternekoch statt asiatischer Gewürze heimische Kräuter wie Liebstöckel, Majoran, Bohnenkraut und Sellerieblätter. Dazu noch ein paar frische Austern, und eine einfache Yum-Yum-Suppe wird im Handumdrehen zur glitschigen Delikatesse.

GROHE RED®
Siehe S. 55

Für alle, die ihre Lieblings-Instantnudelsuppe noch schneller genießen möchten, bietet GROHE Red® jederzeit kochend heißes Wasser direkt aus der Armatur. Das innovative GROHE Red® System stellt (je nach Boilergröße) bis zu sechs Liter geschmacksneutrales, 100 Grad Celsius heißes Wasser bereit – komfortabel und ohne Wartezeit. Alle Substanzen, die Geschmack und Geruch beeinträchtigen könnten, sind zuverlässig herausgefiltert. So werden asiatische Instantnudeln zum reinen Genuss.



01



02



04



05

DESIGNTRENDS IM GEPÄCK

Das London Design Festival 2015 präsentierte das Beste aus der Welt des internationalen Designs. Paul Flowers, Head of Design bei GROHE und LWT, erläutert uns die wichtigsten Trends

Das London Design Festival ist immer ein großes Ereignis. Es zeigt die innovativsten und spannendsten Objekte in den Bereichen Interiordesign und Möbel, Textilien und Accessoires, und auch fair hergestellte Produkte sind vertreten. In diesem Jahr wurden auf über 350 Veranstaltungen an fantastischen Locations in der ganzen Stadt außergewöhnliche Installationen und Ausstellungen gezeigt, angefangen bei einem „Turm von Babel“ aus Keramik im Victoria and Albert Museum bis hin zum durchsichtigen Serpentine Pavillion in den Kensington Gardens. Paul Flowers hat sich ausgiebig umgesehen und verbindende Elemente gefunden, die er in fünf zeitgenössischen Designtrends zusammenfasst. Von frechen Haushaltsideen bis hin zu antiken Huldigungen zeigen wir die interessantesten Produkte der kommenden Saison.



03

Fotos: PR

Exklusivität

Sowohl etablierte Markennamen als auch neue Labels produzieren Premiumversionen ihrer bestehenden Produktlinien. Für die Veredelung werden hochwertige, exklusive Materialien benutzt, wie bei diesen Leuchten und Stühlen von **TOM DIXON (01–05)**. Das Ergebnis ist Langlebigkeit und ein Hauch erlesener Raffinesse. Warme Metalle, insbesondere Messing, waren überall vertreten – die kunstvoll gearbeiteten Kerzenhalter von **SKULTUNA (06)** sind dafür ein überragendes Beispiel.



06



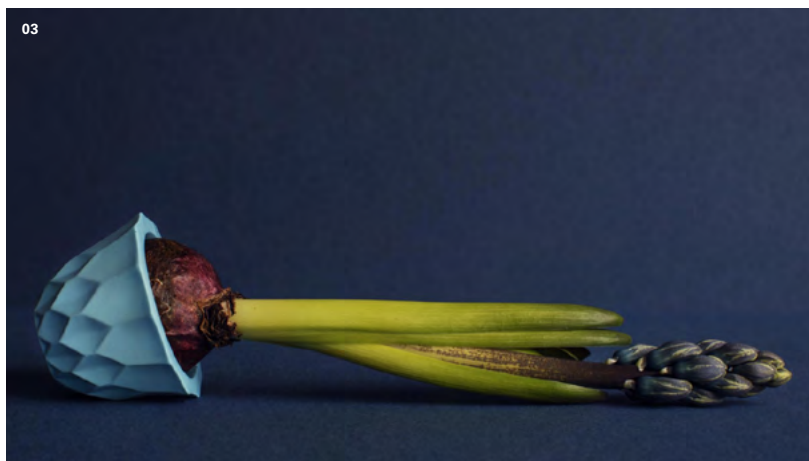
01

Der neue Vintage-Chic

Das Konzept „Retro Style“ ist weiter auf dem Vormarsch. Designer spielen mit verschiedenen Zeitphasen und remixen Klassiker der Jahrhundertmitte, wie dieses Büfett von **MADE.COM (01)**, mit postmodernem Kitsch – beispielsweise dem Geschirr von **SMUG (02, 03)**. Diese Einrichtungsgegenstände sind keineswegs bloße Neuauflagen, vielmehr ergänzen sie die Vergangenheit durch einen modernen Schliff. Die Leuchten von **LINDHOLDT (04)** mit abgerundeten Kanten, goldfarbenem Korpus und Schirmen in einer Palette poppiger Farben und Pastelltöne sind kennzeichnend für diesen Trend.



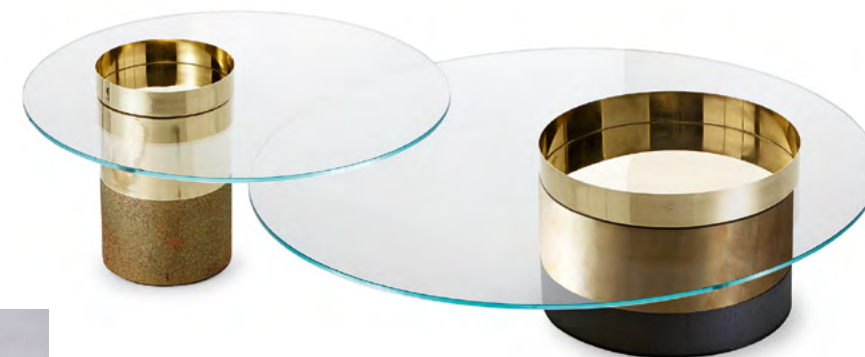
02



03



01



02

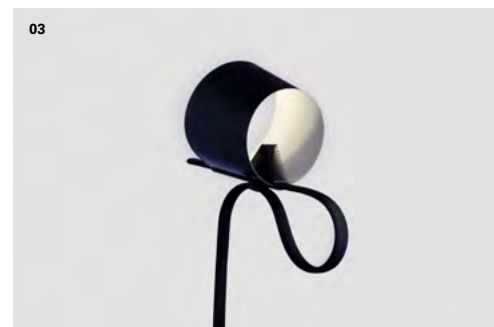


03

Form in Form

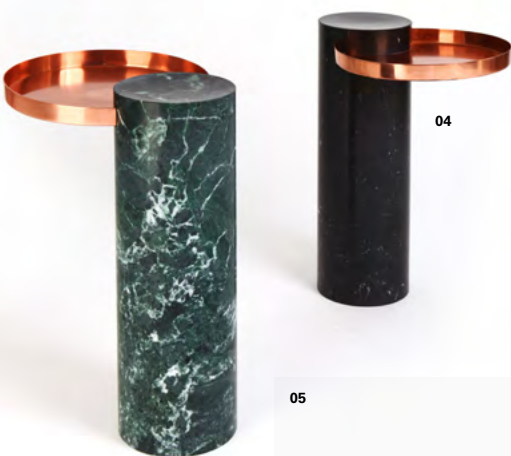
Glas ist zurzeit das Lieblingsmaterial der Designer, um Formen zu ummanteln. Das Glas bildet dabei einen Rahmen, der seinen Inhalt umschließt, ohne ihn auszublenden: In den „Flame“-Glühbirnen von **LUUM (01)** und den „Toy“-Vasen von **LA CHANCE (03)** schweben hängende Formen. Das Glas verleiht ihnen eine zarte, schützende Aura. Bei den „Haumea“-Tischen von **GALLOTTI & RADICE (02)** ist das Innere durch Licht-, Material- oder Farbkontraste visuell losgelöst vom Äußeren und zieht das Auge auf den leeren Zwischenraum.

Fotos: PR



Neue Wechselspiele

WRONG FOR HAY funktioniert Alltagsgegenstände auf verspielte Weise um und verwendet Schnürung, Metall und Nägel in unerwarteten Kombinationen, wie hier bei der Lampe „Rope Trick“ (03). Die „Altar“-Regale von **MR. AND MR.** (01, 02) haben eine heitere, spontane Ästhetik – als hätten die Designer mit irgendwelchen Resten experimentiert. Und sie bringen uns damit auf die Frage: Gibt es überhaupt unscheinbare Objekte?



Marmor

Markenhersteller lieben das Wort „zeitlos“, doch es gibt nur einen wirklichen Klassiker: Marmor. Der elegante Stein war auf dem Festival stark vertreten und tauchte etwa bei den Säulentischen von **LA CHANCE** (04) oder bei den Martinigläsern von **LEE BROOM** (05) auf. Am besten wirkt sein kühler Glanz im Zusammenspiel mit anderen edlen Materialien wie Holz und Glas, denn er verleiht zarten Objekten eine würdevolle Präsenz.

