

Pure Freude
an Wasser

GROHE

ARCHITEKTUR-
LÖSUNGEN

BÜRO

ARCHITEKTURLÖSUNGEN BÜRO



Mobil, kommunikativ, vernetzt: Die Arbeitswelt erlebt einen nie dagewesenen Paradigmenwechsel, der sich auch in den Architekturen niederschlägt. Waren Bürogebäude einst Orte der stetigen Schaffenskraft, entwickeln sie sich heute immer stärker zu Kreativzentralen innerhalb eines Arrangements aus vielen Arbeitsplätzen. Offene Nutzungskonzepte und multifunktionale Raumangebote, die passgenau auf die internen Prozessabläufe zugeschnitten sind, ersetzen zunehmend die klassischen, geschlossenen Strukturen. In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen fünf Projekte vor, die beispielhaft für visionäre Büroarchitekturen stehen. Sie alle wurden von namhaften Architekten realisiert, und sie alle setzen auf GROHE Produkte. Denn von Teeküche bis Sanitärbereich gilt: Der Weltmarktführer hat für jedes Büro die perfekte Lösung im Sortiment. Viel Freude beim Lesen!

»Das Büro der Zukunft muss neue hybride Nutzungsformen zulassen und interdisziplinäre Zusammenarbeit und Interaktion fördern.«

Martin Henn, Geschäftsführer HENN

INHALT



Fotos: Laurian Ghinitoiu, HGEsch, Roland Halbe, caspar. / HGEsch, Markus Gräteke / architectureshooting



26 INTERVIEW

GRÜNTUCH ERNST ARCHITEKTEN
Budapester Straße 35, Berlin

34 OBJEKTBERICHT

OMA
Axel-Springer-Neubau, Berlin

44 SANITÄRLÖSUNGEN

- 46 Elektronische Armaturen
- 48 WC-Anlagen
- 50 Urinale
- 52 Duschanlagen
- 54 Wassersysteme

MERCK INNOVATION CENTER, DARMSTADT

Auf dem Technocampus in Darmstadt schuf HENN einen Ort der Ideen und Visionen. Die neue Konzernzentrale des Chemie- und Pharmakonzerns Merck bringt Mitarbeiter mit Unternehmen aus aller Welt zusammen. Gleichzeitig ist sie ein Musterbeispiel für eine experimentell gestaltete Büroarchitektur, die kreative Prozesse unterstützt und Neugeschäfte fördert.

Foto: HGEsch



Foto: Clean Fotostudio

In der gläsernen Fassade spiegeln sich an einigen Stellen die alten Gebäude. An anderen Stellen kann man in das Innere hineinschauen. Daneben gibt auch das dreidimensionale Spiel der Flächen in der Platzgestaltung kleine Hinweise darauf, was im Gebäude selbst stattfindet.



Foto: Clean Fotostudio

Martin Henn sprach mit Anna Scheuermann über das Konzept und die Umsetzung des Merck Innovation Centers. Äußerlich zeichnet sich das moderne Bürogebäude durch eine einfache Form mit klaren Kanten aus. So entsteht ein schönes Wechselspiel oder noch besser Zusammenspiel mit den anderen Projekten auf dem Campus.

Vor dem Haus liegt mit dem Emanuel-Merck-Platz eine große offene Fläche, die mit der Tram, dem Auto oder dem Rad durchfahren werden kann. Spielerische Inseln mit viel Grün laden dazu ein, sich hinzusetzen und zu spazieren.



Foto: HGEsch

Der Standort Merck in Darmstadt soll sich schrittweise von einem Produktionswerk zu einem Technologie- und Wissenschaftscampus entwickeln. Kernstück dieser Veränderung ist das Innovation Center. Im Interview mit Anna Scheuermann berichtet Martin Henn, wie das Projekt umgesetzt wurde und was eine moderne Büroarchitektur auszeichnet.

Herr Henn, Sie haben ja nicht nur das Innovation Center geplant und gebaut, in dem wir sitzen, sondern auch den Masterplan für die Erneuerung und Öffnung des Merck-Campus entworfen. Welche Rolle spielt darin das Innovation Center?

Das Innovation Center, inklusive des Emanuel-Merck-Platzes und des Modularen Gebäudes, bildet das Herzstück des Masterplans, den wir über viele Jahre begleitet haben, um das gesamte Werksgelände zu strukturieren. Mit dem

»Wir wollten ein Gebäude schaffen, das robust ist und eine Zukunftsfähigkeit garantiert.«

Martin Henn, Geschäftsführer HENN

Innovation Center war der Wunsch verbunden, sich zu öffnen, nach außen in eine Interaktion zu treten und eine klare Adresse abzubilden. Das Vorhaben war, ein Haus zu schaffen für Ideen, für Innovationen, in dem Mitarbeiter untereinander, aber auch mit Externen zusammenkommen. Hier arbeiten Teams projektbasiert und zeitlich limitiert zusammen, um dann wieder in ihre individuellen Departments zu schwärmen.

Vom Innovation Center aus können wir über die Straße auf das eigentliche „Versuchslabor“ für dieses Gebäude schauen: das Modulare Gebäude. Solch eine Möglichkeit hat man selten.

Ja, es ist wirklich ein Unikum für uns, dass ein Bauherr solch einen Prototypen in Auftrag gibt. Aufgrund der schnellen Fertigungstechnik wurde er drei Jahre vor dem



Im Erdgeschoss befindet sich außer einer Lounge auch ein Café und ein Auditorium.

Innovation Center fertiggestellt und diente dazu, die neuen Arbeitsformen im Kleinen zu proben, bevor man sie im Großen zur Anwendung bringt. Nun wird es als Restaurant sowie Konferenz- und Arbeitsbereich genutzt. Langfristig ist die Vorstellung so, dass der Besucherempfang dort untergebracht wird und dass man als Externer direkt vis-à-vis vom Innovationszentrum ankommt. Es ist einfach so schön geworden, dass man es nicht mehr wegnehmen will (*lacht*).

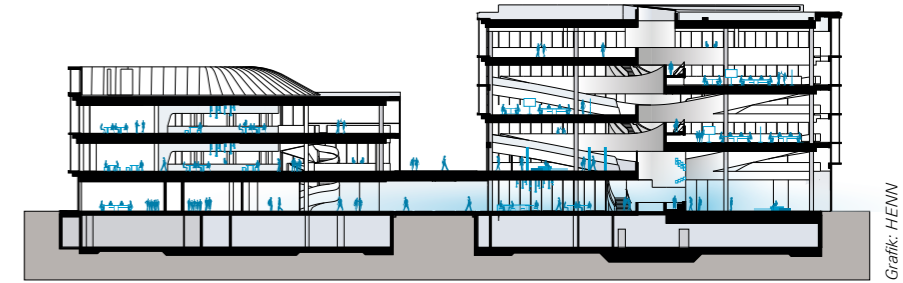
Der Erhalt des Bestands war auch an anderer Stelle wichtig. Das Innovation Center wurde für das 350-jährige Jubiläum von Merck errichtet und spielte von Anfang an eine eigenständige Rolle neben den bestehenden Gebäuden.

So ist es. Von außen erscheint das Gebäude erst einmal eher schlicht, aber es gibt eine sehr klare Setzung auf dem Campus und eine Fassung des Vorplatzes. Wenn man darauf zuläuft, sieht man durch die Spiegelungen in der gläsernen Fassade permanent den durch die alten Gebäude geprägten Kontext. Durch die Transparenz wollten wir natürlich auch Neugierde wecken. Man sollte sehen, was

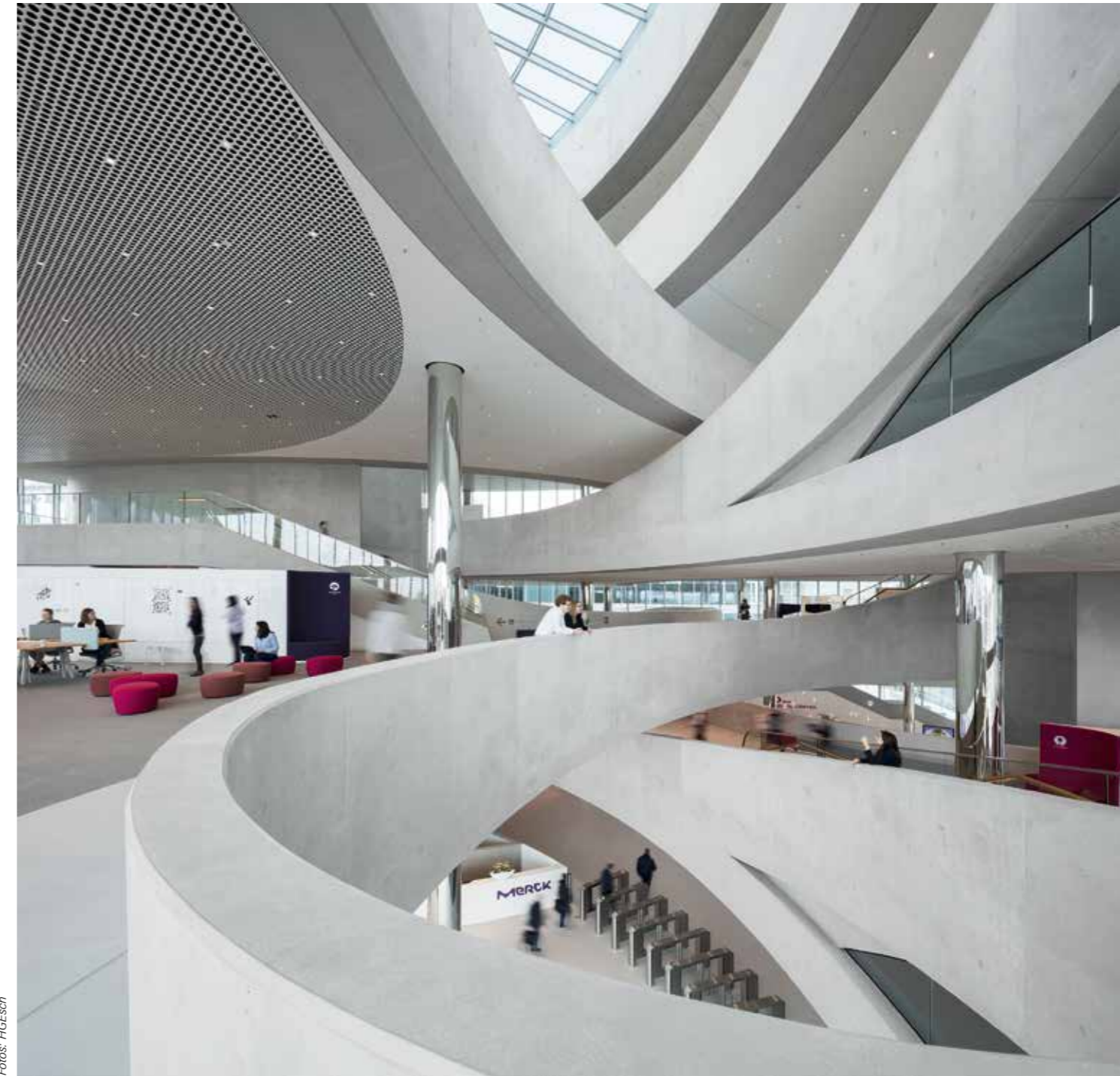
darin stattfindet. Gerade abends, wenn die Lichter an sind, entsteht nochmal ein ganz anderer Eindruck.

Als Gegenpol zum klaren und kantigen Äußeren gibt es diese ganz andere Welt im Inneren. Wie kamen Sie auf die außergewöhnliche Formgebung des Kleeblattprinzips, einer fast organisch wirkenden Form?

