

GROHE

MAGAZIN

LUXUSBÄDER, KÜCHEN,
ARCHITEKTUR & WASSER
N°1 2017



Dieser GROHE Sense leuchtet im Dunkeln – probieren Sie es aus!

VERNETZTES WASSER

Wie intelligentes Wassermanagement
das Smart Home noch smarter macht

EIN TAG IN TOKIO

Fünf Einwohner der japanischen
Hauptstadt und ihr Alltag mit Wasser

ALLES IM FLUSS

Die Architektin Jeanne Gang über
ihre Bootshäuser am Chicago River



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

Pure Freude
an Wasser

GROHE



DAMIT AUS EINEM TROPFEN
KEINE **ÜBERSCHWEMMUNG** WIRD.
DAS FRÜHWARNSYSTEM GROHE SENSE.



Michael Rauterkus,
Chief Executive Officer der GROHE AG

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

Wasser ist eine wichtige Kraft in unserem Leben und der Schlüssel zu unserer Gesundheit. Daher möchten wir in diesem GROHE Magazin die Bedeutung und die Schönheit von Wasser in allen Facetten feiern. Genau aus denselben Gründen übrigens, weshalb wir bei GROHE alles tun, um unseren Kunden eine noch größere Freude an Wasser zu bereiten.

Das aktuellste Beispiel dafür ist die GROHE ONDUS App mit GROHE Sense und Sense Guard. Überall hört man, wie unsere Wohnungen smarter werden und wir unsere vier Wände besser vernetzen können. Doch kaum jemand sieht die Chancen, die darin liegen, das Element Wasser mit digitaler Technik zu verbinden. Wir sind der Meinung, dass diese bahnbrechende Technologie einen großen Beitrag zu einem angenehmeren Leben leisten wird. In unserem Comic Heimvorteil (S. 48) und im Essay Vernetztes Wasser (S. 92) erfahren Sie, wie GROHE ONDUS und GROHE Sense das Wohnen bequemer machen.

Doch das ist noch nicht alles: Vielleicht wissen Sie bereits, dass GROHE jetzt zum japanischen Unternehmen LIXIL gehört – dem Weltmarktführer in der Sanitärausstattung und Inhaber weiterer bekannter Marken wie American Standard und INAX. Deshalb befassen wir uns in dieser Ausgabe intensiv mit Japan, dem Heimatland von LIXIL. In Ein Tag in Tokio (S. 10) porträtieren wir fünf Bürger der japanischen Hauptstadt, die in ihrem Beruf alle auf die eine oder andere Art mit Wasser zu tun haben. Außerdem haben

wir mit dem Architekten Sadao Tsuchiya gesprochen, der in seinen Forschungen und als Leiter der Ausstellung HOUSE VISION in Tokio (S. 22) untersucht, wie urbanes Leben in der Zukunft aussehen kann (S. 26). Unter dem Dach von LIXIL tätig zu sein bedeutet nicht nur, dass wir im Land der aufgehenden Sonne nach neuen Ideen suchen. Wir haben dadurch auch mehr Möglichkeiten bei der Entwicklung von Produkten. Bestes Beispiel sind unsere neuen, perfekt auf unsere Armaturen abgestimmten Waschbecken und Toiletten aus Keramik (Ein himmlisches Team, S. 30). Und wenn Sie sich beim Ausstatten Ihres Badezimmers von skandinavischer Spa-Kultur anregen lassen möchten, finden Sie Inspiration in Natürlich nordisch (S. 34). In Mehr als eine Dusche (S. 42) zeigen wir, wie die neue AquaSymphony Dusche von Hand gefertigt wird, und sprechen mit Thomas Fuhr, der die Produktion dieser luxuriösen Deckendusche verantwortet.

Schließlich möchten wir Ihnen noch mitteilen, wie sehr wir uns darüber freuen, dass die Bundesregierung uns mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2017 ausgezeichnet hat. Dieser Preis ist eine Anerkennung für unsere Anstrengungen zum Schutz der wertvollsten aller Ressourcen – des Wassers – und für unsere Selbstverpflichtung, in allen Bereichen so nachhaltig wie möglich zu handeln. Getreu unserem Motto: Water. Intelligence. Enjoyment.

Mit freundlichen Grüßen
Michael Rauterkus



INHALT

DIE ZUKUNFT DES WOHNENS

Die Messe HOUSE VISION in Tokio untersucht die Zukunft des Wohnens.

22



DER INSIDER

Der Architekt und HOUSE VISION-Chef Sadao Tsuchiya über Tokioter Wohnverhältnisse und sein liebstes Hobby.

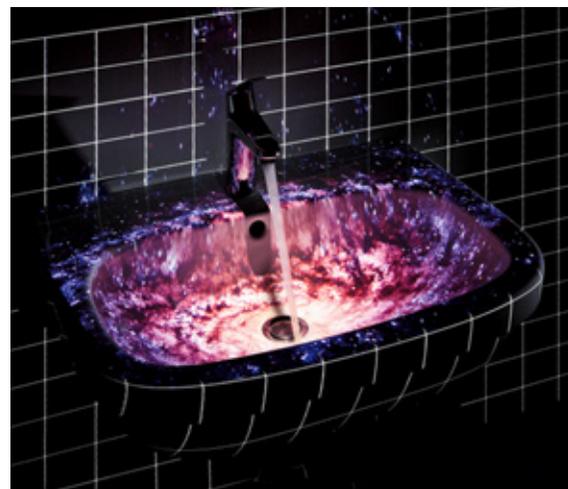


26



10 EIN TAG IN TOKIO

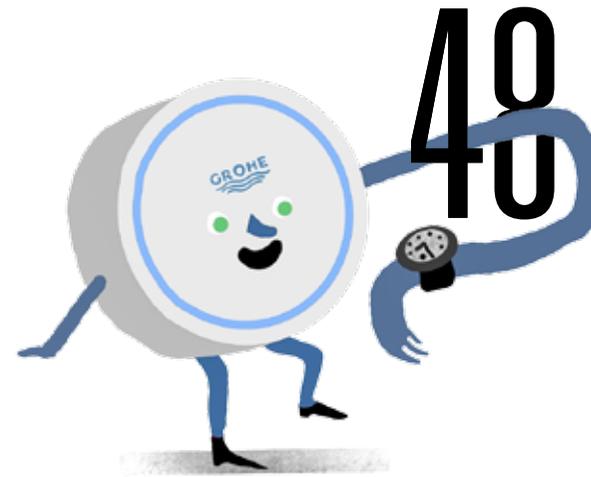
Vom Fischhändler bis zum Barkeeper: Diese Tokioter wissen um die Bedeutung des Wassers.



EIN HIMMLISCHES TEAM

Die neuen Waschbecken und Toiletten von GROHE passen perfekt zu den beliebtesten Wasserhahn-Linien.

30



42

MEHR ALS EINE DUSCHE

Handgefertigt: Thomas Fuhr, Executive Director of Operations bei Grohe, erklärt die Produktion der neuen AquaSymphony.



54

LONDON CALLING

Die fünf wichtigsten Trends des London Design Festival 2016 – entdeckt vom GROHE Designteam.



HEIMVORTEIL

Zusammen mit GROHE ONDUS helfen GROHE Sense und Sense Guard dabei, das Haus vor Wasserschäden zu bewahren.



EIN ÖKOLOGISCHER VORREITER

Das Engagement von GROHE für den Umweltschutz wurde mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2017 belohnt.

52



34

NATÜRLICH NORDISCH

So wird das Badezimmer zur skandinavischen Wellnessoase – mit den Produkten von GROHE SPA.

GROHE AG
Feldmühleplatz 15
D-40545 Düsseldorf, Germany
grohe.com

GROHE TEAM
Michael Rauterkus, Gerhard Sturm,
Michael Seum, Jan Shepherd

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

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

CHEFREDAKTEUR
Hans Bussert

KREATIVDIREKTOR
Christian Kúpker

BILDREDAKTEURIN
Victoria Gisborne-Land

LEKTORAT
Ursula Junger

REINZEICHNUNG UND DRUCKVORSTUFE
Reinhard Hasewend

MITARBEITER
Gloria Cardona, Clare Davies, Danielle Demetriou,
Harald Erath, Dr. Jeni Fulton, Ramon Haindl,
Benjamin Hammond, Attila Hartwig,
Josia Lamberto-Egan, Gui Martinez, Yamase Mayumi,
Lauren Oyler, Delphine Saint-Jean

DEUTSCHE ÜBERSETZUNG
Jan Fredriksson
janfredriksson.de

Das GROHE Magazin erscheint in zehn Sprach-
versionen und 60 Ländern mit einer Gesamtauflage
von rund einer Million 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.



Weitere Informationen zu den
neuesten Produkten von GROHE
finden Sie in unserem »Water.
Intelligence. Enjoyment«-Magazin.

60

ALLES IM FLUSS

Architektin Jeanne Gang über die
soziale Bedeutung ihrer neuen
Bootshäuser am Chicago River.



VERSUNKENE SCHÄTZE

Wie Jason deCaires Taylors Skulpturen in Mexiko und auf
Lanzarote von Meerestieren besiedelt werden.



68



ÜBERRASCHEND ANDERS

Drei Wohnhäuser zeigen, wie japanische Architekten
immer wieder Unerwartetes in ihre Bauten integrieren.



94



106

76

LEBENSADERN

Der Fotograf Mustafah Abdulaziz
reist um die Welt und dokumentiert
unseren Umgang mit Wasser.



WETTERBERICHT

Die Essence-Dusche von GROHE
sorgt für Sonnenschein – auch
an Regentagen.

84

92

VERNETZTES WASSER

Die Intelligenz des Wassers:
GROHE macht den smarten
Haushalt noch smarter.



TROPFKUCHEN

Raindrop Cakes gelingen noch besser mit
gefiltertem Wasser von GROHE Blue Home.

Pure Freude
an Wasser



CHANGE.

KEHREN SIE ALTEN GEWOHNHEITEN DEN RÜCKEN:
DAS NEUE **GROHE SENSIA® ARENA** DUSCH-WC.



JETZT PERSÖNLICH ERLEBEN! MEHR UNTER [ARENA.GROHE.DE](https://www.grohe.de/arena)

ICO 2
NIC 0
AWA 1
RDS 6

product
best of best

Vom Teemeister bis zum Fischhändler – Wasser ist für viele Tokioter das entscheidende Elixier.

EIN TAG IN TOKIO

TEXT: DANIELLE DEMETRIOU
FOTOGRAFIE: GUI MARTINEZ

Eine Tasse grüner Tee mit Zitrusaroma. Frische Muscheln in Meerwasser. Dampfende Fischsuppe. Kochend heiße Gemeinschaftsbäder. Und schließlich ein perfekt gemixter Cocktail mit Eisskulptur. All diese Dinge gehören zum farnefrohen Kaleidoskop des Tokioter Alltags. Auf den ersten Blick haben sie wenig gemeinsam, doch es gibt ein verbindendes Element: das Wasser.

Tokio ist für vieles bekannt: Wolkenkratzer, Massen von Angestellten im Anzug, Sushi, das auf der Zunge zergeht. Wasser hingegen ist nicht unbedingt der nächstliegende Gedanke.

Das moderne Stadtbild offenbart es nicht auf den ersten Blick, doch die spezifisch japanische Ehrerbietung für alles, was mit Wasser zu tun hat, zeigt sich im Tokioter Alltag immerzu. Anzeichen dafür finden sich in den Shinto-Schreinen, die an ruhigen, grünen Straßen liegen und wo der Besucher durch rote Torii-Tore eintritt, um sich dann in Bambustassen die Hände zu waschen – das reinigt Körper und Geist. Weitere Hinweise verbergen sich hinter der Tatsache, dass es in Tokio nicht nur pünktlich, sicher und ordentlich, sondern auch unglaublich sauber zugeht – keine Selbstverständlichkeit bei mehr als 13 Millionen Einwohnern.

Die folgenden Schnappschüsse aus dem Tokioter Alltag vom Fischmarkt bis zur Cocktailbar zeigen, was das Wasser für die Menschen dieser Stadt bedeutet.

DER FISCHHÄNDLER 6 UHR

Shigeru Suzuki kommt auch ohne Wecker mühelos aus den Federn – vielleicht weil sein Tag schon seit 50 Jahren so beginnt. Punkt sechs Uhr – im Winter ist es dann noch dunkel – steht der 68 Jahre alte Fischhändler auf und fährt zum Tsukiji, dem größten Fischmarkt der Welt. Er geht durch die Gassen und mustert die Ware, spricht mit Freunden und Kollegen und fährt schließlich mit einer guten Tonne Fisch weiter zu seinem Geschäft.

In Yamaya, einem Ort wie aus einer anderen Zeit mit orangefarbenen Fliesen und grünen Markisen, wartet der Fisch dann in Suzukis Auslage auf die Kunden. Viele kommen schon seit Jahrzehnten. »Heute haben wir Wakasagi-

Stinte aus Hokkaido, Asari-Venusmuscheln aus Kumamoto und Iwashi-Sardinen aus Mie«, sagt er. »Das ist saisonal. Im Frühling gibt's vielleicht Saba-Makrelen aus Aomori und den Sommer über Wolfsbarsch aus Hyogo.«

Das 62 Jahre alte Geschäft ist in Familienbesitz. Shigeru Suzuki, seine Frau Toshie (die ein T-Shirt mit der Aufschrift »Beaming for Joy« trägt), Toshies Schwester und Shigerus Bruder betreiben es in zweiter Generation. »Unser Fisch schmeckt so gut, weil es in Japan so viele Flüsse gibt«, erklärt Suzuki. »Die Flüsse kommen aus den Wäldern und Bergen. Sie tragen die Nährstoffe von dort bis ins Meer. Dadurch schmeckt der Fisch ganz anders – sehr rein!«



Shigeru Suzuki steht vor seinem Fischgeschäft, wo er Saba-Makrelen und Wolfsbarsch aus Hyogo verkauft.



DIE KÜCHENCHEFIN 10 UHR

Der Wasserhahn ist in der Küche des Breakfast Club, eines Restaurants im Retrostil im Bezirk Nakameguro, in ständigem Gebrauch. Küchenchefin Luli Shioi und ihr Team waschen Gemüse und Reis, füllen Töpfe – vom Morgen bis in die Nacht kochen sie für einen nie abreißen den Kundenstrom. Meist kommen junge Kreative und ältere Leute aus dem Viertel. »Unsere Gerichte, egal ob japanisch oder westlich, nähren auch die Seele«, erklärt Shioi, eine jugendlich wirkende Frau jenseits der 50, die das Restaurant im Dezember eröffnet hat. »Es gibt Frühstück mit Ei und Würstchen, aber auch japanisches Essen mit Reis und Misosuppe.«

Der japanische Teil der Speisekarte basiert auf der Fischbrühe Dashi, von der Shioi täglich zehn Liter an-

setzt. »Ich nehme einen großen Topf Wasser, füge Kombu-See tang und eine ordentliche Menge Bonito-Fischflocken hinzu, weiche das Ganze über Nacht ein und seihe es dann ab«, erläutert sie. »Ich liebe das! In Tokio sind alle so gehetzt, die Leute kaufen fast alles fertig und machen kaum noch etwas daheim wie die japanischen Großmütter, die früher für die ganze Familie kochten. Dashi ist sehr wichtig für die japanische Küche. Traditionell kommt es überall hinein – Fleisch, Gemüse und Suppen werden damit gemacht. Deshalb ist die Wasserqualität sehr wichtig.« Sie fügt hinzu: »Ich nehme gefiltertes Leitungswasser, das funktioniert sehr gut. Ich habe einmal in Paris versucht, Dashi zu machen, und es schmeckte komisch – vielleicht weil das Wasser dort ganz anders ist.«



Luli Shioi bei der Zubereitung der Dashi-Fischbrühe in ihrem Breakfast Club.



Kumiko Yamazakis Sento dient vor allem älteren Besuchern als Ort des Austauschs.

DIE SENTO-BETREIBERIN 14:30 UHR

Kumiko Yamazaki sitzt in ihrem Kassenhäuschen. Dort ist sie umgeben von einem roten Mobile, Mini-Shampoo-Flaschen und einer Vase mit künstlichen orangefarbenen Rosen. Sie gibt etwas in ihren rosa Taschenrechner ein und sagt dann: »67 Jahre.« Und weiter: »Im Jahr Shōwa 25 [alte japanische Zeitrechnung, entspricht 1950] übernahmen meine Großeltern dieses Sento-Badehaus. Und ich betreibe es jetzt seit mehr als 40 Jahren mit meinem Mann.«

Die Bedeutung des Wassers in Japan beschränkt sich nicht auf seinen Konsum – auch das Baden spielt bis heute eine wichtige Rolle. Das beweisen die Rentner, die morgens schon vor der Öffnungszeit in dem Sento-Badehaus im Bezirk Waseda Schlange stehen. »Die meisten haben

ein Bad in der eigenen Wohnung«, sagt die 63 Jahre alte Yamazaki. »Aber sie haben hier mehr Platz zum Entspannen und schätzen die Gemeinschaft.«

Wie im Sento üblich gibt es zwei nach Geschlechtern getrennte Badebereiche mit Wasserhähnen, 42-Grad-Becken, hohen Decken und einem regenbogenbunten Mosaik mit fliegenden Vögeln. »Früher heizten wir mit Holzchips, aber das verursachte starken Rauch. Deshalb stiegen wir vor 21 Jahren auf Gas um«, sagt Yamazaki, während sie von meist älteren Kunden Eintritt kassiert. Gut 300 kommen pro Tag. »Die Zahl der Sentos ist stark zurückgegangen, aber in dieser Gegend gibt es immer noch ein paar. Viele Menschen genießen den Gemeinschaftsaspekt«, sagt Yamazaki.