Fotos: PR, Arthur Woodcraft

MASTERS OF TECHNOLOGY

GROHE
RED®

JEDERZEIT
KOCHENDES WASSER!



Alle GROHE Red® Armaturen sind durch den ChildLock Griff kindersicher zu bedienen und mit der GROHE CoolTouch® Technologie vor Aufheizen geschützt.

Jederzeit kochendes Wasser!

Mit GROHE Red® kommt kochend heißes Wasser direkt aus der Armatur. Leicht bedienbar und platzsparend kann von der GROHE Red® so viel Wasser abgezapft werden, wie Sie benötigen. Das bedeutet auch: weniger Zeitbedarf beim Kochen von Speisen, Zubereiten von Heißgetränken sowie beim Blanchieren von Gemüse, Sterilisieren von Gefäßen und dem gründlichen Reinigen von fettigem Kochgeschirr.

Pure Freude
an Wasser





ZWISCHEN RÄUME

TEXT
JENI FULTON

PORTRÄT
MIRJAM WÄHLEN

Ole Scheeren definiert die Beziehungen zwischen Mensch und Architektur neu. Damit schafft er eine avantgardistische Dimension der Raumaufteilung.

Seine berufliche Laufbahn führte den 44-jährigen Ole Scheeren bereits über die Niederlande nach New York, Singapur und China. Das Büro des in Karlsruhe geborenen Architekten unterhält Niederlassungen in Hongkong, Peking und seit Neuestem auch in der Hauptstadt seiner deutschen Heimat, in Berlin. Einen Großteil der jüngsten Bauprojekte realisierte Scheeren jedoch in Asien, wo er sich auf Wohnkomplexe spezialisiert hat, bei denen Innen- wie Außengestaltung gleichermaßen wichtig sind.

Das erste Mal besuchte Ole Scheeren China vor 24 Jahren „aus intuitiver Neugier“, erzählt er. „Asien ist durch eine extreme urbane Dichte gekennzeichnet. Mehr als 50 Prozent der Weltbevölkerung leben in Städten, und China liegt an der Spitze. Seit zehn Jahren beschäftigt mich eine Frage Tag für Tag: Wie lässt sich menschliches Leben in solchen Ballungsräumen neu gestalten?“ Seine Projekte in China überschneiden sich mit einer „neuen Offenheit“ – der wirtschaftliche Aufschwung, den die Reformen



Fotos: Iwan Baan, Büro OS (courtesy OMA)

Das CCTV-Gebäude, die Zentrale des chinesischen Staatsfernsehen in Peking



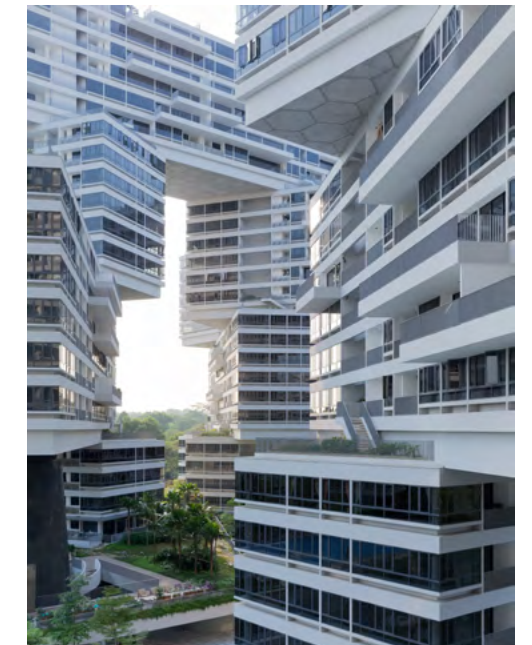
Deng Xiaopengs nach sich zogen, verursachte einen Prozess rasanter Modernisierung. „Angesichts der neuen Lage musste sich China verstärkt der Zukunftsfrage widmen und neue Wege einschlagen, denn der damalige Status quo funktionierte nicht mehr. Für die Arbeit eines Architekten sind das natürlich äußerst reizvolle Voraussetzungen“, sagt Scheeren. Als Direktor der chinesischen Niederlassung des OMA-Büros von Rem Koolhaas entwarf er die spektakuläre Zentrale für das chinesische Staatsfernsehen, das CCTV-Gebäude, das in der chinesischen Architektur eine neue Ära einläutete. „CCTV entstand zu einem Zeitpunkt, als die Volksrepublik Mitglied der Welthandelsorganisation wurde und Peking den Zuschlag für die Olympischen Spiele bekommen hatte. Es war, als beträte China die globale Bühne. Und so dachten wir uns den Wolkenkratzer weg von seiner hierarchischen Struktur und stellten uns etwas vor, das einem gigantischen Kollektiv glich. Das war der Grundgedanke bei der Planung des CCTV.“

Transparenz im urbanen Raum

Ein Motor für Scheerens Arbeit ist die Frage, wie Menschen in unterschiedlichen Räumen leben, welche Erfahrungen und Denkweisen sie mitbringen und wie sich beides mit der Psychologie des Wohnens in Einklang bringen lässt. Das hat zu einer Reihe von Bauprojekten geführt wie etwa The Interlace in Singapur, Maha Nakhon in Bangkok und 1500 West Georgia im kanadischen Vancouver. Allen Gebäuden gemein ist eine Verknüpfung von Transparenz und Teilung, die Öffentliches und Privates miteinander verbindet. „Wenn man sich Beispiele meiner Arbeit ansieht, wird mein Interesse an der Frage deutlich, wie sich



Fotos: Mirjam Wähnel, Iwan Baan



FEATURES

„EINE STADT BRAUCHT EINE SILHOUETTE, DIE DAS LEBEN ZUM AUSDRUCK BRINGT“

Privatsphäre mit einem höheren Maß an Gemeinschaft, einem Sinn für Zusammensein und dem Miteinanderteilen kombinieren lässt“, so Scheeren. Das trifft besonders auf The Interlace zu, ein „vertikales Dorf“, das aus kreuz und quer übereinandergestapelten Baukörpern besteht.

„Eine Stadt braucht eine Silhouette, die das Leben zum Ausdruck bringt“, sagt Scheeren. „Die emotionale Wirkung, die ein Gebäude von außen hat, steht in einem engen Zusammenhang damit, wie die Menschen es von innen erleben. Die Innengestaltung der Wohnhäuser ist für mich ein wesentlicher Bestandteil unserer

WORLD ARCHITECTURE FESTIVAL

2008 fand das erste World Architecture Festival statt. Gedacht als Veranstaltung, auf der sich das Who's who der internationalen Architekturszene trifft, um die Zukunft der Bauplanung zu diskutieren, zieht es alljährlich die wichtigsten Protagonisten der Branche an. Regelmäßiger Gast ist der deutsche Stararchitekt Ole Scheeren, der bereits als Redner und Shortlist-Nominierter für eine der begehrten Auszeichnungen zugegen war. Seit 2012 ist Singapur Veranstaltungsort. GROHE ist Sponsor seit Gründung des Festivals.

www.worldarchitecturefestival.com



Arbeit.“ Natürlich würde man erwarten, dass sich das in Scheerens Zuhause widerspiegelt, doch das ist nicht der Fall: „Den Großteil meines Lebens habe ich tatsächlich in sehr kleinen und völlig anonymen, wenig komfortablen Wohnungen verbracht, mit einer Matratze auf dem Fußboden und einem großen Tisch für meine Arbeit. Ich bin sehr viel gereist, und wenn man selten zu Hause ist, sollte man möglichst wenig besitzen, sonst wird man in seiner Mobilität eingeschränkt.“

Bei seiner Arbeit muss Scheeren den kulturellen Kontext, die Umwelt und urbane Aspekte mit den Wünschen seiner Klienten in Einklang bringen. Das Entscheidende ist dann, „wie man ein Projekt an einen Punkt bringt, wo es nicht nur für sich selbst steht, sondern anfängt, auch den öffentlichen Bereich einer Stadt miteinzubeziehen“. Dennoch ist sein liebstes Bauwerk ein nahezu unsichtbarer Ringtunnel: der Large Hadron Collider, ein Teilchenbeschleuniger am europäischen Kernforschungszentrum CERN in Genf, wo die Grundstruktur des Universums erforscht wird. „Ich bin noch nie dort gewesen, aber als Bauwerk finde ich es unglaublich faszinierend, und das hat nichts mit der Architektur zu tun.“

Die ideale Stadt

Ole Scheerens Vater war ebenfalls Architekt. Seine ersten Erinnerungen daran sind die langen Flure der Universität, an der sein Vater lehrte – und die Architekturmodelle, die er dort sah. „Mit 14 war ich im Büro meines Vaters und habe für seine Projekte gezeichnet. Mit 21 bekam ich meinen ersten Auftrag. Jemand übertrug mir das Projekt, und ich habe es realisiert“, erzählt er lachend. Die Entscheidung, für Rem Koolhaas in Rotterdam zu arbeiten, traf Scheeren, weil Koolhaas damals

der einzige Architekt war, der Architektur in einem sozialen Kontext sah. „Ich ging dorthin, weil ich den Dialog mit ihm suchte. Zu der Zeit gab es kaum jemanden, der diesen Dialog vorantrieb. Das ist heute völlig anders, fast jeder redet über nahezu alles“, sagt er ironisch.

