



WORLDWIDE
COURT REPORTERS
AND VIDEO SERVICES

INTERNATIONAL
COURT REPORTERS
AND VIDEO SERVICES

INTERNATIONAL
COURT REPORTERS
AND VIDEO SERVICES

INTERNATIONAL
COURT REPORTERS
AND VIDEO SERVICES

INTERNATIONAL
COURT REPORTERS
AND VIDEO SERVICES

INTERNATIONAL
COURT REPORTERS
AND VIDEO SERVICES



«Bleibende Werte schaffen»

General Manager KWC Home
Urs Tschopp im Interview

Massgeschneiderte Lösungen

Spezialanfertigungen
aus Unterkulm

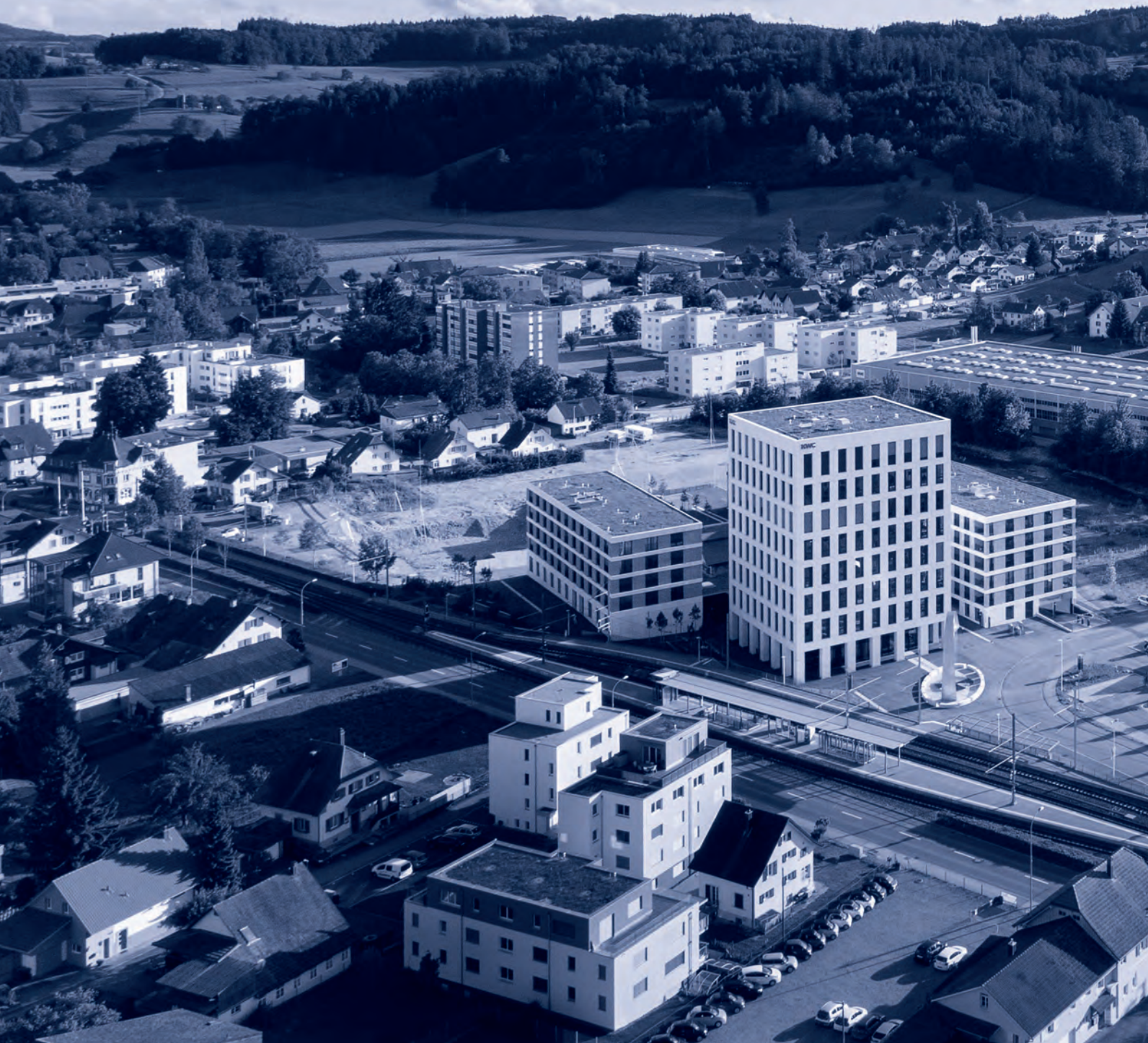
Highlights 2025

Edelstahl für Bad
und Küche

KWC

Seit 1874

In Unterkulm
zu Hause





KWC Stories

«Bleibende Werte schaffen» –
General Manager KWC Home Urs Tschopp im Gespräch 06

Aus reiner Überzeugung 08

Zusammenspiel von Kompetenzen 12

Massgeschneiderte Lösungen 26

Die Armatur als Blickfang architektonischer Gestaltung 28

«Partnerschaften mit verantwortungsvollen Unternehmen
spielen für uns eine grosse Rolle» – Viva con Agua x KWC 36

Eine Investition in die Zukunft – Designerin und Hochschul-
Professorin Miriam Irle im Gespräch 40





KWC Highlights 2025

KWC im Bad

KWC in der Küche

Impressum

42

44

54

70

«Bleibende Werte schaffen»

Was steht hinter dem Inbegriff Schweizer Qualität, ikonischer Designs und durchdachter Funktionalität? Urs Tschopp, General Manager KWC Home, im Gespräch über die Stärke familiengeführter Unternehmen.

Viele denken bei KWC automatisch an Schweizer Qualität. Ist Swiss Made immer noch ein Pfund, mit dem Sie punkten können?

Eindeutig. Swissness wird stark wertgeschätzt, das belegen aktuelle Umfragen. Es geht aber nicht nur um die Schweizer Produktion an sich, sondern auch um die damit verbundenen Werte. Wichtig ist, dass diese immer spürbar sind und wir durchgehend für Premiumqualität und Top-Service stehen.

Und wie wichtig ist dabei der Kontakt zu Ihren Kundinnen und Kunden?

Ein direkter Austausch ist uns sehr wichtig. Wir sind nah am Markt und tauschen uns regelmässig mit unseren Partnerinnen und Partnern aus. Hinzu kommen jeden Monat mehrere Hundert Anrufe, bei denen wir technische Auskünfte geben. Wir sind darauf bedacht, alle Bedürfnisse mit höchster Qualität in kurzer Zeit zu erfüllen. Daran arbeiten wir Tag für Tag.

Sie decken ein breites Marktspektrum ab.

Denn wir möchten unseren Kundinnen und Kunden die Wahl lassen. Wir bieten ein breites Feld an hochwertigen und einzigartigen Armaturen in unserem Portfolio an. Die Kundinnen und Kunden können aus dem mittleren bis oberen Segment auswählen – immer mit dem garantierten KWC-Qualitätsstandard. Wir verstehen uns als echter und reiner Armaturenspezialist. Auch wenn wir die Armatur nicht

erfunden haben, sehen wir es als unsere Aufgabe, sie mit unserer 150-jährigen Kompetenz zu perfektionieren.

«MUTIGE INNOVATIONEN»

Mit der KWC verbinden die meisten Menschen Innovationen und Design.

