

**Architektur-Barometer 30 x10**

Die Dialogreihe von GROHE 2020

*Pure Freude  
an Wasser*



GROHE

30 Entscheidungsträger der Baubranche  
im Gespräch zu jeweils 10 Fragen.

**IM GESPRÄCH MIT TOBIAS SCHMIDT  
UND FLORIAN WIESLER, GESCHÄFTSFÜHRER  
WSM ARCHITEKTEN**

DIGITAL

30 mal 10

# INTERVIEW MIT TOBIAS SCHMIDT UND FLORIAN WIESLER

## WSM ARCHITEKTEN, PÖCKING AM STARNBERGER SEE



**GROHE: Laut Ihrer Webseite verstehen Sie sich als innovative Designer Ihrer Kunden. Was verstehen Sie unter innovativ?**

**Florian Wiesler u. Tobias Schmidt:** Innovation bedeutet für uns zunächst einmal die Nutzung neuer Materialien mit ihren positiven Eigenschaften. Gleichzeitig verbinden wir damit aber auch Entwicklungen im gesamten Nachhaltigkeitsbereich, allem voran die innovative Gestaltung mit Holz und die Formgebung dieses Materials. Wir legen den Fokus auf das Design, aber nicht um Design seiner selbst Willen, sondern immer mit dem Blick auf die Grundlagen und auf die Konzeption, die man benutzt. Innovation im Sinne der Nachhaltigkeit macht die Mischung aus High-Tech und Ökologie aus. Es ist aus unserer Sicht beispielsweise nicht nachhaltig, wenn man für ein Gebäude tausende Scheiben individuell anfertigen lässt und es dann als nachhaltiges Gebäudekonzept positioniert. Auch die Art und Weise, wie gebaut wird, sollte dementsprechend überdacht werden. Eine attraktive preisgekrönte Gestaltung ist nicht unbedingt zugleich nachhaltig. Derzeit wird in der Baubranche viel über Cradle to Cradle gesprochen, ein in die Zukunft weisender Ansatz. Allerdings ist dieser Ansatz als Ergänzung des Designs zu betrachten. Die Nachhaltigkeit muss auf jeden Fall gewährleistet sein und zwar nicht nur auf dem Papier, sondern im Sinne des Cradle to Cradle Ansatzes, dass Materialien in den Kreislauf rückgeführt werden können. Da scheidet – zumindest

an manchen Stellen – Beton aus oder sollte zumindest weit möglichst minimiert werden. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist für uns gutes Design alleine deshalb oberste Priorität, da ein Gebäude, welches nicht lange steht niemals nachhaltig sein kann. Es gibt nichts Schlimmeres, als ein Gebäude nach 10 oder 20 Jahren wieder abreißen zu müssen, weil Funktionen nicht erfüllt werden oder nicht wegweisend gelöst sind. Deswegen ist ein perfektes bzw. innovatives Design allein dadurch nachhaltig, dass es eben Trends setzt und im besten Fall hundert Jahre bestehen bleibt. Wir haben bei einem unserer Projekte den Cradle to Cradle Ansatz gewählt, bei dem der Abriss und das Schreddern des alten Bestandes quasi als Hinterfüllung der Baugrube diente. Wir versuchen inzwischen, die meisten neuen Gebäude, selbst wenn es weiß verputzte Kuben sein sollen, als Holzbau zu planen. Oftmals sind wir bestrebt – falls wir oberirdisch entsprechend großes Baurecht realisieren können – den Keller wegzulassen und Nebenräume oberirdisch unter zu bringen, da wir dann weitgehend mit Holz arbeiten können. Unterirdisch müssen wir auf Stahl und Beton ausweichen, und so lange diese Materialien nicht in einer grünen Variante produziert werden, was theoretisch ja ginge, müssen wir gerade z.B. jenen CO<sub>2</sub>-Emissions-Haupttreiber Beton wo immer möglich meiden.

