

GROHE MAGAZINE

VERHALEN OVER LUXUEUZE BADEN, KEUKENS, ARCHITECTUUR & WATER

N°01 / 2016



SCHONE KUNST

Het SmartControl-systeem van GROHE maakt douchen nog plezieriger

EINDELOOS ASPEN

Leven op hoog niveau in de Rockies, van skiën tot cultuur

DE RUIMTE OM ONS HEEN

Zo verandert architect Ole Scheeren hoe Azië eruitziet

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
WATER

GROHE EUROCUBE

EEN DUIDELIJK
STATEMENT

Een puur design zonder mitsen en maren. De GROHE Eurocube heeft dat duidelijke rechtlijnige karakter dat gepaard gaat met innovatieve technologie. Geniet van wat duidelijkheid.

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE

Foto: GROHE AG

EDITORIAL

Beste lezers,

Welkom bij het winternummer van GROHE magazine. In deze tijd van het jaar dwalen onze gedachten af naar verblindend witte pistes. Voor liefhebbers van sneeuw en cultuur is het altijd trendy skiresort Aspen, in het Amerikaanse Colorado, de ideale bestemming. In dit pittoreske plaatsje vindt u wintersport én kunst en design van topkwaliteit.

Aspen, dat hoog boven in de Rocky Mountains ligt, wordt al sinds jaar en dag geassocieerd met waterplezier, zowel in vloeibare als in vaste vorm. Maar het is ook een resort waar u op allerlei manieren kunt ontspannen en de vele mooie hotels, spa's en chalets trekken een kritisch publiek dat oog heeft voor design. We kijken hoe het legendarische Hotel Jerome is herrezen. Ooit was het de favoriete bestemming van populaire Hollywood-sterren en onlangs is het helemaal gerestaureerd in een elegante, sympathieke art-decostijl met de allernieuwste technologie uit de 21ste eeuw.

Verder kijken we vooruit met architect Ole Scheeren, die meer vertelt over zijn werk in het snel veranderende landschap van China (p.66) en gelooft dat een nieuwe vormgeving voor privéruimte en openbare ruimte de kern vormt van het stadsgezicht van de toekomst. Ron Bakker, de architect van The Edge, het duurzaamste kantoorgebouw ter wereld, praat over zijn iconische project en geeft zijn mening over het creëren van efficiënte, ideale werkruimtes en hoe de technologie van GROHE hierin past (p.72). We kijken ook terug naar de hoogtepunten van het recente London Design Festival: speciaal voor u hebben we de belangrijkste interieurtrends voor de komende twaalf maanden uitgezocht (p.60).

Maar bij GROHE weten we dat goed ontwerp meer is dan alleen trends. In onze serie Masters of Technology bekijken we hoe onze techni-



Michael Rauterkus,
Chief Executive Officer van GROHE AG

“BIJ GROHE WETEN WE DAT GOED ONTWERP MEER IS DAN ALLEEN TRENDS”

sche expertise ten grondslag ligt aan baanbrekende technologieën in onze producten en maakt u kennis met enkele van de gepassioneerde vakmensen die hier vandaag de dag aan werken (p.40).

Wij wensen u veel plezier terwijl u met al deze fascinerende verhalen in de wereld van GROHE duikt.

Met vriendelijke groet,
Michael Rauterkus

INHOUD

GROHE.COM



10 EINDE-LOOS ASPEN

Aspen is de schatkamer van de Rocky Mountains: van skiën tot cultuur, er is altijd wat te doen.

22 INSIDE-INFORMATION

Sarah Broughton, architect en inwoner van Aspen, vertelt over het leven in de Rockies en verklapt de best bewaarde geheimen.



16 TIJDLOZE KRACHT

Waar verleden en toekomst elkaar ontmoeten: Hotel Jerome in Aspen, gebouwd in 1889 en recent gerestaureerd, blijft mensen trekken.

28 SCHONE KUNST

Goed nieuws voor liefhebbers van douchen: met SmartControl van GROHE kunt u elke functie met een lichte aanraking en een draai van uw pols bedienen.



32 DESIGN IN BEWEGING

In de musea van Porsche, BMW en Mercedes-Benz vindt u iconische auto's en architecturale hoogstandjes.



48 PURE ONTSPANNING

Het op de Japanse badcultuur geïnspireerde Aqua Zone-concept van GROHE maakt van elke badkamer een spa. Wij leggen de vijf belangrijkste zones uit.

54 INSTANT GENIETEN

Zelfs chef-koks met een Michelin-ster zijn er dol op: instantnoedels zijn de favoriete snack van iedereen. En met GROHE Red® zijn ze nog sneller klaar.



40 TECHNOLOGIE & INNOVATIE

Drie experts van GROHE vertellen over de nieuwste technologische uitvindingen.



60 ALLE OGEN OP LONDEN

De vijf grootste trends van het London Design Festival van dit jaar, door Paul Flowers, Chief Design Officer van GROHE en LWT.

Foto's: Aspen Snowmass, PR, Daniel Trese, GROHE AG, SCHNEPP-RENOU, Ollanski, Ramon Handl, Christian Hagemann, PR

GROHE AG
Feldmühleplatz 15
D-40545 Düsseldorf, Duitsland
www.grohe.com

VERANTWOORDELIJK VOOR GROHE
Henrik John

**Centrale coördinatie en redactie,
internationale coördinatie**
JAN SHEPHERD

UITGEVER
BBE Group, Berlijn
bbe-group.de
Managing Director: Christian Bracht
cb@bbe-group.de

HOOFDREDACTEUR
Hans Bussert, Sabine Röthig (waarnemend)

CREATIVE DIRECTION
Mario Lombardo

ART DIRECTION
Charlotte Lauter

FOTOREDACTEUR
Victoria Gisborne-Land

REDACTEUR
Huw Nesbitt

PROEFLEZER
Gareth Davies

DUITSE VERTALING
Brigitte Jakobeit, Volker Oldenburg, Myriam Sodinou

AUTEURS
Sarah Fakray, Jeni Fulton, Will Furtado, Sue George,
Christian Hagemann, Ramon Haindl, Georgia Kuhn,
Josia Lamberto-Egan, Arsalan Mohammad, Ollanski,
An Paenhuysen, Kevin Perry, Thomas Platt, Schmott,
Schnepf-Renou, Daniel Trese, Mirjam Wählen

VERTALINGEN OVERIGE MARKTEN
Mother Tongue
21 Heathman's Rd
Londen SW6 4TJ
mothertongue.com

Wij aanvaarden geen enkele verantwoordelijkheid voor teksten en foto's die ongevraagd naar ons worden verzonden. Ondanks een zorgvuldige selectie van onze bronnen, aanvaarden wij geen verantwoordelijkheid voor de nauwkeurigheid ervan. Geen enkel deel van dit tijdschrift mag op enige wijze worden gebruikt of gereproduceerd zonder schriftelijke toestemming.

Alle rechten voorbehouden.

Een online versie van dit magazine vindt u op:
magazine.grohe.com

Het GROHE magazine wordt vertaald naar 10 talen en verschijnt in 60 landen, met een totale jaarlijkse oplage van meer dan 1 miljoen.

66 DE RUIMTE OM ONS HEEN

De Duitse architect Ole Scheeren vindt architectuur opnieuw uit in Azië, van het CCTV-gebouw in China tot The Interlace in Singapore.



80 EDGY ONTWERP

The Edge in Amsterdam is 's werelds duurzaamste kantoorgebouw. Wij praten met architect Ron Bakker over kostenbesparingen en modern kantoorontwerp.



90 KRANIGE TOEKOMSTPLANNEN

Duurzaamheidsexpert Sue George vertelt over hoe water kan worden bespaard in de horeca en hoe GROHE-producten verspilling helpen verminderen.



94 ICONISCHE LOCATIES

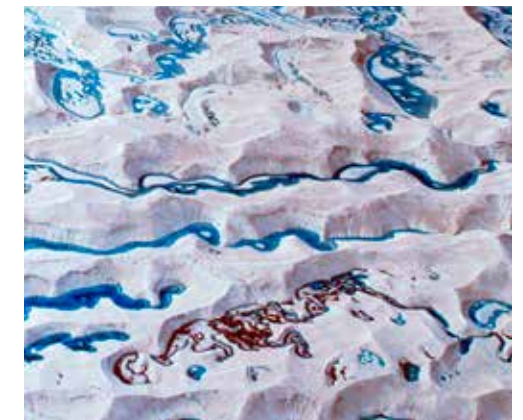
Een bezoekje aan drie adembenemende huizen biedt inzicht in avant-gardistische architectuur en het ontwerp van de toekomst.

72 WATERTHERAPIE

De tentoonstelling Project Ocean van conservator Jane Withers in Selfridges creëert bewustzijn over de vervuiling van de zeeën.

84 WASSEN, NIET VEGEN

De nieuwe Arena van GROHE® is de nieuwste luxe toilet douche met unieke functies.



106 'S WERELDS GROOTSTE GLETSJER

Door de rivieren die over het oppervlak stromen lijkt de Lambertgletsjer in Antarctica op een andere planeet.

Foto's: Mirjam Wählen, OVG, Andrew Meredith, PR, Javier Callejas, Richard Stanaway

THE SOURCE OF LIVING

NEW

GROHE
ESSENCE



*Pure Freude
an Wasser*

Discover a minimal style that's full of warmth with GROHE's new Essence faucet. The slim architectural shape is enhanced with organic design elements ideal for a contemporary kitchen, inviting touch and interaction for the sensual chef.

EINDE- LOOS ASPEN

TEKST
AN PAENHUYSEN

**Van extreme sporten tot avant-gardistische architectuur
en wereldberoemde kunst: het culturele leven
in Aspen is eindeloos en onuitputtelijk**



Aspen is altijd al een favoriete bestemming geweest onder wintersportfanaten.



In Aspen zijn veel architecturale hoogstandjes te vinden, van de typische bakstenen gebouwen uit het begin van de 20ste eeuw tot moderne juweeltjes zoals het splinternieuwe Aspen Art Museum met zijn doorzichtige façade.

Aspen is de schatkamer van de Rocky Mountains. Dit pittoreske plaatsje in Colorado biedt vele rijkdommen, waaronder natuurlijk het wereldberoemde skiresort dat ook populair is onder avonturiers die houden van steile hellingen. De afdalingen gaan snel in Aspen, maar het resort zelf staat nog steeds aan de top. En het is niet alleen de ijle lucht die je een zweverig gevoel geeft. Een bezoek aan Aspen is als een tocht op een luxe jacht: je voelt je er het middelpunt van het universum. Het favoriete skiresort van Hollywood-sterren ligt op 2400 meter hoogte in de Rockies en biedt zowel grandeur als een ongeëvenaard prachtige natuur.

Schitteren op de ski's – en nog veel meer

Maar de meeste mensen denken bij Aspen toch vooral aan skiën. Dat is niet zo verwonderlijk: vier bergen bieden meer dan 21 vierkante kilometer aan pistes, zowel voor skiërs als snow-

boarders en voor beginners en gevorderden. Aspen Mountain en Aspen Highlands zijn bijvoorbeeld ideaal voor gevorderde en ervaren skiërs. Beginners, snowboarders en skiërs die graag sprongen maken, zullen zich beter thuis voelen op Snowmass en Buttermilk. Snowmass biedt een helling met een verticale lengte van 1350 meter, de langste afdaling in de VS, en Buttermilk staat bekend als de thuisbasis van de ESPN Winter X Games. En alsof dat allemaal nog niet genoeg is, zijn er sledetochten met sledehonden, wandeltochten met sneeuwschoenen en safari's met sneeuwmobielen.

Na een dag in de sneeuw is het tijd voor de après-ski in Aspen, een plaatsje waar de geschiedenis is af te lezen aan de architectuur. Aspen ontstond aan het einde van de jaren zeventig van de 19de eeuw en er zijn nog steeds veel monumenten uit die tijd te zien, van hotels tot een operagebouw. Later, in 1946, werd de Aspen Skiing Company op-

gericht door Walter Paepcke. Dat was het begin van de illustere reputatie die Aspen als skiresort heeft opgebouwd. De in Chicago geboren Paepcke had zelfs zulke grote ambities voor Aspen dat hij er in 1949 een festival organiseerde voor de 200ste geboortedag van Johann Wolfgang von Goethe. In de jaren zeventig van de vorige eeuw kreeg Aspen zelfs bekendheid onder alternatievelingen toen Gonzo-journalist Hunter S. Thompson er ging wonen. Marihuanaboetieks als de Silverpeak Apothecary, tegenwoordig in het centrum van Aspen gelegen, herinneren nog aan die tijd.

Vandaag de dag zijn glamour en rijkdom de opvallendste kenmerken van Aspen: filmsterren, rocksterren en andere bekende namen genieten er van de exclusieve lifestyle. Sommigen van hen, zoals Kurt Russell, Antonio Banderas en Kevin Costner, hebben er een huis gekocht, terwijl anderen de voorkeur geven aan de vijfsterrenhotels en de spa's van wereldklasse.

Onder de vaste bezoekers zijn Cameron Diaz, Bill Murray en Melanie Griffith, en in het St. Regis kom je regelmatig mensen als Paris Hilton, Uma Thurman en de Kardashians tegen.

Een cultureel juweeltje

Maar Aspen is niet alleen maar een hotspot voor rijke beroemdheden, het staat ook bekend als een populaire bestemming voor de creatiefste geesten ter wereld. Een van hen is de Oostenrijks-Amerikaanse architect Herbert Bayer. De voormalige Bauhaus-leraar werd in 1946 naar Aspen gelokt met een opdracht van Walter Paepcke om het hoofdkantoor te ontwerpen voor zijn studiegroep, het Aspen Institute, en om het Wheeler Opera House te restaureren. Dit multifunctionele operagebouw werd in 1950 heropend. Het biedt 503 zitplaatsen en wordt tegenwoordig, na de installatie van digitale schermen in 2013, ook als bioscoop gebruikt. Sinds 2010 wordt er bovendien het Aspen Laff

Aspen, het favoriete skiresort van Hollywood-sterren, ligt op 2400 meter hoogte in de Amerikaanse Rockies. Het dateert uit 1870, toen de eerste bewoners zich in het dal vestigden. Vandaag de dag is Aspen een schatkist voor bezoekers: 21 vierkante kilometer aan skipistes van wereldklasse plus een cultureel programma dat in geen enkel bergresort te vinden is.



Festival gehouden, het belangrijkste kome-die-evenement van Aspen. En tussen Kerstmis en Nieuwjaar wordt er een jaarlijks filmfestival georganiseerd, met films die dat jaar zijn genomineerd voor een Oscar.

Naast het vliegveld ligt nog een bezienswaardigheid: het Aspen Santa Fe Ballet. De school, die is opgericht in 1994 en uit elf dansers bestaat, heeft twee locaties: één in Aspen en één in Santa Fe. In Colorado en New Mexico organiseren ze het hele jaar door een Mexicaans volksdansprogramma. Verder biedt de school een zomer- en een winterprogramma met rondreizende balletgezelschappen uit de hele wereld. Voor het winterseizoen 2015/2016 werd, ter ere van het 20-jarig bestaan van de school, een speciale voorstelling georganiseerd door

de bekende choreografen Fernando Melo, Cayetano Soto en Alejandro Cerrudo. Deze winter is er een speciale voorstelling voor kinderen en gezinnen: een moderne versie van De Notenkraker, met een combinatie van ballet, flamenco en Chinees zwaarddansen.

Organisaties in Aspen verleggen voortdurend hun grenzen. Vorig jaar verhuisde het Aspen Art Museum dat sinds 1979 gevestigd was in een verbouwde waterkrachtcentrale. Nu is het museum te vinden in een gebouw dat is ontworpen door de bekroonde Japanse architect Shigeru Ban, een gebouw dat zelf een kunstwerk is, met een façade die van top tot teen is bedekt met een prachtig scherm van houten stroken die als een mand met elkaar verweven zijn. En dankzij Heidi Zuckerman, die

sinds 2005 CEO en hoofdconservator is, heeft het museum enkele van de bekendste namen in moderne kunst naar Aspen weten te halen. Ai Weiwei, Sarah Lucas en Lorna Simpson hebben er hun werk tentoongesteld en het winterprogramma bestaat onder andere uit werk van installatiekunstenaar Liz Lerner, beeldhouwer Anna Sew Hoy en multimedia-kunstenaar Diana Thater.

gemakkelijk concurreren met het trendy Brick Lane in Londen, terwijl in de wijk Galena alle luxe modemerken als Prada, Gucci, Dior en Ralph Lauren te vinden zijn. Maar ook shoppers met een beperkter budget komen aan hun trekken: zij vinden genoeg designerjuweeltjes in de Aspen Thrift Store, een uitgelezen kans om een mooi souvenir mee naar huis te nemen als aandenken aan de schatkist die Aspen nu eenmaal is.

