

GROHE RAINSHOWER® SMARTCONTROL

NEW

GROHE SMARTCONTROL – 3D SHOWERING

DRÜCKEN, DREHEN, DUSCHEN
PUSH, TURN, SHOWER

MASTERS OF TECHNOLOGY

Rainshower® SmartControl – Choose the spray, control the volume, save the settings. All with one control. Activate the spray pattern directly with the push button and turn it to find your individual shower volume. A truly innovative all-in-one solution which makes showering a pleasure.

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE

MAGAZYN GROHE — LUKSUSOWE ŁAZIENKI, KUCHNIE, ARCHITEKTURA I WODA

CZYSTY POCZĄTEK

NIEKOŃCĄCE SIĘ ASPEN

PRZESTRZEŃ MIĘDZY NAMI

MAGAZYN GROHE

LUKSUSOWE ŁAZIENKI, KUCHNIE, ARCHITEKTURA I WODA

NR 01/2016

CZYSTY POCZĄTEK

GROHE SmartControl
sprawia, że kąpiel pod prysznicem
staje się jeszcze przyjemniejsza

NIEKOŃCĄCE SIĘ ASPEN

Życie na szczycie w Górach
Skalistych – od nart po kulturę

PRZESTRZEŃ MIĘDZY NAMI

Architekt Ole Scheeren
zmienia oblicze Azji

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE



GROHE
EUROCUBE

A CLEAR
STATEMENT

Pure metropolitan design. No ifs, no buts, no deviations. The overarching concept of GROHE Eurocube evokes the dynamic lifestyle of active people and celebrates the dramatic beauty of the cube. Enjoy a bit of clarity.

Pure Freude
an Wasser



HOT WATER LEAVES
OUR FITTINGS COLD

GROHE THERMOSTATS - SAFE
BATHING FOR THE WHOLE FAMILY

Grohtherm thermostats - for safe showering and bathing



GROHE CoolTouch®
No danger of scalding on hot surfaces.



GROHE TurboStat®
Always the right temperature, for utmost safety.

Pure Freude
an Wasser



OD REDAKCJI

Drodzy Czytelnicy,

witamy w zimowym numerze GROHE magazine. Nadszedł ten czas w roku, gdy myśli wędrują w kierunku oszałamiająco białych stoków, a mekką zarówno miłośników białego szaleństwa, jak i fanów kultury jest niezmiennie modny kurort narciarski Aspen, w stanie Kolorado. W tym malowniczym miasteczku sporty zimowe na światowym poziomie współlistnieją ze światową sztuką i wzornictwem.

Położone wysoko w Górach Skalistych Aspen od dawna kojarzone jest z radością korzystania z wody w stanie skryształizowanym i stałym. Jest to jednak również miejsce oferujące wszelkie formy relaksu, które w pełni zasłużenie przyciąga wymagających amatorów wysokiej jakości wzornictwa do rozlicznych pięknych hoteli, spa i urokliwych domków. Przyjrzelśmy się z bliska, jak legendarny hotel Jerome zyskał nowe życie – to niegdyś ulubione miejsce największych gwiazd Hollywood zostało niedawno odnowione w eleganckim i miłym dla oka stylu art deco i wyposażone w najnowocześniejsze technologie.

W tym numerze spoglądamy również w przyszłość z architektem Ole Scheerenem, który opowiada o swojej pracy ze zmieniającym się jak w kaleidoskopie chińskim krajobrazie (str. 66) i o przekonaniu, że nowy sposób postrzegania przestrzeni prywatnej i wspólnej stanie się motywem przewodnim miejskich krajobrazów przyszłości. Ron Bakker, architekt, który zaprojektował najbardziej przyjazny dla środowiska biurowiec na świecie, The Edge, omawia swój historyczny projekt, dzieląc się przemyśleniami na temat tworzenia wydajnych i wyjątkowych miejsc pracy – w których jest miejsce także na technologię GROHE (str. 72). Ponadto wyciągamy wnioski z niedawno zakończonego London Design Festival, prezentując nasze typy najważniejszych trendów, które będą wpływały na projektowanie wnętrz w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy (str. 60).

Według GROHE doskonałe wzornictwo to coś więcej niż podążanie za trendami. Seria artykułów



Michael Rauterkus,
prezes GROHE AG

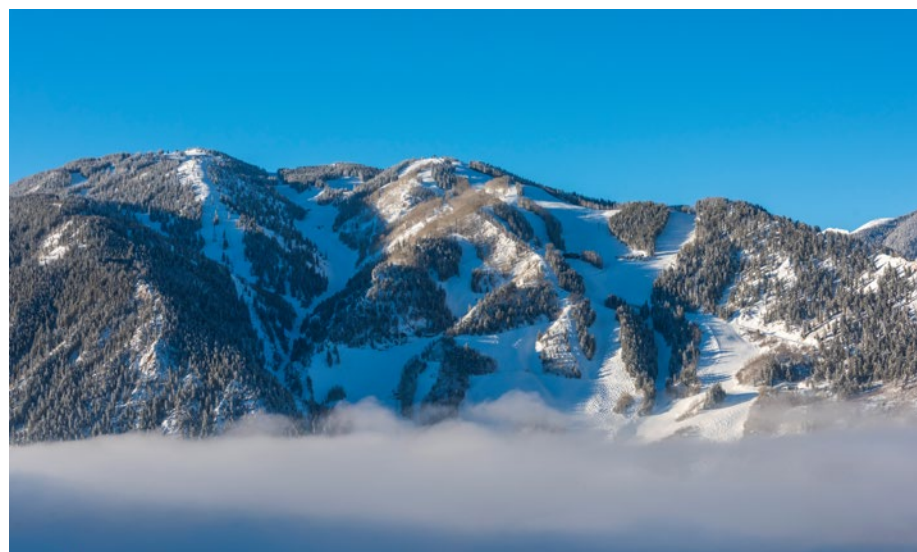
„WEDŁUG GROHE DOSKONAŁE WZORNICTWO TO COŚ WIĘCEJ NIŻ PODĄŻANIE ZA TRENDAMI”

Masters of Technology obrazuje wpływ, jaki doświadczenie techniczne wywiera na opracowywanie przełomowych technologii stosowanych w naszych produktach i prezentuje sylwetki wykwalifikowanych ludzi z pasją, którzy je tworzą (str. 40).