**Wie macht sich Corona in Ihrem Business-Alltag bemerkbar?**

Unsere Kunden bevorzugen seit der Krise vermehrt Video-Konferenzen. Wir planen derzeit hauptsächlich privaten und gewerblichen Wohnungsbau und sind von der Corona-Krise in unseren architektonischen Planungen nicht betroffen, denn die Kurven im Wohnungsbau entwickeln sich unverändert nach oben. Was wir allerdings beobachten ist, dass die Bauherren die Grundrissgestaltung ihrer Häuser seit der Krise deutlich überdenken, da sie momentan und auch sicher in Zukunft durch das Home-Office eher ein bis zwei Räume mehr benötigen. Auch das Thema „Urlaub zu Hause“ nimmt zu, und spiegelt sich z.B. in dem Wunsch nach einem Wellnessbereich wider, ob es nun eine Sauna, eine große Badewanne oder gar ein kleiner Pool ist. Uns war auch bereits vor der Krise eine flexible Nutzung der Räume wichtig, sie stößt aber jetzt zunehmend auf Interesse. Auch im Geschosswohnungsbau

haben wir schon immer vorgeschlagen, auf z.B. zehn Wohneinheiten zwei zuschaltbare flexibel nutzbare Räume im Untergeschoss zu planen. Die Bereitschaft der Leute, solche Dinge zu goutieren, hat seit der Krise deutlich zugenommen.

### **Jede Krise eröffnet auch Chancen. Welche Chance bietet Corona unserer Baukultur?**

Corona regt in der Architektur ein Nachdenken über verschiedene Grundsätzlichkeiten an, sicherlich werden wir unsere Bautypologien ihrem Sinn nach überdenken müssen. In Hamburg ist ja z.B. aktuell das Thema Einfamilienhäuser gerade in der Diskussion, ob es sie in Zukunft überhaupt noch geben sollte. Auch bei uns am Starnberger See gilt es, zu hinterfragen, ob zukünftig exklusive Einfamilienhäuser mit über vierhundert m<sup>2</sup> Wohnnutzfläche noch vertretbar sind oder ob es nicht auch kleiner geht.

In 2020 haben wir doch sehen können, dass sich in kürzester Zeit wahnsinnig viel bewegen lässt, viele Gewohnheiten aufgrund der Situation über den Haufen geworfen und gleichzeitig riesige Mengen an Geld mobilisiert wurden. All das war vorher undenkbar. Man wird aus dieser Krise heraus versuchen, all diese Dinge wieder anzuschubsen, aber damit ergibt sich auch die Chance oder sogar eher die Verpflichtung, diese ganzen enormen Anschubfinanzierungen in sinnvolle, zukunftsweisende Bahnen zu lenken. Da haben wir Architekten allerdings keine direkten Einflussmöglichkeiten. Auffällig ist, dass die Leute wesentlich intensiver über diverse Zusammenhänge nachdenken und sich u.a. die Frage stellen, was zum Entstehen einer Pandemie beiträgt, zum Beispiel, wie sehr wir Menschen in die Naturräume eingreifen. Bedingt durch die Erfahrungen dieser Krise und auch in Hinblick auf mögliche nächste Krisen ist die Bereitschaft inzwischen sicherlich größer, Geld in Richtungen zu lenken, die man bislang als unrentabel ansah. Im besten Falle gehen wir als Gesellschaft mit einer anderen Zielsetzung aus dieser Krise heraus.

### **Können Sie Aspekte benennen, die aus Ihrer Sicht bedingt durch Corona positiv für unsere Baukultur sind?**

Die Rückbesinnung auf schönes und angemessenes Wohnen und das Erkennen des Wertes von Familie und Freunden ist definitiv positiv zu nennen. Unser Glück hängt nicht davon ab, dreimal im Jahr auf die Malidiven zu fliegen. Leute reflektieren jetzt oft anders über ihr Leben, viele sind bereit, auf Dinge zu verzichten und überlegen, ihr Geld langfristig sinnvoller zu investieren. In der Architektur wird man hoffentlich wieder stärker in die Tiefe gehen, dahingehend, dass sie berühren soll, statt bloß an der Oberfläche zu bleiben und irgendwelche einfachen Funktionen zu erfüllen. Dieses Rückbesinnen auf das Wesentliche, auf die Wurzeln, auf Familie und