Juweeltjes om mee naar huis te nemen

Ook voor wie minder geïnteresseerd is in cultuur heeft Aspen genoeg te bieden, vooral voor wie van shoppen houdt. Lokale boetieks zoals Maison Ullens en Bloomingbirds kunnen



ATRIO
Zie pagina 19

A
C
H
T
E
R
D
E
S
C
H
E
R
M
E
N

TIJDLOZE KRACHT

Hotel Jerome is 126 jaar oud en heeft de hele geschiedenis van Aspen meegemaakt. En dankzij een recente renovatie ziet het ernaar uit dat het nog heel wat jaren mee kan.

Hotel Jerome werd in 1889 gebouwd om de concurrentie aan te gaan met andere beroemde luxehotels, maar heeft een eigen reputatie opgebouwd. In de jaren zestig van de vorige eeuw was het populair onder rijke hippies en filmsterren. In 2012 heeft het de stap naar de 21ste eeuw gemaakt, dankzij een renovatie van architectenbureau rowland+broughton uit Aspen.

Foto: PR



Het eclectische design van de suites en gemeenschappelijke ruimtes van Hotel Jerome is een mix van Western Victoriana en art deco.



Als er één gebouw is dat de geschiedenis van Aspen zou kunnen navertellen, dan is het Hotel Jerome. Het drie verdiepingen tellende hotel van rode baksteen werd in 1889 gebouwd door Jerome B. Wheeler met als doel de concurrentie aan te gaan met hotels als het Savoy in Londen. Maar Hotel Jerome heeft veel meer bereikt: het is zelf een beroemd hotel geworden, een bewijs van hoe de geschiedenis Aspen heeft gevormd. Drie jaar geleden is het hotel volledig gerenoveerd. Het heeft nu 93 kamers en suites, plus een zwembad met uitzicht op de schitterende Rocky Mountains.

Hotel Jerome werd gebouwd in een tijd dat de zilvermijnen in Aspen tot bloei kwamen en dit trok allerlei investeerders aan. Maar rond de eeuwwisseling zakte de economie in het stadje langzaam maar zeker in: mensen trokken weer weg, onder wie veel van de gasten van het Jerome. Pas in de jaren veertig van de vorige eeuw werd Aspen weer populair, dit keer als skiresort. Dit begon met de installatie van de allereerste skilift, die nieuwe bezoekers aantrok. In de jaren zestig was Aspen populair onder zowel hippies als beroemdheden. Filmsterren als Lana Turner en John Wayne kwamen langs en The Eagles en Jack Nicholson waren regelmatig in het Jerome te vinden. Vandaag de dag tref je er Mariah Carey regelmatig aan.

Tientallen jaren en duizenden bezoekers verder was het Jerome wel toe aan een opknappbeurt. Architectenbureau rowland + broughton uit Aspen nam in 2012 de uitdaging aan om de oorspronkelijke charme van het hotel weer tot leven te wekken met behulp van de allernieuwste technologie. Zij nodigde de beroemde binnenhuisarchitect Todd-Avery Lenahan uit, die koos voor chic meubilair dat is geïnspireerd op Western Victoriana en art deco. Voor de kamers koos Lenahan



bijvoorbeeld lampen in Streamline Moderne-stijl en kranen van GROHE voor het ultieme gevoel van luxe. Maar de liefde van de ontwerper voor Aspen komt vooral tot uiting in de aangename, gezellige zitruimte met zijn eclectische collectie meubels en stoffering in warme kleuren en geruite motieven.

Elk aspect van de renovatie ademt echter ook traditie. Het Jerome, dat inmiddels 126 jaar oud is, heeft vloeren die zijn geïnspireerd op de patronen in Indiaanse tapijten, een prachtige eiken open haard met houtsnijwerk en een elegante Auberge Spa. Het restaurant heeft zelfs met de hand gestikte leren stoelen en een innovatieve verlichting die kan worden aangepast aan de sfeer. Het Jerome ziet er na de renovatie heel luxe uit, maar op een stijlvolle manier: een combinatie die ongetwijfeld een compleet nieuwe generatie gasten zal aantrekken.

ATRIO
Zie pagina 17

De Atrio Classic-kranen zijn duidelijk geïnspireerd op het Bauhaus-principe 'vorm volgt functie': ze bieden een harmonieuze combinatie van ronde vormen en de meest geavanceerde technologie van GROHE. Een perfecte aanvulling op de eclectische designmix van het Jerome.

Foto's: PR

ARCHITECTEN
DESIGNERS
SCHEMERS





De Auberge Spa is dankzij de gezellige charme en rustgevende sfeer dé plek om te ontspannen.

Foto: PR

INSIDE- INFORMATION

INTERVIEW
WILL FURTADO

PORTRETFOTO'S
DANIEL TRESE

Sarah Broughton, architect en inwoner van Aspen, vertelt waar je het beste kunt eten, feesten en ontspannen in haar door besneeuwde bergtoppen omgeven woonplaats.



Sarah Broughton is medeoprichter van rowland+broughton, het bureau gespecialiseerd in architectuur en stedelijk ontwerp dat Hotel Jerome in Aspen weer zijn oorspronkelijke glorie heeft teruggegeven. Ze woont al tien jaar in Aspen en ze is een grote fan van zowel de gebouwen in het stadje als de natuur en de dieren die er in het wild leven. Het unieke van Aspen, volgens Sarah, is dat het heel kosmopolitisch is, hoewel het maar een relatief kleine plaats is. Aspen biedt voor elk wat wils en ontvangt het hele jaar door bezoekers uit de hele wereld. Het heeft niet alleen een internationale reputatie als skiresort, maar ook een uitgebreid aanbod toprestaurants, bars, cafés en spa's en natuurlijk ongeëvenaarde uitzichten op de prachtige omgeving. Sarah gaf ons inside-information over wat je vooral niet mag missen als je in Aspen bent.

GROHE

Aspen is vooral bekend om zijn prachtige natuurschoon, maar je vindt er ook unieke architectuur. Hoe heeft binnenhuisarchitectuur er zich ontwikkeld in de loop van de jaren?

S. Broughton

Als je kijkt naar wat mensen het liefst in hun eigen huis hebben, dan is het vooral natuurlijk licht, want dat is hier echt fantastisch. Het gaat er dus om dat licht te vangen, meestal door ramen slim te plaatsen. Hier maken we altijd gebruik van als we interieurs ontwerpen voor huizen in Aspen. Er zijn tegenwoordig zeker meer verschillende stijlen dan twintig jaar geleden, maar natuurlijke materialen als hout, steen en wol zijn nog steeds populair. Dat zijn trouwens ook de materialen die we hebben gebruikt voor de renovatie van Hotel Jerome. Met dat project wilden we de historie van het gebouw bewaren, maar het tegelijk toekomstbestendig maken.

G Waar kun je het beste eten?

SB **Bij Matsuhisa. Het eten daar is echt voortreffelijk. Het is een Japans restaurant dat uitzonderlijk goede kwaliteit biedt. Ik ben dol op hun zalm, vooral vanwege de manier waarop het is klaargemaakt. Deze manier van bereiden wordt ook wel "nieuwe stijl" genoemd. Voor koffie kun je het beste naar café Peach's gaan. Het eten is er vers en biologisch en hun eierechten zijn echt overheerlijk.**



Sarah Broughton beschrijft het uitzicht in Aspen als "ongelooflijk".

G Wat doe je het liefst 's avonds?

SB **'s Avonds ga ik het liefst uiteten. Dat is heel gemakkelijk in Aspen, want we hebben hier fantastische restaurants. Behalve Matsuhisa ben ik dol op het Italiaanse restaurant Casa Tua. Het is gevestigd in een enorm oud chalet, maar ze hebben ook een vestiging in Miami. Na het eten ga ik vaak naar Belly Up, waar ze livemuziek hebben. Er spelen bekende en onbekende muzikanten en ik ga er zo vaak mogelijk heen.**

G Waar ga je heen als je wilt ontspannen?

SB **Ik hou van de natuur. Mijn hobby's zijn fietsen, een beetje langlaufen en skiën. Daarvoor ga ik meestal naar Aspen Mountain. En ik ben dol op mountainbiken op een route genaamd Sky Mountain. Gewoon de Maroon Bells op fietsen is trouwens ook leuk.**

“WAT ECHT UNIEK IS AAN ASPEN IS HOE NATUUR EN CULTUUR IN ELKAAR OVERLOPEN”

G Het schijnt dat Aspen de beste wellness-clubs en spa's heeft.

SB Dat klopt en het zijn er heel veel. Ik ga vooral graag naar Aspen Meadows Resort, dat in een heel mooi gebouw in internationale stijl is gevestigd. Wilma's River Resort is ook heel goed en ik ga soms naar het St Regis, waar ze een spa hebben die Remède heet. Ik verwen mezelf graag door me daar te laten masseren en dan een beetje te luieren bij het zwembad. Ik ben ook lid van de Aspen Club, waar ze echt alles hebben, van cardiomachines en gewichten tot yoga- en pilateslessen.

G Wat zijn de beste sportevenementen in Aspen?

SB Elk jaar wordt hier de FIS Alpine Ski World Cup voor vrouwen gehouden. Ons bureau is een van de sponsors en het is altijd geweldig om internationale topatleten hier te hebben.

G Wat is het best bewaarde geheim van Aspen?

SB Het North Star Nature Preserve, ten oosten van Aspen. Je kunt er het hele jaar door heengaan en het ziet er altijd even fantastisch uit. Het najaar is de paartijd van de elanden en de bladeren aan de bomen krijgen dan een gouden kleur. In de winter leggen de beheerders een route aan die je kunt gebruiken om het park te verkennen op sneeuwschoenen of langlaufski's. In het voorjaar treden de rivieren buiten hun oevers en ontstaat er moerasland en in de zomer kun je er kanoen. Het is echt een unieke omgeving.

G Waar heb je het allermooiste uitzicht in Aspen?

SB Je kunt het beste naar de top van Smuggler Mountain wandelen. Daar is een uitzichtplatform vanwaar je de stad en het dal



kunt zien. Je kunt ook het Ute Trail volgen naar een rots met een ongelooflijk uitzicht. Deze route is genoemd naar de Ute-indianen, de eerste inwoners van Aspen. Als je binnen wilt blijven, kun je de lobby van het Wheeler Opera House proberen, daar heb je een prachtig uitzicht op Aspen Mountain. Trouwens, vanuit onze vergaderruimte in onze studio hebben we ook een heel mooi uitzicht!

G Wat mis je het meeste als je niet in Aspen bent?

SB Wat echt uniek is aan Aspen is hoe natuur en cultuur in elkaar overlopen. Ik was pas nog in Park City en het is gewoon niet hetzelfde. Ik heb heel veel fantastische skiresorts in Europa bezocht en iedere keer ben ik weer verbaasd over wat we hier hebben. Dat is Aspen: een perfecte combinatie van majestueuze bergen en cultuur van wereldklasse.



Sarah Broughton heeft dit huis in typische Aspen-stijl ontworpen.



Foto's: Daniel Trese, rowland+broughton

GROHE GRANDERA®
THUIS IS WAAR MIJN SPA IS



Puur, simpel en toch extravagant. Strak, vierkant en toch rond. Tijdloos, klassiek en toch modern. De Grandera™-collectie van GROHE speelt met tegenstellingen en verwerkt ze tot een harmonieus geheel. Het resultaat is een diverse serie van zeer duurzame kranen, thermostaat-kranen, douches en accessoires, plus keuze uit Warm Sunset, chroom/goud en chroom voor de perfecte afwerking. [GA NAAR GROHE.NL](http://GROHE.NL)

GROHE
SPA

SCHÖNE KUNST

**Het SmartControl-systeem van de Rainshower® van GROHE
maakt douchen nog plezieriger.**

**De slimme manier van douchen: met SmartControl
van GROHE kunt u elke functie van de douche
met een lichte aanraking en een draai van uw
pols bedienen.**



Foto: GROHE AG

Goed nieuws voor liefhebbers van douchen: met het SmartControl-systeem van GROHE kunt u de temperatuur en de straal aanpassen met een lichte aanraking.

Wat is er beter dan de dag beginnen (of eindigen) met een douche die precies goed is: warm, koud of elke temperatuur daartussenin. Het nieuwe GROHE Rainshower® SmartControl-systeem beschikt over nieuwe technologie waarmee u nog gemakkelijker en prettiger kunt douchen dan ooit.

Het innovatieve van het GROHE-systeem is de "aan-knop". Hiermee zet u niet alleen de douche aan, maar kunt u ook het watervolume aanpassen door de knop licht te draaien.

De SmartControl-innovatie is leverbaar als onderdeel van het Rainshower®-systeem uit het topsegment van GROHE dat bovendien is uitgerust met een extra grote douchekop van 360mm die uw hele lichaam bedekt en u het gevoel geeft dat u onder een warme, tropische waterval doucht. Met de SmartControl-knop kunt u ook de straal aanpassen van een lichte motregen tot een echte stortregen. Dit systeem kan worden gecombineerd met de Rain-, Rain O²- en Trio-Massage-stralen van GROHE. Deze laatste creëert een combinatie van straalsoorten die uw hoofd en schouder masseren.

SmartControl biedt niet alleen uitzonderlijke technologie, maar is ook nog eens prachtig ontworpen. De thermostaatkraan, de diverse knoppen, de doucheglijstang, de douchekop en het glazen plankje zijn stuk voor stuk uitgevoerd in een aantrekkelijke moderne, minimalistische stijl die past bij de geavanceerde technologie die eronder zit. En dankzij CoolTouch® doucht u veiliger, want deze techniek voorkomt dat u zich brandt als u de thermostaatkraan per ongeluk aanraakt tijdens het douchen.

Het Rainshower® SmartControl-systeem van GROHE maakt elke douche nog prettiger en comfortabeler voor doucheliefhebbers door rekening te houden met al die details die zo vaak worden vergeten.



Zet de douche aan met een simpele druk op de knop. Draai aan de knop om het volume geleidelijk aan te passen van Eco naar Full Flow.

Foto's: GROHE AG

E
E
N
A
A
N
T
R
E
K
K
E
L
I
J
K
E
M
A
S
S
A
G
E



HOOFDDOUCHE
1-TrioMassage



HOOFDDOUCHE
2-PureRain / Rain O²



P & S HANDDOUCHE
Rain + Rain O²



E
E
N
W
A
R
M
E
Z
O
M
E
R
B
U
I

E
E
N
H
E
E
R
L
I
J
K
E
W
A
R
M
E
D
O
U
C
H
E

N
I
E
U
W
S
&
P
R
O
D
U
C
T
E
N



SKATE COSMOPOLITAN
Zie pagina 36

G
R
O
H
E
·
C
O
M

N
I
E
U
W
S
&
P
R
O
D
U
C
T
E
N

DESIGN IN BEWEGING

TEKST
KEVIN PERRY

FOTO'S
SCHNEPP · RENO

De musea van Porsche, BMW en Mercedes Benz zijn al net zo dynamisch als de auto's





Het Porsche Museum in Zuffenhausen is een architecturaal hoogstandje, zowel vanbuiten als vanbinnen.



In 1953 opende een tentoonstelling in het Museum of Modern Art in New York met een Porsche 1500 Super uit 1952. Sindsdien hebben Duitse auto's terecht de status van kunstwerk gekregen en het is dan ook geen verrassing dat het Porsche Museum in Stuttgart een architecturaal wonder op zich is.

Het museum, dat in januari 2009 werd geopend, ligt in de wijk Zuffenhausen in de noordelijke buitenwijken van Stuttgart, de geboorteplaats van Porsche. De aanbesteding voor het ontwerp van het gebouw was vier jaar eerder gewonnen door het Weense architectenbureau Delugan Meissl, een van de 170 inzenders van een ontwerp.

En het is meteen duidelijk waarom hun ontwerp heeft gewonnen: het is net zo opvallend als het merk waar het voor staat. De belangrijkste structuur van het museum, dat wordt ondersteund door V-vormige zuilen, lijkt te zweven.