Letztendlich glaubt Scheeren, dass Architekten heute vor allem die Aufgabe haben, die Herausforderungen einer zunehmend verstädterten Welt zu bewältigen, in der das Kapital die Planung von Bauwerken bestimmt. „Als Architekt suche ich Möglichkeiten, die Struktur von Gebäuden aufzubrechen – sei es ein Wolkenkratzer oder irgendein anderes Bauwerk –, um sie danach wieder mit der Stadt zu verbinden. Mit meinen Projekten möchte ich Räume gestalten und sie der Öffentlichkeit zurückgeben. Das steigert den Wert des Gebäudes, weil es wichtig für die Stadt und ihre Menschen wird“, so Scheeren. „Wenn wir wirklich ehrlich sind“, fügt er jedoch hinzu, „müssen wir zugeben, dass uns Grenzen gesetzt sind. Gleichzeitig aber müssen wir absolut optimistisch sein und daran glauben, dass wir etwas verändern. Sonst kann man nicht arbeiten und gibt auf, bevor man überhaupt angefangen hat.“

Fotos: Büro Ole Scheeren (courtesy OMA)



Wie verschobene Pixel wirken die Einschnitte in der Fassade des Maha Nakhon in Bangkok.



WASSER THERAPIE

Die Kuratorin Jane Withers macht mit der Ausstellung „Project Ocean“ auf unseren sorglosen Umgang mit den Weltmeeren aufmerksam

In diesem Jahr wird „Project Ocean“ bereits zum fünften Mal im Kaufhaus Selfridges an der Londoner Oxford Street gezeigt. Die Ausstellung möchte die Öffentlichkeit für die immense Verschmutzung unserer Meere durch Plastikabfälle sensibilisieren. Gleich am Eingang begrüßt die Besucher eine wogende Deckeninstallation mit dem Titel „Flotsam“ von How About Studio. Sie besteht aus 5000 Plastikflaschen – das entspricht ungefähr der Menge, die in Großbritannien alle 15 Sekunden verbraucht wird.

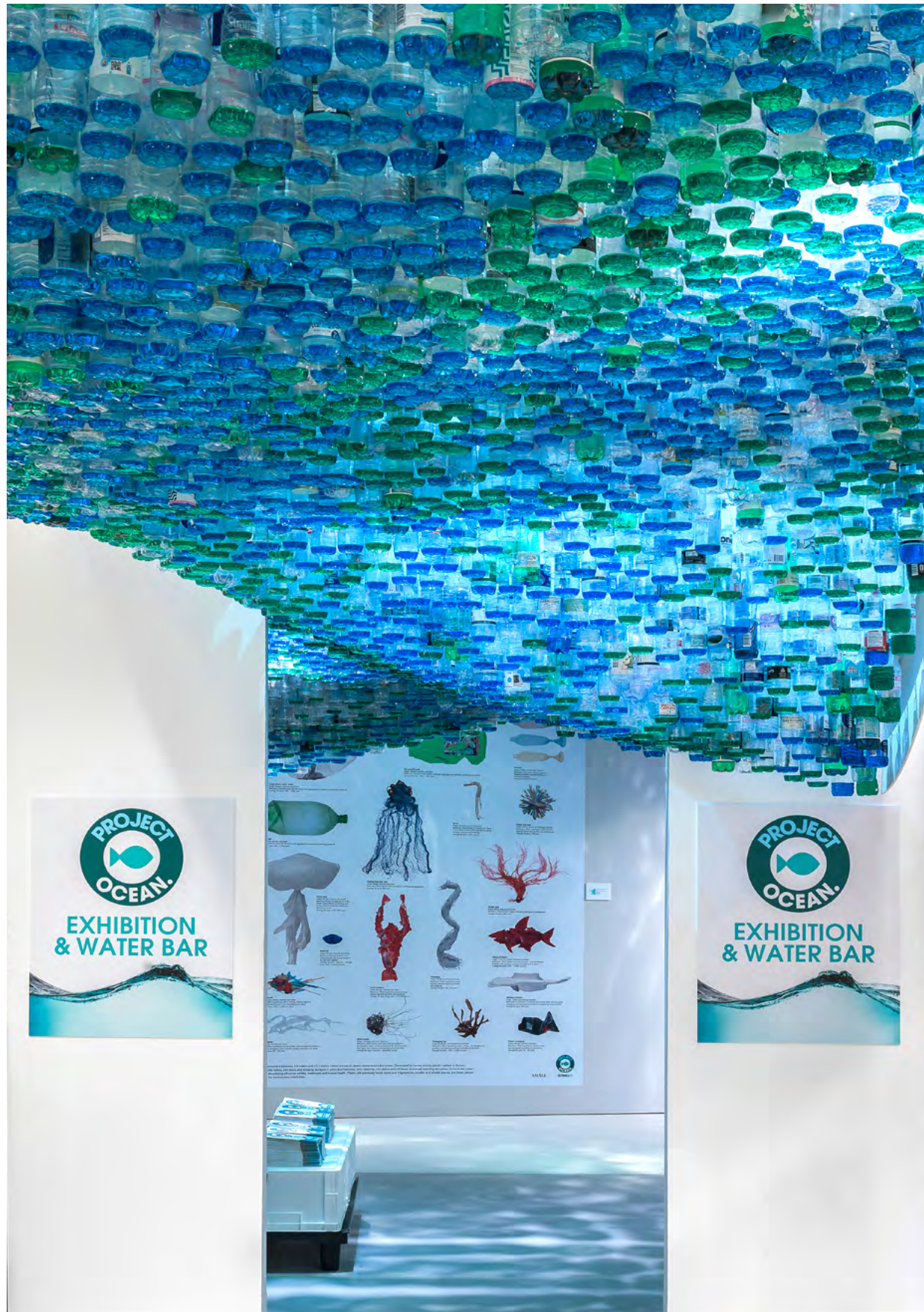
Ebenfalls zu sehen: „Gyrecraft“ von Studio Swine und Andrew Friend, ein fünfteiliges Objekt aus Plastikmüll, der aus dem Meer geborgen wurde. An der sogenannten

Wasserbar, einem gemeinsamen Projekt von Jane Withers und Arabeschi di Latte, können die Besucher ihren Durst auf ganz besondere Weise stillen: Aus den Hähnen fließt mit Aktivkohle, Mineralien und Kräutern angereichertes Wasser, vollkommen ohne durch Plastik verfälschten Geschmack.

Withers hat bereits zuvor Ausstellungen im Victoria & Albert Museum und in der Royal Academy kuratiert, in deren Mittelpunkt das Thema Umwelt stand. Sie beschreibt sich selbst als „hydrophil“, als leidenschaftliche Wasserliebhaberin. Darüber hinaus hat die Designerin die Initiative Wonderwater mitbegründet, die weltweit Umweltprojekte entwickelt.

Foto: Andrew Friend

Für die Ausstellung schufen Studio Swine und Andrew Friend ein Modell der „Sea Dragon“, des Forschungsschiffs, auf dem die Designer in den Nordatlantikwirbel führen.



Das Objekt „Gyrecraft“ wurde angeregt durch die trügerischen Ströme des Südatlantikwirbels und die Polarexpeditionen, die ihn durchqueren. Das verwendete Plastik stammt aus dieser Meerespassage.



Fotos: Andrew Meredith, Petr Krejci

Die Installation aus Plastikwasserflaschen von How About Studio simuliert klares blaues Wasser und dient zugleich der Navigation durch die Ausstellung.



Bei der Darstellung des Nordatlantikwirbels lehnte sich Studio Swine an die traditionelle Scrimshaw-Gravurtechnik der Walfänger an.



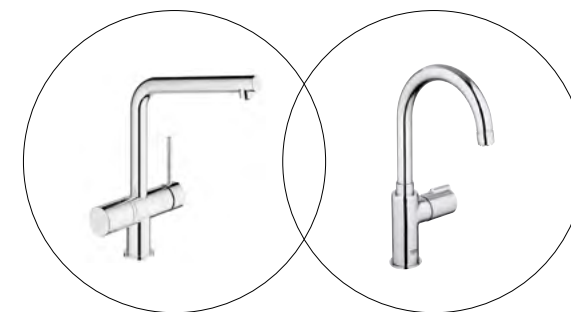
Fotos: Petr Krejci

Das Objekt „Indian Ocean“ von Studio Swine basiert auf einem Schiffscontainer. Allein im Indischen Ozean gehen jedes Jahr 10 000 dieser riesigen Metallbehälter verloren, teilen die Künstler mit.

