



[1]



[2]



[3]

Kaldewei [1]

Villeroy & Boch [2]

Duravit Cape Cod [3]

Grohe AquaSymphony [4]

SHK BLIJFT ONMISBAAR VOOR NEDERLANDERS

Zachte kleuren en een sprookjesfontein

Rob Vermeulen

Douchen moet groots en meeslepend. Dat is al een tijdje de trend en bij **GROHE** nemen ze dat letterlijk met de AquaSymphony, een regendouche zo groot als het plafond van een modale doucheruimte. Hij doet een beetje denken aan die van Antoniolupi vorig jaar in Frankfurt: een vierkant met ontelbare straal-, sproei- en spuitmondjes die volgens een persoonlijk programma de gebruiker nat maken, verwarmen, schoonspoelen, masseren en verrassen.

Hij prikkelt alle zinnen, deze superdouche, met water, licht en muziek. Met extra aandacht voor hygiëne en dat is goed. De douchesymfonie spoelt zichzelf grondig schoon na gebruik. En de bediening is dik in orde, simpel genoeg voor iedereen: met een app op de smartphone uiteraard. Die je natuurlijk niet in je enthousiasme moet meenemen onder deze sprookjesfontein.

Een leuk nieuwtje van Grohe voor de project- en wellness-sector: de automatisch spoelende urinoirs reageren nu niet meer op iemands aanwezigheid, maar hebben een temperatuursensor die pas aanslaat

als er echt een plasje wordt gedaan. En de projectkranen zijn desgewenst in een netwerk te koppelen, zodat je vanuit een centraal punt in de gaten kunt houden welke het meeste en het minste worden gebruikt, en hoeveel water ze dan kosten.

VILLEROY & BOCH heeft serieus aandacht voor de ouder wordende of anderszins wat minder vlot bewegende gebruikers van zijn douches en toiletten. Met goed vormgegeven beugels en handgrepen, maar het kan ook mooier. De Vivia-serie bevat diepe wastafelmeubels met uitklapbare opbergruimte, voorzien van een spiegel zodat een ouderwets bedoelde, maar heel eigentijds uitziende kaptafel ontstaat. Zelfs de douche uit deze serie biedt kastruimte en ziet er origineel genoeg uit voor een iF Award. In douchetoiletten laat V&B de techniek over aan Toto, een verstandige zet. Zelf besteedt het merk veel aandacht aan luxe wandpotten met verwarming, verlichting en automatisch oprijzende deksels. Ook is er een ViFresh direct-flus toilet waar toch een spoelblokje in kan, dankzij

een speciale opening achter de zitting, met een dekseltje erop. Handig en hygiënisch.

Op designgebied heeft Villeroy&Boch nog twee sterke troeven: een splinternieuwe serie zacht getinte Artis-waskommen van Gesa Hansen en de superstrakke Infinity-douchevloeren die met een digitale printtechniek zijn aan te passen aan de omringende tegels. Het kranenassortiment van Villeroy&Boch komt van Dornbracht. Domicil is voldoende anders dan het Dornbracht-merk, ietsje klassieker met zijn bakeliet-achtige zwarte grepen, maar nog steeds met een eigentijdse touch in de prominent verjongende uitloop. Voor wie warmte wil is de serie ook verkrijgbaar in champagnekleur: een beetje goud, niet overdreven en dus nét niet poenig.

Onderscheid maken in badkamermeubelen is moeilijk. **DURAVIT** doet het al een poos met de prijswinnende Cape Cod-serie en ME-meubels van Philippe Starck, die nog steeds warm afsteken tegen de massa van rechthoekige blokken. Wie het toch wat zakelijker

wil, kan bij Duravit terecht voor heel mooi afgewerkte wastafels onder de naam 'c-bonded'. De zijkanalen van het keramische blad zijn hier gefineerd met hetzelfde materiaal als het corpus, wat een opvallender aanblik geeft dan je zou denken. Een subtiele ingreep, technisch een hele klus, met optimaal effect.

Interessant voor de handel: Duravit komt binnenkort met een lijvig boekwerk vol sfeerfoto's en designideeën, ook in een Nederlandstalige versie, met de mogelijkheid om de eigen bedrijfsnaam op de omslag te zetten.

PRIMABAD maakt een paar geslaagde bewegingen naar het hogere segment met badkamermeubels die

net iets meer bieden. Zo is er een strakke, perfect uitgevoerde wastafel met een blad van 2 cm dik en een envelopbodem, en worden leds op een heel slimme manier verwerkt in spiegeldeurtjes – van bedrading is zelfs aan de binnenkant niets te zien. Hoogtepunt bij dit Nederlandse bedrijf is een geheel in hoogte verstelbaar meubel met een hpl-blad, waarin bijna onzichtbaar een golfvormige bak van Reginox is geïntegreerd. Ja, inderdaad, van gepoedercoat rvs, maar het verschil met het blad is nauwelijks waarneembaar. Knap werk, ideaal voor mensen die maximale flexibiliteit wensen en niet willen inleveren op vormgeving. Zusterbedrijf Thebalux stond er vriendschappelijk naast; meer over dat merk op pagina 32.



Dornbracht [1]

Alape [2]

Laufen [3]

Kaldewei [4]

Bette [5]

Artweger [6]



Zo ongeveer op het dieptepunt van de crisis durfde **LAUFEN** het aan om een kleine sanitair-revolutie te ontketenen met heel dun keramiek. Daarmee kreeg het hogere segment nieuwe mogelijkheden, die verkend werden door een paar uitstekende designers als Toan Nguyen en Constantin Grcic. Nu is de tijd gekomen om te oogsten en daarvoor is het opgebouwde assortiment voldoende. Laufen en zijn zustermerk Kartell voegen er nog een stroom nieuwe modellen aan toe, allemaal met een kenmerkend beeld van uiterst dunne randen. Weinig fabrikanten zijn vanaf zo grote afstand herkenbaar aan hun originaliteit en goede smaak.