Tatsächlich wurde das Gebäude sehr stark von innen nach außen entwickelt. Wir haben mit einem intensiven Programming angefangen: Es wurden Interviews mit vielen Nutzerinnen und Nutzern, den Vorständen sowie mit den Merck-Mitarbeitern geführt. Dabei haben wir auch die Form der Zusammenarbeit und die räumlichen Anforderungen eruiert. Die kleinste Einheit des Hauses setzt sich aus Projektflächen zusammen, auf denen Teams von 10 bis 40 Personen arbeiten. Diese unterschiedlichen Projektflächen sind diagonal im Raum immer über eine Brücke miteinander verbunden und in der Vertikalen über Rampen untereinander vernetzt. Anders als in vielen Bürogebäuden, in denen man oft ein zentrales Atrium hat, wollten wir hier die Mitte beleben – und zwar nicht nur symbolisch, sondern



Querschnitt des Merck Innovation Centers in Darmstadt. Maßstab 1:100



Fotos: HGfesch

Die geschwungene Formgebung im Inneren ist optisch an eine Doppelhelix angelehnt und steht im Kontrast zur klaren, kantigen Fassade. Die Diagonalen funktionieren wie ein Brückentragwerk, indem die Ebenen von Kern zu Kern spannen.



Ausgehend von den ovalen Kernen, vermitteln die brückenartigen Verbindungen zwischen den einzelnen Arbeitsflächen. Treppen, Rampen und Flächen schrauben sich in die Höhe.

auch physisch, damit sich dort die Menschen treffen können. Die Projektflächen werden über die Geschosse hinweg durch kleeblattähnlich angeordnete Voids verbunden. Diese Struktur schafft ein poröses Raumkontinuum, diagonale Durchblicke regen zum Denken und zum kreativen Austausch an.

Sie waren einige Zeit in Amerika, und dieser Ort erinnert ein wenig an die Geschichten, die man aus dem Silicon Valley gehört hat. Hier hat man wirklich die Chance, etwas Neues auszuprobieren. War das für Sie in dieser Form einmalig?

Das würde ich schon sagen, besonders in dieser Vielfalt. Auf den einzelnen Ebenen gibt es ja nicht nur die Projektflächen mit Schreibtischen, sondern auch Sonderflächen wie eine

Werkstatt mit 3D-Druckern und einer langen Werkbank und einen Recreation-Space mit Möglichkeiten, um zur Ruhe zu kommen. Im ersten Obergeschoss wären da noch die Library mit Sitzgelegenheiten und Bücherregalen und der Co-Creation-Bereich, in dem man in kleinen Projektgruppen Ideen schmiedet. Direkt angrenzend an die Arbeitsbereiche befindet sich ein weiterer Gebäudeteil mit dem Mitarbeiter-Restaurant und kleineren Shops. Eine Art Ausstellungsfläche für die Präsentation eigener Innovationen ist unmittelbar an den Empfang angebunden. Der Raum wird auch durch künstlerische Interventionen aufgewertet, eine kinetische Medienwand hängt am Eingang, und ein Lichttunnel verbindet das Innovationszentrum mit dem Mitarbeiter-Restaurant. Vieles war für uns Neuland, auch die Offenheit des Bauherrn, der sich auf so ein Experiment eingelassen hat. In der

Programming-Phase wurde postuliert, dass auch Scheitern erlaubt ist, eine Art Start-up-Gefühl sollte spürbar werden. Es sollte ein Raum werden, der einen animiert. Ein Raum, in dem man keine Tür hinter sich zumachen kann, in dem man immer Teil des Ganzen ist und in Interaktion tritt mit den Kollegen.

Ist denn das Gebäude flexibel genug, um auch das gemeinsame Arbeiten in extremen Zeiten wie in einer Pandemie zu ermöglichen?

Die doppelgeschossigen Projektflächen sind maximal flexibel. Je näher man dem Zentrum kommt, desto stärker ist man exponiert und desto stärker ist man auf Kommunikation geschaltet. Je weiter man sich an den Perimeter begibt, desto konzentrierter und individueller wird es, dort gibt es

dann auch abgeschlossene Meetingräume. Insofern glaube ich, dass sich in diesem Gradienten alles abbilden lässt. Außerdem erscheinen mir die großen, offenen Räume mit viel Luftvolumen geeigneter für das Arbeiten als kleinere, abgeschlossene Büros – auch unter den aktuellen Umständen. Das Büro wird sich stärker wandeln, auch gerade nach Corona: Es wird noch mehr zu einem Ort werden, an dem man zusammenkommt, um zu interagieren, zu kommunizieren und zu kollaborieren. Insofern ist das Innovation Center eigentlich ein Prototyp für die Zukunft.

Wie nachhaltig ist denn dieses Gebäude und wie viel Technik steckt darin?

Sehr viel, die Technik ist bei solch einem Gebäude natürlich hochkomplex. Dafür haben wir einiges erst einmal am



Foto: HGEsch

Auf jeder Ebene befinden sich zwei diagonal gegenüberliegende Arbeitsflächen. Dort sind Plätze für Projektgruppen aus externen und internen Mitarbeitern vorgesehen, die temporär an künftigen Innovationen arbeiten.

»Es sollte ein Raum werden, der einen animiert. Ein Raum, in dem man keine Tür hinter sich zumachen kann, in dem man immer Teil des Ganzen ist und in Interaktion tritt.«

Martin Henn, Geschäftsführer HENN



Foto: Clean Fotostudio

Foto: Clean Fotostudio

Der Bürogestaltung ging ein Programming mit zahlreichen Interviews voraus.

Durchdachte Zonierung: Die Teeküchen sind so gelegen, dass die Arbeit nebenan nicht beeinträchtigt wird.

kleinen Modell, am Modularen Gebäude, in enger Zusammenarbeit mit der Performance Materials von Merck ausprobiert. Zum Beispiel haben wir an der äußeren Südfassade Lamellen mit Photovoltaik-Zellen eingesetzt. Zum Platz hingewandt gibt es „Liquid Crystal Windows“, die keinen außen liegenden Sonnenschutz mehr brauchen, sondern per Regler selbst abdunkeln. Auch im Innovation Center gibt es nachhaltige Innovationen. Für die Beleuchtung wurde beispielsweise Human Centric Lighting eingesetzt, das sich an das natürliche Licht und je nach Tageszeit anpasst. Insofern ist der Begriff der Nachhaltigkeit hier sehr holistisch

gedacht, im Hinblick auf das Ökologische, aber auch im Hinblick auf das Wohlbefinden der Mitarbeiter.

Wagen wir zum Abschluss den Blick in die Zukunft: Wie stellen Sie sich das Innovation Center in 50 Jahren vor?

Wir wollten ein Gebäude schaffen, das eine gewisse Robustheit hat, auch um eine Zukunftsfähigkeit zu garantieren. Hier im Center könnte man sich genauso andere Nutzungen vorstellen. Insofern bin ich überzeugt davon, dass es in 50 Jahren weiterhin genutzt wird und sich noch stärker mit der Außenwelt vernetzt.



Foto: HGEsch

Objekt | Merck Innovation Center, Darmstadt

Bauherr | Merck KGaA

Architekten | HENN GmbH

BGF gesamt | 21.950 m²

Art | Neubau

Fertigstellung | 2018

GROHE Produkte | Waschtischarmaturen Eurosmart CE, Euroeco CE und Eurodisc Cosmopolitan EHM, Vorwandinstallationselement Rapid SL, Abdeckplatte Tectron Skate, Relaxa 100Trio Kopfbrause, FMS Brause



Hier finden Sie weitere Infos zum Produkt.

»Die Materialität und Ästhetik der Grohe-Produkte fügen sich optimal in unser Design für das Merck Innovation Center ein.«

Martin Henn, Geschäftsführer HENN

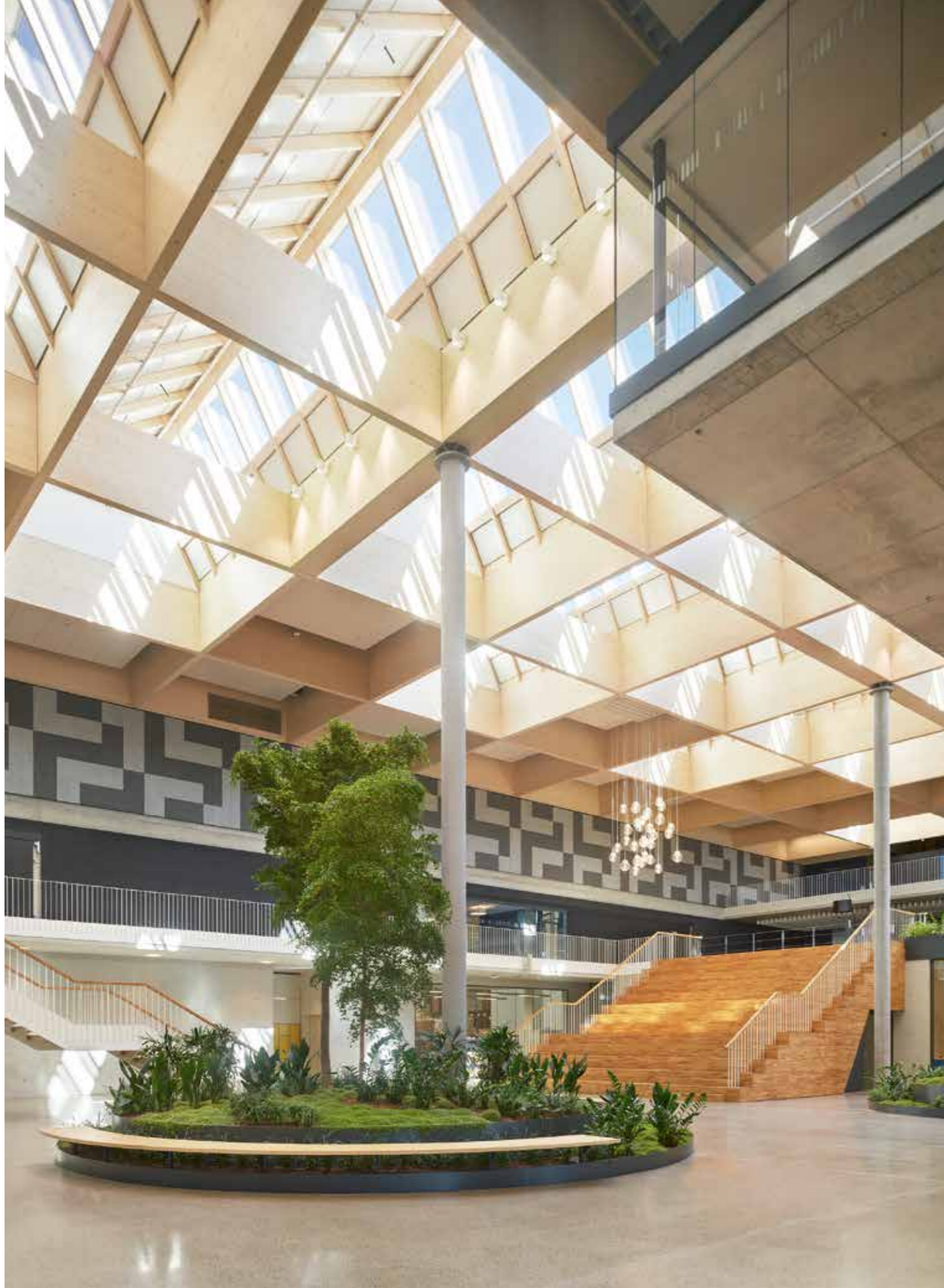
DIE CLEVERE LÖSUNG FÜR KLEINE TEEKÜCHEN

In Teeküchen mit wenig Stauraum, wie bei der Nischenlösung im Merck Innovation Center, kann sich GROHE Blue Professional als wahrer Platzsparer erweisen. Mit dem Wassersystem steht immer gefiltertes, gekühltes, stilles oder mit der gewünschten Menge Kohlensäure versetztes Wasser zur Verfügung. Und das ganz ohne Flaschen im Kühlschrank und Kistenstapel in Vorratsräumen. Da der Kühler pro Stunde bis zu zwölf Liter köstliches Trinkwasser liefert, steht auch größeren Belegschaften immer ausreichend Nachschub zur Verfügung.