Mamy nadzieję, że odkrywanie tych wszystkich fascynujących historii i wizyta w świecie GROHE przyniosą Państwu radość.

Z pozdrowieniami,
Michael Rauterkus

SPISTREŚCI



10 NIEKOŃCZĄCE SIĘ ASPEN

Aspen to położone w Górach Skalistych pudełko z cennymi klejnotami – od narciarstwa po kulturę, to miejsce po prostu tętni życiem.

22 LOKALNA PERSPEKTYWA

Architekt i mieszkanka Aspen, Sarah Broughton, opowiada o życiu w Górach Skalistych i najbardziej strzeżonej tajemnicy miasteczka.



16 TRZYMA SIĘ MOCNO

Tam, gdzie przeszłość przeplata się z przyszłością: zbudowany w 1889 roku i niedawno zmodernizowany hotel Jerome w Aspen nie przestaje przyciągać ludzi.

28 CZYSTY POCZĄTEK

Dobra wiadomość dla miłośników kąpeli pod prysznicem: GROHE SmartControl pozwala użytkownikowi regulować funkcje prysznica delikatnym ruchem nadgarstka.



32 PRZED W SZYST-KIM WZORNICTWO

Muzea Porsche, BMW i Mercedes-Benz to zbiory legendarnych pojazdów i cuda architektury.



40 TECHNOLOGIA I INNOWACYJNOŚĆ W PAKIECIE

Specjaliści GROHE objaśniają nowinki technologiczne.

48 W STREFIE

Inspirowana kulturą japońską koncepcja GROHE Aqua Zone przeobraża łazienki w domowe spa. Prezentujemy pięć kluczowych stref.



54 PRZYJEMNOŚĆ INSTANT

Kochają je nawet szefowie kuchni odznaczeni gwiazdkami Michelin: makarony instant jako ulubiona przekąska dla każdego. Z GROHE Red® można przygotować je jeszcze szybciej.



60 PROSTO Z LONDYNU

Pięć najważniejszych trendów z tegorocznego London Design Festival, zaprezentowanych przez Paula Flowersa, głównego projektanta GROHE i LWT.



72

TERAPIA DLA WODY

Project Ocean – wystawa Jane Withers prezentowana w Selfridges zwiększa świadomość w zakresie zanieczyszczenia wód morskich.

84

UMYJ, NIE WYCIERAJ

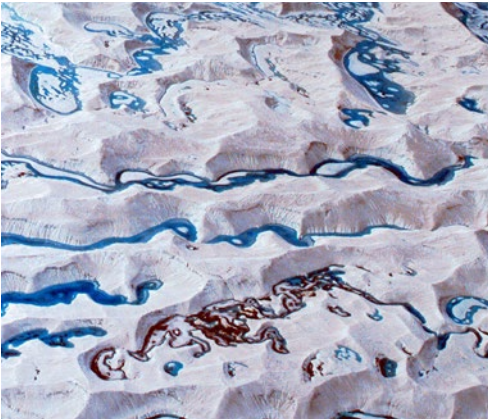
Nowa seria GROHE Arena® to kolejna generacja luksusowych toalet myjących wyposażonych w wyjątkowe funkcje.



90

STRUMIEŃ PRZYSZŁOŚCI

Sue George, specjalistka w dziedzinie rozwiązań przyjaznych dla środowiska, o oszczędzaniu wody w branży hotelarskiej i o tym, jak produkty GROHE mogą pomóc w zapobieganiu marnotrawstwu.



94

KULTOWE MIEJSCA

Wizyty w trzech oszałamiających prywatnych rezydencjach pozwalają przyjrzeć się architektonicznej awangardzie i wzornictwu na nowym poziomie.

Zdjęcia: Mirjam Wählen, OVG, Andrew Meredith, PR, Javier Callejas, Richard Stanaway

66

PRZESTRZEŃ MIĘDZY NAMI

Ole Scheeren to niemiecki architekt, który na nowo definiuje architekturę w Azji – od budynku CCTV w Chinach po The Interlace w Singapurze.



80

DWA ŚWIATY

The Edge w Amsterdamie to najbardziej przyjazny dla środowiska biurowiec na świecie. Rozmawiamy z projektantem tego budynku, Ronem Bakkerem, na temat wydajności kosztowej i projektowania nowoczesnych miejsc pracy.

GROHE AG Feldmühleplatz 15 D-40545 Düsseldorf, Niemcy www.grohe.com	OSOBA ODPOWIEDZIALNA Z RAMIENIA GROHE Henrik John
KOORDYNACJA I REDAKCJA, KOORDYNACJA MIĘDZYNARODOWA Jan Shepherd	
DRUK BBE Group, Berlin bbe-group.de Dyrektor zarządzający: Christian Bracht cb@bbe-group.de	
REDAKTOR NACZELNY Hans Bussert, Sabine Röthig (zastępca)	
DYREKTOR KREATYWNY Mario Lombardo	
DYREKTOR ARTYSTYCZNY Charlotte Lauter	
REDAKTOR ZDJĘĆ Victoria Gisborne-Land	
DRUGI REDAKTOR Huw Nesbitt	
KOREKTA Gareth Davies	
WERSJA NIEMIECKA Brigitte Jakobeit, Volker Oldenburg, Myriam Sodjinou	
AUTORZY 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, Schnepp, Renou, Daniel Trese, Mirjam Wählen	

TŁUMACZENIE NA INNE JĘZYKI
Mother Tongue
21 Heathman's Rd
Londyn SW6 4TJ
mothertongue.com

Nie bierzemy odpowiedzialności za niezamówione teksty i zdjęcia. Pomimo uważnego wyboru źródeł nie odpowiadamy za dokładność podanych informacji. Kopiowanie zawartości niniejszego czasopisma w jakikolwiek sposób, bez uprzedniej zgody pisemnej, jest zabronione.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Internetowa wersja magazynu dostępna pod adresem:
magazine.grohe.com

Czasopismo GROHE magazine jest tłumaczone na 10 języków i dystrybuowane w 60 krajach z całkowitym rocznym nakładem w liczbie przekraczającej milion egzemplarzy.