Natürliches Mineralwasser aus einer Quelle in Kagoshima ist der Schlüssel zum perfekten Tee.

DER TEEMEISTER 17 UHR

Am Nachmittag will ganz Tokio Tee trinken. Doch das tut der ruhigen Atmosphäre in den minimalistisch ausgestatteten Teesalons keinen Abbruch. Das Sakurai Japanese Tea Experience ist ein kleiner, moderner Raum in der fünften Etage des Spiral Building in Aoyama, wo sich in einer makellosen Umgebung aus unbehandeltem Holz, Glas und Kupfer alles um Tee dreht. Mittendrin steht Shinya Sakurai, ein 37 Jahre alter Barmann, der zum Teemeister umschulte und die traditionelle japanische Teezeremonie zeitgenössisch interpretiert. Wer dabei sein will, setzt sich auf einen der acht Hocker an der Holztheke. Der Blick schweift über ein Kupferwaschbecken zu den Fenstern mit Aussicht auf die Stadt.

Für die richtigen Zutaten reist Sakurai kreuz und quer durch Japan. In seinem Salon serviert er dann reine, aro-

matisierte und geröstete Tees, letztere bereitet er selbst vor Ort zu. In einem hypnoseartigen Ritual serviert er eine wärmende Wintermischung aus Grüntee mit einer Note von Kinkan-Zitrusfrüchten. »Mein Konzept stützt sich auf die fünf Elemente – und Wasser ist bei der Zubereitung von Tee das wichtigste Element«, erklärt er. »Unser Wasser stammt aus einer heißen Onsen-Quelle im Süden von Kagoshima, rund 30 Liter brauchen wir am Tag. Es ist ein sehr weiches Mineralwasser. Rund, ausgewogen, sanft auf der Zunge. Ich habe viele Wässer ausprobiert. Mit hartem Wasser bleiben Duft, Aroma und Umami auf der Strecke.« Sakurai, der morgens ein Glas heißes, gefiltertes Leitungswasser trinkt, fügt hinzu: »Wasser bedeutet Reinigung. Wichtig ist auch die Einheit von Tee und Natur – am liebsten würde ich ihn direkt an der Mineralquelle zubereiten und noch auf dem Berg trinken.«



DER BARKEEPER 21 UHR

Wenn in Tokio die Sonne untergeht und die Lichter der Skyline zu leuchten beginnen, verändert sich auch der Rhythmus der Stadt. Dies ist die Zeit von Rogerio Vas Igarashi. Der Barkeeper, 42 Jahre alt, halb Brasilianer, halb Japaner, stellt in seinen beiden Bars Trench und Tram verführerisch fantasievolle Cocktails her. Das bloße Betreten der Bar Trench im Bezirk Ebisu ist ein Erlebnis. Der Raum ist schmal und hoch, die Wände sind schwarz. Dazu kommt Rogerios Sammlung merkwürdiger Deko-Objekte von ananasförmigen Kunstgegenständen bis zu Teetassen der 50er-Jahre.

Die Cocktailkarte ändert sich ständig, und hinter jedem Eintrag steckt eine Geschichte. Der Drink »The Day the Earth Stood Still«, ein Mix aus Pisco, trockenem Wermut, Rüben, Kräuterlikör, Limette, Joghurt und Balsamico, etwa wurde vom gleichnamigen Science-Fiction-Film inspiriert. Es gibt über 20 Arten Absinth, die – ganz alte Schule – aus einem alten Schweizer Dispenser abgefüllt

werden. Mit Weste, Schnurrbart und tadellosen Manieren passt Igarashi wie kein anderer an diesen Ort. Und er lässt keinen Zweifel daran, dass ihm eines ganz besonders wichtig ist: das Eis. »Wir kaufen unsere Eisklötze in einer Fabrik in Ibaraki, zwölf Kilo täglich. Sie bleiben einen Tag im Kühlschrank, bis sie die richtige Temperatur haben. Dann bearbeiten wir sie mit dem Messer. Das ist schwierig: Ist das Eis zu weich, schmilzt es in den Händen und rutscht weg; ist es zu hart, kann man es nicht gerade schneiden, es bricht.«

Auch beim Absinth spiele das Wasser eine entscheidende Rolle, erklärt Igarashi. »Wenn du Absinth mit Wasser trinkst, entdeckst du viel mehr Geschmacksnoten als bei purem Absinth. Wir versuchen, leichteres, weniger mineralisches Wasser zu verwenden, das nicht so erdig schmeckt.« Er fügt hinzu: »Die Haltung zum Wasser ist in Japan vielleicht anders als in Brasilien. Die Japaner sind sehr dankbar für alles, was aus der Natur kommt – wie das Wasser.«



Rogerio Vas Igarashis Eisblöcke dürfen weder zu kalt noch zu warm sein, damit er sie mit dem Messer in Skulpturen verwandeln kann.

DIE ZUKUNFT DES WOHNENS

Die Ausstellung HOUSE VISION in Tokio untersucht, wie sich Tradition und Technologie in unseren Wohnungen verbinden lassen.

TEXT: JOSIA LAMBERTO-EGAN



Das gibt es nur in Tokio. Oder wo sonst stehen an einem glühend heißen Sommertag Tausende verschwitzte Menschen mit schnapsschussbereiten Kameras in langen Schlangen an, um sich »die Wohnungen der Zukunft« zeigen zu lassen?

Die Idee zur Ausstellung HOUSE VISION stammt von Kenya Hara, Art Director der japanischen Lifestyle-Kette Muji. Gemeinsam mit dem Co-Kurator Sadao Tsuchiya konnte er prominente japanische Architekten mit großen Industrieunternehmen zusammenbringen. Je ein Architekt und eine Firma erhielten folgenden einfachen Auftrag: Baut uns eine Wohnung, die zeigt, wie wir in Zukunft wohnen werden! Das Thema »Co-Dividual« brachte die Teilnehmer dazu, Antworten auf Fragen von nationaler Bedeutung zu suchen: die wachsende Kluft zwischen Stadt und Land, Alt und Jung, Tradition und Avantgarde.

Das Ergebnis war eine Reihe fantasievoller Konzepte von der futuristischen Wohnung, die nur mit VR-Brillen ausgestattet ist, bis zu einem beruhigenden Garten mit Ahornbäumen und stillen Wasserbecken. Die Projekte waren so vielfältig wie die Stadt Tokio, wo die »otaku« genannten Spielhöhlen ähnlich viele Menschen anziehen wie traditionelle Shinto-Tempel.

Dieses Gleichgewicht aus fortschrittlichsten Ideen und höchster Funktionalität findet sich in Shigeru Bans »Open House with Condensed Core« wieder, das in Zusammenarbeit mit LIXIL entwickelt wurde. Ban, der 2014 den Pritzker Architecture Prize erhielt, schuf mithilfe der von ihm gerne verwendeten Papierwände einen leichten Rohbau, der vollständig angehoben werden kann. Wasserleitungen, Lüftungsrohre und Elektroinstallation sind in einer kompakten Einheit konzentriert, dem von LIXIL-Ingenieuren entwickelten Life Core. Ban erklärt: »Diese

Auf der HOUSE VISION arbeiteten japanische Designer gemeinsam mit Industriepartnern wie LIXIL.



Das »Open House« des japanischen Pritzker-Preisträgers Shigeru Ban.

vollständige Integration der Sanitär- und Elektroinstallation sowie der Klimatechnik macht es überhaupt erst möglich, das Potenzial dieses Konzepts auszuschöpfen.« Da im Boden keine Rohre sind, können Küche und Bad praktisch an jedem beliebigen Ort in der Wohnung eingebaut werden – das führt zu einer unerhörten Flexibilität bei der Planung oder bei Sanierungen. Und es ermöglicht die komplette Umwidmung von Gebäuden: vom Büro zur Wohnung oder vom Landhaus zum Stadthaus.

Auch andere Designer haben sich mit Mehrweckhäusern befasst, um Stadt und Land zu verbinden. Die Partner Atelier Bow-Wow und Muji bauten eine Reisbauernhütte mit schneller Internetanschluss, die auch als Büro dienen kann – das soll städtische Heimarbeiter ermuntern, in der Erntesaison auf den Reisfeldern zu arbeiten. Unterdessen bauten Go Hasegawa und Airbnb ein Gästehaus für die ländliche Region Yoshino. Das Gebäude aus regionaltypischem Zedernholz soll junge Reisende in Gebiete mit einem hohen Altersdurchschnitt locken und zugleich als Treffpunkt für die Anwohner dienen.

Die ungewöhnliche Zusammensetzung der Teams brachte beiden Seiten wichtige Erkenntnisse. Ins »Open House« integrierte Ban, der sonst mit einfachsten Materialien arbeitet, geschickt die aktuellen Innovationen von LIXIL. Riesige Fenster klappen vollständig nach oben und zur Seite weg, sodass das Haus Kontakt zur Außenwelt aufnimmt. Die Transparenz des Fensterglases ist einstellbar, so kann es die traditionellen Reispapierfenster imitieren. Neue Technologie von LIXIL ermöglichte dem Architekten, mit dem Partner »ein System zu schaffen, das selbst auf engstem Raum ein bemerkenswertes Gefühl der Offenheit gegenüber der Außenwelt entstehen lässt«.

Überall in Tokio geht es beim Bau öffentlicher Gebäude um die »großen Lösungen«. Doch die Gründer von HOUSE VISION sehen in den unablässigen Designexperimenten der japanischen Hauptstadt vor allem das perfekte Labor, um die Beziehung zwischen den Menschen und ihrer Wohnung neu zu denken. »Wohnungen«, schreiben sie, »verbinden verschiedene Branchen und sind daher der ideale Ort für die Ideen der Zukunft.«



Fotos: Nacása & Partners Inc. © HOUSE VISION

Der Life Core von LIXIL führt die gesamte Haustechnik an zentraler Stelle zusammen.



INTERVIEW: YAMASE MAYUMI
FOTOGRAFIE: GUI MARTINEZ

Zukunftsarchitekt Sadao Tsuchiya über das Tokio von morgen.

DER INSIDER

Ein Wohnhaus ist viel mehr als nur ein Schlafplatz: Es ist der Ort, an dem wir unser wahres Ich ausleben können – und wo das möglich ist, sind wir zu Hause. Niemand weiß das besser als Sadao Tsuchiya, der Gründer des Urban Lifestyle Lab und Leiter der Architektur-Ausstellung HOUSE VISION (siehe S. 22). Seine Projekte drehen sich stets um die Frage, wie wir heute leben und wie sich das in den nächsten Jahrzehnten verändern wird. Das gilt auch für die Ausstellung HOUSE VISION, die im letzten Jahr zum zweiten Mal stattfand und zwölf Architekturszenarien für die nahe Zukunft vorführte. Sie zeigten, wie das Leben zu Hause künftig aussehen könnte, indem sie aktuelle Lebensstile und gesellschaftliche Fragen in den Mittelpunkt ihres Designs stellten. Wir haben mit Tsuchiya über die Zukunft des Wohnens in Tokio gesprochen.

GROHE

Wie sind Sie zum Zukunftsarchitekten geworden?

Sadao Tsuchiya

Mein Vater war Bauingenieur. Das weckte mein Interesse an dem Thema. Ich studierte in Tokio Architektur und ging dann für fünf Jahre nach Italien, um dort weiterzulernen. Nach meiner Rückkehr fand ich japanische Häuser im Vergleich zu den europäischen wirklich mittelmäßig. Heute finde ich europäische Städte sehr schön, aber asiatische Städte machen mehr Spaß. Ich wüsste gern, wie man beides haben kann: Schönheit und Spaß!

G Wie untersuchen Sie, welchen Einfluss unsere sich wandelnden Lebensstile auf das Wohnen haben?



ST Ein Haus ist ein sehr komplexes Produkt, in dem verschiedene Technologien und Dienstleistungen stecken. In jeder Kultur gibt es Gewohnheiten und Verhaltensweisen, die die Menschen unbewusst ausüben, etwa wie sie essen, fernsehen oder kochen. Mich interessiert, welche Rolle der historische, religiöse und wirtschaftliche Hintergrund einer Kultur dabei spielt. Ich versuche herauszufinden, wie unser Lebensstil bestimmte Häuser und Städte hervorbringt. Meine Forschungen zum Wohnen funktionieren nur zusammen mit anderen Disziplinen.

G Vor welchen besonderen wirtschaftlichen Herausforderungen steht der japanische Wohnungsbau?

ST Japans Bevölkerung schrumpft dramatisch; zugleich gibt es immer mehr alte Menschen. Mehr als jeder Dritte lebt allein, mehr als ein Viertel der Japaner sind älter als 65. Doch ich will keine Zukunftsangst verbreiten. Ich will nur zeigen, was uns erwartet und wie wir künftig zusammenleben können.

G Wie würden Sie Tokio als Stadt beschreiben?

ST Tokio ist sehr chaotisch, ein Ort totaler Reizüberflutung. Die Stadt ist bekannt für unentwegte Aktivität, aber man findet auch Gemüsegärten, Büros, Einkaufsgegenden. Es ist eine entgrenzte Stadt mit einer unendlichen Fülle an Kommunikation und Austausch. Es gibt weltweit kaum eine Stadt, in der man an einem Tag so viele Ausstellungen und Events besuchen oder fünf, sechs Meetings abhalten kann.

G Warum suchen wir die Ideen für das Leben der Zukunft in Tokio?

ST In Tokio rast die Zeit: Wir können mit jemandem chatten, dann einen Flug buchen, um diese Person in Malaysia zu treffen, und am nächsten Tag hinfliegen! Tokio steht für die Extremform dieses futuristischen Lebensstils. Ich möchte wissen, wie japanische Unternehmen ihre Ideen im Ausland verbreiten können. Oft machen sie sich im Vorfeld keine Gedanken darüber, wie sie japanische Produkte und Dienstleistungen in Kulturen einführen, die völlig anders ticken. Ich glaube, man muss zunächst etwas über die Kultur selbst lernen, bevor man in einen neuen Markt expandieren kann. Die japanische Gesellschaft schrumpft in vielerlei Hinsicht. Daher hoffe ich, dass Japan insbesondere dort, wo Asien sich entwickelt, aktiver werden kann.

G Wie verändern sich Wohnräume in Tokio in Zukunft?

ST Unsere Wohnsituation hat sich schon verändert. Seit 2000 konzentriert sich die Gesellschaft stärker auf die Individuen – Handys haben eine größere Rolle in unserem Leben eingenommen. Heute sind wir ununterbrochen online, immer und mit allen verbunden. So können Sie zugleich mit der Familie essen und mit Ihrem virtuellen Selbst verbunden sein. Wegen dieser Veränderung des persönlichen Raumes sind Gemeinschaftsräume immer wichtiger geworden. Das hat auch den Schnitt der Wohnungen verändert. So sind offene Küchen heute beliebter, ebenso Multifunktionsräume für die ganze Familie. Auch unsere Schlafplätze könnten sich verändern. Denken Sie an all jene, die nur zwei Tage in der Woche daheim sind!

G Was macht Sie glücklich?

ST Ich stelle meine eigenen Möbel her. Das hat schon mit meiner Arbeit zu tun, aber ich genieße es auch als Hobby. Ich habe sogar meine eigene Küche gebaut! Aber meine Arbeit ist meine wahre Bestimmung: Ich liebe meinen Job. Eigentlich will ich nie in Rente gehen – einfach weiterarbeiten! Vielleicht sollten das alle versuchen.

G Wie entspannen Sie sich, wenn Sie einmal frei haben?