Das italienische Studio Arabeschi di Latte und Kuratorin Jane Withers installierten diese Wasserbar im Londoner Flagship-Store von Selfridges. Sie soll die Besucher dazu animieren, sich „ein Leben ohne Plastikflasche“ vorzustellen.



Foto: Andrew Meredith



GROHE BLUE® & RED®
Siehe S. 82

KANTE ZEIGEN

TEXT
ARSALAN MOHAMMAD

PORTRÄT
GEORGIA KUHN

The Edge in Amsterdam ist das umweltfreundlichste Bürogebäude der Welt. Der Architekt Ron Bakker erklärt wieso

Der Niederländer Ron Bakker ist Gründungsmitglied des in London ansässigen Büros PLP Architecture, des Planungsteams für The Edge, „die Kante“. Das von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte genutzte Bürogebäude wurde 2014 durch BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) mit „herausragend“ bewertet – die bislang höchste Auszeichnung der globalen Prüfinstanz für umweltbewusste Immobilien. Im Interview mit GROHE spricht Bakker über Nachhaltigkeit, die Planung von Arbeitsplätzen für das 21. Jahrhundert und warum GROHE Produkte seinen umweltfreundlichen Ansatz ergänzen.

und unserem Designteam. The Edge ist ein Bürogebäude, in dem Deloitte selbst sechs oder sieben Etagen nutzt, den Rest teilen sich mehrere andere Firmen. Unser Ziel war es, verschiedene Aspekte einer Bürolandschaft mit nachhaltiger Technik zu verbinden und so neue Standards für bessere Lebens- und Arbeitsumfelder zu setzen.

G 2014 zeichnete die Agentur für Umweltbewertung BREEAM The Edge mit der bisher höchsten Punktzahl aus und erklärte es damit zum nachhaltigsten

GROHE

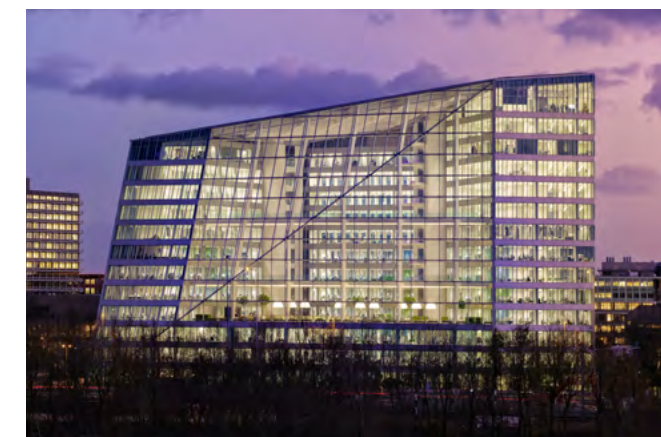
Wann wurde PLP Architecture ins Leben gerufen?

R. Bakker

Voretwa sechs Jahren. Ich kam in den Neunzigern nach London und habe 18 Jahre lang für das Architekturbüro KPF gearbeitet. Dann beschloss ich mit einigen Kollegen, eine neue Firma zu gründen. Inzwischen beschäftigen wir 200 Leute und entwickeln Projekte in London, Europa, dem Nahen Osten, China und Korea.

G Auf wen geht die Idee für The Edge zurück?

RB Das Projekt entstand in enger Zusammenarbeit mit Deloitte, dem Projektentwickler OVG Real Estate



Bürogebäude der Welt. Sie haben mal gesagt, ein Grund dafür sei die Rezession 2008 gewesen, die habe Sie veranlasst, umweltfreundliche und kostengünstige Materialien einzubauen. Stimmt das?

RB Ja. Während der Rezession wurde es schwieriger, Risiken einzugehen, wie sie mit der Planung größerer Projekte verbunden sind. Aber wir wollten nicht aufgeben. Wir machten uns kundig, wie es klappen könnte. Erst erwogen wir verschiedene Strategien wie mehrere Baustufen und Multifunktionalität. Dann haben wir uns in Studien vertieft und überlegt, wie sich Nachhaltigkeit und Kosteneffizienz die Waage halten könnten. Auf diese Weise entdeckten wir neue Möglichkeiten für die Realisierung des Gebäudes.

G Die Auszeichnung war die höchste, die BREEAM bis dahin verliehen hatte. Wie ist Ihnen das gelungen?

RB Das war nicht immer einfach! BREEAM begutachtet jeden winzigen Aspekt im Hinblick auf Nachhaltigkeit. Man kann sich leicht verzetteln, wenn man auf möglichst viele Punkte aus ist. Abgesehen davon ging es Deloitte und OVG nicht um Punkte. Sie wollten ein nachhaltiges Gebäude um der Nachhaltigkeit willen. Aus diesem Grund wurde The Edge genau so konzipiert, bevor wir uns überhaupt über ein Zertifikat Gedanken gemacht haben. OVG und Deloitte stellten hohe Ansprüche, das war unsere Chance.

G Wie planen Sie als Architekt Arbeitsplätze, die zukunftsweisend sind?

RB Bei PLP haben wir lange darüber gesprochen, was einen guten Arbeitsplatz ausmacht. In diesen Diskussionen wurde uns klar, dass Menschen gern dort arbeiten, wo sie anderen zufällig begegnen können. Vor Kurzem haben wir für das Crick-Gebäude in London gearbeitet, der Kunde hat uns das bestätigt. Wenn es fertig ist, wird es das innovativste Institut für biomedizinische Forschung in England beherbergen. Während unserer Zusammenarbeit erzählte jemand aus dem Crick-Team, dass sich jeder große Fortschritt in der biochemischen Forschung auf die zufällige Begegnung zweier Leute aus verschiedenen Fachgebieten zurückführen lässt. Eine tolle Geschichte, und vielleicht ist was dran. Diese Leute sind immerhin Experten.

G Im Büro von OVG in der 13. Etage haben Sie in der Mitte der Küche die Armaturen GROHE Blue® und GROHE Red® installiert. Wie fügen sich diese Produkte in das Gesamthethos von The Edge ein?

RB Unsere Agentur hat schon immer GROHE benutzt, weil der Name für Hochwertigkeit und Spitzendesign steht. Aber speziell diese beiden Armaturen waren

mir neu. Wir hatten sie noch nie verwendet. Mit GROHE Blue® erhält man filtriertes und mit Kohlensäure versetztes Wasser, GROHE Red® liefert bei Bedarf kochend heißes Wasser. Besonders beeindruckt hat mich GROHE Blue® im Hinblick auf Nachhaltigkeit. Die meisten Menschen gehen heute mit einer Plastikflasche Mineralwasser zur Arbeit, weil ihnen klar ist, dass Trinken zum gesunden Leben gehört. GROHE Blue® unterstützt also umweltbewusste Menschen, ihren Plastikverbrauch zu reduzieren.

G Coen van Oostrom, der Gründer und CEO von OVG, sagt, er verwende GROHE Armaturen bei sich zu Hause – würden Sie das auch tun?

RB Ich hätte wirklich gern eine GROHE Blue® Armatur zu Hause. Hier in London schmeckt das Wasser nicht so gut wie in Amsterdam. In meiner Heimat sorgen Sanddünen für natürlich gefiltertes Wasser. Erst kürzlich habe ich einen Forschungsbericht gelesen, in dem es darum ging, ob man besser Leitungswasser oder Tafelwasser trinken sollte. Alles in allem war das Ergebnis, dass Ersteres sicherer ist – und vielleicht sogar besser –, da Tafelwasser ziemlich mineralhaltig ist, also nicht unbedingt gut. Deshalb sollten solche Armaturen eine wichtigere Rolle im Leben der Menschen spielen, als es derzeit der Fall ist.

