

EINFACH PERFEKT

EINE REISE DURCH
DIE WELT VON GEBERIT
JÄNNER 2026

■ GEBERIT

AUSBLICK
DIE NEUE
KAMPAGNE

EINBLICKE
WOHNBAU
& HOTEL





Fotos: Raphael Fasching, www.MGO-Imaging.com

EINFACH PERFEKT

UNSER ANSPRUCH FÜR IHR PROJEKT

Perfektion ist kein Zufall. Sie entsteht dort, wo Anspruch, Erfahrung und Leidenschaft zusammenkommen. Mit unserer neuen Kampagne EINFACH PERFEKT zeigen wir, wofür Geberit seit Jahrzehnten steht: für hohe Qualität in Design und Funktion, für Lösungen, die über das Offensichtliche hinausgehen und für Partnerschaften, die Bestand haben.

Wer Gebäude entwickelt, plant oder betreibt, weiß: Es sind nicht nur die großen Linien, die zählen, sondern es ist die Summe vieler Details. Jedes Projekt lebt von sorgfältiger Planung, verlässlicher Technik und einer klaren Gestaltungssprache. Genau hier liegt unsere Stärke. Geberit versteht sich als Partner, der von Anfang an mitdenkt – in der Konzeption ebenso wie in der Umsetzung. Unsere Systeme fügen sich nahtlos ein, sind langlebig, nachhaltig und schaffen die Basis für Wertbeständigkeit.

Mit EINFACH PERFEKT geben wir ein Versprechen ab: an Sie, unsere Partnerinnen und Partner, die täglich hohe Verantwortung tragen. Wir begleiten Sie mit Innovationskraft, Präzision und Leidenschaft – damit Ihre Projekte so werden, wie sie sein sollen: einfach perfekt.

VON WOHNEN BIS HOTEL

Richtig geplant und umgesetzt ist ein Badezimmer nicht nur funktional, sondern Teil des Gesamterlebnisses – sei es für Bewohnerinnen und Bewohner eines Wohngebäudes oder für Gäste in einem Hotel.

Perfektion zeigt sich hier in der mühelosen Selbstverständlichkeit: wenn klare Linien Orientierung geben, wenn Details den Alltag erleichtern, wenn Handwerk und Technik ineinandergreifen. Genau deshalb vertrauen führende Hotels, Architekturbüros und Projektentwicklerinnen und Projektentwickler auf Geberit. In dieser Haltung erkennen wir uns wieder. Denn Perfektionisten verstehen einander – sie wissen, dass Qualität nicht nur heute überzeugt, sondern langfristige Werte schafft.

RAUM FÜR MENSCHEN

Die Projekte, die wir begleiten, sind so unterschiedlich wie die Menschen, die sie nutzen – von der Barsanierung im Wohnbau über das Boutiquehotel bis zur Quartiersentwicklung. Es geht immer darum, Räume zu schaffen, in denen sich Menschen wohl und sicher fühlen und in denen Technik möglichst unsichtbar, aber verlässlich im Hintergrund arbeitet. Genau an dieser Schnittstelle sind wir zu Hause: vor und hinter der Wand, von der Trinkwasserversorgung und Abwasserentsorgung bis zur Keramik.

Nirgendwo sonst manifestiert sich der Anspruch eines Projekts so unmittelbar wie im Bad. Hier entscheidet sich, ob Bewohnerinnen und Bewohner und Gäste das Gefühl haben, ankommen zu dürfen:



QUALITÄTSANSPRUCH VERBINDET
Silvia Schneider mit Guido Salentinig,
Geschäftsführer der Geberit
Vertriebsgesellschaft Österreich

**„EINFACH PERFEKT ist ein
Versprechen an unsere
Partnerinnen und Partner, die
hohe Verantwortung tragen.“**

in einem Umfeld, das Hygiene, Komfort und Ästhetik verbindet. Ein Bad, das durchdacht geplant und hochwertig ausgestattet ist, wird zur Visitenkarte eines Hauses.

Deshalb verfolgen wir bei Geberit einen ganzheitlichen Ansatz: Vom Installationssystem über die Trinkwasserhygiene und den Schallschutz bis zu sichtbaren Elementen wie Waschtisch, WC, Duschfläche, Möbeln und Bedienelementen greifen alle Komponenten ineinander. So entsteht ein Gesamtbild, das sowohl gestalterisch als auch technisch überzeugt – und das in der Nutzung hält, was es am Papier verspricht.

EINFACH PERFEKT ist auch eine Haltung in der Zusammenarbeit. Wir wissen, wie komplex der Alltag unserer Partnerinnen und Partner aussieht: enge Zeitpläne, unterschiedliche Gewerke, Kostendruck, dazu Themen wie Nachhaltigkeit und steigende Komfortansprüche. Unser Anspruch ist es, Ihnen in diesem Umfeld ein Partner zu sein, der entlastet –

durch Beratung, Schulungen, digitale Tools für Planung und Ausschreibung sowie durch einen Service, der auch nach Fertigstellung nicht endet.

Gleichzeitig investieren wir kontinuierlich in Innovationen: in ressourcenschonende Produkte, clevere Funktionen und optimierte Installationsprozesse.

