

## PRESSEINFORMATION

### **360-Grad-Perspektive: Hamburgs Elbphilharmonie präsentiert sich als ganzheitliche Komposition**

Hamburgs neues Wahrzeichen hat den Blick auf die Stadt nachhaltig verändert: Die Elbphilharmonie mit ihrer unverwechselbaren, wellenförmig geschwungenen Dachsilhouette begeistert Besucher mit einem 360-Grad-Ausblick über Elbe, HafenCity und die Innenstadt. Das Gesamtkonzept des Schweizer Architekturbüros Herzog & de Meuron präsentiert sich als zeitlose, ganzheitliche Verbindung von Geschichte und Zukunft, hanseatischer Tradition und transparenter Ästhetik einer global vernetzten Weltstadt.

Im Januar 2017 wurde die Elbphilharmonie feierlich eröffnet – ein Prestigebau, der über Jahre für Schlagzeilen sorgte und architektonisch so unverwechselbar ist, wie wenige Kulturbauten in Deutschland. Auf dem Backsteinsockel des ehemaligen Kaispeichers A wächst der charakteristische, wellenförmige Baukörper aus Stahl und Glaselementen in den Himmel. Höchste Ansprüche an Materialien und Bauelemente, die eine zeitlose und organische Ästhetik unterstreichen, ziehen sich als Leitlinie durch die Gebäudekomposition des Basler Architekturbüros. Der Aufbau besteht aus insgesamt 2200 Glaselementen und reflektiert den Himmel, das Wasser und die Stadt in beständig wechselnder Optik. Der Effekt wird durch die individuelle Krümmung einzelner Glaselemente verstärkt. Zudem schufen die Planer eine funktionale Verbindung zwischen Außen und Innen: Die Scheiben der Glasfassade sind mit gerasterten Folien versehen, die für einen Licht- und Wärmeschutz sorgen – und gleichzeitig den Ausblick auf das Stadtpanorama fokussieren.

Bei einer Gesamthöhe von 110 Metern und 26 Etagen bietet der Bau mit insgesamt 120.000 Quadratmetern Nutzfläche Platz für 45 Wohnungen an der Westspitze des Gebäudes, für Gastronomie, ein sechsgeschossiges Parkhaus und das Westin Hamburg Hotel. Herzstück des Aufsatzes ist der schalltechnisch vollständig isolierte Große Konzertsaal, der durch eine

aufwendige Stahlkonstruktion und Federung vom umgebenden Raum getrennt ist. Die Zuschauerränge bieten 2100 Besuchern Platz und sind nach dem „Weinberg-Prinzip“ konstruiert: Die Ränge sind terrassenartig angelegt, wodurch jeder Zuschauer einen freien Blick auf die Bühne hat und maximal 30 Meter vom Dirigenten entfernt sitzt. Für den Innenraum entwickelte der renommierte japanische Akustiker Yasuhisa Toyota die sogenannte „Weiße Haut“: Die gefrästen Gipsfaserplatten sind computergesteuert individuell entsprechend den geschwungenen Innenwänden hergestellt worden.

Die Elbphilharmonie lädt dazu ein, Ebene um Ebene zu erkunden und die architektonische Inszenierung auf sich wirken zu lassen. An der Schnittstelle zwischen dem Backsteinsockel und dem gläsernen Baukörper bietet die Plaza eine öffentlich zugängliche Aussichtsplattform in 37 Metern Höhe. Eine rund 80 Meter lange Rolltreppe führt durch den alten Hafenspeicher hinauf. Die Plaza ist Teil eines Außenrundgangs, der Zugang zum Foyer der Konzertsäle, zum Elbphilharmonie-Shop, einem Restaurant und Café, den Wohnungen und der Lobby des Westin Hamburg bietet.

Das Westin liegt im südöstlichen Gebäudeteil. Die Innenausstattung des 5-Sterne-Hotels mit seinen 244 Zimmern auf 21 Geschossen spiegelt die zeitlose Ästhetik des Äußeren wider. Der 360-Grad-Rundblick des Gebäudes findet sein Echo in der optischen Gestaltung des Inneren, wo elementare Ganzheitlichkeit dominiert: Ruhe und Langsamkeit, Sand und Wasser sind die Leitmotive des Gestaltungskonzepts, das durch Farben und Form getragen wird. Die Innenarchitekten Bost Interior Design GmbH & Co. KG aus Berlin setzte beim Innenraumdesign konsequent auf Purismus und Harmonie. Zeitloses Design und Nachhaltigkeit statt kurzlebiger Trends war auch die Richtschnur bei der Ausstattung der Sanitärbereiche. Die Wahl der Designer fiel auf zwei GROHE Produktlinien: die Waschtischarmatur Lineare und den Wannens- und Duschthermostat Grohtherm 3000 Cosmopolitan. Das Hotel fügt sich somit harmonisch in die Komposition Elbphilharmonie ein: als architektonisch wie akustisch weltweit einzigartiger Ort.

Pure Freude  
an Wasser



Weitere Informationen unter [www.grohe.de](http://www.grohe.de)

#### Über GROHE

GROHE ist der weltweit führende Anbieter von Sanitärarmaturen und beschäftigt insgesamt mehr als 6.000 Mitarbeiter – davon 2.400 in Deutschland. Seit 2014 ist GROHE Teil der LIXIL Group Corporation. Als Weltmarke setzt GROHE auf die Markenwerte Technologie, Qualität, Design und Nachhaltigkeit, um „Pure Freude an Wasser“ zu bieten. GROHE erschließt seit jeher auch neue Produktkategorien. Hierzu zählen neben den Wassersystemen GROHE Blue und Red auch das kürzlich vorgestellte Wassersicherheitssystem GROHE Sense als innovativer Baustein im Wachstumsmarkt des Smart Home. Innovation, Design und Entwicklung sind dabei stets eng aufeinander abgestimmt und als integrierter Prozess fest am Standort Deutschland verankert. Damit tragen GROHE Produkte das Qualitätssiegel „Made in Germany“. Allein in den letzten zehn Jahren bestätigen über 300 Design- und Innovationspreise sowie mehrere TOP-Platzierungen als eines von „Deutschlands nachhaltigsten großen Marken“ den Erfolg der Marke. GROHE wurde als Vorreiter seiner Branche mit dem Corporate Social Responsibility Preis der Bundesregierung ausgezeichnet sowie vom renommierten FORTUNE® Magazin in das Ranking der Top 50, die „die Welt verändern“ aufgenommen.

#### GROHE

Feldmühleplatz 15 • 40545 Düsseldorf • Telefon: +49(0)211/9130-3030 • [www.grohe.com](http://www.grohe.com)

#### MEDIENKONTAKT

Thorsten Sperlich

Chief Communications Officer

E-Mail: [media@grohe.com](mailto:media@grohe.com)

#### Pressebüro

Edelman.ergo GmbH

Medienpark Kampnagel, Barmbeker Str. 4, 22303 Hamburg, Deutschland

tel: +49 (0)40 356 206 045 | fax: +49 (0)40 372880

m: [grohe@edelmanergo.com](mailto:grohe@edelmanergo.com) | w: [www.edelmanergo.com](http://www.edelmanergo.com)