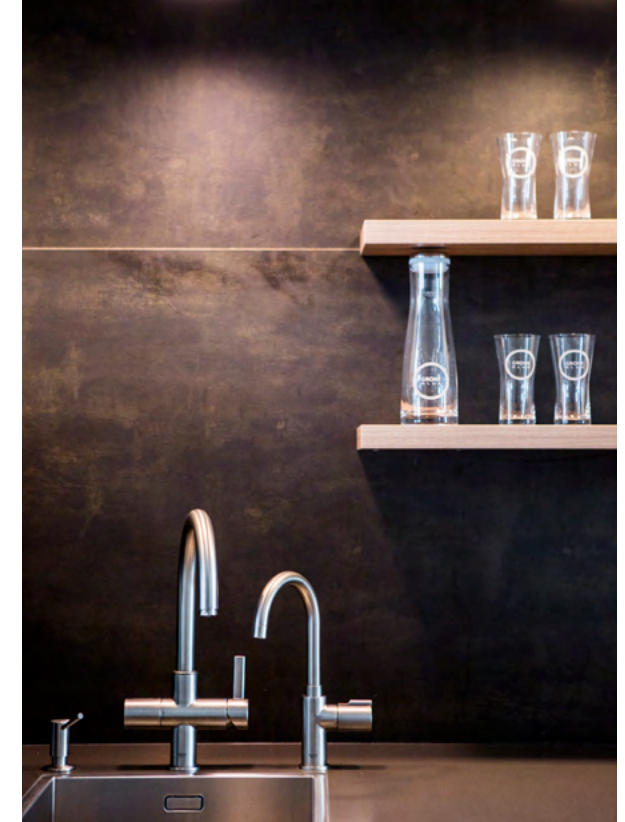
Siehe S. 81

GROHE BLUE®

GROHE Blue® reinigt das Leitungswasser und gibt ihm seinen ursprünglichen Quellgeschmack zurück. Der eingebaute Kühler und der Karbonisator sorgen für eine frische Trinktemperatur und Kohlensäure je nach Geschmack.

GROHE RED®

Mit GROHE Red® erhalten Sie filtriertes, kochend heißes Wasser direkt aus dem Hahn – ohne Wartezeit. Bis zu sechs Liter. Einfach und wirtschaftlich.



The Edge in Amsterdam: Ein umweltfreundlicher Glaspalast mit hellem Atrium und GROHE Produkten in den Büroküchen.



Foto: OVG, GROHE AG



LUXUS IM WC

FOTOS
SCHMOTT

Die neue Arena® SpaLet-Reihe hebt Körperhygiene auf ein neues Niveau: Sie steigert das Wohlbefinden durch die reinigende Kraft des Wassers

Mit ihren regulierbaren Temperatur- und Sprühfunktionen reinigt und erfrischt die Arena® Dream Shower Technologie – für den ultimativen geistigen Schwung.



Das minimalistische Arena® Design passt perfekt zu einem ausgeglichenen, gesundheitsbewussten Lebensstil.

Neben dem automatischen WC-Deckel erleichtern Arena® Fernbedienung und App die Körperhygiene – und tragen so zu einem gesteigerten Wohlbefinden bei.



ARENA®

GROHE Arena® revolutioniert die Körperhygiene mit verbesserter Technik und Funktionalität – und sie passt perfekt in jedes GROHE Badezimmer.

WASSER FÜR DIE ZUKUNFT

TEXT
SUE GEORGE

Wie GROHE Produkte der Tourismusbranche dabei helfen, unser kostbarstes Gut zu sparen

Trinkwasser ist ein kostbares Gut. Bis zum Jahr 2030 soll der weltweite Wasserbedarf die Versorgung um 40 Prozent überstiegen haben. Viele Flüsse und Seen werden bis dahin ausgetrocknet sein. Schon heute haben 1,1 Milliarden Menschen keinen Zugang zu Wasser, und nur ein Prozent der Wasservorräte ist Süßwasser. Das Problem ist bekannt, die Antwort der Vereinten Nationen (UN) ist Teil ihrer „Ziele nachhaltiger Entwicklung“ (Sustainable Development Goals, SDGs). Die SDGs, die 2016 in Kraft treten, sollen allen Mitgliedsstaaten als politische Rahmenbedingungen dienen und die Wirtschaft beeinflussen. Eines der Ziele hält die Länder dazu an, „Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle (zu) gewährleisten“. Dies umfasst die Versorgung mit sauberem Trinkwasser, Wasserressourcenmanagement, Wasserreinhaltung und die Förderung eines sparsamen Umgangs mit Wasser.

Die Ursachen der globalen Wasserknappheit sind sehr komplex und reichen vom Klimawandel über die Urbanisierung bis zum Bevölkerungswachstum. Folglich gibt es verschiedene Lösungsansätze, für deren

Umsetzung Regierungen und multinationale Organisationen eine Verantwortung tragen, aber auch Unternehmen und Einzelpersonen. Obwohl sich viele Menschen des Problems bewusst sind, fällt es ihnen schwer, ihr Verhalten im Alltag entsprechend zu ändern. Bilder hungernder Menschen animieren zwar zum Spenden – die wenigsten wollen jedoch weiterdenken und einen Zusammenhang mit ihrem Badespaß im Infinity-Pool oder einem tropfenden Wasserhahn sehen.

GROHE ist dieses Dilemma bekannt. Als einer der weltweit führenden Hersteller von Sanitäreinrichtungen berücksichtigt das Unternehmen diese Problematik in sämtlichen Prozessen. „Nachhaltigkeit ist in allen Teilen unserer Unternehmensstruktur ein Thema“, sagt GROHE Vorstand Thomas Fuhr. „Sie bestimmt unser Tun von der Produktentwicklung über die Fertigung und Logistik bis hin zur Verwendung und Entsorgung.“

Zu den größten Kunden von GROHE gehört die Hotelbranche. Einer kürzlich durchgeführten Studie des Malta Business Bureau zufolge könnten die Hotelbetriebe in der EU 365 Billionen Liter Wasser pro Jahr einsparen.

Und indem sie ihren Wasserverbrauch reduzieren, könnten die Hotels gleichzeitig kosteneffizienter wirtschaften.

GROHE befasst sich intensiv mit diesem Thema, bleibt dabei der Verpflichtung zu hochwertigem Design treu und liefert in Zusammenarbeit mit international führenden Hotelketten die nötigen Lösungen. Ein Beispiel ist die dänische Luxus-Hostelkette Danhostel, an deren Kopenhagener Standort kürzlich alle älteren Armaturen und Duschköpfe durch wassersparende, umweltfreundliche GROHE Modelle ersetzt wurden. Das Ergebnis spricht für sich: Der Wasserverbrauch wurde von 13 auf 5,8 Liter pro Minute reduziert.

Zuvor hatte das Danhostel Kopenhagen City den GROHE Wasser- und Energie-Check durchlaufen, bei dem das Wasser-Einsparpotenzial und die Kosten durch umweltfreundliche Einrichtungen berechnet werden. Den Unternehmen, die Vorbehalte gegenüber solchen Verbesserungen haben, kann mit dieser individuellen Prüfung die Eignung der GROHE Produkte für Einsparungen demonstriert werden. So zum Beispiel mit der Powerbox, einem elektrischen Wasserhahn, der den Wasserfluss für den Antrieb einer Turbine nutzt. Diese ist in einem kleinen Kasten unter dem Becken versteckt und steuert ihrerseits wiederum die Infrarotfunktion des Wasserhahns. „60 Sekunden lang fließendes Wasser erzeugt genug Energie, um den Wasserhahn für 24 Stunden zu betreiben“, sagt Fuhr.

Ein Unternehmen, das Umweltbelange sehr ernst nimmt, ist die Carlson Rezidor Hotel Group. Inge Huijbrechts, stellvertretende Direktorin für Responsible Business, nennt Schritte, die die Firma bereits unternommen hat, um langfristig einen nachhaltigen Wasserverbrauch in den eigenen Hotels und

deren Umgebung sicherzustellen. Dazu gehört die Unterzeichnung des „CEO Water Mandate“ der UN, mit dem Unternehmen in ihrem Einsatz für einen nachhaltigen Wasserverbrauch unterstützt werden.

So zum Beispiel in den Radisson-Blu-Hotels der Gruppe. Laut Huijbrechts „konzentriert sich Radisson Blu konzernweit auf einen achtsamen Umgang mit Wasser. Wir verwenden GROHE Produkte in unseren Duschen und Wasserhähnen, weil sie hochwertiges Design mit effizienter Wassernutzung verbinden. So lassen sich mit der Installation der neuesten Regenduschen 80 Liter Wasser pro Duschvorgang oder acht Millionen Liter pro Jahr in einem durchschnittlichen 250-Zimmer-Hotel sparen.“

365 BILLIONEN LITER WASSER KÖNNTEN DIE HOTELBETRIEBE IN DER EU PRO JAHR EINSPAREN

Auch die Reisebranche hat reagiert. Travelife, gegründet im Jahr 1992, ist eine führende Initiative für Nachhaltigkeit im Tourismus, die Informationen über Wassersparmaßnahmen an Hotels, Franchise- und Reiseunternehmen vermittelt. Das reicht von der Poolpflege bis zur Nutzung wassersparender Sanitäreinrichtungen und Wäschereidienste.

Heutzutage bedeutet Nachhaltigkeit jedoch nicht nur umweltfreundliches Handeln oder sparsamen Umgang mit Ressourcen – zunehmend ist es wichtig, dass ein Unternehmen seine Bemühungen auch öffentlich kundtut.