Mit EINFACH PERFEKT möchten wir diese Haltung sichtbar machen – und Ihnen zeigen, dass wir bereit sind für die nächsten Schritte: für nachhaltige Hotelkonzepte, für Projekte, die den Alltag von morgen prägen. Wir freuen uns darauf, diesen Weg gemeinsam mit Ihnen zu gehen.

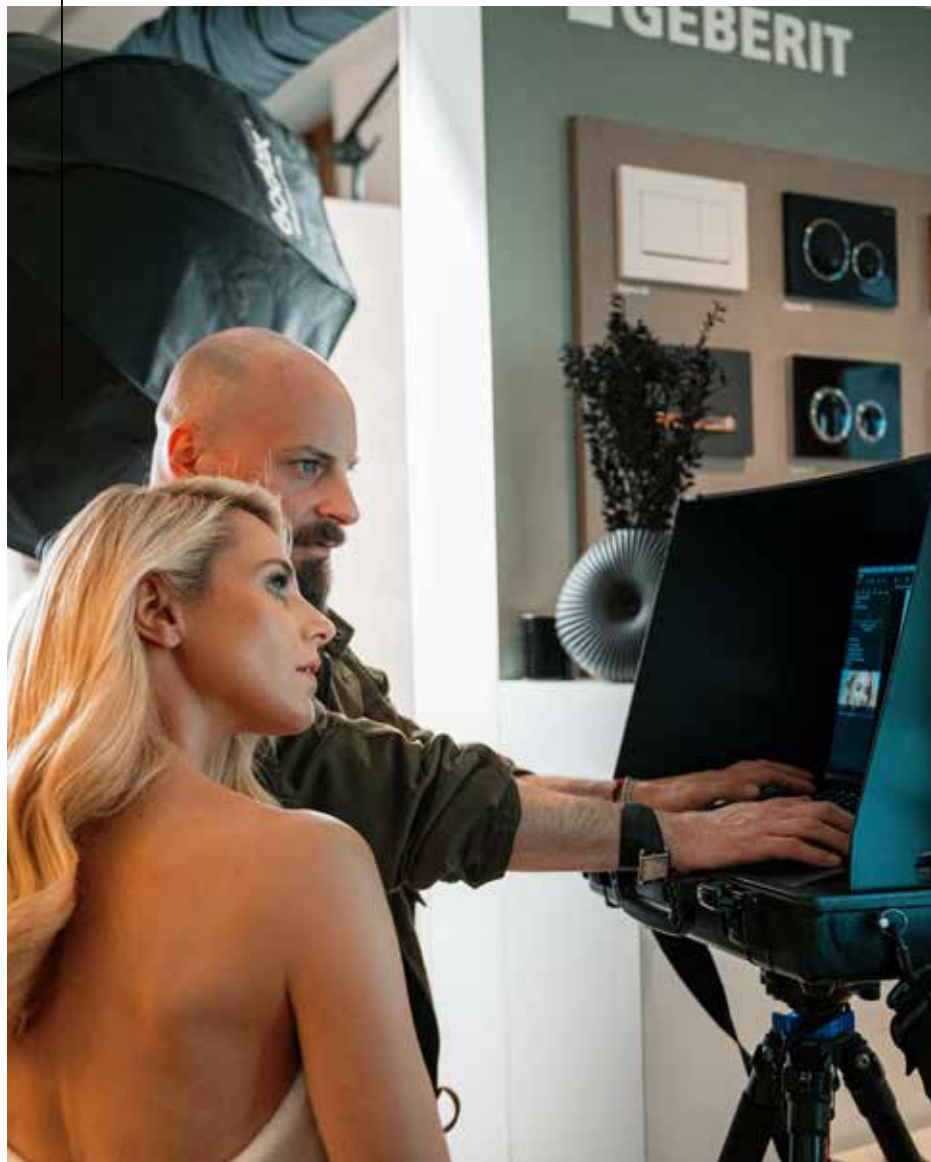
Beste Grüße,


Guido Salentinig

INHALT

06

EINFACH PERFEKT
Hinter den Kulissen des Shootings zur neuen Kampagne.



Fotos: Raphael Fasching, Tobias Singer, Shutterstock

08

WOW-FAKTOR
Wie führende Hotels in Österreich mit Geberit die Gäste beeindrucken.



12

HOCH HINAUS
Die Technik von Geberit im großvolumigen Wohnbau.

14

EINDRUCKSVOLL
Das neue House of Geberit – ein Showroom der Extraklasse.



15

NACHHALTIG
Die umfassende Nachhaltigkeitsstrategie von Geberit.