Foto: Clean Fotostudio

Die GROHE Blue Variante mit dem hohen gebogenen Auslauf passt nicht nur optisch gut in die organische Formensprache des Innovation Centers. Sie lässt auch ausreichend Spielraum, um etwa eine Wasserkaraffe oder eine Vase zu befüllen.



Das Atrium wird durch das Sheddach erhellt, dessen Dachraster mit hohlen Betonstützen verbunden ist, durch die Regenwasser in den künstlich angelegten See nach außen dringt. Hinter der Treppe gewähren Glaswände einen Einblick in das Logistikzentrum.



Fotos: Roland Halbe

In der offenen Büroebe sind Sitznischen und Pausenmöglichkeiten entstanden. Akustiklamellen und Teppichboden dämmen den Schall und sorgen für die gewünschte Ruhe.

FIRMENZENTRALE PROMEGA, WALLDORF

Bei spätsommerlichem Sonnenuntergang in Walldorf feierte der Hersteller biologischer Lösungen für Medizin und Wissenschaft Promega die Einweihung seines Logistik- und Verwaltungszentrums. Das zuständige Architekturbüro haascookzemmrich STUDIO2050 war auch eingeladen. Anlass zur Freude für die Architektinnen und Architekten über den neu entstandenen deutschen Hauptsitz des amerikanischen Konzerns gibt es genug, denn der Vorzeigebau bezüglich Nachhaltigkeit und Nutzerfreundlichkeit ist in Baden-Württemberg für den Hugo-Häring-Preis 2021 nominiert.

Von Beginn an arbeiteten die Architekten im regen Austausch mit ihren Auftraggebern an der Leitidee, die einst in Heidelberg und Mannheim verstreuten Abteilungen der Logistik, der Produktion und der Verwaltung unter einem Dach zu vereinen. Ein 9.000 Quadratmeter großes Dachraster gänzlich aus heller Fichte überspannt die neue Arbeitswelt. Zusammen mit den Stuttgarter Tragwerksplanern Knippers & Helbig entstand ein filigranes Tragwerk. „Wir haben uns aus ökologischen Gründen gegen eine reine Holzkonstruktion entschieden, weil es einfach keinen Sinn ergeben hat, das Holz aus Rosenheim herzubringen, wenn doch Zement in lokaler Nähe in Heidelberg hergestellt wird“, berichtet der Projektleiter. Aus regionalem Schleuderbeton entstanden schlanke Rundstützen, die neben ihrer tragenden Rolle außerdem die Aufgabe haben, Regenwasser vom Dach durch ein in ihrem Hohlraum innenliegendes Rohr in den See zu leiten. Zusammen mit den Architekten entwickelte Transsolar ein Energiekonzept für das Bauvorhaben, dessen Sheddach nachts seine Fenster automatisch öffnet, wenn das warme Wetter das Gebäudeklima beein-

flusst. Thermisch aktive Bauteile wie Heiz- und Kühlsegel unter dem Dach absorbieren dann an heißen Tagen die kalte Luft. Auf dem Dach tragen Photovoltaikflächen zur Deckung des hauseigenen Energiebedarfs bei.

Alles unter einem Dach

„Unsere Grundidee, ‚alles unter einem Dach‘ zu vereinen, widerspricht dem Lärmpegel in der Logistik und der erwünschten Ruhe in der Verwaltung“, schildert der Büropartner Martin Haas. In einem einzigen offenen Raum können die einzelnen Arbeitsbereiche des mit entzündlichen Stoffen arbeitenden Unternehmens auch aus Brandschutzgründen nicht unterkommen. Das Gebäude steht im vorderen Bereich also der Verwaltung und der Produktion zur Verfügung, wandhohe Glasflächen schaffen eine transparente Verbindung zur Logistik, die im hinteren Teil etwa 60 Prozent der Geschossfläche einnimmt und durch eine Brandschutzwand gesichert ist. Einen sozialen Anker schaffen die drei Gemeinschaftsräume im ersten Obergeschoss, die von beiden Gebäudeteilen zugänglich und als Treffpunkt für



Die Treppen sind das verbindende Glied zwischen den offenen Arbeitszonen und den Begegnungsräumen der Mitarbeiter. Die eichenfurnierte große Treppe in der Eingangshalle dient auch als Versammlungsort für große Veranstaltungen.

Besprechungen oder Pausenaktivitäten nutzbar sind. Im Atrium bieten großzügige Treppen und breite Stufen Sitz- und Versammlungsangebote.

Büros lebenswert gestalten

Auf allen drei Geschossen befinden sich grüne Oasen. Verkleidungen aus Eichenholz sollen die Langlebigkeit des neuen Unternehmensstandortes versinnbildlichen, so Anette Leue, die von Unternehmensseite das Bauprojekt



Durch den Einsatz des Wassersystems GROHE Blue Professional setzt Promega auf eine nachhaltige Trinkwasser-Lösung, die im Vergleich zu Wasser aus Flaschen bis zu 61 Prozent CO₂ einspart.

begleitete. Die Orientierung im Gebäude folgt farblich gekennzeichnet den Himmelsrichtungen von Nord nach Süd. Auch die Konferenzräume richten sich danach: Von Stockholm bis nach Madrid reichen ihre Namen – den einzelnen Dependancen des Weltkonzerns gewidmet. Der nördliche Verwaltungstrakt in kühlem Blau bietet offene Arbeitsplätze und Sitzcken. Akustiklamellen, Holzwohleplatten, Vorhänge sowie Pflanzen absorbieren den Schall und gewährleisten ein ruhiges und behagliches Klima in transparentem Umfeld.

Objekt | Logistikzentrum mit Verwaltung Promega
Bauherr | Assay Immobiliengesellschaft mbH, Walldorf
Architekten | haascookzemmrich STUDIO2050, Stuttgart
Projektleitung | Matthias Jänicke, Sandro Ruiu
Bauzeit | 2017–2019
Grundstücksgröße | ca. 16.400 m²
Brandschutz | hhpberlin, Braunschweig
Tragwerksplanung | Knippers & Helbig, Stuttgart
Energiekonzept | Transsolar, Stuttgart
Landschaftsplanung | Ramboll Studio Dreiseitl, Überlingen
GROHE Produkt | GROHE Blue Professional

»Die Grohe Blue Professional hat sich mit ihrem Anspruch an die Nachhaltigkeit und Effizienz sowie ihrer Ästhetik ideal an unsere Leitbilder, die wir beim Bau für Promega und unsere Bauten im Allgemeinen haben, eingefügt.«

Martin Haas, Geschäftsführer haascookzemmrich STUDIO2050

MIT GROHE BLUE DIE NACHHALTIGKEIT STEIGERN

Der Einsatz von GROHE Blue trägt dazu bei, wertvolle Ressourcen zu schützen. So sind für die Herstellung eines Liters Mineralwasser in Flaschen rund sieben Liter Wasser nötig, während das Trinkwasser bei dem cleveren Wassersystem direkt aus der Armatur ins Glas läuft. Die hochwertige GROHE Qualität sorgt zudem für ein langes Armaturenleben. Dazu trägt beispielsweise die Chromoberfläche bei, die dank GROHE StarLight effektiv vor Kratzern geschützt ist. Damit bewahrt sie auch bei starker Beanspruchung ihren strahlenden Glanz über Jahre hinweg, was für lange Sanierungsintervalle sorgt. Eigenschaften, die genau zum nachhaltigen Ansatz des Logistik- und Verwaltungszentrums passen.



Mit GROHE Blue Professional kann jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter sein Lieblingswasser immer direkt aus der Armatur zapfen. Separate Leitungswege sorgen dabei dafür, dass das gefilterte Wasser nicht mit dem Gebrauchswasser in Berührung kommt.



Hier finden Sie weitere Infos zum Produkt.



Ein Architekturhighlight ist das zukunftsweisende Medienhaus auch zum Innenhof hin, der öffentlich zugänglich ist. Besondere Akzente setzen dort Kuben, die stilvoll aus der Barcode-Fassade hervortreten.

Fotos: caspar. / HGEsch



Direkt neben der Franklin-Brücke zieht „La Tête“ mit seiner Barcodefassade und seinem Megascreen die Blicke der Vorbeifahrenden auf sich. Dahinter verbirgt sich auf sieben Geschossen das Headquarter der Handelsblatt Media Group.

LA TÊTE, DÜSSELDORF

Mit „La Tête“ baute caspar. im angesagten Stadtteil Pempelfort ein zukunftsgerichtetes Bürogebäude für die moderne Medienwelt. Hinter der „Barcode-Fassade“ mit integriertem Megascreen befindet sich unter anderem das Headquarter der Handelsblatt Media Group, für das two_space + product ein maßgeschneidertes Innenraumkonzept entwickelte. So entstand ein Architektur-Highlight, das gleichermaßen einen lebendigen Social-Media-Kanal verkörpert.

Die Digitalisierung hat die Medienwelt gewissermaßen editiert und darüber auch die Medienproduktion grundlegend verändert. Längst kommen Redaktionen nicht mehr ohne medienpezifisch aufbereiteten Content aus, den sie rund um die Uhr veröffentlichen: global, national, lokal, crossmedial und sozial. Immer stärker sind journalistische Medienunternehmen zudem gefordert, ertragsreiche Geschäftsfelder neben der eigentlichen Berichterstattung zu generieren – so wie die Handelsblatt Media Group, die außer dem namensstiftenden Titel und der WirtschaftsWoche verschiedene Verwaltungsfunktionen und Tochtergesellschaften unter ihrem Dach vereint, etwa im Bereich des Eventmanagements und Content-Marketings. Noch zu Zeiten des ehemaligen Handelsblatt-Herausgebers Gabor Steingart wurde deshalb die Abkehr von den klassi-

schen Einzelbüros eingeläutet, weil letztere nicht mehr den Anforderungen an ein modernes, kommunikatives Arbeiten entsprachen. Gewünscht war ein neues Headquarter mit transparenteren „Redaktionslayouts“, die einen offenen Austausch ermöglichen und gleichzeitig verschiedene Rückzugsbereiche für konzentrierte Tätigkeiten bieten. Strukturell sollten die Büros optimal auf die redaktionelle Arbeit zugeschnitten sein, die in der Handelsblatt Media Group nach der Maßgabe „von Menschen für Menschen“ in drei Dimensionen erfolgt: gedruckt, online und live.

Fassade vermittelt zwischen Redaktion und Rezipient
caspar. überführte die Anforderungen in ein Gebäudekonzept, das Architektur digital denkt und eben diesen Anspruch bereits nach außen hin sichtbar macht. Mit „La Tête“



Foto: caspar. / HGEsch

Fläche der Begegnung: Der über 600 Quadratmeter große „Skygarden“ steht allen Mitarbeitern offen und wird zusätzlich für Veranstaltungen genutzt.

schuf das renommierte Architektenstudio einen 30 Meter hohen kubischen Baukörper, dessen skulpturale Fassade mit hellen vorgehängten Blechelementen wie ein Barcode wirkt: „Die typischen Streifenmuster haben wir durchgeschnitten und verschoben, so ist ein abstraktes, sehr individuelles Muster entstanden“, sagt Caspar Schmitz-Morkramer, Gründer und Inhaber von caspar. Ein 80 Quadratmeter großer Megascreen, der in die Fassade integriert ist und aktuelle Wirtschaftsnachrichten aus dem Hause Handelsblatt überträgt, schafft eine zusätzliche digitale Schnittstelle zu dem, was im Gebäude passiert. So bildet „La Tête“ (zu Deutsch: der Kopf) an der Toulouser Allee nicht nur einen markanten nördlichen Abschluss des neuen Düsseldorfer Stadtviertels „Le Quartier Central“ auf dem Areal des ehemaligen Güterbahnhofs Düsseldorf, sondern es wird auch selbst zu einem lebendigen Kommunikations- und Social-Media-Kanal für rund 280.000 Bahnreisende, die das Gebäude täglich auf ihrem Weg zum Hauptbahnhof passieren.