“Het gebouw vertaalt de dynamische kracht van het merk Porsche in architectuur”, zegt

museumdirecteur Achim Stejskal. “De vormen van de monoliet en het basisgebouw zien er vanuit elke hoek weer anders uit dankzij de veelhoekige, avant-gardistische vormen en de variatie in de structuren en ramen.”

Het museum is niet alleen een lust voor het oog, het biedt bezoekers ook de vrijheid om de tentoongestelde objecten op hun eigen manier te bekijken. “Het museum is niet alleen bedoeld voor autoliefhebbers, het is voor iedereen”, zegt Stejskal. “We hebben er bewust voor gekozen om geen opzichtige ‘ontdekkingszone’ te creëren. De sportauto's moeten voor zichzelf kunnen spreken. Er is geen voorgeschreven route, dus iedereen kan doen wat hij wil.”

Het museum blijft zich ontwikkelen: sinds de opening zijn een interactieve touchwall, Sound Showers en gratis Wi-Fi toegevoegd. Maar er is één object dat geen enkele bezoeker mag missen: het favoriete object van Stejskal. “De 904, de mooiste sportauto van Porsche ooit!”, zegt hij. “Hij is ontwikkeld door Ferdinand Alexander Porsche, de man die de 911 heeft ontworpen.



Het model van de 904 dat in het museum staat, is gelanceerd in 1965 en heeft een kleinere voorkant. En het is een van de eerste Porsches met een plastic carrosserie.”

In Duitsland is er uiteraard een ruime keuze als het gaat om automusea van wereldklasse. Slechts negen kilometer ten zuidoosten van het Porsche Museum in Stuttgart ligt het Mercedes-Benz Museum. Dit werd geopend in mei 2006. Het is ontworpen door het Nederlandse architectenbureau UNStudio en is geïnspireerd op de vorm van een motor. Aan de andere kant van het land, in München, ligt het BMW Museum, dat in 1973 is ontworpen door de Weense architect Karl Schwanzer en dat vooral bekend is omdat het de vorm heeft van een opvallende ‘witte kookpot’. Het is in 2008 gerenoveerd en heropend.

Als je door deze gebouwen slentert, raak je alleen maar meer overtuigd van de ongeëvenaarde kwaliteit van Duits ontwerp. Vergeet kunstmusea: in Duitsland is moderne kunst te vinden in de automusea.

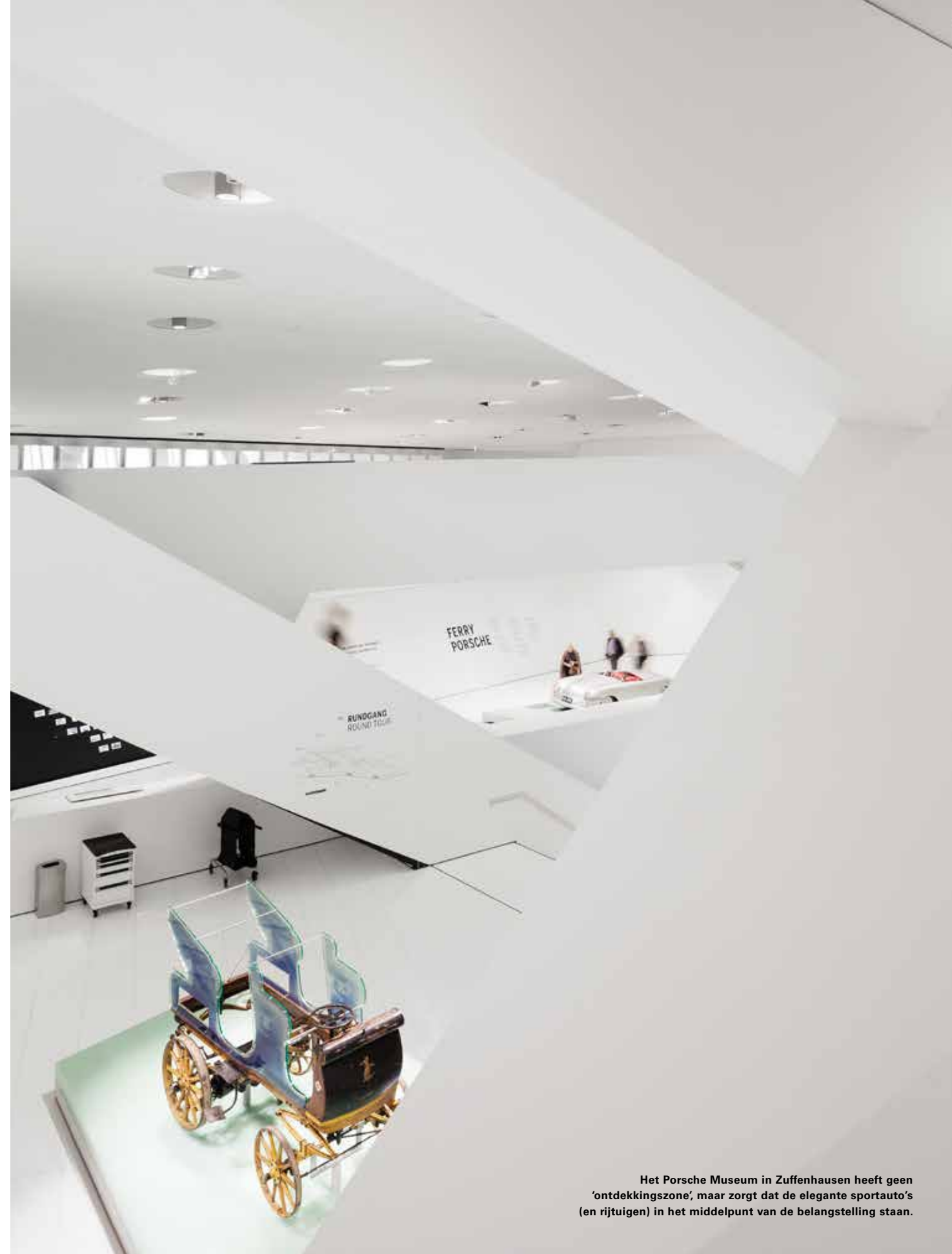


OPENINGSTIJDEN

DIN - ZON, 9.00 - 18.00 uur
Porscheplatz 1, 70435 Stuttgart
www.porsche.com

SKATE COSMOPOLITAN Zie pagina 32

In de toiletten van het Porsche Museum is de Rapid SL gebruikt. Dit is een toilet-inbouwreservoir met twee spoelingen waarbij de gebruiker het spoelvolume kan kiezen door middel van de grote knop (volledig volume) of de kleine knop (half volume) op een bedieningsplaat als de Skate Cosmopolitan.



Het Porsche Museum in Zuffenhausen heeft geen ‘ontdekkingszone’, maar zorgt dat de elegante sportauto’s (en rijtuigen) in het middelpunt van de belangstelling staan.

BMW Museum

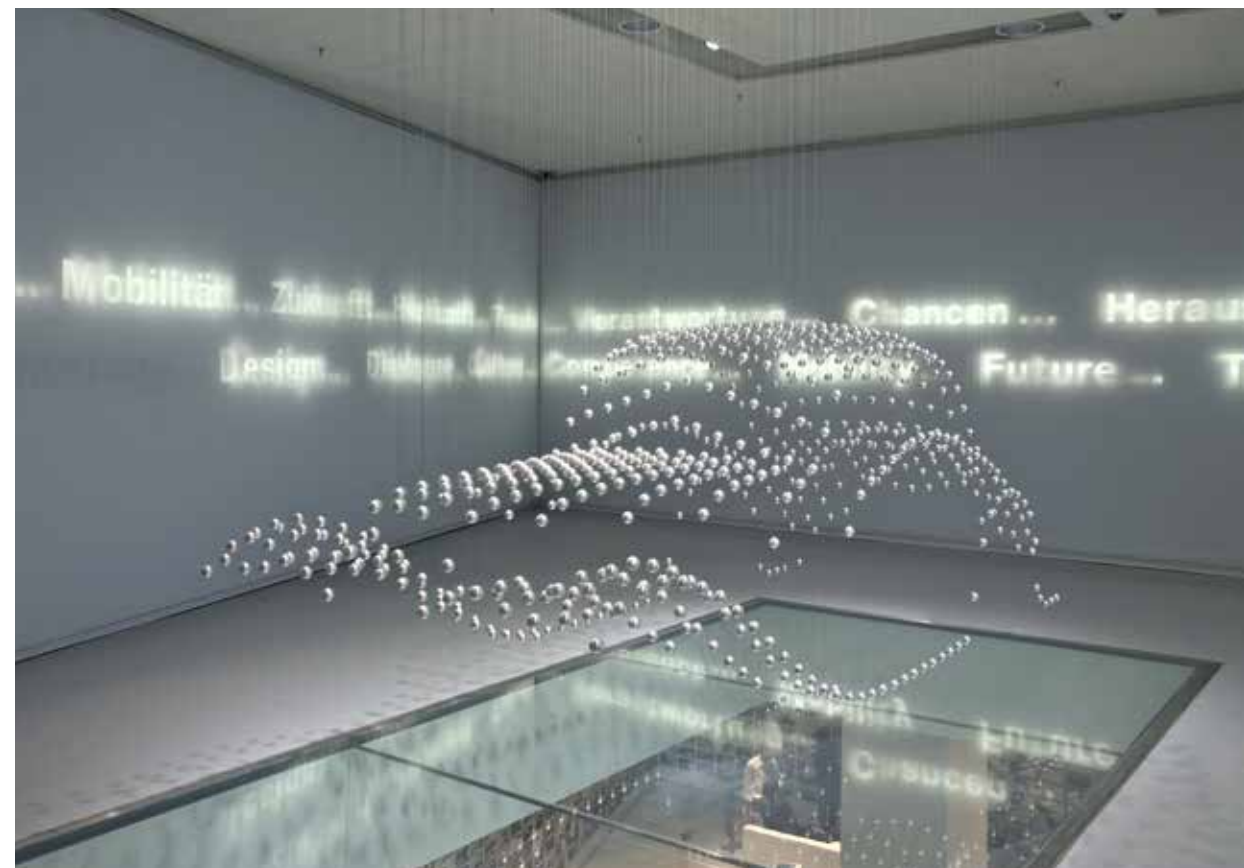
Meer dan 90 jaar BMW-geschiedenis is te zien op zeven afdelingen: Design, Bedrijf, Motorfiets, Technologie, Motorsport, Merk en de Series. Elke afdeling geeft een gedetailleerd overzicht van een specifiek onderdeel van de BMW-geschiedenis, waarbij de productie van de auto wordt toegelicht van concept tot reclamecampagne.

Het museum zelf is een architectonisch meesterwerk met aandacht voor het kleinste detail. Het is ontworpen door Wolf D. Prix van Coop Himmelb(l)au. De toiletten zijn uitgerust met **Eurostyle E** kranen van GROHE die perfect passen bij het strakke design van het museum.



OPENINGSTIJDEN

DIN - ZON, 10.00 - 18.00 uur
Am Olympiapark 2
80809 München
www.bmw-welt.com



Mercedes-Benz Museum

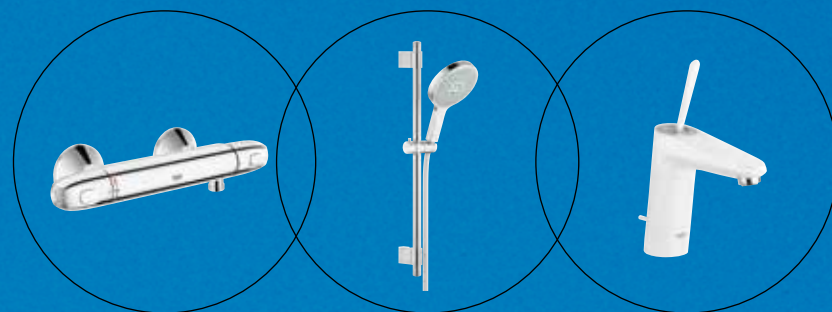
Dit museum laat door middel van meer dan 160 voertuigen en 1500 objecten verdeeld over negen verdiepingen de ontwikkeling zien van Mercedes-Benz en van de auto-industrie in het algemeen in de afgelopen 125 jaar. Er zijn gratis audiotours en u kunt een kijkje achter de schermen nemen, waar u een van de fabrieksafdelingen ziet waar veel van de motoren voor Mercedes worden gemaakt. En net als in het Porsche Museum zijn de toiletten in het Mercedes-Benz Museum uitgerust met **Rapid SL** van GROHE, zodat gebruikers water kunnen besparen door minder water door te spoelen.

OPENINGSTIJDEN

DIN - ZON, 9.00 - 18.00 uur
Mercedesstraße 100
70372 Stuttgart
www.mercedes-benz.com



Foto's: met dank aan BMW, SCHNEPP-RENOU



GROTHERM 1000

POWER & SOUL®

EURODISC JOY

TECHNOLOGIE & INNOVATIE

TEKST
SARAH FAKRAY

FOTO'S
RAMON HAINDL

GROHE is nog altijd de wereldleider op het gebied van watertechnologie en dankzij de merkwaarden kwaliteit, technologie, design en duurzaamheid loopt het bedrijf nog steeds voorop in het ontwikkelen van de meest innovatieve technologieën voor keuken en badkamer. We praten met drie trainers van GROHE over de technologieën van het bedrijf, die stuk voor stuk tot stand zijn gekomen dankzij de unieke innovatieve sfeer bij GROHE.

Heet van de naald

De thermostaten van GROHE met nauwkeurige bediening maken gebruik van de gevoeligste thermometer om de temperatuur te meten: uw huid. De TurboStat® creëert in een fractie van een seconde de gewenste temperatuur en houdt deze constant.

“De thermostaatkranen van GROHE bieden onze klanten comfort, veiligheid en besparing”, zegt Christian Böttger van GROHE. “Comfort omdat ik de thermostaatkraan eenvoudig uit en weer aan kan zetten om mijn haar te wassen of me in te zepen. Veiligheid omdat het thermo-element naar boven schuift als het koude water wegvalt. Zo wordt het hete water afgesloten, zodat ik mij niet verbrand. En besparing omdat de douche automatisch de gewenste temperatuur bereikt.”

Dat is leuk voor de klant, maar wat echt interessant is, is de technologie in de thermostaat. “De sensor van het kardoos bestaat uit een speciale combinatie van koper en was, waardoor de TurboStat® de temperatuur binnen 0,3 seconden kan regelen”, legt Böttger uit. Thermostaatkranen als de Grotherm 1000 zijn dan ook niet alleen maar een mechanisch meetinstrument, maar een technologische interface tussen uw huid en het water.

We bespreken de nieuwste ontwikkeling van GROHE, de Power&Soul®-douche. Volgens Jörg Nitschky-Germann vormt instelbaarheid een belangrijk onderdeel van de ontwerpfilosofie van GROHE. “De speciale functie van dit product bestaat uit de verschillende straalsoorten die individueel kunnen worden aangepast en ook kunnen worden gecombineerd”, zegt hij. De douches hebben een rond silhouet. Ze beschikken over een grote douchekop van 190mm en drie verschillende formaten voor handmatig gebruik. Daarnaast kunt u eenvoudig uw favoriete straalsoort

kieszen: Rain, Rain O2, Jet of Bokoma Spray. Ook hier is wat u niet ziet juist wat de Power&Soul®-douche zo speciaal maakt. “Een mooi voorbeeld is wat er gebeurt als je op de knop drukt voor de Rain O2-functie”, legt Nitschky-Germann uit. “Dan wordt er een klepje geopend. Hierdoor kan er lucht in de douchekop stromen die wordt vermengd met water, zodat de individuele waterdruppels groter worden.”

Het zit 'm in de details

GROHE heeft altijd veel aandacht besteed aan de basiselementen van badkamerdesign. Een belangrijk aandachtsgedebied is dat van het kardoos, een essentieel onderdeel in moderne badkamers dat de watertoevoer naar douchekoppen en wastafelkranen regelt. Als dit belangrijke onderdeel slecht is gemaakt of geïnstalleerd, kan dit leiden tot problemen met de temperatuur en de druk van het water.