Wohin geht der Weg bei neuen Produkten?

Wir haben uns über die Jahre durch viele Innovationen und mutiges Design ausgezeichnet. Das passt sehr gut zu unseren Werten: ambitioniert und mutig. Bei Edelstahl sind wir in der Küche Vorreiter und sehen dafür auch im Bad eine gute Zukunft. Dazu kommen Innovationen wie die KWC HOMEBOX, eine Unterputz-Lösung in wunderschönem, zeitlosem Design und hoher Qualität, die dazu einfach und sicher hinter der Wand zu montieren ist.

Die Armatur selbst ist im Moment noch analog. Gibt es Pläne zur Digitalisierung in diesem Bereich?

Digitalisierung muss Sinn machen und nicht nur ein schönes Wort in einem Prospekt sein. Es geht für uns darum, die Customer Journey zu perfektionieren: Wie kommen wir mit Kundinnen und Kunden in Kontakt? Welche Informationen erhalten sie wann zu einem Produkt? Und wie gut ist der digitale After-Sales-Service? Die Armatur selbst bleibt





weitgehend analog. Wir haben viele Ideen, wie die Digitalisierung auch die Nutzung einfacher, intelligenter und noch sicherer machen kann. Aber wenn Sie zuerst die Bluetooth-Verbindung herstellen müssen, um sich die Hände zu waschen, läuft etwas falsch.

«FAMILIENWERTE LEBEN»

Sie sind nun Teil eines Familienunternehmens.

Paini ist ein absoluter Glücksfall. Wir waren lange selbst ein familiengeführtes Unternehmen, und jetzt haben wir mit Paini wieder eine starke Zukunftsperspektive. Denn strategisch will Paini mit uns langfristig wachsen. Das ist eine sehr nachhaltige Entwicklung, fängt bei der Produktentwicklung an und reicht bis zu den Mitarbeitenden, die sehr motiviert sind. Auch bei unseren Kundinnen und Kunden kommt die aktuelle Situation gut an, hier erhalten wir viel positives Feedback. Mit Paini arbeiten wir schon heute in den Bereichen Entwicklung, Produktion, Produktmanagement und Einkauf eng zusammen und spüren viele positive Effekte. Das wird sich in den nächsten Jahren noch verstärken.

Das heisst, auch die Werte passen?

Sie passen sogar extrem gut zusammen. Unsere Werte und Haltung finden in einem Familienunternehmen das perfekte Zuhause. Als KWC haben wir nur gewonnen. In dieser Konstellation sind wir davon überzeugt, im mittleren bis oberen Segment unsere Position weiter ausbauen und stärken zu können. Wir freuen uns auf unseren gemeinsamen Weg.

Ihre konkreten Ziele für 2025?

Die Internationalisierung der KWC. In den letzten 24 Monaten haben wir in vielen Bereichen einen grossen Schritt nach vorne gemacht. In der Schweiz erreichen wir eine hohe Marktaus-schöpfung. Hier können wir weiter wachsen, aber gerade die internationalen Märkte sind für uns wichtig und haben viel Potenzial. Wir waren schon einmal höchst erfolgreich in Italien, in skandinavischen Ländern, in den USA und Australien. Darauf werden wir aufbauen. Der Name KWC hat auch international noch immer einen sehr guten Klang. Jetzt haben wir den richtigen Partner an unserer Seite und können gemeinsam unser volles Potenzial ausschöpfen.

Herr Tschopp, vielen Dank für das Gespräch.

KWC Home – Aus reiner Überzeugung

KWC ist der Inbegriff von Qualität, ikonischer Designs und durchdachter Funktionalität für Armaturen in Bad, Küche und Gastronomie.

Ob privater oder (halb)-öffentlicher Bereich – jedes unserer Produkte spiegelt über 150 Jahre Erfahrung, Kompetenz und Schweizer Handwerkskunst wider.

Der stetige Antrieb mehr als nur einfache Armaturen zu erschaffen, zeigt sich in all unseren Innovationen und Produktlösungen, die seit Jahrzehnten immer wieder neue Standards setzen. Ikonische und ausgezeichnete Designs, innovativer und sicherer Bedienkomfort mit einfacher Pflege und herausragende Qualität werden mit unseren Armaturen im wahrsten Sinne des Wortes greifbar.

Wir stehen mit unseren Produkten für den schonenden Umgang mit kostbaren Ressourcen und wollen, dass Wasser wie

Wasser riecht und schmeckt. Durch wassersparende Funktionen und die Verwendung ausgewählter Premium-Materialien, die für den hygienischen Kontakt mit Wasser optimal geeignet sind, werden wir dieser Haltung gerecht.

Ganz gleich, welche unserer einzigartigen Produktlösungen zum Einsatz kommt, unser Anspruch ist immer, die Lebensqualität nachhaltig zu bereichern.

KWC



KWC

Eingang ↑



Tradition trifft auf Moderne

Die Überzeugung sich nur mit dem Besten zufriedener zu geben, ist am Standort Unterkulm sichtbar und spürbar, Tag für Tag. In enger Abstimmung mit Entwicklung, Forschung und Produktion werden hier Ideen geboren und mit der Erfahrung von über 150 Jahren bis zur Perfektion getrieben.



Die Welt der KWC

Ein Showroom der besonderen Art. Moderne Architektur gepaart mit alten Grundmauern der Giesserei. Im AQUAKULM können Kundinnen und Kunden in die Welt der KWC eintauchen. Aktuelle Armaturen für Bad, Küche und Gastronomie sowie Einblicke in die Geschichte und Produktion werden hier auf rund 1000 m² spürbar und sichtbar.



Wissenstransfer und Schulungszentrum

Das KWC-Schulungszentrum ist speziell auf die Bedürfnisse von Sanitärfachkräften eingerichtet. In den historischen Hallen werden hier von Profis für Profis Feinheiten, Montagehilfen und Besonderheiten der KWC-Produkte persönlich vermittelt.



Zusammenspiel von Kompetenzen

Der stetige Antrieb mehr als nur einfache Armaturen zu erschaffen, zeigt sich in all unseren Innovationen und Produktlösungen, die immer wieder neue Standards setzen.

Erst, wenn Design, Technik, innovatives Denken, Materialwissen und Fertigungskompetenz zusammenkommen, entstehen echter Mehrwert und spürbarer Komfort.

Die perfekte Verbindung vielfältiger Kompetenzen hat bei KWC Tradition.





Elektronik – Durchdachte Steuerung

Moderne Elektronik gibt Nutzerinnen und Nutzern die Möglichkeit, persönliche Vorlieben zu speichern und Einstellungen unkompliziert zu ändern. Mit einer elektronischen Steuerung ist die Kontrolle über Wasserfluss und Temperatur maximal präzise.

Als KWC nehmen wir mit unseren Innovationen wie den intuitiven Steuerungssystemen in diesem Feld eine Vorreiterrolle ein. Unser Ziel ist es, die Technologie für die Menschen immer wieder aufs Neue zu perfektionieren. In diesem Prozess stehen für uns Sicherheit, Bedienkomfort und ökologische Effizienz immer im Vordergrund.

Innovation – Erlebbarer Fortschritt

Der Pioniergeist ist in unserer DNA fest verankert. Ob die Erfindung der Auszugsbrause, die Neuinterpretation des Federschlauches mit der patentierten highflex-Technologie, neuartige und einzigartige Designs oder die Integration elektronischer Steuerung: Der Mensch und seine Bedürfnisse in der Zukunft spornen uns immer wieder zu Innovationen an, die sich in einer Vielzahl von Patenten niederschlagen.