Zugänglichkeit und Klarheit bestimmen den Entwurf
Das Medienhaus versteht sich dabei als ein Spiel aus Volumen und Flächen für verschiedene Büro-Typologien. Sechs Vollgeschosse, ein Staffelgeschoss und zwei Untergeschosse bieten Optionen für Open Spaces, Einzel-, Zweier- und Gruppenräume sowie Kombilösungen. „Unsere Intention war es, auch die Außenräume einzubeziehen“, führt Caspar Schmitz-Morkramer weiter raus. Damit zielt er unter anderem auf den über 600 Quadratmeter großen „Skygarden“ ab, der für alle Mitarbeiter und für Veranstaltungen gedacht ist. Das Atrium und die „Town Hall“ für Events markieren weitere öffentlich zugängliche Bereiche des Gebäudes. Denn nicht nur der Content wird mehr und mehr „social“, sondern auch Redaktionen und Verlage selbst öffnen sich durch entsprechende Angebote zunehmend dem öffentlichen Leben. Für moderne Medienhäuser gehe es deshalb heute um Zugänglichkeit und eine positive Selbstverständlichkeit auf High-End-Niveau, so Schmitz-Morkramer. Dafür sei



Foto: © Nicole Zimmermann Fotodesign

Links: Wirksam in Szene gesetzt: Während der Bookstore im Erdgeschoss (rechts) stellvertretend für die analoge Medienwelt steht, stellt die darüber liegende Multimedialeinwand eine Schnittstelle zur Digitalisierung beziehungsweise zur digitalisierten Medienwelt dar.

Unten: Die „Townhall“ bildet das Herzstück des Erdgeschosses und ist dort der eigentliche Ort für Versammlungen. Sie untermauert damit den „Live“-Charakter des modernen Journalismus.



Foto: © Nicole Zimmermann Fotodesign

eine klare Formsprache maßgeblich: „Ein simples Rechteck ist ein Grundriss, den jeder versteht: Es gibt zwei lange und zwei kurze Seiten, in den Innenecken befinden sich die Treppenhäuser.“ Diese Einfachheit gebe „La Tête“ die nötige Freiheit, um gestalterisch auf neue digitale Formate zu reagieren. Maßgeblich war für die Architekten außerdem eine „multi-tenant-fähige“ Gebäudestruktur, sodass „La Tête“ neben seinem Hauptmieter inzwischen auch weitere Kreativunternehmen wie die Agentur Havas beherbergt.

Innenraumdesign vereint analoge und digitale Welt
Das Raumdesign des Headquarters der Handelsblatt Media Group entwarf two_space + product. Die Innen-

architekten entwickelten ein modernes Umfeld für rund 1.000 Mitarbeiter, das auf 20.000 Quadratmetern Fläche die Begegnung von Menschen mit Menschen in den Mittelpunkt rückt. „Es gibt dort praktisch jede Art von Arbeitsstruktur, die man heute in Büros kennt – Fokusräume und Einzelbüros, die man buchen kann, Lounges, aber eben auch Open-Space-Newsrooms, maßgeschneiderte Konferenz- und Projekträume sowie Teeküchen für den formellen und informellen Austausch“, sagt Claudia de Bruyn, Inhaberin von two_space + product. Ziel sei es gewesen, die Gemeinschaft zur Verbreitung des wirtschaftlichen Sachverstands spürbar durch ein exceptionelles Design zu untermauern.



Der Bookstore im Erdgeschoss steht im Zeichen der Reflexion und Endlosigkeit. Er bildet damit die Kulisse für eine intellektuelle und visuelle Unbegrenztheit.

Foto: © Nicole Zimmermann Fotodesign



Foto: König + Neurath / Hartmut Nägele

Dem Farbkonzept kommt im Sinne der Markenidentität eine besondere Bedeutung zu. Ausgehend vom klassischen Druckverfahren dominieren Schwarz und Weiß. Intensive Farbakzente setzen etwa Möbel oder Glaswände mit changierenden Folierungen an den innenliegenden Seiten.



Foto: Bene Ochts

„Wir wollten kein hermetisch abgeschlossenes Bürokonzept, sondern eines, das den Journalismus zeigt, wie er ist, und die analoge und die digitale Welt zusammenbringt.“ Wirksam in Szene gesetzt wird dieser Leitgedanke vor allem im Erdgeschoss, wo ein Bookstore als Tauschbörse für analoge Printmedien kraftvoll mit der darüberliegenden zweistöckigen Multimedialeinwand interagiert. Seitlich davon symbolisiert ein runder Meetingpoint (Empfang) den 360-Grad-Prozess: ein ganzheitliches Analyseverfahren zur Prozessoptimierung, das unter anderem den Arbeitsalltag der Handelsblatt Media Group bestimmt. Dem Foyer ließ Claudia de Bruyn mit der „Townhall“ eine raumbildende, multifunktionale Sitzarena folgen. Als Herzstück des Ge-

bäudes untermauert sie den Live-Charakter des modernen Journalismus und ist gemeinsam mit dem angrenzenden Restaurant für Großveranstaltungen nutzbar.

Durchdachtes Farbkonzept schärft Markenidentität Schwarz und Weiß, dazu Kupferblech und Birkenperrholz finden in Anlehnung an den Papierdruck ihre Umsetzung in den Innenausbauten. Spiegelnde Flächen erweitern die Räume und lassen den Besucher zum Bestandteil des Ganzen werden.

Basalt- und Polyurethanböden im Mischton Grau bilden den Hintergrund für die räumlichen Einzelerlebnisse, während Orange und Rot weitere Akzente setzen und



Foto: Bene Coijs



Foto: Clean FotoStudio

Über sieben Geschosse verteilt, wird so der komplette Farbkreislauf abgebildet, was sich als Analogie auf den 360-Grad-Prozess der Handelsblatt Media Group verstehen lässt. Die Teeküchen bieten einen Ort zum informellen Austausch und sind akustisch wirksam von den Arbeitsbereichen abgetrennt.

gleichermaßen Ausdruck der Corporate Identity sind. „Alles steht in einem Wechselspiel miteinander – Form, Materialität und Funktion –, sodass die Innenarchitektur nicht nur Identität spiegelt, sondern auch einen nachhaltigen Erinnerungswert schafft“, sagt Claudia de Bruyn. Im Headquarter der Handelsblatt Media Group kommen so unter anderem fünf Markenwerte zum Ausdruck: Exzellenz, Unabhängigkeit, Kraft, Klarheit und Innovation. Dass die Umsetzung ge-

glückt ist, zeigt vor allem auch die positive Resonanz auf der Führungsebene, wie sie etwa Frank Dopheide, ehemaliger Sprecher der Geschäftsführung der Handelsblatt Media Group, nach dem Einzug unterstrich: „Unser Haus hat ein Gesicht. Auf den ersten Blick muss sich dieses Gefühl einstellen: Die achten auf Qualität, Struktur und Klarheit. Das muss man dem Gebäude ansehen – und wenn man reinläuft, auch fühlen.“



Foto: caspar. / HGEsch

Objekt | La Tête, Düsseldorf
Bauherr | Aurelis Real Estate Service GmbH
Architekten | caspar.
Innenarchitektur | Interior Design Handelsblatt Media Group: two_space + product, Claudia de Bruyn, Dipl.Ing. Innenarchitektin
Baubeginn | April 2016
Fertigstellung | Ende 2018
BGF oberirdisch | 25.500 m²
BGF gesamt | rund 37.000 m²
GROHE Produkte | GROHE Blue Professional, GROHE Red Mono, Waschtischarmatur Essence



Hier finden Sie weitere Infos zum Produkt.

»Bei der Grundrissplanung standen Redaktionslayouts im Vordergrund, die auf Veränderungsprozesse variabel reagieren.«

Caspar Schmitz-Morkramer, Gründer und Inhaber von caspar.

EIN DUO, DAS KEINE WÜNSCHE OFFENLÄSST

Egal wie hektisch es im Redaktionsalltag auch wird, im La Tête steht der Belegschaft immer sowohl gefiltertes, gekühltes und auf Wunsch sprudelndes als auch kochend heißes Wasser zur Verfügung. Das ermöglicht die Kombination von GROHE Blue Professional und GROHE Red Mono. Die Organisation von Mineralwasser in Flaschen ist damit ebenso unnötig wie das Aufstellen von elektrischen Wasserkochern zur Zubereitung von Tees oder Brühen.



Foto: Clean FotoStudio

Während die GROHE Blue Professional sowohl gefiltertes als auch ungefiltertes Wasser liefert, kommt bei der GROHE Red Mono nur kochend heißes Wasser aus der Leitung. Eine TÜV-geprüfte Kindersicherung schützt die Nutzer dabei effektiv vor Verbrühungen.



Foto: Markus Gröteke / architectureshooting

Vertikale Kanten verleihen dem „Westlight“ eine kristalline Form. Von der Nürnberger Straße aus ist das Gebäude als schlanker Turm sichtbar.



Foto: Bernd Bauerachse

Armand Grüntuch und Almut Grüntuch-Ernst gründeten im Jahr 1991 in Berlin das Büro Grüntuch Ernst Architekten. Gemeinsam mit über 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern widmen sie sich der Planung und Realisierung von Projekten unterschiedlicher Größen und Typologien. Vom städtebaulichen Masterplan bis zum Townhouse, vom Bürogebäude bis zur Gestaltung des deutschen Beitrags auf der Architekturbiennale 2006 in Venedig: Ziel sind individuelle, maßgeschneiderte Lösungen für die jeweilige Entwurfsaufgabe.

Das großzügige Foyer im Erdgeschoss und die benachbarten Ladengeschäfte bieten den Passanten eine erweiterte Erfahrung des Stadtraums.



Foto: Markus Gröteke / architectureshooting

BUDAPESTER STRASSE 35, BERLIN

Unmittelbar neben dem Berliner Zoo entstand mit dem „Westlight“ ein Bürohochhaus für zeitgemäßes Arbeiten. Der Neubau von Grüntuch Ernst Architekten ersetzt die rötliche Rotunde des ehemaligen Hauptsitzes der Berliner Volksbank und prägt an städtebaulich exponierter Stelle ein markantes Tor zur City West. Das kristalline Gebäude ermöglicht flexible Grundrisse und verspricht für Nutzer und Passanten eine erweiterte Erfahrung des Stadtraums. Ein Gespräch mit Almut Grüntuch-Ernst und Armand Grüntuch.

Sie wurden aufgrund eines gewonnenen Wettbewerbs 2015 mit der Planung des Bürohauses an der Budapester Straße beauftragt. Weshalb haben Sie sich im Wettbewerb durchgesetzt?

Armand Grüntuch (AG): Die teilnehmenden Büros sollten Vorschläge für den Umgang mit dem Bestandsgebäude einbringen: ob eine Fassadenerneuerung, eine Dachaufstockung oder womöglich eine größere Aufstockung angebracht ist. Wir haben für einen Neubau plädiert. Ausschlaggebend dafür waren erstens bautechnische Aspekte,

zweitens die veraltete und aufwendige Haustechnik des Altbaus und drittens dessen fehlendes Potenzial für zeitgemäßes Arbeiten. Schlüssel für unseren Erfolg war eine technisch intelligente Lösung für diese drei Probleme.

Welchen Ansatz haben Sie gewählt?

AG: Eine neue Gründung hätte immensen Aufwand erfordert, da der Keller des Altbaus, in dem der Safe und die Haustechnik untergebracht waren, zwei Geschosse unter das Erdgeschossniveau bis ins Grundwasser hineinreichte.



Fotos: Markus Gröbke / architectureshooting

Als Bürohochhaus errichtet, soll das „Westlight“ dank angemessener Raumhöhen und direkter Belüftungsmöglichkeiten gleichermaßen für Arbeit und Wohnen denkbar sein.

Wir haben die Haustechnik auf ein Drittel des Volumens reduziert und aufs Dach verlagert. Das neue Gebäude hat nur ein Untergeschoss – dort sind die Stellplätze untergebracht. So konnten wir eine neue Fundamentplatte auf die alte setzen und damit den ganzen Kern verschieben, das Haus also neu orientieren und flexible Grundrisse schaffen.

