

DESIGN ist kein Zufall

GROHEART-Badewelten bieten dreidimensionale Stimmungswelten.



Das Bad: Oase der Sinne, Zufluchtsort und Erlebnisraum zugleich – je nach Geschmack, je nach Bedürfnis. Hier kommen Ihr Körper und Geist zur Ruhe; hier tanken Sie neue Energie. Daher bietet GROHEART sieben Design-Armaturenlinien für jeden Stil.

Heute wird der Lebensraum Bad zunehmend als Ort erkannt, in dem sich individuelles ästhetisches Empfinden ausdrückt. Wie ein Bad dabei gestaltet wird, hängt wesentlich davon ab, zu welchem Lebensstil sich der Käufer bekennt.

SHOWROOM IN WALLISELLEN

Die Friedrich Grohe AG legt grössten Wert auf gutes Design bei ihren Produkten und Dienstleistungen. Die Grohe Designcharta galt als Richtlinie bei der Gestaltung des neuen Showrooms. Mit einem innovativen Konzept werden die Armaturen im Forum in Wallisellen präsentiert. Der neu gestaltete Showroom erlaubt einen Einblick in verschiedene Lebensstilrichtungen in Bädern. Alle neuen GROHEART-Armaturenlinien sind dort in ihren jeweiligen Stilwelten für die Besucher erlebbar.

DIE IDEE...

des Marketingleiters von Grohe Switzerland, Massimo Irrera, war es, die GROHEART-Produktbroschüre mit Leben und Emotionen zu füllen: Stimmungen zu schaffen, die den eigenen Charakter und Stil jeder einzelnen Design-Armaturenlinie hervorheben. In Zusammenarbeit mit dem renommierten Ausstellungs-Architekten Dominic Haag aus Zürich und dem international tätigen Messestandbauer KLS Müller AG nahm das Konzept Gestalt an. Auf der gesamten Ausstellungsfläche von über 350 Quadratmetern ist der Lebensraum Bad auf unterschiedlichste Weise in Szene gesetzt:

- als meditative Zone
- als «Spaswelt», in der Duschfreuden ausgelebt werden
- als Inszenierungsbühne, die Raum für das Ausleben der eigenen Kreativität lässt
- als Rückzugsmöglichkeit vom Stress des Alltags
- als Luxusraum, in dem es sich stilvoll leben lässt oder
- als reiner Funktionsbereich für die tägliche Körperpflege.

DAS KONZEPT...

von Dominic Haag hat die starken visuellen Identitäten aus dem Produktkatalog in dreidimensionale Stimmungswelten umgesetzt. Einerseits werden die einzelnen Armaturen als Objekte in einer Inszenierung mit ausgewählten Accessoires und Bildern gezeigt, andererseits in realen, aber sehr abstrahierten Badezimmerinstallationen.

Die Armatur als Produkt ist ein Zwischending mehrerer Produktwelten. Einerseits gehört sie zu Haus oder Wohnung und wird beim Umziehen nicht mitgenommen wie zum Beispiel die Möbel, gehört also eher zu den Immobilien.

Im Gegensatz dazu besitzt das Produkt als Objekt eine starke Lifestyle-Dimension. Mehrere Produktfamilien decken ausdrucks-mässig die verschiedenen Lifestylegebiete ab. Die Armatur wird an zwei Orten präsentiert: Im Würfel, in einer abstrakten architektonischen Komposition und in den Nischen in ihrer jeweiligen Produktwelt.

DIE UMSETZUNG...

der KLS Müller AG ergab in allen inszenierten Bereichen Eiche als Grundmaterial und mit Lasur und Beizetechnik wurden gegensätzliche Effekte in Struktur und Farbe erzielt. In den Badezimmerinstallationen dominieren die abstrakten Oberflächen, die nach dem übergeordneten Farbkonzept gestaltet wurden.

NISCHEN

Die Rückwände der Nischen werden je nach Produkt homogen mit authentischem Material gebildet. Tablare bilden die nötigen Präsentationsflächen und Abgrenzungen der Produkte. Die Armatur wird behandelt wie ein Produkt in einer Boutique. Mit einer Reihe ausgesuchter Accessoires wird farblich und formal eine Stimmung aufgebaut, die den Charakter und den Stil der jeweiligen Armatur hervorhebt.

Die Aussenseiten der Rauminstallationen sind schwarz und konzentrieren den Blick auf die Szenerie innerhalb.

WÜRFEL

Im Würfel wird die Armatur in einem abstrakten Raumgefüge, im Verhältnis zu den Sanitärprodukten gezeigt. Die Oberflächen sind nur gestrichen, keine Accessoires sind vorhanden. Der Eindruck eines überdimensionalen Architekturmodells entsteht. Die Farben entsprechen dem Konzept der jeweiligen Produkte. Die Aussenseiten der Rauminstallationen sind schwarz und konzentrieren den Blick auf die Szenerie innerhalb.

EIN BESUCH, DER SICH DOPPELT LOHNT

Verbunden ist der Besuch der Ausstellung mit einer guten Tat, denn das im Showroom ausliegende Gästebuch hat einen ganz besonderen Zweck: Für jeden Eintrag eines Besuchers spendet GROHE am Ende des Jahres einen Schweizer Franken an eine wohltätige Organisation. An wen das Geld geht, dürfen die GROHE-Mitarbeiter entscheiden.

ANRUF GENÜGT

Zugänglich ist die Ausstellung sowohl für Fachpublikum als auch Privatpersonen, die an hochwertiger Badgestaltung interessiert sind. Ein Anruf genügt: Am vereinbarten Termin steht den Gästen ein GROHE-Mitarbeiter zur Verfügung und entführt die Gäste in die GROHEART-Bäderwelt.

Übrigens schon im Jahr 2001 haben mehr als 2000 Besucher Inspiration und Ideen rund ums Bad im Grohe-Forum in Wallisellen gesammelt. Wie viele werden es wohl im Neugestalteten sein?



WEITERE INFORMATIONEN

GROHE Switzerland SA
Hertistrasse 2, 8304 Wallisellen
Telefon 01 877 73 00, Telefax 01 877 73 20
E-Mail: info@grohe.ch
Internet: www.grohe.ch