Daarom heeft GROHE een kardoos ontwikkeld met het SilkMove®-systeem. Dit is gemaakt van twee keramische schijven die samenwerken met de hendel. Deze precisietechnologie zorgt voor minder frictie, waardoor de risico's en problemen van oudere kardoos tot een minimum worden beperkt.

“SilkMove® staat voor fluweelzacht opstarten en aanpassen van de watertoevoer”, zegt Heiko Middendorf van GROHE. Deze verbeteringen zijn het gevolg van microscopisch kleine innovaties: een van de keramische SilkMove®-schijven is bedekt met poriën van enkele micrometer die fungeren als onderlaag voor vet, waardoor dit tot twintig jaar op de schijven blijft zitten. Middendorf concludeert: “Het is belangrijk voor de klant dat het gebruiksgemak in de loop van de jaren niet minder wordt. Dit systeem garandeert dat dit niet gebeurt.”

Indrukwekkend design

We vergeten tegenwoordig nog wel eens dat we de helende werking en het pure genot van ontspannen in een heet bad of met een hydrojetmassage volledig te danken hebben aan oudere watertechnologieën. De nieuwsgierigheid van een uitvinder en de wens om klanten nog meer te bieden: dat zijn de drijfveren voor GROHE om bestaande producten te verbeteren en elk jaar weer met nieuwe ontwerpen te komen. Door de eigen expertise op het gebied van keuken- en badkamerkranen te combineren met de kennis van keramiek van ons partnerbedrijf LIXIL, is GROHE inmiddels uitgegroeid tot leverancier van complete badkamers. Deze consumentgedreven vooruitgang betekent dat de technische wonderen van GROHE thuis, in hotels en in bedrijven kunnen worden toegepast als onderdeel van een speciaal ontworpen badkameromgeving. Niets van dit alles zou mogelijk zijn zonder de toewijding van de Masters of Technology van GROHE, die deze uitstekende producten trots en met precisie vormgeven en elk ontwerp steeds verder verfijnen tot een ongeëvenaarde ervaring voor onze klanten.

GROTHERM 1000

Deze thermostaat is uitgerust met TurboStat®, dat een maximum aan comfort, veiligheid en besparing biedt door binnen een seconde de gewenste temperatuur te bereiken en deze constant te houden.

POWER & SOUL®

Met de Power & Soul®-handdouches van GROHE kunt u uit vier verschillende straalsoorten kiezen: GROHE Rain O2, Rain, Bokoma Spray en Jet. U kunt ze ook combineren voor optimaal comfort.

EURODISC JOY

De wastafelmengkraan uit de Eurodisc Joy-serie van GROHE beschikt over een kardoos met SilkMove®-technologie. De keramische schijven zorgen voor minder frictie en langer gebruiksgemak.

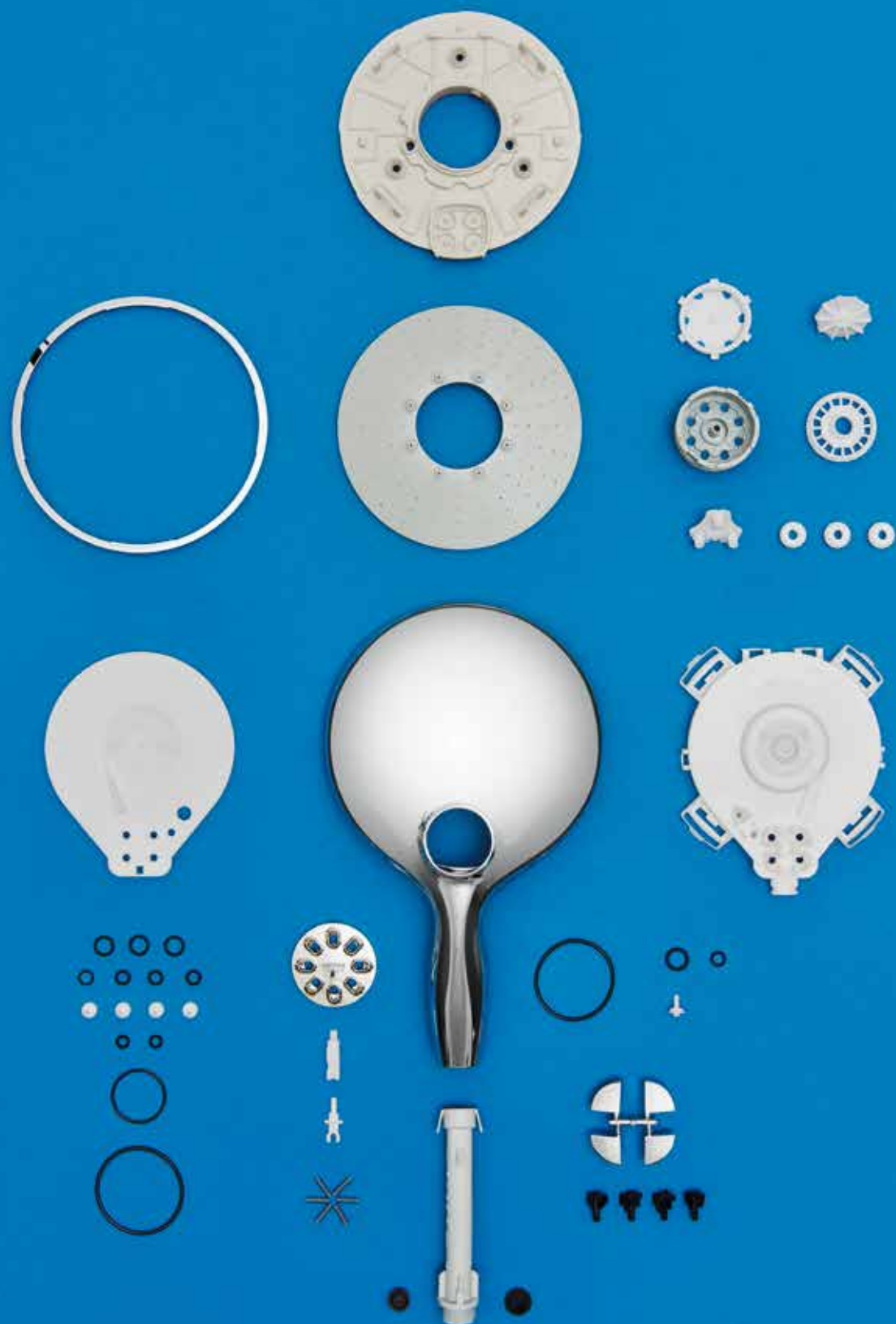


**“THERMOSTAATKRANEN
MET TURBOSTAT
ZORGEN BINNEN 0,3
SECONDEN VOOR
WATER MET DE JUISTE
TEMPERATUUR”**

Christian Böttger



Een gedemonteerd thermo-element:
de sensor is gemaakt van een combinatie van
koper en was waardoor de TurboStat®-technologie
het water binnen enkele milliseconden
op temperatuur kan brengen.



**“IN DE DOUCHEKOP
WORDT LUCHT MET
WATER VERMENGD,
ZODAT DE INDIVIDUELE
DRUPPELS GROTER
WORDEN”**

Jörg Nitschky-Germann

De Power & Soul®-handdouches van GROHE bestaan uit vele onderdelen (allemaal “Made in Germany”) die maar één doel hebben: een individuele douche-ervaring creëren.



**“HET IS BELANGRIJK
DAT HET
GEBRUIKSGEMAK
NIET MINDER WORDT
IN DE LOOP VAN
DE JAREN”**

Heiko Middendorf



De FeatherControl®- en SilkMove®-elementen van de Eurodisc Joy-serie bevatten keramische schijven die zijn afgewerkt met microporiën, zodat de vetlaag tot twintig jaar intact blijft.

PURE ONTSPANNING

ARTWORK
OLLANSKI

De luxe thuispa's van GROHE zijn geïnspireerd op Japanse badrituelen

Het Aqua Zone-concept van GROHE maakt van elke badkamer een privéspa: een speciale plek waar u zich kunt laten verwennen. GROHE heeft vijf essentiële zones met bijbehorende producten ontwikkeld die zijn gebaseerd op de Japanse badcultuur, waarin voor elk stadium van het ritueel een aparte zone wordt gebruikt. Bekijk de verschillende Aqua Zones en lees de uitleg van de Britse interieurontwerper Vanessa Brady over de logica van deze zones.

1

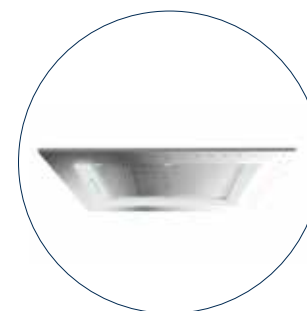
Verjongingszone: GROHE Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony

De verjongingszone wekt en verfrist u in de ochtend terwijl u er 's avonds heerlijk kunt ontspannen. Deze ruime, veelzijdige, luxe douche biedt verschillende opties voor watertherapie, waaronder stimulerende hydrojet-massages, verfrissende watervallen en reinigende stoomsessies.

De Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony van GROHE is de grootste plafonddouche ooit in het assortiment van GROHE en maakt van douchen een geheel nieuwe ervaring. Zo kunt u via Bluetooth direct

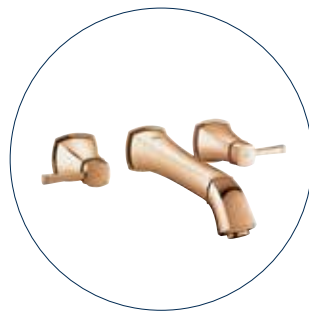
muziek afspelen van uw smartphone. De douche heeft verder een instelbaar verlichtingssysteem met gekleurde leds om de juiste sfeer te creëren.

“Het is wetenschappelijk bewezen dat we emoties beter voelen als we meer dan één zintuig activeren. Deze douche van GROHE biedt een unieke manier om te ontspannen of om meerdere zintuigen te stimuleren”, vertelt Brady. Het aantal verschillende combinaties van water, licht en geluid is vrijwel oneindig en daarmee is dit de optimale douche op maat.



Verzorgingszone: GROHE Grandera driegats wastafelmengkraan

2



De stijlvolle verzorgingszone is een extravagante omgeving voor uw dagelijkse verzorging. GROHE vindt dat er in een spabadkamer ruimte moet zijn voor twee personen, dus vindt u hier twee wastafels naast elkaar.

Brady beschrijft de transformatie van de badkamer door GROHE "van een functionele ruimte naar een verwenruimte waar u uren kunt doorbrengen. Dit maakt de badkamer tot een persoonlijke ruimte waar u optimaal kunt genieten."

De driegats wastafelmengkraan maakt deel uit van de moderne, tijdloze Grandera-collectie van GROHE en is een bewijs van het uitzonderlijke vakmanschap dat ten grondslag ligt aan de strakke lijnen en elegante vormen van deze collectie. Deze duurzame kraan is vuilafstotend en krasbestendig en beschikt over de Starlight®-technologie van GROHE die zorgt voor een blijvende, oogverblindende glans.

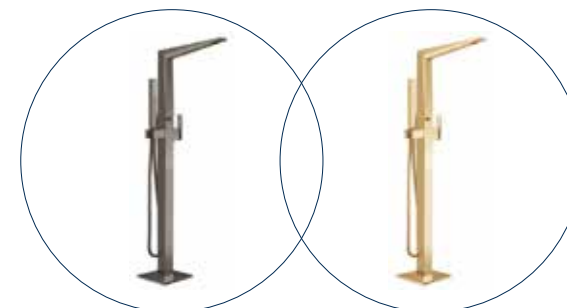


Relaxzone: GROHE Allure badkraan

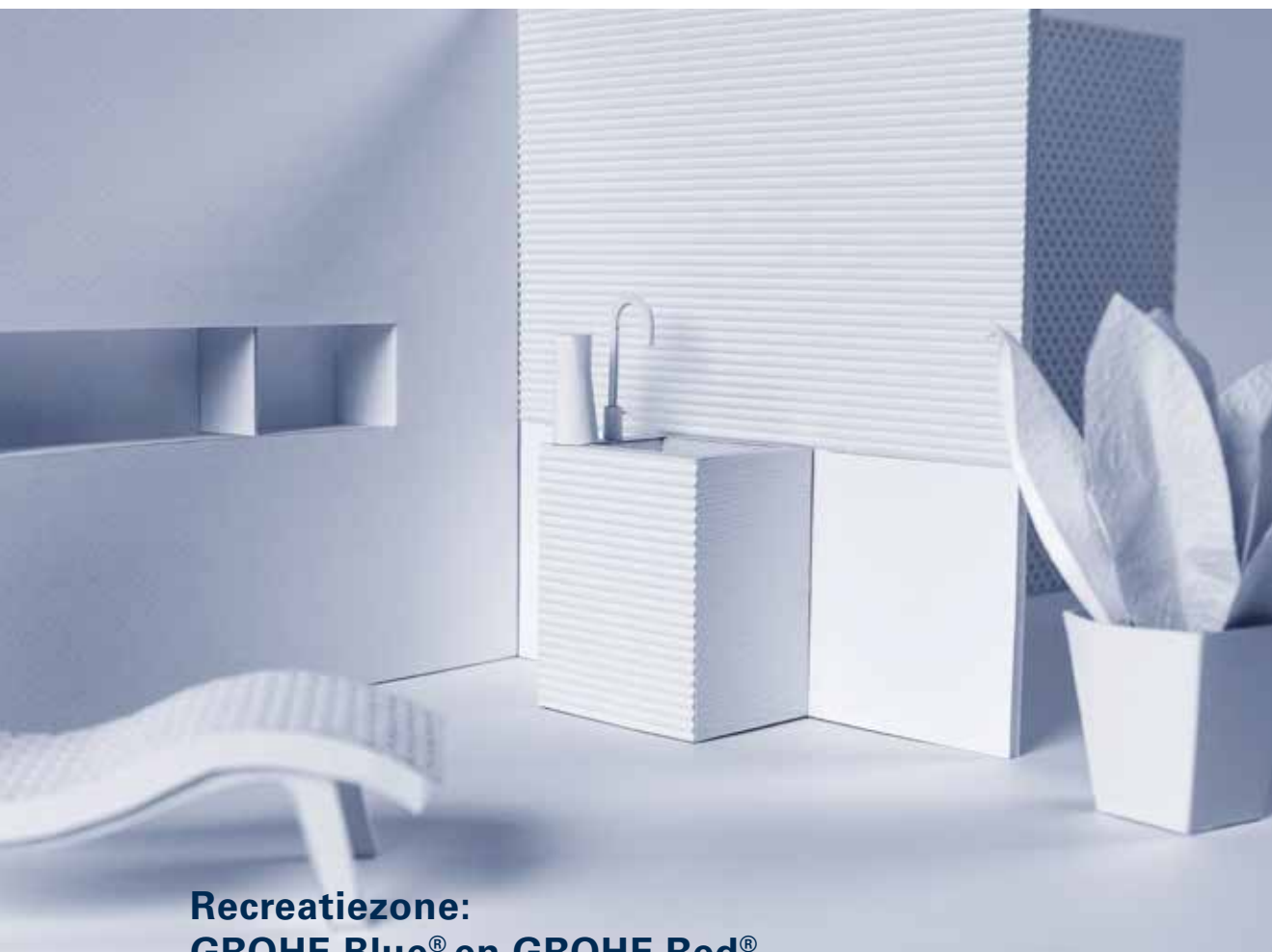


De relaxzone is ideaal voor uw lichaam en uw geest. De badproducten van GROHE combineren innovatief design met de filosofie van eeuwenoude Japanse badrituelen. Het doel van deze traditionele rituelen was niet alleen het reinigen van het lichaam, maar ook spiritueel contact aangaan met de natuurelementen en innerlijke harmonie creëren.

De unieke vrijstaande badkranen van GROHE zijn iconische ontwerpen die iets toevoegen aan het interieur, ook als ze niet worden gebruikt. U kunt zelf kiezen waar u het bad plaatst, maar volgens Brady neigt de huidige trend naar openheid, waarbij het bad midden in de badkamer staat in plaats van in een hoek, voor "meer flexibiliteit en meer vrijheid qua ruimte".



3



Recreatiezone: GROHE Blue® en GROHE Red®

GROHE neemt de complete spa-ervaring bijzonder serieus, vandaar dat er ook ruimte is voor een recreatiezone. Baden onder het genot van een glas ijskoud water of een kopje verse muntthee hoort bij de traditionele spa-ervaring. En er is geen betere manier om je lichaam te hydrateren dan met de GROHE Blue®- en GROHE Red®-hydrateerstations voor glashelder gekoeld, gefilterd, koolzuurhoudend mineraalwater of kokend heet water uit twee kranen met één hendel. Voor uw meditatieve momenten.

