

# atmosphère

## **Objekte aus Epochen**

Alte Meister auf neuen Kacheln

## **Dimitri Westermann**

Zwischen Kunst und Kommerz

## **Typen und Bäder**

Inszenierung der Persönlichkeit



Thermofit – Schweizer Präzision im Bad.



Badezimmer und Küche seit 1854  [www.similorgroup.com](http://www.similorgroup.com)

Thermofit garantiert eine punktgenaue Wahl der Wassertemperatur und gilt als präzisestes Modell auf dem Markt. Einfach einstellen und Wasser fließt in der gewünschten Temperatur. Sofort. Die kinderfreundliche Sicherheitstaste begrenzt zudem die Temperatur auf 38° C und schützt

so vor Verbrennungen. Sicher. Aber Thermofit kann auch sparen: Eine leichte Drehung am Handgriff und die Wassermenge wird stufenlos variiert. Und mittels Eco-Taste lässt sich zusätzlich Wasser einsparen. Unbemerkt komfortabel. Bemerkenswert elegant.



**SimilarGroup**

SimilarGroup, Callcenter 0848 000 166, Fax: +41 (0)22 827 94 01, [www.similorgroup.com](http://www.similorgroup.com), [info@similorgroup.com](mailto:info@similorgroup.com)  
Similar Kugler, arwa und Sanimatic sind Unternehmen der SimilarGroup.

## Kontraste und Akzente Gedanken zu Persönlichkeit und Individualität

Liebe Leserin, lieber Leser

Auf den ersten Blick sind sich Menschen sehr ähnlich und erst bei näherer Betrachtung oftmals völlig unterschiedlich. Glücklicherweise! Unterschiede bringen Farbe und Vielseitigkeit in alle Lebensbereiche: Zusammenleben, Diskussionen, Wohnen, Job und Alltag. Situationen und Dinge bleiben nicht bedingungslos das, was sie sind. Sie werden zu dem, was Menschen und Persönlichkeiten aus ihnen machen. Geben wir unsere eigene Farbe dazu, hat Norm keine Chance, Standard zu bleiben.

Visionäre Ideen oder das liebevoll gepflegte Detail – beides schafft Unterschiede und setzt erfreuliche Akzente. Die aktuelle Ausgabe von atmosphère richtet den Scheinwerfer auf Menschen, Ideen und Kontraste. Denken Sie bei alten Meistern in Öl spontan an eine museale Umgebung?



Lassen Sie sich inspirieren von der verführerischen Variante, Alt und Neu in den eigenen vier Wänden auf ungewohnte Weise wirkungsvoll zu inszenieren.

Apropos Kunst: Dass der Spagat zwischen Kunst und Kommerz keiner sein muss, liegt auf der Hand. Die Frage stellt sich nicht mal, wenn das Machen im Vordergrund steht. Wir haben den Macher besucht, der neben zahlreichen internationalen Kunstprojekten dem legendären Landstuhl zum Revival verholfen hat. Werfen Sie mit uns einen Blick in die Werkstatt von Dimitri Westermann und lernen Sie eine Persönlichkeit kennen, die mit Individualität nicht kokettiert, sondern sie vielmehr überzeugend lebt.

Ich wünsche Ihnen einen Winter voller Inspirationen – gemacht, um in allen Bereichen Kontraste auszuloten und persönliche Akzente zu setzen.

Ihr Urban Braun  
Leiter Marketing

**RICHNER**  
Eine Idee persönlicher.

# KWC ONO

PURE EXCELLENCE



KWC ONO ist Ausdruck einer Unverfälschtheit, die das Leben des modernen Menschen prägt. Die Ästhetik der Reduktion verleiht der Armatur eine Kraft, die jedes Bad mit Schönheit erfüllt.



## Inhalt

### IM FOKUS



#### 8 Objekte aus Epochen

Der Charme von Alt und Neu:  
Reizvolle Akzente mit Antiquitäten  
– und erstklassige Jagdgründe für  
Schatzsucher gleich dazu.



#### 20 Dimitri Westermann

Der Macher zwischen den Welten:  
Landstuhl oder Kunst rund um  
den Globus – er liebt das, was er  
nicht kann.



#### 32 Typen und Bäder

Die persönliche Inszenierung: Drei  
starke Typen, drei tolle Bäder, zwei  
Wettbewerbe und die Suche nach  
dem schönsten Bad.

### RUBRIKEN

6 neu & heiss

16 trends

26 lifestyle

28 service

34 puls

38 hitparade

39 agenda

#### Impressum

**Herausgeber:** Richner Bäder und Plättli,  
BR Bauhandel AG, Riedmattstrasse 2, 8153 Rümlang,  
Tel. 043 211 21 51, info@richner.ch, www.richner.ch  
**Herausgeberrat:** Urban Braun, Franziska Bürki,  
Reto Oppliger, Christian Schlatter  
**Redaktion:** Ruedi Maeder (Chefredaktor),  
Corinne Wedekind, Bettina Eyholzer  
**Konzept/Realisation:** interaction communications ag,  
Aarau **Gestaltung:** Sina Niemeier, Marcel Deubelbeiss  
**Prepress:** Bacher PrePress, Schachen  
**Druck:** Multicolor Print, Baar

#### Feedback

Kommentare, Anregungen, Kritik? Die Redaktion  
von atmosphère freut sich auf Ihre Meinung!  
redaktion@richner.ch

## MARKENZUSAMMENSCHLUSS

### Wieder eine Idee persönlicher ...

... und dazu noch vielseitiger: Januar 2009 ist es so weit, aus Sabez und Sanmat wird RICHNER. Das dichtere Ausstellingsnetz mit erweitertem Produktsortiment rückt vier neue Standorte ganz in Ihre Nähe. Besuchen Sie uns in Ettiswil, Kriens, St. Gallen und Volketswil. Vier sehenswerte Ausstellungen, gewohnt kompetente Beratung und neu: erstklassige Produkte aus den Bereichen Küche und Parkett. Ein Besuch lohnt sich, ein erster Blick online ebenfalls. Ab Januar können Sie sich auf unserer Website von den neuen Ausstellungen und Produkten inspirieren lassen.

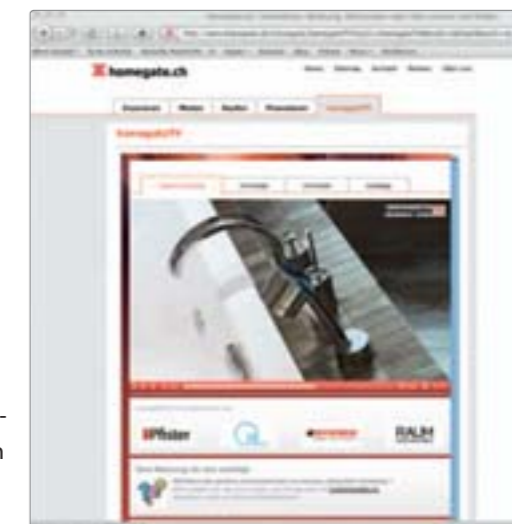
[www.richner.ch](http://www.richner.ch)



### homegateTV: Richner im Internet auf Sendung

Das führende Schweizer Immobilienportal homegate.ch lanciert mit homegateTV die erste Web-TV-Immobilienrundschau der Schweiz. Das Format bringt wöchentlich neue Folgen im Internet und bietet Infotainment rund ums Bauen, Mieten, Renovieren und um den Immobilienkauf. Richner stellt als einer der Hauptpartner interessierten Zuschauern regelmässig Produkttipps und Neuheiten aus der Branche vor. homegateTV kann auf [www.homegate.ch](http://www.homegate.ch) kostenlos und jederzeit besucht werden. Das beliebte Portal wird aktuell von rund 3,5 Millionen Besuchern pro Monat angesteuert. Werfen Sie einen Blick in die bisherigen Sendungen unter:

[www.richner.ch/homegateTV](http://www.richner.ch/homegateTV)



## ATEMBERAUBENDE AUSSICHTEN IN ADELBODEN

### Solís Cambrian Hotel & Spa

In malerischer Umgebung inmitten des traditionellen Bergdorfes Adelboden erwartet Sie das Solís Cambrian Hotel & Spa. Wintersportler geniessen die einmalige Gebirgslandschaft und die Erholung im luxuriösen Spa auf 750 m<sup>2</sup>, Thermal Freibad mit Alpenblick inklusive. Ihr Aufenthalt in Adelboden wird zum unvergesslichen Erlebnis!

**Spezialangebot für atmosphère-Leser:** Entspannung, Luxus und persönlicher Service bereits ab 404 Franken pro Person. Der Preis beinhaltet zwei Übernachtungen im geschmackvollen Deluxe-Zimmer mit Frühstück. Das Angebot gilt für Übernachtungen zwischen 12. Dezember 2008 und 19. April 2009, mit Ausnahme vom 24. Dezember bis 3. Januar sowie vom 8. bis 11. Januar.

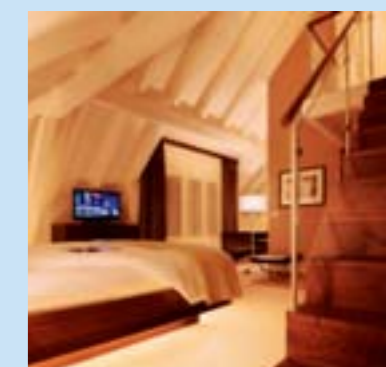


#### Solís Cambrian-Package für atmosphère-Leser:

- 2 Übernachtungen im Deluxe-Zimmer
- alpines Frühstücksbuffet
- 4-Gang-Abendmenu am Anreisetag
- Benutzung des Spa (750 m<sup>2</sup>) mit Saunalandschaft, Schwimmbecken, beheiztem Thermal Freibad und Fitnessstudio
- Ab 404 Franken pro Person

Detailinformationen finden Sie unter:

[www.richner.ch/hotel](http://www.richner.ch/hotel)



### Eröffnungen: Richner mit drei neuen Profishops

Wir vergrössern unser Netz mit drei weiteren Standorten für unsere Kunden. In Küblis im Gewerbezentrum Capäls mit dem Plättli Abholshop mit einem breiten Sortiment an Wand- und Bodenplatten. In Horgen und in Langenthal mit jeweils einem Bäder Profishop mit einem umfassenden Angebot an Ersatzteilen und Zubehör für das Bad. Mit Sicherheit der schnellste und unkomplizierteste Weg zum gewünschten oder dringend benötigten Ersatzprodukt – vom Zahnglas über Spiegelblenden bis zu Duschtrennwänden oder Armaturen. Kompetente Fachberatung immer inklusive. Die Standorte aller Richner Profishops und die Öffnungszeiten im Überblick:

[www.richner.ch](http://www.richner.ch)





## Alte Meister auf neuen Kacheln

### Neue Horizonte für Jäger und Sammler

Wie wirkt das Ölgemälde eines alten Meisters im Bad? Oder wie wärs mit einem antiken Kerzenleuchter, der schon 1880 romantische Stimmung in einen französischen Salon gezaubert hat? Wir habens ausprobiert: Neue Akzente mit reizvollen Unikaten aus vergangenen Epochen.