HANSGRÖHE hield in Essen een groot reprise-feest en belooft voor volgend jaar in Frankfurt een stroom nieuwigheden. Dat mag, want de uitgebreide serie douchesystemen en kwaliteitskranen met drukknopbediening is voor veel consumenten nog steeds nieuw genoeg voor open monden. De enige première op de ISH was een kleine, maar betekenisvolle toevoeging aan de reeks glazen bedieningspanelen: de Fixfit Porter 300 is

een superhandig plateauje annex handdouchehouder dat perfect aansluit bij de bestaande ontwerpen. En mooi dat Hansgrohe zich niet laat meeslepen door de roem in het topsegment. De betaalbare Crometta-showerpipes bieden regendouche, handdouches en thermostaat in een simpele opbouwversie. Alle luxe en comfort zonder dat het duizenden euro's moet kosten. En óók met die beroemde en gewaardeerde drukknop.

Het meest gedistingeerde kranenmerk op deze beurs was opnieuw **DORNBRACHT**, dat met zijn vorig jaar geïntroduceerde CL.1 een fantastische driegatskraan aanbiedt waar interieurarchitecten alle kanten mee op kunnen: de knoppen zijn apart van de uitloop te bestellen en hoeven niet per se aan weerszijden van de kraan te zitten. Maar eigenlijk nog sympathieker is de Lissé, een ontwerp van Sieger Design dat nota bene als

instapmodel wordt aangeboden. Dit is eigenlijk de top: elegant, eigentijds, bescheiden maar qua vorm en verhoudingen helemaal goed. Nee, met instap wordt hier natuurlijk geen bouwmarkt bedoeld, maar een consument die maar 350 euro voor een echte Dornbracht hoeft te betalen, kan er heel gelukkig van worden.

Van Dornbrachts zustermerk **ALAPE** komt het andere hoogtepunt van deze beurs. Folia is een badkamermeubel met blad en bak van 3 mm wit geëmailleerd plaatstaal, aan beide zijken scherp omgezet rond een invallend front. Na het zien van vele pogingen tot originaliteit op deze SHK kom je er bij dit model meteen achter waar het eigenlijk om gaat: eenvoud, het materiaal zichzelf laten zijn, niets toevoegen wat niet nodig is, en dat allemaal technisch perfect maken. Jammer dat Steve Jobs er niet meer is.

KALDEWEI stond vorig jaar in Frankfurt met de mooiste stand. In Essen moest hij wat compacter maar zag hij er nog steeds imposant uit. Zeker met een nieuwe presentatie van de Meisterstück-ontwerpen van Arik Levy en Anke Salomon, die net als toen de meeste aandacht trokken. Het destijds nieuwe assortiment wasbakken was hier wat bescheidener aanwezig, wel werd veel werk gemaakt van de creatieve douchevloeren van dit merk. Het grootste nieuws was eigenlijk iets wat je niet hoort te zien: een ultraplatte syfon waarmee deze vloertjes heel weinig technische ruimte vergen. Zodat de badkamerontwerper nog beter uit te voeten kan en de consument niet hoeft te klauteren.

Het prijswinnende 360 graden-scharnier van **ARTWEGER** had ook hier weer de hoofdrol op de stand. Het maakt oplossingen mogelijk in moeilijke

ruimten en dient zowel de ontwerper als de eindgebruiker. Het merk toonde in Essen een paar mooie toepassingen, en wees erop dat het ook nog steeds de Artlift maakt: het makkelijkste bad voor als je liever wilt zitten maar ook wilt kunnen liggen of staan. En dat zonder dat het ook maar even lijkt op een hulpmiddel.

BETTE verraste vorig jaar in Frankfurt met dunne frames van vierkant staalprofiel waar zijn baden en wastafels opvallend mooi in uitkwamen. Die pronkten uiteraard opnieuw in Essen; het nieuws bestond hier uit de fraaie vrijstaande Monolith-wastafel, die als een trotse toren een ruime plek in de badkamer verdient. Verder houdt het Duitse merk zich intensief bezig met de ontwikkeling van stabiele douchvloeren, met veel aandacht voor antislip en een esthetische aansluiting op de vloertegels.

Het vlaggeschip van **TEUCO** is nog steeds Carlo Colombo's I Bordi, een luxueus vrijstaand bad dat in 2015 alle belangrijke designprijzen won. Natuurlijk ontbrak het niet op de stand in Essen, net zo min als het unieke instapbad. Dat laatste is niet alleen in trek bij klanten met beperkte bewegingsvrijheid. Ook als er gewoon wat minder ruimte is en je wilt comfortabel kunnen douchen in de badkuip, is dit een oplossing. De Italianen hebben het technisch perfect uitgewerkt: een glazen deur die de kuip waterdicht afsluit en die ook niet per ongeluk open kan.

Het Duitse **KEUCO** staat in Nederland al een paar jaar op eigen benen en brengt een ruim assortiment badkamermeubels die kwalitatief en qua design naar de top reiken. De Edition 400-serie biedt al heel veel en dan is er ook nog maatwerk mogelijk. Ook de kranen zijn in



eigen huis ontworpen en dat is te zien aan de subtiel rijmende vormen: rondingen en boogjes uit het meubelontwerp komen terug in eigenwijze uitlopen. Ook de inbouwtechniek is doordacht, vooral in de Ixmo-serie met voornamelijk uitziende douchesets.

Net als veel anderen hield ook **HÜPPE** deze SHK zijn kruik droog voor volgend jaar in Frankfurt; de Paris en de Berlin waren zelfs helemaal niet te zien op de stand in Essen. Wel de Alpha2 en daarmee de toewijding van Hüppe aan de projectmarkt, waar dit merk sterk aanwezig is met technisch doordachte oplossingen voor betaalbare nieuwbouw en renovatie. Zelfs kunstglas is hier nog in trek en daar doet Hüppe mooie dingen mee.