“Dat luxe gevoel, de manier waarop we water ervaren en het gevoel dat het ons geeft, daardoor voelen we ons emotioneel beter”, zegt Brady. Naast de badproducten van GROHE bieden de GROHE Blue®- en Red®-hydrateerstations een perfecte manier om van de Aqua Zone te genieten.



4



Meditatiezone: GROHE Arena®

De meditatiezone combineert hygiëne met innerlijke harmonie. GROHE Arena® is een geavanceerde douche-wc die speciaal ontworpen is voor reiniging, als onderdeel van een gezonde lifestyle.

De douche-wc, die beschikt over talloze instelbare persoonlijke instellingen en een automatisch systeem dat het lichaam herkent, vormt de basis voor een zeer grondige persoonlijke hygiëne. Daarnaast heeft de Arena® een geavanceerd thermisch zelfreinigend systeem, zodat de Arena na elk gebruik weer brandschoon is.



5



GROHE RED®
Zie pagina 59

INSTANT GENIETEN

TEKST
THOMAS PLATT

FOTO'S
CHRISTIAN HAGEMANN

Van studentenkost tot de favoriete snack van een chef-kok met Michelin-ster: instantnoedelsoep is helemaal terug als culinaire sensatie

Moderne nouvelle cuisine is vaak geïnspireerd op de Aziatische keuken. Tegenwoordig zijn kokosnoot, koriander, gember, Thaise basilicum en citroengras in elke westerse en internationale keuken te vinden. Aziatische restaurants en fusionrestaurants behoren tot de beste restaurants ter wereld. Hoewel de Aziatische keuken overal te vinden is en een degelijke reputatie heeft opgebouwd, is er één gastronomisch product dat niet door iedereen serieus wordt genomen: instantnoedels.

Waarschijnlijk staan ze sommige mensen tegen juist omdat ze overal worden gegeten. Sinds ze in 1958 door de Taiwanees-Japanse uitvinder Momofuku Ando werden geïntroduceerd, worden ze over de hele wereld als snack gegeten en er zijn maar weinig supermarkten waar deze samengeperste blokken gedroogd

eten niet te krijgen zijn. In sommige delen van de wereld is de populairste merknaam, Yum Yum, zelfs de generieke benaming geworden. Noedels worden in veel steden de hele dag en nacht door verkocht als alternatief voor wie geen tijd heeft voor een echte maaltijd. Yum Yum heeft er ook voor gezorgd dat sandwiches, yoghurt, muesli- en chocoladerepen nauwelijks nog worden genuttigd tijdens de lunchpauze. Dit is deels omdat noedels gemakkelijk te bereiden zijn: je hoeft alleen maar heet water toe te voegen en sommige merken leveren de noedels zelfs in een plastic beker waarin je de noedels kunt 'koken'.

Veranderende reputatie

Het is dan ook niet zo vreemd dat instantnoedels niet zo'n goede reputatie hebben. Deze goedko-



pe en eenvoudig te bereiden snack wordt vooral geassocieerd met studenten, vrijgezellen en kampeertochten. Dat past niet in een tijd waarin je culinaire kennis gelijk staat aan je sociale status. En zolang er geen 'premium' merk is, zal het altijd een goedkope snack blijven.

Maar bij nadere beschouwing blijkt er meer te zitten achter instantnoedels. De vele smaken beslaan het complete spectrum aan Aziatische culinaire tradities, van China, Thailand en Vietnam tot Indonesië, Korea en Japan. Ze zijn er dan ook in allerlei vormen en formaten: er zijn rijstnoedels en eiernoedels van verschillende dikte, met verschillende sauzen, onder andere gemaakt van miso of soja, en met verschillende soorten vlees of vis.

Maar deze veelzijdigheid heeft weer geleid tot een andere negatieve mythe over instantnoe-

dels: dat ze onnatuurlijk zijn en daarom ongezond. Thomas A. Vilgis, professor theoretische fysica aan de universiteit van Mainz, toonaangevend onderzoeker van meelsoorten en auteur van het baanbrekende kookboek "Aroma – The Art of Seasoning", ziet Yum Yum-soep niet als een bedreiging: "Naast zetmeel bevatten noedels tarwemeel en twee verschillende bindmiddelen die volkomen onschuldig zijn", zegt hij. "Zuurregelaars zoals citraat en kleine hoeveelheden fosfaat vormen geen probleem."

En in tegenstelling tot wat de meeste mensen denken, zijn smaakversterkers ook niet schadelijk. Deze zijn vooral gemaakt van gistextracten en roepen slechts bepaalde smaken en geuren op, waardoor ze net zo 'authentiek' zijn als andere voedselproducten die van nature zout, bitter, zoet of zuur zijn. Smaak en geur bestaan in principe alleen op moleculair niveau, waarbij





bepaalde combinaties bepaalde gastronomische effecten produceren. En ongeacht of de voedingsmiddelen die deze effecten produceren nu in een laboratorium zijn samengesteld, direct uit voedsel komen of in natuurlijke vorm worden geconsumeerd, moleculen zijn moleculen en ons lichaam merkt het verschil niet.

Een culinair feest

Vorig jaar bleek uit een test voor de Duitse krant F.A.S., uitgevoerd door de in Berlijn gevestigde chef-kok Michael Kempf, dat sommige van deze instantnoedels wel degelijk een echte culinaire status hebben. Hendrik Otto, de met een Michelin-ster bekroonde collega van Kempf in restaurant Lorenz Adlon Esszimmer in Berlijn, kookt dit soort soepen thuis met heilbot. Hij snijdt de filet in kleine reepjes en kookt ze samen met de noedels in water tot ze kokend heet zijn.

In plaats van met Aziatische kruiden maakt Otto het af met kruiden uit de eigen keuken, zoals steentijm, lavas, majoraan en selderiebladeren. Soms doet hij er zelfs een paar verse oesters bij, waarmee een eenvoudige Yum Yum-soep een glibberige delicatessensoep wordt.

GROHE RED®
Zie pagina 55

Voor wie nog sneller wil genieten van zijn favoriete instantnoedels biedt de GROHE Red® kokend heet water direct uit de kraan. Het innovatieve GROHE Red®-systeem beschikt altijd over zes liter (afhankelijk van het model) gefilterd kokend water voor direct gebruik. Zo zijn Aziatische instantnoedels nog lekkerder, want alles wat ook maar enigszins van invloed kan zijn op de geur en smaak is al uit het water gefilterd. En met heet water direct uit de kraan zijn de noedels echt instant.



01



02



04



05

ALLE OGEN OP LONDEN

Tijdens het London Design Festival van 2015 waren de allerbeste voorbeelden van internationaal design naast elkaar te bewonderen. Paul Flowers, Chief Design Officer van GROHE en LWT, vertelt wat de vijf belangrijkste trends zijn.

Het London Design Festival is een massaal evenement waar de meest innovatieve en opwindende creaties te zien zijn op het gebied van interieur, meubilair, textiel, accessoires en zelfs maatschappelijk bewust industrieel ontwerp. Over de hele stad verspreid waren 350 evenementen en installaties te zien op de meest prachtige locaties, van een Toren van Babel van keramiek in het Victoria and Albert Museum tot een doorschijnend Serpentine Pavilion in Kensington Gardens. We bezochten ze allemaal om te zien of er één conceptuele rode draad in dit tapijt van innovatief design te herkennen was. Van oneerbiedig geïmproviseerde huishoudelijke artikelen tot antiek eerbetoon: dit zijn de essentiële objecten die de thema's vertegenwoordigen die u het komende seizoen in de gaten moet houden.



03

Exclusiviteit

Zowel gevestigde merken als nieuwe merken komen met 'premium' versies van bestaande productlijnen in de vorm van varianten met een exclusieve afwerking van topkwaliteit, zoals deze lampen en stoelen van TOM DIXON (01-05). Het resultaat: meer duurzaamheid en de exclusiviteit van een limited edition. Warme metallic kleuren, vooral koper, kwamen overal terug. De rijk versierde, gedetailleerd gesneden kandelaars van SKULTUNA (06) zijn hier een mooi voorbeeld van.



06



01

Nieuwe vintage chic

Het concept van 'retrostijl' wordt steeds breder: bedrijven combineren elementen en klassiekers uit verschillende periodes zoals dit dressoir van **MADE.COM (01)** met postmoderne kitsch, zoals deze schalen en pot van **SMUG (02, 03)**. Het is niet alleen een teruggrijpen op eerdere trends, maar een moderne variant ervan. De lampen van **LINDHOLDT (04)**, met hun afgeronde hoeken, gouden afwerking en een kleurenpalet van felle kleuren en pastelkleuren, zijn kenmerkend voor deze trend.



02



03



04



01



02



03

Vorm binnen vorm

Designers gebruiken glas om vormen te omhullen zonder ze onzichtbaar te maken. In zowel de Flame-lampen van **LUUM (01)** als in de Toy-vazen van **LA CHANCE (03)** zweven omhulde vormen ogenschijnlijk in het luchtledige, waardoor ze er delicaat en beschermd uitzien. In de Haumea-tafels van **GALLOTTI&RADICE (02)** is de kern visueel onttrokken aan de buitenkant door middel van het contrast in licht, materiaal of kleur, waardoor het oog valt op de negatieve ruimte tussen de twee.



01



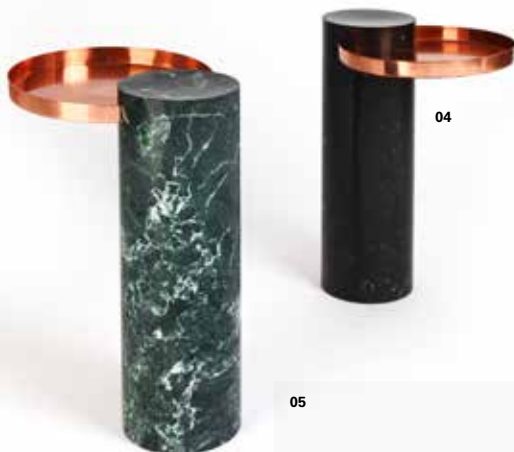
02



03

Nieuwe interacties

WRONG FOR HAY hergebruikt op originele manier dagelijkse objecten, met onverwachte combinaties van snoeren, metaal en spijkers, zoals in hun Rope Trick-lamp (03). **DE ALTAR-PLANKEN VAN MR. AND MR.** (01, 02) hebben een vrolijke, geïmproviseerde esthetiek, alsof de ontwerpers gewoon een beetje hebben geëxperimenteerd met onverkoopte spullen. Maar het dringt de vraag op: "Bestaat er eigenlijk zoiets als een oninteressant object?"



04



05

Marmer

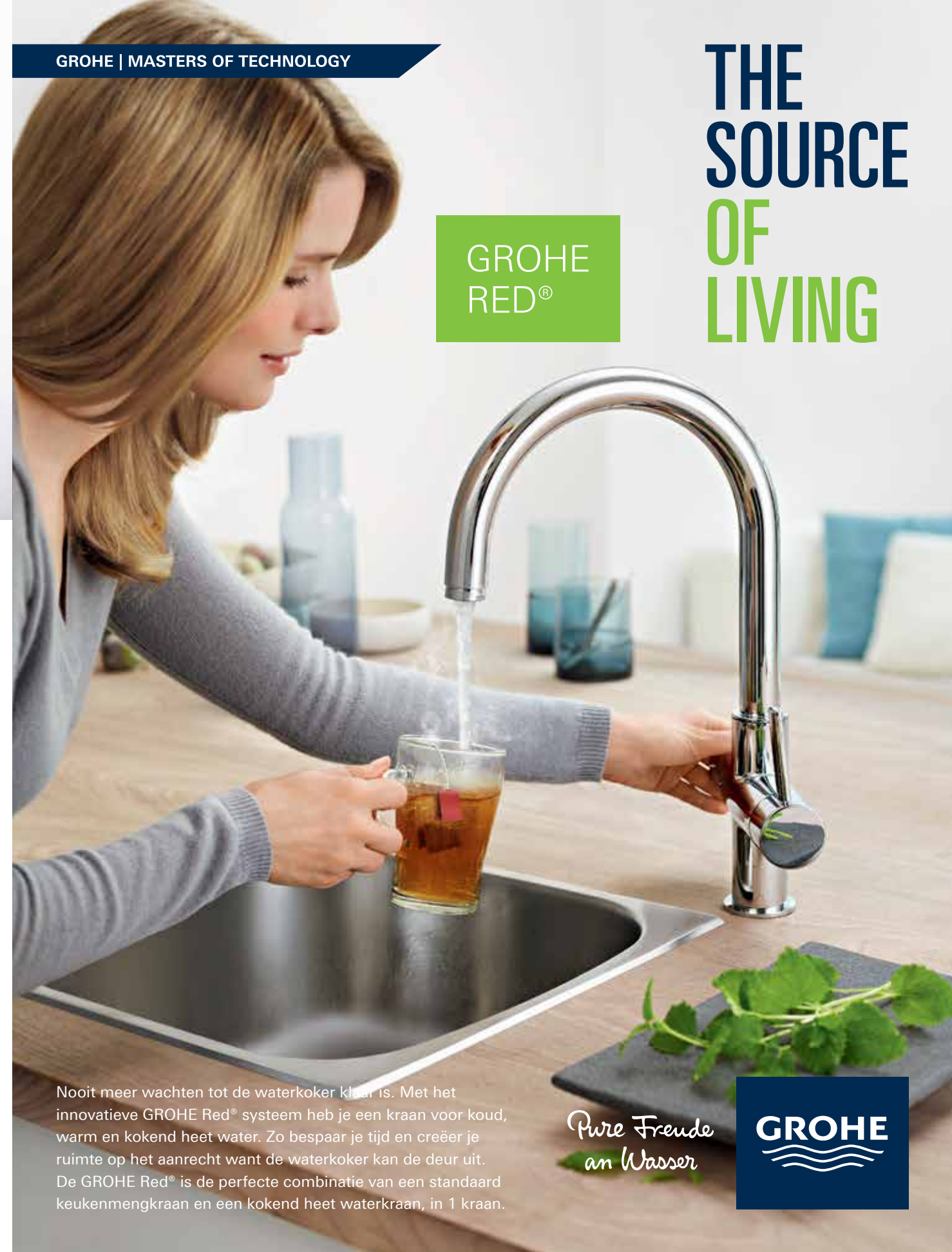
Merken zijn dol op het woord 'tijdloos', maar alleen marmer is letterlijk een klassieker. Deze elegante steensoort was veel te zien tijdens het festival, onder andere in de tafeltjes van **LA CHANCE** (04) en in de martiniglasen van **LEE BROOM** (05). De perfecte koele uitstraling komt het beste tot zijn recht in combinatie met andere edele materialen, zoals hout en glas, en geeft zo een zekere plechtigheid aan lichtere designs.

Foto's: PR, Arthur Woodcroft

GROHE | MASTERS OF TECHNOLOGY

GROHE
RED®

THE
SOURCE
OF
LIVING



Nooit meer wachten tot de waterkoker klaar is. Met het innovatieve GROHE Red® systeem heb je een kraan voor koud, warm en kokend heet water. Zo bespaar je tijd en creëer je ruimte op het aanrecht want de waterkoker kan de deur uit. De GROHE Red® is de perfecte combinatie van een standaard keukenmengkraan en een kokend heet waterkraan, in 1 kraan.