IMPRESSUM

GEBERIT VERTRIEBS GMBH	Geschäftsführung	Guido Salentinig
	Marketing & Produktmanagement	Reinhard Riedl
	PR & Media	Evelyn Sillipp
SILVIA SCHNEIDER GMBH	Kampagnen-Testimonial	Silvia Schneider
	Managing Partner	Patrick Schneider
AD CONSULT GMBH	Geschäftsführung	Peter Syrch
	Agenturleitung	Markus Sedlacek
	Artdirector	Bernhard Halbritter
	Grafik	Viktoria Baumgartner
		Daniel Rudolf
		Sophia Wolff
	Text	Barbara Wallner
	Lektorat	Marjeta Wakounig
FOTO & VIDEO SHOOTING	Fotograf	Marcel Gonzalez-Ortiz
	Foto-Assistent	Christoph Thanhoffer
	Hair & Make-up	Christopher Koller
	Video	Florian Josef Matzi
	Stylistin	Stephanie Hofer
	„Behind the Scenes“-Fotograf	Raphael Fasching
	Location Management & Set-Aufbau	Isabella Kuen
		Gerald Baredar
MEDIENINHABER & HERAUSGEBER		
Geberit Vertriebs GmbH		
Geberitstraße 1, 3140 Pottenbrunn		
UID ATU60957511, geberit.at		
HERSTELLER		
Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H.		
Wienerstraße 80, 580 Horn		



Fotos: www.MGO-Imaging.com, Raphael Fasching

↑
RAUM FÜR ENTFALTUNG
Für Silvia Schneider ist das Bad ein zentraler Raum ihrer Wohnung.

HINTER DEN KULISSEN

DAS BAD-SHOOTING MIT SILVIA SCHNEIDER

Beim Shooting zur neuen Kampagne zeigt sich, wie selbstverständlich Stil, Professionalität und Wohlfühlmomente zusammenfinden – das Bad wird zur vielfältigen Bühne, Silvia Schneider steht im Rampenlicht.

Silvia Schneider und die Kamera sind ein eingespieltes Team: Authentisch, selbstbewusst und sehr stilvoll gibt sich Schneider beim ersten Fotoshooting zur neuen Geberit Badkampagne EINFACH PERFEKT. Und beweist dabei auch gleich, warum sie das perfekte Testimonial dafür ist: Jede Geste, jede Bewegung sitzt und wird vom Objektiv eifrig eingefangen. Was entsteht, ist eine vielfältige Geschichte, erzählt in Bildern – von Leichtigkeit und Entspannung, von Stil und Eleganz, von Wohlfühlen und Sicherheit. Und das Badezimmer ist die Bühne für all das.

EIN BAD, DAS VIEL KÖNNEN MUSS

„Mein Bad ist beinahe das Zentrum meiner Wohnung“, erzählt Schneider, „es ist der letzte Raum, in dem ich mich aufhalte, bevor ich aus dem Haus gehe und der erste, den ich betrete, wenn ich heimkomme. Hier bereite ich mich auf Auftritte vor, hier entspanne und genieße ich.“ Dementsprechend hoch sind auch die Anforderungen, die die Unternehmerin, Moderatorin und Designerin an ihr Badezimmer stellt – und Geberit hat sie erfüllt. „Hier spürt man einfach, dass Profis am Werk sind. Von der Produktauswahl und -qualität über die Montage bis zum fertigen Bad hat einfach alles perfekt und reibungslos funktioniert.“

„Hier spürt man einfach, dass Profis am Werk sind – von der Produktauswahl bis zum fertigen Bad.“

Silvia Schneider



VORHANG AUF!
Kurze Pause, nächster Take:
Silvia Schneider am Set im Gespräch mit dem Team.

Das ist der gleiche Anspruch, mit dem ich auch an meine Arbeit herangehe – insofern ist mir die Entscheidung, als Testimonial für Geberit aufzutreten, auch sehr leicht gefallen.“

Auch Guido Salentinig, Geschäftsführer von Geberit Österreich, sieht im Zusammenspiel von Marke und Testimonial eine konsequente Weiterentwicklung:

„Silvia Schneider bringt jene Mischung aus Stil, Präzision und natürlicher Eleganz mit, die auch unsere Produkte auszeichnet. Sie versteht es, Leichtigkeit mit Professionalität zu verbinden – genau diese Haltung macht unsere Kooperation so stimmig. Perfektion zeigt sich für mich immer dann, wenn Design, Technik und Ausführung zu einem harmonischen Ganzen werden. Und genau diesen Anspruch teilen wir.“

HANDWERK IM RAMPENLICHT

Ein zentraler Gedanke der Kampagne ist die Anerkennung jener, die Perfektion erst möglich machen: der Handwerkerinnen und Handwerker. Unter dem Motto „Perfektionisten“ stehen sie deshalb beim Shooting ebenfalls im Rampenlicht. „Ihre Arbeit ist es, die unseren Anspruch sichtbar und spürbar macht“, erklärt Salentinig. „Mit ihrem Können verwandeln sie Pläne in Lebensräume. In diesem Engagement spiegelt sich unser Qualitätsverständnis wider. Sie sind unsere Botschafter der Perfektion – und verdienen es, gezeigt zu werden.“

Die Kampagne EINFACH PERFEKT richtet sich breit an all jene, die hohe Ansprüche an Badgestaltung und Funktion haben. Dazu zählen Endkundinnen und Endkunden ebenso wie Hotelbetriebe, Architekturbüros oder Projektentwicklerinnen und Projektentwickler. „Wir sprechen Menschen an, die Qualität erkennen und schätzen“, betont Salentinig. „Egal ob im privaten Bad, in der Hotelsuite oder im Wohnbau – Perfektion entsteht, wo die richtigen Partner zusammenarbeiten.“



↑
GUTES TEAM
Silvia Schneider vor der Kamera, Geberit hinter den Kulissen – und das Bad als große Bühne.

