



SCHMIDHUBER, Munich  
GROHE Deutschland Vertriebs GmbH, Porta Westfalica  
ISH 2017, Frankfurt a. Main

IN- AND EXTERIOR

## EINTAUCHEN

„WATER.INTELLIGENCE.ENJOYMENT“ – unter diesem Motto präsentierte sich der Armaturen-Hersteller GROHE auf der ISH 2017 in Frankfurt am Main als führender Anbieter in der Wassertechnologie. Hierfür schufen die Münchner Gestalter von SCHMIDHUBER ein ganzheitliches Erlebnis, das nicht nur die große Produktvielfalt sowie sämtliche technische Innovationen in den Vordergrund stellte, sondern die „pure Freude an Wasser“ schon beim Betreten des 1.700 Quadratmeter großen Messestands erlebbar machte: An zwei Aqua-Bars konnten die Besucher entweder gekühltes sprudelndes oder in heißen Tee verwandeltes Wasser genießen und wurden so schon vor Beginn ihres Besuchs auf die Thematik eingestimmt.

Nach dem Betreten des Auftritts über ein großzügiges, medial gestaltetes Foyer öffneten sich ihnen schließlich sieben Räume, in denen die unterschiedlich gestalteten, sternförmig angeordneten GROHE-Erlebniswelten zu finden waren. Die spektrale Ausrichtung lenkte die Betrachter dabei ins Zentrum der jeweiligen Präsentation, von wo aus eine weitere Produktwelt sicht- und begehbar wurde. Der Höhepunkt der Inszenierung befand sich jedoch in der Mitte des Foyers: Umschlossen von einem dichten, sich in Intervallen öffnenden Regenvorhang, wurden dank eines inszenatorisch smarten Exponats sämtliche Neuheiten präsentiert und dabei nicht nur die konsequente Erweiterung des Unternehmens-Portfolios, sondern auch der hochmoderne Anspruch der Marke selbst eindrucksvoll veranschaulicht.

Mit der multimedialen Inszenierung im Zentrum des Foyers sollte nicht nur die konsequente Erweiterung des GROHE-Portfolios, sondern auch der hochmoderne Anspruch der Marke verdeutlicht werden. Ziel war es zudem, die Kraft und Schönheit von Wasser für das digitale Zeitalter zu nutzen.

Even before they entered the booth, the senses of the visitors were prepared for the overall experience that awaited them with a refreshing glass of water or hot tea. To allow easy and relaxed access through the GROHE offering, open side walls guided them from room to room.

## SUBMERSED

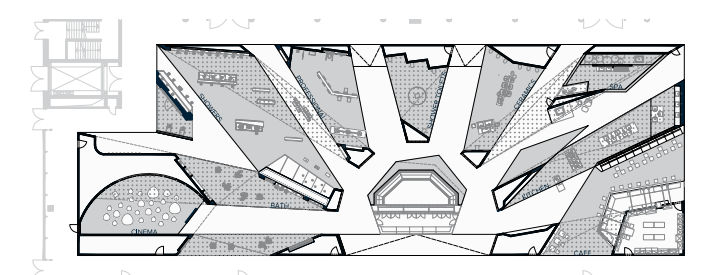
“WATER.INTELLIGENCE.ENJOYMENT— this was the motto under which fittings manufacturer GROHE presented itself at the ISH 2017 in Frankfurt am Main as a leading provider in the field of water technology. The designers from Munich-based SCHMIDHUBER created a holistic experience which not only placed the focus on the huge product variety and all the technical innovations, but that also conveyed the “pure joy of water” upon entering the 1,700 m<sup>2</sup> stand area: at two aqua bars visitors could enjoy cool, fizzy water or hot tea, preparing them for the topic at hand from the very start of their visit.

After entering the stand via a generously dimensioned, multimedia foyer, they then found seven rooms in a star-like formation in which the differently designed GROHE themed worlds were arranged. The spectral alignment guided the visitor into the centre of each presentation from where another product world could be seen and accessed. The highlight of the exhibition, however, was situated in the middle of the foyer: enclosed by a dense rain curtain that opened at intervals, a scenographically smart exhibit presented all the innovations, impressively visualising not only the systematic enlargement of the company's portfolio but also the claim of the brand to be at the cutting edge of developments.



Mit der multimedialen Inszenierung im Zentrum des Foyers sollte nicht nur die konsequente Erweiterung des GROHE-Portfolios, sondern auch der hochmoderne Anspruch der Marke verdeutlicht werden. Ziel war es zudem, die Kraft und Schönheit von Wasser für das digitale Zeitalter zu nutzen.

The multimedia display at the centre of the foyer was intended not only to demonstrate the systematic enlargement of the GROHE product portfolio, but also the ultramodern claim of the brand. It also aimed to show how the power and beauty of water can be used for the digital era.



**Size** 1,700 m<sup>2</sup> | **Exhibitor** GROHE Deutschland Vertriebs GmbH, Porta Westfalica | **Photos** Jörg Hempel Photodesign, Aachen | **Architecture / Design** SCHMIDHUBER, Munich | **Construction** metron eging GmbH, Eging am See | **Others** TLD Planungsgruppe GmbH, Taufkirchen (Light planning / Media planning); Neumann&Müller GmbH & Co. KG, Taufkirchen (Lighting technology / Media technology)