Pure Freude
an Wasser

GROHE



DE RUIIMTE OM ONS HEEN

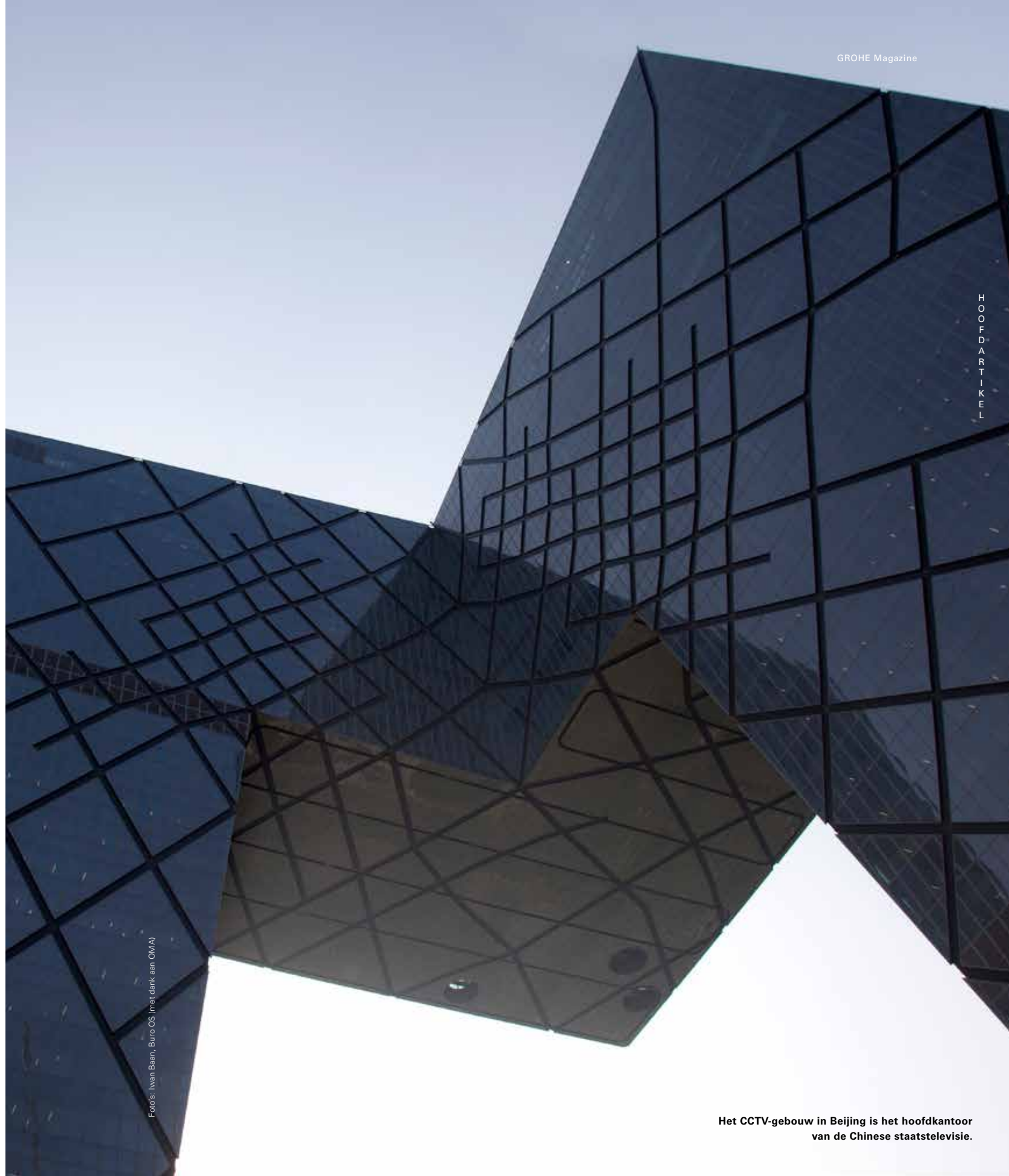
TEKST
JENI FULTON

PORTRETFOTO
MIRJAM WÄHLEN

Ole Scheeren herschrijft de relatie tussen mensen en architectuur en daarmee het concept van gedeelde ruimte

Ole Scheeren is bezig de wolkenkrabber opnieuw uit te vinden. De 44-jarige architect uit het Duitse Karlsruhe reist voor zijn werk de hele wereld rond, van Nederland naar New York, Singapore en China. Zijn bedrijf heeft kantoren in Hongkong, Beijing en nu ook in Berlijn. De meeste van zijn recente projecten liggen in Azië, waar hij is gespecialiseerd in opvallende wolkenkrabbers met een unieke buitenkant én binnenkant.

Scheeren bezocht China 24 jaar geleden voor het eerst omdat hij "een intuïtieve interesse" in het land had, zo vertelde hij GROHE. "De steden in Azië zijn extreem dichtbevolkt. Meer dan 50 procent van de wereldbevolking woont in steden en China loopt hierin voorop. De afgelopen tien jaar is de vraag hoe mensen kunnen leven in deze dichtbevolkte omgevingen centraal komen te staan in mijn werk, omdat ik er dagelijks mee wordt ge-



Foto's: Iwan Baan, Büro OS (met dank aan OMA)

Het CCTV-gebouw in Beijing is het hoofdkantoor van de Chinese staatstelevsie.



confronteerd.” Zijn werk in China viel samen met “een nieuwe openheid”: de economische hausse die het gevolg was van de hervormingen van Deng Xiaoping zorgde voor een versnelde modernisering. “Als gevolg hiervan moest China dringend nadenken over de toekomst en met nieuwe oplossingen komen, want de bestaande situatie was gewoon niet werkbaar. En dat is natuurlijk een heel interessante context voor een architect”, zegt hij. Als directeur van het Chinese kantoor van bureau OMA van Rem Koolhaas ontwierp Scheeren het iconische hoofdkantoor van de Chinese staatstelevisie, het CCTV-gebouw, dat het begin vormde van een nieuw tijdperk in Chinese architectuur. “Het CCTV is gebouwd in een tijd waarin Beijing lid werd van de Wereldhandelsorganisatie en de Olympische Spelen had binnengehaald en het leek of China zich op het wereldwijde toneel begon te laten gelden. Daarom hebben we de wolkenkrabber niet ontworpen als een hiërarchisch object, maar als een gigantisch collectief. En dat was het basisidee voor het CCTV.”

Publieke werken

Een belangrijke drijfveer voor zijn werk is de steeds weer veranderende vraag hoe mensen verschillende ruimtes bewonen, wat hun ervaringen en psychologische benaderingen zijn en hoe dit gerelateerd is aan de psychologie van de ruimte. Dit heeft tot een aantal woonprojecten geleid zoals The Interlace in Singapore, Maha Nakhon in Bangkok en 1500 West Georgia in Vancouver, waarbij transparantie en structuur, openbaar en privé met elkaar verweven zijn. “Als je voorbeelden van mijn werk bekijkt, zie je dat ik heel erg geïnteresseerd ben in de vraag hoe we privacy kunnen integreren met meer gemeenschapszin, met het gevoel van samenleven en dingen delen”, vertelt hij. Dat geldt vooral voor The Interlace, een



Foto's: Mirjam Wähele, Iwan Baan



HOOFDARTIKEL

“WE WILLEN EEN STAD EEN SILHOUET GEVEN DAT LEVEN UITSTRAALT”

‘verticaal dorp’ bestaande uit elkaar kruisende horizontale blokken die zijn opgestapeld in zeshoeken en die een open, plaza-achtige omgeving vormen, het tegenovergestelde van het typische monolithische huizenblok. Het project heeft veel bijval gekregen en werd uitgeroepen tot “Building of the Year” tijdens het Wereld Architectuur Festival in Singapore in november 2015.

In de gebouwen van Scheeren zijn de binnenruimte en de buitenruimte onafscheidelijk met elkaar verbonden. “De fundamentele vraag die als een rode draad door al mijn projecten loopt, is: hoe kunnen we bij grootschalige architectuur-

WERELD ARCHITECTUUR FESTIVAL

Het Wereld Architectuur Festival, dat in 2008 voor het eerst werd gehouden als een “festival om architecturale meesterwerken van over de hele wereld te eren en te delen”, trekt jaarlijks de belangrijkste namen uit de architectuurwereld om over de toekomst van het ontwerp van gebouwen te praten. Een van de vaste gasten is de Duitse ‘starchitect’ Ole Scheeren, die eerder als spreker optrad tijdens het evenement en die onlangs, tijdens het Festival van 2015, een prijs ontving voor zijn gebouw The Interlace. Sinds 2012 wordt het Festival gehouden in Singapore en GROHE is nog steeds de sponsor van het eerste uur.

www.worldarchitecturefestival.com



projecten gebruikmaken van de lege schacht van de toren? En hoe kunnen we de schaal ervan onderverdelen in componenten die iets zeggen over de menselijke bewoners of hoe zij de ruimte gebruiken? We willen een stad een silhouet geven dat leven uitstraalt”, zegt hij. “Het emotionele effect dat een gebouw op mensen heeft, zowel als ze er van de buitenkant naar kijken als de manier waarop ze het interieur van het gebouw ervaren, zijn nauw met elkaar verbonden. Wij verzorgen het interieurontwerp voor de meeste van onze gebouwen en wat mij betreft maakt dat integraal deel uit van ons werk.” Dit verwacht je dan natuurlijk ook in het eigen huis van Scheeren, maar dat is niet het geval: “Ik heb het grootste deel van mijn leven vooral in heel kleine, volledig anonieme, nauwelijks functionele appartementjes gewoond met alleen een matras op de grond en een grote tafel om aan te werken. Ik reis ontzettend veel en ben nauwelijks thuis, dus ik kan het me niet veroorloven om veel spullen te hebben, want dan word je meteen een stuk minder mobiel”, zegt hij.

Door zijn manier van werken weet Scheeren de culturele context, de milieucontext en de stedelijke context van zijn opdrachten te combineren met de wensen van de klant. De opdracht wordt dan: “hoe kan ik dit doorvoeren tot een punt waar de relevantie verder voert dan het gebouw zelf, waar het van invloed is op de bredere context van de openbare ruimte van de stad”. Hier staat tegenover dat zijn favoriete gebouw een vrijwel onzichtbare constructie is: de Large Hadron Collider, een deeltjesversneller in het Zwitserse Genève, waar de fundamentele structuur van het universum wordt onderzocht. “Ik ben er nooit geweest, maar ik vind het ongelooflijk fascinerend als bouwwerk en dat heeft niets te maken met de architectuur.”

Foto's: Büro Ole Scheeren (met dank aan OMA)

Ideale stad

De vader van Scheeren was ook architect en zijn vroegste herinneringen bestaan uit de lange gangen van de universiteit waar zijn vader les gaf en van de modellen van gebouwen die daar stonden. “Op mijn 14de begon ik op het kantoor van mijn vader te ontwerpen voor zijn projecten. Op mijn 21ste kreeg ik mijn eerste opdracht. Iemand gaf me een project en ik voerde het uit”, grijnst hij. Het begin van zijn carrière bracht hij door in de bekende studio OMA van Rem Koolhaas in Rotterdam. Hij besloot daar te gaan werken, vertelt hij, omdat Koolhaas toen de enige architect was die architectuur in een maatschappelijke context plaatste. “Ik ging erheen omdat ik met hem in dialoog wilde gaan. Ik denk dat er toen heel weinig mensen waren die deze dialoog levend hielden. Tegenwoordig is dat heel anders, bijna iedereen praat over bijna alles”, zegt hij spottend.

Scheeren denkt dat architecten essentieel zijn om oplossingen te verzinnen voor de uitdagingen van een steeds meer verstedelijkte wereld waarin de bouwwereld wordt voortgedreven door de eisen van het kapitaal. “Als architect kijk ik naar manieren om de structuur van gebouwen open te breken, of het nu een wolkenkrabber of een ander soort gebouw is, en om de gebouwen weer in contact te brengen met de stad, om ruimtes te creëren binnen deze projecten en ze terug te geven aan de mensen. En dit geeft meer waarde aan het project, omdat het meer betekenis krijgt voor de stad en voor de mensen”, zegt hij. Maar hij voegt hieraan toe: “We moeten heel eerlijk zijn over onze beperkingen. En tegelijkertijd moeten we ook heel optimistisch zijn en geloven dat we dingen kunnen veranderen, anders kun je niet werken, dan heb je het al opgegeven voordat je bent begonnen.”



In Bangkok: de façade van het Maha Nakhon ziet eruit als losse pixels.



WATER- THERAPIE

De tentoonstelling van conservator Jane Withers creëert bewustzijn over wat er gebeurt in onze zeeën

Project Ocean van Selfridges, een tentoonstelling die mensen wil informeren over plastic afval in onze zeeën, wordt dit jaar voor de vijfde keer georganiseerd. Bij de ingang worden bezoekers geconfronteerd met 'Flotsam', een golvende installatie van How About Studio bestaande uit 5000 plastic flessen, ongeveer het aantal dat in het hele Verenigd Koninkrijk in minder dan 15 seconden wordt gebruikt.

In de tentoonstelling is ook 'Gyrecraft' van Studio Swine en Andrew Friend te zien, een verzameling van vijf objecten gemaakt van plastic dat is opgevisst uit de gyres (ringvormige zeestromingen), waar het zich verza-

melt. De Water Bar, een samenwerkingsproject van Withers en Arabeschi di Latte, biedt bezoekers water dat is behandeld met houtskool, mineralen en kruiden en hen aanspoort zich voor te stellen hoe het leven zou zijn zonder de plastic fles.

Withers heeft eerder tentoonstellingen over milieukwesties georganiseerd voor het Victoria and Albert Museum en de Royal Academy en ze omschrijft haar obsessie met water als 'hydrofiel'. Ze werkt daarnaast als designconsultant en is medeoprichter van Wonderwater, een initiatief voor het ontwikkelen van projecten over de hele wereld om bewustzijn te creëren over problemen rond water.

Foto: Andrew Friend

Studio Swine en Andrew Friend maakten voor de tentoonstelling een replica van de Sea Dragon, het onderzoeksschip waarmee de designers naar de Noord-Atlantische gyre voeren.



Dit object, gemaakt van plastic uit de Zuid-Atlantische gyre, is geïnspireerd op de verraderlijke wateren rond deze gyre en de poolexpedities die hier langs zijn gekomen.



Fotos: Andrew Meredith, Petr Krejčí

De installatie van plastic flessen van How About Studio simuleert het heldere blauwe zee water en leidt de bezoekers door de tentoonstelling.



Studio Swine liet zich voor de weergave van de Noord-Atlantische gyre inspireren door de traditionele, lokale Scrimshaw-kunst, een door walvisjagers gebruikte graveertechniek.



Fotos: Petr Krejci

Het object Indian Ocean van Studio Swine is gebaseerd op een scheepscontainer, want volgens de designers gaan elk jaar 10.000 van deze grote, metalen containers verloren in zee.

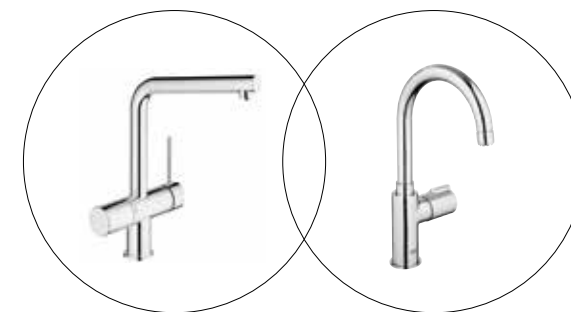
De Italiaanse studio Arabeschi di Latte en conservator Jane Withers installeerden de bar in het Londense warenhuis Selfridges waar bezoekers "zich het leven zonder plastic waterfles moeten voorstellen".



Foto: Andrew Meredith



Foto: OVG

GROHE BLUE® & RED®
Zie pagina 82

EDGY ONTWERP

TEKST
ARSALAN MOHAMMAD

PORTRETFOTO
GEORGIA KUHN

Architect Ron Bakker legt uit hoe zijn pogingen om een balans te vinden tussen betaalbaar en milieuvriendelijk hem hielpen bij het ontwerp van The Edge in Amsterdam

De in Nederland geboren architect Ron Bakker is mede-oprichter van het in Londen gevestigde PLP Architecture, het team dat The Edge heeft ontworpen. Het gebouw, dat momenteel door accountancybedrijf Deloitte wordt gebruikt als hun hoofdkantoor in Amsterdam, kreeg in 2014 de classificatie "outstanding", de hoogste ooit, van BREEAM, het bureau dat de duurzaamheid van gebouwen beoordeelt. Bakker praat met GROHE over duurzaamheid, over hoe je werkplekken voor de 21ste eeuw ontwerpt en waarom de producten van GROHE aansluiten bij zijn milieuvriendelijke visie.

GROHE

Wanneer is PLP Architecture begonnen?

R. Bakker

Zo'n zes jaar geleden. Ik kwam in de jaren negentig naar Londen en werkte 18 jaar voor architectenbureau KPF. Daarna besloot ik samen met een paar collega's een nieuw bureau te beginnen. We hebben inmiddels tweehonderd mensen in dienst en ik werk veel in Londen, Europa, het Midden-Oosten, China en Korea.