Das Neue ist dabei kein Selbstzweck, unser Ziel ist, die perfekte Symbiose aus Design und begeisterndem Nutzungserlebnis zu erschaffen: Komfort durch intelligente Technik, präzise Steuerung und hochwertiges Design. Das ist für uns Lebensqualität.





Design – Schweizer Handwerkskunst

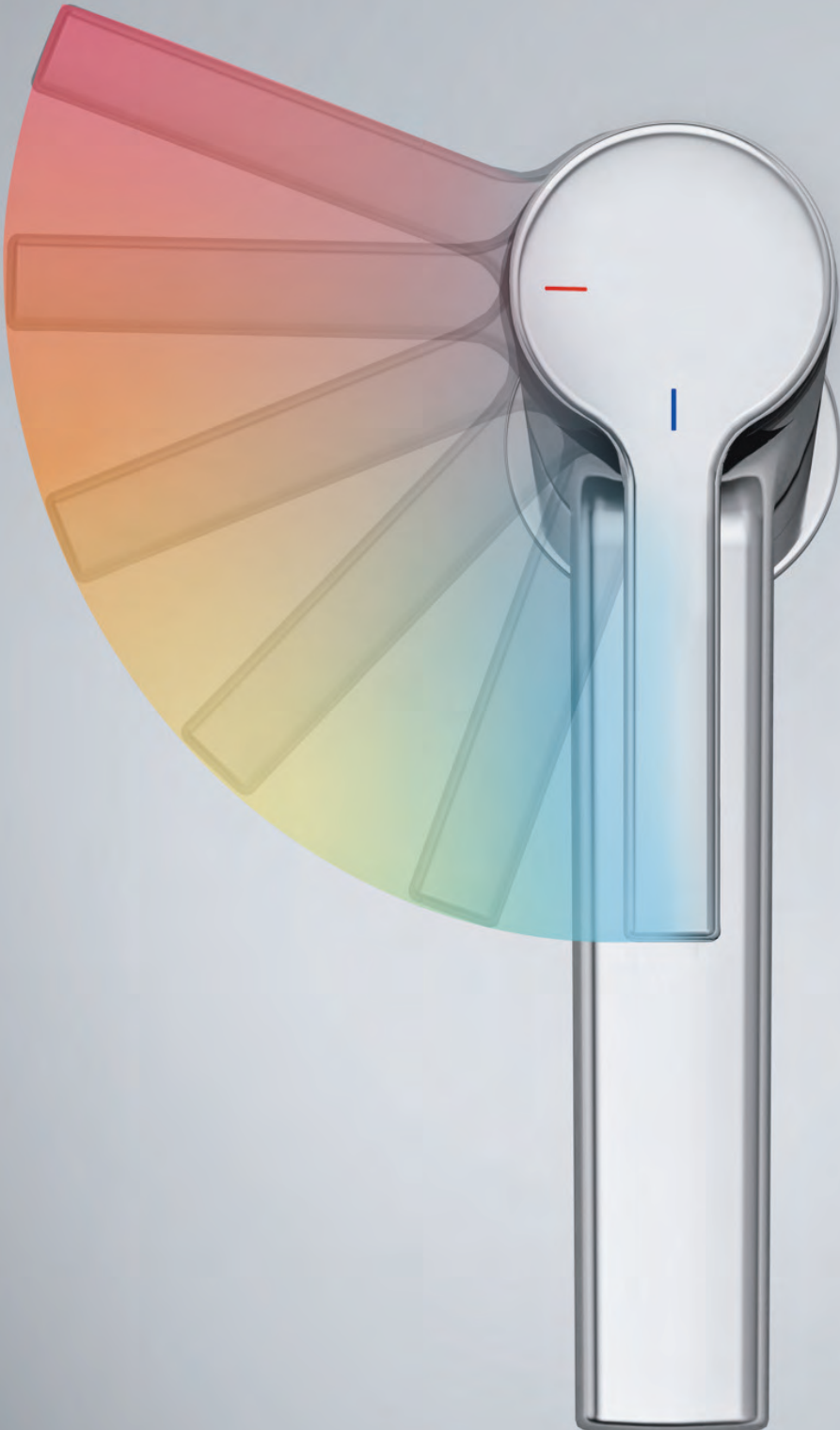
Präzision, Eleganz und architektonische Formensprache sind Leitlinien unseres Designs und prägen die Produkte der KWC seit Beginn. Mit unseren Armaturen haben wir seit Jahrzehnten den Anspruch, die Lebensqualität jeder und jedes Einzelnen zu bereichern.

Formen und Funktionen müssen harmonisch miteinander verbunden sein. In unserem Streben nach Perfektion steht der Mensch immer im Mittelpunkt. Dieser Anspruch treibt uns an, um die besten Produkte ihrer Art zu erschaffen.

Wassereinsparung – Verantwortungsvolle Ressourcennutzung

Wasser ist eines der Kernelemente unseres Lebens und die vielleicht wertvollste Ressource, die es zu schützen gilt. Mit unseren wassersparenden Varianten, gekennzeichnet durch EcoProtect oder die Technologie CoolFix, setzen wir uns seit Jahren für einen sparsamen Wasser- und Energieverbrauch sowie einen schonenden Umgang mit dieser Ressource ein. Wassereinsparung ist die Folge vieler kleiner Schritte.

Mit den Lösungen der KWC möchten wir einen wichtigen Beitrag dazu leisten und einen nachhaltigen Umgang mit Wasser für jeden Menschen so einfach wie möglich in den Alltag integrieren.





Trinkwasserhygiene – Unser Reinheitsgebot

Ohne Trinkwasserhygiene keine Lebensqualität. Daher unternehmen wir alles, um den hohen Anforderungen an sauberes Trinkwasser gerecht zu werden und sie bestenfalls zu überbieten. Kein Wunder, dass wir dafür modernste Fertigungsverfahren entwickeln, auf hochwertige Materialien setzen und immer wieder einen Schritt weitergehen.

Premiemedelstahlarmaturen gepaart mit elektronischer Steuerung sowie unserem hohen Qualitätsanspruch und fortlaufenden Tests. So setzen wir neue Hygienestandards.

Edelstahl – Langlebige Perfektion

Verschiedene Materialien haben die Moderne geprägt, aber bis heute ist Edelstahl mit seiner robusten, hochästhetischen Oberfläche eine Klasse für sich. Er kann nahezu vollständig wiederverwendet werden; so fördern wir durch langlebige, rezyklierbare Produkte eine mögliche Kreislaufwirtschaft.

Edelstahl ist für uns mehr als nur ein Material. Es ist ein Baustein, der nicht nur für die lebensmittelverarbeitende Industrie von grosser Bedeutung ist. Auch in der privaten Nutzung bietet es unschlagbare Vorteile: geringste Schwermetallaus-schüttungen im Trinkwasser, Hygiene (Bakterien finden kaum Nährboden) und absolute Ästhetik bei langdauernder Haltbarkeit. Ein Premiummaterial für Premiumqualität.