UNSER ANGEBOT FÜR DIE HOTELLERIE

WENN DAS HOTELSPA IM EIGENEN ZIMMER IST

Warum Premiumhäuser auf Geberit AquaClean setzen, wie schnell sich Zimmer damit aufwerten lassen und weshalb die Nachrüstung überraschend unkompliziert ist: eine Reise zu neuen Standards der Hotellerie.

Es gibt Hotelmomente, die man nie vergisst: das Gefühl, anzukommen, den Alltag abzustreifen, die Tür hinter sich zu schließen – und in eine andere Welt einzutreten. Für viele beginnt dieser Moment längst nicht mehr an der Bar oder im Spa, sondern im Badezimmer. Denn dort zeigt sich, wie ernst ein Hotel das Thema Wohlbefinden nimmt. Und genau hier beginnt eine Entwicklung, die den Hotelkomfort neu definiert: das Dusch-WC.

Was im asiatischen Raum schon lange Tradition hat, hat sich inzwischen zum internationalen Komfortstandard entwickelt – und ist seit 2025 sogar Teil der Sterneklassifizierung. Hotels, die mindestens 30 Prozent ihrer Zimmer damit ausstatten, erhalten fünf Zusatzpunkte – ein deutliches Signal, dass das Thema Wohlfühl- und Hygienekomfort auch offiziell in der Premiumhotellerie angekommen ist. Doch die Faszination des Dusch-WCs hat weniger mit Vorschriften zu tun als mit Erlebnissen.

DEN UNTERSCHIED MACHEN

In Häusern wie dem Seekarhaus in Obertauern, dem Hotel Edelweiss in Großarl, Toni Mörwalds Gutshof in Feuersbrunn am Wagram oder dem Naturhotel Forsthofgut in Leogang setzen sie ein eindrucksvolles Zeichen für Qualität.

Im Gutshof wird das Badezimmer zum Teil der Gesamtinszenierung. Die Zimmer und Suiten sind hochwertig gestaltet und konsequent mit Sanitärösungen von Geberit ausgestattet. Genau hier entfaltet das Dusch-WC seinen Wow-Faktor: nicht als Gimmick, sondern als Qualitätsverspre-



„Das Dusch-WC wird von Gästen regelmäßig als positive Überraschung betont.“

Peter Hettegger, Mountain Resort Edelweiss

chen, das Gäste sofort verstehen. Die Modelle der Geberit AquaClean Serie reinigen auf Knopfdruck mit einem körperwarmen Wasserstrahl. Für die Hotellerie heißt das: ein Komfortmerkmal, das sich klar kommunizieren lässt, zugleich aber auch im Betrieb punktet – durch einfache Reinigung und eine Ausstattung, die Premium nicht nur behauptet, sondern unter Beweis stellt.

„NUR DAS BESTE“

„Wie daheim“ fühlt es sich an, wenn man die frisch renovierten Hotelzimmer des Edelweiss Salzburg Mountain Resort betritt. Das Fünf-Sterne-Haus wird in der dritten Generation von Familie Hettegger geführt und überzeugt mit dem gewissen Extra an Luxus – auch in den Badezimmern. „Für das neu renovierte Hotel Edelweiss kam nur das Beste infrage. Deshalb haben wir uns bei den Sanitärinstallationen für Geberit Produkte entschieden“, erzählt Juniorchef Peter Hettegger. Je nach Zimmerkategorie sind die Badezimmer mit dem passenden Geberit AquaClean Dusch-WC ausgestattet. Die Dusch-WCs scheinen den Gästen zu gefallen: „Wir bekommen überwiegend begeisterte und staunende Rückmeldungen zu den Dusch-WCs.“ Die meisten Gäste hätten schon von Dusch-WCs gehört, aber noch nie eines getestet, fügt Hettegger hinzu. „Bei uns haben sie die Möglichkeit, genau das zu tun.“

Im Seekarhaus, wo Holz, Stein und sanfte Naturfarben eine Atmosphäre schaffen, die Ruhe ausstrahlt, setzt man auf eine Ausstattung, die Design



Fotos: Raphael Fasching





Fotos: Michael Huber, Markus Reibenbacher, Lorenz Messer, Das Seekarhaus, Visualisierung: Mamma Group



und Funktion verbindet. Bodengleiche Duschen mit der CleanLine Serie von Geberit sind Blickfang, ohne sich aufzudrängen. Waschtische der Linie VariForm greifen die sanften Geometrien des Hauses auf, alles fließt ineinander. Und doch ist es oft das, was nicht ins Auge fällt, das Gäste begeistert. „Das oberste Ziel jedes Hotelbetriebes ist es, eine Atmosphäre zu kreieren, in der Gäste abschalten können. Aus dem Alltag heraustreten und Kraft schöpfen – deshalb sind solche Details enorm wichtig“, sagt Guido Salentini.