THE SOURCE OF LIVING

GROHE
ESSENCE

NEW

GROHE

*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.

NIEKOŃCZĄCE SIĘ ASPEN

TEKST
AN PAENHUYSEN

Od sportów ekstremalnych po awangardową architekturę i sztukę światowego formatu – profil kulturalny Aspen jest niewyczerpane bogaty



Aspen zawsze było ulubionym miejscem entuzjastów sportów zimowych.



W Aspen aż roi się od architektonicznych ciekawostek – od budynków z przełomu wieków z charakterystycznej czerwonej cegły po współczesne perełki, takie jak nowo wybudowane Muzeum Sztuki w Aspen (Aspen Art Museum) z ażurową elewacją.

Aspen jest jak szkatułka z drogocenną biżuterią. To otoczone Górami Skalistymi malownicze miasteczko położone w stanie Kolorado oferuje wiele atrakcji, a wśród nich znany na całym świecie ośrodek narciarski chętnie wybierany przez wielbicieli przygód chcących spróbować swoich sił na jego stromych stokach. Choć ze stoków w Aspen szybko zjeżdża się w dół, ośrodek od zawsze sprawia wrażenie, jakby nieustannie piął się w górę. Tutaj na wyżyny dobrego nastroju wchodzi się nie tylko z powodu lokalizacji. Wizyta w Aspen jest niczym rejs luksusowym jachtem: będąc tam, czujesz się jak najważniejsza osoba na całym świecie. Położony na wysokości 2400 metrów w Górach Skalistych ulubiony kurort gwiazd Hollywood oferuje zarówno podniosłą majestatyczność, jak i wyjątkowe piękno natury.

Przebojowe narty – i nie tylko

Większość ludzi nierozłącznie kojarzy Aspen

z jazdą na nartach. Nic w tym dziwnego – na czterech górach znajduje się ponad 21 kilometrów kwadratowych stoków narciarskich i snowboardowych dla miłośników białego szaleństwa na wszystkich poziomach zaawansowania. Przykładowo Aspen Mountain i Aspen Highlands są przeznaczone dla średnio zaawansowanych i zaawansowanych narciarzy. Z kolei poczynającym snowboarderom i miłośnikom skoków do gustu przypadną Snowmass i Buttermilk, przy czym ten pierwszy może poszczycić się różnicą wysokości wynoszącą 1350 metrów – to najwięcej w całych Stanach Zjednoczonych – a na drugim organizowana jest impreza ESPN Winter X Games. To mało? W Aspen można również przejechać się psim zaprzęgiem, pochodzić z rakietami śnieżnymi i wybrać się na safari na skuterach śnieżnych.

Po dniu spędzonym na śniegu, przychodzi czas na powrót na wieczorne rozrywki do Aspen, którego historia zapisana jest w architekturze miasteczka. Jego początki sięgają końca lat 70. XIX wieku – dowodem tego jest wiele zabytkowych budynk-

ów, od hoteli po opery. W 1946 roku Walter Paepcke założył Aspen Skiing Company, dzięki której miasteczko zasłynęło jako kurort narciarski. Pochodzący z Chicago Walter Paepcke miał duże ambicje związane z życiem kulturalnym Aspen, czego dowodem było zorganizowanie tam obchodów dwusetnej rocznicy urodzin Johanna Wolfganga von Goethe w 1949 roku. W latach 70. XX wieku Aspen zasłynęło z kontrkultury, gdy zamieszkał tu dziennikarz gonzo, Hunter S. Thompson. Sklepiki z marihuaną, takie jak Silverpeak Apothecary znajdujący się obecnie w sercu Aspen, przypominają o tych szalonych czasach.

Dziś Aspen słynie z przepychu i bogactwa, a gwiazdy filmowe, muzycy i inni przedstawiciele showbusinessu tłumnie ściągają tam, aby poczuć wyjątkową atmosferę tego miejsca. Niektórzy, na przykład Kurt Russel, Antonio Banderas czy Kevin Costner, kupili nawet domy w Aspen. Inni wolą korzystać z usług pięciogwiazdkowych hoteli i ośrodków spa na światowym poziomie. Wśród stałych gości można wymienić

Cameron Diaz, Billa Murraya i Melanie Griffith, a w St. Regis bywają takie gwiazdy jak Paris Hilton, Uma Thurman czy rodzeństwo Kardashian.

Centrum kultury

Jednak Aspen to nie tylko modne miejsce na urlop dla bogatych i sławnych – miasteczko z dumą gości najbardziej kreatywne umysły świata. Jedną z takich osób jest pół Austriak, pół Amerykanin, architekt Herbert Bayer. Byłego wykładowcę Bauhausu do Aspen zważyło w 1946 roku zlecenie od Waltera Paepcke, dotyczące zaprojektowania siedziby dla grupy studiów nad polityką o nazwie Aspen Institute, a także pomocy w odbudowie Wheeler Opera House. Otwarty ponownie w 1950 roku wielofunkcyjny budynek opery dysponuje 503 miejscami siedzącymi, a od czasu zamontowania ekranów cyfrowych w 2013 roku pełni również funkcję kina. Od 2010 roku odbywa się tu Aspen Laff Festival – najważniejsza impreza komediowa w miasteczku. Z kolei między świętami Bożego Narodzenia i Nowym Rokiem, w budynku opery organizowany

Historia położonego na wysokości 2400 metrów w amerykańskich Górach Skalistych ulubionego kurortu narciarskiego Hollywood sięga 1870 roku, kiedy to pierwsi osadnicy zamieszkali dolinę. Dziś miasteczko jest jaskinią skarbów dla odwiedzających je gości: stoki narciarskie na światowym poziomie na obszarze 21 kilometrów kwadratowych, a do tego program kulturalny, któremu nie dorówna żaden inny górski kurort.



jest doroczny festiwal filmowy, podczas którego można obejrzeć filmy nominowane do nagrody Oscara w mijającym roku.