Text Ruedi Maeder Bild David Küenzi

#### Der Charme von Alt und Neu

Wir leben in einer digitalen, zuweilen etwas kühlen und scheinbar perfekten Welt. Das visuelle Kontrastprogramm dazu: schöne Dinge aus vergangenen Epochen – Objekte mit der Aura und Ursprünglichkeit einer anderen Zeit, in Handarbeit von Menschen für Menschen erschaffen. Einer Ursprünglichkeit, die Werte und Wärme vermitteln und zur Seele in modernen Räumen werden kann.

Zudem: Was ab Stange erhältlich ist, haben andere auch. Ausgewählte Antiquitäten bleiben einzigartig und schaffen ein unverwechselbares Ambiente. Mit Unikaten und Originalen lassen sich ganz persönliche Wohnräume und individuelle Badträume

realisieren. Ob «nur» schön oder schön und praktisch zugleich, bleibt eine Frage des Objekts und des individuellen Geschmacks. Machbar ist beides und so oder so setzt das Spielen mit Gegensätzen markante Akzente.

Das Gemälde eines Meisters aus dem 17. Jahrhundert schafft Atmosphäre und macht ein modernes Bad zu einem Raum mit überraschender Wirkung und Ausstrahlung. Die Porzellanseifenschale von 1920 tut genau dasselbe, ist aber darüber hinaus alltagstauglich und praktisch einsetzbar. Genauso wie der Bronzekelch mit 120-jähriger Vergangenheit und Geschichte, der Kosmetika, Badezusätze oder das Rasierzeug griffbereit hält und ansprechend präsentiert.



Ornamentiertes Bronzebehältnis mit Putto auf Marmorsockel, 19. Jahrhundert

«Eine Auktion ist ein magischer Ort, ein Ort für ungeahnte Funde und Entdeckungen. Man lernt neue Dinge kennen und lieben.»

Dorothea Räber, Auktionatorin

Portrait eines Adligen, Öl auf Leinwand, Flämische Schule, 17. Jahrhundert

## Die Jagdgründe für Schatzsucher

Wo lassen sich die aussergewöhnlichen Objekte finden, die dem Bad zu Ambiente und neuer Wirkung verhelfen? Verschiedene Auktionshäuser in der Schweiz öffnen regelmässig Tür und Tor zu faszinierenden Funden. Lassen Sie sich nicht abschrecken von den grossen Namen, wählen Sie die kleineren Auktionshäuser mit regelmässigen Auktionen, in denen eine Vielzahl von Objekten aus Sammlungen und Nachlässen unter den Hammer kommt.

Die meisten Auktionshäuser führen jährlich mindestens eine, oftmals zwei öffentliche Auktionen durch und bieten damit absolut herausragende Jagdgründe für Schatzsucher. Gemälde und Grafiken aus Jahrhunderten, Porzellan und Tafelzier zwischen Renaissance und Jugendstil, Mobiliar aus verschiedenen Epochen, Kerzenleuchter und Bronzen aus alter Zeit und, und, und. Tausende von Objekten mit Geschichte und Vergangenheit und damit möglicherweise genau das gesuchte Stück für Ihr Bad, das schon seit über hundert Jahren darauf wartet, von Ihnen entdeckt und ersteigert zu werden.

## Abschied von einem Vorurteil

Ein hinlänglich gepflegtes Vorurteil: Antiquitäten sind unbezahlbar. Keine Frage, die unbezahlbaren Objekte gibts, die zahlbaren aber eben auch. Die Bilder unserer Titelgeschichte liefern auch gleich den Beweis: die meisten Objekte sind für einen Betrag zwischen 100 und 500 Franken ersteigert worden. Und keines der gezeigten Stücke hat die Grenze von 2900 Franken überschritten.

Auktionshäuser listen alle Objekte ihrer aktuellen Auktion in einem

Katalog auf, jeweils mit einem aufgeführten Schätzpreis pro Objekt. Dieser Schätzpreis liefert einen ersten Indikator. Der Ausrufpreis und damit das minimale Angebot für Bieter liegt oft deutlich unterhalb der angegebenen Schätzpreise. Ist bei der Auktion die Konkurrenz im Saal klein, erhält man mit etwas Glück den Zuschlag für das Objekt der Begierde zu einem Preis, der jedes Schatzsucherherz deutlich höherschlagen lässt. Und mit seinem Gebot ist man stolzer Besitzer eines Unikates, einer Trouvaille, geworden, die es in keinem Laden zu kaufen gibt.

Lohnender Tipp: Die meisten Auktionshäuser bieten auf ihren Websites die Ergebnislisten früherer Live-Auktionen an. Konkret: Welches Objekt hat für welchen Preis den Zuschlag erhalten? Diese Ergebnislisten vermitteln einen guten Überblick der realistischen Marktsituation und der effektiv erzielten Preise. Interessantes Detail und damit der definitive Abschied von einem Vorurteil: Sicher, aussergewöhnliche Sammlerstücke und gesuchte Raritäten können sehr hohe Zuschlagspreise erzielen. Nur, und das ist der wesentliche Punkt



Handbemalte Zinnsoldaten, um 1900; Buchstütze: patinierter Metallguss auf Messingplinth, um 1900; Bücher: Briefkorrespondenz der Mme. de Pompadour, 1772; Messbuchständer: Bronze, gegossen, vergoldet, 19. Jahrhundert

## «Wenn man sich für etwas Schönes begeistert, ist man oft schon mit hundert Franken dabei.»

Hannes Hugentobler, Auktionator

für Schatzsucher, Jäger und Sammler: ein beträchtlicher Teil der Objekte hat für 100 oder 200 oder auch mal 500 Franken den Besitzer gewechselt. Und hinter diesen zahlbaren Preisen verbirgt sich auch bei der nächsten Auktion vielleicht genau das Objekt, das Ihren Wohnräumen und Ihrem Bad das individuelle Gepräge und den ganz persönlichen Touch verleiht.

## Cleverer Strategien für die Auktion

Schwellenängste bei Auktionen sind absolut unbegründet. Live-Auktionen sind anregend, spannend und jeder-mann ist willkommen. Und ein Blick in den Saal zeigt ein sehr gemischtes Publikum: private Schatzsucher, Händler, Einsteiger und Gelegenheitsbieter, leidenschaftliche Sammler und Wiederholungstäter – das ganze Spektrum. Die erste Hürde ist also keine und deshalb schnell genommen: Einmal tief durchatmen, hingehen und mit Leidenschaft jene Objekte ersteigern, für die man sich begeistert.

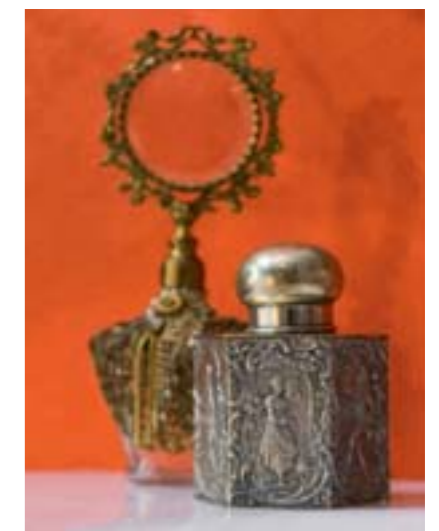
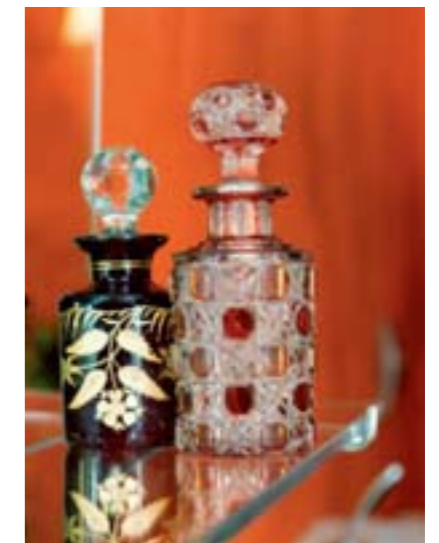
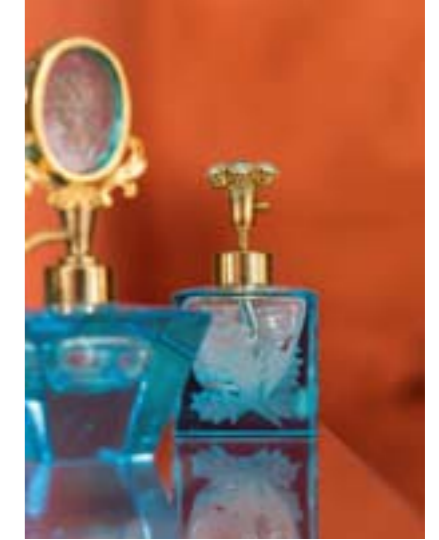
**Tipp zur Information:** Die Auktionskataloge sind immer einige Wochen vor der anstehenden Auktion verfügbar. Diese Kataloge präsentieren alle Objekte mit Schätzpreisen und bieten einen guten ersten Überblick. Das Schmökern darin erhöht die Vorfreude und hilft mit, eine erste geistige Auswahl zu treffen. Wer keinen Katalog bestellen möchte: Die meisten Auktionshäuser präsentieren alle Objekte auch online auf ihren Websites.

**Tipp zur Auswahl:** Keine Spontankäufe an Auktionen. Alle Auktionshäuser bieten Tage oder Wochen vor der Auktion die Möglichkeit, sämtliche Objekte zu besichtigen. So kann man sich in Ruhe umschaun, Wunschobjekte suchen und finden, ausgewählte Objekte eingehend prüfen und konkrete Fragen stellen. Die Auseinandersetzung mit den gewünschten Stücken macht Spass und garantiert, dass man sich für die richtigen Funde entschieden hat, die auf Dauer Freude machen.

**Tipp zum Bieten:** Wer für das Objekt seiner Begierde im Voraus ein preisliches Limit fixiert, gerät während der Auktion nicht ins Feuer. Leidenschaft gehört dazu, keine Frage, jedoch nur beim Suchen, Finden und Auswählen, nicht aber beim Bieten. Kühl bleiben beim Mitbieten erhöht die Chancen auf den Zuschlag und verhindert unbedachte Budgetüberschreitungen im Eifer des Gefechts. Manchmal hat man Glück und zuweilen ist die mitbietende Konkurrenz eben einfach übermächtig. Besser also ein Wunschobjekt grosszügig dem Gegner überlassen und dafür das nächste Stück wirklich günstig ersteigern.

## eBay & Co.

Funde sind auch online zu machen. Die Auktionsplattformen eBay und Ricardo kennt jeder, deren Kategorien «Antiquitäten & Kunst» nicht unbedingt. Immer mal wieder ein Blick in diese Rubriken kann sich lohnen. Beide Plattformen, eBay auch international, bieten eine Vielzahl



Parfumflakons, Kristallglas mit Silberapplikationen, von 1870 bis 1950

von täglich wechselnden Objekten an. Vielleicht ist genau heute das Stück in der Auktion, das die persönliche Einrichtungskomposition perfekt ergänzt und abrundet!?