Freunde kommt sicherlich auch der Architektur zugute. Viele Leute haben Angst vor ihrer finanziellen Zukunft und haben finanziell teilweise auch die reale Beschneidung ihrer Möglichkeiten erlebt. Wir würden uns wünschen, dass die Menschen zukünftig nicht mehr an absolute Limits mit Dingen gehen, unabhängig, ob das jetzt finanzielle oder sonstige sind, sondern stattdessen mehr Puffer für sich einbauen, um für neue kommende Krisen gewappnet zu sein. In einigen Jahren werden wir sicherlich mit neuen Krisen konfrontiert, und von daher glauben wir, dass ein wenig mehr Bescheidenheit das ganze System stabiler machen und letztlich auch sinnvollere Dinge hervorbringen würde. Bei der nächsten Krise wird vielleicht ein Berufszweig oder eine Altersklasse betroffen sein, die dieses Mal gut durchgekommen ist.

### **Sie haben in der letzten Zeit mit Ihrem Entwurf des Pfahlbauten Hoteldorfes am Starnberger See auf sich aufmerksam gemacht. Können Sie uns beschreiben, was an diesem Entwurf so überzeugend ist.**

Überzeugend war bzw. ist, dass wir ein sehr lokales, geschichtliches Thema gefunden und aufgegriffen haben. Aus der Historie dieser Jahrtausende alten Pfahlbauten an der weit überregional bekannten Roseninsel haben wir ein neues Thema abgeleitet, welches das Hotel aus der Beliebigkeit von normalen Wellnesshotels herausnimmt. Von Anfang an haben wir ein darauf abgestimmtes Material-Farb- und letztendlich auch das Energiekonzept bis ins Detail weitergestrickt und haben überlegt, wie man diesen historischen Bezug gestalterisch in die heutige Zeit übertragen kann – um Identität stiften zu können, um eine langanhaltende Akzeptanz zu erreichen.

Entscheidend war für uns, dass wir konzeptionell etwas finden, was nur an dieser Stelle am Starnberger See stehen kann und deswegen sowohl von den Leuten vor Ort als auch von den Touristen akzeptiert wird. Gerade öffentliche Bauten haben oft Vorbildfunktion, da sie von einer großen Anzahl von Leuten wahrgenommen und somit im auch inspiriert werden können. Ein derart exponiertes Gebäude ist Verpflichtung und Chance zugleich – im besten Fall wirkt unser Hotelprojekt als enormer Multiplikator. Wir sind im Büro seit einiger Zeit zu der strikten Auffassung gekommen, dass möglichst jedes unserer Bauprojekte solch einen Prozess unterstützen muss. Unser Wunsch ist, die Leute auf den anstehenden Wandel aufmerksam zu machen und sie mitzunehmen und dafür zu begeistern. In ein Hotelprojekt, so wie wir das jetzt planen, kommen sehr viele Leute aus verschiedensten Bereichen, auch hochrangige Manager, die dort Urlaub machen oder einige Tage verleben. Man kann nur hoffen, dass die Besucher durch unsere Bauweise, die von uns eingesetzten Materialien, die Art wie wir die Gebäude in dieser so außerordentlich schönen Landschaft möglichst

einfühlsam und vorsichtig platzieren, nachdenklich und angeregt werden und bestimmte Grundsätze in ihre Privathäuser oder Unternehmen übernehmen.

**Die Hotellerie ist ja besonders hart von der Krise getroffen. Welche Entwicklung wird Ihrer Meinung nach die Business- und die Tourismus-Hotellerie in mittel- und langfristiger Sicht nehmen?**

Wir vermuten, dass der Bedarf an Hotellerie im Businesssektor zurückgehen wird, ganz einfach, weil Dienstreisen sicher auch langfristig deutlich zurückgehen werden, da man ja nun erfahren hat, wie viele reale Meetings durch Videokonferenzen ersetzt werden können. Grundsätzlich werden Business-Hotels sich also wohl in Bezug auf die Größenverhältnisse und die Quadratmeterflächen reduzieren. Die Krise wird also definitiv Auswirkungen auf die Business Hotellerie haben. Bei unserem Pfahlbauten Hotel wird beispielsweise im Gemeinderat diskutiert, wie wichtig ein Seminarbereich in einem Hotel überhaupt noch ist.