Almut Grüntuch-Ernst (AGE): Das Vorgängergebäude hatte, auch aus Brandschutzgründen, sehr rigide Vorgaben für das Raumprogramm. Ein Mittelflur mit in Schottenbauweise errichteten Kammern entspricht aber nicht mehr heutigen Ansprüchen an offene, anpassungsfähige Arbeitslandschaften.

AG: Deshalb haben wir vorgeschlagen, auf dem Fundament des Altbaus ein Gebäude mit größerer Dichte zu errichten. Dabei haben wir die Arbeitsfläche von vormals 8.500 Quadratmetern verdreifacht.

Wie sind Sie dabei dem Anspruch an zeitgemäßes Arbeiten gerecht geworden?

AGE: Der Neubau beruht auf einem Stützensystem in Skelettbauweise. Weil es keine tragenden Wände gibt, lassen sich auch Trennungen einrichten, die nur akustisch, nicht visuell sind. So verliert man selbst in Einzelbüros nie den Blick für das Ganze, Arbeiten wird auch zum Gruppenerlebnis. Die Idee des Panoramas ist prägend für das Gebäude

insgesamt – sowohl nach innen wie auch nach außen. So tritt man aus dem Fahrstuhl zunächst in einen großzügigen Bereich mit einem wunderbaren Ausblick auf die Stadt, die einen im Raum und im Gebäude verortet.

AG: Auch in den Flurbereichen lassen sich große freie Flächen schaffen, wo etwa Konferenzen oder Vorträge stattfinden können. Die Raumaufteilung lässt sich in jeder Etage unterschiedlich gestalten, je nach Wunsch der Nutzer. Eine solche Flexibilität und Reversibilität verleihen Gebäuden eine gewisse Robustheit auch im Sinne von Nachhaltigkeit: So lassen sich aus Büros Wohnungen machen oder umgekehrt. Dafür muss natürlich von vornherein die nötige Raumhöhe eingeplant werden und die Kerne müssen so gestaltet werden, dass das Gebäude wandelbar ist.

AGE: Auch natürliche Belüftung ist total wichtig, das wissen wir heute alle. In jedem Raum des „Westlight“, sei er noch so klein unterteilt, gibt es deshalb die Möglichkeit direkter Frischluftzufuhr über Fassadenelemente, die sich von Hand öffnen lassen. Das wird von den Nutzern sehr geschätzt.

Das „Westlight“ hat eine städtebaulich sehr exponierte Lage, direkt neben dem Elefantentor des Zoos, am Kopf eines Häuserblocks an einer belebten Kreuzung. Wie haben Sie das Konzept für dieses Grundstück entwickelt?



Die über das Gebäude hinausgezogene Fassade bildet eine Art „Krone“ aus – und ermöglicht den windgeschützten Aufenthalt über den Dächern der Stadt.

AGE: Der Altbau hielt sich noch an die Traufhöhe des Berliner Blocks. Mittlerweile darf man dort sinnvollerweise auch höher bauen. Es stellte sich also die Frage: Wie kann man diesen Kopf ausbilden, wie viel Masse verträgt er? Unser Neubau setzt mit 16 Geschossen einen ersten Hochpunkt für die City-West an der Kurfürstenstraße. Durch einen Feinschliff in der Kubatur wird die städtebauliche Volumensetzung an diesem exponierten Punkt noch optimiert.

AG: Um eine dynamische Stadterfahrung zu ermöglichen, ist das Gebäude je nach Perspektive unterschiedlich erlebbar. Von der Nürnberger Straße aus wirkt es wie ein schmales Hochhaus, von der Gedächtniskirche aus wie eine trotzen Burg in einer verkehrsumtobten Kreuzung. Vertikale Kanten machen das Gebäude „lesbar“. Wie ein Brillantschliff, der einem unförmigen Stein erst die Form gibt.

AGE: Genau wie bei einem Edelstein ermöglicht der „Schliff“ des Gebäudes auch das Spiel mit der Reflexion. Die Fassadenteile sind leicht gegeneinander verkippt, sodass immer unterschiedliche Ausschnitte von Stadt und Himmel sichtbar werden.

AG: Die Spiegelungen sind kein Abbild, sondern eine verpixelte Auflösung der Wirklichkeit, deren Fernwirkung eine neue Stadtsilhouette erzeugt. Je nach Licht und Tageszeit ist die Wirkung ganz unterschiedlich.

Was ist die städtebauliche Funktion des Gebäudes?

AG: Zum einen übernimmt das „Westlight“ eine Tor-Funktion. Auftragend an dem Ort, wo Budapester Straße, Kurfürstenstraße und Nürnberger Straße aufeinandertreffen, bildet es in gewisser Weise eine Begrenzung des Breitscheidplatzes: Zwischen dem Kranzler Eck und dem „Westlight“ wird das Zentrum West-Berlins aufgespannt.

AGE: Zum anderen wollten wir ein attraktives Umfeld für Fußgänger schaffen. Die Ebene, in der Passanten flanieren, soll sich auf den Bereich des „Westlight“ erweitern, der früher wie eine isolierte Verkehrsinsel war. Das Gebäude mit dem gläsernen Sockel spricht diese Einladung aus. Nun liegt es an den Mietern, diese Kontaktflächen zu gestalten.

Welche Rolle spielen Aspekte der Nachhaltigkeit beim „Westlight“ und bei Büroimmobilien allgemein?

AG: Der Neubau an der Budapester Straße ist in mehrfacher Hinsicht Ausdruck von Nachhaltigkeit. Erstens, weil er dreimal so viel Arbeitsfläche bereitstellt wie der Vorgängerbau, und zwar in zentraler Lage, ohne grünes Umland zu versiegeln. Ein zweiter Aspekt ist die Schaffung wandlungsfähiger, ergo zukunftsfähiger Arbeitskonzepte. Drittens kann das Gebäude mit der Zeit umgenutzt werden.



Spiel mit der Reflexion: Leicht gegeneinander verkippte Fassadenteile lassen unterschiedliche Ausschnitte von Stadt und Himmel sichtbar werden.

AGE: Und das alles, ohne auf eine „smart technology“ angewiesen zu sein, die in zehn Jahren schon wieder veraltet ist. Mit analogen Elementen wie echten Fenstern ist man auf der sicheren Seite.

AG: Um nachhaltig zu sein, muss ein Gebäude nicht nur über 35, sondern über 100 Jahre oder länger Bestand haben können, indem es wechselnden Anforderungen gerecht wird. Dafür muss es sowohl kleinteilig als auch großräumig vermietet werden können, es braucht ein Lärmschutzkonzept und Haustechnik für unterschiedliche Nutzungen ...

AGE: ... und ausreichende Raumhöhe.

AG: Genau! Man muss in die Hardware investieren, anstatt in die Wärmedämmverbundsysteme, mit denen die Gebäude eingepackt werden.

Welche Anforderungen sollte zeitgemäße Büroarchitektur darüber hinaus erfüllen?

AGE: Die Balance zwischen konzentriertem Einzelarbeiten

und kommunikativen Zonen ist ja schon lange ein Thema. Mittlerweile haben wir dank Digitalisierung gemerkt, dass konzentriertes Einzelarbeiten fast überall möglich ist. Umso wichtiger wird die Förderung des Teamspirits mittels Stimulierung kreativer Aspekte: etwa durch Kaffee-Ecken, Außenräume und die Möglichkeit für Arbeitsgruppen, sich den Raum anzueignen. Die Co-Working-Szene hat bereits eingefordert, dass der Arbeitsort aussehen soll wie ein Zuhause. Auch wir wollten einen Ort schaffen, der gleichermaßen für Arbeit und Wohnen denkbar ist.

AG: Auf dem Dach und an den Schnittstellen zu den Nachbargebäuden haben wir deshalb Terrassen, an den Seitenflächen und der Rückseite Austritte eingeplant.

AGE: Arbeit muss immer die Idee von Freiwilligkeit und gutem Lebensgefühl vermitteln. Diese Entwicklung wurde durch Corona nochmals beschleunigt. Die Möglichkeit, den Arbeitsradius dem Außenklima anzupassen und die eigene Arbeitsbühne individuell zu gestalten, ist eine unschätzbare Bereicherung.

Objekt | Budapester Straße 35, 10787 Berlin

Bauherr | Vendita Budapester Straße 35 GmbH & Co KG

Architekten | Grüntuch Ernst Architekten

Projektsteuerung | XPM GmbH, Hamburg

BGF | 25.000 m²

Planungsbeginn | 2015

Baubeginn | 2017

Fertigstellung | 2020

GROHE Produkte | GROHE Essence Einhand Waschtischbatterie, nickelgebürstet, GROHE Red Duo, GROHE Blue Professional, GROHE Euphoria, GROHE Euroeco, GROHE Tectron



»Die kristalline Struktur mit den gebrochenen Kanten schafft eine dynamische und wechselhafte Erscheinung.«

Armand Grüntuch, Grüntuch Ernst Architekten

ZEITLOSE ELEGANZ FÜR EIN NACHHALTIGES KONZEPT

Mit ihrer gebürsteten Oberfläche fügen sich die Essence Armaturen in SuperSteel stilvoll in die in gedeckten Tönen gestalteten Sanitärräume ein. Zudem passt die Linie auch perfekt zum nachhaltigen Ansatz des Bürogebäudes an der Budapester Straße. Sie ist nicht nur besonders robust und langlebig. Dank GROHE EcoJoy-Technologie kann der Wasserfluss auch auf 5,7 Liter pro Minute begrenzt werden. Und das ganz ohne Komfortverlust beim Händewaschen.



Eine organische Formensprache und ein filigraner Bedienhebel sind die Markenzeichen der Essence Armaturenlinie. Die Variante in L-Size mit ihrem hohen gebogenen Auslauf bietet dabei viel Bewegungsfreiheit bei der Nutzung.



Hier finden Sie weitere Infos zum Produkt.



Foto: Markus Gröteke / architecture shooting

Mit GROHE haben Planer und Bauherren von Bürogebäuden den perfekten Partner an ihrer Seite. Egal ob Neubau oder Sanierung – mit seinem breiten Sortiment für jeden Einsatzbereich rund um die Wassernutzung bietet der Weltmarktführer alles, um die Sanitärräume für Arbeitgeber und Arbeitnehmer stilvoll, komfortabel und langlebig zu gestalten. Eine gute Wahl sind dabei beispielsweise elektronische Steuerungen. Die Armaturen und WC-Betätigungen lassen sich dank ihrer Infrarot-Technologie berührungslos bedienen und sorgen so für größtmögliche Hygiene. Mit zahlreichen Varianten in unterschiedlichen Designs, Größen und Ausführungen hat GROHE hier für jeden Anspruch passende Lösungen im Programm.

Auch in Duschräumen sorgen GROHE Produkte für das perfekte Zusammenspiel von Design, Komfort und Funktionalität. Von der Sportkopfbrause bis hin zum Duschsystem mit verschiedenen Strahlarten finden Unternehmen auch für diesen Bereich eine große Bandbreite, um ihren Mitarbeitern ein angenehmes Duscherlebnis im Büro zu ermöglichen. Vielfältige Accessoires vom Seifenspender bis zum Handtuchhaken runden das Angebot der führenden Sanitärmarke ab. So steht einem bis ins Detail abgestimmten Ambiente nichts im Wege.



Hier erfahren Sie mehr über die Badgestaltung mit GROHE.

Bei der Planung von Bürogebäuden wird ein ansprechendes Ambiente in den Sanitäranlagen immer wichtiger. Armaturenlinien mit einer breiten Auswahl an Formen und Farben sorgen dabei für großen Gestaltungsspielraum.

ALLE ANSPRÜCHE IM BLICK

Überall, wo viele Menschen zusammenkommen, müssen die Sanitärräume hohen Anforderungen gerecht werden. Das gilt insbesondere in Bürogebäuden, wie auch dem an der Budapester Straße in Berlin.