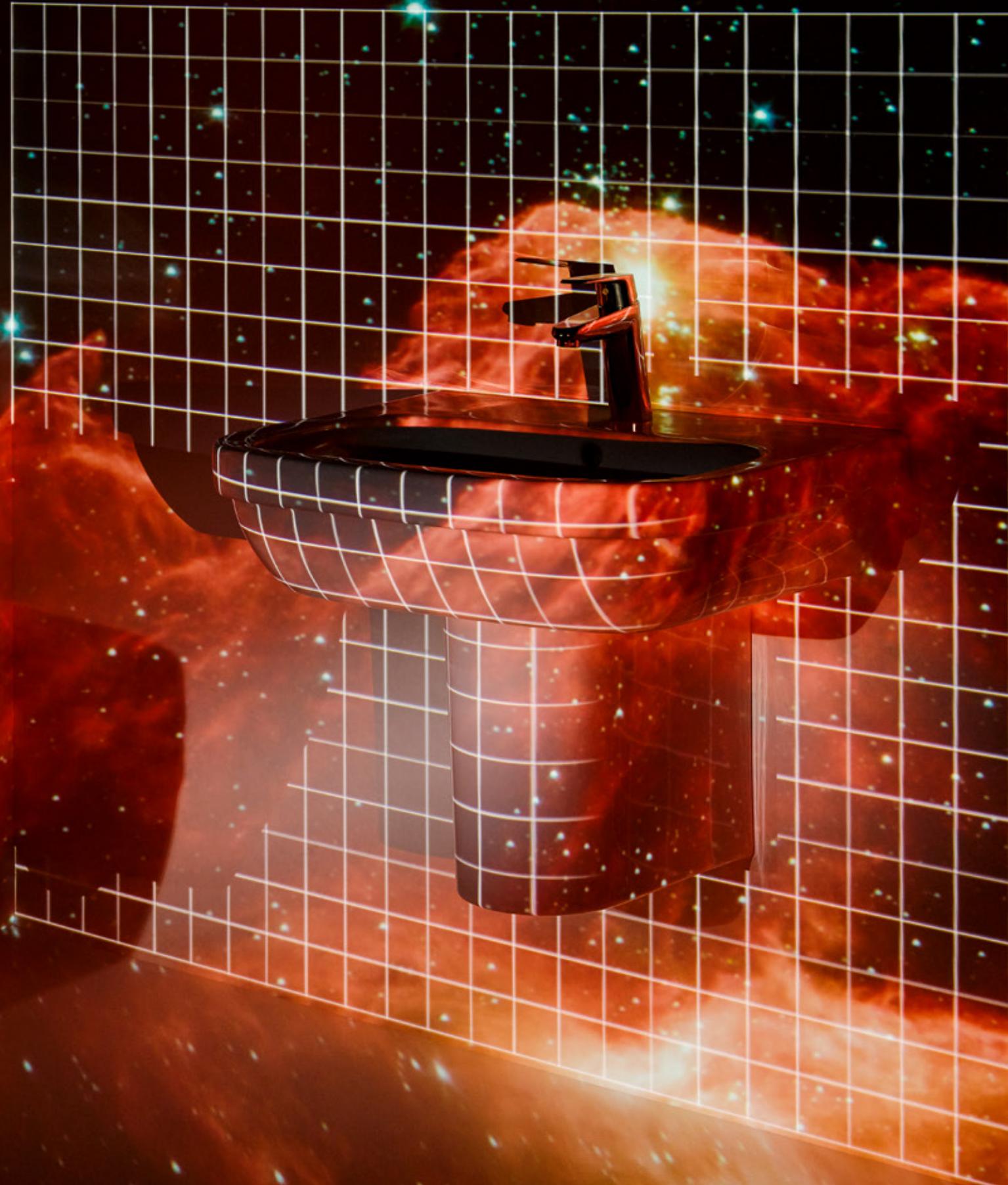
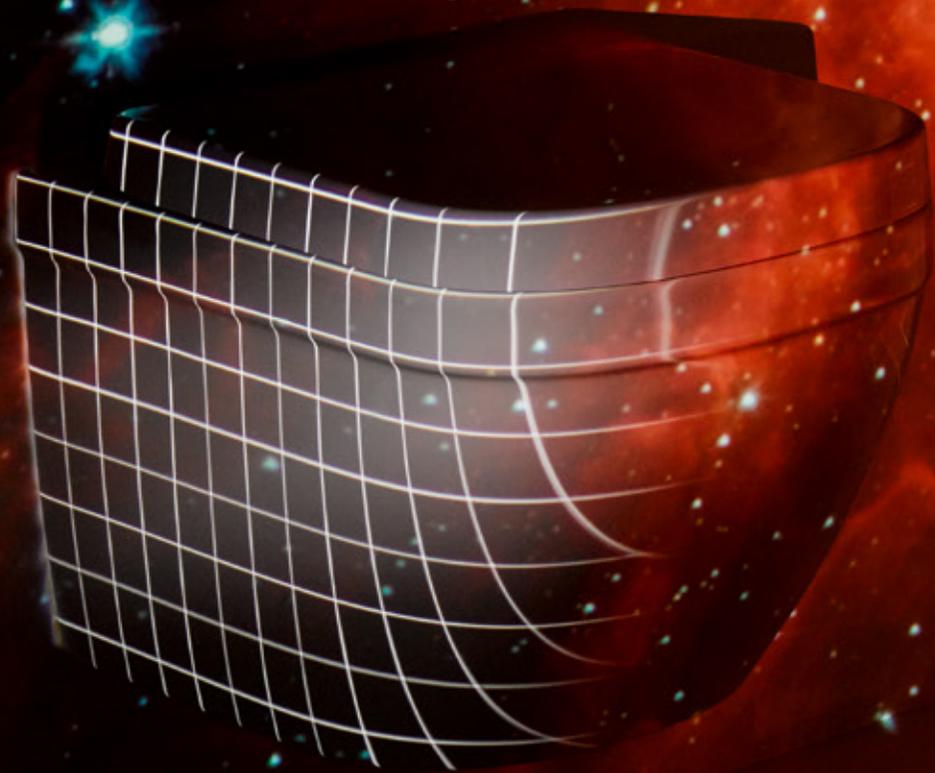
ST Ich habe nie frei! Ich denke, es ist in unserer Zeit völliger Unsinn, den Samstag und Sonntag von der Woche abzutrennen, um »ein, zwei Tage zu entspannen«. Ich denke nicht in Tagen, sondern eher in Stunden: Ich angle zum Beispiel gern – wenn ich auf dem Land bin, gehe ich morgens angeln und dann arbeite ich. So verbinde ich Arbeit und Vergnügen.



Die neuen Waschbecken und WCs von GROHE sind die perfekte Ergänzung für viele Armaturen.

EIN HIMMLISCHES TEAM

FOTOGRAFIE: ATTILA HARTWIG
TEXT: GLORIA CARDONA





Als Weltmarktführer bei Wasserhähnen und Armaturen in höchster Qualität weiß man bei GROHE, worauf es bei der Badezimmerausstattung ankommt: große Vielfalt und einfaches Auswählen. Deshalb sind die drei neuen Keramiklinien Bau, Euro und Cube so gestaltet, dass sie perfekt mit den gleichnamigen Wasserhähnen, Duschen und Sanitärsystemen harmonieren. LIXIL sei Dank: Als Teil des japanischen Konzerns ist es GROHE nun möglich, die Design- und Technologievorsprünge beider Unternehmen zu kombinieren. Die Ergebnisse können sich sehen lassen. Das Designteam von GROHE hat dafür gesorgt, dass sämtliche Keramikprodukte und Armaturen optisch perfekt zusammen passen – und auch perfekt zusammen funktionieren. Es ist jede Menge Platz zwischen Wasserhahn und Waschbecken, sodass der Wasserstrahl genau im richtigen Winkel auf die Keramik trifft und es beim Händewaschen keine Spritzer gibt. Und das Beste: Die mühsame Suche nach Keramik und Armaturen, die gut harmonieren, erübrigt sich. Bei GROHE passt in jeder Linie alles zu allem.

Die GROHE Keramikprodukte der Linie Bau sind die perfekte Wahl für Profiprojekte. Ihre sanften, runden Formen fügen sich harmonisch in jedes Badezimmer ein und hinter ihrem zurückhaltenden Design verbirgt sich neueste Spitzentechnik: Bau Keramiktoiletten haben grundsätzlich keinen Spülrand und sind mit einer Absenkautomatik ausgestattet.

Die Keramiklinie Euro passt perfekt zu allen Wasserhähnen der GROHE Linie Euro. Sie verfügt über Technologien wie ProGuard und HyperClean, zudem sind alle Waschbecken und Toiletten dieser Linie kompakt gebaut und nutzen so optimal den Raum aus – wichtig für kleine Badezimmer.

Das Grundmotiv der Keramiklinie Cube ist das Viereck und eine markante Linienführung. Mit ihren großzügigen Maßen sorgt sie für ein zeitgemäßes, edles Bad-Design. Und auch im Detail stimmt alles: Die Produkte der Linie Cube verfügen über eine Hygienebeschichtung mit AquaCeramic und HyperClean; die Toiletten sind zudem mit der Triple Vortex Spülung ausgestattet.

Euro Waschbecken

Die Waschbecken passen perfekt zu allen Wasserhähnen der Linie Euro – damit es beim Händewaschen nicht spritzt.



Euro WCs

Die Euro WCs verfügen über die Hygienebeschichtung HyperClean und ProGuard und sind ideal für Badezimmer mit Euro Armaturen.

NATÜRLICH NORDISCH

Regenerieren, verjüngen, entspannen. Immer wieder von vorne und ab sofort sogar im eigenen skandinavisch inspirierten Badezimmer – dank GROHE SPA.

TEXT: CLARE DAVIES

Einige der attraktivsten Menschen der Welt kommen aus Skandinavien. Das liegt wohl auch an der atemberaubend schönen Landschaft: Von den norwegischen Fjorden über isländische Vulkanfelder und das vereiste Lappland bis hinunter zur windigen Küste Dänemarks – der Norden bietet schier endlose Möglichkeiten, das innere und äußere Wohlbefinden zu steigern.

Zudem können die Skandinavier sich in vielen Spas und mithilfe uralter Techniken so tief entspannen wie kaum sonst irgendwer auf der Welt. Es ist erwiesen, dass traditionelle skandinavische Methoden dazu beitragen, die allgemeine Gesundheit zu fördern. Sicher ist auch das ein Teil des Geheimnisses der fitten, erholt aussehenden Skandinavier. Zum Glück sind diese Spa-Erlebnisse jetzt nicht mehr nur im hohen Norden möglich. Ab sofort können wir alle die ganze Welt der skandinavischen Spas erleben – mit den neuesten Erweiterungen der GROHE SPA Serie.

Das klassische nordische Spa-Konzept umfasst drei Stufen. Zunächst muss der Körper aufgewärmt werden, Herz und Kreislauf sollen in Schwung kommen. Vor allem die Finnen sind berühmt für ihre Holzgeheizten Saunen, die den Kreislauf anregen und ein angenehmes Holzraucharoma auf dem Körper zurücklassen. Wer richtig schwitzen will, kann mit einem Aufguss die Feuchtigkeit erhöhen – den dabei entstehenden Dampf nennen die Finnen »löyli«. Ebenso wichtig sind »vihtas« – Birkenzweige, unter deren sanften Schlägen müde Muskeln sich entspannen.

Im nächsten Schritt geht es darum, die durch die Hitze geöffneten Poren zu schließen – mit einem Sprung in einen eisigen Fluss, unter einen Wasserfall oder in den Schnee. Das regt das Immunsystem an. Der letzte Teil des Rituals ist der Entspannung vorbehalten, dafür sollten mindestens 20 Minuten bleiben. Die bekannteste Entspannungsmethode skandinavischer Spas ist die schwedische Massage, die auf physiologischen und anatomischen

Skandinavien ist berühmt für seine Saunakultur und spektakuläre Spas.



Mit GROHE lässt sich das nordische Spa-Gefühl ganz einfach ins eigene Badezimmer holen.

Theorien beruht. Sie besteht aus fünf Grundschlägen sowie Gleit-, Knet-, Reibe- und Vibrationsbewegungen, die das Muskelgewebe wärmen und Spannungen lösen. So löst der Masseur Verkrampfungen. Das entspannt nicht nur den Körper, es entgiftet auch die Muskeln und hebt den Sauerstoffspiegel im Blut an. Damit das Spa-Ritual seine

»Die traditionellen Methoden Skandinaviens helfen dabei, die Gesundheit zu fördern.«

Wirkung voll entfaltet, sollte diese dreistufige Behandlung mindestens zweimal wiederholt werden.

Wie können die Vorzüge skandinavischer Spas zu Hause genutzt werden? Das GROHE SPA Konzept basiert auf verschiedenen Zonen, zu denen, wie beim nordischen Spa-Ritual, die Bereiche Verjüngung und Entspannung gehören. Zudem ist GROHE SPA vollständig individualisierbar und passt sich perfekt den persönlichen Wünschen jedes Kunden an. So wird das private GROHE SPA zu einem Zufluchts- und Ruheort, an dem man alle Freuden einer skandinavischen Wellness-Oase erleben kann und wo sich die Zeit bis zur nächsten Reise in den hohen Norden wunderbar überbrücken lässt.



Skandinavisches Spa-Design ist von der Natur inspiriert.



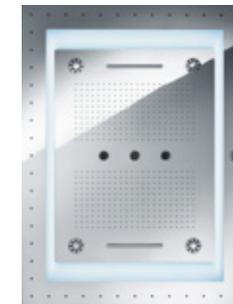
Das Außenbecken dieses schwedischen Spa erinnert an japanische Sento-Bäder.



Die heilende Kraft des Wassers wird von vielen Nordeuropäern sehr geschätzt.

AquaSymphony

Die neue Deckendusche wird nach höchsten Qualitätsstandards in Deutschland handgefertigt. Ihre sechs Strahlarten, einschließlich Regenstrahl- und zwei XL-Wasserfallfunktionen, sind miteinander kombinierbar und eignen sich perfekt zur Anregung der Sinne – genau wie am Anfang eines skandinavischen Badezyklus. Doch das ist nicht alles: Zuschtaltbare Leuchten in vielen Farben erinnern an Nordlichter und ergänzen das Duscherlebnis um eine entspannende und personalisierte Lichtshow. Zusammen mit den Produkten der Kollektion Rainshower F bringt die neue AquaSymphony das bisher luxuriöseste Spa-Erlebnis direkt ins Badezimmer.



SmartControl Concealed

Skandinavische Spas sind für ihren einfachen, aber wirksamen Ansatz bekannt. Diesem Prinzip folgt auch die neue GROHE SmartControl Concealed. Das minimalistische Design und der Wandeinbau schaffen mehr Platz unter der Dusche und erhöhen den Duschgenuss. Mit einer Armatur lassen sich bis zu drei Duschköpfe kontrollieren – per Knopfdruck startet oder stoppt die gewählte Dusche. Die gewünschte Wassermenge ist exakt über einen Drehknopf einstellbar. GROHE hat zudem eine große Auswahl an geeigneten Armaturen im Sortiment: Neben runden gibt es rechteckige Designs sowie verschiedene Materialien, sodass sich der individuelle GROHE Badezimmerstil bis in die Dusche fortsetzt.



Essence

Die GROHE Essence Kollektion wurde um acht neue Farben erweitert, die perfekt zu den natürlichen Elementen skandinavischer Outdoor-Spas passen: Die Varianten Graphite und Nickel sowie die stimmungsvollen Töne Sunset und Sunrise gibt es jeweils in einer polierten und einer gebürsteten Version. Zusammen mit den Farben Supersteel und Chrome zeichnet sich die gesamte Palette durch stilvolles, klassisches Design aus. Besonders die neuen Farbtöne sind die ideale Ergänzung für Spas aus Naturstein, Marmor oder Beton; ihre schlanke Formensprache steht für raffinierten Minimalismus. Das gleiche durchdachte Design findet sich im Steuerhebel der Essence Wasserhähne, die präzise Kontrolle mit sinnlicher Erfahrung vereinen.



Sensia Arena

Das Dusch-WC GROHE Sensia Arena verbindet maximale Hygiene mit einem angenehmen Gefühl und verschafft so ein bisher unerreichtes Wohlbefinden. Die Dusche wirkt sanft und beruhigend auf die Haut, liefert zuverlässig warmes Wasser und verfügt über verschiedene Sprühfunktionen, die mit der App Sensia Arena, per Fernbedienung oder über das Bedienfeld am Sitz gesteuert werden. Zu den vielen Komfortfunktionen gehört ein Sensor, mit dessen Hilfe der Sitz automatisch öffnet und schließt. Und wie in jedem guten Spa ist echtes Wohlbefinden nur mit größter Hygiene erreichbar. Daher sorgen die Technologie AquaCeramic, die keimhemmende Beschichtung HyperClean und die selbstreinigenden Arme für höchste Reinheit.





AQUASYMPHONY VON GROHE EINFACH ATEMBERAUBEND.

Weit mehr als eine Dusche: Mit AquaSymphony erschaffen Sie einen Ort, der Wasser zum Leben erweckt. Spüren Sie jeden Tag aufs Neue die atemberaubende Faszination von Wasser und erleben AquaSymphony in Ihrer persönlichen Wellness-Oase.