Massgeschneiderte Lösungen

Spezialanfertigungen und Aufbereitungen – in der «Manufaktur» Unterkulm ist fast alles möglich

«Sie brauchen eine besondere Armatur mit kürzerem oder längerem Auslauf oder eine Patinierung? Dann kommen wir ins Spiel», sagt er mit der Überzeugung eines Mannes, der Herausforderungen liebt. Zwyszig koordiniert das Team der Spezialanfertigungen bei KWC, das keine Wünsche offenlässt – zumindest fast. Denn nicht jede Anfrage lässt sich realisieren, aber eines ist sicher: Sie setzen alles daran, das scheinbar Unmögliche möglich zu machen. In 2024 gingen über 100 Anfragen ein – Rekord. «Von gelaserten Logos bis hin zur kompletten Vergoldung war alles dabei», sagt Zwyszig. Denn die Wünsche der Kundinnen und Kunden sind so individuell wie ihre Projekte.

«HANDWERK TRIFFT KREATIVITÄT»

«Im Zentrum stehen echte Handwerker, Meister der mechanischen Bearbeitung, Tüftler, Mechaniker und Ingenieure», erzählt Zwyszig. Zehn Mitarbeitende aus fünf verschiedenen Bereichen arbeiten im Team für Spezialanfertigungen. Gemeinsam kürzen, verlängern,

polieren und patinieren sie, was das Zeug hält. Immer wieder finden sie neue Lösungen. Ein Beispiel: eine individuelle Auslaufverlängerung für bereits ausgesteuerte Armaturen. «Wir versuchen, ressourcenschonend zu arbeiten, indem wir Produkte aufbereiten und reparieren, statt sie zu ersetzen», betont Zwyszig. Das ist nicht nur zeitgemäss, sondern erfüllt auch den Wunsch vieler Kundinnen und Kunden, liebevoll gewonnene Produkte weiterzuverwenden.

Die Reaktionszeiten sind beeindruckend schnell. Innerhalb von zwei Arbeitstagen gibt es Feedback zur Anfrage. Standardisierte Änderungen sind oft schon in einer Woche fertig, komplexere Anpassungen erfordern etwas mehr Zeit. Das Ziel bleibt jedoch immer gleich: unkomplizierte, kostengünstige Lösungen.

«TRADITION TRIFFT MODERNE»

Ein Projekt, auf das KWC gerne zurückblickt, ist die Zusammenarbeit mit dem renommierten Hotel Seerose am Hallwilersee. «Der Auslauf sollte von oben kommen, also haben wir das



Seerose Resort & Spa, Meisterschwanden

Ein Projekt der Extraklasse. Speziell für das Seerose Resort & Spa KWC-Armaturen für Badezimmer und Spa-Bereich entwickelt und hergestellt in Unterkulm. Von einer speziellen Oberflächenbehandlung für einen Custom-Vintage-Look über individuelle Logo-Gravuren bis hin zu speziell für das Resort entwickelten Armaturvarianten, wie dem elegant von oben schwebenden Auslauf, wurden alle Wünsche realisiert. Immer im Fokus, die harmonische Integration der Armaturen in das Gesamtkonzept.

**ABOUT**

Marc Zwyszig, Head of Strategy und Innovation und Markus Kleiner, Gruppenchef Labor Forschung-Entwicklung, haben eine gemeinsame Mission. Jeden Kundenwunsch zu erfüllen.

Mischergehäuse in der Decke eingebaut und einen individuellen Auslauf gefertigt», erinnert er sich. Auch die komplett schwarze Saunalandschaft eines anderen Kunden, inklusive massgeschneiderter Armaturen, gehört zu seinen ganz besonderen Highlights.

Die Zukunft sieht Zwyszig ohnehin im noch persönlicheren Austausch mit den Kundinnen und Kunden. «Wir leben im Zeitalter der Individualisierung, und genau hier liegt die Zukunft der Manufaktur», sagt er. Ob personalisierte Benutzeroberflächen oder neue Materialien – die Möglichkeiten scheinen grenzenlos.

Die Arbeit des Teams ist längst mehr als reiner Kundenservice. «Was Kundinnen und Kunden anfragen, liefert Anreize für Innovationen und Impulse für neue Produkte», sagt Zwyszig. Was heute als individuelle Lösung entsteht, könnte morgen schon Teil des Produktportfolios sein.

Eines steht fest: Das Team der Spezialanfertigungen beweist, dass es mit technischer Präzision, handwerklichem Geschick und Leidenschaft für Details jedem Wunsch gerecht werden kann. «Wir lieben Herausforderungen – und finden immer eine Lösung, wenn es nicht gerade dreieckige Armaturen sind.»



**THROUGH HOUSE |
TORONTO, KANADA**

Architekten: Dubbeldam
Architecture + Design

KWC ONO | Küche

Die Armatur als Blickfang architektonischer Gestaltung

Die Bauwelt ist in Bewegung. Herausragende Projekte zeigen, dass sich moderne Architektur und beständiges Design perfekt ergänzen. Der Schlüssel dafür sind zeitlose Eleganz und einzigartige Qualität. Daher begeistern sich renommierte Architektinnen und Architekten sowie Bauherrschaften für die Premiumprodukte von KWC.

Through House

Die Eigentümer dieses historischen, 130 Jahre alten Hauses am Stadtrand von Toronto haben mit ihrem einzigartigen Objekt bewiesen, dass sich eine konsequent umweltbewusste Agenda und modernes Design bestens kombinieren lassen.

Um den Wohnraum im Inneren zu erweitern und gleichzeitig den Garten auf dem kleinen Grundstück zu erhalten, bestand die Herausforderung darin, das Haus „auszudehnen“, ohne dessen Grundfläche zu vergrößern. Dies wurde durch ein Umdenken in der traditionellen Raumaufteilung und die Schaffung einer starken Verbindung nach aussen erreicht, wodurch der Wohnraum visuell erweitert wird. Das Ergebnis ist ein nachhaltiges, lichtdurchflutetes und luftiges Zuhause mit einem intimen Aussenhof, der einen ruhigen Rückzugsort für vielbeschäftigte, urbane Berufstätige schafft.





630 Gran Via

Harmonie, wohlgewählte Proportionen sowie ein ausgewogenes Zusammenspiel von Materialien und Farben prägen diesen Coworking Space.

Das Innendesign verfolgt das Ziel, eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, die eine avantgardistische Ästhetik mit einem Hauch von Eleganz verbindet.

Das neue Raumkonzept basiert auf der Schaffung mehrerer Arbeitsbereiche in einem offenen Raum, wobei jeder Bereich dennoch seine Privatsphäre behält. Zu den gestalteten Bereichen gehört die Sofalounge, die den Eingangsbereich des Business Centers markiert. Ein weiterer spannender Bereich ist der neue Besprechungsraum mit offener Kaffeeküche, der von wunderschönen schwarzen Eisen- und Glastüren umgeben ist.



**630 GRAN VIA BUSINESS CENTRE |
BARCELONA, SPANIEN**

Architekten: INDASTUDIO Barcelona

KWC LEVELLO | Küche



**SEEROSE RESORT & SPA |
MEISTERSCHWANDEN, SCHWEIZ**

Architekten: Atelier ushitamborriello

KWC ONO Spezialanfertigung | Bad

Seerose Resort & Spa

Eintauchen und Sein. Mitten im Aargauer Seetal, umarmt von schönster Natur, befindet sich das Seerose Resort & Spa direkt am idyllischen Hallwilersee. Kulinarik auf hohem Niveau im Restaurant Cocon und Entspannung im mehrfach ausgezeichneten Cocon Thai Spa.