Denn hier verbringen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen großen Teil ihres Tages. Vorbei die Zeiten, in denen Sterilität und Funktionalität diesen Bereich bestimmten. Heute erwarten viele Nutzer neben Sauberkeit und Hygiene auch eine angenehme Atmosphäre und eine komfortable Ausstattung. Die Umsetzung von Grüntuch Ernst Architekten ist mit der Kombination von Essence Armaturen in SuperSteel mit Spiegeln und Elementen in Betonoptik ein gutes Beispiel dafür.

Für die Unternehmen stehen für den Betrieb von Sanitärräumen zudem heute weitere Aspekte im Fokus. Leicht zu

reinigende und wartungsarme Produkte unterstützen sie beim Unterhalt der Anlagen, während hochwertige Qualität die Sanierungsintervalle verlängert. Und nicht zuletzt achten Verantwortliche vermehrt auf den Einsatz von wasser- und energiesparenden Systemen, um die Nachhaltigkeit ihrer Gebäude zu erhöhen.

Dabei sind die Sanitäranlagen in Büros längst nicht mehr überall auf Waschtische, WCs und Urinale beschränkt. Immer häufiger halten auf Wunsch der Belegschaft auch Duschen Einzug. Sie ermöglichen den Beschäftigten beispielsweise, sich morgens nach der Ankunft mit dem Fahrrad oder nach der Joggingrunde in der Mittagspause frisch zu machen, bevor es an den Schreibtisch geht. Ein Angebot, auf das auch die Bauherren des Berliner Beispiels setzten, um die Attraktivität der Büros für die Nutzerinnen und Nutzer zu steigern.



Als Komplettanbieter ist GROHE der richtige Ansprechpartner, wenn es um die abgestimmte Gestaltung von Sanitärräumen geht – vom Waschtisch bis zum Duschsystem.

AXEL-SPRINGER-NEUBAU, BERLIN

Ein symbolträchtigerer Ort lässt sich kaum denken: Dort, wo ehemals die Berliner Mauer verlief, ergänzt nun der Axel-Springer-Neubau den Hauptsitz des Medien- und Technologieunternehmens. Unmittelbar neben der Axel-Springer-Hauptzentrale im ehemaligen Berliner Zeitungsviertel schuf das Architekturbüro OMA aus Rotterdam einen massiven dunklen Block, der die digitalen Angebote des Medienkonzerns räumlich bündelt. Laut CEO Mathias Döpfner soll der Neubau als „Kraftwerk der Kreativität“ neue Formen des Arbeitens ermöglichen.

Foto: Benedikt Kraft



Auf einer Fläche von 9.100 Quadratmetern errichteten OMA einen 13-geschossigen Block mit dunkel verglaster Fassade. An zwei Stellen springt die Gebäudehaut auf und offenbart den Blick ins Innere.

Loungeartige Bereiche laden zu informellen Formen der Arbeitsgestaltung ein.



Fotos: Werner Hühnmacher

Die Verlagswelt befindet sich in einer Phase der Neufindung: Mit sinkenden Printauflagen und der Umstellung hin zu Online-Angeboten wandeln sich die Geschäftsmodelle. Mehr als 70 Prozent des Jahresumsatzes des Axel-Springer-Konzerns werden mittlerweile im digitalen Bereich erwirtschaftet. Der Neubau sollte dieser Entwicklung Rechnung tragen.

„Das Gebäude soll nicht nur überwältigend schön sein, sondern auch der Frage nachgehen: Was bedeutet Materie in einer entmaterialisierten Medienökonomie, was bedeutet ein Büro in einer mobilen Arbeitswelt, die Büros eigentlich nicht mehr braucht? Das Projekt kann eine Schlüsselrolle für die digitale Transformation unseres Unternehmens

einnehmen, indem es die bisher in der Peripherie angesiedelten digitalen Tochterunternehmen ins Zentrum des Unternehmens rückt und mit den traditionellen Marken des Hauses vernetzt“, erläuterte Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE, anlässlich der Präsentation des Projekts 2013.

Standort des Neubaus ist ein 10.000 Quadratmeter großes, trapezförmiges Areal zwischen Axel-Springer-, Schützen-, Zimmer- und Jerusalemmer Straße, das bis zum Fall der Berliner Mauer durch den Todesstreifen zerschnitten und zuletzt lange Zeit als Parkplatz genutzt wurde. Unmittelbar gegenüber, südlich der doppelten Reihe von Pflastersteinen, die entlang der Zimmerstraße den ehemaligen Verlauf der



Die einzelnen Etagen laufen in terrassenartigen Plateaus aus. Diese formen ein 45 Meter hohes Atrium.

Vorderlandmauer andeuten, erhebt sich der 78 Meter hohe Turm der Axel-Springer-Hauptzentrale, den Gründer Axel Caesar Springer anlässlich des Umzugs des Verlagsstammsitzes 1966 von Hamburg nach West-Berlin hatte errichten lassen. Nur zwei Häuserblocks entfernt befand sich der berühmte Checkpoint Charlie.

OMA gewinnen Wettbewerb für Neubau

Aus einem internationalen Wettbewerb für das neue Medienhaus gingen im Jahr 2013 zunächst drei Büros als Sieger hervor: Bjarke Ingels Group (BIG), Buro Ole Scheeren und Office for Metropolitan Architecture (OMA). Das Büro OMA aus Rotterdam wurde schließlich mit der Planung des

Gebäudes beauftragt. Die verantwortlichen Partner, Rem Koolhaas und Chris van Duijn, haben als Gehäuse für die unterschiedlichen Angebote des Medien- und Technologieunternehmens einen dunklen Block aus Stahlbeton mit überwiegend schwarzer vorgehängter Glasfassade entworfen – nur an der Nordfassade bilden goldfarbene Paneele ein optisches Zitat des benachbarten Axel-Springer-Hochhauses. Mit 48 Metern Höhe überragt der Neubau die umliegenden Gebäude mit Ausnahme des besagten Turms deutlich – ein etagenhoher Rücksprung der Fassade in einer Höhe von 22 Metern, der Berliner Traufhöhe, teilt das Gebäudevolumen waagrecht in zwei Hälften. Der Neubau überbaut eine Fläche von 9.100 Quadratmetern und



Auf den terrassierten Plateaus ermöglichen unterschiedliche Typologien von Möblierung die flexible Nutzung des Raums.

Fotos: Werner Huthmacher



Das Foyer soll – ebenso wie ein Teil der WELT-Brücke in der sechsten Etage und die Dachterrasse – als halböffentlicher Raum dienen.

beinhaltet insgesamt 13 Geschosse: zwei Untergeschosse mit Ladesäulen für Elektromobilität, Erdgeschoss und zehn Obergeschosse.

„Digital Valley“ statt Berliner Mauer

Ob dieser massive Block das Postulat der von Döpfner gewünschten Schönheit einlöst, darüber lässt sich trefflich streiten – ein Blickfang ist er auf jeden Fall. An der Südwest- und der Nordostecke bricht die glatte Fassade auf und ein amorphes, vielfach geknicktes Gebilde aus Glas scheint aus dem Gebäude herauszuquellen. Nachts ermöglichen diese transparenten Fassadenbereiche den Blick in das erleuchtete Gebäudeinnere. Hier werden auf 52.200 Quadratmetern Bürofläche insgesamt mehr als 3.200 Arbeitsmöglichkeiten bereitgestellt – zudem gibt es Restaurants, Veranstaltungs- und Besprechungsräume. Laut Unternehmenskommunikation folgt das Gebäude „einem progressiven Arbeitsformenkonzept mit Flex-Desk-Modell“: Multifunktionale Räume sollen maximal flexible Nutzung erlauben und somit den Anforderungen an modernes Arbeiten gerecht werden, welche die kulturelle Transformation des Medien- und Technologieunternehmens mit sich bringt. Der Neubau sei laut OMA „sowohl Symbol als auch Werkzeug für diese Transformation – ein Gebäude, das Deutschlands digitale Boheme anlockt“.

Das Gebäudeinnere wird von Südwesten nach Nordosten durch eine Diagonale geteilt, die den ehemaligen Grenzverlauf zwischen West- und Ost-Berlin andeutet und den Blick auf das benachbarte Axel-Springer-Hochhaus freigibt. Diese Diagonale wird beidseitig von terrassenartig auslaufenden Plateaus der einzelnen Geschosse begrenzt und bildet dadurch ein 45 Meter hohes Atrium in Form einer Schlucht: OMA spricht von einem „Digital Valley“, das als „informelle Bühne“ im Zentrum den Austausch zwischen den Unternehmensbereichen ermutigen soll. Stege und Brücken, darunter eine verglaste Besucherbrücke überspannen das Tal und verbinden die unterschiedlichen Ebenen.

Flexible Raumnutzung

Auf den terrassierten Plateaus erlauben offene Bereiche mit unterschiedlichen Typologien an Möblierung – Sofas, Besprechungstischen, Sitzgruppen – die flexible Aneignung des Raums für wechselnde Arbeitsbedarfe. USB-, 220-V-Anschlüsse und WLAN sind überall vorhanden. In den überdeckten Bereichen sind auf allen Ebenen auch Räume für konventionelles Arbeiten in abgeschlossenen Bereichen untergebracht. Neben dem Foyer sollen auch ein Teil der WELT-Brücke in der sechsten Etage und die Dachterrasse als halböffentliche Bereiche fungieren. Auf letzterer befinden sich neben 3.000 Quadratmetern begehbarer Grünfläche



Foto: Werner Huthmacher



Foto: Werner Huthmacher

Auf allen Ebenen werden die offenen Bereiche durch Räume für konventionelles Arbeiten in abgeschlossenen Bereichen ergänzt. Die offene Gestaltung des Axel-Springer-Neubaus soll den Austausch zwischen den hier angesiedelten Bereichen des Axel-Springer-Konzerns verbessern.

weitere Arbeitsplätze, Sportbereiche und die Bar „Rem“ – zudem wurden Hochbeete für Gemüse und Kräuter angelegt, die von den Mitarbeitern selbst gepflegt werden.

Ein Haus für die digitale Transformation

„Wir wollten mit dem Neubau ein Symbol und einen Beschleuniger unseres eigenen Wandels schaffen“, so Mathias Döpfner: „Avantgardistische Architektur als Magnet der Begegnung und Kommunikation.“ Seit dem Sommer 2020 wurden Redaktionen, digitale Unternehmen sowie Zentralbereiche des Medien- und Technologieunternehmens von

ihren unterschiedlichen Standorten in Berlin in den Axel-Springer-Neubau verlegt: darunter die Preisvergleichsplattform idealo, Redaktionen der WELT, der Vermarkter Media Impact sowie verschiedene Zentralbereiche. Laut Unternehmenskommunikation soll das Zusammenrücken der Axel-Springer-Einheiten im Neubau bessere Vernetzung und besseren Wissensaustausch der Bereiche und Marken untereinander ermöglichen. Die räumliche Ausgestaltung moderner Arbeitsmöglichkeiten durch das Büro OMA habe ein Gebäude geschaffen, das „sämtliche Fragezeichen der digitalen Zukunft auflösen kann“.



Foto: Benedikt Kraft

Objekt | Axel-Springer-Neubau
Bauherr | Axel Springer SE
Architekten | OMA
Generalunternehmer | Ed. Züblin AG
Zertifikate | DGNB Gold-Zertifikat für Nachhaltigkeit; DGNB-Auszeichnung für gestalterische und baukulturelle Qualität
BGF | 57.828 m²
Planungsbeginn | 2013
Baubeginn | Oktober 2016
Eröffnung | Oktober 2020
GROHE Produkte | Eurocube E Waschtischarmatur (3644000), Euroeco Special Waschtischarmatur (32763000), GROHE Blue Professional



Hier finden Sie weitere Infos zum Produkt.