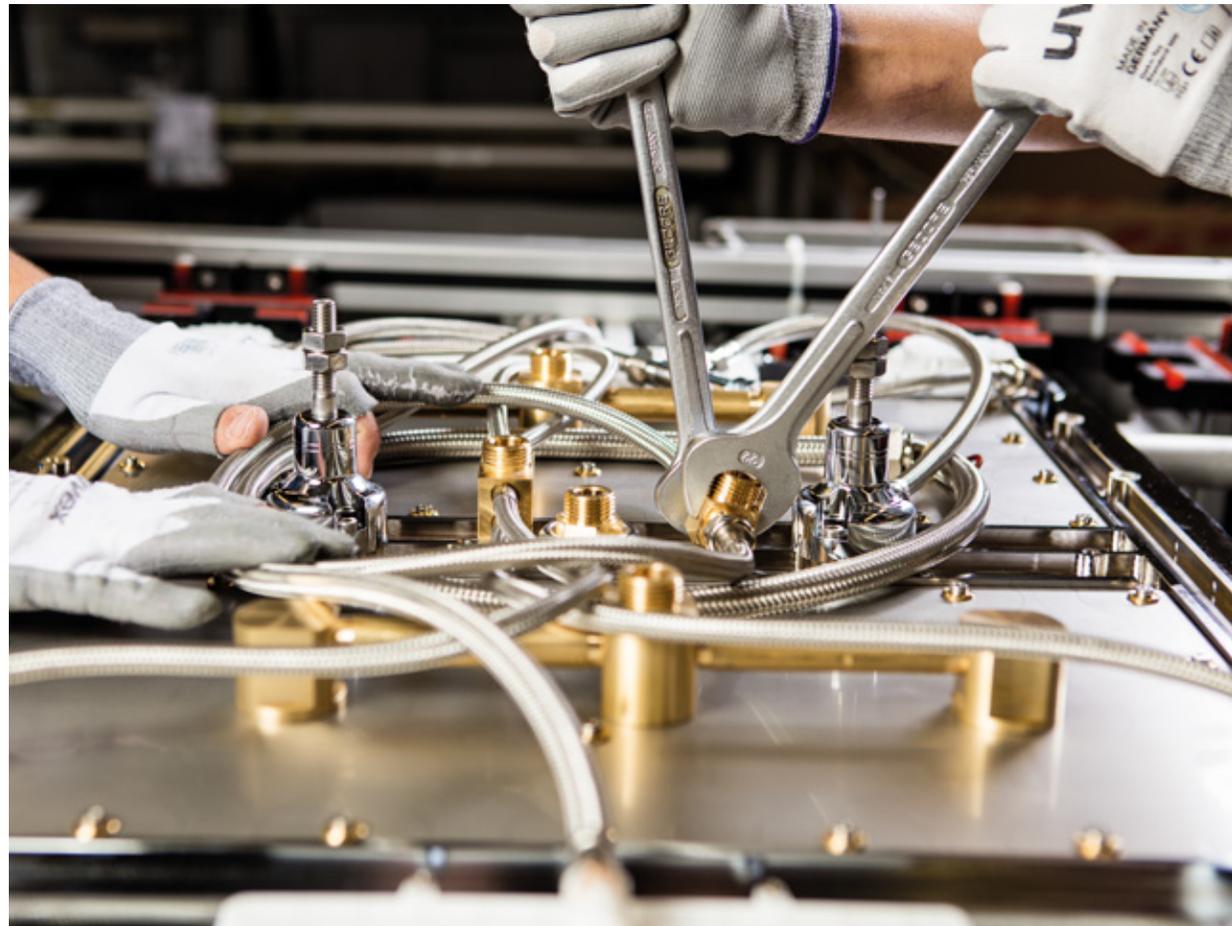
[AQUASYMPHONY.GROHE.DE](https://www.aquasympphony.grohe.de)

MEHR ALS EINE DUSCHE

Wenn hoch qualifiziertes Handwerk auf neueste Technologie trifft:
In Lahr im Schwarzwald wird die neue AquaSymphony von Hand gefertigt.
Thomas Fuhr von GROHE erklärt das Duschsystem der Extraklasse.

Thomas Fuhr ist Executive Director of Operations bei GROHE und damit für die Fertigung sämtlicher Produkte des Unternehmens im Bereich der Bäder- und Küchenausstattung verantwortlich. Zu den neuesten Entwicklungen gehört AquaSymphony, ein Duschsystem, mit dem sich das Badezimmer in einen Spa verwandeln lässt. Sechs Strahlfunktionen stehen einzeln oder auf Wunsch sogar gleichzeitig zur Verfügung – wie die Regendusche

PureRain oder der XL-Wasserfall. Hinzu kommen der vielfarbig schillernde Vorhang aus LED-Lichtern sowie die Möglichkeit, per Bluetooth Musik direkt in der Dusche zu hören. Im Gespräch mit dem GROHE Magazin erzählt Thomas Fuhr, wie das Duschsystem in Lahr handgefertigt wird, warum es sich von anderen Duschsystemen unterscheidet und wie ein Luxusprodukt wie die AquaSymphony ressourcenschonend eingesetzt werden kann.



Die AquaSymphony wird in Kleinserie handgefertigt – das ermöglicht einen herausragenden Qualitätsstandard.

Thomas Fuhr, Executive Director
of Operations am Hauptsitz
von GROHE in Düsseldorf.



INTERVIEW: GLORIA CARDONA
PORTRÄT: RAMON HAINDL

GROHE

Was unterscheidet die GROHE AquaSymphony von anderen Luxusduschköpfen?

Thomas Fuhr

Zunächst einmal wird die AquaSymphony in Kleinserie von Hand gefertigt. So können wir das System perfekt den Kundenwünschen anpassen. Wer es in der Farbe seines Ferrari haben möchte, bekommt es auch so. Zudem haben wir dafür gesorgt, dass AquaSymphony alles bietet, was man in einer Dusche erleben kann, und dank ihrer Spezialfunktionen entsteht wirklich das Gefühl, in einem Spa zu sein.

G GROHE nimmt den Schutz der Ressource Wasser sehr ernst. Wie lässt sich dieses Engagement mit einem Luxusprodukt wie AquaSymphony vereinbaren?

TF Es war uns wichtig, dass unser Designteam ein Qualitätsprodukt entwirft, das einen umweltbewussten Umgang mit Wasser ermöglicht. Bei der AquaSymphony lässt sich jede Strahlart individuell einstellen, sodass der Nutzer immer die Kontrolle über den Wasserverbrauch behält.

G Am Anfang Ihrer Zeit bei GROHE verbrachten Sie drei Monate in den deutschen Werken in Lahr, Hemer und Porta Westfalica, um das Unternehmen besser zu verstehen. Was war dort Ihre wichtigste Erkenntnis?

TF Um den Produktionsprozess vollständig zu erfassen, war es für mich wichtig, dorthin zu gehen, wo die Wertschöpfung stattfindet. Ich konnte nicht nur sehen, in welchen Bereichen wir erfolgreich sind, sondern auch, was wir noch verbessern können. Kaum jemand weiß, dass wir eine Produktionstiefe von 90 Prozent haben. Das bedeutet, dass GROHE fast jeden Produktionsschritt in der Hand hat. Damit hat das Unternehmen einen großen Vorteil und die Möglichkeit, von A bis Z für höchste Qualität zu sorgen. Doch ich habe nicht nur gelernt, wie ein Wasserhahn oder eine Dusche entsteht. Meine Aufenthalte haben mir gezeigt, was für ein großartiges Unternehmen GROHE ist. Ich habe schon für andere Firmen gearbeitet, aber nirgendwo sonst habe ich so stolze Mitarbeiter gesehen. Unser Team ist voller hochmotivierter, hart arbeitender Menschen. Es ist faszinierend, das unmittelbar mitzubekommen.



Die Frontplatte der AquaSymphony erhält ihre Beschichtung.



Jeder Duschmodus der AquaSymphony kann separat genutzt werden, was eine besonders effiziente Wassernutzung erlaubt.

G Wie kann das Team bei einem hohen Produktionsvolumen für konstante Qualität sorgen?

TF In jedem Jahr stellen wir gut 20 Millionen Wasserhähne her, das entspricht ungefähr 80 000 am Tag. Qualität steht bei uns an oberster Stelle, das ist eines unserer wichtigsten Prinzipien. Für die AquaSymphony Produktion haben wir unser Team genau so organisiert, wie wir es auch bei allen anderen Produkten tun – und das, obwohl AquaSymphony von Hand gefertigt wird. Um herausragende Qualität zu erreichen, stellen wir stets ein interdisziplinäres Team auf, in dem die Forschungs- und Entwicklungsabteilung ebenso vertreten ist, wie die Produktions- und Designteams es sind. Bei AquaSymphony hatten wir das gemeinsame Ziel, die »beste Dusche der Welt« zu schaffen. Wenn man ein Spitzenprodukt hervorbringen will, ist

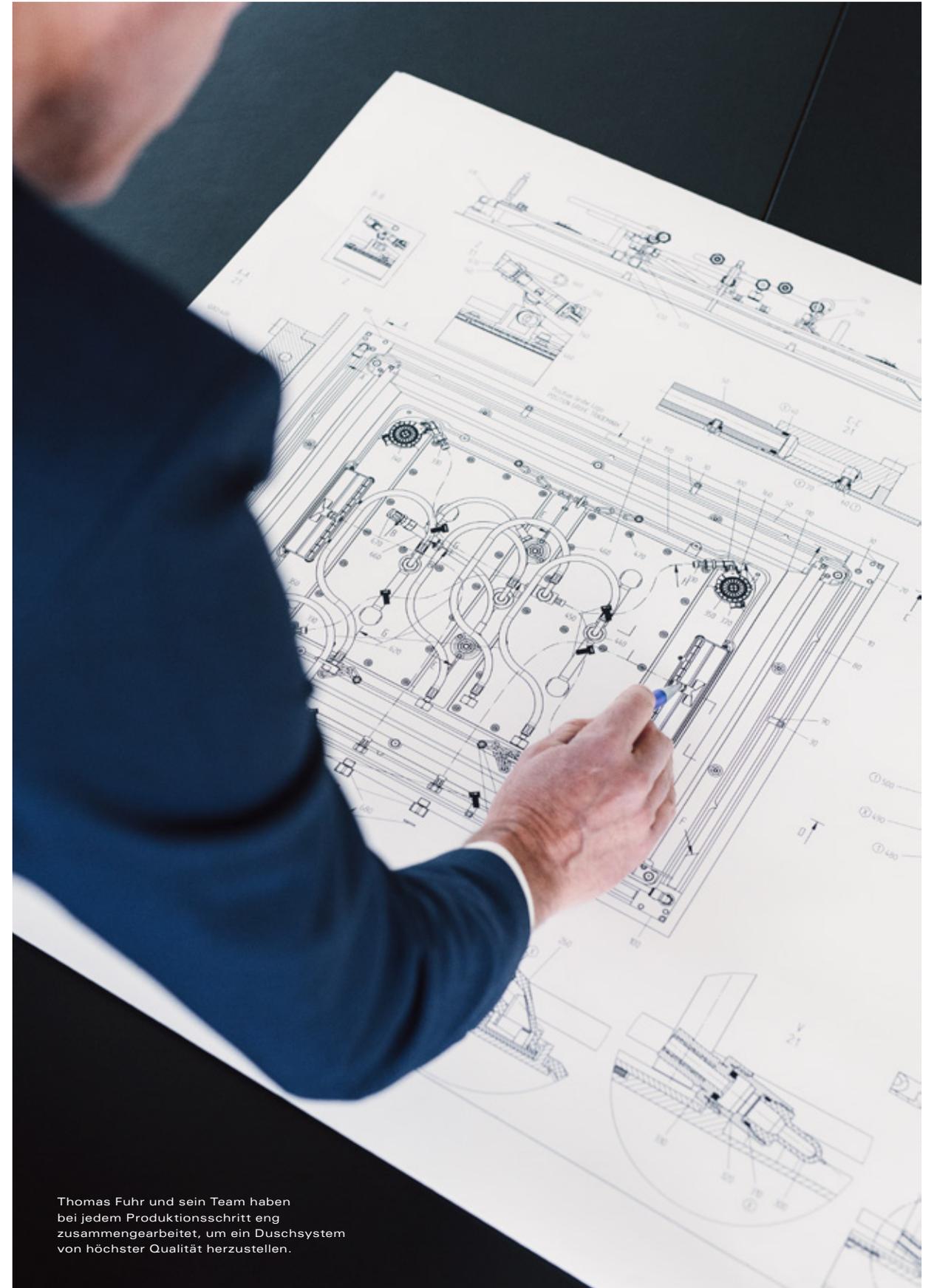
konsequente Teamarbeit bei jedem Produktionsschritt ganz wesentlich.

G Was tun Sie persönlich für den Schutz der Ressource Wasser?

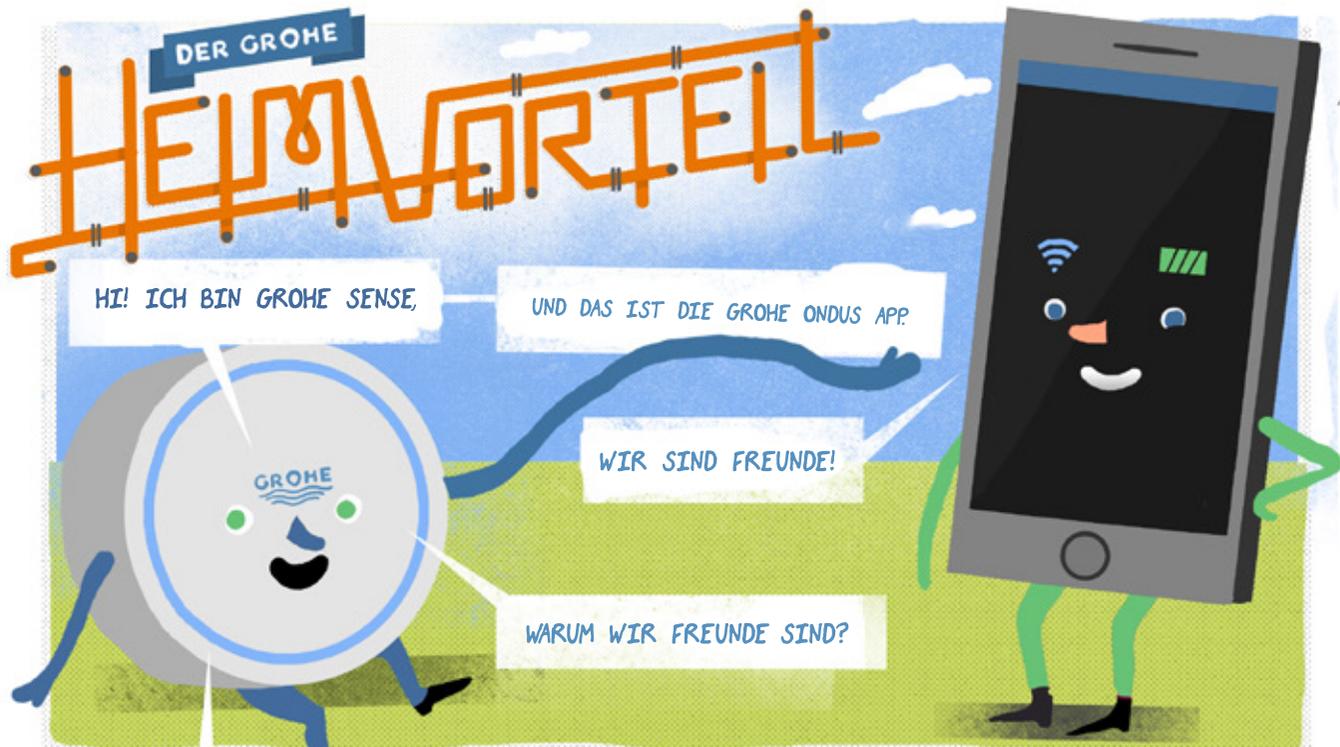
TF Abgesehen davon, dass ich privat GROHE Produkte nutze, bin ich der Meinung, dass wir alle überhaupt erst einmal verstehen müssen, welche Bedeutung Wasser für unser Leben hat. GROHE bietet alles, was notwendig ist, um umweltbewusst zu handeln. Letztendlich geht es aber um das Verhalten des Einzelnen.

G Sie sind begeisterter Segler. Wohin geht's dieses Jahr?

TF Auch wenn ich derzeit sehr viel zu tun habe, versuche ich, so viel wie möglich am Wasser zu sein. Ich war im letzten Jahr auf dem Mittelmeer segeln und würde das sehr gern in diesem Sommer fortsetzen.