„Zugang zu sauberem Wasser wird ein immer wichtigeres Thema in vielen Ländern auf der ganzen Welt“, sagt Sören Stöber, kaufmännischer Leiter von Travelife. Seine Organisation hat ein international anerkanntes System zur Nachhaltigkeitszertifizierung entwickelt, mit dem Unternehmen ihr Engagement belegen können. Es gibt derzeit 1500 anerkannte Mitglieder in 56 Ländern, darunter auch von großen Reiseveranstaltern wie TUI oder Thomas Cook betriebene Hotels.

Um die Travelife-Zertifizierung zu erhalten, müssen die Hotels einen umfangreichen Kriterienkatalog erfüllen. Allein 20 Punkte betreffen speziell den Wasserverbrauch. Weitere Kriterien sind Verwaltung, ordnungsgemäße Dokumentation und das Hygienemanagement. Der Gast eines von Travelife zertifizierten Hotels kann damit sicher sein, dass hier kein Wasser verschwendet wird.

„Green Key“ ist das weltweit größte Umweltzeichen mit mehr als 2400 zertifizierten Hotels in 50 Ländern. Mit Green Key zu arbeiten bedeutet, dass die Nachhaltigkeitspraxis extern geprüft wird und die Hotels ihre Gäste glaubwürdig über ihre Umweltleistung informieren können.

Carlson Rezidor ist seit 2009 Green-Key-Partner. Inge Huijbrechts: „Es gibt da draußen unzählige Umweltzeichen für Hotels. Wir haben uns für eine gemeinnützige Partnerorganisation entschieden, um sicherzugehen, dass der Fokus auf den positiven Umweltauswirkungen liegt und nicht auf dem Gewinn der Zertifizierungsstelle. Die Prüfung durch Dritte ist notwendig, um sicherzustellen, dass die genannten Maßnahmen auch tatsächlich umgesetzt werden, und um die Hotels bei der ständigen Verbesserung ihrer Umweltleistung zu unterstützen.“

Zusammen mit der Organisation International Tourism Partnership und der Unternehmensberatung KPMG entwickelt Carlson Rezidor in einer Arbeitsgruppe ein Messsystem für den Energie- und Wasserverbrauch. Damit sollen für das Hotelgewerbe einheitliche Verfahren für die Berechnung und das Management des Wasserverbrauchs sowie die Berichterstattung darüber entwickelt werden.

VIELE HOTELS UND REISEANBIETER WÜRDEN WASSER GERN NACHHALTIGER NUTZEN

Viele Hotels und Reiseanbieter würden Wasser gern nachhaltiger nutzen, sorgen sich jedoch, das Kundenerlebnis dadurch zu beeinträchtigen. Für Jeanette Birkedal vom Danhostel Kopenhagen City liegt die Stärke der GROHE Produkte in ihrer Fähigkeit, ohne Qualitätseinbußen Effizienz zu liefern.

„Das Beste an unseren neuen Duschköpfen ist, dass wir Wasser und Geld sparen und unsere Gäste weiterhin den gleichen Service genießen“, sagt sie. „Während sie duschen, merken unsere Gäste gar nicht, dass wir den Wasserverbrauch um mehr als 50 Prozent reduziert haben, die Auswirkungen auf unseren Haushalt und die Umwelt sind aber deutlich spürbar.“ Die GROHE Duschköpfe und Wasserschläuche reduzieren den Wasserverbrauch dank ihrer innovativen Konstruktion: Indem sie Wasser zusammen mit Luft pumpen, bleibt das Gefühl einer ganz normalen Dusche

erhalten, die Menge des durchlaufenden Wassers wird jedoch deutlich reduziert. Solche Verbesserungen haben eine sofortige Wirkung – und sie dienen auch langfristig der Umwelt. So ist eine Reduzierung des Wasserverbrauchs nicht nur für einzelne Unternehmen von Belang, sondern generell für die Zukunft von Handel und Industrie. Damit betrifft es jeden, denn ohne Arbeitskräfte, Jobs und Dienstleistungen stehen ganze Infrastrukturen auf dem Spiel.

Eine Verbesserung der Situation ist bereits heute spürbar. Die Vereinten Nationen helfen, indem ihre Mitgliedsstaaten zur Umsetzung der SDGs aufgerufen werden. Initiativen für nachhaltiges Reisen unterstützen die Tourismusbranche bei der Umsetzung umweltfreundlicher Maßnahmen, ohne dass den Unternehmen ein Nachteil entstünde. Und natürlich arbeitet GROHE mit seinen Kunden zusammen, um Produkte anzubieten, die all das ermöglichen. Trotzdem gibt es von oben bis nach unten immer noch viel zu tun.

Wer eine Reise unternimmt, sollte darauf achten, dass seine Unterkunft Nachhaltigkeitsstandards einhält – und er sollte die eigenen Gewohnheiten überdenken. Häufig stellen Urlauber eine Belastung für die Nahversorgung dar. Einem Bericht der Organisation Tourism Concern aus dem Jahr 2012 zufolge haben auf Sansibar die Touristen 16-mal so viel Süßwasser verbraucht wie die gesamte einheimische Bevölkerung. Dabei können Feriengäste schon helfen, indem sie Wasserhähne richtig zudreihen, Lecks melden und eine Trinkflasche mit auf ihre Ausflüge nehmen. Den Urlaub kann man trotzdem genießen.

Für Hotels ist es ratsam, das Problem von mehreren Seiten aus anzugehen: Ein erster Schritt ist der Erwerb von Zertifikaten, aber auch Schulungen der Mitarbeiter sind wichtig.

Das vermittelte Wissen hilft den Angestellten, Probleme zu erkennen und richtig damit umzugehen. Andernorts erprobte Maßnahmen können in den eigenen Betrieb eingebettet werden. Und durch den Einsatz der neuesten wassersparenden Technologien kann jedes Hotel unnötig hohem Wasserverbrauch vorbeugen, Geld sparen und sich eine Reputation in Sachen Nachhaltigkeit verschaffen.

DURCH EINSATZ DER NEUESTEN WASSERSPARENDEN TECHNOLOGIEN KANN JEDES HOTEL HOHEM WASSERVERBRAUCH Vorbeugen

Dabei ist natürlich auch das Design entscheidend. Doch wenn Kunden ansprechende Produkte mit Topleistung erwarten, sollten sie ebenfalls Wert auf deren Nachhaltigkeit legen. Armaturen, die gut aussehen, aber Wasser verschwenden, können dem Geschäft letztendlich nur schaden. Hersteller wie GROHE sind hier mit Produkten als Teil eines Systems wassersparender Sanitär- und Heizanlagen wegweisend.

„Wir glauben an die Kraft des Wassers“, bestätigt auch GROHE Vorstand Thomas Fuhr. „Wir arbeiten an Produkten, die diese Kraft erhalten und nutzen.“ Und indem sie auf diese Haltung setzen, können Einzelpersonen, Unternehmen und Regierungen die Wasserkrise Geschichte werden lassen.

ICONIC PLACES

TEXT
JOSIA LAMBERTO-EGAN

Ein Monolith in der Wildnis Amerikas, ein Haus auf Sand an der spanischen Küste und ein Domizil auf Stelzen in Japan – wir haben drei außergewöhnliche Privatheime besucht. Die erst kürzlich fertiggestellten Bauwerke zeigen, was möglich ist, wenn große Visionen und ein sicherer Blick fürs Detail Hand in Hand gehen

GROHE
MAGAZIN

JOURNAL



Wie ein Licht schluckender Schatten thront das Black Desert House im kalifornischen Yucca Valley.



ESSENCE
Siehe S. 97

SCHWARZE OASE

Mit seiner dunklen Fassade, dem minimalistischem Design und einem Panoramablick über die Wüste Kaliforniens ist das Black Desert House ein Quell der Ruhe

Das „schwarze Wüstenhaus“ wurde von dem in Los Angeles ansässigen Architekturbüro Oller & Pejic wie ein visuelles Experiment im Negativraum entworfen. Überdacht von endlosem, blauem Himmel und umgeben von sonnengegebter Wildnis, absorbiert seine obsidianfarbene Fassade das Licht wie Antimaterie. Die Besitzer Marc und Michele Atlan machten den Architekten nur eine einzige Vorgabe: Sie wollten ein Haus, das aussieht wie ein Schatten.

Daraus entstand ein Gebäude, das einerseits einen starken Kontrast zu der zerklüfteten Landschaft bildet, sich aber zugleich auch perfekt in sie einfügt. „Wir haben das gesamte Haus als ein Medium betrachtet, das die Atmosphäre der Landschaft bündelt und damit verstärkt“, erklärt Architekt Tom Oller.