DUSCHOLUX heeft altijd wel iets dat nog niemand anders had bedacht. Zoals een glazen schuifwand van

halve breedte die bovenop een badrand of op de vloer kan worden geplaatst. Flexibel, zo'n oplossing als je in bad wilt douchen of de inlopdouche van verschillende kanten bereikbaar wilt maken. Ook nieuw: een wandversie van het PrimeLine-bad, een rijke kuip die kan worden uitgerust met jets, leds en Bluetooth-luidsprekers.

BURGBAD is een van de degelijke fabrikanten die de top van zijn verkoopboek heeft verrijkt met een paar opvallende meubelontwerpen. Coco is een wastafelserie waar een dungerande wasbak van mineraalsteen wordt gedragen door een slank metalen frame. Er horen ronde spiegels bij met een uitstekend geïntegreerd verlichtingssysteem. Het bladmateriaal is zowel mat als glanzend verkrijgbaar, met maten en uitvoeringen kan de badkamerontwerper vele kanten op.

Het aloude Nederlandse Sphinx blijft Sphinx heten, ook al is het inmiddels in handen van Geberit dat ook onder eigen merknaam én als **KERAMAG** in de markt is. Zo is er veel technische kennis samengekomen en dat uit zich in een enorm scala aan toiletten met vernieuwende vormen en functies. Uiteraard gaan de merken mee in de huidige trend naar dunnere deksels en zittingen, en bieden ze een rijke keus aan vormen van zacht tot strak.

HANSA is een buitenbeentje als het om kranendesign gaat: het Duitse bedrijf heeft zijn wortels in de installatietechniek en blinkt daar nog altijd in uit. De Bluebox is een onder loodgieters hooggegarandeerd montagehuis waarmee je alle kanten uit kunt, ook in de fase dat alle leidingen al vast zitten. Dat hetzelfde merk ook opvallende en oogstrelende armaturen heeft, werd op deze SHK opnieuw benadrukt door de bekroonde Mu-

rano- en Canyon-modellen van Bruno Sacco. Vanuit een oude binding met de medische markt heeft Hansa ook veel sensorcranken, zowel voor de particuliere handel als voor projecten.

Kranen en douchesets in alle denkbare stijlen komen van **KLUDI**, een fabrikant die vooral sterk is in de breedte maar toch met opvallende ontwerpen weet te komen zoals de zacht-driehoekige Fizz-douchekop die ook in twee- en drievoudige combinaties leuk oogt. Op deze beurs kwam het merk met een drukknopsysteem dat simpelweg Push heet, en met uitbreidingen van de kloeke cranken onder de naam Q-Beo.

IDEAL STANDARD heeft iets met spoelsystemen in toiletten en komt nu met een derde generatie die de randloze wc moet opvolgen. Bij deze Aquablade komt

het spoelwater uit een smalle gleuf die net onder de rand helemaal rond de pot loopt. Doordat die opening ook van binnen is geglaazuurd, ontstaat een krachtig en vlak 'watermes' dat maximale hygiëne geeft. Ook in badkamermeubels is Ideal Standard veel aan het nadenken én aan het doen. Veel modellen zijn aanpasbaar zodat een vrije ruimte onder het blad ontstaat.

KERMI serveerde tijdens de SHK nog steeds koffie en sapjes vanuit de vliegtuigtrolleys die vorig jaar ook in Frankfurt rondreden op de stand. Deze keer hoefden ze minder kilometers te maken. Het pronkstuk van Kermi was natuurlijk de Casteo-radiator, die dit jaar met een iF werd onderscheiden. Erkenning voor de fabrikant die naast heel praktische douche- en badoplossingen al jaren ook verwarmingssystemen maakt.

De volgende SHK is van 7 t/m 10 maart 2018.

Teuco [1]

Hüppe [2]

Keuco [3]

Duscholux [4]

Burgbad [5]

Keramag [6]

Kermi [7]

Hansa [8]

Ideal Standard [9]

Iconic Awards 2016

Een nieuwe naam voor de Interior Innovation Awards die traditioneel worden uitgedeeld tijdens de imm in Keulen. De Iconic Awards leggen meer nadruk op architectuur en dat is ook terug te zien bij de keuzes in de categorie badkamers en wellness. DVW selecteerde de onderscheiden producten die voor de Nederlandse markt interessant zijn.



ARTWEGER Het stijlvolle douchedeursysteem van Artweger onderscheidt zich door zijn vormgeving maar vooral door het dubbele scharnier. Dat geeft de deuren de volle 360 graden bewegingsvrijheid: gemak voor de gebruiker en meer inbouw mogelijkheden voor de ontwerper.
www.artweger.at | GP Designpartners voor Artweger GmbH & Co. KG, Oostenrijk



AXENT Matteo Thun is de grootmeester van het douchetoilet. De ontwerper van de Aquaclean Sela van Geberit kwam voor Axent met een nog iets strakker en slankere versie, met een subtiele chromen bedieningsknop. En de veelbelovende titel Axent.One.
www.axentbath.com | Matteo Thun voor Axent Switzerland AG



ATELIER12 Materiaalcontrast is het sterke punt van de Abisso-serie waarmee twee Italiaanse designers scoren voor Atelier12. Gladde bakken met een kenmerkende bovenrand geven tegenwicht aan ruwe houtsoorten – een perfecte combinatie in moderne badkamers die een tikje romantiek behoeven.
www.atelier12.it | Francesco Meneghello en Davide Lanfranco voor Atelier12, Italië