Speziell für das Seerose Resort & Spa wurden KWC-Armaturen für Badezimmer und Spa-Bereich entwickelt und hergestellt in Unterkulm. Mit ihren einzigartigen Formen und dem unverwechselbaren Goldton bringen diese Armaturen ein unvergessliches Wassererlebnis.

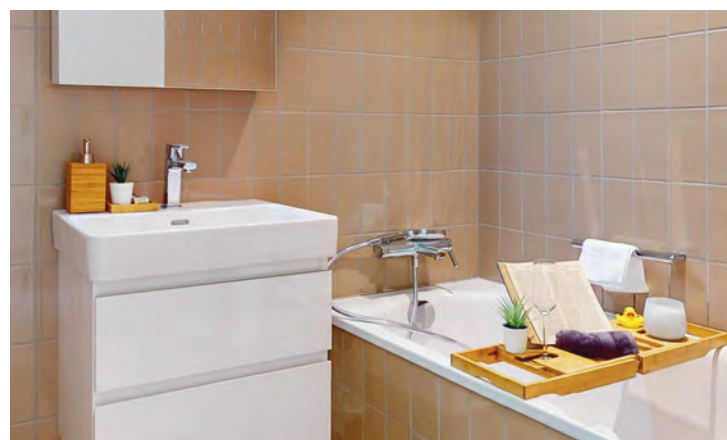




Syd

Jung. Urban. Pulsierendes Leben. So präsentiert sich das trendige Dreispitz-Areal im Süden der Kulturstadt Basel. Syd verbindet modernes, urbanes Wohnambiente mit grosszünftig geschnittenen, loftartigen Büroflächen und zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten.

Bars, Restaurants, aber auch Bildungs- und Kulturangebote befinden sich in unmittelbarer Nähe und prägen den lebendigen Charakter des Areals. Gut erreichbare Freizeit- und Sportangebote sowie Naherholungsgebiete unterstreichen die Qualität des Standorts als ausgezeichnete Adresse für urbanes Wohnen und Arbeiten.



	SYD BASEL, SCHWEIZ Architekten: Bachelard Wagner Architekten AG
	KWC MONTA und AVA 2.0 Bad



Idumi

Das Konzept dieses Cafés ist es, das Leben in der Nachbarschaft zu bereichern, mit dem Ziel, den Menschen durch eine Tasse Kaffee oder Tee den Tag zu verschönern. Im grosszügigen Innenraum des Cafés wurden diagonal geneigte Holzbalken im Dach angebracht. Diese Holzkonstruktion bleibt sichtbar, da sie nicht nur ästhetisch ansprechend ist, sondern auch die warme Atmosphäre des Innenraums unterstützt. Andere Innenmaterialien wurden, soweit möglich, von japanischen Handwerkern ausgewählt: weisser Terrazzo an der Theke, handgefertigte Lampen aus Messing und Tassen aus Keramik, um den Geist traditioneller japanischer Handwerkskunst in die Zukunft zu tragen. Die Armatur fügt sich durch ihr schlichtes Design nahtlos in das Raumkonzept ein.



	<p>IDUMI TOKIO, JAPAN Architekten: .8 Tenhachi Architect & Interior Design</p> <hr/> <p>KWC ONO Küche</p>
---	--



«Partnerschaften mit verantwortungsvollen Unternehmen spielen für uns eine grosse Rolle»

Gregor Anderhub, Gründer von Viva con Agua Schweiz, spricht im Interview über seine Mission, den Wasserkonsum in der Schweiz und die Partnerschaft mit KWC.

Guten Tag Herr Anderhub. Vielen Dank, dass Sie sich für dieses Interview Zeit nehmen. Erzählen Sie uns zunächst etwas mehr über Ihre Person und Viva con Agua:

Besten Dank für die Einladung. Mein Name ist Gregor Anderhub und ich bin Gründer der Organisation Viva con Agua Schweiz. Kennengelernt habe ich Viva con Agua damals in Hamburg, wo die Organisation ursprünglich entstand. Seit dem bin ich begeistert von der Idee, Menschen einen sicheren Zugang zu sauberem Trinkwasser zu ermöglichen. Das ist die Vision von Viva con Agua. Seit der Gründung konnten wir mithilfe unserer Partnerinnen und Partner bereits über 400 Millionen Menschen diesen Zugang ermöglichen.

Gleichzeitig freut es mich auch immer wieder neue Menschen für unsere Vision zu inspirieren. Heute sind es noch 700 Millionen Menschen ohne Zugang zu sauberem Trinkwasser. Als wir angefangen haben, waren es 1,2 Milliarden. Das heisst, positive Veränderung ist

durchaus möglich und es bewegt sich etwas in diesem Sektor.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit für Viva con Agua Schweiz?

Die Nachhaltigkeit spielt für uns eine sehr zentrale Rolle. Unsere grosse Vision ist es, Menschen den dauerhaften Zugang zu sauberem Trinkwasser, sanitärer Grundversorgung und Hygieneeinrichtungen zu ermöglichen. Dies ist für uns nur dann gewährleistet, wenn die Massnahmen wirklich langfristig helfen und Abhängigkeiten vermieden werden können. Aus diesem Grund ist es auch extrem wichtig, dass die Bevölkerung von Anfang an in den Prozess involviert wird.

Wie ist die Schweiz in Ihren Augen beim Thema Wasserkonsum aufgestellt?

Grundsätzlich sind wir in der Schweiz natürlich sehr privilegiert, was die Wassersituation betrifft. Die Schweiz ist sehr reich, auch an



Wasser. Nicht umsonst heisst die Schweiz auch das «Wasserschloss Europas». Viele Fließgewässer entspringen hier. Wir haben mit dem Rheinfall zudem den grössten Wasserfall Europas.

Dementsprechend sind wir in Sachen Wasserreserven sehr gut aufgestellt. Gleichzeitig haben wir im europäischen Vergleich aber auch einen hohen Wasserverbrauch. Das hat natürlich viel damit zu tun, dass die Schweiz ein Importland ist. Viele Güter stammen aus dem Ausland. Der zusätzliche Transport sowie die Lagerung dieser Produkte verbrauchen ebenfalls Wasser und Energie. Dieses versteckte oder virtuelle Wasser wird bei Berechnungen

KWC und Viva con Agua verbindet eine gemeinsame Mission

Die Lebensqualität von Menschen weltweit durch den Zugang zu sauberem Trinkwasser zu verbessern und die breite Bevölkerung für den verantwortungsvollen Umgang mit der lebenswichtigen Ressource zu sensibilisieren.

zum Wasserverbrauch häufig vergessen. Hier fehlt der Gesellschaft offenbar noch das notwendige Bewusstsein. Und genau auf solche Bereiche legen wir bei Viva con Agua unseren Fokus.

Welche Initiativen können Schweizerinnen und Schweizer beim Thema Wasserkonsum ergreifen?

Ich glaube, es ist wichtig, ein Bewusstsein zu entwickeln, dass auch wenn wir in einer sehr privilegierten Situation sind, Wasser immer noch eine kostbare, schützenswerte Ressource bleibt.