Bei Online-Auktionen gehört allerdings eine gesunde Portion Vorsicht mit dazu. Im Gegensatz zu Live-Auktionen kennt man den Partner nicht und kauft nicht unbedingt beim Experten ein. Die Möglichkeit, Echtheit und Wert der Objekte zu prüfen, ist online zwangsläufig eingeschränkt. Dennoch bieten auch Auktionsplattformen interessante Perspektiven. Mit gesundem Menschenverstand und zurückhaltender Risikobereitschaft dürften Schatzsucher auch im Internet ohne Reue fündig werden.

### Mitfiebern und mitbieten

Wer zum ersten Mal eine Auktion besucht, wird möglicherweise von einem Virus erfasst, das ihn nie mehr loslässt. Keine Sorge, das Virus ist

wohl ansteckend, macht aus Neulingen Wiederholungstäter, ist aber ansonsten völlig harmlos. Und jeder Auktionsbesuch zeigt aufs Neue: Noch sind viele Schätze zu heben, die auf anderen Wegen praktisch nicht zu finden sind. Und schon gar nicht zu diesen Preisen. Fundstücke, die perfekt in die eigenen Wohnräume passen und die ein Bad zu einem ganz aussergewöhnlichen Lebens- und Aufenthaltsraum machen.

Entdecken Sie also eine neue Leidenschaft, die Ihren Einrichtungswünschen zusätzliche Spielräume eröffnet, die Sie auf neue Ideen bringt und Sie persönliche und individuelle Highlights setzen lässt. Jede Auktion, jeder Fund und jedes Gebot kann der Beginn einer wunderbaren Freundschaft sein. Manchmal klappts, manchmal auch nicht – aber Sie wissen mit Sicherheit: Ihr Wunschobjekt wartet auf Sie, muss nur gefunden werden, und die nächste Auktion steht schon vor der Tür.



Herrenportrait, Öl auf Leinwand, Englische Schule, um 1800



Antikes Brettspiel mit Tric-Trac-Steinen, Frankreich, 18. Jahrhundert

Kommodenuhr, Frankreich, Stil Louis XIV., Napoléon III., um 1880



## Auktionatoren im Fokus

Das Auktionshaus Zofingen ist wahrscheinlich das persönlichste und familiärste Auktionshaus der Schweiz. Jährlich zwei Auktionen mit jeweils rund 3000 Objekten aus allen Kategorien. Atmosphäre im Gespräch mit dem Inhabertrio: Hannes Hugentobler, Dorothea Räber und Jules Lang über Auktionen im Allgemeinen und Auktionsbesucher im Besonderen.

### Wie wird man Auktionator?

Zufällig. Oder über die Begeisterung für Antiquitäten und die Liebe zur Kunst. Oder man sammelt das eine wie das andere und macht irgendwann die Leidenschaft zum Beruf.

### Auktionen, etwas für Leute mit Geld?

Ganz entschieden: Nein! Bei zahlreichen Stücken ist man oft schon mit hundert Franken dabei. Die Freude steht im Zentrum, nicht die grossen Summen. Fängt man für ein Objekt Feuer, ist es vielfach auch erreichbar.

### Wer gehört zum Publikum?

Kunterbunt gemischt – und genau das macht die Sache auch so interessant. Der Strassenbauer trifft auf den Akademiker, der Galerist sitzt neben der Rentnerin. Jäger und Sammler sind überall zu Hause und der Akt vom Suchen, Jagen und Finden geht quer durch alle Schichten, da gibts weder Unterschiede noch Grenzen.

### Die liebsten Kunden?

Menschen, die mit einer Leidenschaft kommen und sich für schöne Sachen begeistern können. Wenn jemand ein zweites Mal kommt, um sich sein Objekt vor der Auktion anzuschauen, noch ein drittes Mal, nachdem er darüber geschlafen hat, alle Fragen stellt – und dann zuschlägt. Das sind unsere liebsten Kunden, Menschen wie wir, die das Aussergewöhnliche schätzen und sich damit auseinandersetzen.

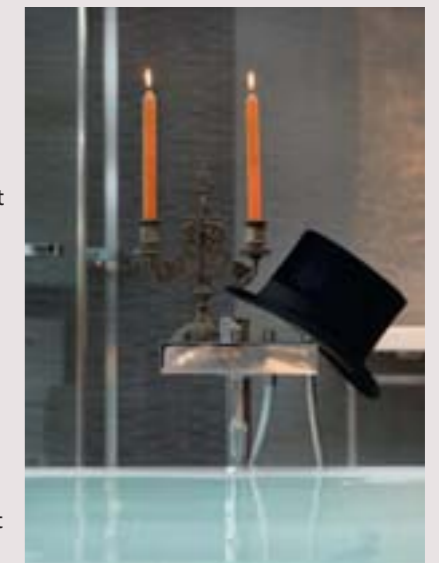
### Weshalb an die Auktion?

Man hat eine immense Palette von Eindrücken, begegnet tausend besonderen Sachen. Eine Auktion ist der Ort für Funde und Entdeckungen – man

lernt neue Dinge kennen und lieben. Die Auktion ist eine Mischung aus Kunstausstellung und kunsthistorischem Museum, alles in einem, eine Reise durch Kunst und Vergangenheit.

### Einrichten und Auktion?

Da hat sich viel verlagert, Menschen ziehen häufiger um, sind mobiler und leben individueller. Geniessen, Kochen und Essen sind zum Beispiel in den letzten Jahren sehr viel wichtiger



Leuchter: versilbert, Historismus, um 1880  
Zylinder: Charles Piotet, um 1920

«Unsere Besucher sind völlig unterschiedlich, haben aber eines gemeinsam: es sind Menschen mit Passion für schöne Dinge.»

Jules Lang, Auktionator

geworden. Deshalb sind Tafelzier, Lüster oder Kerzenleuchter sehr beliebt. Und Wohnen generell hat einen höheren Stellenwert gewonnen. Menschen suchen bei uns schöne Dinge, mit denen sie ihr individuelles Ambiente schaffen und persönlicher gestalten können. Ja, man kommt durchaus zu uns, um mit besonderen Gegenständen in der Einrichtung Akzente zu setzen und um Wohnräume wirkungsvoll zu inszenieren.

#### Wer kauft was?

Wohnen wird wieder höher bewertet, deshalb sucht man sich die passenden Objekte zur neuen Wichtigkeit, die auch wiederum einen individuellen Wert verkörpern. Besucher agieren oft sehr selektiv, sie kaufen nicht einfach Teile zusammen, sie suchen ein ganz bestimmtes Stück, das zu ihren Räumen oder zum Tisch oder in eine ausgesuchte Ecke passt. Individualität ist ein wichtiges Stichwort: Was passt zu meiner Einrichtung? Was passt zu mir? Serienware ist nicht für mich gemacht, Unikate möglicherweise

eben schon, wenn ich sie suche, finde und lustvoll ersteigern kann.

#### Tipps für neue Besucher?

Nichts kaufen, woran das Herz nicht hängt. Nichts kaufen mit der Idee der Wertanlage, sondern einfach das, was man sich wünscht und wofür man sich begeistern kann. Und hat man sein Objekt gefunden, dann Fragen dazu stellen, dafür sind wir da. Fragen, fragen, fragen. Und nichts kaufen, das man nicht vorher angefasst hat, auf das man sich nicht wirklich eingelassen hat. Das gehört einfach dazu. Also keine schnellen Spontankäufe, sondern schauen, prüfen und zuschlagen – dann, wenn man sich ganz sicher ist.

#### Und das Schlusswort?

Einfach hingehen, anschauen, staunen und mitmachen. Auktionen sind hochspannend, ein Abenteuer mit erfreulichem Ausgang, einfach ein unvergessliches Erlebnis – für Kunden und für Auktionatoren.



Kerzenleuchter in Messing, vergoldete Tatzenfüsse, 19. Jahrhundert

## > info

### Jagdgründe für Schatzsucher

#### Live-Auktionen

**Auktionshaus Zofingen, Zofingen**  
[www.auktionshaus-zofingen.ch](http://www.auktionshaus-zofingen.ch)

**Auktionshaus Vogler, Basel**  
[www.auktionen-vogler.ch](http://www.auktionen-vogler.ch)

**Auktionshaus Dobiaschofsky, Bern**  
[www.dobiaschofsky.com](http://www.dobiaschofsky.com)

**Galerie Kornfeld, Bern**  
[www.kornfeld.ch](http://www.kornfeld.ch)

**Auktionshaus Stuker, Bern**  
[www.galeriestuker.ch](http://www.galeriestuker.ch)

**Fischer Auktionen, Luzern**  
[www.fischerauktionen.ch](http://www.fischerauktionen.ch)

**Zürichsee Auktionen, Erlenbach**  
[www.zuerichseeauktionen.ch](http://www.zuerichseeauktionen.ch)

**Koller West, Zürich**  
[www.kollerauktionen.ch](http://www.kollerauktionen.ch)

**Schuler Auktionen, Zürich**  
[www.schulerauktionen.ch](http://www.schulerauktionen.ch)

#### Online-Auktionen

[www.ebay.ch](http://www.ebay.ch)  
[www.ricardo.ch](http://www.ricardo.ch)

Allegorische Figur, Mischform Louis XV./Art Nouveau, um 1890



## Designphilosophie

**Ob in der Mode oder in der Einrichtungsbranche: Design weckt Wünsche, Design schafft Emotionen und Design bringt individuellen Lebensstil zum Ausdruck. Kurz, Design prägt bewusst und unbewusst unseren Alltag. Nur, wie entsteht gutes Design? Tom Schönherr und Andreas Haug von Phoenix Design wissen es.**

Ihre Designphilosophie definieren Tom Schönherr und Andreas Haug als eine Haltung. Ihre Grundwerte sind Ethik und Ästhetik, Ökonomie und Ökologie, Präzision und Ergonomie sowie die Interessen von Herstellern und Nutzern. Die von Phoenix Design gestalteten Produkte sind keine Solisten. Sie tragen keine erkennbare Designer-Handschrift, sondern gewinnen ihre eigenständige Gestalt durch handwerkliches Können und Vision, beeinflusst von Menschen, Umwelt und Märkten. Die Philosophie der Designer ist immer dann erfüllt, wenn ein Produkt durch seine Logik überzeugt, wenn es in seiner Moral über dem flüchtigen Zeitgeist steht und durch seine Magie bezaubert. Mit ihrer Unternehmensgründung im Jahre 1987 legten Tom

Schönherr und Andreas Haug nicht nur den Grundstein für die eigene, international erfolgreiche Firma mit Niederlassungen in Stuttgart und Tokio, sondern auch für unzählige Produkte, die sich zu Bestsellern entwickelt haben – teilweise weltweit. Auf der exklusiven Kundenliste von Phoenix Design stehen innovative Markenhersteller wie Loewe, Kaldewei, Hansgrohe, Gira, Lamy, LG, Keramik Laufen und Viessmann. Für Keramik Laufen hat Phoenix Design bereits mehrere Designbäder entwickelt: das zeitlose und flexible Living, das dem Bauhausstil nachempfundene Form, das mehrheitsfähige und variantenreiche Gallery sowie die stylische Waschtischserie Living City.