EASY DRAIN Een opvallend Nederlands product van de uitvinders van de bijna onzichtbare douche-afvoer. Tot nu toe waren dat voornamelijk smalle goten, nu vormen ze in ronde of vierkante uitvoering een uitdaging voor creatief tegelwerk op de douchevloer.
www.easydrain.com | E.B.R. en J.H.P.J. Keizers voor Easy Sanitary Solutions, Nederland



FSB Ook FSB valt in de prijzen met fraai vormgegeven techniek voor de oudere gebruiker die een eigentijdse badkamer wil. Ergosystem A100 biedt eendeloze mogelijkheden en houdt door toepassing van heldere kleuren ook rekening met visuele beperkingen.
www.fsb.de | Hartmut Weise voor Franz Schneider Brakel GmbH + Co. KG, Duitsland



GROHE Muziek in de badkamer is een groeiemarkt. Grohe geeft een helder antwoord op de vele Chinese rommel met Aquatunes, een Bluetooth-speaker die volledig waterbestendig is. Ook met natte handen makkelijk te bedienen. En er staat Philips op.
www.grohe.com | huisdesign van Grohe AG, Duitsland



HANSGROHE De Axor One-producten worden een beetje de Apple van de badkamer, dankzij het rond/rechte design van Barber en Osgerby. De winnaar is de wandthermostaat waar de Select-technologie van Hansgrohe tot een hoogtepunt komt.
www.hansgrohe.com | Edward Barber & Jay Osgerby voor Hansgrohe SE, Duitsland



KALDEWEI Al meermalen hoog geprezen en nu in Keulen onderscheiden met een hoofdprijs: de Emerso-baden en wastafels van Arik Levy. Kaldewei voert ze zoals al zijn producten uit in geëmailleerd staal, wat een klassiek gevoel geeft in combinatie met de eigentijdse vormtaal.
www.kaldewei.de | Arik Levy Art & Design Studio voor Franz Kaldewei GmbH & Co. KG, Duitsland



OVENTROP Wie een verchromde designradioator heeft, wil daar natuurlijk geen plastic thermostaat op. De Pinox van Oventrop biedt de oplossing en rijmt mooi op de mode in dunne bedieningshendels.
www.ventrop.de | prof. Ulrich Hirsch voor Oventrop Werksdesign, Duitsland



VOLA Twee prijzen voor de Denen, met één Best Of Best voor de subtiele watervaldouche 080W. De andere winnaar is een nicheproduct: slangen voor begietingen volgens het aloude Kneipp-systeem. Beide ontworpen door de huisarchitect die Vola tot grote hoogten brengt.
www.vola.dk | Aarhus Arkitekterne A/S voor Vola A/S, Denemarken



Lekker baden naast elkaar

RIHO MAAKTE OP TIJD DE OMMEZWAAI

Lieselot Leeflang

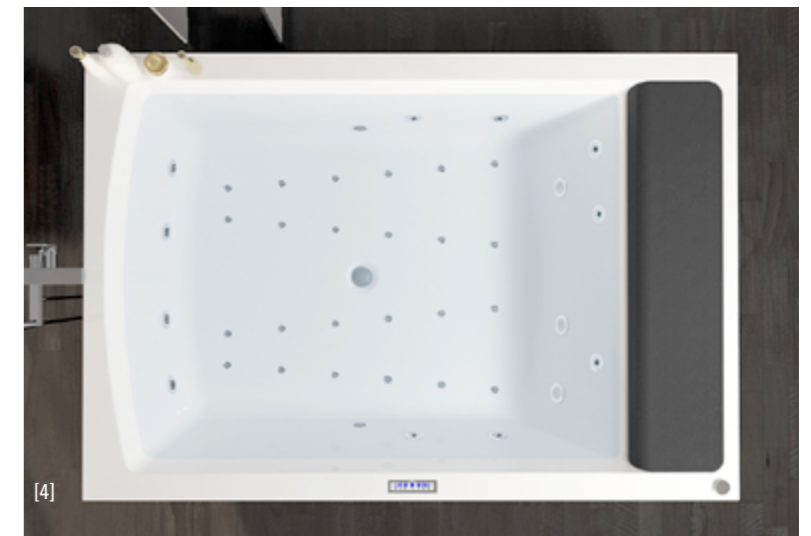
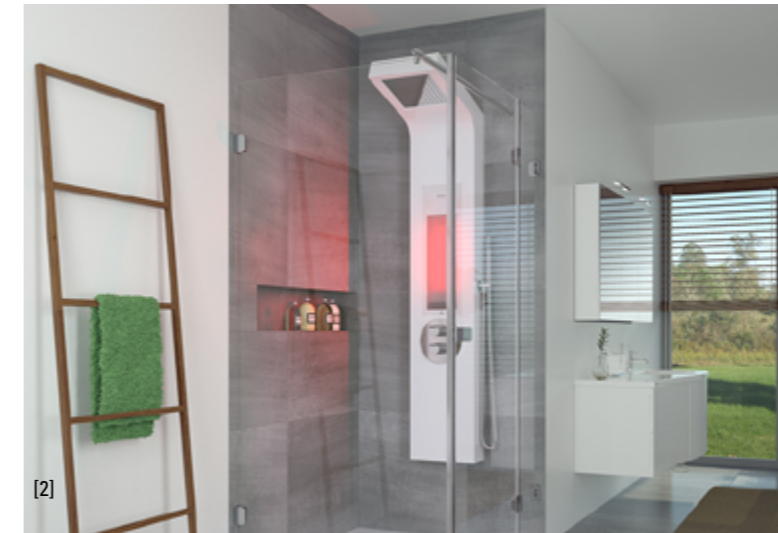
Een bedrijf dat gespecialiseerd was in zonnebanken, dat na de 'zonnebankencrisis' in de jaren tachtig een ommezwaai maakte naar sanitair, twee fabrieken overnam en nu beschikt over een afzetmarkt tot ver in Oost-Europa. Dat getuigt van een kordate strategie. En na een bedrijfsbezoek aan Riho weten we dat deze kordaatheid van het Tilburgse familiebedrijf loont. De afzetmarkt groeit, het assortiment groeit ook en het vertrouwen in het bedrijf bij klanten en afnemers is groot.