Dennoch wird die Businesshotellerie sicher immer – wenngleich reduziert – bestehen bleiben, einfach weil Menschen gerne direkt kommunizieren. Privat wie auch geschäftlich. In jedem Bereich, in dem man mit Leuten gemeinsam nach Lösungen sucht, ist das analoge Aufeinandertreffen unerlässlich und durch Video-Meetings nicht ersetzbar.

Anders verhält es sich im Tourismus- oder Privatbereich. Durch Privatleute kommt ja bei den meisten schönen Hotels das wesentliche Geld herein. Hier wird sich ein in der Krise gezeigter Trend fortsetzen, nämlich dass Entfernungen verkürzt werden und die Leute sich für alles andere als Beliebigkeit entscheiden. Viele unserer Kunden suchen authentische und tolle Geschichten in den Hotels, sie wollen inspiriert werden, berührt werden. Es geht nicht mehr unbedingt darum, ins hinterste Eck der Welt zu fliegen, sondern beeindruckende Erlebnisse zu generieren. Das, was wir jetzt alle so schmerzlich erleben, dass man eben nicht mehr nach Südafrika oder sonst wohin fliegen kann, wird sich zwar nach der Krise wieder etwas ändern, aber letztendlich wird doch der jetzt spürbare Trend langfristig bestehen bleiben. Das Fliegen wird wohl aus vielen Gründen erschwert werden, was letztendlich in gewisser Weise auch gut ist, denn Fliegen weist eine katastrophale Energiebilanz auf, bis jetzt zumindest. Wenn die Menschen somit in einem hundert, zweihundert oder dreihundert Kilometer Radius etwas wirklich Tolles und Überzeugendes entdecken, investieren sie tendenziell vielleicht lieber einen Tausender in diese Geschichte als in einen Flug auf die Maldiven, der drei oder fünftausend kostet. Es ist sicher einer der positiven Nebeneffekte der Pandemie, dass sie die Regionalität fördert. Erfolgsentscheidend ist, dass man in der Nähe besonders innovative und individuelle Einrichtungen zur Verfügung stellt, die sich eben

komplett abwenden von der oft zu findenden Beliebigkeit. Der neue Auftrag an die Hotels lautet, einen Benefit und ein echtes Erlebnis für die Gäste zu gewährleisten. Das heißt, man muss diversifizieren und weg von der Masse gehen. Im besten Fall positionieren sich nicht nur einzelne Hotels, sondern ganze Regionen, wie es die Südtiroler schon seit Jahren erfolgreich und überzeugend praktizieren.

Ein gutes Beispiel hierfür ist die gesamte Slow-Bewegung, die ja mittlerweile auch in der Hotellerie angekommen ist. Man setzt auf Entschleunigung, auf Authentizität, auf Genuss, auf bewusst, auf zusammen, auf gemeinsam und konzentriert sich auf wesentliche Dinge. Slow ist ein langfristig sinnvoller Trend, weil die meisten Leute die Beliebigkeit sowieso überhaben. Durch das Entbehren und den wenigen Kontakt seit Corona wird auch das Thema Gemeinschaft zukünftig viel intensiver gelebt werden. Die Leute werden es wesentlich mehr wertschätzen, etwas in der Gemeinschaft zu erleben. Auch dieser Trend wird von innovativen Hotelkonzepten sicherlich aufgegriffen. Themen wie Entschleunigung, gute Ernährung, schönes Miteinander etc. lösen sicherlich eine neue und interessante Richtung in der Hotellerie aus.