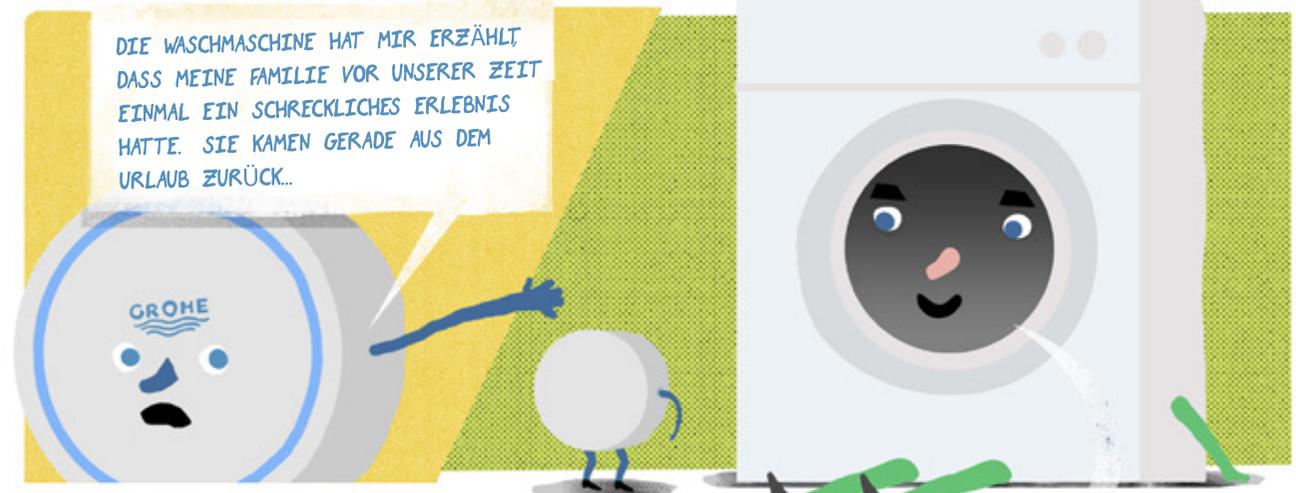
Thomas Fuhr und sein Team haben bei jedem Produktionsschritt eng zusammengearbeitet, um ein Duschsystem von höchster Qualität herzustellen.



ÜBRIGENS: UNDICHTLEITUNGEN VERURSACHEN GESCHÄTZT 14 % DES HÄUSLICHEN WASSERVERBRAUCHS.



ABER UNSERE HAUSBESITZER WAREN NICHT IMMER SO VORSICHTIG.



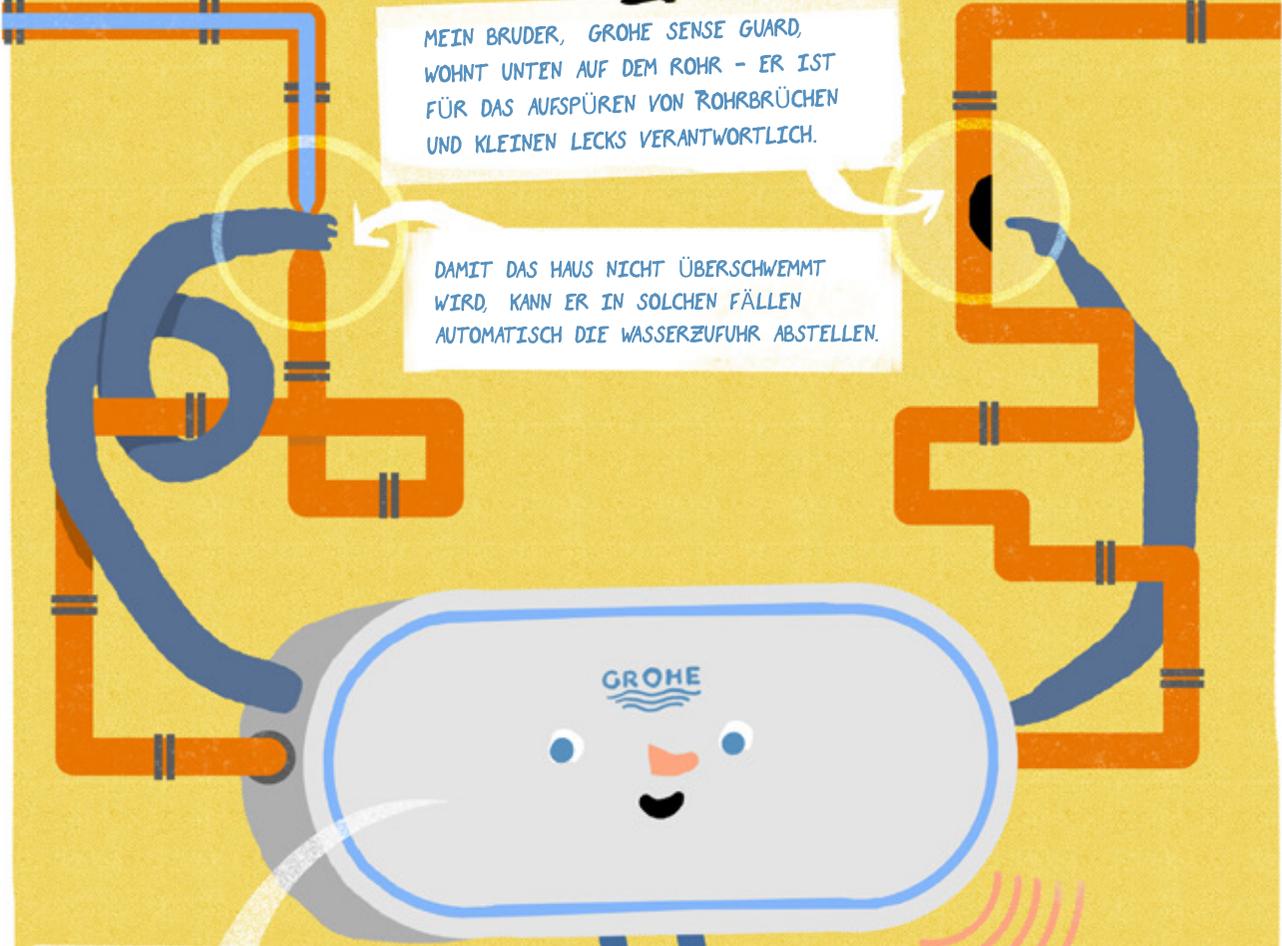
GENAU DIESE ERKENNTNIS HATTEN AUCH UNSERE HAUSBESITZER.



WIR WURDEN INNERHALB VON 1,5 STUNDEN INSTALLIERT SEITDEM HABEN UNSERE BESITZER DIE VOLLE KONTROLLE MIT DER GROHE ONDUS APP.

MEIN BRUDER, GROHE SENSE GUARD, WOHT UNTEN AUF DEM ROHR - ER IST FÜR DAS AUFSPÜREN VON ROHRBRÜCHEN UND KLEINEN LECKS VERANTWORTLICH.

DAMIT DAS HAUS NICHT ÜBERSCHWEMMT WIRD, KANN ER IN SOLCHEN FÄLLEN AUTOMATISCH DIE WASSERZUFUHR ABSTELLEN.



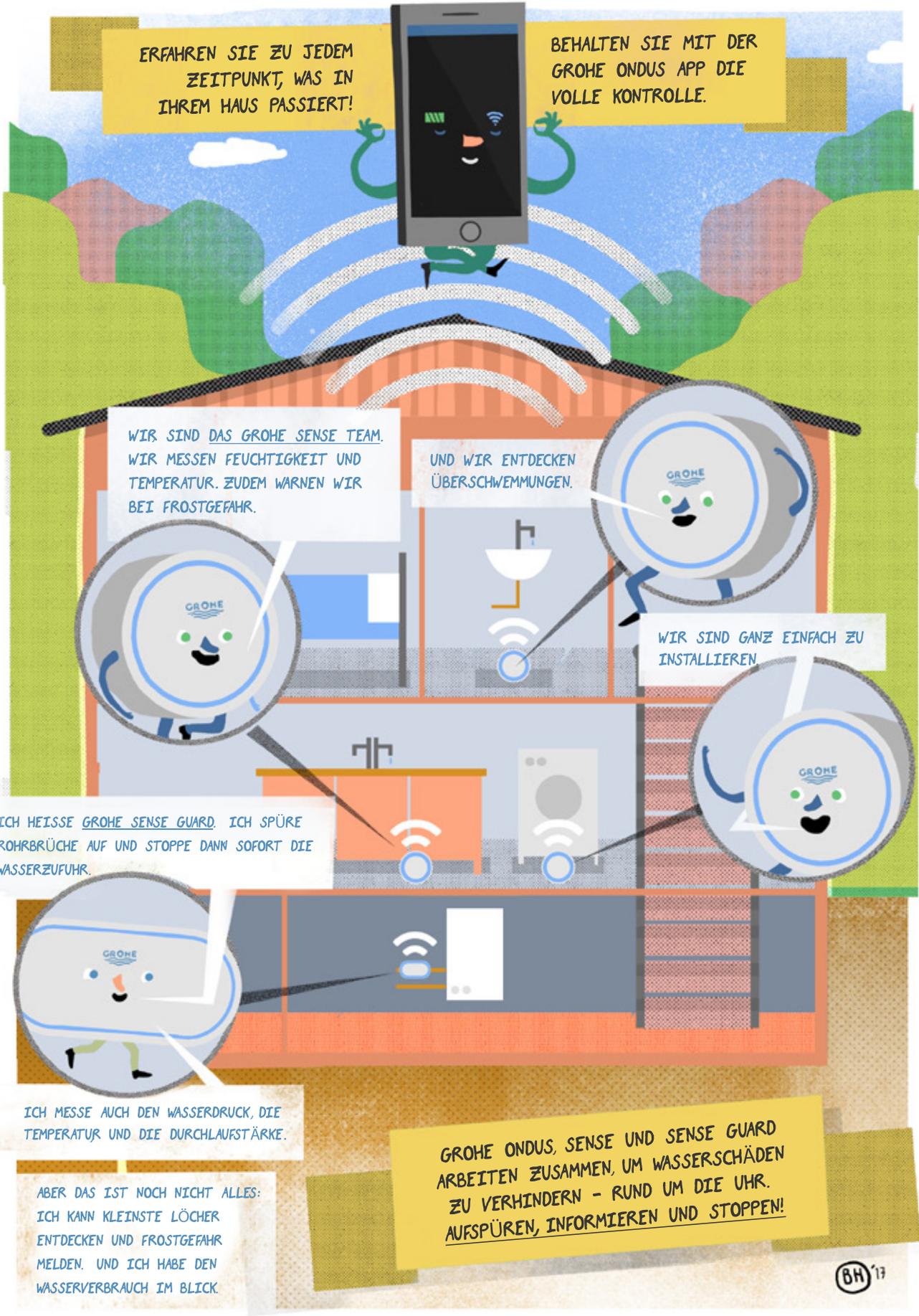
UND ICH SORGE DAFÜR, DASS DIE EIGENTÜMER STETS IHREN WASSERVERBRAUCH IM BLICK HABEN. MEINE MESSERGEBNISSE SCHICKE ICH MEINEM FREUND, DER GROHE ONDUS APP.

KURZ: WIR ÜBERWACHEN DIE WASSERZUFUHR, DAMIT HAUSBESITZER KEINE NASSEN SORGEN MEHR HABEN!



ERFAHREN SIE ZU JEDEM ZEITPUNKT, WAS IN IHREM HAUS PASSIERT!

BEHALTEN SIE MIT DER GROHE ONDUS APP DIE VOLLE KONTROLLE.



WIR SIND DAS GROHE SENSE TEAM. WIR MESSEN FEUCHTIGKEIT UND TEMPERATUR. ZUDEM WARNT WIR BEI FROSTGEFAHR.

UND WIR ENTDECKEN ÜBERSCHWEMMUNGEN.

WIR SIND GANZ EINFACH ZU INSTALLIEREN.

ICH HEISSE GROHE SENSE GUARD. ICH SPÜRE ROHRBRÜCHE AUF UND STOPPE DANN SOFORT DIE WASSERZUFUHR.



ICH MESSE AUCH DEN WASSERDRUCK, DIE TEMPERATUR UND DIE DURCHLAUFSTÄRKE.

ABER DAS IST NOCH NICHT ALLES: ICH KANN KLEINSTE LÖCHER ENTDECKEN UND FROSTGEFAHR MELDEN. UND ICH HABE DEN WASSERVERBRAUCH IM BLICK.

GROHE ONDUS, SENSE UND SENSE GUARD ARBEITEN ZUSAMMEN, UM WASSERSCHÄDEN ZU VERHINDERN - RUND UM DIE UHR. AUFSPÜREN, INFORMIEREN UND STOPPEN!

EIN ÖKOLOGISCHER VORREITER

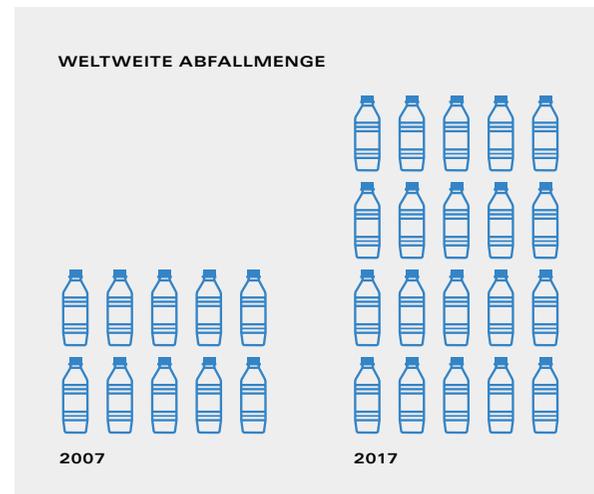
Mit dem »Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2017« würdigt die Bundesregierung den Erfolg von GROHE beim Umweltschutz.



TEXT: CLARE DAVIES

Nachhaltigkeit hat bei GROHE eine ebenso hohe Priorität wie Technologie, Design und Produktqualität, und man nimmt diese Verantwortung als eines der umweltfreundlichsten deutschen Unternehmen sehr ernst: Das Weltwirtschaftsforum schätzt, dass unser Trinkwasserbedarf im Jahr 2050 um mehr als die Hälfte steigen wird. Deshalb setzt sich GROHE intensiv und ausdauernd dafür ein, dass unsere wertvollste Ressource erhalten bleibt.

Als weltweit führender Hersteller von Sanitärausstattungen hat GROHE für diese Anstrengungen nun eine wichtige Auszeichnung erhalten. Erstmals hat GROHE den angesehenen »Deutschen Nachhaltigkeitspreis« der Bundesregierung gewonnen und sich damit als eines der nachhaltigsten Unternehmen Deutschlands positioniert. Die Auszeichnung beweist auch, dass es sich lohnt, soziale, ökologische und wirtschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Doch das ist noch nicht alles: Der intensive Einsatz für den Umweltschutz hat GROHE bereits



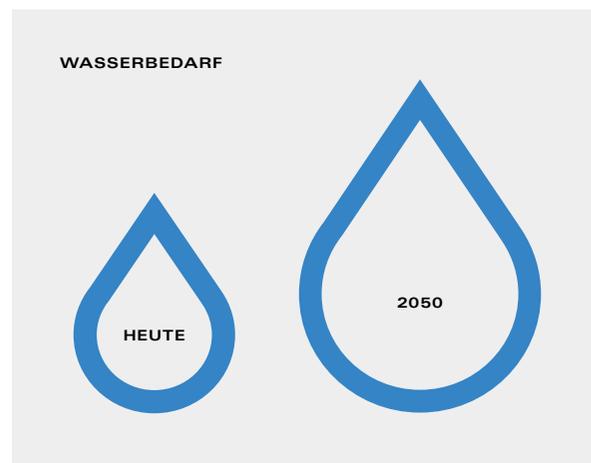
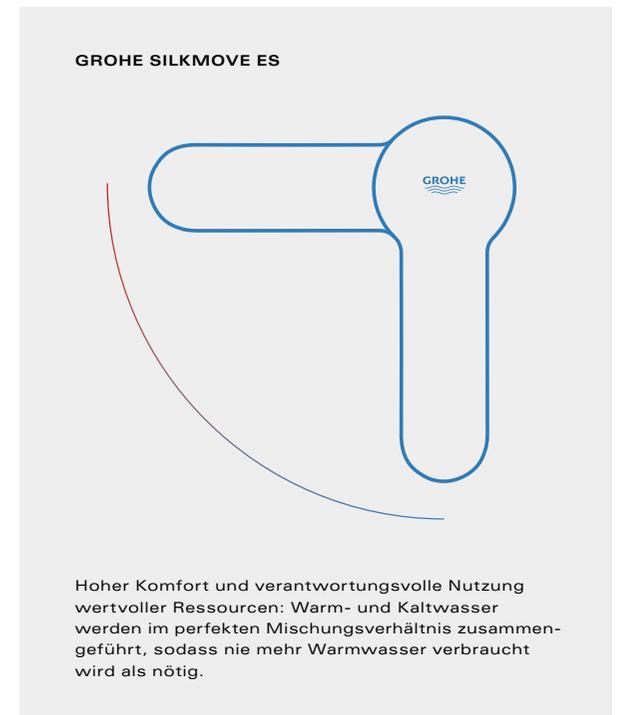
zum dritten Mal auf einen der vorderen Plätze beim Umweltranking des »Deutschen Nachhaltigkeitspreises« gebracht. Das zeigt: Das Unternehmen hat sein Engagement in diesem Bereich seit seiner Spitzenplatzierung in der Kategorie Ressourceneffizienz im Jahr 2014 kontinuierlich ausgebaut.