Direct na de overstap op sanitair, begin jaren negentig, pakte Riho uit met een flinke collectie baden, gemaakt bij een gespecialiseerd sanitairbedrijf in Tsjechië. Sleutelwoorden waren kwaliteit en veelzijdigheid. Dat bleek een goede keuze. En de complete overname van die Tsjechische sanitairfabriek was dat ook. De productie nam toe en het aanbod werd uitgebreid met badmeubilair. De Diestse Bouwonderneming in België bleek hiervoor een solide producent; ook dit bedrijf werd eigendom van Riho.

Hoofd Marketing Roel Kennis: "In eigen beheer maakt Riho nu dus praktisch de hele badkamer: meubilair en wellness, van basic tot superdeluxe, dat naadloos op elkaar aansluit en eenvoudig te combineren is. Dat is handig. Wil de klant bijvoorbeeld het nieuwe badmeubel Girasole van Riho, dat is afgewerkt met een eikenfineer ombouw, dan kunnen we dat direct combineren met de badmeubellijn Avella, ook in eikenfineer."

NAAST ELKAAR De badkamermeubelen worden in de fabriek in België afgewerkt met een hoog- of zijdeglanslaklaag, met een stoer houtdecor of eikenfineer. Ook levert het bedrijf douchevloeren, douchecabines en stoomcabines, van traditioneel tot ultramodern, zowel wat betreft de vormgeving als de techniek. Bediening van licht, water, muziek en stoom kan met knopjes maar ook met een touchscreen.

En dan de baden: Riho heeft ze in vele soorten en maten, van ruimtebesparend recht en (drie)hoekig tot rond,



Eikenfineer in badmeubel [1]

Firenze [2]

De Lugo met smalle rand [3]

Anna: naast elkaar in bad [4]

Ze durven wel, bij Riho in Tilburg. Slimme overnames en serieuze aandacht voor research maakte de zonnebankfabriek tot een veelzijdige leverancier van baden en badkamermeubelen en alles wat daarbij komt. Met oog voor wat de consument wil: die mag regelmatig meepraten over nieuwe producten.

vrijstaand en ruimtebepalend, met en zonder whirlpool. De eenvoudige look vinden we terug in de bekende vrijstaande solid surface badkuipen. Strak en zacht van vorm, uit één stuk gemaakt, al dan niet met geïntegreerde ombouw, en naar wens verfraaid met een Sikkenskleurtje naar keuze. Een in het oog springende toevoeging aan de minimalistische badkamer. Minder minimalistisch is het nieuwe thermaebad Anna. Op de beurs Eigen Huis in Utrecht trok het de aandacht en dat snappen we: met zijn afmetingen van 190 bij 130cm oogt het als een tweepersoons bed. Het is dan ook bedoeld om nou eens gezellig naast elkaar in plaats van tegenover elkaar te baden. Het opvallende 'hoofdkussen' dient tevens als verdeckte overloop, waardoor het water bijna tot aan de rand kan komen. Willen we geen natte badkamervloer, dan zullen we dus wat voorzichtig moeten meebewegen met de maar liefst 24 aerjets in de bodem, 7 hydrojets in de zijwanden, 3 roterende jets voor de flanken en 4 mini-jets voor de voetmassage.

DENKWERK Nieuw in de acryllijn is het ultradunne Lugo-bad, met een rand van slechts 1cm. Technisch gezien valt het nog niet mee om zo'n bad te produceren. Een hoge rand geeft door zijn constructie een vanzelfsprekende stabiliteit die bij een lage rand dus op een andere manier moet worden bewerkstelligd. De afdeling research & development is gevestigd in het Tilburgse hoofdkantoor. Roel Kennis: "Wij hebben geen designers met grote namen die voor ons werken. De ontwerpers van onze r&d-afdeling gaan voor technische en functionele perfectie, maar hebben ook aandacht voor het uiterlijk. Die smalle badrand kostte ze heel wat denkwerk voordat ze er helemaal tevreden over waren. We zijn dan ook echt trots op het resultaat. Perfect gemaakt en met die speciale Riho-uitstraling, waar klanten voor terugkomen. En onze klanten zijn ook onze adviseurs. Wij nemen op beurzen geregeld 3D-prints mee van een nieuw bedacht product. Aan de bezoekers vragen we wat ze ervan vinden. Op die manier krijgen we heel belang-

rijke feedback, waar we mee verder kunnen. Bovendien geeft het een leuk contact met de klanten, en dat werkt weer door."

BEGELEIDING Het contact met de buitenwacht is wat het ondernemen voor dit bedrijf de moeite waard maakt. "We hebben veel plezier in het geven van dealertrainingen en allerlei extra begeleiding bij de introductie van nieuwe producten. Het is leuk als je merkt dat je eigen enthousiasme doorwerkt op de ander. Ook zeer de moeite waard is de samenwerking met andere vernieuwende fabrikanten. De nieuwe infrarood-inbouwmodules van het bedrijf Sunshower hebben we bijvoorbeeld, dankzij een heel prettige samenwerking, kunnen inbouwen in ons solid surface douchepaneel Firenze. Het resultaat is, vinden wij zelf, behalve innovatief ook heel stijlvol. Het mooiste van twee werelden: luxueus douchen en warm ontspannen in één cabine." www.riho.com