**Welche ganz konkreten Entwicklungen und Trends beobachten Sie als Architekten, die sich auf die Architekturen und Innenarchitekturen auswirken werden?**

Ein Trend ist beispielsweise, dass die Leute heute sehr bewusst und mit wesentlich schärferem Blick auf das Design, die Materialien, auf die Ökobilanzen schauen. Sie suchen das Besondere, die Ansprüche sind sehr, sehr hoch. Überzeugende Erlebnisse werden schnell in die Breite getragen. Wir denken diesbezüglich zum Beispiel an das Vigilius Mountain Resort in Südtirol, das lange als Geheimtipp galt und jetzt aber recht bekannt ist. Es ist ein stetiger Auswahlprozess. Was in Europa boomt, das sind kleine Chalets in den Alpen. Weltweit findet man Hüttendörfer, gemütlich und doch luxuriös, am Meer, in den Mangroven. Als Pendant zu der schnelllebigen und digitalen Zeit möchten die Menschen zu gewissen Wurzeln zurückgeführt werden. Das Grundbedürfnis von uns allen – und das gilt seit mehreren Millionen Jahren – geht in Richtung Holz, Feuer, Gemütlichkeit, Zurückziehen. Je mehr man in so einer technisch extrem hochgerüsteten Welt lebt, desto mehr suchen die Leute nach einem Gegenpol.

**Die Hotellerie ist eine Bautypologie, die sich in den letzten Jahren mit am stärksten verändert hat. Sie hat sich vernetzt mit Gesundheit, Wellness, Büro, Retail, Wohnen und so weiter. Gibt es weitere denkbare Ansätze für ein Hotel der Zukunft oder ist der Innovationsgrad Ihrer Meinung nach ausgeschöpft?**

Wir behaupten, dass der Innovationsgrad niemals ausgeschöpft sein wird. Alles befindet sich im stetigen Wandel, da wird immer noch Luft nach oben sein. Insbesondere, da gerade im Hotelbereich überproportional viel Geld vorhanden ist, weil Gäste bereit sind, enorm viel Geld für ein paar beeindruckende, luxuriöse Tage auszugeben. Dies wiederum ermöglicht teure, wilde Experimente, die dann wiederum auf die breite Masse, auf den Wohnungsbau durchschlagen.

Die Hotellerie wird sich den veränderten Bedürfnissen der Menschen anpassen, und da sich die Gesellschaft stetig ändert, wird es auch immer neue Hotelkonzepte geben. Die Einen bieten Kanutouren an, die Zweiten Übernachtungen im Baumwipfel und die Dritten Aufenthalte zehn Meter unter dem Wasser. Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Es wird in Zukunft sehr viele verschiedene Ausrichtungen und Angebote geben. Was die Leute heute wirklich wollen, das ist Authentizität, sie bevorzugen lokale Produkte oder z.B. neue Ernährungstrends, in welche Richtung das auch immer gehen möge. Es geht um Genuss, um Luxus, um Dinge und Erlebnisse die man im normalen Leben nicht hat. Das sind die Trends, die sicherlich kommen werden. Ein Beispiel dafür wäre ein Projekt des Südtiroler Architekten Peter Pichler, der in der Nähe von Kitzbühel ein Hotel als Baumhäuser auf Stelzen in den Bauwipfeln und mit sehr ausgefallener Form und Gestaltung konzipiert hat.

**Ist die Architektur in Deutschland, auch im internationalen Vergleich betrachtet, auf einem guten Weg?**

Auf einem guten Weg ist jedes Bauvorhaben, das nicht beliebig ist und das sich den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen stellt. Jedes Gebäude, das einfach nur Wohnfläche generiert, ohne sich darüber hinausgehend weitere Gedanken zu machen, ist es nicht. Es gibt in Deutschland aber ganz viele tolle Initiativen, seien es städtebauliche oder innovative universitäre Projekte, und es gibt auch durchaus viele engagierte und innovative Einzelbüros. Z.B. die Elbphilharmonie in Hamburg, wengleich gebaut von Schweizer Architekten, ist für uns ein gesellschaftlich extrem innovatives Projekt, weil es Antworten bereitstellt, inwieweit tolle Bauten auch für die Allgemeinheit nutzbar sein müssen. Es gibt bei uns viele Wohnbauprojekte, oft kleinere Wohnbauten, aber auch bis zu achtstöckige Mehrfamilienhäuser aus Holz, die den internationalen

Vergleich überhaupt nicht scheuen müssen.