Allein in den vergangenen 18 Monaten hat GROHE einen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und sich als erstes Unternehmen seiner Branche verbindlich zum deutschen Nachhaltigkeitskodex bekannt. Der verantwortungsvolle Umgang mit Wasser spielt eine große Rolle bei den Produktionsprozessen; neue Systeme, etwa zwei hocheffiziente Kraftwerke, minimieren die Klimaschädlichkeit der Anlagen und Produkte; die Recyclingquote liegt inzwischen bei mehr als 80 Prozent. Verbraucher können dank Technologien wie EcoJoy ihren Wasserverbrauch reduzieren, SilkMove ES verhindert die unnötige

Produktion von heißem Wasser, und GROHE Blue Home spart im Vergleich zu Mineralwasser in Flaschen mehr als 60 Prozent CO₂ ein. Gerade vor dem Hintergrund einer Verdoppelung der globalen Abfallerzeugung innerhalb der letzten zehn Jahre – ein erheblicher Teil davon Plastikflaschen – ist dies nicht zu unterschätzen.

Das Umweltmanagement von GROHE funktioniert nicht zuletzt deshalb so gut, weil inzwischen jeder Produktionsstandort seinen eigenen Umweltbeauftragten hat, der darüber wacht, dass alle ressourcenschonenden Initiativen im Einklang mit der Norm ISO 50001 umgesetzt werden. Das Ergebnis: GROHE kann seinen ökologischen Fußabdruck stetig verkleinern. Einmal mehr setzt sich GROHE hier das Ziel, an erster Stelle zu stehen und weit über die eigene Branche hinaus ein Vorbild zu sein.

Beide Auszeichnungen zeigen, mit welcher Leidenschaft GROHE an immer neuen Innovationen arbeitet. Und während in der westlichen Welt technische Lösungen eine Verringerung des Wasserverbrauchs ermöglichen, hilft man



80 PROZENT RECYCLINGQUOTE



GROHE konnte seine Recyclingquote über mehrere Jahre in Folge erhöhen – inzwischen liegt sie bei mehr als 80 Prozent. Diese Zahl gilt auch für ressourcenintensive Materialien wie GROHE Messing.

andernorts, die hygienischen Verhältnisse zu verbessern. So hat der GROHE Mutterkonzern, die LIXIL Corporation, die SATO (Safe Toilet) zur Marktreife gebracht, einen Toilettensitz mit eingebauter Sparspülung, der die hygienisch sichere Nutzung von Latrinengruben ermöglicht. Weitere LIXIL-Entwicklungen sind das Micro Flush Toilet System, das Spülwasser spart, und das Green Toilet System, mit dessen Hilfe Exkremente zu Dünger werden.

Der GROHE Nachhaltigkeitsbericht lässt sich unter der URL http://bit.ly/GROHE_Sustainability herunterladen.



01



02

LONDON CALLING

Die fünf wichtigsten Wohntrends vom London Design Festival, zusammengestellt vom GROHE Designteam.



06

Das alljährliche London Design Festival ist eine der größten Veranstaltungen zum Thema Design – seine innovative Strahlkraft beflügelt seit mehr als einem Jahrzehnt die Kreativen der britischen Hauptstadt. So auch im vergangenen Jahr: Mehr als 300 Aussteller und über 400 Veranstaltungen machten das Festival in der letzten Septemberwoche zu einem Mekka für Gestalter. Das London Design Festival entwickelt sich immer mehr zur Werbepattform für große Londoner Messen. Damit stärkt es die Rolle Großbritanniens in der internationalen Designszene und den Wirtschaftsstandort London. Die Veranstaltungen verteilen sich über die ganze Stadt – vom spektakulären Victoria and Albert Museum bis zu Bezirken wie Bankside oder Chelsea. GROHEs Vice President of Design Michael Seum und sein Team haben auf dem London Design Festival 2016 fünf große Wohntrends ausgemacht.



03

Materialmix

Gutes Design erfordert Sinn für Ästhetik, Präzision und Material. **Katharina Eisenkoeck** hat mit ihrem Tension Mirror in Onyx (04) ein skulpturales Design aus Naturmaterialien geschaffen. Die Trail Console (06) von **Alcarol** verwandelt einen Baumstamm aus den Dolomiten – inklusive leichten Moosbesatzes – in ein rustikales Möbelstück. Und **Christopher Guys** Ensemble (03) und der Draped Chair (01) von **1millimetre** zeigen, wie sich zeitgenössisches und klassisches Design mit kräftigen, kontrastierenden Materialien vereinen lassen. Der Rush Woven Lid Basket (05) von **Native & Co** und die Cloak Pendant Lamp (02) von **Vitamin** kombinieren ebenfalls traditionelles Handwerk und glänzende Materialien.



05



04



01

Warmer Minimalismus

Das handgetöpferte Steingutgeschirr (01) von **Elliott Ceramics** wirkt mit seiner rauen und leicht gefleckten Oberfläche sehr natürlich, während **Sue Ure** Objekte wie diese Vasen (04) mit klarer Silhouette und innovativ behandelten Oberflächen kreiert. Der Chesil Dining Table (05) von **Oggetto**, die Kommode Emil (03) von **Pinch Design** und der Narin Chair (02) von **Case** sorgen mit ihrer reduzierten Holzästhetik für entspannte Behaglichkeit.



02

03



05

04



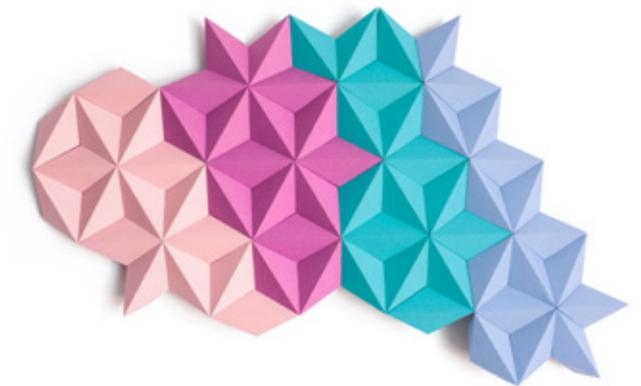
01



02

Träume in Technicolor

Provokant kombinierte Muster und Oberflächen sowie schrille Farben betonen die Funktionalität dieser Objekte. Bestes Beispiel: **Elinor Portnoys** Zitronenpresse Pretty Glass (01). **Luca Nichettos** Hängelampen-Reihe Alphabeta (02) hingegen sticht durch ihre Farbvarianten hervor und macht, genau wie die 3D-Tapete The Moduuli (03) von **King Kong Design**, jeden Wohnraum auf originelle Weise heller. **Studio Makgill** zeigt mit der Neuinterpretation des H-Furniture-Verkaufshits WW Chair (04), wie Farbe ein Objekt verändert.



03



04

Grünes Wohnen

Pflanzen sorgen für Entspannung, fördern Kreativität und Produktivität. Und kaum etwas macht einen Raum schneller wohnlich. **Pikaplant** nimmt mit seinen selbstgießenden Jars (01) allen, die keinen grünen Daumen haben, jegliche Ausrede, sich nicht mit spritzendem Grün umgeben zu können – ideal also für Gartendilettanten. Die Beine des Monstera-Blumentopfs (02) von **Tim van de Weerd** erzeugen die Illusion, dass die Wurzeln aus dem Behältnis hinauswachsen.

01



Moderne Keramik

Keramik wird bei jungen Künstlern immer beliebter – sie ermöglicht einen neuen Zugang zum traditionellen Handwerk. Innovative Keramikünstler nutzen ganz neue Materialien: **Troels Flensted's** Tisch Frozen Moment (04) besteht aus Mineralpulver und einer wasserbasierten Acrylmischung. Beigemente Pigmente sorgen für ein elfenbeinähnliches Finish. **Melina Xenaki** unterstreicht auf ihren Vasen (03) die natürliche Ästhetik der Glasur durch direkt aufgetragenen Siebdruck und Handmalereien.



03



04

Pure Freude
an Wasser



FREEDOM OF CHOICE

GROHE ESSENCE

Mit ihrer umfangreichen Auswahl von Größen, Farben und Veredelungen verwöhnt Sie die neue Essence Serie mit der ultimativen Vielfalt. Das gesamte Portfolio – von der Armatur bis zu Duschsystemen und Accessoires – bietet vier Farben zur freien Wahl, entweder mit elegant-matter oder hochglänzender Oberfläche. Ebenfalls erhältlich in SuperSteel und Chrom. Genießen Sie die Freiheit der Wahl – Freedom of Choice. www.grohe.de

ALLES IM FLUSS

Die Architektin Jeanne Gang über die Wiederbelebung städtischer Wasserwege und ihre Bootshäuser am Chicago River.



Der Sanierungsplan des Chicago River sah auch den Bau von vier Bootshäusern vor. Das WMS Boathouse ist eines von zwei Bootshäusern, die von Studio Gang entworfen wurden.

INTERVIEW: DR. JENI FULTON

Jeanne Gang, Gründerin des Architektur- und Städtebau- büros Studio Gang, gehört zu den wichtigsten Architekten unserer Zeit. 2011 erhielt sie die MacArthur-Fellowship, in den USA besser bekannt unter dem Namen »Genie-Stipendium«. Gang interessiert sich vor allem für die Beziehung zwischen den Bewohnern eines Ortes und der Umwelt. Am Anfang steht der Blick auf das Ökosystem, der Gang hilft, bislang übersehene Aspekte in ihre Architektur einzubeziehen. Dabei nutzt sie vor allem stillgelegte Kanäle und Wasserstraßen, um eine neue Verbindung zwischen Bewohnern und Natur herzustellen – wie bei ihren preisgekrönten WMS- und Eleanor-Bootshäusern am Chicago River. Die herausragende Rolle von Wasser für ihre Arbeit zeigt auch der Name einer weiteren Arbeit, des 262 Meter hohen Aqua-Hochhauses, das ebenfalls in Chicago steht.

GROHE Magazin hat die Architektin zu den Themen Wasser, Klimawandel und Nachhaltigkeit befragt – und dazu, wie Architekten der Zukunft eine Form geben.

GROHE

Wie wählt Studio Gang seine Projekte aus?

Jeanne Gang

Es gibt Ideen und Typologien, die sich wie ein roter Faden durch unsere Arbeit ziehen und die wir immer weiter bearbeiten. So interessiert uns die Formgebung hoher Gebäude schon seit unserem ersten Entwurf für den Aqua-Turm. Das Thema hat uns weiterbeschäftigt und spielt auch eine Rolle bei unserer aktuellen Arbeit an Hochhäusern in Chicago, St. Louis, New York und Amsterdam. Die Forschung läuft parallel zur praktischen Arbeit und hilft bei der Projektauswahl.

G Sie haben städtische Gewässer, die oft verschmutzt sind, in den Mittelpunkt Ihrer Bautätigkeit gestellt. Warum?

JG **Städte haben heute die Chance, die Funktion ihrer Wasserstraßen zu überdenken und diese postindustriellen Orte öffentlich zugänglich zu machen, sodass**



Das Bootshaus beherbergt den Ruderklub Chicago Rowing Foundation.





Die Einrichtungen des Bootshauses stehen auch Jugendlichen aus der Stadt, Veteranen- und Frauengruppen zur Verfügung.

die Menschen einen stärkeren Bezug zur Ressource Wasser entwickeln können. So wie in Chicago: Die von uns entworfenen Bootshäuser ermöglichen es Jugendlichen aus der Stadt, in Ruderclubs zu gehen und sich auf das Wasser zu begeben. Aber es gibt auch andere Vereine, die davon profitieren, etwa Veteranen oder Frauengruppen. Architekten spielen eine wichtige Rolle bei der Verwandlung städtischer Gewässer von reiner Infrastruktur in Orte, die gemeinsam von Menschen, Pflanzen und Tieren genutzt werden.

G Wie hat sich das in Ihrer Praxis gezeigt?

JG 2011 veröffentlichte ich das Buch »Reverse Effect: Renewing Chicago's Waterways« [»Umkehrerffekt: Die Erneuerung der Wasserwege Chicagos«] und schloss das gleichnamige Forschungsprojekt ab. Es sollte ein Aufruf sein, den Bürgern besseren Zugang zum Fluss zu verschaffen, damit sie sich für seine Sanierung interessieren und selbst aktiv werden. 2012 konnten wir dann dazu beitragen, dass diese Zukunft etwas näher rückt: Wir entwarfen das WMS Boathouse im Clark Park und das Eleanor Boathouse im Park 571. Diese Projekte zeigen, wie Flüsse für Anwohner und Jugendliche aus dem Zentrum zur Ressource werden können. Und sie führen vor, wie eine Bautätigkeit weitere Investitionen in unsere Wassersysteme

anregen kann. Zuvor war das ein industriell geprägter Fluss, und man konnte nicht einmal an sein Ufer gehen. Aber wir haben gelernt, dass das wirksamste Engagement für die Umwelt und den Fluss darin besteht, den Menschen seine Nutzung zu erlauben, auch wenn die Wasserqualität nicht optimal ist. Erst dann beginnen sie, sich für den Fluss zu interessieren.

G Wie kann eine solche Wasserstrategie dazu beitragen, dass die Folgen des Klimawandels abgemildert werden, und welche Rolle spielen Gebäude dabei?

JG Wenn sie dem Klimawandel etwas entgegenzusetzen wollen, müssen die Stadtplaner seine Auswirkungen bei jeder Entscheidung berücksichtigen. In unserem Architekturbüro bedeutet dies, dass wir versuchen, die Nachhaltigkeitsziele unserer Kunden zu verstehen und einen Rahmen zu schaffen, in dem diese Ziele durch einen ganzheitlichen Ansatz, der Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Haltbarkeit kombiniert, erreicht oder übertroffen werden können. Wir versuchen, die Landschaft und unsere Gebäude so zu gestalten, dass Regen- und Grauwasser gesammelt, gespeichert und wiedergenutzt wird.

G Welchen gestalterischen Ansatz verfolgen Sie dabei?

JG Ich habe schon immer gern die Beziehung zwischen den Menschen und ihrer Umgebung beobachtet.

Wenn man sich für Natur und Ökologie interessiert, wird einem klar, dass es immer um Beziehungen geht und nie um Einzelobjekte. Für mich schafft Architektur Verbindungen zwischen Menschen, Städten und Umwelt. Das kann man mit Räumen oder Materialien erreichen, mit alten oder neuen, einfachen oder hochmodernen Technologien. Ich wähle immer das, was am besten funktioniert. Man muss seine Methoden stetig verfeinern und anpassen.

G Sie arbeiten ganzheitlich, indem Sie die Realisierung öffentlicher Aufträge mit Ihrer Forschung verbinden. Wie funktioniert das in der Praxis?

JG Wir forschen immer über irgendetwas und betrachten die Forschung als unabhängig von unseren Aufträgen. In den frühen Planungsphasen zu unserem neuen Trainingszentrum für die New Yorker Feuerwehr haben wir zum Beispiel darüber nachgedacht, was eigentlich eine Feuerwache so stark von einer Polizeistation unterscheidet. Das brachte uns auf die Frage, wie wir auf die damals so aktuellen Spannungen zwischen den Bürgern und der Polizei eingehen sollten. Kann Design etwas zu diesem Diskurs beitragen? Wir haben unter anderem Polizisten zum Gespräch eingeladen. Mittlerweile ist das ein neues Forschungsgebiet für uns.

G Welche städtebaulichen Strategien ermöglichen angesichts der schnellen Urbanisierung weltweit nachhaltigen Städtebau? Welche Rolle hat dabei der Architekt?

JG Unsere größte Herausforderung im Städtebau ist der Umgang mit dem öffentlichen Sektor, dafür zu sorgen, dass genügend Geld beiseitegelegt wird. In unserem Projekt Civic Commons überdenken wir die Nutzung öffentlicher Gebäude in verschiedenen Städten quer durch die USA. Denn es gibt nicht viel Geld für Neubauten. Daher überlegen wir, wie sich existierende Bauten nutzen oder umwidmen lassen. In diesem Zusammenhang haben wir Parks, Polizeiwachen, Freizeiteinrichtungen und Bahnhöfe angeschaut. Die Frage ist, wie solche Orte sich besser verbinden lassen, um eine zeitgemäße Nutzung zu erreichen.

G Ist es unter Architekten eine verbreitete Tendenz, den ästhetischen Zugang zu Architektur aufzugeben und stattdessen soziale Projekte zu realisieren?

JG Ich denke, das ist eher eine Spaltung als eine Bewegung. Die einen haben einen akademischen Zugang, sie sind interessiert an formaler Sprache und digitalen Hilfsmitteln, mit denen sich neue Formen und Methoden der Visualisierung entwickeln lassen; die anderen konzentrieren sich immer stärker auf gesellschaftliche Themen. Ich schätze diese Vielfalt sehr!