G Van wie was het oorspronkelijke concept voor The Edge?

RB Het idee is ontwikkeld door het designteam, in nauwe samenwerking met Deloitte en projectontwikkelaar OVG. The Edge is een commercieel kantoorgebouw

en Deloitte gebruikt zes of zeven verdiepingen. De rest wordt gedeeld door verschillende andere bedrijven. Met The Edge hebben we geprobeerd om verschillende aspecten van de kantooromgeving te verenigen door technologie en duurzaamheid zo te integreren dat er een nieuw concept van de werkplek ontstaat.

G In 2014 heeft BREEAM, het bureau dat de duurzaamheid van gebouwen beoordeelt, The Edge de hoogste score ooit gegeven, waarmee dit het duurzaamste kantoorgebouw ter wereld is. Je hebt ooit gezegd dat dit



deels te danken was aan de recessie van 2008, waardoor je werd gestimuleerd om op zoek te gaan naar milieuvriendelijke, betaalbare materialen. Klopt dat?

RB Ja. Toen de recessie toesloeg, moesten we voorzigtiger omgaan met de risico's die bij de ontwikkeling van grote projecten komen kijken. Maar we hebben volgehouden en zijn gaan onderzoeken hoe we dit konden realiseren. We hebben verschillende strategieën overwogen, zoals fasering en flexibele functionaliteit, en we hebben veel gelezen over hoe we een balans konden vinden tussen duurzaamheid en betaalbaarheid. Daardoor ontdekten we dat er betere manieren waren om te bouwen.

G De classificatie van BREEAM was ook nog eens de hoogste ooit. Hoe hebben jullie dat bereikt?

RB Soms met veel moeite! BREEAM kijkt naar elk aspect dat met duurzaamheid te maken heeft, hoe klein ook, dus je verliest al snel het overzicht als je zo veel mogelijk punten wilt scoren. Maar Deloitte en OVG waren niet geïnteresseerd in het scoren van punten. Ze wilden een duurzaam gebouw omdat ze dat belangrijk vonden en daarom was het gebouw al zo ontworpen voordat we de accreditatie bespraken. OVG en Deloitte hebben de lat heel hoog gelegd, waardoor wij optimaal hebben kunnen presteren.

G Hoe ontwerp je, als architect, werkplekken en hoe creëer je een nieuwe manier van werken?

RB Bij PLP hebben we het er al langer over wat nu een goede werkplek is. Dankzij deze discussies is inmiddels duidelijk dat mensen graag werken in een omgeving waar ze andere mensen toevallig tegen kunnen komen. We hebben pas nog gewerkt met een klant die dit bevestigde. Dat project is het Crick-gebouw in Londen. Als het af is, wordt dit het meest geavanceerde en innovatieve gebouw voor biomedisch onderzoek in het Verenigd Koninkrijk. Tijdens onze samenwerking met hen zei iemand uit hun team dat elke grote ontwikkeling in biomedisch onderzoek kan worden teruggevoerd op een toevallige ontmoeting tussen twee mensen uit verschillende vakgebieden. Dat is een fantastisch verhaal en daar zit misschien wel wat in. Deze mensen zijn tenslotte de experts.

G In het kantoor van OVG op de 13de verdieping hebben jullie de GROHE Blue®- en GROHE Red®-kranen midden in hun keuken geïnstalleerd. Hoe passen deze producten binnen het totale concept van The Edge?

RB Ons bureau gebruikt altijd producten van GROHE omdat ze van uitstekende kwaliteit en uitzonderlijk ontworpen zijn, maar deze twee kranen kende ik nog niet. We hadden ze nog nooit eerder gebruikt.

Met een filter maakt GROHE Blue® koolzuurhoudend water van gewoon water. GROHE Red® biedt kokend water direct uit de kraan. Ik was vooral onder de indruk van de mogelijkheden van GROHE Blue® wat duurzaamheid betreft. Veel mensen nemen tegenwoordig een plastic flesje met koolzuurhoudend mineraalwater mee naar hun werk, deels omdat ze zich realiseren dat veel water drinken gezond is. GROHE Blue® helpt mensen om milieuvriendelijker te leven omdat ze minder plastic hoeven te gebruiken.

G Coen van Oostrom, de oprichter en CEO van OVG, zegt dat hij ook thuis kranen van GROHE heeft. Zou jij thuis ook voor GROHE kiezen?

RB Ik denk het wel. Ik zou zelf ook graag een GROHE Blue®-kraan in mijn keuken hebben. Het water hier in Londen is niet zo lekker als in Amsterdam, omdat het blijkbaar al zeven keer eerder is gedronken! In Nederland wordt het water op natuurlijke wijze gefilterd door de duinen. Ik las pas nog een verslag van een onderzoek waarin werd gekeken naar de verschillen tussen kraanwater en water uit flessen in Londen. Uiteindelijk bleek kraanwater veiliger dan water uit een fles, en misschien zelfs gezonder, omdat water in een fles vrij veel mineralen bevat en die zijn niet altijd goed voor je. Kranen zouden een belangrijke rol moeten spelen in het dagelijks leven!



Zie pagina 81

GROHE BLUE® GEKOELD & BRUISEND

GROHE Blue® filtert het kraanwater en geeft het een frisse, verfijnde smaak. De ingebouwde koeleenheid en het verwisselbare koolstoffilter zorgen voor heerlijk koel en bruisend water.

GROHE RED®

GROHE Red® biedt kokend heet water direct uit de kraan, zodat u niet hoeft te wachten. Tot drie liter. Eenvoudig. Zuinig.



Foto: OVG, GROHE AG

HOOFDARTIKEL

GROHE.COM



WASSEN, NIET VEGEN

FOTO'S
SCHMOTT

De nieuwe collectie Arena®-douche-wc's transformeert persoonlijke hygiëne en verbetert het welzijn dankzij de reinigende kracht van water

Arena® beschikt over de functies voor het instellen van de temperatuur en de straalsoort van de DreamSpray®-technologie, die reinigt en zuivert voor de ultieme mentale opkikker.



Het strakke, minimalistische design van Arena® past perfect bij een harmonieuze, gezonde manier van leven.

Dankzij het automatische deksel,
de afstandsbediening en de app maakt
Arena® persoonlijke hygiëne en welzijn
nog eenvoudiger.



ARENA®

Arena® van GROHE is een revolutionaire vernieuwing op het gebied van persoonlijke hygiëne met superieure technologie en functionaliteit. Arena past perfect in alle badkamers van GROHE.

KRANIGE TOEKOMST- PLANNEN

TEKST
SUE GEORGE

In nauwe samenwerking met de reiswereld en de horeca zorgen de betaalbare producten van GROHE ervoor dat er een halt wordt toegeroepen aan het watertekort

Ons drinkwater begint op te raken. Naar verwachting zal de wereldwijde vraag in 2030 40 procent groter zijn dan het aanbod en veel rivieren en meren zijn aan het opdrogen. Op dit moment hebben 1,1 miljard mensen geen toegang tot water en slechts 1 procent van al het drinkwater is vers. Het is een dringend probleem en als reactie erop hebben de Verenigde Naties (VN) Duurzame Ontwikkelingsdoelen (Sustainable Development Goals, SDG's) geïntroduceerd.

De SDG's zijn doelen die zijn opgesteld door de VN en die de lidstaten moeten gebruiken als kader voor hun beleid. Dit heeft weer gevolgen voor bedrijven. Een van die doelen heeft betrekking op water en stelt dat landen verantwoordelijk zijn voor "het garanderen van beschikbaarheid en duurzaam management van water en sanitair voor iedereen. Hieronder valt het beschikbaar maken van schoon drinkwater, beheer van waterbronnen, waterconservering en het versterken van de betrokkenheid van lokale gemeenschappen in het conserveren van water."

De oorzaken van watertekorten over de hele wereld zijn complex en variëren van klimaatverandering tot verstedelijking en een toename van de bevolking. Dat betekent dat ook de oplossingen divers zijn. Niet alleen overheden en internationale organisaties moeten hier hun verantwoordelijkheid in nemen, maar ook individuen. Veel mensen zijn zich hier al van bewust, maar slagen er niet in om hun dagelijkse gedrag aan te passen. Beelden van droogte in de media leiden wel tot donaties aan liefdadigheidsinstellingen, maar slechts weinig mensen zullen deze rampen direct associëren met hun bezoek aan een infinity-zwembad of een lekende kraan.

GROHE, 's werelds meest toonaangevende producent van sanitair, is zich bewust van dit dilemma en integreert duurzaamheid in het bedrijfsbeleid. "Het komt terug in elk aspect van onze bedrijfsstructuur", zegt Thomas Fuhr, leidinggevende bij GROHE. "Het bepaalt alles wat we doen, van productontwikkeling tot productie en logis-

tiek, maar ook gebruik en verwerking van afgedankte producten."

De horeca is een van de grootste klanten van GROHE. Volgens een recent onderzoek door het Malta Business Bureau kan binnen de horeca in de EU op jaarbasis 365 triljoen liter water worden bespaard. Door minder water te gebruiken, kunnen hotels ook flink besparen.

GROHE zet zich hiervoor in en staat natuurlijk nog steeds voor design van topkwaliteit. Door samen te werken met veel van de grootste hotelketens ter wereld kunnen wij hen helpen om de gewenste resultaten te bereiken. Een mooi voorbeeld is de luxe Deense pensionketen Danhostel: in hun pension in het centrum van Kopenhagen zijn onlangs alle oude kranen en douchekoppen vervangen door nieuwe, waterbesparende, milieuvriendelijke exemplaren van GROHE. Het resultaat spreekt voor zich: het waterverbruik liep terug van 13 tot 5,8 liter water per minuut.

Hieraan voorafgaand had Danhostel Copenhagen City een GROHE Water and Energy Check laten uitvoeren om te zien hoeveel water en geld kon worden bespaard door over te stappen op milieuvriendelijke kranen en douchekoppen. Voor bedrijven die twijfelen over het doorvoeren van dit soort verbeteringen is dit een goede manier om te laten zien welke mogelijkheden hun producten bieden. Een van deze producten is de Powerbox, een elektronische kraan waarvan de waterstraal wordt gebruikt om een turbine aan te drijven die is verstopt in een klein doosje onder de wastafel. De turbine levert de stroom voor de infraroodfunctie van de kraan. "Slechts 60 seconden stromend water levert voldoende energie voor 24 uur", zegt Fuhr.

De Carlson Rezidor Hotel Group is een van de bedrijven die het milieu serieus neemt. Inge Huijbrechts, vicepresident voor maatschappelijk ondernemen, noemt de vele stappen op die haar organisatie heeft genomen voor een duurzaam waterbeleid voor de lange termijn, zowel voor de hotels als voor het milieu in het algemeen. Een van deze stappen was de ondertekening van het VN CEO-mandaat, dat bedrijven betreft bij kwesties die van invloed zijn op de duurzaamheid van water.

Neem bijvoorbeeld de Radisson Blu hotels, die deel uitmaken van de groep. Huijbrechts: "Radisson Blu houdt zich in alle hotels bezig met bewust gebruik van water. We gebruiken producten van GROHE voor de douches en wastafels omdat ze stijlvol design combineren met zuinig verbruik. De installatie van de nieuwste rainshowers kan bijvoorbeeld 80 liter per douche besparen. Dat is 8 miljoen liter per jaar in een gemiddeld hotel met 250 kamers."

BINNEN DE HORECA IN DE EU KAN OP JAARBASIS 365 TRILJOEN LITER WATER WORDEN BESPAARD

Ook de reiswereld komt wereldwijd in actie. Travelife, opgericht in 1992 en een van de liefdadigheidsorganisaties op het gebied van duurzaamheid, biedt informatie aan horecafranchises en reisbureaus over hoe ze maatregelen kunnen implementeren om water te besparen, van zwembadonderhoud tot waterbesparende maatregelen voor sanitair en wasserijen.

Duurzaamheid gaat tegenwoordig niet alleen maar over milieuvriendelijk werken en besparen. Nu er steeds meer wordt geschreven over vervuiling, is het ook belangrijk dat bedrijven aangeven wat ze hieraan doen. “Toegang tot schoon drinkwater is een steeds groter probleem in veel landen”, zegt Sören Stöber, commercieel directeur van Travelife. Zijn organisatie heeft een internationaal erkend systeem voor duurzaamheidscertificaten opgezet dat bedrijven helpt te laten zien welke maatregelen ze hebben genomen. Inmiddels hebben 1500 leden in 56 landen een certificaat, waaronder leden die deel uitmaken van grote tour operators als TUI en Thomas Cook.

Om het certificaat van Travelife te krijgen, moeten hotels voldoen aan een uitgebreide checklist, waaronder twintig criteria die speciaal betrekking hebben op waterverbruik. Deze controles, over alle aspecten van beheer en documentatie tot management van sanitair, zorgen ervoor dat gasten die in een door Travelife goedgekeurd hotel verblijven er zeker van kunnen zijn dat er geen water wordt verspild.

Green Key is met meer dan 2400 hotels in 50 landen 's werelds grootste ecolabel. Werken met Green Key betekent dat de duurzaamheidsprocessen van hotels extern worden gecontroleerd en dat hotels hun gasten op een effectieve manier kunnen laten weten wat ze voor het milieu doen.

Carlson Rezidor is sinds 2009 partner van Green Key. Huijbrechts: “Er zijn heel veel verschillende ecolabels voor hotels. Wij hebben ervoor gekozen om met een non-profitorganisatie te werken. Zo weten we zeker dat het om het milieu gaat en niet om de winst van de organisatie. Een externe audit is essentieel om ervoor te zorgen dat de ge-

documenteerde activiteiten ook echt worden uitgevoerd en om hotels te helpen hun milieuactiviteiten te blijven verbeteren.”

DUURZAAMHEIDS- MAATREGELEN MOGEN NIET VAN INVLOED ZIJN OP DE ERVARING

Carlson Rezidor is ook lid van de werkgroep die momenteel, samen met KPMG en andere leden, werkt aan de Hotel Water Measurement Tool, als onderdeel van het International Tourism Partnership. Deze tool ontwikkelt consistente methoden om waterverbruik te meten, te rapporteren en te beheren.

Hotels en reisorganisaties die duurzaamheidsmaatregelen willen implementeren vragen zich vaak af hoe ze dit kunnen doen zonder de service voor de klant te verminderen. Volgens Jeanette Birkedal van Danhostel Copenhagen City ligt de kracht van de producten van GROHE erin dat ze efficiënt zijn zonder in te boeten op kwaliteit.

“Het beste van onze nieuwe douchekoppen is dat ze water en geld besparen, terwijl ze nog steeds de allerbeste service bieden aan onze gasten”, zegt ze. “Gasten hebben niet in de gaten dat ze tijdens het douchen meer dan 50 procent minder water gebruiken, terwijl dat van grote invloed is op ons budget en op het milieu.” Het geheim achter de grote besparing van de douchekoppen en slangen van GROHE zit 'm in het innovatieve design. Er wordt zowel water als lucht doorheen gepompt, wat dezelfde ervaring biedt als een oude, waterverspillende douche. Het waterverbruik neemt echter af.

En dit soort verbeteringen heeft niet alleen meteen effect, ze bevorderen bovendien de duurzaamheid voor de lange termijn. Daarom is een oplossing voor waterverspilling niet alleen belangrijk voor individuele bedrijven, maar ook voor de toekomst van de hele branche. En dat heeft gevolgen voor iedereen, want zonder werknemers, banen en diensten loopt de hele infrastructuur risico.

Het gaat steeds beter. De VN helpt door van lidstaten te verwachten dat ze de SDG's implementeren. Ngo's (niet-gouvernementele organisaties) op het gebied van duurzaam reizen helpen de horeca en de reiswereld veiligere procedures te introduceren die geen negatieve gevolgen hebben voor bedrijven. En GROHE werkt uiteraard samen met klanten om producten te bieden die dit kunnen waarmaken. Maar over de hele linie is er nog veel te doen.

Toeristen moeten niet alleen controleren of hun accommodatie voldoet aan standaards op het gebied van duurzaamheid, ze moeten ook hun eigen gewoontes aanpassen. Vakantiegangers doen vaak een groot beroep op lokale bronnen. Volgens een rapport uit 2012 van de liefdadigheidsorganisatie Tourism Concern gebruikten toeristen in Zanzibar 16 keer meer drinkwater dan de lokale bevolking. Maar ze kunnen een bijdrage leveren én genieten van hun vakantie door kranen dicht te draaien, lekkende kranen te melden en water in flessen mee te nemen.