»Moderne Büros interpretieren den Arbeitsplatz als Stützpunkt für interdisziplinäre Kommunikation, bieten gleichzeitig aber Raum zur Konzentration – inmitten einer Ästhetik, die zum Verweilen einlädt.«

Andreas Ludwigs, Geschäftsführer Axel Springer Services und Immobilien

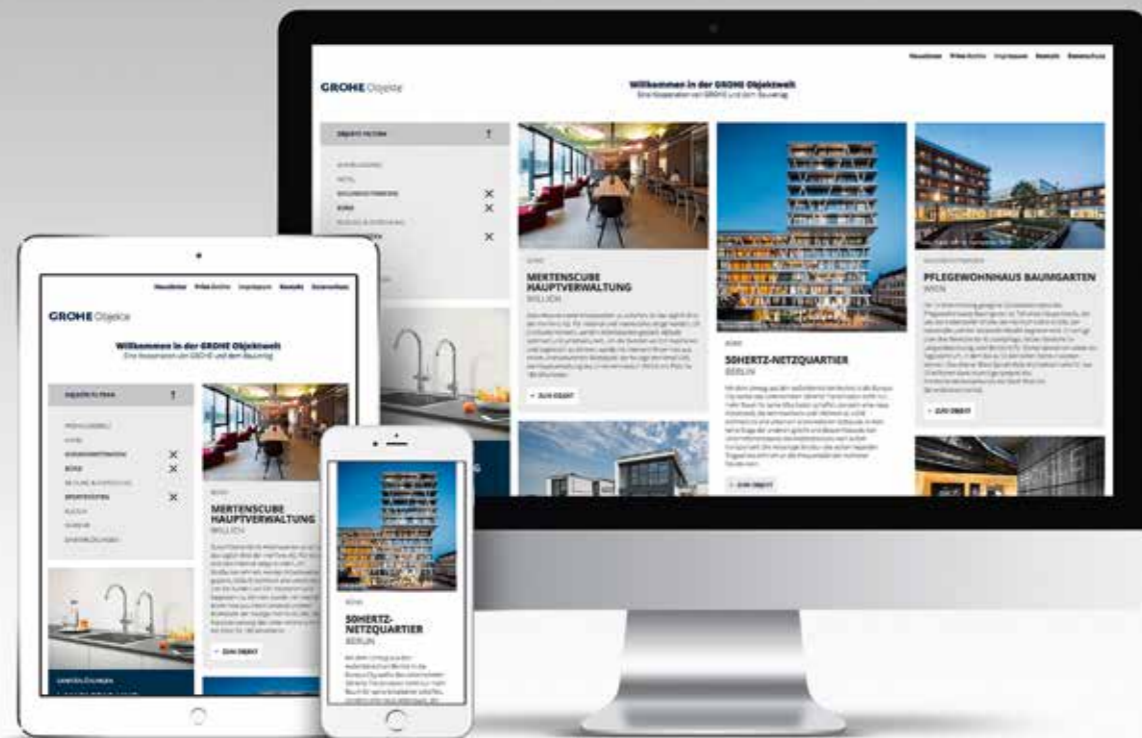
DAS ZUSAMMENSPIEL VON ELEGANZ UND HYGIENE

Zum kosmopolitischen Gestaltungskonzept des Axel Springer Neubaus passt auch die Cube Waschtisch Armatur mit ihrer kubistischen Formensprache. In der elektronischen Variante schützt sie die Nutzerinnen und Nutzer zudem bestmöglich vor der Keimübertragung von Mensch zu Mensch. Denn dank des Infrarotsensors wird der Wasserfluss berührungslos ausgelöst. So geht elegantes Design und größtmögliche Hygiene in den Sanitärräumen des Medienhauses Hand in Hand.



Foto: Werner Huthmacher

Nicht nur die Nutzer, auch die Betreiber profitieren vom Einsatz der elektronischen Eurocube Armatur. Neben voreingestellten Programmen etwa für regelmäßige Spülungen sind auch viele individuelle Einstellungen sowie Analysen von Nutzungsdaten möglich.



DIGITALE OBJEKTWELT: GROHE-OBJEKT.DE GEBÜNDELTE INSPIRATIONEN ONLINE

Neue virtuelle Anlaufstelle für Architekten und Planer: Unter www.grohe-objekt.de finden alle, die Anregungen für ihre eigene Arbeit suchen, seit Kurzem gebündeltes Know-how rund um das Objektgeschäft. Die Webseite präsentiert zahlreiche spannende Projektbeispiele sowie darauf zugeschnittene Produkthighlights von GROHE für die unterschiedlichen Gebäudekategorien. Verschiedene Filterfunktionen machen die Suche einfach und übersichtlich. Im Print-Archiv können zudem branchenrelevante GROHE Broschüren bestellt oder heruntergeladen werden.

Vom Büro bis zum Museum

Wohnungsbau, Hotel, Gesundheitswesen, Büro, Bildung & Forschung, Sportstätten, Kultur und Verkehr – die Website stellt ausgefallene Objektbeispiele aus allen Kategorien detailliert vor.

Filter erleichtern die Suche

Durch die praktischen Filter können die gewünschten Architekturbereiche mit wenigen Klicks auf einen Blick dargestellt werden. Auch die gleichzeitige Auswahl mehrerer Kategorien ist möglich.

Passgenaue Lösungen

Um Architekten und Planer bei der Auswahl der passenden Produkte für ihre Projekte zu unterstützen, liefert die Website zu jedem Themenfeld auch Vorschläge für darauf zugeschnittene Sanitärösungen von GROHE.

Highlights für jedes Projekt

Ob das Dusch-WC Sensia Arena für den privaten Wohnbau oder Selbstschlussarmaturen für die Sporthalle der Schule – www.grohe-objekt.de präsentiert für jede Kategorie auch die wichtigsten Produkthighlights.

Hier geht's zu
www.grohe-objekt.de



Wir bieten Ihren Projekten eine Plattform

Haben Sie ein spannendes Gebäude mit GROHE Produkten fertiggestellt und möchten es über ein reichweitenstarkes Marketingtool bekannt machen? Dann melden Sie sich bei uns. Gerne prüfen wir, ob eine kostenlose Berichterstattung in unserer Printpublikation GROHE Architekturlösungen und auf grohe-objekt.de möglich ist. Mit Hilfe des obenstehenden QR-Codes können Sie Ihr Projekt ganz schnell und unkompliziert an uns übermitteln. Wir freuen uns auf Ihre Einreichung.



ÖFFENTLICHER BEREICH

KONSEQUENT DURCHDACHT

Bei den Lösungen für öffentliche Sanitäranlagen schafft GROHE die optimale Verbindung von ansprechendem Design, höchster Funktionalität und langlebiger Qualität. Armaturen, Betätigungen und Keramiken sind dabei optimal aufeinander abgestimmt. Clevere Technologien steigern zudem den Nutzungskomfort und die Hygiene.

Elektronische Armaturen und Betätigungen lassen sich berührungslos bedienen.

Die Unterbaulösungen der **Bau-Linie** sorgen für glatte Oberflächen am Waschtisch.

Wir helfen Ihnen gerne weiter!

Sie haben Fragen zu unseren Sanitärsystemen für den öffentlichen Bereich? Dann besuchen Sie uns im Internet oder sprechen Sie uns an.

objektmanagement@grohe.com
+49 571 39 89 444
www.grohe.de



Mit **GROHE** Accessoires wie dem integrierten Seifenspender entsteht ein konsequenter Look.

HOCHWERTIG UND LANGLEBIG

In Bürogebäuden kommen viele Menschen zusammen. Die Ausstattung der hochfrequentierten Sanitärräume sollte daher besonders langlebig, hygienisch und wartungsarm sein. Durch ihre Infrarotsteuerung und zahlreiche weitere Funktionen sind beispielsweise elektronische Armaturen hierfür eine gute Wahl.

AUF EINEN BLICK

- Elektronische Armaturen ermöglichen **bestmögliche Hygiene** durch berührungslose Steuerung
- **Bidirektionale Kommunikation und vereinfachte Einstellungen** in Kombination mit GROHE Fernbedienung oder App
- **Energieversorgung** über 230-V-Anschluss, Batterie oder GROHE Powerbox (autarker Betrieb) möglich
- Selbstschließende Armaturen bieten durch robuste Ausführung **effektiven Schutz vor Vandalismus**
- Variabel einstellbare Mengen- und Temperaturbegrenzer **unterstützen beim Ressourcenschutz**

TIPP

Elektronische Armaturen punkten nicht nur mit berührungsloser Hygiene, sondern erleichtern dem Betreiber auch die Wartung. So lassen sich Durchflussmengen pro Auslösung oder automatische Spülungen mit der GROHE Fernbedienung ganz einfach programmieren.



EUROSMART COSMOPOLITAN E

Mit ihrem reduzierten Design fügt sich die elektronische Armatur Eurosmart Cosmopolitan in öffentliche Sanitärräume mit den unterschiedlichsten Gestaltungen ein.

Vorteile:

- charakteristische Schlüssellochform
- optional mit Steckertrafo und Bluetooth-Modul für die bidirektionale Kommunikation mit mobilen Eingabegeräten verfügbar



EUROECO COSMOPOLITAN E

Die Euroeco Cosmopolitan Elektronik im typischen GROHE Rundovaldesign gibt dank eines Infrarot-Sensors kontaktlos entweder kaltes oder bereits vorgemischtes Wasser ab.

Vorteile:

- dauerhaft günstige Betriebskosten
- gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Varianten mit Batterie oder Stromanschluss



EUROSMART COSMOPOLITAN T

Bei der Eurosmart Cosmopolitan T Selbstschlussarmatur startet der Wasserfluss auf Knopfdruck und stoppt anschließend automatisch.

Vorteile:

- Laufzeiteinstellung für ca. 7, 15 oder 30 Sekunden
- variabel einstellbarer Temperaturbegrenzer
- GROHE EcoJoy mit sparsamen 5,7 l/min



EUROSMART

Der Bestseller von GROHE überzeugt auch in der neuen Version mit zeitloser Optik und großer Langlebigkeit. Hinzu kommen viele innovative Features.

Vorteile:

- reinigungsfreundlich dank glattem Armaturenkörper
- getrennte innenliegende Wasserwege dank GROHE Zero
- variabel einstellbare Mengenbegrenzung

HYGIENISCH UND KOMFORTABEL

Vor allem in WC-Anlagen erwarten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter höchste Sauberkeit und eine angenehme Nutzung. Zudem rückt ein nachhaltiger Umgang mit Wasser auch hier immer mehr in den Fokus. Als Komplettanbieter unterstützt GROHE all diese Ansprüche mit cleveren Lösungen bei WCs und Betätigungen.

AUF EINEN BLICK

- Mit **spülrandlosen WCs** keine Ecken und Kanten, in denen Schmutz anhaften kann
- Dank reinigungsfreundlichem Glasporzellan **keine Chance für Keime**
- **Zwei-Mengen-Technologie** unterstützt beim Wassersparen
- Infrarot-Betätigungen **verhindern Keimübertragung** von Mensch zu Mensch
- Vier Keramiklinien, zahlreiche Betätigungen in **verschiedenen Größen, Farben und Designs**
- **Langlebige, robuste Lösungen**, geringer Wartungsaufwand



TECTRON SKATE

Tectron Skate Betätigungen werden per Infrarot-Sensor ausgelöst. Eine Keimübertragung von Mensch zu Mensch wird so effektiv verhindert.

Vorteile:

- wenig Angriffsfläche für Manipulationen
- Spülzeit manuell oder mit Fernbedienung einstellbar
- sieben voreingestellte Programme



SKATE COSMOPOLITAN

Die Abdeckplatte Skate Cosmopolitan besticht nicht nur durch ihr elegantes Design. Mit Hilfe der Zwei-Mengen-Spülung unterstützt sie auch die Nachhaltigkeit von Sanitäranlagen.

Vorteile:

- Zwei-Mengen-Betätigungen mit 3 oder 6 Litern Spülvolumen
- mit zahlreichen GROHE Installationssystemen kombinierbar
- kann horizontal und vertikal montiert werden



WC BAU KERAMIK

Die Bau Keramik Linie verfügt über alle Elemente für eine bis ins Detail abgestimmte Sanitärausstattung. Die wandhängende WC-Variante ist dabei besonders platzsparend.