W pobliżu lokalnego lotniska znajduje się kolejne warte odwiedzenia miejsce – Aspen Santa Fe Ballet. Szkoła została założona w 1994 roku, pracuje w niej jedenastu tancerzy, a zajęcia odbywają się w dwóch placówkach – w Aspen i w Santa Fe, gdzie przez okrągły rok realizowany jest program popularyzacji ludowych tańców meksykańskich. Ponadto w programie szkoły nie brakuje również sezonowych letnich i zimowych przedstawień zespołów objazdowych z całego świata. Na sezon zimowy 2015/16 zaplanowano specjalne przedstawienie przygotowane przez znanych choreografów Fernando Melo, Cayetano Soto i Alejandro Cerrudo, którym szkoła zamierza uczcić 20-lecie

swojego istnienia. Tej zimy na afiszu specjalna gratka dla rodzin z dziećmi – będzie można zobaczyć współczesną interpretację „Dziadka do orzechów” z elementami baletu, flamenco i chińskiego tańca mieczy.

Institucje obecne w Aspen dbają o nieustanną aktualizację swojego wizerunku. W zeszłym roku Muzeum Sztuki w Aspen przeniosło swoją siedzibę z zaadaptowanego zakładu hydroelektrycznego, gdzie zostało otwarte w 1979 roku. Teraz siedziba muzeum mieści się w zaprojektowanym przez wielokrotnie nagradzanego japońskiego architekta Shigeru Ban budynku, który sam można uznać za dzieło sztuki. Elewacja jest wykończona skomplikowaną konstrukcją z drewnianych elementów przeplatanych niczym koszyk. Dyrektorem i głównym kuratorem

muzeum od 2005 roku jest Heidi Zuckerman, która przyciągnęła do Aspen wielkie nazwiska sztuki nowoczesnej. Swoje prace prezentowali tu Ai Weiwei, Sarah Lucas i Lorna Simpson, a w zimowym programie znalazły się prace artystki specjalizującej się w instalacjach, Liz Larner, rzeźbiarki Anny Sew Hoy i artystki multimedialnej Diany Thater.

Skarby na wynos

Dla tych, którzy nie czerpią tak dużej radości z obcowania z kulturą, Aspen ma wiele innych propozycji, wśród których przodują możliwości odbycia „terapii zakupowej”. Lokalne butiki, takie jak Maison Ullens i Bloomingbirds, mogą bez kompleksów rywalizować ze sklepami przy modnej

londyńskiej Brick Lane, a dzielnica Galena to nie lada gratka dla miłośników wielkich marek, takich jak Prada, Gucci, Dior czy Ralph Lauren. Ci o mniej zasobnych portfelach mogą zapolować na perełki ze świata mody w Aspen Thrift Store, gdzie każdy znajdzie coś, co będzie przypominało mu o urlopie w ekskluzywnym Aspen.

Zdjęcie: Aspen Snowmass



ATRIO
Patrz strona 19

TRZYMA SIĘ MOCNO

Liczący 126 lat hotel Jerome w Aspen był świadkiem wzlotów i upadków miasteczka. Przeprowadzona niedawno modernizacja pozwala mieć nadzieję, że będzie przyjmował gości jeszcze przez wiele lat

Hotel Jerome został zbudowany w 1889 roku jako konkurencja dla słynnych hoteli najwyższej klasy, a w efekcie został rządzącą się własnymi prawami instytucją. W latach 60. XX wieku był modnym miejscem zarówno wśród bogatych hipisów, jak i gwiazd filmowych. Teraz przeszedł metamorfozę na miarę XXI wieku dzięki modernizacji zaprojektowanej przez lokalną pracownię rowland+broughton w 2012 roku.



Apartamenty i przestrzenie wspólne w hotelu Jerome zostały wykończone w stylu eklektycznym, z elementami stylu wiktoriańskiego i art deco.



Jeśli jeden budynek miałby opowiedzieć historię Aspen, byłby to hotel Jerome. Trzypiętrowy gmach z czerwonej cegły został zbudowany w 1889 roku przez Jerome'a B. Wheelera na wzór miejsc takich, jak londyński Savoy. Jednak hotel Jerome osiągnął wiele więcej, stając się instytucją, która rządzi się własnymi prawami i jest symbolem zmian, jakie miały miejsce w historii Aspen. Po generalnym remoncie trzy lata temu, hotel dysponuje 93 pokojami i apartamentami oraz basenem z oszałamiającym widokiem na Góry Skaliste.

Niedługo po wybudowaniu hotelu Jerome w Aspen zaczął się rozwijać przemysł wydobywania srebra, przyciągając w to miejsce mnóstwo inwestorów. Jednakże na przełomie wieków gospodarka miasteczka gwałtownie podupadła, zmuszając ludzi, w tym również wielu klientów hotelu Jerome, do wyjazdu. Na lepsze czasy Aspen musiało poczekać do lat 40. XX wieku, kiedy to stało się kurortem narciarskim. Zapowiedzią dobrych zmian była budowa pierwszego wyciągu narciarskiego, który przyciągnął nowych gości. W latach 60. ubiegłego stulecia miasteczko było już popularne zarówno wśród hipisów, jak i celebrytów. Do miasteczka przyjeżdżały gwiazdy filmowe, takie jak Lana Turner i John Wayne, a Jerome był ulubionym miejscem zakrapianych imprez zespołu The Eagles i Jacka Nicholsona; dziś na drinka wpada tu między innymi Mariah Carey.

Po wielu dekadach przyjmowania tysięcy gości każdego roku Jerome wymagał generalnego remontu. Wtedy do gry weszli działający w Aspen architekci z pracowni rowland + broughton, którzy w 2012 roku wzięli na siebie zadanie przywrócenia hotelowi dawnej świetności przy użyciu najnowocześniejszej technologii. Do współpracy zaproszono również słynnego projektanta wnętrz, Todda-Avery Lenahana, który wybrał eleganckie elementy wykończeniowe inspirowane stylem wiktoriańskim i art deco. Przykładowo w pokojach dla gości Lenahan wybrał oświetlenie



w stylu streamline moderne, a przypieczętowaniem luksusowego wyglądu są baterie GROHE. Jednak miłość projektanta do Aspen jest najbardziej widoczna w eklektycznym zestawieniu mebli i tapicerki w nasyconych kolorach i wzorach w kratę.