Hotels wordt geadviseerd het probleem op meerdere manieren aan te pakken: aanmelden voor certificering is één stap, maar training is ook belangrijk. Door werknemers te leren hoe ze problemen kunnen herkennen en incidenten kunnen oplossen, kunnen ze de juiste processen toepassen in hun bedrijf. En door op de hoogte te blijven van de

nieuwste waterbesparingstechnologieën kunnen ze verspilling voorkomen, water en geld besparen en de reputatie van hun merk verbeteren.

Daarom is design ook essentieel. Natuurlijk willen gasten mooie producten die uitstekende service bieden, maar duurzaamheid moet bij elke stap in overweging worden genomen. Kranen die er mooi uitzien maar water verspillen, vormen een bedreiging voor het bedrijf. Producenten als GROHE lopen hierin voorop. Als hun producten deel uitmaken van een systeem voor een waterbesparende watervoorziening en verwarming, dan kan dit enorme voordelen opleveren.

DOOR OP DE HOOGTE TE TE BLIJVEN VAN DE NIEUWSTE WATER- BESPARINGS- TECHNOLOGIEËN KUNNEN HOTELS VERSPILLING VOOR- KOMEN, WATER EN GELD BESPAREN EN DE REPUTATIE VAN HUN MERK VERBETEREN.

“Wij geloven in de kracht van water”, zegt Fuhr. “Wij werken aan producten die eer betonen aan water en het conserveren.” En met die houding kunnen individuen, bedrijven en overheden ervoor zorgen dat het huidige tekort aan water tot de geschiedenis behoort.

ICONISCHE LOCATIES

TEKST
JOSIA LAMBERTO-EGAN

Een monolithische structuur midden in de Amerikaanse wildernis, een ingegraven gebouw aan de Spaanse kust en een huis op stelten in Japan: we nemen u mee naar drie uitzonderlijke huizen. Ze zijn alle drie recent gebouwd en het zijn stuk voor stuk voorbeelden van wat kan worden bereikt als een sterke visie wordt gecombineerd met een fijn oog voor detail. Het is dan ook geen verrassing dat de eigenaren en architecten voor hun badkamers en keukens hebben gekozen voor GROHE.

M O O C · F E H O R G

R E I Z E N

Foto: PR

The Black Desert House, dat als een schaduw in de Yucca Valley in Californië ligt, absorbeert de zon.



ESSENCE
Zie pagina 97

DONKERE OASE

Het donkere decor en het minimale design van The Black Desert House biedt de bewoners een unieke oase van kalmte met een prachtig uitzicht op het Californische zandlandschap

The Black Desert House, ontworpen door bureau Oller&Pejic uit Los Angeles, is een visueel experiment in negatieve ruimte. Te midden van een uitgestrekte blauwe hemel en de zongebleekte wildernis van de Californische Yucca Valley absorberen de donkere muren en agressieve hoeken het licht als antimaterie. En dat is heel toepasselijk, want de eigenaren, Marc en Michele Atlan, hadden de architecten maar één opdracht gegeven: een huis bouwen dat op een schaduw lijkt.

De designers ontwierpen een gebouw dat contrasteert met het omringende ruwe landschap, maar het tegelijk ook reflecteert. "We hebben zowel de binnenkant als de buitenkant van het huis gebruikt als instrument om de perceptie van het landschap te benadrukken en te versterken", vertelt architect Tom Oller.

Het resultaat is het in 2012 opgeleverde huis dat volgens Marc en Michele op een stealthbommenwerper lijkt. De buitenkant van het gebouw gaat schuil achter enorme, gespiegelde ramen die de woestijn zo perfect weerspiegelen dat grote delen van de constructie lijken te verdwijnen, waardoor het lijkt of je dwars door het huis naar de wildernis erachter kijkt. En omdat het huis meer dan een kilometer boven zeeniveau ligt, kun je net zo ver kijken als uit een vliegtuig.

Daardoor heeft de woning van Marc en Michele een heel rustgevend effect. De weidse vlakten om het huis

geven het oog rust en in het minimalistische interieur zijn geen versieringen te vinden die afleiden. Zwarte muren en gladde betonnen vloeren creëren een koele, spelonkachtige sfeer die nog wordt versterkt door het feit dat één muur van de zitkamer is uitgehouwen uit de ruwe steen van de heuvel waar het huis tegenaan is gebouwd. Midden in het gebouw bevindt zich een beschermde binnenplaats met een eenvoudige, driehoekige tuin die ideaal is voor meditatie in afzondering. Het huis als geheel, dat mijlenver van de dichtstbijzijnde burens ligt, is een fantastische plek om je terug te trekken. De directe omgeving is doortrokken van stilte en een gevoel van intense rust.

Ook het interieur is, zoals verwacht, heel subtiel. De open keuken en zitkamer zijn omringd door glazen vliesgevels waardoor de omringende woestijn de achtergronddecoratie vormt. Ondanks de eenvoud zijn er een paar opvallende elementen. Een daarvan is de Zettel'z-kroonluchter van Ingo Maurer, waarin de gebruikelijke kristallen druppels zijn vervangen door briefjes die ogenschijnlijk zijn geschreven door een poëte maudit. En dan zijn er de ingetogen maar opvallende Essence-kranen van GROHE. Deze ronde objecten, die zijn afgewerkt met chroom en in het hele huis zijn gebruikt, contrasteren met de hoekige vormen van The Desert House en vullen de algehele sfeer aan.

Om in dit thema te blijven, besloten de architecten om voor het zwembad juist niet het quasi-tropi-



sche turquoise te kiezen dat je overal in Californië tegenkomt. In plaats daarvan gebruikten ze donker beton, waardoor het zwembad er schaduwwachtig uitziet als een bergmeer, alsof de enorme granieten zwerfkeien onder in de woestijn de heuvel op proberen te klimmen.

Het geheel ziet er afgelegen en droog, maar tegelijk uniek en aantrekkelijk uit. En dat is ook de reden waarom Marc Atlan zich meteen tot deze plek aangetrokken voelde. "Zodra ik dit zag, was elke andere locatie meteen voor me verpest", zegt hij. En wie kan, met het originele ontwerp van Oller&Pejic, de individuele charme van The Black Desert House weerstaan?

Foto's: PR

ESSENCE

De harmonieuze, evenwichtige kranen in de Essence-collectie, die is vernieuwd sinds de oplevering van The Black Desert House, is ideaal voor kosmopolitische interieurs.

TOT IN DE EEUWEN DER EEUWEN

The House of the Infinite, een modern huis dat niet zou misstaan als onderkomen voor de goden uit de oudheid, ligt in Cádiz aan de Atlantische Oceaan



RAINSHOWER® CLASSIC
Zie pagina 100

Volgens Andalusische legendes is de stad Cádiz gesticht door Hercules. En als deze goddelijke held vandaag de dag nog zou leven, dan zou hij waarschijnlijk wonen in The House of the Infinite, een luxe villa ontworpen door de Spaanse architect Alberto Campo Baeza.

Het minimalistische bouwwerk, bestaande uit één rechthoekige plaat, werd opgeleverd in 2014 en is gemaakt van travertijn, een soort kalk-

steen die op wit marmer lijkt, een verwijzing naar het materiaal dat door de Romeinse kolonisten werd gebruikt die deze stad bijna 2000 jaar geleden uitbreidden.

De helft van het gebouw ligt diep weggezonden in de woestijn, waardoor The House of the Infinite iets weg heeft van een archeologische opgraving. Dit wordt nog versterkt door de drie vrijstaande muren op het platte dak, die aan een ruïne doen



Foto: Javier Callejas

denken. De langste muur scheidt het huis van het langskomende verkeer en heeft verschillende grote deuropeningen, die doen denken aan de zuilen en lateien van een Griekse tempel. Volgens Baeza heeft hij bewust voor dit effect gekozen en stelde hij zich het huis voor als "een acropolis, waar de goden afdalen om met mensen te converseren".

Het archeologische concept wordt nog versterkt doordat bezoekers het huis binnenkomen via een verzonken gang, waardoor ze als het ware worden verzwolgen door de kalksteen. Ook op de eerste verdieping van het gebouw is het design sober, maar modern. De indeling is grotendeels open, waardoor de enorme woonruimte wordt benadrukt en er gemakkelijk feesten kunnen worden georganiseerd. Aan de zijkant van deze verdieping zorgen concentrische openingen voor een telescopisch visueel effect dat lijkt op de illusie van een 'oneindige spiegel'. De dakramen zijn grote, gewelfde tunnels die lijken op gaten die door de golven in een grot zijn geslagen. Ze geven het gebouw iets grilligs.

Maar het allerbelangrijkste van deze ruimte is toch wel het uitzicht over de Atlantische Oceaan, die met het huis meeloopt en kan worden bewonderd door de ramen van vloer tot plafond die vrijwel de gehele 20 meter van de zeezijde van het gebouw bedekken. Deze kamer, die overdag wordt overspoeld door zonnestralen, lijkt gemaakt om de zonnegod Apollo te aanbidden.

Vanuit de begane grond, die bestaat uit verschillende slaapkamers, kom je direct op het strand. Het interieur is hier spaarzaam en benadrukt net als elders de doorlopende lijnen. Er zijn wel een paar concessies gedaan aan comfort, zoals de vele divans die verspreid over het huis te vinden zijn. Voor de douches in de badkamer koos

Baeza GROHE-producten uit de Rainshower® Classics-serie vanwege hun "eenvoudige lijnen en goede afwerking" die pasten bij zijn ontwerpen. Net als de Romeinse aquaducten die ooit vanuit het vasteland naar Cádiz leidden, bieden deze producten een frisse stortvloed na een namiddag op het zoute strand.

Baeza koos Cádiz als locatie voor "het meest radicale huis dat we ooit hebben gebouwd" omdat het de oudste stad in West-Europa is. Op papier lijkt het niet passend om zo'n modern gebouw neer te zetten op een plek vol traditie, maar Baeza heeft het vaardig weten te realiseren. Hoewel The House of the Infinite onmiskenbaar modern is, straalt het iets tijdloos uit, waardoor het een passend eerbewijs is aan de relikwieën van de oudheid.

RAINSHOWER® CLASSIC
Zie pagina 99

De geïnstalleerde Rainshower® Classic-douchekoppen van GROHE passen bij de moderne lijnen van The House of the Infinite en bieden vier verschillende straalsoorten: Jet, Champagne, Rain en DreamSpray.



Foto's: Javier Callejas





Foto: Toshiyuki Yano



COSTA
Zie pagina 104

HUIS VAN DE RIJZENDE ZON

**In Japan maakt architect
Kimihiro Okada dromen waar**

Er gaan verhalen dat het concept voor Toda House in Hiroshima is ontstaan toen de jonge dochter van een Japans stel haar ouders vroeg of ze in een huis konden wonen dat zweefde. Haar ouders voegden dit toe aan hun eigen lijstje met wensen. Hierop stond onder andere een uitzicht op zee, een werkplaats op straatniveau, een parkeerplaats en het gevoel dat ze ruim en veilig woonden.

Onwaarschijnlijke eisen, zo leek het, zeker gezien het gebrek aan ruimte in de buitenwijken van Hiroshima. Maar architect Kimihiro Okada had de oplossing: Toda House, een huis dat subtiel en in gewaagde hoeken boven de naastgelegen huizen uit balanceert op stalen palen, waardoor het er bijna precair uitziet. Onder het

huis is ruimte voor een auto en een tuin en de panoramische ramen aan de vier zijden bieden een spectaculair uitzicht op de zonsopgang en de zonsondergang. Soms komen dromen uit.

Ondanks het indrukwekkende uiterlijk is de indeling het meest innovatieve aspect van Toda House. Het heeft de vorm van een Möbiusband, waardoor plafonds overlopen in vloeren, en de zitkamer is een lange, eindeloze gang die een lus maakt in de lucht. Er is geen fysieke afscheiding tussen de verschillende kamers: in plaats van muren zijn er verschillende niveaus, die steeds worden gekenmerkt door een of twee treden.

Wonen in Toda House voelt soms alsof je in een trein zit: om van de keuken naar de werk-



kamer te gaan, moet je eerst door de eetkamer en de zitkamer. De visie van Okada is dat deze korte reizen ervoor zorgen dat het huis veel groter lijkt.

Gezien de beperkte ruimte is het interieur eenvoudig en ingetogen. De stalen zuilen zelf, die van onderaf door het interieur omhoog steken, vormen het meest dramatische visuele element. De gladde welvingen worden in het klein weerspiegeld in de Costa-kranen van GROHE die in het hele huis zijn gebruikt. De eigenaren zijn op zoek gegaan naar de oorspronkelijke collectie van deze kranen omdat ze de harmonie tussen "futuristisch design en klassieke vorm" zo mooi vonden.

In een huis zonder grote gemeenschappelijke ruimte is er een risico dat de bewoners ieder hun eigen leven leiden, maar hier zorgen de doorlopende ramen aan de binnenkant van de spiraal ervoor dat de bewoners elkaar kunnen zien, zodat ze nooit alleen zijn. "De hoogte van de muren onder de ramen varieert", legt Okada uit, "zodat de gezinsleden elkaar af en toe kunnen zien. Dat geeft een gevoel van veiligheid en comfort."

De kracht van Toda House is dat het uitgestrekt en tegelijk intiem is, naar buiten gericht en toch introspectief. Het lijkt ook helemaal in de natuur op te gaan. Okada noemt het een "vogelnest" omdat het rond een boom is gebouwd die zich in het midden van de tuin uitstrekt.

Het huis, dat in 2011 werd opgeleverd, wordt vaak vergeleken met de modernistisch-klassieke Villa Savoye van Le Corbusier. In 2012 won het een speciale vermelding van het tijdschrift The Architectural Review. Okada lijkt hiermee in de voetsporen te treden van zijn mentor, winnaar van de Pritzker-prijs Ryue Nishizawa. Maar met opdrachten als Toda House op zijn cv lijkt de carrière van Okada niet echt te voorspellen.

COSTA
Zie pagina 103

Een echte klassieker van GROHE: het minimalistische design van de Costa-kranen past bij de stalen welvingen van Toda House.

Foto's: Toshiyuki Yano





'S WERELDS GROOTSTE GLETSJER

De Lambertgletsjer in het oosten van Antarctica staat als grootste gletsjer op aarde in het Guinness Book of Records. Hoewel de precieze afmetingen moeilijk te bepalen zijn, omdat de gletsjer voortdurend in beweging is, schat NASA dat hij een oppervlakte van 20.000 vierkante kilometer bedekt over een lengte van 400 kilometer. Sommige mensen zien gletsjers als 'rivieren van ijs', omdat ze zich gedragen als rivieren: het ijs stroomt naar beneden vanaf een

hooggelegen punt. Maar de Lambertgletsjer trekt juist ijslawines aan van de Antarctische ijsvlakte en stroomt in noordelijke richting naar het Amery-ijspaleau. De gletsjer is niet alleen adembenemend mooi, maar vormt ook een belangrijk studieobject voor wetenschappers die onderzoek doen naar klimaatverandering, want zelfs de kleinste verandering in wereldwijde temperaturen kan dramatische gevolgen hebben voor de gletsjer.

Foto: Richard Stanaway

GROHE | MASTERS OF TECHNOLOGY

NIEUW

HOE COOL KAN EEN
WARME KRAAN ZIJN

VEILIG IN BAD MET DEZE
COOLTOUCH KRAAN



De GROHE GROHTHERM 1000 new



100% GROHE CoolTouch® body -
geen risico op verbranding



GROHE TurboStat® -
snel en continu de gewenste temperatuur

Pure Freude
an Wasser

GROHE

GROHE RAINSHOWER® SMARTCONTROL

NIEUW

GROHE SMARTCONTROL – 3D SHOWERING

DRUKKEN, DRAAIEN, DOUCHEN

MASTERS OF TECHNOLOGY

Rainshower® SmartControl – Kies de straalsoort, kies het volume, sla de keuzes op. Alles met één knop. Activeer de straal met één druk op de knop en draai aan de knop voor het juiste volume. Een echte innovatieve alles-in-één-oplossing waardoor je nog meer geniet van je douche.

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
WAVES