[www.laufen.ch](http://www.laufen.ch)



## Trendbericht Wohnen

Die neusten Trendberichte zeigen: gross im Kommen sind authentische Materialien, geometrische Muster und Formen und nicht zuletzt die Evergreens in Sachen Stil und Mode, die Farben Schwarz und Weiss.

### Stilbruch erlaubt

Die Entwicklung der modernen Architektur führt auch zu einer ständigen Veränderung im Bereich des Designs. Basierend auf Herstellungsverfahren des Edelstahls hat apavisa die Kollektion INOX geschaffen. Das technische Feinsteinzeug mit integrierten Metallpartikeln verblüfft mit einer «visuellen Echtheit», die jedem Vergleich mit Produkten aus der Metallindustrie standhält.

[www.apavisa.com](http://www.apavisa.com)



### Stadtstil und zeitgenössisches Design

Die Kollektion BETON von apavisa beweist Wandlungsfähigkeit und strahlt Natürlichkeit aus. Das fertige Produkt erinnert in seiner Wirkung an die Optik der am Bau verwendeten Betontechnik. Die minimale Oberflächenstruktur prägt den Charakter dieser einzigartigen Kollektion.



[www.apavisa.com](http://www.apavisa.com)



### Dauerhafte Wandlungsfähigkeit

Als Bedachung und Wandverkleidung an Fassaden verwendet, ist der sichtbare Effekt des gealterten Kupfers seit Jahrzehnten ein Symbol von architektonischer Eleganz, Langlebigkeit und Ansehen. Apavisa bringt diese Attribute mit ihrer Kollektion PATINA in die Wohnräume und zaubert damit unvergleichliche Effekte auf Wände und Böden.



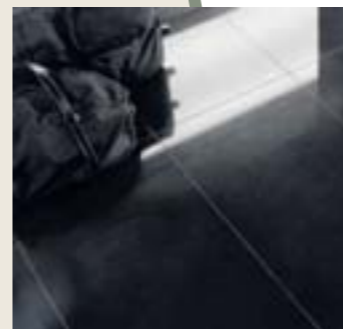
[www.apavisa.com](http://www.apavisa.com)



[www.gardenia.it](http://www.gardenia.it)

### Black & White

Keine Frage, dass die internationale Modewelt auch Einrichtungsstile nachhaltig beeinflusst. Aktuelles Beispiel: der Trend zu Schwarz und Weiss. Das Wohnen wird von Mut und Unschuld, von schwarzer Eleganz und weisser Leichtigkeit dominiert. Diverse Anbieter laden ein, dieses zeitlose Thema neu zu interpretieren.



[www.mirage.it](http://www.mirage.it)

## Dimitri Westermann

### Der Macher zwischen Kunst und Kommerz

Die einen kennen ihn als treibende Kraft für das Revival des legendären Landistuhls. Die anderen als kreativen Macher, der künstlerischen Visionen zum Durchbruch verhilft. Er selbst mag sich nicht festlegen, weil ihn immer gerade das am meisten interessiert, was er nicht kann.

Text Ruedi Maeder Bild David Küenzi



#### Kunst oder Kommerz?

Die Frage stellt sich für Dimitri Westermann nicht. Der Wanderer zwischen den Welten denkt weder über das eine noch das andere angestrengt nach, ihn interessieren Ideen, Probleme und Lösungen. Er macht das, was er nicht kann. Kann er es, geht er weiter und sucht sich ein neues Problem. Dass Kunst nicht ohne Kommerz auskommt und dass Kommerz mit künstlerischen Attitüden erfolgreicher sein kann, findet er logisch und deshalb keiner besonderen Abgrenzung wert.

Westermanns Erfolgsausweis präsentiert sich eindrücklich: Er hat als Produzent dem legendären Landstuhl von Hans Coray zum Revival verholfen. Und er arbeitet für und mit Künstlern von Weltruf, um deren Visionen fassbare und sichtbare Gestalt zu geben. Konkret: Westermann sucht, findet und entwickelt die Technik zur Idee. Ohne ihn hätte Serge

Spitzer keinen Tisch, der Bälle jongliert. Pipilotti Rist hätte weder Blattwurf- noch Rauchblasenmaschine und Roman Signer keine Telefonkabine. Das Bernsteinzimmer von Ingeborg Lüscher und der Banknotenvernichter für die Expo 02? Beides Ideen ohne Gestalt, hätte Westermann nicht über die Umsetzung nachgedacht.

Beschreibt sich Dimitri Westermann selbst schlicht als Macher, addieren sich in der Vielfalt seiner Projekte und Herausforderungen zusätzliche Facetten und Spezialisierungen, ohne die Output, Werke und Installationen nicht möglich wären: Kreateur, Entwickler, Planer, Techniker, Logistiker, Architekt, Pyrotechniker, Ingenieur, Handwerker, Statiker, Künstler und mehr. Schaffts einer, tausend Begabungen und Talente in ein einziges schlichtes Wort zu fassen, bekommt dieser Mann Besuch: atmosphère zu Gast bei Dimitri Westermann in Zofingen.

«Ich mache das, was ich nicht kann.  
Kann ichs, gehe ich weiter und suche  
mir ein neues Problem.»



### Westermann über Westermann

Ich bin ein Macher. Ich setze gerne die Sachen um, die ich im Kopf habe. Und ich mag Dinge, die mit einem sichtbaren Ergebnis enden. Zudem bin ich neugierig, ich wills wissen, sehen, machen können.



### Künstler oder Techniker?

Mich interessiert das, was ich nicht kann. Das treibt mich an, Lösungen zu finden. Mich reizen keine Wiederholungen, das Neue, das Schwierige hat Reiz. Ich experimentiere gerne, so lange, bis es klappt.

### Wann ist man ein Künstler im Leben?

Keine Ahnung. Kreativ zu sein genügt mir. Und Dinge zu machen, die ich nur kann, weil ich neugierig bin und Wege finde. Klar, manchmal dann auch als Techniker. Oder Planer. Oder Logistiker. Oder irgendwas, was grad nötig ist. Was ich bin – diese Frage stellt sich gar nicht. Ich mache einfach das, was ich nicht kann. Kann ichs, gehe ich weiter und suche mir ein neues Problem.

### Und wenn der Rohstoff «Problem» knapp wird?

Die Kunstschiene mache ich jetzt zehn Jahre. Ich habe keine Sorgen,

dass sich nicht neue Probleme finden. Es gibt ja auch immer neue Technologien, die eine Rolle spielen. Was gestern noch so geklappt hat, läuft heute vielleicht anders viel besser.

### Kunst oder Kommerz, was denn nun?

Kunst kann auch Kommerz sein. Es geht auch in der Kunst um Geld. Der einsame Künstler mit Staffelei und Pinsel ist rar geworden in der zeitgenössischen Kunst. Projekte werden oft vom Künstler erdacht, aber von anderen umgesetzt. Das hat mit Geld zu tun. Kunst oder Kommerz ist für mich nicht die Frage, das eine hat mit dem anderen zu tun, da gibts keine heilige Abgrenzung.

### Und der Landstuhl?

Ja, der Stuhl, also das sogenannte «kommerzielle» Projekt: Bis der endlich Geld bringen kann, vergehen noch über zehn Jahre, weil die Investitionen sehr hoch waren. Eine Million, bevor überhaupt ein einziger Stuhl produziert worden ist. Lustig dabei zum Thema: Den Stuhl habe ich nur machen können, weil Leute aus der Kunst bei der Finanzierung

mitgeholfen haben. Kunst und Kommerz liegen also auch hier ganz nahe beieinander.

### Westermann AG und Smokeball GmbH – Dimitri Westermann führt ein Doppelleben, richtig?

Ja, absolut. – Aber im Ernst: Westermann AG ist Landstuhl und Smokeball GmbH ist Kunst. Eine klare Trennung, weils etwas anderes ist. Aber in meiner Person verschmilzt das gleich wieder. Geschäft und privat, auch das kann ich nicht glasklar trennen, ich bin einfach am Machen. Westermann und Smokeball, klar, zwei Firmen, und ich mittendrin.

### Die Rezeptur für den Erfolg?

Kommt darauf an, wie man Erfolg definiert. Ich bin ein Perfektionist. Ich habs im Kopf und so will ich es umsetzen. Ich mache keine Kurzgeschichten für einen Tag, ich will dahinterstehen können. Manchmal bin ich zu perfekt, wahrscheinlich.

### Also immer voller Einsatz und das Beste?

Ich kann einfach nicht minimalistisch. Ob ein Werk oder eine Installation länger oder kürzer läuft, ich kann nicht gut oder schlecht oder ein bisschen. Es muss einfach hinhalten und wirklich gut sein.

### Kooperation mit bekannten Namen im Kunstbereich, wie kommts?

Zufall und am richtigen Ort zur richtigen Zeit sein, gerade im Kunstbereich. Mit Werbung läuft da gar nichts, man wird empfohlen oder eben auch nicht. Vielleicht aber wichtig: Ich kann gut mit Menschen. Gerade den Umgang mit komplizierten Leuten, das kann ich. Wenn ich einen persönlichen Kontakt aufbauen kann, dann gehts gut. Mich interessiert: Was machen die Leute wirklich? Mich nimmt Wunder: Warum ist es so? Bei Menschen und bei Dingen. Ich will dahintersehen,

ich wills verstehen, ich gehe gerne damit um – und dann fühlen sich Menschen nicht nur verstanden, sondern eben auch als Partner wirklich ernst genommen. Das führt zu guten Ergebnissen.

### Woher kommt die Affinität zur Kunst?

Ich bin da reingerutscht und reingewachsen. Bei einer Werbefilmproduktion habe ich Pipilotti Rist kennengelernt. Projekte habe ich damals schon gemacht und bin dann über diesen Kontakt noch stärker reingekommen. Wie gesagt: zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort und den richtigen Leuten begegnen, das ist das Ding.

### Und dann der Landstuhl, weshalb?

Was sehr einfach scheint, ist unglaublich schwierig. Diese Herausforderung hat mich gereizt. Der Landstuhl ist in der Produktion extrem anspruchsvoll, die Fertigung führt über zahlreiche Prozessschritte. Mit anderen Worten: Hans Corays Stuhl in Form, Design und Materialien als Original zu belassen, in der Fertigungsqualität aber heutigen Normen und Vorschriften anzupassen, war irrsinnig aufwendig. Ich habe zwei Jahre lang entwickelt, getüftelt und geforscht, bis alle Nüsse geknackt waren. Jetzt haben wirs geschafft und heute läuft die Produktion.

### Visionen und Pläne für die Zukunft?

Ich denke gar nicht so sehr über Visionen nach, ich entwickle sie einfach

für meine Projekte. Und Pläne: Ich möchte irgendwann für mich selbst viel Zeit haben. Zeit ist ein kostbares Gut.

### Westermann in 20 Jahren?

Gute Frage! Meine Ambition ist, nicht zu wachsen. Das ist nicht mein Ding. Ich bin nicht der Chef mit hundert Leuten. Ich plane nicht auf 20 Jahre, 2 Jahre genügen mir schon.