Ein ähnlicher Gedanke prägt das Naturhotel Forsthofgut in Leogang. Hier verschmelzen Architektur und Landschaft zu einem Retreat, in dem Wellness neu definiert wird. Holz und Stein, Wasser und Luft – alles ist darauf ausgelegt, Natürlichkeit mit Modernität zu vereinen. Auch im Bad. Dusch-WCs aus der Serie AquaClean bringen hier nicht nur Hygiene, sondern auch Achtsamkeit in den Alltag.

MINIMALER INSTALLATIONS-AUFWAND
Dass solche Lösungen in der Hotellerie an Bedeutung gewinnen, liegt nicht nur am Gästekomfort, sondern auch an der einfachen Umsetzung. Der technische Aufwand ist minimal: Ein Kaltwasser- und ein Stromanschluss genügen – in den meisten Zimmern sind diese ohnehin vorhanden. So können Bäder innerhalb kurzer Zeit ohne lange Ausfallzeiten nachgerüstet werden. Die Installation erfolgt über das Geberit Vorwandsystem, das alle Anschlüsse sauber integriert und eine schnelle Wiederinbetriebnahme ermöglicht – ein unschätzbarer Vorteil in Hotels, die auf permanente Auslastung angewiesen sind. Die Auswahl des Dusch-WC-Modells kann man präzise auf die Kategorie und das Gästesegment abstimmen. Funktionale Modelle wie AquaClean Alba eignen sich für

Standardzimmer, während das Modell Sela mit einem Orientierungslicht für die Nacht und der separaten Ladydusche in höheren Kategorien punktet. In Suiten schließlich kommt oft das AquaClean Mera zum Einsatz – mit Komfortfunktionen wie automatischer Deckelöffnung, Warmlufttrocknung und individuell programmierbaren Nutzerprofilen. Damit lässt sich das gesamte Haus stimmig ausstatten – ohne Stilbrüche zwischen den Kategorien.

GÄSTE, DIE MEHR ERWARTEN
In einem Markt, in dem Designhotels und Boutiquehäuser ständig neue Standards setzen, wächst die Erwartung der Gäste. Ein besonderes Bad gehört längst zum Gesamterlebnis. Dusch-WCs sind dabei der Wow-Faktor, der in Erinnerung bleibt – und laut Hotelberichten oft sogar das Hauptthema beim Check-out ist. Selbst wenn Gäste mit anderen Aspekten weniger zufrieden waren, wird das Dusch-WC regelmäßig als Highlight genannt. Es ist dieser unerwartete Moment von Komfort, der Hotelbewertungen positiv beeinflusst – und damit ein Marketingvorteil ist, der weit über den Badezimmerbereich hinausreicht.

Das Refugium Lunz am See setzt auf Natürlichkeit und Intimität. Holz, Glas und gedämpfte Farben bilden den Rahmen für Räume, die Rückzug und Weitblick verbinden. In den Bädern schaffen bodenebene Duschen mit der CleanLine Serie eine klare Geometrie, ergänzt durch AquaClean Modelle, die den Nachhaltigkeitsgedanken des Hauses – weniger Papier, mehr Wasser – konsequent fortführen.

NACHHALTIGER KOMFORT
Denn das Dusch-WC ist nicht nur ein Komfortthema, sondern auch ein Beitrag zur Nachhaltigkeit. Der

Wasserverbrauch ist gering, der Papierverbrauch entfällt nahezu vollständig, und die Geräte sind für jahrzehntelangen Betrieb ausgelegt. Geberit setzt auf langlebige Materialien und modulare Bauweise – Funktionen können gewartet oder nachgerüstet werden, ohne das Gerät zu ersetzen. Für die Hotellerie bedeutet das planbare Investitionssicherheit und Betriebseffizienz.

Das zeigt auch das Hotel Seekarhaus in Obertauern, wo das Bad längst Teil der Markenidentität ist. Dort, wo sonst Champagnergläser auf Panoramaterrassen klirren, ist das Dusch-WC ein diskretes Detail, das höchsten Ansprüchen genügt. „Wir sind ein Hotel für anspruchsvolle Gäste, die Wert auf Qualität, ausgezeichneten Service und exklusiven Komfort legen – daher macht das Verwöhnprogramm im Seekarhaus auch vor dem WC nicht halt“, heißt es aus dem Haus. Genau das ist der Punkt: Wer Premium anbietet, muss Perfektion bis ins kleinste Detail denken.

EINE FRAGE DER EFFIZIENZ
Ganz andere Anforderungen gelten im Vienna House Easy Airport City Schwechat. Wo Reisende zwischen Ankunft und Abflug oft nur eine Nacht verbringen, zählt jede Minute – beim Aufenthalt ebenso wie beim Housekeeping. Die Entscheidung für Geberit Systemlösungen war hier eine Frage der Effizienz und Verlässlichkeit. Dank standardisierter Vorwandtechnik und Dusch-WC-Einheiten können Zimmer rasch gereinigt, gewartet und bei Bedarf modernisiert werden – ein Musterbeispiel dafür, wie sich Design, Hygiene und Bauökonomie verbinden lassen. So schließt sich der Kreis zwischen sichtbarem Komfort und unsichtbarer Präzision – zwischen Design und Hochbau, zwischen Badästhetik und Gebäudetechnik.