Der Komplex besteht aus zwei nebeneinander errichteten Gebäuden im Clark Park.



Im WMS-Bootshaus gibt es auch ein Ruderbecken für realitätsnahes Hallentraining.

VERSUNKENE SCHÄTZE

Der Künstler Jason deCaires Taylor lässt seine menschlichen Skulpturen auf den Meeresgrund sinken – dann übernehmen die Korallen.

TEXT: DELPHINE SAINT-JEAN

Korallen besiedeln 14 Meter unter dem Meer nach und nach das Gesicht eines Mannes. Es wird immer bunter – rosa, purpur, orange, hier und da etwas grünes Seegras, das Ähnlichkeit mit Haaren hätte, wenn es bloß dort wäre, wo Menschen normalerweise Haare haben. Unbezwingbar und wild fluoreszierend wächst diese Skulptur in unmittelbarer Ufernähe immer weiter. Sie gehört zum Museo Atlántico, einer 2016 eröffneten Meeresinstallation vor Lanzarote. Es ist das weltweit erste komplett unter Wasser liegende Museum, in zweijähriger Arbeit geschaffen vom britischen Bildhauer Jason deCaires Taylor.

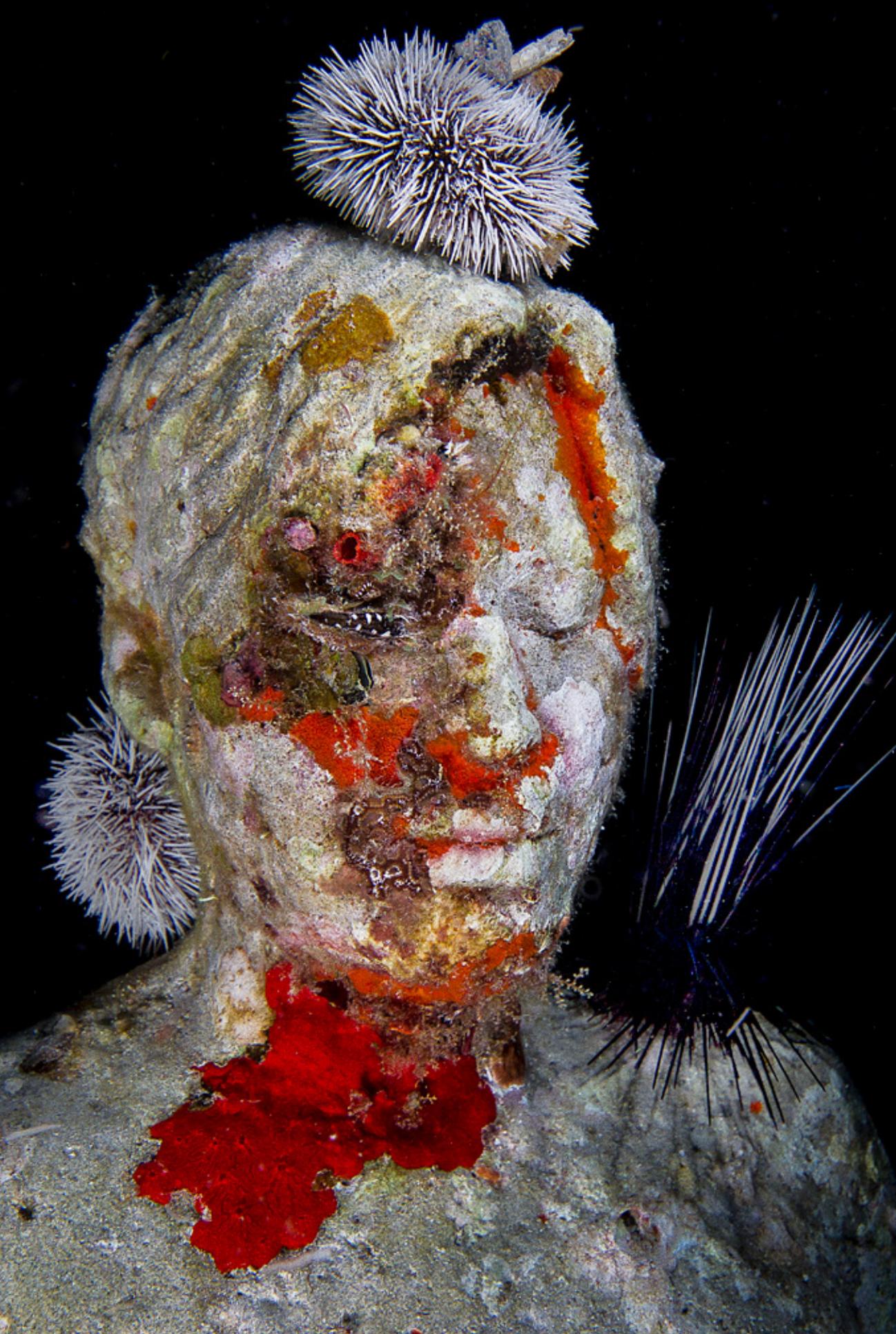
Taylor hat sich einen Namen damit gemacht, seine wertvollen Kunstwerke in die trüben Tiefen der Ozeane zu versenken. So setzte er bei seinem letzten Projekt in Cancúns Museo Subacuático de Arte mehr als 500 Statuen auf den Meeresgrund: »Sobald sie im Meer versinken, verabschiede ich mich von ihnen – ich verliere sie«, sagt Taylor. Doch warum tut ein Künstler so etwas? Das Meer war für den Menschen schon immer rätselhaft – unbekanntes Terrain, eine endlose blaue Welt, die sich vor uns ausbreitet, so weit das Auge reicht. Experten schätzen, dass bisher nur 0,05 Prozent des Meeresgrundes erkundet sind. Über die tiefsten Stellen, etwa den Marianengraben, der rund elf Kilometer unter der Wasseroberfläche liegt und damit der tiefste Punkt der Erde ist, wissen wir so gut wie nichts. Ganz wie das Weltall erlaubt uns die Tiefe des Meeres, der Schwerkraft zu entfliehen und damit gewissermaßen auch der Wirklichkeit. Indem Taylor seine Skulpturen nicht in einer Galerie, sondern unter Wasser ausstellt, ermöglicht er seinem Publikum, etwas völlig

Neues zu entdecken. Es kommt eine Verbindung mit dem Wasser zustande, durch die wiederum die Verbindung zwischen Taylors Werk und dessen Betrachter viel persönlicher wird.

Taylors Objekte dürften den Künstler und vielleicht sogar die gesamte Menschheit überleben. Dafür wirken sie manchmal etwas banal – zum Beispiel der übergewichtige Mann, der mit nacktem Oberkörper auf dem Sofa sitzt, fernsieht und einen Burger mit Pommes isst. Weitere Skulpturen zeigen Menschen, die Selfies aufnehmen; einige tragen Rucksäcke oder nach hinten gedrehte Schirmmützen. Diese Skulpturen, für die häufig Bewohner nahe gelegener Orte Modell gestanden haben, bilden eine Art Archiv des heutigen Alltags, eine unter Wasser konservierte Zeitkapsel für kommende Generationen.

Es gibt aber auch Werke mit einer politischen Aussage, zum Beispiel »The Raft of Lampedusa«: Die Augen von 13 Flüchtlingen blicken über den Meeresgrund in die Ferne, auf der Suche nach dem Ziel ihrer Reise. Taylor interessiert sich also nicht nur für die Privilegierten, sondern auch für jene, die in der heutigen Welt ums Überleben kämpfen müssen. Seine Darstellung der reisenden Migranten erinnert uns an die vielen Menschen, die bei der gefährlichen Überquerung der Meere ihr Leben gelassen haben.

Taylor verbrachte einen großen Teil seiner Jugend an der Küste von Malaysia. Als Teenager wurde er zum Graffiti-Künstler, besprühte Züge, Mauern und Gebäude. Nach einem Studium der Bildhauerei am London Institute of



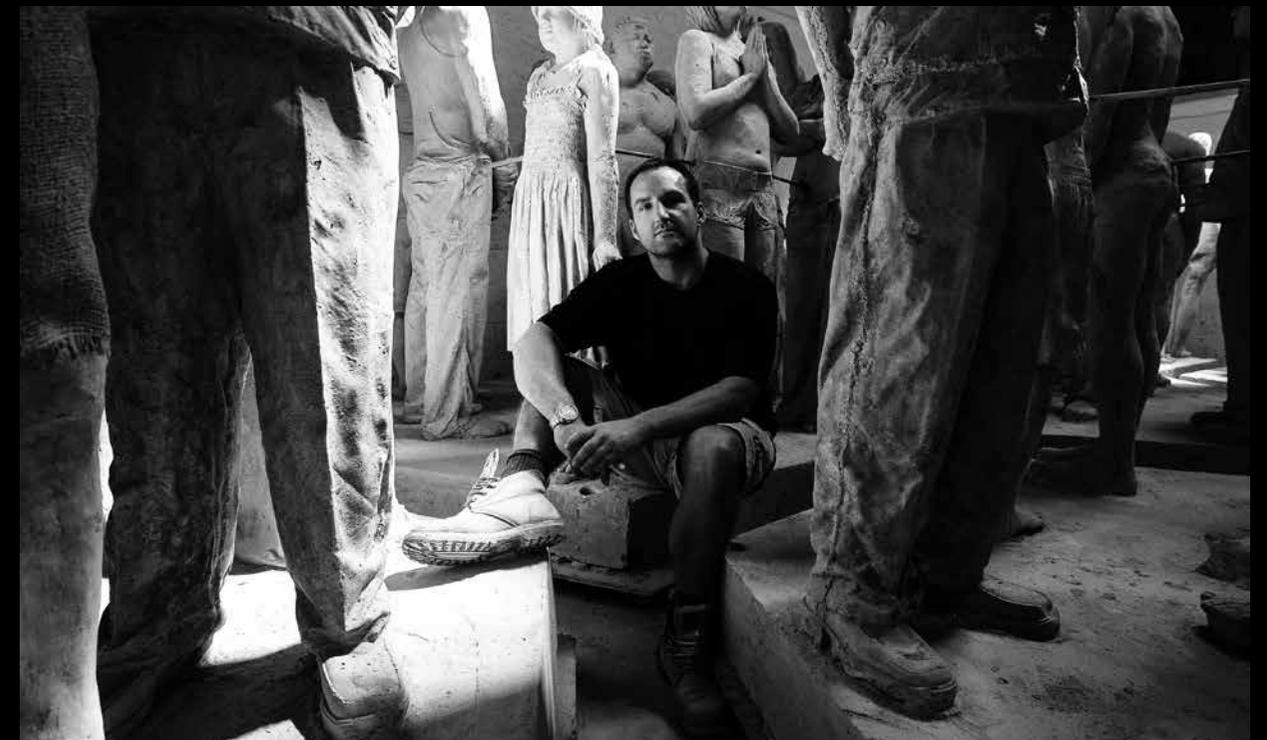
the Arts wendete er sich einer erbaulicheren öffentlichen Kunstform zu und arbeitete für die Umweltkünstlerin Betty Beaumont. Schließlich verkaufte er seine Tauchschule und reinvestierte die 40000 Pfund in seine erste Skulpturenversenkung.

Unter Wasser übernimmt dann die Natur. Die Korallen lassen sich nieder, wo es ihnen am besten passt. »Eigentlich ist das wie in unserem Leben: Teils wird es davon geprägt, was auf dich zukommt, welche Nahrung du erhältst, und dann ist auch eine gute Portion Zufall dabei«, sagte Taylor dem »Guardian«. Allerdings sorgt er schon bei der Formgebung der Skulpturen dafür, dass sie attraktiv für maritime Lebewesen sind, und seine pH-neutralen Materialien widerstehen der Korrosion. Ein guter Teil des künstlerischen Prozesses findet also erst nach der Versenkung statt – wie in einer künstlerischen Performance fangen Fische und Korallen an, die Skulpturen wie eine eingefrorene menschliche Gesellschaft zu kolonialisieren. Taylor hat kein Problem damit, seine Arbeiten der Natur zu überlassen, schließlich seien die Tiere auch die Herren eines großen Teils der Erde gewesen, bevor die Menschen die Macht übernahmen.

Taylor will mit seinem Werk auf die Gefährdung submariner Ökosysteme hinweisen. »Ich hoffe, dass das Museo

Atlántico Einblicke in eine andere Welt erlaubt, die zu einem besseren Verständnis unserer wertvollen maritimen Umwelt führen und zeigen, wie sehr wir von ihr abhängen«, sagt er. Das Museum auf Lanzarote ist eine Touristenattraktion. Genau wie seine Untersee-Ausstellung vor der Küste Cancúns, die lokale Taucher den Gästen zeigen. Zwischen den Skulpturen hindurchzuschwimmen regt den Betrachter dazu an, das gesamte Ökosystem und seinen eigenen Einfluss darauf zu überdenken.

Die absolute Stille unter dem Meer kann ein postapokalyptisches Gefühl erzeugen: Es ist wie im Wilden Westen, ein Niemandsland. Taylor nutzt diesen Aspekt seiner Unterwasserszenerie, um mit dem Konzept der Grenze zu spielen, insbesondere bei seinem Werk »Crossing the Rubicon«. Hier gehen 35 Figuren auf eine Mauer zu, die sich nur wenige Meter über den Meeresgrund erhebt – eine vollkommen sinnlose Grenze, die leicht überwunden werden kann, indem man einfach über sie hinwegschwimmt. In einer Zeit, da die Kräfte der Globalisierung und Klimaveränderung uns Menschen mehr denn je zur Zusammenarbeit zwingen, hinterfragt dieses Werk unsere Vorstellungen von Nationen und Grenzen. Die Natur interessiert sich nicht für Nationalitäten: Wenn wir ihre Schönheit betrachten, sind wir alle Bürger einer einzigen Welt.



Die Skulpturen von Jason deCaires Taylor sind pH-neutral – ein idealer Lebensraum für maritime Lebewesen.



Ein selfieknipsendes Paar auf dem Weg ins Museo Atlántico auf Lanzarote.

Fotos: S. 68, 70, 73 © Jason deCaires Taylor. All rights reserved, DACS 2017, Portrait: S. 71 © Ullstein bild – Reuters





Die Arbeit »Deregulated« zeigt zwei Geschäftsmänner beim Spielen.

Seit 2011 reist der Fotograf Mustafah Abdulaziz um die Welt und dokumentiert Wasser in all seinen Facetten. Hier zeigen wir ausgewählte Bilder von verschiedenen Orten in den USA.

LEBENSADERN



New York, Stadtteil Queens:
Schwimmer kühlen sich an einem
Sommertag im Astoria Park Pool ab.



Ein grün-blauer Fremdkörper
inmitten der blassen kalifornischen
Wüste: der Classic Club
Golf Course in Palm Desert.



In der Siedlung Discovery Bay im Sacramento-Delta hat jedes Haus direkten Zugang zum Wasser.



Die Städte im kalifornischen Coachella Valley sind wie grüne Oasen. Die zuständige Wasserbehörde gibt an, dass jeder Bewohner hier im Schnitt 837 Liter am Tag verbraucht – der kalifornische Durchschnitt liegt bei 291 Litern.



Die frei stehende Dusche Essence sorgt für Sommerlaune im Badezimmer.

WETTERBERICHT

FOTOGRAFIE: ATTILA HARTWIG
SETDESIGN: HARALD ERATH





Die frei stehende Dusche aus der GROHE Armaturenlinie Essence kommt ohne Wände oder eine Duschkabine aus. Das eröffnet ganz neue Möglichkeiten – die Grenzen zwischen draußen und drinnen verschwimmen.



Die Euphoria Handbrause und der Brauseschlauch Silverflex unterstreichen
das minimalistische Design der GROHE Linie Essence.



Die Dusche ist in vielen Ausführungen erhältlich. Hier ist der Duschkopf Rainshower 310 mit DreamSpray-Technologie zu sehen.

VERNETZTES WASSER

Mehr als nur smart: GROHE und die Vernetzung des Wassers.



TEXT: LAUREN OYLER

Von den vier Elementen, die der griechische Philosoph Empedokles im fünften Jahrhundert vor Christus aufzählt, wurde das Wasser vielleicht am wenigsten verstanden. Die Erde ist gewissermaßen selbsterklärend – im alten Griechenland wurde sie mit der Materie assoziiert, mit allem, was man berühren kann. Das Feuer ist aufregend, aber gefährlich, es steht für Energie und Flüchtigkeit. Die Luft ist zwar unsichtbar, aber sie umgibt uns permanent, ist sogar in uns. Und Wasser? Wasser bedeckt 71 Prozent der Erde, und unser Körper besteht zu 75 Prozent daraus, weshalb es häufig für selbstverständlich genommen wird. Vielleicht ist es darum das einzige Element, das nicht im Namen der Funkband Earth, Wind & Fire auftaucht.