### Also gut, Westermann in 2 Jahren?

Ich bin daran, mir eine Fabrik zu suchen. Gerne mit mehr Leuten, die sich gegenseitig befruchten. Ich hatte die Situation nie, ausgenommen in Berlin oder in den USA, dass ich Leute gefunden habe, die ähnliche Dinge machen. Sowas hier zu finden, das wäre schön.

### Der kürzeste Weg auf die Palme?

Zum Teil ganz kleine Sachen. Zum Beispiel Serviceeinschränkungen der Post. Oder Callcenter, die keine Lust haben, ihren Job zu machen. Oder Unoffenheit, ich mag keine Umwege, ich habs gerne gerade.

### Drei Wünsche von der guten Fee – welche?

Geld wird es nicht sein. Schwierig, ich weiss gar nicht, ich begegne selten guten Feen – doch, einen Wunsch hab ich: Ich würde immer wieder mal gerne die Welt anhalten. Alles um mich rum bleibt stehen, ich mache meine Dinge und wenn ichs habe, dann lasse ich die Welt wieder weiterlaufen. Das wäre klasse.

«Ich bin ein Perfektionist, ich mache keine Kurzgeschichten für einen Tag, ich will dahinterstehen können.»



## Kunst und Kommerz

So also denkt ein Macher, der Kunst und Kommerz nicht in Konkurrenz setzen mag. Und zwischen den Polen, die eben keine sein müssen, auch keine akute Kollisionsgefahr wittert. Er verbindet leichtfüssig das eine mit dem anderen – und aus dieser Haltung entstehen ganz aussergewöhnliche Schöpfungen. Ein Wandler zwischen den Welten eben, der sich nicht mit Nebensächlichkeiten aufhält, sondern auf das Wesentliche konzentriert: das Machen.

Westermanns bisheriges Macher-Portfolio, entstanden in nur elf Jahren Selbstständigkeit, ist überzeugend und gibt seiner Betrachtung Recht. Gut möglich, dass es Dimitri Westermann gelingt, auch in Zukunft ab und zu die Welt anzuhalten. Um eine Vision, ein Projekt, eine Idee zusätzlich zu realisieren, die in einem ganz normalen Jahr mit nur 365 Tagen fast keinen Platz mehr hat. Wir freuen uns darauf!

## > info

### Steckbrief

**Dimitri Westermann**

**Jahrgang:** 1975

**Sternzeichen:** Löwe

**Ausbildung:** Möbelschreiner

**Aktueller Status:** Unternehmer und Macher

**Treibstoff:** Neugier

**Besonderes Kennzeichen:** Skizzenblock und Bleistift immer dabei

### Unternehmen

Westermann AG

Zofingen

[www.westermannag.ch](http://www.westermannag.ch)

Smokeball GmbH

Zofingen

[www.smokeball.ch](http://www.smokeball.ch)

## Kommerz: Der Designklassiker

Dimitri Westermann hat dem legendären Landstuhl des Designers Hans Coray zum Revival verholfen. Der Designklassiker in Aluminium mit der charakteristischen Lochung war der Star der Landi 1939 in Zürich. Und er hat seinen festen Platz in allen bedeutenden Designmuseen der Welt.



Der Neuaufgabe unter Westermanns Ägide ging eine aufwendige Planungsphase voraus, die zwei Jahre in Anspruch genommen hat. Um aktuelle Normen und Vorschriften zu erfüllen und um Reissfestigkeit und Topqualität zu garantieren, mussten völlig neue Vorgehens- und Produktionswege gefunden werden.

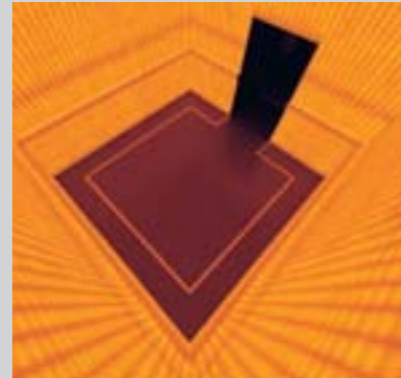
Westermann AG produziert aktuell jährlich 1200 Landistühle. Die Rohteile werden in Küssaburg (D) gefertigt, in der Schweiz gehärtet und veredelt und zum Finish nach Zofingen gebracht. In der Produktionshalle der Westermann AG wird jeder Stuhl von Hand montiert und geprüft, bevor er an Kunden ausgeliefert wird.

Der Landstuhl entspricht in Form, Design und Material zu hundert Prozent dem Original von Hans Coray. Und in gewisser Weise ist jedes Exemplar ein Unikat: jeder Stuhl ist nummeriert und wird damit zum einzigartigen Teil einer Legende, die 1939 ihren Anfang genommen hat.

> [www.westermannag.ch](http://www.westermannag.ch)

## Kunst: Ideen und Projekte

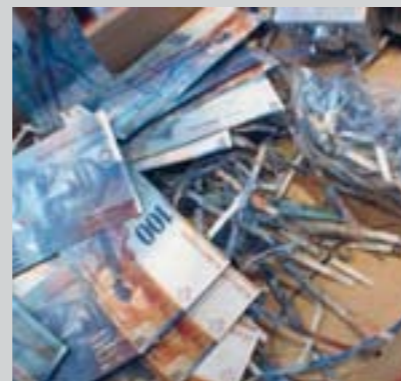
Dimitri Westermann liefert die Technik zur Idee. Oder das Konzept zur Vision. Oder die Umsetzung zur Installation. Einige Projekte, die er für und mit zeitgenössischen Künstlern realisiert hat.



Ingeborg Lüscher, «Bernsteinzimmer»  
Swarovski, Kristallwelten Wattens



Pipilotti Rist, «Nothing»  
Biennale, Venedig



Harald Szeemann, «Banknotenvernichter»  
Arteplage Biel, Expo 02

> [www.smokeball.ch](http://www.smokeball.ch)

## Glasklare Ansichten

Grosszügig dimensionierte Duschen sind Teil ausgereifter Badkonzepte. Die neusten Modelle sorgen mit luftiger Optik und augenfälligen Formen für eine einmalige Atmosphäre im Badezimmer.

### Echtglasduschen für glänzende Auftritte

Das Teilrahmen-Echtglasprogramm Alpino wirkt modern und frisch. Die edlen Duschkabinen mit ihren hochwertigen, technisch ausgereiften Scharnieren und vertikalen Wandprofilen garantieren eine lange Lebensdauer und eine hohe Funktionsicherheit. Grosszügig dimensionierte Schwenktüren bei den Rundkabinen bieten zudem eine grösstmögliche Ein- und Ausstiegsfreiheit. Ein Genuss für alle, die Bewegungsfreiheit im Badezimmer zu schätzen wissen.



### Rahmenlose Technik für Puristen

Alpino Plus, das neue rahmenlose Echtglasprogramm, steht für hohe Anpassungsfähigkeit und ausgereifte Programmvierfalt. Die Qualität dieser Echtglasduschen offenbart sich bis ins Detail: die filigran ausgearbeitete Scharniertechnik ermöglicht präzise Feineinstellungen und erlaubt eine perfekte Ausrichtung der Schwenktüren. Als Standard- oder als Sondermodell erhältlich, setzt Alpino Plus neue Massstäbe im Badezimmer.

## > info

### Reinigung schnell und einfach

- Die duka-Duschabtrennungen sind auf Wunsch mit dem ESG-Oberflächenschutz PROTECT erhältlich. Das erfreuliche Ergebnis: Wasser fliesst leichter ab und vermindert die Ablagerung hartnäckiger Kalkflecken.
- Reinigung ohne hinderliche Kanten: die auf der Innenseite flächenbündig integrierten Scharniere ermöglichen ein müheloses Reinigen der Glasflächen.

[www.duka.ch](http://www.duka.ch)

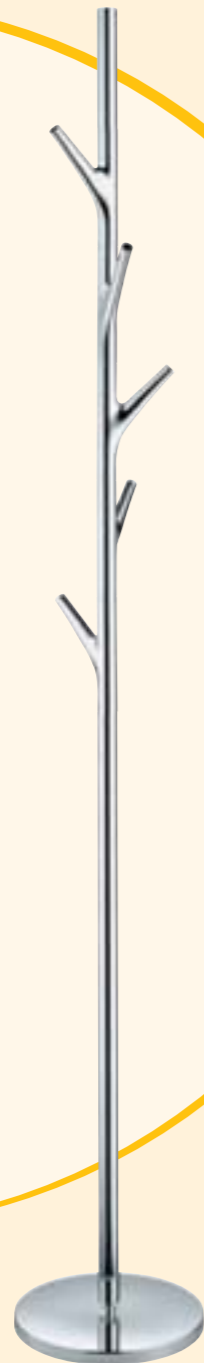
## Blickfang Accessoires

Sind Sie auch der Meinung, dass ein Badezimmer erst mit den richtigen Accessoires zum Leben erwacht? Mit reizvollen Objekten, die auch praktisch sein dürfen, zaubern Sie das ganze Jahr über unterschiedliche Stimmungen in Ihren Wohlfühlraum.

### Entspannung im Einklang mit Elementen

Die Bad-Kollektion Axor Massaud ist eine harmonische Verbindung zwischen organischen und geometrischen Formen, zwischen natürlicher Ästhetik und modernem Design. Die Philosophie des französischen Designers Jean-Marie Massaud erlaubt eine neue Sicht auf das Verhältnis zwischen Mensch, Wasser und Raum. Die Accessoires dieser Kollektion fügen sich in ihrer Eleganz und Emotionalität nahtlos in das Konzept vom Bad als Lebensraum ein.

[www.hansgrohe.ch](http://www.hansgrohe.ch)



### Gestalten und Spielen mit Accessoires

Eine einzigartige Vielfalt an fantastischen Designs, unterschiedlichen Stilen und Farben präsentiert spirella mit ihrem aktuellen Accessoires-Sortiment. Das Motto «Mode für das Bad» setzt individuellen Gestaltungswünschen mit persönlichen Akzenten keine Grenzen.

[www.spirella.ch](http://www.spirella.ch)



### Mobiles Design gekonnt inszeniert

Das Sortiment «Free to stay» von INDA macht seinem Namen alle Ehre. Die verchromten Handtuchständer im puristischen Design lassen sich überall dort aufstellen, wo Bohrlöcher unerwünscht sind. Besonders geeignet für den Einsatz in Mietwohnungen oder in Badezimmern, in denen Design und Details gerne wirkungsvoll in Szene gesetzt werden.

[www.inda.net](http://www.inda.net)

## Wirkung und Bedeutung von Farben

### Blau – der kühle Kontrast

Farben bestimmen unser Leben. Sie erzeugen Stimmungen, sie werden mit unterschiedlichen Werten assoziiert und: Farben prägen auch den Charakter unserer Wohnräume. Zusammen mit der Stylistin Simone Steiner richten wir heute den Scheinwerfer auf die vielseitige Farbe Blau.

Text Bettina Eyholzer Bild photocase

#### Blau für Menschen

Die Farbe Blau verbinden wir mit Wasser, Himmel oder Luft und damit indirekt mit Weite, Tiefe oder Ruhe. Blau gilt allgemein auch als die kälteste Farbe, in Assoziation mit Winter, Schnee und Eis.

Der Star unter den Farben: Fast die Hälfte aller Europäer gibt in Umfragen Blau als ihre Lieblingsfarbe an.