Und gerade bei der Einrichtung einer neuen Wohnung, kann man beispielsweise darauf achten, dass man wassersparende Armaturen nutzt und allgemein auf innovative, energiesparende Technologien setzt. Das ist eine einfache Möglichkeit, direkt im Alltag ein Stück nachhaltiger unterwegs zu sein. Mittlerweile gibt es Online-Plattformen, auf denen man seinen sogenannten Water Footprint überprüfen kann. Auch das kann helfen das eigene Bewusstsein zu schärfen.

Wir bei Viva con Agua versuchen ebenfalls einfache Möglichkeiten anzubieten, um Menschen dabei zu unterstützen im Alltag nachhaltigere Konsumentscheidungen zu treffen. Was uns im Rahmen unserer Unternehmenspartnerschaften besonders am Herzen liegt, ist es den Leitungswasserkonsum zu fördern, um auch hier ein Bewusstsein für die hervorragende Qualität unseres Trinkwassers zu schaffen.

Wie schätzen Sie die Rolle der Unternehmen in der Sanitärbranche zu diesem Thema ein?

Die Unternehmen in der Sanitärbranche oder generell Firmen nehmen natürlich eine sehr grosse Rolle ein, weil sie sehr viele Menschen erreichen. Sowohl nach innen, also die eigenen Mitarbeitenden, als auch nach aussen durch ihre Produkte, Dienstleistungen und die Kommunikation.

Meiner Meinung nach ist es wichtig, dass vor allem bei der Produktentwicklung darauf geachtet wird, dass man Produkte mit einem nachhaltigen Mehrwert kreiert. Produkte, die neben der wirtschaftlichen Effizienz auch die soziale und ökologische Nachhaltigkeit fördern.



Und natürlich ist es toll, Unternehmen aus der Branche als Partner zu haben, die sich tagtäglich mit Themen der Hygiene, Sanitärversorgung, Trinkwasser usw. beschäftigen, weil dadurch eine noch stärkere inhaltliche Zusammenarbeit möglich ist.

Welche Ziele verfolgt Viva con Agua Schweiz in der Partnerschaft mit KWC?

Alle unsere Partnerinnen und Partner unterstützen Trinkwasserprojekte. Das ist das oberste Ziel: möglichst vielen Menschen weltweit den Zugang zu sauberem Trinkwasser zu ermöglichen. KWC ist hier ein wunderbares Beispiel und hat uns seit Ende 2023 mit konkreten Spenden für Trinkwasserprojekte in Mosambik unterstützt. In diesem Land sind wir seit vielen Jahren tätig und realisieren gemeinsam mit der Bevölkerung nachhaltige Projekte. Es freut mich, dass auch für die kommenden Monate weitere Projekte in Zusammenarbeit mit KWC geplant sind.

Darüber hinaus wollen wir auch in den Unternehmen selbst das Bewusstsein für das Thema Wasser fördern und Mitarbeitenden



die Möglichkeit bieten, sich konkret zu engagieren und Unterstützung auf kreative Weise erlebbar machen.

KWC ist seit letztem Jahr Mitglied im Social Business Club von Viva con Agua. Es ist uns ein besonderes Anliegen, dass die Unternehmen sich auch untereinander vernetzen können und so das Firmennetzwerk stetig erweitern.

Natürlich sind auch viele Eventveranstaltende, Gastronomiebetriebe und Privatpersonen Teil der Viva con Agua Community. Ich glaube aber, dass gerade die Unternehmen hier ein ganz besonderes Gewicht haben, weil sie die Kraft und die Mittel besitzen, mit ihren Produkten und ihrer Kommunikation nach aussen die Menschen zu erreichen und einen nachhaltig positiven Einfluss zu erwirken.

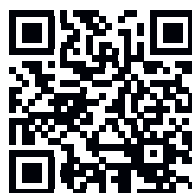
Herr Anderhub, danke für die spannenden Einblicke in Ihre Arbeit bei Viva con Agua und Ihre Partnerschaft mit KWC. Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg bei Ihrer Mission.

Water is a human right

Als offizieller Partner von Viva con Agua Schweiz setzt sich KWC für einen bewussten Umgang mit der wertvollen Ressource Wasser ein. Seit 2023 konnte im Rahmen der gemeinsamen Mission für sauberes Trinkwasser und hygienische Sanitäranlagen bereits eine Summe von über CHF 16'500.– für weltweite Wasserprojekte gesammelt werden. Ein grossartiger Erfolg.



Mehr Informationen zur Partnerschaft von KWC und Viva con Agua finden Sie auf unserer Website.





ABOUT

miriamirle ist ein interdisziplinärer arbeitendes Designbüro in München. Sie bearbeiten Projekte in diversen Masstäben: product design, interior design, exhibition design, office design. Miriam Irlé ist Professorin für Produktdesign an der IU Internationale Hochschule Fernstudium. Des Weiteren lehrt sie an der TH Deggendorf im Studiengang Technisches Design.

Eine Investition in die Zukunft

Designerin und Hochschul-Professorin Miriam Irle über wertstabile Investitionen in Edelstahl.

Wie denken Sie über das Material Edelstahl im Kontext Badewelten?

Ich finde es eine spannende Designaufgabe, das Material im Kontext Bad wirklich neu zu denken und gut einzusetzen, denn Edelstahl beschränkt sich dort bislang nur auf Armaturen, Griffe oder Heizkörper. Wir könnten uns beispielsweise von Oberflächen lösen und in Objekten denken, die Edelstahl mit anderen Materialien kombinieren, etwa Holz und Edelstahl oder sogar Keramik und Edelstahl.

Und in der Küche?

Ursprünglich kommt Edelstahl in diesem Kontext ja aus der Gastronomie oder aus Grossküchen, weil es gut zu reinigen und zu desinfizieren ist. Es ist zudem langlebiger und hitzebeständiger als andere Oberflächen. Edelstahl nur als Beschichtung auf Fronten zu packen, also dekorativ einzusetzen, macht keinen Sinn. Im Übrigen hat die Ästhetik der Profiküchen längst bei einigen Küchenherstellern Einzug gehalten.

Wo funktioniert Edelstahl also am besten?

Ich bin immer ein Fan davon, Materialien so anzuwenden, dass ihre Vorzüge genutzt werden. Bei Edelstahl können das Fassadenelemente sein, Oberflächen in funktionalen Räumen oder Outdoor-Möbel oder -Produkte. Eigenschaften, die zu nutzen sind, wären: Stabilität, Korrosionsbeständigkeit, Kant- und Faltbarkeit, Langlebigkeit und Rezyklierbarkeit.

Wertet Edelstahl Produkte auf?

Das kann es, und zwar ästhetisch wie funk-

tional. Ein Wasserkocher aus Edelstahl ist gegenüber einem aus Kunststoff gestalterisch wie qualitativ hochwertiger und – sofern er gut verarbeitet ist – langlebiger. Aber auch hier kommt es auf Details an: Edelstahl nur der optischen Wirkung wegen draufzupacken, reicht nicht aus.

Trotzdem: Wie steht es mit seinen Oberflächenqualitäten?

Edelstahl-Oberflächen werden sehr unterschiedlich wahrgenommen und empfunden, ob poliert, matt oder lackiert. Manche Menschen empfinden eine matte Oberfläche als hochwertiger, andere eine polierte. Das hat viel mit dem kulturellen Kontext und Trends zu tun.

Welche Zukunft hat Edelstahl in der Welt der Gestaltung?