Wohl auch deshalb kommt uns Wasser so selten in den Sinn, wenn wir über unser Leben nachdenken. Doch 2500 Jahre nach Empedokles wird das Internet der Dinge mehr und mehr zur Realität. Gartner Research geht davon aus, dass im Jahr 2020 ungefähr 25 Milliarden Objekte vernetzt sein werden – da ist es nahe liegend, auch die alltäglichen Dinge smart zu machen. So werden wir schon bald unseren Rauchmelder von jedem Ort der Welt aus steuern und am Restauranttisch unsere Hausbeleuchtung dimmen. Diese technische Entwicklung wird sich auch auf unseren täglichen Umgang mit Wasser auswirken.

Zunächst scheint die Kombination von Wasser und Technologie nicht viel Sinn zu ergeben – man denke nur daran, wie viele Smartphones das flüssige Nass schon auf dem Gewissen hat! Wasser ist zwar etwas Schönes, aber es ist auch rutschig und schwer zu beherrschen – eine App, die das ändern könnte, ist nicht in Aussicht.

Für GROHE jedoch ist Wasser alles andere als eine Nebensache, es ist das zentrale Element für die Entwicklung der Menschheit. Natürlich kann es selbst nicht verbessert werden, doch seine Nutzung lässt sich zeitgemäß optimieren. Wasser soll nicht smarter werden, aber es sollte

intelligenter verwendet werden, sodass es besser zu unserem Leben passt. Die Annehmlichkeiten des modernen Alltags haben dazu geführt, dass wir gar nicht mehr über das Wasser als solches, als einen grundlegenden Bestandteil unserer Existenz nachdenken. Wir interessieren uns stattdessen nur für seinen Gebrauch: die Morgendusche, die Apfelschorle nach dem Sport, ein sommerliches Bad im See. Doch es gibt auch andere Szenarien. Man stelle sich vor, man ist im Urlaub und hat zu Hause einen Rohrbruch – schon wird das Wasser selbst zum Thema!

Dank der intelligenten Technik von GROHE gehören solche Vorfälle jedoch bald der Vergangenheit an: Lange bevor ein Klempner das Haus erreicht, schaltet sich die Wasserzufuhr von allein ab. Dafür sorgt GROHE ONDUS, eine App, die das Wasser in den Vordergrund stellt: Sie erinnert an den fälligen Tausch von Wasserfiltern, misst den Verbrauch und weist auf Probleme hin, die durch den Wassergebrauch entstehen. In Verbindung mit GROHE Sense, dem smarten Wassersensor, der sich an jedem Ort in der Wohnung aufstellen lässt, und GROHE Sense Guard, dem intelligenten Wasserregler am Hauptwasserhahn, benachrichtigt GROHE ONDUS zuverlässig über Vorkommnisse wie Rohrbruch, Temperatur- und Feuchtigkeitsschwankungen und unterbricht gegebenenfalls die Wasserzufuhr automatisch. Darüber hinaus hat jeder Nutzer der GROHE ONDUS App stets sein persönliches Wasserprofil griffbereit. Daheim, bei der Arbeit oder im Hotel – in Verbindung mit anderen GROHE Produkten wie der Toilettendusche Sensia Arena oder Blue Home macht GROHE ONDUS den Umgang mit Wasser zu einem individuellen, exklusiven Erlebnis.

Dieses Zusammenspiel ist nicht einfach nur »smart«, es fördert auch die intelligente Beziehung zwischen Nutzer und Technik. Schließlich hilft die Vernetzung des Wassers uns dabei, besser mit unserer Umwelt zu harmonieren. Dank ihr bleiben wir mit dem Wasser in Verbindung.

Maximaler Minimalismus, viel Liebe zur Natur und ein Auge fürs Detail: Mit ihren Häusern treiben die Japaner die Kunst der Überraschung auf die Spitze.

ÜBERRASCHEND ANDERS

TEXT: JOSIA LAMBERTO-EGAN

Japan ist für innovative Architektur bekannt. Sieben Pritzker-Preise gingen ins Land der aufgehenden Sonne, und konzeptuell herausragende Bauten wie das Teshima-Museum oder die Sendai-Mediathek begeistern weltweit. Am kreativsten sind japanische Architekten allerdings beim Wohnungsbau. Teilweise liegt das an den Besonderheiten des japanischen Wohnungsmarkts. In einer Kultur, die besessen vom Neuen ist, verlieren Wohnungen mit der Zeit an Wert, und die meisten Häuser werden, das ist sicher das Ungewöhnlichste, nach höchstens 35 Jahren dem Erdboden gleichgemacht. Umso fantasievoller und radikaler sind die Designideen der Eigentümer, denn zum Weiterverkauf kommt es ohnehin nicht. Und Architekten wissen: Wenn auch nur eines ihrer Häuser zum Internethit wird, läuft die Karriere. Daher gibt es nirgends sonst solch eine Vielfalt an kreativ gestalteten Wohngebäuden wie in Japan.

Trotz dieses Hangs zum extremen Design ist immer noch eine spezifisch japanische Ästhetik erkennbar: Minimalismus, klare Linien, leere Räume; Mikrodesign, ökonomisch und mit Liebe zum Detail, Nähe zur Natur in Form von blankem Holz oder Grünflächen. Ebenso typisch japanisch ist »ihyou«: die unerwartete Überraschung, die im Idealfall dem Bewohner neue Erfahrungen schenkt. Diese Prinzipien gelten ganz bestimmt auch für japanische Küchen, in die sich etwa die Produkte der GROHE Linie Minta mit ihren schlanken, minimalistischen Linien harmonisch einfügen. Dank ihrer perfekten Funktionalität und der anerkannten Langzeitqualität werden GROHE Armaturen bei japanischen Architekten und Hausbesitzern immer beliebter. Die Küche wird schließlich als Herz der Wohnung betrachtet – das traditionelle Wort für Küche, »kamado«, wird bis heute verwendet, um die Familie zu bezeichnen. In der Küche betrachten die Japaner selbst Details wie eine Armatur als wesentlichen Faktor, der dazu beiträgt, das Wohnen angenehm zu machen.

Die schlanken Wasserhähne von GROHE fügen sich harmonisch in die minimalistische Küche ein.





Die Wände in Fujimotos Sunami House sind allesamt unverputzt. Die kleinen Löcher sind Spuren der Abstandshalter, die bei den Betonarbeiten verwendet wurden.

SUNAMI-HAUS

Die Arbeit des Architekten Kazunori Fujimoto steht in der langen Tradition des Betondesigns in Japan. Gleich nach dem Studium fing Fujimoto beim legendären Betonarchitekten Tadao Andō an. So überrascht es kaum, dass er sich auf das gleiche Material spezialisierte wie sein einstiger Mentor. Dieses Haus in Mihara nahe Hiroshima spielt mit dem Verhältnis zwischen Schwere und Leichtigkeit, dem Konflikt zwischen der überwältigenden Masse der Betonplatten und der Leichtigkeit des filigranen Bogendachs und des feinen Glases der Lichtgaden.

Bei Fujimoto findet sich das »ihyou« in diesem Gegensatz und in seiner völligen Hingabe an das rohe Material, das die Innenräume dominiert. Sämtliche Oberflächen sind glatt – mit einer Ausnahme: In den Betonmauern gibt es kreisförmige Vertiefungen, wie sie in früheren Zeiten beim Betongießen von den Abstandhaltern hinterlassen wurden. Das wäre heutzutage vermeidbar, doch Fujimoto verweist damit auf seine Vorgänger. Es

entsteht der Gesamteindruck eines stillen Rückzugsraums, der mit dem Tonnengewölbe der Decke beinahe wie eine Kirche wirkt. Eine passende Atmosphäre für ein Design, das mit geradezu religiöser Hingabe einem ganz bestimmten Konzept folgt.





Der Innenhof ist die stille Oase des Sunami-Hauses.



Die blanken Stahlträger der »Hütte« in Tsujidō schaffen eine ruhige Geometrie.

HÜTTE IN TSUJIDŌ

»Es ist nicht unser Hauptziel, Neues zu schaffen«, heißt es am Anfang der Selbstdarstellung des Tokioter Architekturbüros NAOI. Dementsprechend ist die kürzlich errichtete »Hütte« in Tsujidō ein Beispiel für zurückhaltenden Minimalismus und subtile Originalität. Das Grundstück befindet sich in der Nähe einer städtischen Grünfläche, und NAOI hat einiges unternommen, um die Bewohner in Kontakt mit der Natur zu bringen. Beete mit Pflanzen strukturieren den offenen Grundriss, es ist, als wäre die Wildnis durch den Beton ins Innere vorgedrungen. Die aus Holz gefertigte Küche ist tiefergelegt, sodass sich Esstisch und Innengarten auf derselben Höhe befinden – so kann die Familie, statt auf die Blätter herabzublicken, dazwischen sitzen. Offene Stahlträger und lange, gerahmte Fenster fluten die Innenräume mit Licht und vermitteln den beruhigenden Eindruck geometrischer Ordnung. Ein 245-Quadratmeter-Wohnhaus »Hütte« zu nennen ist vielleicht untertrieben, doch das einfache dreieckige Dach und das offene Innere knüpfen elegant an die traditionellen Behausungen der Provinz an.





Die GROHE Armaturen der Linie Minta ergänzen die subtile Originalität der »Hütte« perfekt.

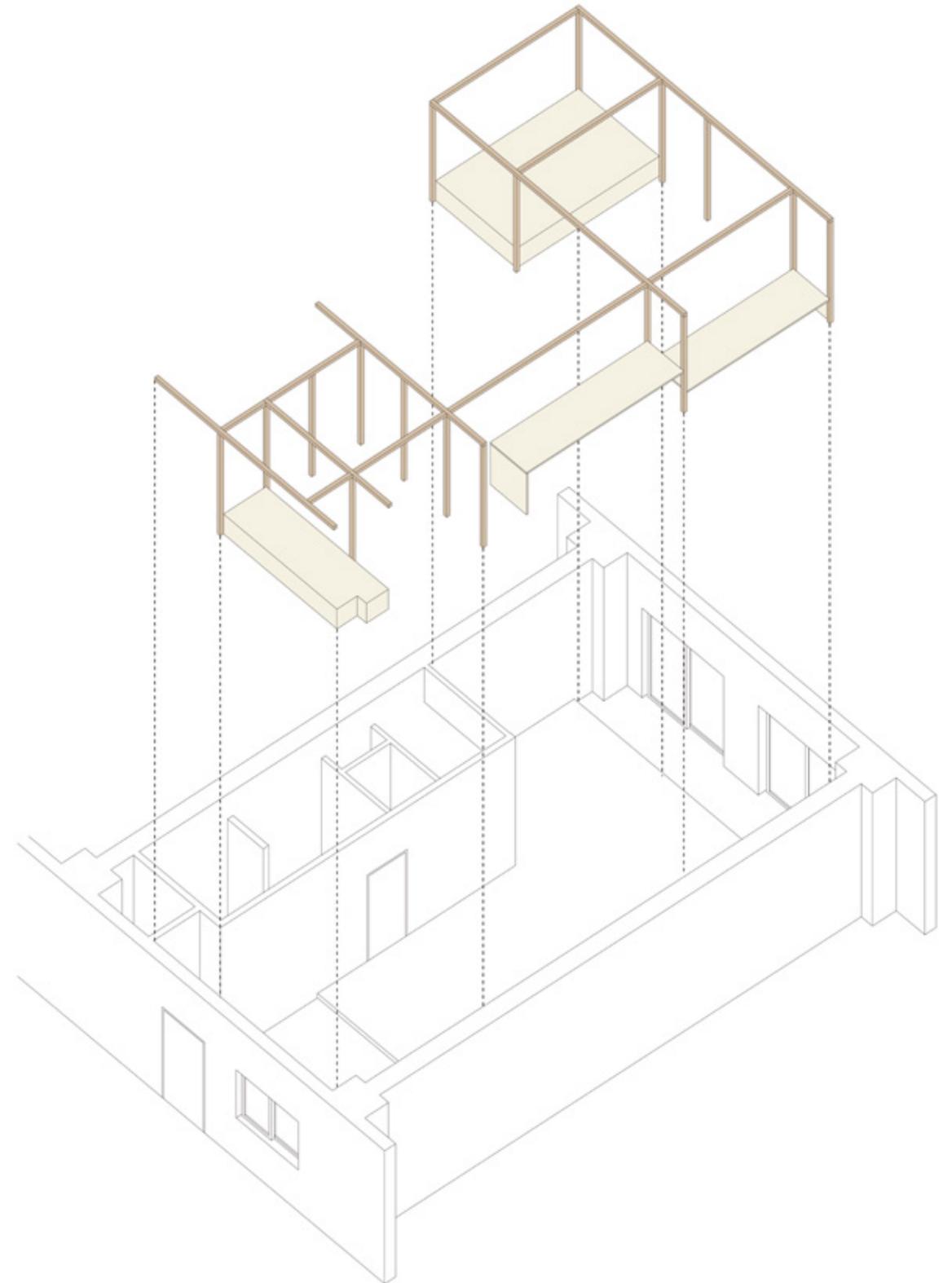




Im Frame House deuten die Holzbalken die Raumaufteilung nur an.

RAHMENHAUS

Das Rahmenhaus ist ein faszinierender Nachbau eines 54-Quadratmeter-Apartments in Kawasaki. Hier zeigt sich, wie japanische Architekten Mikrodesign beherrschen und stets die Natur einbeziehen. Da die Architekten von Peak Studio keinen Platz hatten, Räume umzustellen, entfernten sie stattdessen Wände und definierten die Wohnräume mithilfe bloßer Rahmenelemente neu. Die Raumaufteilung ist implizit und zwingt sich nicht auf. Hier liegt das »ihyou«, das überraschende Konzept, das Trennung und Offenheit vereint. Die Küche ist, klassisch japanisch, einfach gehalten: zwei Herdplatten, ein elegantes Waschbecken, offene Regale und sonst nichts – entspannte minimalistische Funktionalität. Da die hohen Balken an Bäume erinnern, hat die Wohnung etwas von einem äußerst stilvollen Campingplatz. Der Erdboden an beiden Enden des Hauses, in dem sogar Pflanzen wachsen, verwischt die Grenze zwischen innen und außen noch mehr. Damit die Bewohner diese luftige Atmosphäre ganz entspannt genießen können, empfehlen die Architekten, an den Balken eine Hängematte aufzuhängen.



Diese Skizze des Frame House zeigt, wie die Holzbalken in die vorhandene Struktur eingefügt wurden.

TROPFKUCHEN

Ein Kuchen wie ein Wassertropfen – das geht nur mit ganz frischem Wasser.

TEXT: DELPHINE SAINT-JEAN

Wer mal einen Raindrop Cake gesehen hat, wird ihn so schnell nicht vergessen. Der Nachtisch ist absolut transparent, von einer verführerischen Wabbeligkeit und fast geschmacksneutral. Es handelt sich zwar um eine zeitgenössische Erfindung des Gastronomen Darren Wong, doch lange bevor der Raindrop Cake zum Internethit wurde, gab es japanische Leckereien von ähnlicher Konsistenz.

Auf dem Teller sieht er noch wie Gelatine aus, aber wenn er auf der Zunge zergeht, ist er absolut köstlich. Meist wird der Raindrop Cake mit geröstetem Sojabohnenmehl und einem süßen Sirup namens Kuromitsu serviert. Das Dessert selbst besteht aus nur zwei Zutaten: dem Algenprodukt Agar und reinstem Mineralwasser. Wer sich einmal selbst an dieser Kreation probieren will, nutzt dafür



am besten GROHE Blue Home, das gefiltertes Wasser direkt aus dem Hahn liefert. Blue Home lässt sich nahtlos in die Küchenarmatur integrieren und reinigt das Wasser mühelos. Doch damit nicht genug: Ein Tipp aufs LED-Bedienfeld, und aus Leitungswasser wird Sprudel. So gehört mit GROHE Blue Home das Schleppen von Wasserflaschen der Vergangenheit an.



GROHE Blue Home

Ohne lästiges Flaschenschleppen: Mit GROHE Blue Home entfalten Gerichte auf Wasserbasis ihr volles Aroma – dank der Reinheit des gefilterten Leitungswassers.



Pure Freude an Wasser



UNBOTTLED WATER

STILL, MEDIUM ODER SPRUDELND



REFRESH WITH GROHE BLUE HOME

Ein elegantes, intelligentes System, das Trinkwasser in den reinsten, durstlöschenden Genuss verwandelt. Wie mögen Sie Ihr Wasser? Still, medium oder sprudelnd – alles eine Frage des Geschmacks. GROHE Blue Home besitzt einen einfachen, intuitiven Mechanismus, der Ihnen Ihr Trinkwasser auf Knopfdruck mit Kohlensäure veredelt. Für köstliches, frisch gefiltertes und gekühltes Wasser! www.grohe.de

Pure Freude
an Wasser



DAMIT AUS EINEM TROPFEN
KEINE **ÜBERSCHWEMMUNG WIRD.**
DAS FRÜHWARNSYSTEM GROHE SENSE.



www.grohe.com