#### Mit Accessoires spielen

Accessoires in leuchtendem Türkis oder hellem Meeresblau wirken frisch und anregend. Sehnt man sich nach Ruhe und Entspannung, sind gedämpfte und zarte Farbtöne wie Taubenblau oder Eisblau als Akzente genau richtig.

Damit die Stimmung nicht zu sehr abkühlt: Accessoires in Lindgrün, Lila, Rosa oder Orange bringen wieder Wärme ins Spiel und harmonisieren hervorragend mit Blau.



#### Farbige Pflanzenwelt

Auch blau blühende Pflanzen stehen auf der Beliebtheitskala weit oben: Lavendel, Vergissmeinnicht, Stiefmütterchen, Kornblumen oder Rittersporn sind häufige Gäste in Wohnzimmern und Gärten. Das Grün ihrer Blätter unterstreicht die beruhigende Wirkung ihrer blauen Blüten.

Die Sonne bringt blaue Blütenblätter zum Leuchten. Im Schatten hingegen verbreiten blaue Blüten eine eher düstere Stimmung.

#### Wirkung in der Werbung

Blau ist in der Werbung beliebt und hilft zahlreichen Produkten, sich im besten Licht zu zeigen: Waschmittel suggerieren Sauberkeit, Elektronik- und Computerprodukte wirken technisch und kompetent oder Kosmetikprodukte präsentieren sich mit blauem Flair frisch und pflegend.

Interessant: Verpackungen von Lebensmitteln wie Frischkäse, Milch oder Butter, die gekühlt aufbewahrt werden und frisch erscheinen sollen, sind oft blau, kombiniert mit Weiss und Silber.

#### Blau für Wohnräume

Generell schaffen blassere Blautöne ein friedliches und besänftigendes Flair. Helle Blaunancen lassen Räume optisch weiter und grösser wirken. Vorsicht mit knalligem Blau, es eignet sich primär für Akzente, weniger für flächige Gestaltung. Einige Tipps:

- **Bad:** Leuchtendes Blau und Türkis wecken die Lebensgeister. Dank seiner Nähe zu Wasser und der anregenden und wohltuenden Wirkung eignet sich Blau ideal fürs Bad.
- **Schlafzimmer:** Zarte und helle Blaunancen wiegen in einen erholsamen Schlaf und wirken positiv bei Schlafstörungen.
- **Kinderzimmer:** Eher zarte Blautöne verwenden, die beruhigen.
- **Wohn- und Arbeitsbereich:** Vor allem kalte Blautöne zurückhaltend verwenden: sie wirken einschläfernd und dämpfen Aktivität, Kommunikation und Stimmung.
- **Küche:** Ein zartes und helles Blau strahlt Frische und Sauberkeit aus.

Blautöne haben oft den Effekt, andere Farben wie etwa Gelb, Orange oder Pink dramatischer erscheinen zu lassen, weil sie in Kombination mit Blau mehr hervorstechen.

#### Blau zum Kombinieren

- Gelb, Orange und Violett passen hervorragend.
- Rosa bringt ein warmes, feminines Element ins Spiel.
- Blau und Rot wirken oft sehr hart im Kontrast und aufdringlich.
- Im Zusammenspiel mit Grün hebt Blau die Stimmung.
- Weiss und Blau kombiniert strahlen Frische und Helligkeit aus.

Blau eignet sich hervorragend als Hintergrundfarbe, weil es Ferne vortäuscht.



#### Und: Blau ist überall

Eine Fahrt ins Blaue, die blaue Stadt Jodhpur, der blaue Brief, die Blauhelme der Vereinten Nationen, blauer Montag, mit Blaulicht unterwegs, blauer Dunst, das Blaue vom Himmel versprechen, mit blauem Auge davonkommen, blauäugig durchs Leben wandern, die Blaupause, Parkieren in der blauen Zone, blau sein, blaues Blut, Bluejeans, Blaubeeren, Blaukraut oder das Blaukehlchen und der Blauwal.

Nirgendwo leuchtet Blau strahlender als in den Ländern ums Mittelmeer. Tiefblau gestrichene Türen und Fensterläden, türkisfarbenes Wasser: Und schon träumen wir von einem Leben an der Küste.



#### Gestalten mit Blau

Eine Nuance stärker oder schwächer – und im Handumdrehen wird aus dem dezenten Zierspiegel in Taubenblau ein echter Blickfang in Marine. Die vielseitige Farbfamilie Blau kann sehr unterschiedliche Wirkungen auslösen. Nutzen Sie ihre Eigenschaften und spielen Sie mit den Blautönen:

Die Frotteewäsche in Türkis setzt frische Akzente, die dunkelblauen Sofakissen strahlen einladende Ruhe aus oder eine Wand in zartem Hellblau lässt das Zimmer weiter erscheinen. Verschiedene Blaunancen sind in sich hervorragend kombinierbar und schaffen eine stimmige Atmosphäre. Die Idee: mit feinen Nuancen grosse Wirkung erzielen.



> info

Simone Steiner  
Stylistin und Dekorationsgestalterin  
Wetzikon  
[www.wohn-bar.ch](http://www.wohn-bar.ch)

## Das Bad als Lebensraum

Einrichtungskonzepte aus einem Guss: die aufeinander abgestimmten Waschtische, Möbel und Armaturen strahlen eine beruhigende Harmonie aus und wirken nahtlos schön.

Das Herzstück jedes Badezimmers ist der Waschplatz. Rund um diesen Mittelpunkt hat KEUCO alle anderen Bereiche in die ganzheitliche Gestaltung einbezogen, um ein Bad der ganz besonderen Art zu kreieren. Das Ergebnis ist die Edition 300. Eine Badkollektion für anspruchsvolle Ästhetiker und sinnlich ausgeprägte Charaktere, die Wert auf eine visuelle und mit allen Sinnen erfahrbare, wohnliche Atmosphäre legen.

### Waschplatz mit Centerlösung

Kern der Edition 300 ist der Waschplatz mit seiner Centerlösung. Auffallend in seiner Form und Präzision geht der Waschtisch nahtlos in das

vollständig ausziehbare Schubladenelement über. Die Schublade ist passend zu den beiden Einzelwaschtischen und dem Doppelwaschtisch in drei Breiten erhältlich: 650 mm, 950 mm und 1250 mm. Abgestimmt auf die Breite der Waschtischeinheit runden ein Lichtspiegel oder ein Spiegelschrank sowie eine passende Glasablage das Gesamtbild harmonisch ab. Mit seiner breiten durchgängigen Spiegelfront, die sich leichtgängig nach oben öffnen lässt, wird der Spiegelschrank zum optischen Highlight. Ausgefallen ist die innenliegende Beleuchtung, die durch eine satinierte Glaseinlage im Spiegel sanftes Licht in den Raum wirft und für eine behagliche



Atmosphäre sorgt. Über ein raffiniertes Stecksystem sind die Glasböden des Spiegelschranks jederzeit individuell zu verschieben.

### Strenge und Wärme im Einklang

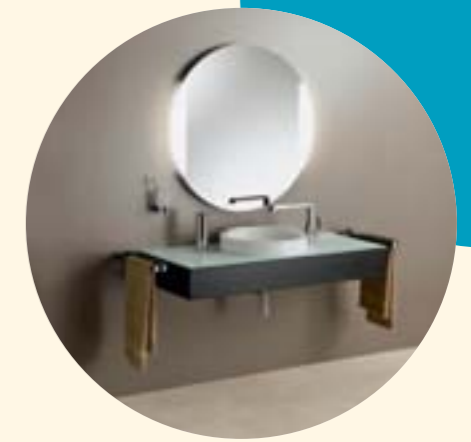
Unverwechselbare Formen entstehen nicht im Windkanal. Das Design der Badmöbel setzt bewusst auf markante geometrische Linien. Auffallend: die Schubladen und Schränke sind sehr benutzerfreundlich konzipiert. Übersichtlich in der Aufteilung und leicht bedienbar sorgen sie für eine aufgeräumte Stimmung im Badezimmer. Im Zusammenspiel mit den vier Korpus- und sechs Frontfarben

entsteht ein Einklang von Strenge und Wärme, der die natürlich-sinnliche Konzeption des Programms unterstreicht.

### Neuheiten 2008

Neu ergänzt ein rundes Aufsatzwaschbecken, das je nach Wunsch zentriert, rechts oder links angeordnet werden kann, das bestehende Sortiment. Der Wechsel zwischen runden und eckigen Formen ergibt ein reizvolles Spiel, das individuelle Gestaltungsvarianten offenlässt. Zu sehen in ausgewählten Ausstellungen bei Richner.

[www.keuco.de](http://www.keuco.de)



## Leser-Wettbewerb

### Tolle Bäder für starke Typen

Menschen erkennt man an ihren Bädern – oder umgekehrt? Jedenfalls, das eine prägt das andere. Welcher Typ passt zu welchem Bad? Yolanda, Fabian und Kathrin haben sich ihr Wunschbad ausgesucht. Und jetzt kommen Sie ins Spiel – erraten Sie welches?

Text Ruedi Maeder Bild David Küenzi



#### Yolanda Lack

Die Individualistin mag modernes Wohnen, liebt Reisen in die USA, bezeichnet sich selbst als leicht chaotisch, schwimmt lieber gegen als mit dem Strom und hat neben Mann und Tochter eine grosse Leidenschaft: Kaya, ihren Hund. Schön und anziehend wird das, was mein Interesse weckt, sagt sie. Deshalb findet sie Gregory Peck in Moby Dick trotz Narbe ganz grossartig und die Rolle als einzige Frau im Film hätte sie sofort angenommen. Sie wünscht sich eine Maschine, die endlich vollautomatisch bügelt und ein Badezimmer, das gross und hell genug ist, um Kakteen und Orchideen zu züchten.

#### Fabian Keller

Er mag sich nicht von Sachzwängen beeinflussen lassen, bleibt ruhig, wenns brennt, hat Sinn für Humor und steht auf Natürlichkeit – bei Menschen und auch bei Materialien. Erklärtes Feindbild: Routine und Eintönigkeit. Deshalb ist er ein leidenschaftlicher Pokerspieler mit Wunschdestination Las Vegas. Styling und Wohnen? Äusserlichkeiten stehen nicht im absoluten Vordergrund, er hat seinen eigenen Stil, schätzt aber das Praktische und das Grosszügige, Raum ist ihm wichtig. Sein grösster Wunsch? Zufrieden sein, mehr braucht's nicht. Die Umsetzung hat er in Arbeit.



#### Kathrin Bernauer

Das Detail ist ihr wichtig, deshalb ist ihre Wohnung nicht nur geschmackvoll, es steht auch alles an seinem Platz. Sie mag das Schlichte, setzt aber überall Akzente und spielt deshalb gerne mit Farben. Beim Wohnen, bei ihren Outfits und auch beim Malen. Gegensätze kriegt sie locker unter einen Hut: grüne Landschaft, Berge, Hunde und ihren Hamster (Nucki II) liebt sie ebenso wie Sound, Linie und Form von eleganten Sportwagen. Sie würde gerne gelegentlich Brad Pitt begegnen, noch lieber aber nach Australien reisen. Ersteres wegen BPs Ausstrahlung, Letzteres, weil sie endlich mal Kängurus und Koalabären live sehen möchte.