Das kommt auf seine Verwendung an. Edelstahl benötigt für die Produktion viel Energie. Andererseits ist es langlebig und gut rezyklierbar. Insofern eignet es sich für kreislauffähige Architekturen, Interiors und Produkte. Es ist eine gute Investition, zwar teuer in der Anschaffung, aber auch wertstabil. Stichwort: «Furniture as a Service» oder «Device as a Service». Produkte oder Ausstattungen werden nicht mehr gekauft, sondern gemietet. Da wird es immer wichtiger, dass ein Material langlebig und rezyklierbar ist.

Frau Irle, vielen Dank für das Gespräch.



KWC Home

Highlights 2025





Das Bad als edle Wohlfühloase

Das Bad ist weit mehr als ein funktionaler Raum. Hier verschmelzen Wohlbefinden, Entspannung und Design zu einer harmonischen Einheit.

Gerade deshalb verdient dieser Ort eine durchdachte Gestaltung mit erlesenen Materialien und perfekt abgestimmten Farbwelten. Edelstahl setzt dabei ein klares Statement – nicht nur in puncto Ästhetik, sondern auch durch seine hygienischen Vorteile und aussergewöhnliche Widerstandsfähigkeit.

Ob Armaturen, Kopfbrausen oder Becken – Edelstahl eröffnet edle Designwelten, ist pflegeleicht und trotz selbst intensiver Nutzung. So wird das Bad zu einem stilvollen Rückzugsort, der über Jahre hinweg begeistert.

Nahtlose Eleganz

Stilvolle Akzente

Ob rund oder eckig – die Varianten der Edelstahlbecken von KWC überzeugen mit präzisen Radien und Kanten. Die spezielle Bürstung des Materials hebt sich klar von herkömmlichen Oberflächen ab und harmoniert perfekt mit den Edelstahllinien KWC ONO E und AVA E. Anspruchsvoll schön und gleichzeitig ein Bekenntnis zur Ressourcenschonung: Am Ende seines langen Lebenszyklus ist das Becken vollständig recycelbar.

Runde Sache

Die kreisförmigen Edelstahlbecken vereinen puristisches Design mit praktischer Funktionalität. Das widerstandsfähige Material ermöglicht eine mühelose, hygienische Reinigung und reduziert dank einer speziellen Beschichtung Fingerabdrücke – ideal für den täglichen Gebrauch.



Klare Linien

Kompromisslos und ausdrucksstark – die präzisen Linien und die markante Geometrie verleihen dem Aufsatzbecken eine charakterstarke Struktur. Rechteckig oder quadratisch, die makellosen Oberflächen und klaren Formen sorgen für subtile Eleganz.

Hochwertige Verarbeitung

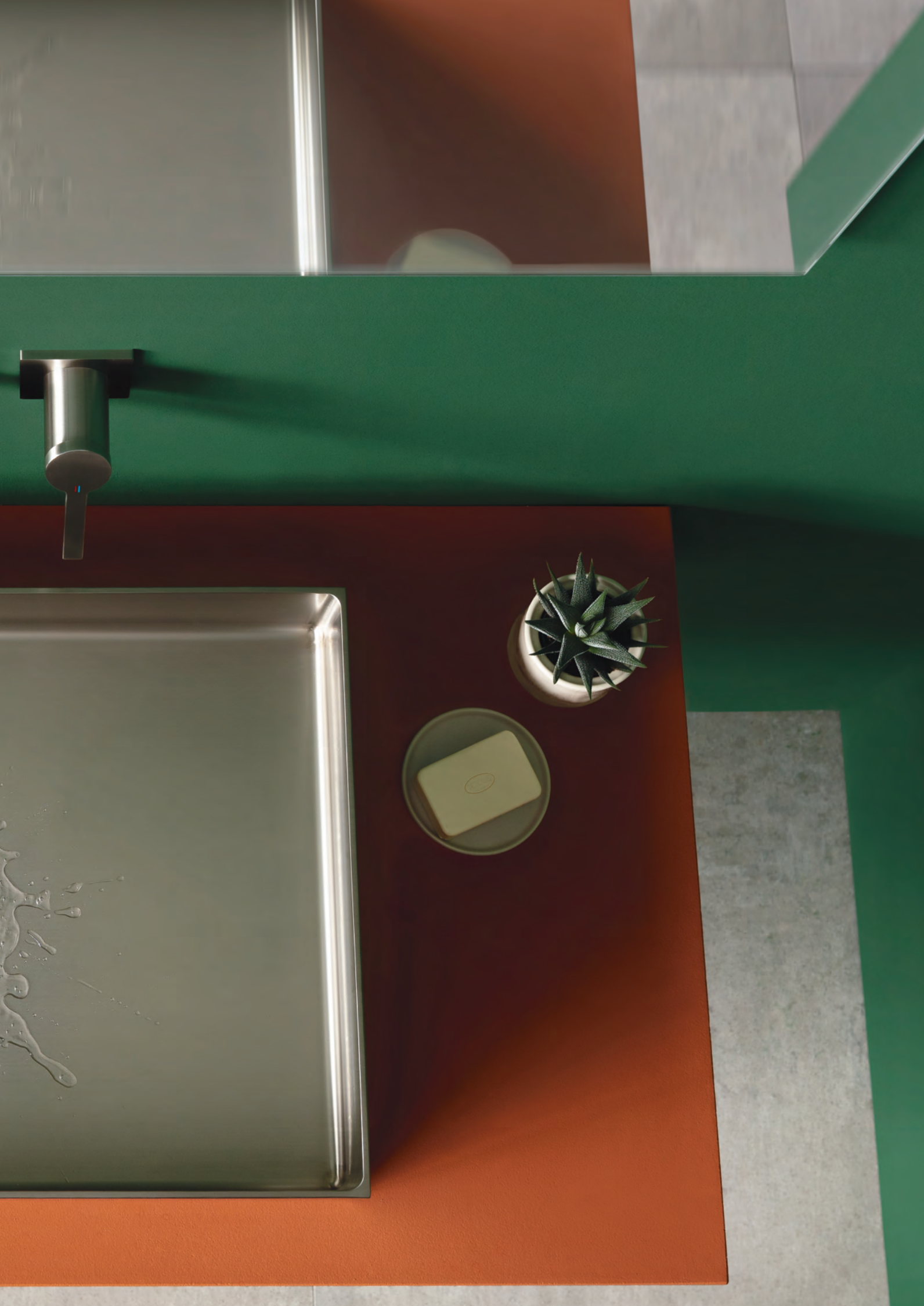
Nahtlos gefertigt und edel gebürstet, vereinen die Edelstahlbecken Ästhetik und höchste Präzision. Jedes Detail besticht durch makellose Qualität, während die Proportionen mit geometrischer Klarheit eine ausgewogene Balance formen.

Material der Zukunft

Edelstahl – ein hygienisches, nachhaltiges Material, das den hohen Ansprüchen unserer Zeit gerecht wird. Eine Entscheidung für Beständigkeit, Funktionalität und Stil.







Radialer Purismus



Zurückhaltende Klarheit

Mit ihrer schlanken Silhouette und kompakten Form fügt sich die KWC BROCCA harmonisch in jedes Designbad ein. Ihr reduziertes Design mit scharfen Konturen und leichter Anmutung verkörpert dezente und zeitlose Ästhetik.

Belebende Kraft

Die minimalistisch geformte Wandkopfbrause KWC BROCCA vereint sanften Regeneffekt mit effizientem Wasserverbrauch – für ein komfortables und wohltuendes Duscherlebnis.