Dubai's design-DNA

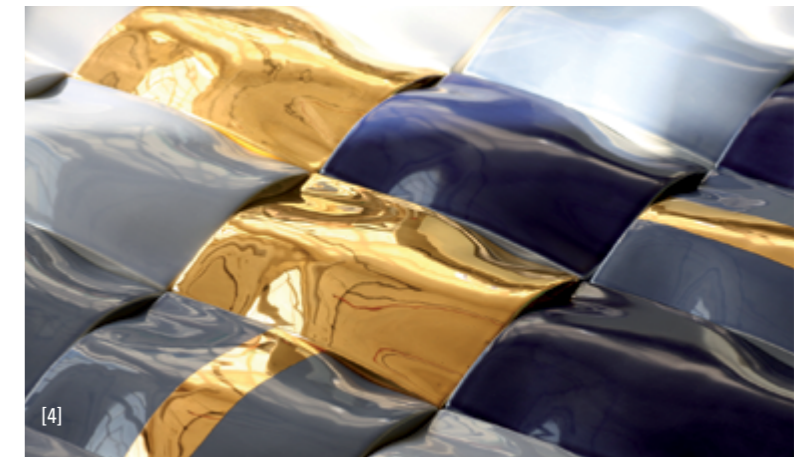


De 'Launch Chair' van Kas Oosterhuis [1]

'Almost Natural Shelter' [2]

Green Pompei van Georges Amatori [3]

Keramik van Regina Heinz [4]



NEDERLAND LEGT DWARSVERBINDINGEN IN DE WOESTIJN

Alice Broeksma

Dubai is vergeleken bij buurlanden tolerant en heeft nog een andere kwaliteit: er is van alles belastingvrij. Dus de grootste internationale bedrijven zitten er, en dat werkt als een magneet. Ook interieurontwerpers weten de woestijnstad inmiddels te vinden.

Na het stichten van de hedendaagse nederzetting moest cultuurimport wel volgen. Niet lang terug waren er voornamelijk galeries met aquarellen van kamelelen. Maar de besluitvormers begrepen het belang van hedendaagse kunst en design, ook om in het huidige klimaat te diversifiëren naast de olie. Nu is er het jaarlijkse Art Dubai, met allerlei disciplines en een stijgend aantal bezoekers. Het is een kruisbestuiving. Niet alleen wordt westerse smaak binnengehaald – bij bushaltes posters van een Sting-optreden, Armin van Buuren komt – maar omgekeerd toont het westen ook steeds meer interesse. Aangewakkerd door een belangrijke tentoonstelling in het British Museum in Londen, en de recente ontwikkelingen in het Midden-Oosten.

Dubai, vallend onder de Verenigde Arabische Emiraten en van oudsher op een belangrijk handelskruispunt, heeft grote ambities. De hoogste wolkenkrabber ter wereld, de grootste shopping mall, een skyline van top-architecten die over elkaar struikelen om er hún stempel te drukken. Het gevolg: grootscheepse kruisbestuiving.

DNA "Design is nu totaal onderdeel van Dubai's DNA", zegt Cyril Zammit, directeur van de vijfde designbeurs pal aan de voet van de Burj Khalifa, dat hoogste gebouw ter wereld waarin ook het Armani-hotel zit met driehonderd kamers. De beurs, in maart gehouden onder de naam Design Days Dubai (DDD), heeft sponsors als Audi en Maison Van Cleef & Arpels, en de plaatselijke regering.

De cijfers: 45 exposanten uit 20 landen, met 750 werken van 180 designers. Met veel unieke stukken voor verzamelaars. Geen douchekep te bekennen, maar onherroepelijk bereiken nieuwe trends onze badkamers en wellnessruimten. Ook in ons land, en al helemaal omdat er op deze beurs een flinke Nederlandse afvaardiging stond. Dertien designers, vallend onder de DCI, Dutch Creative Industry die ontwerp promoot: een driejarige samenwerking met onze regering, ambassades in het Midden-Oosten en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland.

STOEL De Nederlandse ontwerpers zelf zien dwarsverbindingen. "Uitstekend geschikt voor wellnessruimten", zegt Kas Oosterhuis over zijn Body Chair, een stoel op maat van de gebruiker, met het prototype in Dubai als voorpremière. Hij staat daar als de 'Launch Chair', woordspeling op lounge chair, maar geen grapje als design: de stoel werd door zijn Rotterdamse bedrijf VAA.ONL ontwikkeld voor de ruimtevaart, gemaakt uit 28 aluminium componenten. Met verschillende maten en soorten bekleding, van minimalistisch tot weelderig en in oranje, een knipoog van Nederland. Kas Oosterhuis is geen vreemde in dit gebied: hij bouwde in aangrenzend Abu Dhabi het Liwagebouw, ook in oranje maar daar vertaald als 'de kleur van de woestijn'.

NATUUR Ook uit Nederland: Atelier Rick Tegelaar en Studio Mieke Meijer. Tegelaar met de Meshmatics Chandelier: een kroonluchter uit kippengaas met een verborgen lichtbron die vederlichte, geometrische schaduwen werpt. Vormgeefster Marloe Bakx zegt dat er nu wordt geëxperimenteerd met een transparante lak ter bescherming tegen condens, zodat de lamp kan worden gebruikt in vochtige ruimten. Studio Mieke Meijer presenteerde Frameworks, stellagekasten uit glas, eiken en staal, die in een Arabische krul kunnen worden neergezet, of gewoon recht, met heel veel ruimte voor handdoekjes. Zoals ook de handgeschilderde 3D wandtegels van de uit Oostenrijk afkomstige, prijswinnende keramist Regina Heinz, van geglazuurd porselein dus ze kunnen zo de badka-

mer in. In Dubai stond ze namens de Engelse Crafts Council, want Regina woont en werkt in Londen. Voor Arabische klanten voegt ze goud toe aan haar ontwerp: 'Als de zon'. Haar diepe blauwtinten verbeelden golvend water.