Vorteile:

- randlose Technologie
- optional mit Soft-Close-Deckel
- Spülmenge 3 oder 6 Liter



NOVA COSMOPOLITAN

Die Betätigung Nova Cosmopolitan überzeugt nicht nur mit einer breiten Auswahl an Varianten, sondern auch mit ihrer wassersparenden Zwei-Mengen-Technologie.

Vorteile:

- 12 Farben und 2 Größen
- senkrechte und waagerechte Montage möglich



WC EURO KERAMIK

Die WCs der Euro Keramik Linie verbinden ansprechendes Design mit höchster Hygiene. Dafür sorgt unter anderem die besonders glatte und antibakterielle Oberfläche.

Vorteile:

- kräftiger Wasserstrudel dank Triple-Vortex-System
- PureGard Oberfläche mit Ionen-Beschichtung
- ohne sichtbare Befestigung



SLIM-SITZ BAU KERAMIK

Mit dem Slim-Sitz für Bau Keramik WCs verlängern sich dank Herstellung aus Duroplast und Befestigung mit Edelstahl-Scharnieren die Austausch-Intervalle.

Vorteile:

- Soft-Close-Funktion für sanftes und leises Schließen
- besonders flache Gestaltung
- werkzeuglos abnehmbar dank Quick-Release-Funktion

PERFEKT ABGESTIMMT

Als Komplettanbieter hat GROHE auch für die Ausstattung von Urinalanlagen zahlreiche Produkte im Sortiment. Das Urinal der Kollektion Bau Keramik lässt sich dabei mit verschiedenen Betätigungen kombinieren. Für die einfache Montage sorgen Rapid-SL-Installationssysteme.

AUF EINEN BLICK

- Zurückhaltendes Design der Bau-Keramik-Linie für **moderne Gestaltungen**
- **Alpinweißes Glasporzellan** auch nach Jahren der Nutzung noch wie neu
- Keramik **mit zahlreichen Betätigungen kombinierbar**
- **Verschiedene Spülmengen** voreinstellbar
- Installationssysteme **für mehr Gestaltungsfreiheit und komfortable Montage**



TECTRON SKATE

Tectron Skate Betätigungen werden per Infrarot-Sensor ausgelöst. Eine Keimübertragung von Mensch zu Mensch wird so effektiv verhindert.

Vorteile:

- wenig Angriffsfläche für Manipulationen
- Spülzeit manuell oder mit Fernbedienung einstellbar
- sieben voreingestellte Programme



BAU KERAMIK URINAL

Das Urinal der Kollektion Bau Keramik ist die perfekte Ergänzung für Sanitäranlagen mit einem modernen Ambiente.

Vorteile:

- Bestandteil einer Komplettbadlinie
- langlebige Oberfläche
- Varianten für verdeckten Zulauf oder Zulauf von oben



RONDO

Rondo ist der Klassiker unter den Druckspülern fürs Urinal. Für langanhaltenden Glanz sorgt die GROHE StarLight-Oberfläche.

Vorteile:

- besonders robust und langlebig
- Spülmengeneinstellung von 1 bis 4 Litern
- Varianten mit und ohne Vorabsperrung

TIPP

Gerade bei Sanierungen ist nicht immer ein Stromanschluss am Urinal verfügbar. Mit batteriebetriebenen Lösungen wie beispielsweise bei der Tectron Umrüsteinheit steht der Umstellung auf berührungslose Betätigung trotzdem nichts im Weg.



TECTRON UMRÜSTEINHEIT

Vom Druckspüler zur berührungslosen Betätigung ist es mit der Tectron Umrüsteinheit nur ein kleiner Schritt. So lassen sich Urinalanlagen ganz leicht modernisieren.

Vorteile:

- einfache, schnelle und kostengünstige Montage
- Umrüstsets für Aufputz- und Wandeinbau-Spüler erhältlich
- Stromversorgung über LongLifeBattery ohne Netzanschluss möglich



NOVA COSMOPOLITAN

Die manuelle Betätigung Nova Cosmopolitan für das Urinal wird mit ihrer reduzierten, geometrischen Formensprache höchsten Designansprüchen gerecht.

Vorteile:

- in Chrom und Alpinweiß verfügbar
- Spülmenge von 1 bis 6 Litern einstellbar
- Fertigmontageset für schnelle Installation



RAPID SL

Mit dem Rapid-SL-Installationselement für das Urinal sind der Gestaltung von Sanitäranlagen keine Grenzen gesetzt.

Vorteile:

- für Vorwand- oder Ständerwandmontage
- komplett vormontiert
- mit Schnellverstellung und Höhensicherung

ROBUST UND WASSERSPAREND

Duschanlagen in Bürogebäuden können Unternehmen für Bewerber zusätzlich attraktiv machen. GROHE Systeme sind nicht nur besonders langlebig und wartungsarm. Sie beugen auch effektiv der Wasserverschwendung vor.

AUF EINEN BLICK

- Kopf- und Handbrausen sowie Duscharmaturen für jeden Ausstattungswunsch
- GROHE Starlight Chromoberflächen für lang anhaltenden Glanz
- Wassersparende Technologien
- Elektronisch gesteuerte Armaturen mit vorgemischtem Wasser oder Temperaturwahlgriff
- Robust und vor Vandalismus geschützt
- Erleichterte Legionellenmessung
- Unterputzkörper der Brausearmaturen entsprechen neuesten DIN-Anforderungen



RELEXA PLUS 60

Mit ihrer Ausladung von fast 15 Zentimetern bietet die Sportkopfbrause Relaxa Plus 60 angenehme Bewegungsfreiheit beim Duschen

Vorteile:

- GROHE StarLight Oberfläche für langanhaltenden Glanz
- reinigungs- und wartungsarm, Brauseboden austauschbar
- schwere gegossene diebstahlgesicherte Ausführung



GROHTHERM 500

Der Grohtherm 500 bietet hohen Duschkomfort mit gleichbleibender Wassertemperatur zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis.

Vorteile:

- SafeStop-Sicherheitsperre bei 38° C
- geringerer Wasserverbrauch dank Eco Button
- gute Griffigkeit auch mit nassen Händen



EUPHORIA SMARTCONTROL SYSTEM 260 MONO

Mit dem Euphoria SmartControl Duschesystem können die Nutzer auf Knopfdruck zwischen Kopf- und Handbrause hin- und herwechseln.

Vorteile:

- Kopf- und Handbrause mit je drei Strahlarten
- Aufputzlösung für einfaches Nachrüsten
- SmartControl-Bedienung mit Druck-Dreh-Knopf-System

TIPP

Die Ressourcen zu schonen, ist für viele Menschen heute ein großes Anliegen. Sportbrausen mit Durchflussbegrenzer und elektronische Armaturen mit automatischer Stoppfunktion unterstützen sie dabei, dieses Bedürfnis auch im Büroalltag umzusetzen.



EUROSMART CE (MIT THERMOSTATGRIFF)

Bei der sensorgesteuerten Brausearmatur Eurosmart CE kann der Nutzer seine Wunschtemperatur an einem ergonomischen Metallgriff selbst wählen.

Vorteile:

- Griff aus robustem Metall ist auf hohe Beanspruchung ausgelegt
- voreinstellbarer Sicherheitsendanschlag zwischen 35 °C und 43 °C
- ungemischtes Warm- oder Kaltwasser in extremer Griffposition für unkomplizierten Legionellentest



GROHTHERM 1000 PERFORMANCE

Die Komplettlösung für sicheres und komfortables Duschen, mit der sich auch noch Wasser sparen lässt, bietet das Grohtherm 1000 Performance Brauseset.

Vorteile:

- Grohtherm 1000 Performance Thermostat und Tempesta Brausegarnitur
- gute Haptik dank ProGrip-Griffen
- optional mit GROHE EcoJoy Wasserspartechnologie

FÜR INDIVIDUELLEN WASSERGENUSS

Mit den cleveren Wassersystemen GROHE Blue und GROHE Red kommt köstliches Trinkwasser oder kochend heißes Wasser in der Büroküche direkt aus der Armatur. So werden weder Wassersprudler noch elektrische Wasserkocher benötigt. GROHE Blue überzeugt zudem im Vergleich zu Wasser aus Flaschen mit einem deutlich geringeren CO₂-Ausstoß.

AUF EINEN BLICK

- Intuitive Bedienung mit **selbsterklärenden Symbolen**
- Mit GROHE Blue ist gefiltertes **stilles oder sprudelndes Wasser immer verfügbar**
- **GROHE Blue Professional** eignet sich mit 12l/Std. für Büros mit 25 bis 30 Personen
- **Schnelle Zubereitung** von heißen Getränken oder Suppen mit GROHE Red
- Varianten in **verschiedenen Farben und Formen**
- **Mono-Varianten** als Ergänzung zu bestehenden Armaturen
- Bester Geschmack durch **innovatives Filtersystem**

TIPP

Wassersysteme sind wahre Platzsparer. Denn mit ihnen stehen weder zusätzliche Geräte auf der Arbeitsplatte noch wird im Kühlschrank oder im Wirtschaftsraum Platz für Wasser in Flaschen benötigt. Ein Vorteil gerade für Teeküchen in Büros oder Geschäften, wo jeder Zentimeter kostbar ist.



GROHE BLUE PROFESSIONAL

Dank GROHE Blue Professional ist köstliches gekühltes und mit der gewünschten Menge Kohlensäure versetztes Wasser in der Teeküche immer verfügbar.

Vorteile:

- LED-Anzeige für intuitive Bedienung
- zwei Auslaufformen wählbar
- CO₂-Flasche für bis zu 350l sprudelndes Wasser erhältlich



GROHE RED

Mit dem Wassersystem GROHE Red steht immer kochend heißes Wasser bereit. Smarte Technologien sorgen dabei für die einfache und sichere Nutzung.

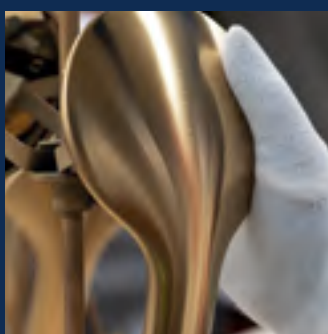
Vorteile:

- smarter Griff mit selbsterklärenden Icons
- Boiler mit 3 und 5,5l erhältlich
- TÜV-geprüfte ChildLock-Kindersicherung

Folgen Sie uns



Tiefen: Benedikt Kratz 40101010



QUALITÄT

„Die Marke, die in der Sanitärbranche das höchste Kundenvertrauen genießt“

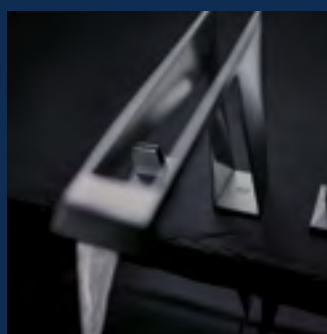
Wirtschaftswoche, 2017



TECHNOLOGIE

*„Eines der **Top 50**-Unternehmen, die die Welt verändern“*

Fortune Magazine, 2017



DESIGN

*Gewinner von über **400 Designpreisen** seit 2003*



NACHHALTIGKEIT

***Zweifacher Gewinner** des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2021*

GROHE Deutschland
Vertriebs GmbH
Zur Porta 9
D-32457 Porta Westfalica
Postfach 1353
D-32439 Porta Westfalica
Tel. +49 (0) 571 39 89 333
Fax +49 (0) 571 39 89 999
www.grohe.de

GROHE Gesellschaft m. b. H.
Wienerbergstraße 11/A7
A-1100 Wien
Tel. +43 (0) 1 6 80 60
Fax +43 (0) 1 688 45 35
www.grohe.at

GROHE Switzerland SA
Bauarena
Industriestrasse 18
CH-8604 Volketswil
Tel. +41 (0) 44 877 73 00
Fax +41 (0) 44 877 73 20
www.grohe.ch