Das Verträumte



Das Erdige



Das Futuristische



## Leser-Aktion! Ihr Bad: Wir wollen es sehen

Sie haben Ihr Bad liebevoll gestaltet und Ihre persönliche Oase gehört nur Ihnen? Das soll auch so bleiben, aber: Wir möchten einen Blick in die tollsten Badezimmer der Schweiz werfen. Gehört Ihr Bad dazu?

### Jedes Bad ist anders

Und genau «dieses andere» interessiert uns. Was unterscheidet Ihr Bad von anderen Bädern? Was macht gerade Ihr Badezimmer so individuell und einzigartig? Ist Ihr Bad sehr gross, sehr klein, sehr originell, sehr bunt, sehr geschmackvoll, sehr futuristisch, sehr gemütlich, sehr romantisch, sehr künstlerisch, sehr atmosphärisch oder sehr... – ja, was denn? Was zeichnet Ihr Bad aus? Wir möchten die schönsten Bäder der Schweiz sehen, zeigen Sie uns Ihr Bad!

### Ein Klick, ein Bild und absenden

Fotografieren Sie Ihr Bad von seinen besten Seiten und senden Sie uns Ihre Bilder – wir sind gespannt. Die schönsten, originellsten und aussergewöhnlichsten Bäder stellen wir in atmosphäre vor. Keine Frage, wir freuen uns, wenn Ihr Bad mit dabei ist!

### Der Preis für Ihren Fleiss

Wer weiss, vielleicht begegnen Sie Ihrem Schmuckstück bald schon in atmosphäre. Ganz sicher aber haben Sie als Teilnehmer an unserer Leser-Aktion alle Chancen, ein unvergessliches Wochenende für zwei Personen in Adelboden zu gewinnen: Geniessen Sie das atemberaubende Panorama, Entspannung, Luxus und persönlichen Service im Solis Cambrian Hotel & Spa in Adelboden.

Mitmachen und alle Details zum Wettbewerb:

[www.richner.ch/meinbad](http://www.richner.ch/meinbad)

### Und jetzt Sie!

Sagen Sie uns, wer welches Bad liebt, und mit etwas Glück gewinnen Sie einen tollen Preis: ein Wochenende für zwei Personen im Engadin. Logieren Sie im Boutique-Hotel Guardaval in Scuol und geniessen Sie mit allen Sinnen die romantische Atmosphäre inmitten der Engadiner Berge. Mitraten und alle Details zum Wettbewerb:

[www.richner.ch/wettbewerb](http://www.richner.ch/wettbewerb)

## Christof Glaus über Freiheit und Architektur «Der Zauberberg in neuer Auflage»

atmosphère am Puls: Menschen und Bauwerke im Fokus, welche die Gesellschaft aktiv prägen und beeinflussen. Christof Glaus über exklusives Wohnen über dem Zürichsee und die besten Voraussetzungen, um wirklich gute Architektur zu schaffen.



### Zauberberg, ein schöner und ungewöhnlicher Name für ein Projekt.

Der Zauberberg geht auf Thomas Mann zurück, der in Kilchberg lebte und mit seinem gleichnamigen Roman einen grossen Erfolg hatte. Unser Projekt wird am Oberen Mönchhof in Kilchberg realisiert, von da aus hat man eine zauberhafte Aussicht auf den Zürichsee. Für uns hat der Zauberberg etwas Geheimnisvolles und Mystisches.

### Wie ist das Projekt Zauberberg entstanden?

Ein Freund von mir kaufte dieses Grundstück. Zusammen erarbeiteten wir ein Projekt, das den Bau von zwei Wohnhäusern vorsah. Inzwischen hat sich gezeigt, dass in dieser Preislage das Kaufinteresse nur bei einer exklusiven Nutzung vorhanden ist. Deshalb haben wir uns entschieden, nur das obere Wohnhaus zu realisieren und im unteren Bereich eine Pergola zu platzieren. Der schöne Nebeneffekt für die Nachbarn: die Seesicht bleibt erhalten.

### Welche Rolle spielt die Umgebung des Wohnquartiers?

Es ist tatsächlich so, dass die Umgebung eine andere Ästhetik hat. Wir haben uns vorgängig mit dem Ort, der Stimmung, der Funktion und der Vision auseinandergesetzt. Zudem haben wir unsere eigenen Bilder entwickelt: zwei grosse Steine, die an dieser steilen Lage herunterrollen

und irgendwo in dieser wilden Natur zum Stillstand kommen. Der Innenraum dieser Steine ist ausgehöhlt und zeigt eine andere Welt. Dieses Grundprinzip widerspiegelt sich auch in den verwendeten Materialien: speziell eingefärbter Beton im Aussenbereich, Holz und heller Stein im Innenbereich.

### Was fasziniert Sie an diesem Projekt?

Einerseits ist es der Umgang mit einem bestehenden Quartier, andererseits die Besonderheit der Aufgabenstellung, die Ansprüche des gehobenen Wohnungsbaues. In der zersiedelten Einfamilienhauskultur versuchen wir einen Anfangspunkt zu setzen, mit einer modernen Auffassung vom Villenbau. Unsere Aufgabe ist es, jedes Detail zu planen, zu optimieren und nicht zuletzt eine Ästhetik zu entwickeln, die insgesamt perfekt ist.

### Welche Vorgaben des Bauherrn müssen Sie berücksichtigen?

Keine. In der Entwicklung des Projektes liess uns der Bauherr völlig freie Hand. Die eingrenzenden Bedingungen liegen in der Umsetzung unserer Ansprüche. Dies führt zu einem starken, tragenden Konzept und einer einzigartigen Architektursprache. Auf dieser Basis wird nun mit dem künftigen Besitzer in intensiven Gesprächen das Projekt endgültig definiert und im Detail geplant – ein massgeschneidertes Zuhause,

basierend auf einem Konzept, entwickelt aus den Bedingungen des Ortes.

### Das hört sich nach Prototyp an...

Nein, das ist der Zauberberg nicht. Der Entwurfsprozess ist zwar immer derselbe. Analyse des Ortes und Aufgabe verdichten sich aber zu einem Konzept und daraus entwickelt sich eine spezifische Ästhetik. Wir versuchen grundsätzlich immer Projekte zu schaffen, die Besonderheiten des Ortes und des Programms pointiert zum Ausdruck bringen.



### Und was macht den Zauberberg zu etwas Besonderem?

Dramaturgisch ist das Projekt sehr interessant und schafft es, eine Spannung aufzubauen. Dem gewachsenen Umfeld traditionellen Zuschnitts wird eine klare, geometrische und skulpturale Architektur entgegengesetzt. Die unregelmässig gesetzten Fenster hauchen dem Baukörper aus präzisiertem Sichtbeton Leben ein, als ob er selbst die wunderschöne Aussicht auf den See geniessen würde.

### Wie ist die Villa aufgebaut?

Die Schichtung der Villa hierarchisiert die Öffentlichkeit. Im Eingangsbereich im Obergeschoss sind alle öffentlichen Räume zu finden. Je tiefer man ins Gebäude dringt, desto privater wird es. Der Mittelpunkt des Hauses ist eine Treppe, sie verbindet alle vier Geschosse miteinander und bietet die Möglichkeit, grosszügige Kunstwerke anzubringen. Schiebetüren schaffen unterschiedliche Raumverhältnisse, sie bringen Räume miteinander in Verbindung oder schliessen sie.

### Eine exklusive Villa verlangt nach einem exklusiven Innenausbau...

Das ist richtig. Wir verwenden dunkles Holz, hellen Stein und Glasmosaik. Auch hier arbeiten wir mit einer reduzierten Ästhetik, die das Zurückhaltende der Gebäudehülle zum Ausdruck bringt. Die Bewohner und deren Kunst sollen ein Teil dieses Hauses sein, ohne die Exklusivität zur Schau zu stellen.

### Ein Blick in die Zukunft...

Als eines der grössten Architekturbüros in Zürich bearbeiten wir momentan 40 Projekte. Wir möchten uns denn auch noch möglichst lange verwirklichen. Im Moment ist die Architektur in Bewegung, vieles ist möglich, insbesondere greifen Schweizer Architekten innovativ Themen auf, die weiter weg sind von bekannten architektonischen Diskursen und Konnotationen – schlicht spannend.



> info

Christof Glaus  
dipl. Architekt ETH  
Stücheli Architekten AG, Zürich

[www.stuecheli.ch](http://www.stuecheli.ch)

# Revolutionäres aus der Keramikwelt

Schmutz ist ein Dauerthema – genauso wie aufwendige Reinigungsmaßnahmen. Bei der Auswahl von Wand- und Bodenplatten stehen trendorientierte Formen und Farben im Vordergrund. Wer darüber hinaus funktionale Aspekte, wie zum Beispiel die Reinigungsfreundlichkeit, nicht ausser Acht lässt, gewinnt Zeit und Lebensqualität.



Keramische Wand- und Bodenplatten werden vermehrt mit speziellen Veredelungen angeboten. Dabei spielen zwei Grundprinzipien eine wichtige Rolle: die wasserabweisende, hydrophobe und die wasserfreundliche, hydrophile Technik. Damit veredelte Keramikplatten sind nicht nur extrem reinigungsfreundlich, sondern überzeugen je nach Ausführung mit weiteren verblüffenden Eigenschaften. Die aktuelle Produktgeneration begeistert neben gestalterischer Vielfalt auch durch innovative praktische Vorzüge.

## Lotus-Effekt: verhindert das Haftenbleiben von Wasser und Schmutz

Vorbild für den Lotus-Effekt auf keramischen Platten sind die Blätter der Lotuspflanze. Eine noppenförmige Nanostruktur verhindert, dass Wasser und Schmutz haften bleiben. Solche Oberflächen sind wohl sehr reinigungsfreundlich, aber auch relativ empfindlich gegenüber mechanischen Beanspruchungen, die die Struktur und damit deren Wirkung zerstören können. Zudem kann der

Einsatz von waschaktiven Substanzen, die unter anderem in Spülmitteln enthalten sind, den gewünschten Effekt vermindern.

## Hydrophobe Beschichtungen: wasserabweisende Funktion

Oberflächen, die «nur» hydrophob (ohne Nanostruktur) sind und aus organischen Verbindungen bestehen, ähneln in ihrer Funktionsweise einer Teflonpfanne. Die Oberflächen wirken aufgrund ihrer Antihafteigenschaften wasserabweisend. Für den täglichen Gebrauch gelten jedoch ähnliche Regeln wie für die Teflonpfannen. Man muss sich genau an die Pflegehinweise halten und darf die Oberflächen nicht mit scharfen oder scheuernden Putzmitteln reinigen.

## Hydrotect: ein spezielles Prinzip mit revolutionären Eigenschaften

Im Gegensatz zu den hydrophoben Lösungen bietet sich eine hydrophile Lösung an, die in ihrer Form für keramische Platten einzigartig ist. Die

Oberflächenveredelung Hydrotect, eine Innovation der Deutsche Steinzeug, basiert auf einem speziellen Wirkungsprinzip. In die Glasur ist Titandioxid eingebrannt, das eine Reaktion zwischen Licht, Sauerstoff und Luftfeuchtigkeit in Gang setzt. Diese durch Licht ausgelöste Reaktion wird schon bei normaler Raumbeleuchtung erzeugt.