Das Ehepaar Atlan vergleicht ihr 2012 fertiggestelltes Heim gern mit einem Tarnkappenflugzeug. Die riesigen, verspiegelten Fenster muten von außen an wie Camouflage. Denn sie reflektieren die Wüste so makellos, dass große Teile der Fassade wie entmaterialisiert erscheinen und beim Betrachter den Eindruck erwecken, direkt durch den Baukörper auf die Wildnis dahinter zu blicken. Und weil der

Baugrund einen Kilometer über dem Meeresspiegel liegt, sind die Ausblicke so weit, als säße man in einem Flugzeug über den Wolken.

Nicht zuletzt deshalb wirkt das Haus wie eine Oase der Ruhe. Die großen, glatten Außenflächen beruhigen das Auge, und auch das minimalistische Innere verzichtet auf überflüssige Schnörkel. Hier vermitteln schwarze Wände und polierte Betonböden eine kühle, höhlenartige Atmosphäre. Verstärkt wird dieser Eindruck durch eine ganz besondere Wand im Wohnbereich, die aus dem Rohgestein des angrenzenden Felsens geschlagen wurde. In der Mitte des Gebäudes befindet sich eine Art Patio, ein geschützter Innenhof mit einem schlichten, dreieckigen Garten – der ideale Fleck zum Meditieren. Tatsächlich ist das fern jedweder Nachbarn gelegene Grundstück ein einzigartiger Rückzugsort friedlicher Ruhe.

Entsprechend dem gestalterischen Gesamtkonzept ist auch das Interieur reduziertes Understatement. Die riesigen Fenster beziehen die umgebende Wüstenlandschaft gestalterisch in den Wohnbereich mit offener Küche ein. Auffällige Wohnobjekte ergänzen das spektakuläre Panorama. Die Leuchte „Zettel‘z“ von Ingo Maurer etwa, ein



ESSENCE
Die ausbalancierte Form der Essence Armaturenlinie wurde seit Fertigstellung des Black Desert House weiterentwickelt und ist die perfekte Ergänzung für anspruchsvolles Interieur.

Kronleuchter mit Zetteln statt Kristalltropfen. Auf dem japanischen Papier stehen Botschaften, wie sie ein ehrgeiziger Poète maudit geschrieben haben könnte. Oder die dezenten GROHE Armaturen der Linie Essence, die im gesamten Haus installiert wurden. Mit ihrer glänzenden Chromoberfläche und den zylindrischen Formen heben sie sich spannungsvoll von dem kantigen Design des Black Desert House ab.

Auch bei der Gestaltung des Swimmingpools haben die Architekten auf Zurückhaltung gesetzt. Statt des in Kalifornien weitverbreiteten

Türkis liegt ihr Pool in dunklem Beton und vermittelt eine ganz eigene, geheimnisvolle Optik – man denkt an eine schattige Bergquelle und hat den Eindruck, als kletterten die Granitbrocken von unten in der Wüste den Hang herauf.

Die landschaftliche Kulisse ist trotz ihrer Kargheit wunderschön. Hauseigentümer Marc Atlan hat sich sofort in sie verliebt: „Als ich das Grundstück sah, war für mich jede andere Location passé“, sagt er. Und mit seiner unverwechselbaren Architektur hat das schwarze Wüstenhaus eine Aura, der man sich schwerlich entziehen kann.

FÜR IMMER ANGEKOMMEN

In der spanischen Stadt Cádiz steht die Casa del Infinito – ein modernes Heim für Götter mit Blick auf den Atlantischen Ozean



RAINSHOWER® CLASSIC
Siehe S. 100

Der andalusischen Legende nach wurde die Stadt Cádiz von Herkules gegründet. Und wenn der heldenhafte Halbgott heute hier leben würde, dann wäre die Casa del Infinito, eine luxuriöse Villa aus der Feder des spanischen Architekten Alberto Campo Baeza, sicher die angemessene Bleibe.

2014 fertiggestellt, besteht der minimalistische, quaderförmige Baukörper aus Travertin, einer Art Kalkstein,

der an weißen Marmor erinnert – ein Verweis auf die Baukunst der Römer, die der Stadt vor fast zweitausend Jahren zu Prosperität und Reichtum verhalfen. Durch die Einbettung in der Landschaft erinnert das „Haus der Unendlichkeit“ tatsächlich ein wenig an eine archäologische Ausgrabungsstätte. Verstärkt wird dieser Eindruck durch drei frei stehende, auf der Dachterrasse angeordnete Mauern, die im Kontext Assoziationen an eine klassische Ruine wecken.



Foto: Javier Callejas

Die längste dieser Mauern schützt das Haus zur Straßenseite. Mit ihren hohen Öffnungen erinnert sie an die Säulenanordnung eines griechischen Tempels. Ein Effekt, der von Architekt Baeza beabsichtigt ist. In seiner Vorstellung war das Haus „eine Akropolis, auf die die Götter herabsteigen, um mit den Menschen zu sprechen“.

Im Einklang mit dem archäologischen Verweisen betritt der Besucher das Haus vom Dach aus über eine Senke, sodass er gleichsam in den Kalkstein hinabsteigt und darin verschwindet. Das Obergeschoss wird stark von moderner Reduktion dominiert. Die überwiegend offene Raumaufteilung unterstreicht die Großzügigkeit des Innern und schafft bei gesellschaftlichen Anlässen eine lebendige Atmosphäre. Wenn man auf die Wände blickt, erzeugen konzentrische Öffnungen teleskopartige Perspektiven, ähnlich der optischen Täuschung eines „Unendlichkeits spiegels“. An der Decke muten große, kreisrunde Oberlichter an wie vom Wasser in einer Grotte geformt und bringen einen Hauch von Verspieltheit in die architektonische Strenge.

Die unangefochtene Hauptattraktion dieses Raums ist jedoch der Blick auf den Atlantik. Durch bodentiefe Fensterfronten, die sich fast über die gesamten zwanzig Meter der Meereseite erstrecken, eröffnet sich ein spektakulärer Blick auf das Wasser. Wieder sind die Götter nahe – dieser tagsüber von Licht durchflutete Raum scheint wie geschaffen, um dem Sonnengott Apollo zu huldigen. Das untere Geschoss beherbergt mehrere Bäder und Schlafräume und öffnet sich direkt dem Strand. Auch auf dieser Ebene ist die Ausstattung minimalistisch und gewissermaßen eine Fortsetzung der überall vorhandenen durchgehenden Linien.

Diverse Ruhemöbel ermöglichen Momente der Einkehr und des Innehaltens.

Bei den Badezimmerduschen entschied sich Baeza für die GROHE Rainshower Classic-Serie, weil deren „schlichte Formen und hochwertige Verarbeitung“ sein Design perfekt ergänzten. Wie die römischen Aquädukte, die einst Süßwasser aus dem Inland nach Cádiz brachten, spülen diese Handbrausen den Badenden nach einem Nachmittag am Strand das Salz vom Körper.

Weil Cádiz die älteste Stadt Westeuropas ist, wählte sie der Architekt als Standort für das „radikalste Haus, das wir je gebaut haben“. Was widersprüchlich erscheint, nämlich die Realisierung eines so avantgardistischen Wohnhauses an diesem traditionsträchtigen Ort, ist Baeza meisterhaft geglückt. Mit der Casa del Infinito ist ihm eine architektonische Hommage an die Antike gelungen.

RAINSHOWER® CLASSIC
Siehe S. 99

Die Handbrausen aus der GROHE Rainshower® Classic Serie korrespondieren mit den modernen Linien der Casa del Infinito. Sie verfügen über vier verschiedene Strahlarten: Jet, Champagne, Rain und DreamSpray.



Fotos: Javier Callejas





Foto: Toshiyuki Yano



COSTA
Siehe S. 104

SCHWEBEN MIT MEERBLICK

Der Architekt Kimihiko Okada aus Japan setzt Fantasie in Wirklichkeit um

Der Legende nach entstand die Idee für das Toda-Haus in der japanischen Stadt Hiroshima, als eine kleine Tochter ihre Eltern fragte, ob sie in einem schwebenden Haus leben könnten. Die Eltern spannen den verrückten Einfall des Kindes weiter und setzten noch ein paar Wünsche auf die Liste: Meerblick, Anbaumöglichkeit für ein ebenerdiges Ladengeschäft, Parkplatz und das Gefühl, an einem geräumigen, sicheren Ort zu leben.

Angesichts des Platzmangels in den Vororten Hiroshimas schien die Umsetzung ziemlich unwahrscheinlich. Der Architekt Kimihiko Okada jedoch ersann mit dem Toda-Haus eine Lösung: Auf kühn angewinkelten Stahlstützenpfählen lässt er es grazil und verwegen über den Nachbarhäusern schweben. Darunter

schafft er somit Platz für ein Auto und einen Garten. Die Panoramafenster entlang der vier Außenwände bieten bei Sonnenaufgang und Sonnenuntergang spektakuläre Aussichten – und sogar den erwünschten Meerblick. Manchmal werden Träume eben wahr.