Es sind deutsche international prämierte Architekturen, die durchaus Antworten geben, wie Wohnen in zehn, zwanzig oder dreißig Jahren aussehen soll. Um aber nochmals auf Ihre Frage einzugehen, haben wir dennoch das Gefühl, dass die Deutschen im europäischen Vergleich in der Masse ein wenig hinterherhinken. Die Österreicher und Schweizer sind uns in Bezug auf die Kreativität oftmals einen Schritt voraus. Wir beobachten allerdings, dass sich die junge deutsche Architektenszene wieder ein Stück innovativer positioniert. Architekten befinden sich an einer wahnsinnig wichtigen Schnittstelle zwischen Auftraggebern und der gebauten Realität am Ende. Das heißt, man hat einen sehr, sehr großen Gestaltungsraum. Es bringt uns allerdings nicht weiter, sehr gut ausgebildete und innovative junge Leute zu haben. Sie müssen letztlich mit ihren Ideen an die Schaltstellen der Entscheidung kommen, was natürlich Zeit in Anspruch nimmt und dauert. Und sie müssen den Willen und zugleich das Wissen haben, wie und in welcher Form man etwas zum Positiven verändert. Ein jedes Projekt ist ein Zusammenspiel verschiedener Disziplinen aus Architekten, Bauherren, Geldgebern oder Inhabern. Für einen Architekten ist es immer schwierig, ein Konzept zu liefern, das durchsetzbar ist und überzeugen kann, damit letztlich das Geld investiert wird. Oftmals meinen Bauherren, selbst Hand anlegen und Dinge verändern oder umschmeißen zu müssen, womit sie dann womöglich die Innovation wieder verwerfen. Also von der ersten konzeptionellen Phase bis zu dem, was dem Architekten dann teilweise zugemutet wird, ist es ein Riesenspagat.

**Gibt es irgendetwas, was Sie in der Architektur-Diskussion in Deutschland vermissen?**

Ja, ganz oft der Blick nach vorne. Architektur ist bei uns viel zu oft Zweckerfüllung, um Quadratmeter und Renditeoptimierung. Alles muss von Seiten der Bau-träger bis auf den letzten Quadratmeter ausgenutzt und optimiert sein, es geht vorrangig immer um Gewinn. Stattdessen sollte es mehr um die Gemeinschaft gehen, um Sinnhaftigkeit. Diesen gesellschaftlichen Anspruch, den vermissen wir wirklich. Dieses Gefühl, der Verantwortung gerecht zu werden, wenn man Dinge in die Welt setzt, die da hundert Jahre stehen und von Leuten betrachtet werden. Das sollten viele Leute viel, viel ernster nehmen.

**Zusatzfrage: Wie wichtig ist Ihnen von einem Hersteller wie GROHE Wasser- und Energie einsparende Technologien angeboten zu bekommen, mit denen Sie Ihre Bauherren überzeugen können?**

Entscheidend ist, dass Design und Funktion zusammenpassen, in Kombination mit einem nachhaltigen Ansatz. Unser Pfahlbauten Hotel z.B. wird höchstwahrscheinlich auch energetisch extrem „up to date“ oder vielleicht

schon zehn, zwanzig Jahre seiner Zeit voraus sein. Da ist es selbstverständlich, dass solche Wasser- und Energie einsparenden Technologien berücksichtigt sind. Für uns ist es sehr wichtig, mit Industriepartnern zu kooperieren, die Produkte mit Einsparpotential beim Duschen und beim allgemeinen Wasserverbrauch anbieten. In einem Hotel – speziell im Wellness-Bereich – wird ja täglich zwei, drei, vier Mal geduscht, nach Saunagängen sowie morgens und abends im Zimmer. Da ist es schon wichtig, Sanitärtechnologien einzusetzen, die den Wasserverbrauch deutlich reduzieren, ohne auf Komfort verzichten zu müssen. Wichtig ist für uns weiterhin, Produkte einzusetzen, die das Cradle to Cradle Prinzip garantieren, dass sie eben nicht aus Komposit-Baustoffen bestehen.

Folgen Sie uns



#### 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

***Preisträger des CSR-Preises** der Bundesregierung, 2017*

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) 1 680 60  
Fax +43 (0) 1 688 45 35  
www.grohe.at

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

200202