Hydrotect wird werkseitig bei hoher Temperatur in die Glasur eingebrannt. Im Vergleich zu herkömmlichen Versiegelungen, Imprägnierungen oder Beschichtungen ist diese Veredelung so robust, dass neben Wand- auch Bodenplatten damit ausgestattet werden können. Die ursprünglichen Vorzüge, wie zum Beispiel Abriebfestigkeit und Chemikalienbeständigkeit, bleiben dabei erhalten.

Mit dieser Technik ausgestattete Platten sind hydrophil, das heisst, sie wirken wasserfreundlich und sind dadurch extrem pflegeleicht. Wasser wird nicht abgestossen, sondern verteilt sich als dünner, flächiger Film. Dadurch wird der Schmutz beim

Reinigen unterspült und lässt sich mühelos entfernen. Darüber hinaus wirkt Hydrotect antibakteriell. Mikroorganismen wie Bakterien, Pilze, Algen, Moose und Keime werden ohne Chemie zersetzt und die Entstehung neuer Erreger verhindert. Ein zusätzlicher überzeugender Vorzug: Hydrotect baut störende Gerüche ab und verbessert die Luftqualität nachhaltig. Das gilt für Tabak- oder Küchendunst wie auch für den typischen Geruch in sanitären Räumen, Umkleidekabinen und ähnlichen Bereichen.

**Fazit:** Hydrotect reduziert den Reinigungsaufwand und den Einsatz von Reinigungsmitteln erheblich. Das spart Zeit, senkt die Kosten, schont die Umwelt und erhöht die Lebensqualität.

**Unser Tipp:** Lassen Sie sich in unseren Ausstellungen über die verschiedenen Oberflächenveredelungen und deren Eigenschaften ausführlich beraten.

[www.deutsche-steinzeug.de](http://www.deutsche-steinzeug.de)

## Platten ohne Veredelung



Wassertropfen bilden sich ...



... nach dem Abtrocknen bleibt der Schmutz zurück.

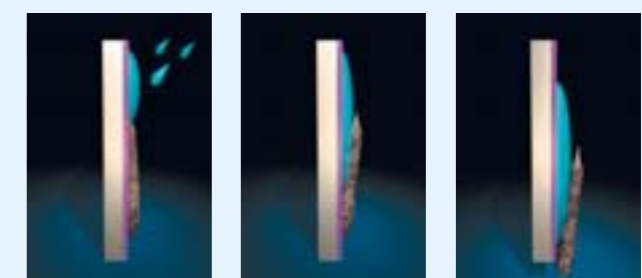
## Platten mit Hydrotect-Veredelung



Wasser verteilt sich als dünner Film auf der Oberfläche und unterwandert die Verschmutzung ...



... die sich spielend einfach entfernen lässt. Zurück bleibt eine saubere Oberfläche.



Durch Hydrotect werden Verschmutzungen vom Wasser unterspült und können mühelos entfernt werden.

## Mit Materialien spielen

Die Vielfalt an Materialien fürs Bad setzt beim Gestalten fast keine Grenzen: Keramik, Edelstahl, Naturstein, Glas, Holz und viele andere. Welche Materialien sind aktuell besonders gefragt? Und warum? Thomas Glauser beantwortet Besuchern in der Bäder-Ausstellung in Thun täglich Fragen rund um Materialwahl, Anmutung und Pflege.



### Auf welche Kriterien achten Kunden hauptsächlich beim Auswählen?

Ästhetik spielt eine immer grössere Rolle. Schöne Materialien werten ein Bad auf, verleihen ihm Wärme und Stil. Zudem ist es Kunden wichtig, dass das jeweilige Material pflegeleicht und gut haltbar ist.

### Und bei Waschtischen, WCs und Belägen?

Hier ist nach wie vor Keramik der Klassiker. Das Material aus gebrannter Tonerde ist zeitlos und in verschiedensten Ausführungen erhältlich. Zudem pflegeleicht und sehr hygienisch.

### Wo liegen die grössten Herausforderungen bei der Auswahl?

Aus dem riesigen Angebot die passenden Materialien für sein persönliches Bad zu finden. Und diese gut zu kombinieren.

### Wie gehen Sie dabei als Berater vor?

Sobald ich den Geschmack des Kunden im Gespräch herausgespürt habe, setzen wir gemeinsam Prioritäten. Mit dem Ziel, die perfekte Materialkombination für den Kunden und sein geplantes Bad zu finden, die alle Ansprüche befriedigt. Im Vordergrund stehen Ästhetik, Funktionalität, Pflege und Preis. Die sorgfältige Auswahl lohnt sich, weil gerade das Spiel mit verschiedenen Materialien dem Bad einen ganz eigenen Charakter verleiht.

### Trends für die Zukunft?

Das Umweltbewusstsein wird eine noch stärkere Rolle spielen und damit die Nachfrage nach ökologischen Materialien steigern. Materialien wie Edelstahl oder Keramik werden davon profitieren – sie belasten die Umwelt weniger und können ohne grossen Aufwand recycelt werden.



### Welche Materialien sind konkret gefragt?

Bei Bade- und Duschwannen ist es hauptsächlich emaillierter Stahl, weil er sehr kratz- und schlagfest sowie preislich interessant ist. Doch Acryl und Quaryl, die beiden Kunststoffe, sind kräftig am Aufholen. Ihre Vorteile: das Material fühlt sich wärmer an, bietet eine grössere Auswahl an Formen und ist geräuschdämmend.

### Andere Materialien, die den gestalterischen Spielraum vergrössern?

Da sind die Grenzen inzwischen sehr weit gesteckt: Echt- und Kunstholz, Kunstharz, Naturstein, künstlich versetzte Natursteine, Mineralguss, Corian, Glas und viele andere. Bestehende Materialien werden ständig weiterentwickelt und laufend kommen neue dazu, wie zum Beispiel Quaryl: eine Weiterentwicklung von Acryl, jedoch noch widerstandsfähiger.

## info

Mehr zu aktuellen Plättliltrends? Informationen erhalten Sie in allen Richner-Plättli-Ausstellungen oder unter

[www.richner.ch](http://www.richner.ch)

## FÜR IHRE AGENDA

### München

#### BAU 2009

Europäische Leitmesse für Baustoffe, Bausysteme und Bauerneuerung  
12. bis 17. Januar 2009

### Valencia

#### Cevisama

Internationale Messe für Keramik-, Glas- und Bauindustrie  
10. bis 13. Februar 2009

### Frankfurt

#### ISH

Internationale Leitmesse für Sanitär- und Heizungstechnik  
10. bis 14. März 2009

### Zürich

#### Giardina

Garten- und Lifestyle-Messe  
18. bis 22. März 2009

### Wettingen

#### Bauen und Wohnen

Messe für Bauen, Renovieren, Wohnen, Haus und Garten.  
16. bis 19. April 2009

### Mailand

#### Salone Internazionale del Mobile

Internationale Möbelmesse  
22. bis 27. April 2009

### Chicago

#### K / BIS

Kitchen/Bath Industry Show, die wichtigste US-Messe im Bereich Sanitär, Heizung und Klima. Forum und Treffpunkt für Armaturenhersteller, Sanitär-grosshändler, Installateure, Handelsvertreter, Industriedesigner und Ingenieure.  
30. April bis 3. Mai 2009

Industrie Neubuchs  
5001 Aarau  
Tel. 062 834 37 37  
Fax 062 834 37 09

Bramenstrasse 10  
8184 Bachenbülach  
Tel. 044 860 71 10  
Fax 044 860 39 70

Gellertstrasse 212  
4052 Basel  
Tel. 061 331 81 88  
Fax 061 331 89 72

Stauffacherstrasse 130a  
3014 Bern  
Tel. 031 336 60 60  
Fax 031 336 60 69

Pulverweg 9  
3400 Burgdorf  
Tel. 034 420 74 00  
Fax 034 420 74 01

Kalchbühlstrasse 40  
7000 Chur  
Tel. 081 258 44 44  
Fax 081 258 44 45

Wilerstrasse 73  
9200 Gossau  
Tel. 071 383 10 01  
Fax 071 383 10 06

Industriestrasse 11  
3210 Kerzers  
Tel. 031 750 73 00  
Fax 031 750 73 49

Grabenhofstrasse 2  
6010 Kriens  
Tel. 041 340 74 48  
Fax 041 340 74 47

Eichwiesstrasse 2  
8640 Rapperswil-Jona  
Tel. 055 221 11 11  
Fax 055 221 11 20

Am Kägenrain 1-3  
4153 Reinach BL  
Tel. 061 717 99 55  
Fax 061 717 99 56

Erlenstrasse 1  
6343 Rotkreuz  
Tel. 041 798 05 80  
Fax 041 798 05 81

Rheinweg 1  
8200 Schaffhausen  
Tel. 052 624 78 95  
Fax 052 624 79 77

Muttenstrasse 13  
4500 Solothurn  
Tel. 032 625 61 11  
Fax 032 625 61 93

Schlossmattstrasse 17  
3600 Thun  
Tel. 033 222 92 22  
Fax 033 222 92 90

11, rte du Petit-Moncor  
1752 Villars-sur-Glâne  
Tel. 026 408 85 00  
Fax 026 408 85 85

Technoramastrasse 15  
8404 Winterthur  
Tel. 052 244 01 11  
Fax 052 244 01 12

Würzgrabenstrasse 6  
8048 Zürich  
Tel. 044 438 25 25  
Fax 044 438 25 80

### Legende

■ Bäder  
■ Plättli  
■ Küchen  
■ Parkett

[www.richner.ch](http://www.richner.ch)  
Im Handelsregister  
eingetragene Firma:  
BR Bauhandel AG

### Ab 2009 finden Sie uns auch in:

Möösliematten 8  
6218 Ettiswil  
Tel. 041 980 50 60  
Fax 041 980 49 27

Arsenalstrasse 21  
6010 Kriens 2  
Tel. 041 317 03 03  
Fax 041 317 03 33

Bogenstrasse 14  
9000 St. Gallen  
Tel. 071 274 52 52  
Fax 071 274 52 53

Müllerenstrasse 3  
8604 Volketswil  
Tel. 043 399 43 43  
Fax 043 399 43 44

**RICHNER**  
Eine Idee persönlicher.

# HOME EXPO Suhr – Ihre Inspiration fürs Bauen



## Auf der Suche nach Ihrem Traumhaus?

In der ersten Musterhaus-Ausstellung der Schweiz erwarten Sie fünfzehn verschiedene Holzsystem-Häuser auf kleinstem Raum. Alle sind technisch komplett ausgestattet und möbliert. Sie können jedes Haus nach Lust und Laune besichtigen – vom Keller bis zum Dach.

Und ausserdem: im Infocenter erhalten Sie Auskünfte von Fachpersonen rund ums Bauen, Wohnen, Einrichten und Energiesparen.

Weitere Infos unter [www.homeexpo-services.ch](http://www.homeexpo-services.ch)