Każdy aspekt tej modernizacji jest również prześięknięty tradycją. W 127. roku istnienia w hotelu Jerome znajdują się podłogi inspirowane wzorami indiańskich dywanów, ogromny kominek rzeźbiony w dębowym drewnie i eleganckie Auberge Spa. Restaurację zdobią krzesła wykończone ręcznie zszywaną skórą i innowacyjny system oświetlenia, który dostosowuje się do różnych nastrojów. Mimo że efekt końcowy jest niewiarygodnie luksusowy, hotelowi Jerome trudno odmówić dobrego stylu – takie połączenie daje duże szanse na to, że to miejsce przyciągnie swoim urokiem kolejne pokolenie gości.

ATRIO Patrz strona 17

Z dystyngowanym ukłonem w kierunku wymaganego przez szkołę Bauhausu połączenia formy z funkcjonalnością, baterie Atrio Classic stanowią harmonijne połączenie cylindrycznych form z najlepszymi technologiami GROHE – i dzięki temu są doskonałym dodatkiem do eklektycznego wystroju hotelu Jerome.



Działające w hotelu Auberge Spa to miejsce,
w którym można znaleźć odpężenie –
za sprawą przytulnego czaru i kojącej atmosfery.

Zdjęcie: PR

LOKALNA PERSPEKTYWA

WYWIAD
WILL FURTADO

PORTRETY
DANIEL TRESE

Architekt i mieszkanka Aspen, Sarah Broughton, z lokalnej perspektywy poleca miejsca, w których można zjeść, wypić, zabawić się i zrelaksować w tym zaśnieżonym miasteczku



Sarah Broughton jest współzałożycielką rowland + broughton, pracowni architektury i projektowania urbanistycznego, która stoi za przywróceniem hotelu Jerome w Aspen dawnej świetności. Mieszka w Aspen od dziesięciu lat i jest wielką miłośniczką architektury, a także walorów przyrodniczych tego miejsca. Jej zdaniem wyjątkową cechą Aspen jest to, że pomimo stosunkowo niewielkich rozmiarów jest to miasteczko bardzo kosmopolityczne – każdy znajdzie tu coś dla siebie i przybywają tu goście z całego świata, przez okrągły rok. Oczywiście kurort najbardziej słynie z infrastruktury do uprawiania narciarstwa, ale może również poszczycić się bogatą ofertą restauracji, barów, kawiarni, spa, a także niezrównanymi widokami – czyli jest tu wszystko, co potrzebne do przyjemnego spędzania czasu. Skorzystaliśmy z wiedzy Sarah na temat lokalnych specjalności i zapytaliśmy, gdzie warto się wybrać i co trzeba zobaczyć w Aspen.

GROHE

Aspen jest najbardziej znane z wyjątkowej przyrody, ale warto wspomnieć również o niecodziennej architekturze. W jaki sposób rozwijały się tu trendy z zakresu projektowania wnętrza na przestrzeni lat?

S. Broughton

Jeśli chodzi o to, co ludzie wybierają do swoich domów, to na pewno dużą popularnością cieszy się naturalne światło, którego jakość jest tu niesamowita. Chodzi o to, aby wpuścić to światło do środka, zwykle poprzez odpowiednie umiejscowienie okien. Zawsze wykorzystujemy je przy projektowaniu wnętrza w Aspen. Dziś można tu zaobserwować zdecydowanie więcej stylów niż 20 lat temu, jednak naturalne materiały, takie jak drewno, kamień i wełna, nadal są bardzo chętnie wybierane. I to jest właśnie to, co wykorzystaliśmy przy modernizacji hotelu Jerome. Realizując ten projekt, chcieliśmy okazać szacunek dla historii tego miejsca, jednocześnie pomagając dostosować je do standardów teraźniejszości i przyszłości.

G Gdzie można najlepiej zjeść?

SB Dla mnie takim miejscem jest Matsuhisa. Jedzenie jest tu po prostu doskonałe. To japońska restauracja serwująca potrawy najwyższej jakości. Uwielbiam łosia, którego podają – przygotowują go w fantastyczny sposób. Oni nazywają to „nowym stylem”. Jeśli chodzi o kawę, polecam miejsce o nazwie Peach’s. Podają tam świeże, ekologiczne jedzenie, a dania jajeczne są naprawdę pyszne.



Sarah Broughton opisuje widoki w Aspen jako „nie z tego świata”.

G Co lubisz robić po zmroku?

SB Wieczorami lubię wyjść gdzieś na kolację, co akurat w Aspen jest proste – mamy tu świetne restauracje. Poza wspomnianą restauracją Matsuhisa lubię również włoską restaurację Casa Tua. Mieści się w wielkiej, starej chacie w miasteczku, ale mają również filię w Miami. Po kolacji zwykle idę posłuchać muzyki na żywo w Belly Up. Zapraszają zarówno znanych, jak i mniej znanych muzyków, chodzę tam, gdy tylko mam czas.

G A co robisz, gdy chcesz się odprężyć?

SB Lubię spędzać czas na świeżym powietrzu. Moje hobby to między innymi jazda na rowerze, narciarstwo biegowe i zjazdowe – świetnie do tego nadaje się Aspen Mountain. Uwielbiam też jeździć na rowerze górskim trasą o nazwie Sky Mountain. Jazda szosowa do Maroon Bells to również doskonała rozrywka.

„ZUPEŁNIE WYJĄTKOWĄ CECHĄ ASPEN JEST POŁĄCZENIE NATURY Z KULTURĄ”

G Podobno w Aspen można znaleźć najlepsze ośrodki wellness i spa.

SB O tak, do tego wybór jest ogromny. Szczególną sympatią darzę Aspen Meadows Resort, który mieści się w ciekawym budynku o międzynarodowym charakterze. Wilma's River Resort to kolejne miejsce warte polecenia, ja lubię też St Regis ze spa o nazwie Remède. Chodzę tam na masaż i basen. Jestem również członkiem klubu Aspen, w którym jest wszystko: od urządzeń do ćwiczeń cardio i hantli po zajęcia z jogi i pilates.