Funktional durchdacht

Der verstellbare Winkel ermöglicht eine individuelle Ausrichtung, während hochwertige Anti-Kalk-Noppen die Reinigung erleichtern. Dank der einfachen Installation und der Wahl zwischen runden oder eckigen Rosetten fügt sich die Brause harmonisch in jedes Badambiente ein.

Charakterstarke Farbvarianten

Drei hochwertige Farbvarianten verleihen dem Bad eine unverwechselbare Note: puristische Eleganz aus gebürstetem Edelstahl, moderner Industrial Style in matt black oder zeitlose Brillanz in chromeline.







Komfort stilvoll reduziert

Perfekte Ausrichtung

Die KWC PIATTO lässt sich flexibel ausrichten und bietet individuellen Duschkomfort. Hochwertige Anti-Kalk-Noppen erleichtern die Reinigung und gewährleisten dauerhafte Funktionalität.



Harmonisch integriert

Ob quadratisch oder kreisrund – die klaren geometrischen Formen integrieren sich mühelos in jedes Ambiente. Der flache Aufbau verleiht eine grazile, fast schwerelose Präsenz.

Stimmige Farbwelt

Vielseitig in der Farbgestaltung, vereint im Material Edelstahl: Die Varianten gebürsteter Edelstahl, matt black und chromeline ermöglichen charakterstarke Atmosphären.





Die Küche als Herzstück des Wohnens

Kochen, geniessen, zusammenkommen – die Küche ist längst mehr als ein Arbeitsraum. Sie ist der Mittelpunkt des Lebens, wo Funktionalität und Ästhetik nahtlos verschmelzen.

Gerade hier sind hochwertige Materialien gefragt, die nicht nur stilvoll wirken, sondern auch im Alltag bestehen. Zeitloses Design, höchste Hygiene, reines Wasser und aussergewöhnliche Widerstandsfähigkeit.

Mit Liebe zum Detail sorgen wir mit unseren Armaturen für ein perfektes Zusammenspiel – Tag für Tag, für alle Sinne.

Kristallreine Perfektion

KWC ENIA E – kompromisslose
Edelstahlarmatur für gefiltertes Trink-
wasser und maximale Beständigkeit
in der Küche.

Konsequent in Qualität, Design und Komfort – die KWC ENIA E überzeugt in der täglichen Küchenarbeit mit einfacher Bedienung und kompakter Filtertechnologie. Dank der doppelten, voneinander getrennten Wasserführung und des bakterienhemmenden V4A-Edelstahls erfüllt sie höchste Hygiene-Standards. Ob Misch- oder gefiltertes Trinkwasser – die Bedienung ist intuitiv und mühelos.





Stilvolle Akzente

Absoluter Trinkgenuss

Hergestellt aus langlebigem und rezyklierbarem V4A-Edelstahl erfüllt die KWC ENIA E höchste Ansprüche an Qualität und Hygiene. Das bakterienhemmende Material gewährleistet maximale Reinheit für Wasser und Armaturenoberfläche.

Getrennte Steuerung

Der klassische Hebel sorgt für gewohntes Mischwasser, während ein einfacher Dreh am separaten Knauf zusätzlich gefiltertes Trinkwasser bereitstellt.





Option Standventil

Gefiltertes Trinkwasser – die optimale Ergänzung zur klassischen Küchenarmatur: Mit dem KWC Standventil lässt sich gefiltertes Wasser bequem über eine vorhandene Seifenspender-Bohrung oder an einem separaten Waschbecken nachrüsten.



Maximale Hygiene

Doppelte Wasserführung

Mit Hilfe des Drehknafs steht gefiltertes Wasser in höchster Trinkwasserqualität jederzeit zur Verfügung. Die getrennten Wasserführungen gewährleisten, dass gefiltertes Wasser und Mischwasser nie miteinander in Kontakt kommen. Falls im Gebäude bereits eine Entkalkungsanlage installiert ist, kann das Rohwasser angeschlossen werden.



gefiltertes Wasser



Getrennte Wege

Ein Alleinstellungsmerkmal der KWC ENIA E:
Die doppelte, voneinander getrennte
Wasserführung mit zwei Strahlarten –
gefiltertes Wasser und Mischwasser.

Manuelle Bedienung

Der Hebel bietet den gewohnten Komfort für
den Küchenalltag: Kalt-, Warm- oder Misch-
wasser – ganz nach dem persönlichen Bedarf.

 kaltes Wasser

 warmes Wasser



Gemischt

Kraftvolles Mischwasser, ideal für den Abwasch und alle Küchenarbeiten.



Gefiltert

Filterwasser, perfekt zum Trinken oder zum Befüllen von Wasserbehältern.



Kleines Kraftpaket



Kompakte Filtertechnologie

Der leistungsstarke, kompakte Filter entfernt Fremdstoffe mühelos und optimiert Wasserqualität sowie Geschmack im Handumdrehen. Mit einer Kapazität von 4000 Litern sorgt er für langanhaltend reines Wasser. Die Montage und der Austausch erfolgen schnell und unkompliziert – eine nachhaltige Lösung für gesundes Wasser direkt aus der Leitung.

Maximal platzsparend

Der Aktivkohlefilter der KWC ENIA E verwandelt Leitungswasser in weiches, sauberes Trinkwasser – frei von Schadstoffen und Mikroplastik. Vergleichbar mit den Dimensionen eines Zollstocks (Höhe 23 cm / Durchmesser 4,5 cm) lässt er sich in jede Küchensituation problemlos integrieren.



Zwei Farbwelten

In den Farbvarianten Edelstahl oder industrial black wird die KWC ENIA E zum stilvollen Blickfang und verleiht jeder Küche eine individuelle Note.









Impressum

Herausgeber

KWC Group AG
KWC-Gasse 1
CH-5726 Unterkulm
T +41 41 62 768 69 00
info@kwc.com

General Manager
Urs Tschopp

Inhaltlich verantwortlich
Edmond Brotz

Firmenbuchgericht: Handelsgericht Feldkirch
UID Reg. Nr. ATU 67293458
Firmenbuch-Nr.: FN 380201 w

Copyright

Alle Rechte vorbehalten.
Der Nachdruck von Artikeln ist nur mit schriftlicher Genehmigung der KWC Group AG und mit genauer Quellenangabe gestattet. Technische Änderungen in der Ausführung der Produkte behalten wir uns vor. Drucktechnisch bedingte Farbabweichungen sind möglich.

Umsetzung

MGgrafik, Maren Graebe
Am Sportplatz 6
D-83098 Brannenburg

Bildnachweise

S 04-05: Tamara Gries, Balance Familie,
Marian Wilhelm
S 07: Tamara Gries
S 26: Balance Familie
S 27: Tamara Gries
S 28-28: Through House: Bob Gundu
S. 30-31: Barcelona: Mercè Gost Photo
S 32: Seerose: Balance Familie
S 33: Syd: Warteck Invest AG
S. 34-35: Tokyo: Kenya Chiba
S 37: Tamara Gries
S 38: Viva con Agua
S 40: Marian Wilhelm

Alle weiteren Abbildungen: KWC Group AG

Irrtümer und technische Änderungen vorbehalten.



128

KOOC
KOREAN OPEN ONLINE COURSE
All Courses & ...
[Logo]



Aus reiner
Überzeugung