MARINA TOWER

WOHNERLEBNIS AM WASSER

Das verspricht der MARINA TOWER seinen Bewohnerinnen und Bewohnern. Das Bauprojekt von BUWOG und IES Immobilien setzt auf zeitgemäße Architektur, erstklassige Ausstattung und viel Service. Die Systemlösungen von Geberit sind in den Bereichen Wasser, Heizung und Sanitär im Einsatz.



Zwischen Himmel und Wasser wird Wohnen zur Perspektive: Der MARINA TOWER am Wiener Handelskai verbindet urbanen Lifestyle mit maritimem Flair – 140 Meter hoch, 41 Stockwerke, über 500 hochwertig bis luxuriös ausgestattete Wohneinheiten von 45 bis 305 m², verteilt auf zwei Türme („Low Rise“ und „High Rise“). Highlight sind sechs Penthouse-Wohnungen mit exklusiver Ausstattungslinie. Bei so hohem Komfortanspruch braucht es gerade bei den sanitären Einrichtungen Fachleute – in Planung, Umsetzung und Materialwahl. Was von außen leicht wirkt, ist im Inneren Präzisionsarbeit: In einem Hochhaus müssen Installations- und Haustechnik besonderen Anforderungen standhalten – hinsichtlich Schallschutz, Brandschutz und den eng getakteten Bauphasen. BUWOG und IES Immobilien setzen daher in zentralen Bereichen auf Systemlösungen von Geberit: von Sanitär- und Badausstattung über Heizungsleitungen bis zur Dachentwässerung.

LEISE UND SICHER

Robuste Mapress Edeldahlleitungen führen das Trinkwasser sicher bis ins Dachgeschoß; aufgrund der Höhe wurden mehrere Druckstufen eingerichtet. Wo der gestaffelte Bauablauf flexible Verbindungen verlangte, spielte die Mepla Verbindungstechnik ihre Stärke aus. Schalloptimierte Abwassersysteme wie Silent-PP und Silent-db20 halten die Geräuschkulisse in den Wohnbereichen niedrig, während Pluvia trotz geringer Entwässerungsflächen und großer Fallhöhe Regenwasser verlässlich abführt.

SCHÖN UND NACHHALTIG

Für das Installationsteam zählt jedes Detail: Produkte, die exakt zusammenpassen, rasch zu verarbeiten sind und pünktlich verfügbar sind, machen den Unterschied – Stockwerk für Stockwerk. Und auch im

„Uns war hier ein kompetenter Partner wichtig, der zuverlässig hohe Qualitätsstandards einhält. Deshalb und aufgrund des guten Preis-Leistungs-Verhältnisses fiel die Wahl auf Geberit.“

Andreas Holler, Managing Director BUWOG

Sichtbaren setzt sich das System fort: Duofix Montageelemente, Betätigungsplatten sowie je nach Wohnkategorie CleanLine Duschrinnen und Keramiken der Serie iCon. Zum Anspruch gehört auch Verantwortung: Mit zertifiziertem Produkt- und Chemikalienmanagement, Gebäudebegrünungen und einem nachhaltigen Mobilitätskonzept unterstreicht der MARINA TOWER seine hohe nachhaltige Qualität. So entsteht Komfort, der selbstverständlich wirkt – und Wertbeständigkeit, die sich im Alltag bewährt.



ICON IM MARINA TOWER

In den Wohnungen der Landmark an der Donau kommen Waschtische und WCs der Serie iCon zum Einsatz.

Fotos: Stephan Huger, Tobias Singer, Visualisierung: SquareBytes



EUROPAPREMIERE

VORHANG AUF FÜR SUPERTUBE

Erstmals in Europa kommt im Wohnhochhaus DS 90 im Nordwestbahnhofviertel das innovative und platzsparende Silent Pro SuperTube Abwassersystem zum Einsatz.

Lebendige Städte brauchen Blickfänge, die Quartieren Gesicht und Persönlichkeit geben. In der Wiener Dresdner Straße 90, am Areal des entstehenden Nordwestbahnhofviertels, wächst mit dem Wohnhochhaus DS 90 ein lebhaft buntes Entree zur „Grünen Mitte“. 29 Stockwerke samt einem sechsgeschoßigen Sockel, rund 80 Meter hoch, bieten künftig 382 Einheiten Platz: 262 Wohnungen und 120 Serviced Appartements, jeweils mit eigener Freifläche wie Loggia oder Balkon.

Im Inneren feiert eine Technik Premiere, die unsichtbar und doch spürbar ist: Denn hier kommt erstmals die Geberit Silent-Pro SuperTube Technologie zum Einsatz, als europaweit erstes Projekt dieser Art. Hydraulisch optimierte Formstücke stabilisieren die

Luftsäule in der Falleitung, sodass keine „verbotene Anschlusszone“ entsteht. Damit werden Umgehungs- und Nebenlüftungsleitungen überflüssig – und pro Schacht reicht ein einziger Abwasserstrang, obwohl über 28 Geschoße Bäder und WCs angeschlossen werden.