G Jakie imprezy sportowe odbywają się w Aspen?

SB Każdego roku organizowane są zawody Pucharu Świata FIS w narciarstwie alpejskim kobiet. Nasza pracownia jest jednym ze sponsorów i zawsze cieszymy się na przyjazd międzynarodowych ekip sportowych do naszego miasteczka.

G Jaki jest największy sekret Aspen?

SB Rezerwat przyrody North Star, położony na wschód od Aspen. Jest niesamowity niezależnie od pory roku. Jesienią łośie mają swój okres godowy, a liście nabierają złotego koloru. Zimą strażnicy rezerwatu przygotowują szlak umożliwiający zwiedzanie parku na nartach biegowych lub w butach wyposażonych w rakiety śnieżne. Wiosną poziom wód w rzekach wzrasta i cały obszar staje się podmokły, a lato to idealny czas na wycieczki kajakowe po tych mokradłach. To naprawdę wyjątkowe miejsce.

G W którym miejscu Aspen można podziwiać najpiękniejsze widoki?

SB Według mnie jest to Smuggler Mountain. Na szczycie znajduje się platforma widokowa, z której widać panoramę miasteczka i doliny. Kolejną opcją jest szlak Ute prowadzący na skalisty szczyt, z którego rozciąga się niewiarygodny widok. Nazwa szlaku pochodzi od nazwy indiańskiego plemienia Ute, którego przedstawiciele byli pierwszymi mieszkańcami Aspen. Dla tych, którzy wolą podziwiać widoki,



siedząc w ciepłym wnętrzu, polecam lobby Wheeler Opera House, skąd pięknie widać Aspen Mountain. Widoki z sali konferencyjnej są również nie do pogardzenia!

G Za czym najbardziej tęsknisz, gdy jesteś poza domem?

SB Zupełnie wyjątkową cechą Aspen jest połączenie natury z kulturą. Niedawno byłam w Park City i to nie to samo. Odwiedziłam wiele wspaniałych ośrodków narciarskich w Europie i nadal nie mogę wyjść z podziwu dla tego, co mamy tutaj. Takie właśnie jest Aspen: tylko tutaj majestatyczne góry i kultura na światowym poziomie tak perfekcyjnie współistnieją ze sobą.



Sarah Broughton zaprojektowała tę prywatną rezydencję w prawdziwym stylu Aspen.



Zdjęcia: Daniel Trese, rowland+broughton

GROHE GRANDERA®
HOME IS WHERE MY SPA IS



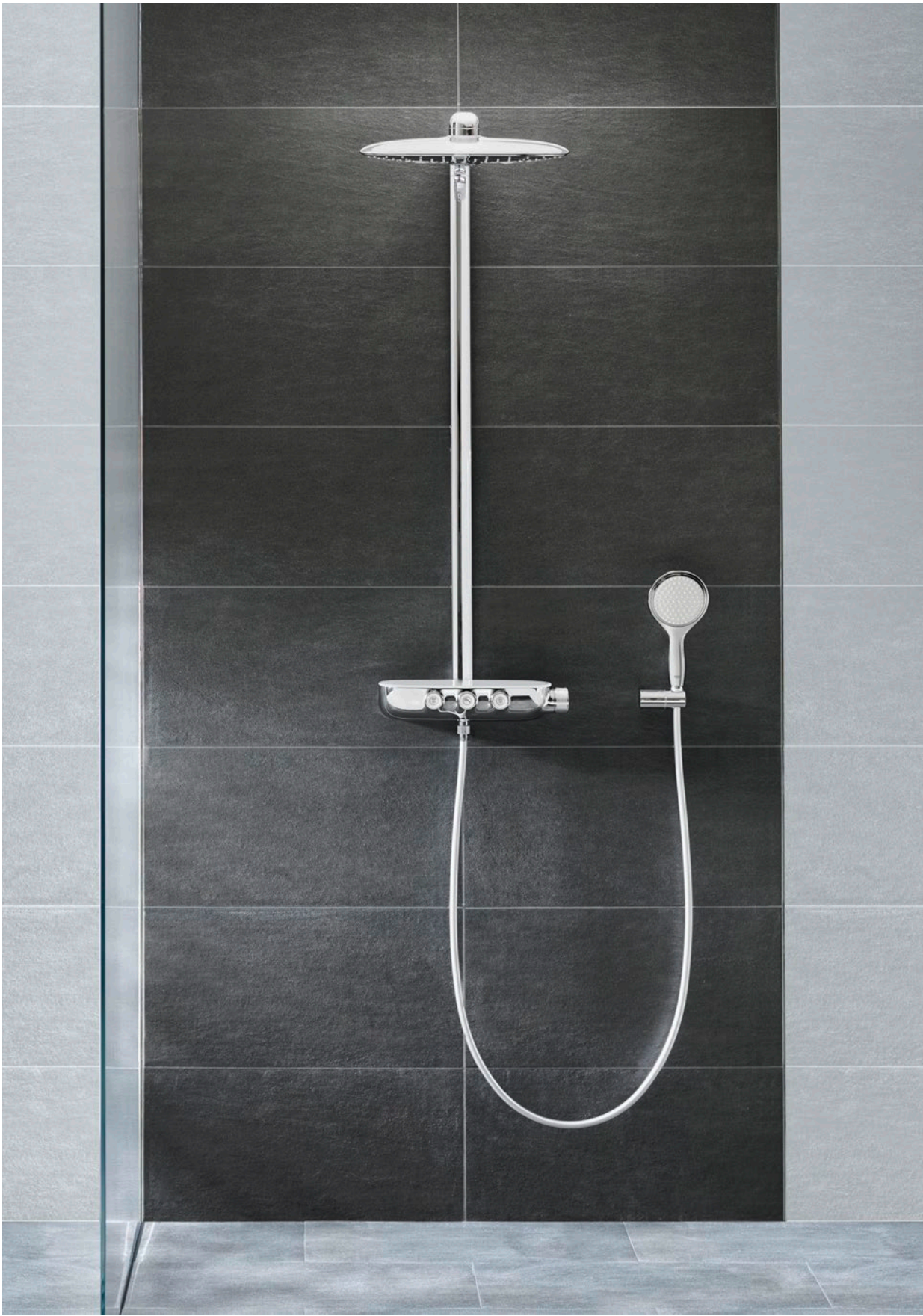
Purist, simple and yet extravagant. Clean, square and yet round Timeless, classic and yet modern. The GROHE Grandera™ collection reconciles traditional opposites in one harmonious design. The result is an exceptionally diverse collection of extremely durable fittings, thermostats, showers and accessories and the choice between warm sunset, chrome/gold and chrome finish adding the perfect finishing touch. VISIT [GROHE.COM](https://www.grohe.com)