Abgesehen von der außergewöhnlichen Erscheinung des Baukörpers ist die Raumaufteilung des Toda-Hauses äußerst innovativ. Wie in einem Möbiusband gehen Decken in Fußböden über. Den Wohnbereich bildet ein Gang, der sich spiralförmig durch das Haus bis ganz nach oben windet. Zwischen den Räumen gibt es keine feste Abtrennung. Statt Wänden schaffen wenige Stufen sanfte Übergänge zwischen den Ebenen. So kommt man sich im Toda-Haus bisweilen vor wie im Zug – um von



der Küche ins Büro zu gelangen, durchqueren die Bewohner das Esszimmer und den Wohnbereich. Solche kleinen Wanderungen vergrößern laut Okada das gefühlte Hausvolumen.

Dem begrenzten Raum entsprechend verhält sich die Ausstattung schlicht und zurückhaltend. Stärkstes visuelles Element sind die Stahlstützsäulen, die von unten den Innenbereich geradezu durchbohren. Ihre glänzenden Rundungen spiegeln sich in den GROHE Armaturen der Linie Costa wider, die im gesamten Haus verwendet wurden. Die Besitzer haben sich für die ursprüngliche Version der Linie entschieden, weil ihnen „die Ausgewogenheit von futuristischem Design und klassischer Form“ gefiel.

Ein Haus ohne Gemeinschaftsbereich birgt das Risiko, seine Bewohner zu isolieren. Dem wirken im Toda-Haus durchgängige Fensterfronten auf der Innenseite entgegen. Sie ermöglichen die Sicht in sämtliche Richtungen – man hat sich also, sofern gewünscht, im Blick. „Die Höhe der Innenwände variiert“, erklärt Okada, „aber man kann die anderen Familienmitglieder immer sehen. Das schafft ein angenehmes Gefühl von Sicherheit.“

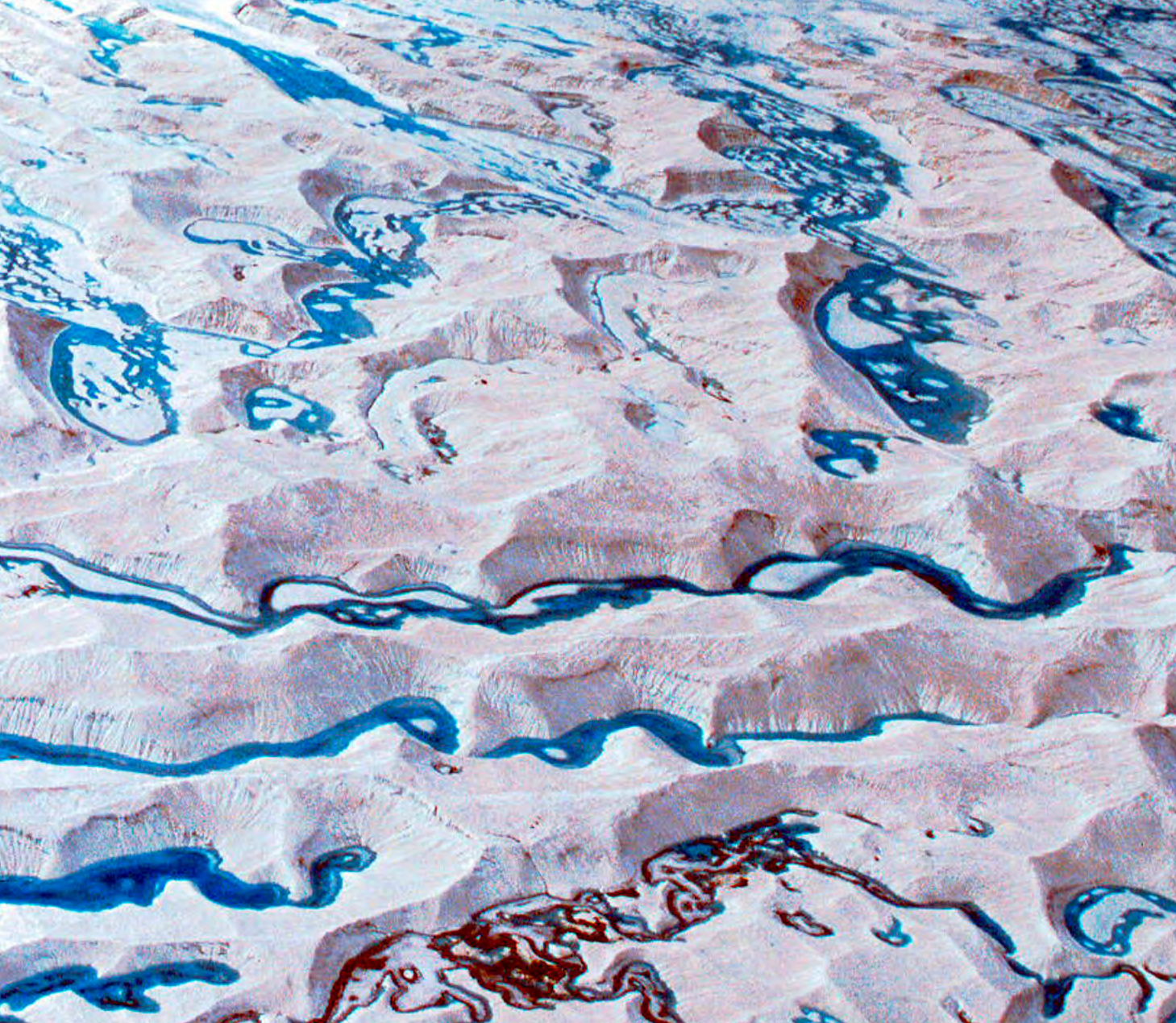
Tatsächlich liegt die Stärke des Toda-Hauses im Wechselspiel von Großzügigkeit und Intimität. Es ist nach außen gewandt, aber man kann auch ganz bei sich bleiben. Okada erinnert es mitunter an ein „Vogelnest“, weil es um einen Baum in der Mitte des Hofes herumgebaut ist. Und die Bewohner fühlen sich, als würden sie schweben.

COSTA
Siehe S. 103

Ein echter GROHE Klassiker: Das minimalistische Design der Linie Costa harmonisiert mit den runden Stahlformen des Toda-Hauses.

Fotos: Toshiyuki Yano





DER GRÖSSTE GLETSCHER DER WELT

Der Lambertgletscher in der Ostantarktis hält den Guinness-Rekord als größter Gletscher der Welt. Seine exakte Ausdehnung lässt sich allerdings nur schwer messen, denn der Gletscher ändert ständig seine Gestalt. Die NASA schätzt seine Gesamtfläche bei einer Länge von 400 Kilometern auf etwa 20000 Quadratkilometer. Gletscher werden auch als „Eisströme“ bezeichnet, da sie sich wie Flüsse bewegen: In Zeitlupentempo strömt Eis aus der Höhe hinab

Richtung Meer. Der Lambertgletscher wird im Antarktischen Eisschild mit Eis vom Polarplateau gespeist und fließt Richtung Osten zur Küste, wo er sich in das Amery-Schelfeis ergießt. Der Gletschergigant ist nicht nur atemberaubend schön anzusehen, sondern auch ein wichtiges Studienobjekt der Klimaforschung: Schon ein minimaler Anstieg der globalen Temperatur kann sich dramatisch auf seine Fließgeschwindigkeit auswirken.

Foto: Richard Stanaway

MASTERS OF TECHNOLOGY

NEU

HEISSES WASSER LÄSST
UNSERE ARMATUREN KALT

GROHE THERMOSTATE - SICHERES
BADEERLEBNIS FÜR DIE GANZE FAMILIE



Grotherm Thermostate - für sicheres Baden und Duschen



GROHE CoolTouch®

Kein Verbrennen an heißen Oberflächen.



GROHE TurboStat®

Immer die richtige Duschtemperatur.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

GROHE RAINSHOWER® SMARTCONTROL

NEU

GROHE SMARTCONTROL – DAS 3D DUSCHERLEBNIS

DRÜCKEN, DREHEN, DUSCHEN

GROHE | MASTERS OF TECHNOLOGY

Strahl auswählen, Volumen regeln, Einstellungen merken – in einem Knopf. Die Strahlart direkt durch Betätigen des Druckknopfes auswählen und durch das Drehen des Knopfes die individuelle Strahlstärke der gewünschten Strahlart bestimmen. Kurzum: Eine innovative All-In-One-Lösung um die tägliche Dusche voll und ganz zu genießen.

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
WAVES