KOMFORT DURCH TECHNIK

Der Mehrwert zeigt sich dort, wo man Architektur Raum geben will: Über dem Eingangsbereich führen Sammelleitungen an der Decke zum Kanalanschluss. Mit konventionellen Systemen ginge hier – dem Gefälle geschuldet – bis zu 1,5 Meter Raumhöhe verloren; mit SuperTube kann die Leitung bis zu sechs Meter waagrecht geführt werden. Dazu kommt der leise Charakter des Systems: Silent-Pro ist für schalloptimierte Entwässerung im Wohnbau ausgelegt – gerade bei gestapelten Grundrissen.

Errichtet in Niedrigenergiebauweise, mit Bauteilaktivierung für Heizung und Kühlung und Photovoltaik am Dach punktet das Gebäude auch in Sachen Nachhaltigkeit. Auch die Mobilität wurde von Anfang an mitgedacht: Stellplätze in der Tiefgarage können bei Bedarf mit E-Ladestationen ausgerüstet werden. Wo früher Bahngleise lagen, entsteht so ein Haus, das die neue Nachbarschaft ebenso prägt wie die

Wege dorthin: U6, S-Bahn Traisengasse und die Straßenbahnlinie 2 liegen praktisch vor der Tür.

Genau dieses Zusammenspiel macht DS 90 zur Landmark im besten Sinn: Architektur, die Präsenz zeigt, Technik, die Raum gewinnt, und Nachhaltigkeit, die im Betrieb wirkt. Mit Geberit als Innovationsmotor im Inneren wird aus einem Blickfang ein Gebäude, das leise überzeugt – für die Stadt, für Menschen, für Jahrzehnte. Täglich.



NEUESTE TECHNOLOGIE

Mit SuperTube setzt Geberit neue Maßstäbe im Hochbau – und lässt damit mehr Raum für Architektur.

HOUSE OF GEBERIT

EIN NEUER RAUM FÜR INSPIRATION

Mit dem neuen House of Geberit in Wien macht das Unternehmen Design und Funktion hautnah erlebbar.

Einen kurzen Überblick über das Angebot von Geberit zu geben ist nicht einfach. Die Lösungen sind vielfältig und die Produktpalette breit. Schließlich reicht das Angebot von Regenwasser-Management bis Rohrsystem, von Dusch-WC bis Keramikserie. Hier verbinden sich Design und Funktion, Technologie und Wohngefühl. Da braucht es einen Ort, wo all das zusammenkommt und sich als dichtes Netzwerk von Angeboten präsentiert, die nahtlos ineinandergreifen.

Mit dem neuen House of Geberit in der Wiener Kaiserstraße hat Geberit nun einen solchen Ort geschaffen: einen Showroom, der nicht nur informiert, sondern auch inspiriert. Seit November 2025 präsentiert sich Geberit im Bad & Energie Bäderparadies der Frauenthal Handel Gruppe in der Kaiserstraße mit einem exklusiven Showroom als Bühne für das, was moderne Sanitärtechnik ausmacht: Präzision, Funktion und Form im perfekten Gleichgewicht.

TECHNIK, SICHTBAR GEMACHT

Im neuen Showroom kommt das zukunftsweisende Architekturkonzept House of Geberit zum Einsatz. Die offene Metallrahmen-Konstruktion, die aus dem Geberit Produktsortiment stammt, nimmt im Praxisalltag Sanitärreinbauten auf und wird gewöhnlich mit Trockenbau verkleidet. Hier aber bleibt sie bewusst sichtbar – das Traggerüst wird zur Bühne für die Geberit Vorwandprodukte, ein ästhetisches Statement für das, was sonst verborgen bleibt. Üppige Grünpflanzen setzen biophile Akzente, schaffen ein inspirierendes Wohlfühlambiente und bringen das Thema Nachhaltigkeit räumlich zum Ausdruck. So entsteht eine Atmosphäre, die gleichermaßen technisch klar und emotional ansprechend ist – ein Ort,



der zeigt, dass Funktion und Schönheit einander nicht ausschließen.

BREITES PORTFOLIO

Die Ausstellung gliedert sich in verschiedene Themenbereiche rund um Waschplatz, Dusche und WC. Hochwertige Geberit Badserien präsentieren sich hier in einem stilvollen Umfeld und bieten Inspiration – für Endkundinnen und Endkunden ebenso wie für Architekturbüros, Planungsstudios und Projektentwicklerinnen und Projektentwickler. Alle Modelle der AquaClean Dusch-WC Serie sind zu sehen, ebenso die neuesten WC-Keramiken mit der innovativen

TurboFlush-Spültechnik, die besonders leise und gründlich arbeitet. Ergänzt wird das Erlebnis durch bodenebene Duschen, modulare Vorwandlösungen und eine Auswahl der schönsten Betätigungsplatten. Integrierte Flatscreens und transparente Module liefern Einblicke in jene technischen Features, die für Geberit typisch sind – und im Alltag oft den entscheidenden Unterschied machen.