GROHE
SPA

CZYSTY POCZĄTEK

**System prysznicowy GROHE Rainshower®
SmartControl sprawia, że branie prysznica
staje się jeszcze przyjemniejsze**

Inteligentna technologia w łazience: SmartControl od GROHE pozwala użytkownikowi regulować funkcje prysznica delikatnym dotknięciem i ruchem nadgarstka.



Zdjęcie: GROHE AG

Dobra wiadomość dla miłośników kąpiel pod prysznicem: do zmiany temperatury i strumienia wody w systemie GROHE SmartControl wystarczy delikatne dotknięcie.

Nic nie cieszy tak, jak rozpoczęcie (lub zakończenie) dnia przyjemnym prysznicem – gorącym, zimnym lub w każdej dowolnej temperaturze. Dobrze się składa, że nowy system GROHE Rainshower® SmartControl jest wyposażony w nowoczesną technologię, która ułatwia i uprzyjemnia branie prysznica bardziej niż kiedykolwiek.

Innowacyjność systemu opracowanego przez GROHE polega na „przycisku uruchamiania”. Za jego pomocą nie tylko odkręca się wodę, ale również reguluje jej strumień lekkim obracaniem – nie trzeba żadnych kranów ani modłów do bożków porannych kąpeli.

Innowacyjna technologia SmartControl jest dostępna w ramach najwyższej klasy systemu GROHE Rainshower®, który jest ponadto wyposażony w ogromną deszczownicę o średnicy 360 mm, obejmującą całe ciało, dzięki czemu można się poczuć jak pod ciepłym tropikalnym wodospadem. Przycisk SmartControl reguluje również strumień wody, który może być niczym delikatna mżawka lub intensywna ulewa. System pozwala wykorzystać strumienie GROHE Rain, Rain O² oraz TrioMassage – ten ostatni masuje głowę i ramiona w łączonym strumieniu.

Poza oszałamiającymi parametrami technicznymi SmartControl charakteryzuje się również pięknym wzornictwem. Przycisk, głowica, obudowa termostatu i płaska szklana półka mają przyjemnie nowoczesny, minimalistyczny styl, który harmonizuje z nowoczesną technologią. Ponadto dzięki rozwiązaniu CoolTouch® korzystanie z prysznica jest bezpieczniejsze, ponieważ zapobiega poparzeniu w razie przypadkowego dotknięcia metalowego korpusu.

Przede wszystkim jednak system GROHE Rainshower® SmartControl uprzyjemnia każdy prysznic, zwiększając komfort użytkowników poprzez dbałość o szczegóły, które często bywają pomijane.



Wystarczy nacisnąć przycisk, aby popłynął strumień wody. Przekręcenie go stopniowo reguluje strumień wody od pozycji ekonomicznej do maksymalnego przepływu.

Zdjęcia: GROHE AG

P
R
Z
Y
J
E
M
N
Y

L
E
T
N
I
D
E
S
Z
C
Z

C
U
D
O
W
N
Y
G
O
R
Ą
C
Y



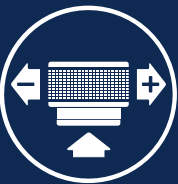
DESZCZOWNICA
1-TrioMassage



DESZCZOWNICA
2-PureRain/Rain O²



SŁUCHAWKA PRYSZNICOWA
Rain + Rain O²





SKATE COSMOPOLITAN
Patrz strona 36

PRZEDE WSZYSTKIM WZORNICTWO

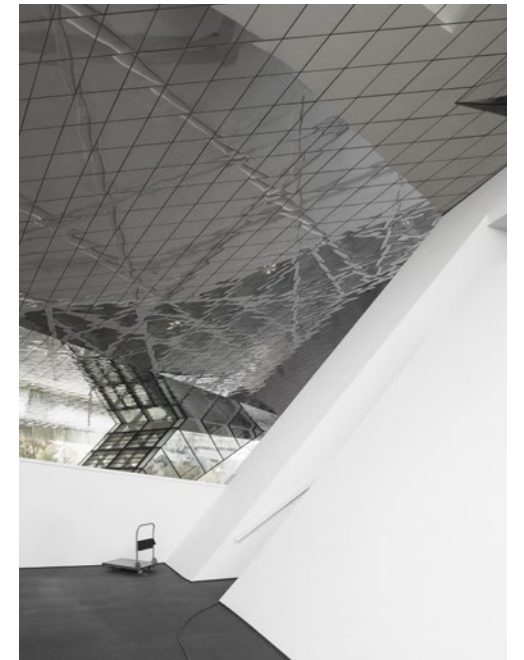
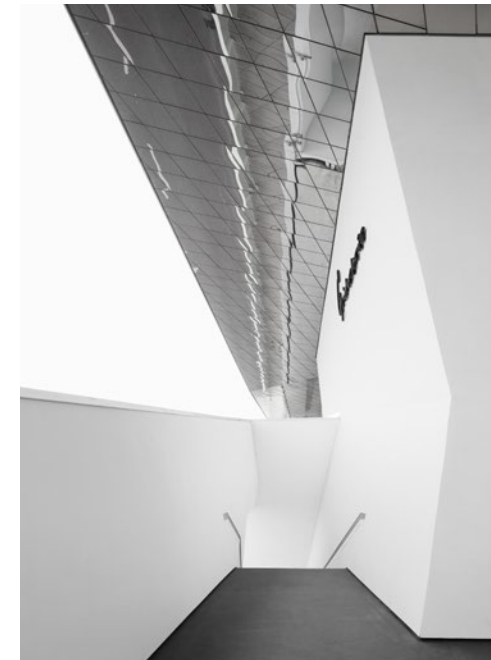
TEKST
KEVIN PERRY

ZDJĘCIA
SCHNEPP · RENOU

**Muzea marek Porsche,
BMW i Mercedes Benz są równie
dynamiczne, jak prezentowane
w nich pojazdy**



Muzeum Porsche w Zuffenhausen to architektoniczna perełka – zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz.