Boden de deelnemers uit het Midden-Oosten nogal wat moderne varianten op het Perzische tapijt, in het oog sprong 'Green Pompei' van de Libanees Georges Amatori, meubelontwerper en architect. Niet alleen een consoletafel, ook symbolisch als 'de wraak van de natuur', refererend aan het stijgende wateroppervlak. Gemaakt uit staal, beton, hars en glas, als unit transparant en prachtig.

De natuur is ook inspiratiebron voor jonge ontwerpers uit Dubai zelf – Al Hashimi, Taryam en Tabbara – die in opdracht van 1971 Design Space de 'Almost Natural Shelter' maakten, een soort druipsteengrot, synthetisch maar met inwerking van hars. De welvin-

gen zijn een protest tegen de huidige trend van 3D-perfectie, de vorm is beïnvloed door Zaha Hadid, de Iraakse-Britse architect van wie Nada Taryam les had in Londen. Op dag één al gespot door de ontwerpers van de Dutch Creative Industry.

Natuur staat ook centraal bij de ontwerpcompetitie van beursponsor en juwelier Van Cleef & Arpels, nieuw ontwerp stimulerend in het Midden-Oosten. Met Glow gewonnen door de uit Syrië afkomstige Ranim Orouk, die zwemmende kwallen gebruikte als basis voor een ijle, met 3D-print gemaakte hanglamp. Marcel Wanders uit Amsterdam was er, onder meer met zijn gouden objecten, haaks op het Nederlandse modernisme. Wanders, ingehaald als coryfee, hield in Dubai de eerste key note speech op de beurs over kunst en design. In het najaarsnummer van DVW komt een interview met hem.

www.designdaysdubai.ae



[1]



[2]

[3]

Waterdichte, vlak ingebouwde tv [1]

Nu: de Wipod-set [2]

Straks: touchscreen en soundbar [3]

Paul van Rijsingen
...niet te ingewikkeld... [4]



Wellness voor de oren

AQUASOUND BRENGT MUZIEK IN NATTE RUIMTEN

Rob Vermeulen

Ja, het kan: met je smartphone in bad. Oortjes in, handdoek bij de hand, lekker muziekje uitzoeken en genieten maar. Niet laten vallen uiteraard, die telefoon. En ook niet opstaan voordat je die oortjes hebt uitgedaan. Anders kan het een dure grap worden. Da's niet echt wellness natuurlijk. Wellness is onbezorgd genieten met zo weinig mogelijk kans op onaangename verrassingen. Paul van Rijsingen: "Toen ik twintig jaar geleden voor mezelf ging zoeken naar inbouwluidsprekers voor in de badkamer, was er niets te vinden. Sony had vochtbestendige speakertjes voor in de boot, maar die zagen er niet uit. Ik moest dus zelf aan de slag." De behoefte aan badkamer-audio kwam niet alleen bij hemzelf vandaan. Al sinds dertig jaar actief in de sani-

Op zoek naar een geluidssysteem voor in de badkamer vond Paul van Rijsingen twintig jaar geleden... niets. Dus ging hij zelf aan de slag, met een Aziatische fabrikant. Het resultaat is een klinkend merk: AquaSound. Het klopt inmiddels ook op de deuren van hotelkamers.

tairgroothandel – onder meer met de Novellini-douchewanden – zag hij er ook een markt voor. Geen grote, aanvankelijk: "In het begin was het echt iets voor audiofielen, maar zo rond 2008 kreeg het bredere belangstelling. De opkomst van wellness in huis, met geur, kleur en geluid, deed de vraag stijgen." Van Rijsingen kwam precies op tijd met het antwoord: een set met twee vochtbestendige inbouwluidsprekers, een waterdichte controller/mp3-speler met Bluetooth, en een compacte ontvanger die ergens uit het zicht kan worden weggebouwd. Het Wipod-audiosysteem ontwikkelde hij samen met een Chinese leverancier en het werd een succes. De merknaam AquaSound was gevestigd.

EENVOUD De kracht van de Wipod en zijn opvolgers zit vooral in de eenvoud. Paul van Rijsingen: "Dit soort dingen wordt al gauw te ingewikkeld en dan willen mensen het niet meer. Daarom staat bij dit systeem ook niet de smartphone of de tablet centraal. Afgezien van het risico met zulke apparaten in een natte omgeving, is het ook te complex om te gebruiken. Als je wilt baden met een muziekje, heb je geen zin om eerst een app te starten en verbinding te maken met het audiosysteem. Dan wil je gewoon meteen muziek." De AquaSound Wipod ontwikkelde zich verder, kreeg

er ook FM-radio en een smartphone-koppeling bij en evolueerde. Nog steeds even simpel te bedienen, maar wel met de mogelijkheid om ook andere wellness-elementen in de badkamer onder controle te houden, zoals ledverlichting en jets in het bad. Het geluid werd geperfectioneerd, de luidsprekers beter, het vermogen wat opgeschroefd. Inmiddels is AquaSound aan een nieuwe generatie toe, die in het najaar wordt verwacht.

KASTJE "Aan de techniek was niet zo veel meer te verbeteren, maar het kon eigentijds", zegt Van Rijsingen. "De controller was uiteindelijk een wit plastic kastje met een klein lcd-scherm, dat kan nu veel mooier en moderner. En niet iedereen heeft plaats of zin om twee speakers ergens in te bouwen. Daar hebben we nu een antwoord op." Het bedienen gebeurt straks met een elegante controller met een touchscreen, die in een magnetische wandhouder kan worden opgeladen. Anders dan een tablet waar hij op lijkt, kan deze controller zonder bezwaar een duik nemen. En als aanvulling voor inbouw speakers komt er nu ook een waterbestendige soundbar, waar de speakers en alle elektronica in zitten. Hij kan liggend of staand, op een badkamermeubel of tegen de wand worden gemonteerd.