„Der neue Showroom ist nicht nur eine Präsentationsfläche, sondern eine Möglichkeit für unseren Vertrieb, Geberit erlebbar zu machen“, betont Guido Salentinig. „Hier können unsere Partnerinnen und Partner aus Hotellerie, Architektur und Projektentwicklung das gesamte Portfolio im Zusammenspiel sehen – von den Systemlösungen hinter der Wand bis zu den Designlinien davor. So entsteht ein ganzheitlicher Eindruck davon, wie wir Planung, Komfort und Nachhaltigkeit verbinden.“

Genau das ist das Ziel: Das House of Geberit ist ein Treffpunkt für Profis und Interessierte, ein Ort des Dialogs und des Austauschs. Es zeigt, wie zukunftsorientierte Sanitärtechnik und gestalterische Qualität ineinandergreifen – wie smarte Systeme, langlebige Materialien und designorientierte Produkte gemeinsam Räume schaffen, die funktionieren und begeistern.

Mit dem neuen Showroom setzt Geberit ein sichtbares Zeichen in der Hauptstadt: für Architektur mit System, Innovation mit Haltung und Nachhaltigkeit mit Stil. Das House of Geberit ist damit mehr als ein Schaumraum – es ist ein Raum für Ideen, der zeigt, wie aus Technik Lebensqualität wird.

Fotos: Tobias Singer



ÖKOLOGISCH, RESSOURCENSCHONEND, LANGLEBIG

AUTHENTISCH GELEBTE VERANTWORTUNG

Sowohl bei Entwicklerinnen und Entwicklern wie auch bei Wohnungssuchenden ist die Nachhaltigkeit längst in den Köpfen verankert. Die Produkte von Geberit tragen zur Optimierung des ökologischen Fußabdrucks bei und sind bei Gebäudezertifizierungen von Vorteil.

Vor über 30 Jahren erstellte Geberit eine erste Umweltstrategie und setzte konkrete Maßnahmen um. Diese Strategie wurde mit den Jahren schrittweise zu einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie ausgebaut. Sie orientiert sich an der Agenda 2030 der Vereinten Nationen und deren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung.

Neue Produkte werden stets nach dem Ecodesign-Prinzip entwickelt: Jedes neue Produkt soll ökologisch besser als sein Vorgänger sein – ohne Einbußen bei Qualität, Funktionalität oder Langlebigkeit. Wegen des umfassend nachhaltigen Ansatzes wurde Geberit 2024 erneut von der renommierten Plattform EcoVadis für Nachhaltigkeitsratings mit Gold ausgezeichnet.

LANGLEBIG UND RÜCKWÄRTSKOMPATIBEL

Geberit Produkte werden über Jahrzehnte genutzt. Die Lebensdauer übersteigt nicht selten 50 Jahre,

beispielsweise bei Abwasserrohren aus Kunststoff. Darüber hinaus leistet die Ersatzteilgarantie von bis zu 50 Jahren, die für einen bedeutenden Teil des Sortiments gilt, einen wichtigen Beitrag zur Lebensdauer, genauso wie das Engagement für die Rückwärtskompatibilität neuer Produkte. Damit erleichtert es Geberit Baupartnerunternehmen, den oft umfangreichen Anforderungskatalog für zertifizierte, nachhaltige Bauprojekte zu erfüllen.

NACHHALTIGES BAUEN

Umweltproduktdeklarationen oder EPDs (Environmental Product Declaration) liefern diesbezüglich detaillierte Informationen zum ökologischen Fußabdruck von Bauprodukten und basieren auf einer detaillierten Ökobilanz. Produkte mit drittgeprüften Umweltproduktdeklarationen machen bei Geberit über 34 Prozent des Konzernumsatzes aus. Damit bietet Geberit eine breite Produktpalette für Gebäu-

de an, die gemäß höchsten Nachhaltigkeitsstandards wie Minergie, DGNB, ÖGNI, BREEAM oder LEED zertifiziert werden.

WASSERSPARENDE LÖSUNGEN

Geberit hat eine lange Tradition in der Herstellung wassersparender Produkte, insbesondere von WC-Spülkästen und ihren Komponenten. Gemäß einer Modellrechnung reduzierte sich der Wasserverbrauch für die WC-Spülung dank Geberit 2-Mengen- und Spül-Stopp-Spülkästen seit 1952 um rund 80 Prozent von 70 auf 14 Liter pro Person und Tag. Geberit entwickelt die Wassereffizienz der WC-Systeme stets weiter.

EINFACH PERFEKT

FÜR PURE ELEGANZ



DESIGN
MEETS
FUNCTION

Wahre Perfektion hat Ausstrahlung

Silvia Schneider steht für Eleganz, die aus Klarheit entsteht: selbstbewusst, stilsicher und anspruchsvoll. Genau diese Haltung prägt auch die Bäder von Geberit. Durchdacht und auf das Wesentliche konzentriert schaffen sie Räume, in denen Qualität für sich spricht.

www.geberit.at


Silvia Schneider
Silvia Schneider & Geberit
Perfektion verbindet