Intussen kwam AquaSound ook met een televisie voor de badkamer. Niet een goedkoop lcd'tje met een wandbeugel, maar een keurig 27 inch-scherm dat met een inbouwframe vlak in de wand wordt geplaatst, uiteraard waterdicht. Geen hardloper in het assortiment, wel de mooiste oplossing voor wie er wat voor over heeft. En goed te combineren met de inbouw speakers.

HOTELS De markt voor de badkamer-audio beperkt zich voor AquaSound intussen niet meer tot privé-badkamers. "We hebben ook professionele versies voor hotels. Die rusten we uit met een gepersonaliseerde Bluetooth-naam, een pincode per kamer, en een instelbare volumebegrenzing. De gast gebruikt z'n eigen smartphone met eigen muziek, dus een controller is niet nodig. En het werkt zo simpel dat iedereen er mee kan omgaan." Waarmee AquaSound dus meer wordt dan badkamer-audio: in de hotelkamer klinkt de muziek overal, en inmiddels is er ook een set voor de keuken waar de smartphone of de tablet wél als bron fungeren. Of op de veranda. Of alle andere plaatsen waar iemand zonder gedoe zijn oren wil laten strelen. Maar dan wel zonder oortjes. www.aquasound.nl



[1]

Solid X [1]

Veel ruimte [2]

Colona [3]

Ceramic Line met Colona-greep [4]

Bas Zonderman ...wel praktisch blijven... [5]



[2]



[3]

THEBALUX TOONT DUITSERS DE NEDERLANDSE SMAAK

Pronkstuk voor de badkamer

Rob Vermeulen

Hij staat nog steeds in het verkoopboek, de Sunny. Wel meegegaan met z'n tijd, maar in essentie nog hetzelfde meubel dat in 2001 het grote succes van Thebalux inluidde. "Duizenden hebben we er verkocht", zegt Bas Zonderman, "in wit of jasmijn, iedereen wilde hem hebben. En de helft met het ladefrontje in kersen-hout."

Op bezoek bij een bedrijf dat al twintig jaar bestaat gaat het soms even over hoe snel de tijd verstrijkt, en met die tijd ook het design. Nog even en die Sunny kan in de hal, als icoon van vroeger. Mag hij contrasteren met wat er nu in de ruime showroom staat aan de zuidkant van Zutphen, waar Thebalux laat zien hoe mooi de hedendaagse badkamer kan zijn.

Allemaal eigen werk trouwens, zelf ontworpen door Bas Zonderman en Jeroen Hoetink, en zelf geproduceerd in een fabriek in Biddinghuizen. Een oer-Nederlands merk

duus, dat het kan opnemen tegen de vloed aan Duitse badkamermeubelen. Sterker nog: "We zijn de laatste jaren intensief bezig op de Duitse markt", zegt Zonderman. "Dat ging niet zonder slag of stoot want die markt is heel traditioneel én complex. We hebben er veel in moeten investeren maar dat begint vruchten af te werpen, er komt nu tien procent van onze omzet vandaan. We staan er op de beurzen en hebben er acht vertegenwoordigers en een verkoopleider."

PRONKSTUK Dat traditionele van sommige Duitse merken laat Thebalux graag achter zich. Zonder meteen met een Italiaanse mentaliteit te gaan ontwerpen. "Dan ben je alleen met de toekomst bezig, het moet wel praktisch blijven. Wat Lupi doet is fantastisch, met zo'n zwevend blad... Maar Nederlanders kopen een badkamermeubel om er veel in kwijt te kunnen."



[4]



[5]

En omdat dat meubel het pronkstuk van de badkamer is, voegt Zonderman eraan toe. "De klant komt bij onze dealer zodra hij z'n tegel heeft uitgezocht. Daar moet het meubel bij passen. Zo wordt het sfeerbepalend, meer dan het bad en de douche en de kranen." Dus mag het ook groot zijn. "Steeds groter, is mijn indruk. De meeste mensen kiezen eerder voor een groot meubel dan voor een bad. En vaak kan het toch allebei, je ziet dat als de kinderen de deur uit zijn, er een slaapkamertje wordt omgebouwd tot badkamer."

STRAKKER Bas Zonderman kent de smaak van zijn consumenten. "We leveren aan dealers met wie we intensief samenwerken om de behoeften van de klant dui-

delijk te krijgen. Die blijken dus minder traditioneel dan wat de meeste Duitsers maken. Hier mag het strakker, moderner. Ons publiek is heel vatbaar voor het nieuwe dunne keramiek bijvoorbeeld. Voor hedendaagse houttinten. En voor details, mooie ladenindelingen, led-verlichting, usb-aansluitingen. Zolang het ook maar praktisch is en er veel handdoeken in kunnen."

KEUS In die twintig jaar groeide Thebalux gestaag en deed het één strategische overname: Primabad. Dat nog steeds zijn oude plek als concurrent blijft innemen. "Het werkt als je veel keus kunt bieden. Als we die twee merken hadden samengevoegd, was de omzet naar beneden gegaan. Dat zie je wel vaker, kijk maar bij Burg, Kama en

Schock. Primabad heeft zijn eigen plek en publiek. Ze doen ook meer maatwerk, gebruiken andere materialen en kleuren. Die twee merken kunnen uitstekend naast elkaar bestaan."

Ook wat de handel betreft zou Zonderman het graag wat hedendaagser zien. "Transpanter, zonder die eeuwige, zinloze kortingen. Gewoon laten zien wat het kost en eerlijk vertellen wat je wilt verdienen, zo zou elke dealer het moeten willen. Ik experimenteer nu met nettoprijzen. Laat iedereen maar zien hoe het in elkaar zit, uiteindelijk schieten we daar van producent tot consument allemaal mee op."

www.thebalux.nl