N
O
W
O
Ś
C
I
I
P
R
O
D
U
K
T
Y

W 1953 roku, podczas otwarcia wystawy w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Nowym Jorku, zaprezentowano model Porsche 1500 z 1952 roku. Od tego czasu, samochody tego niemieckiego producenta zyskały słuszne miano dzieł sztuki, dlatego też nic dziwnego, że muzeum Porsche w Stuttgartcie samo w sobie jest cudem architektury.

Zlokalizowane w ojczyźnie Porsche, w dzielnicy Zuffenhausen na północnych przedmieściach Stuttgartu, muzeum otworzyło drzwi dla zwiedzających w styczniu 2009 roku. Przetarg na projekt budynku cztery lata wcześniej wygrała wiedeńska pracownia Delugan Meissl, która pokonała mocną konkurencję w postaci 170 innych oferentów.

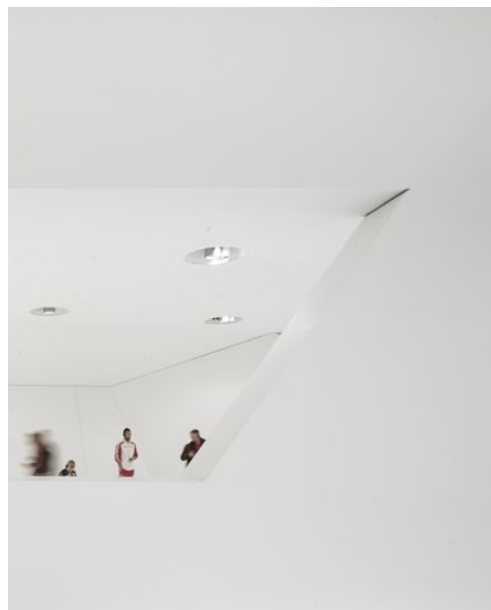
Nietrudno zauważyć, dlaczego wygrali: gotowy projekt jest równie odważny jak marka, którą reprezentuje. Główna konstrukcja muzeum, oparta na trzech kolumnach w kształcie litery „V”, wydaje się unosić w powietrzu.

„Ten budynek jest architektonicznym odzwierciedleniem dynamicznej natury marki Porsche” – mówi dyrektor muzeum, Achim Stejskal. „Niezależnie od kąta patrzenia kształty części

górnej i dolnej budynku są różne dzięki wielobocznym, awangardowym formom oraz różnorodnym fakturom i oknom”.

Jednak muzeum nie tylko jest uczcią dla oka – budynek został zaprojektowany tak, aby zwiedzający mogli oglądać eksponaty w wybrany przez siebie sposób. „To muzeum jest nie tylko dla miłośników samochodów i motoryzacji – jest dla wszystkich” – mówi Achim Stejskal. „Świadomie zrezygnowaliśmy z koncepcji „strefy odkryć”, mimo jej widowiskowości. Samochody sportowe powinny mówić same za siebie. Nie ma ustalonego kierunku zwiedzania, dzięki czemu każdy ma dostęp do ekspozycji”.

Muzeum rozwija się od chwili jego otwarcia – od tego czasu wzbogacono je o ścianę dotykową, prysznice dźwiękowe (Sound Showers) i darmowe Wi-Fi. Jest tu również eksponat, który każdy powinien zobaczyć: to jest coś, co dyrektor Stejskal lubi najbardziej. „904 – najładniejszy sportowy model Porsche wszech czasów!” – mówi. „Został opracowany przez Ferdinanda Alexandra Porsche’a, czyli tę samą osobę, która zaprojektowała model 911.

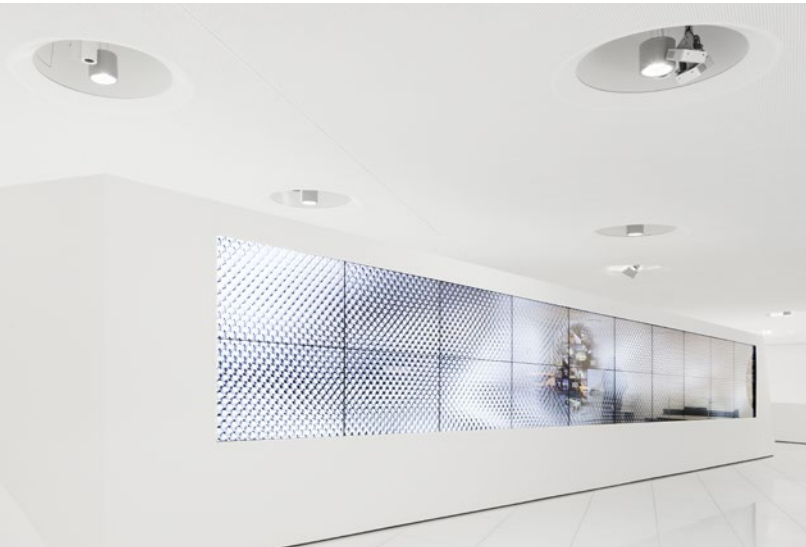


Pure Freude an Wasser.

904, który stoi w naszym muzeum, to wersja z 1965 roku z mniejszym przodem. Jest to również jeden z pierwszych modeli Porsche z nadwoziem z tworzywa sztucznego”.

Oczywiście Niemcy oferują bogaty wybór muzeów światowej klasy pojazdów. Zaledwie dziewięć kilometrów na południowy wschód od rezydencji Porsche w Stuttgarcie znajduje się muzeum marki Mercedes-Benz. Otwarte w maju 2006 roku muzeum zostało zaprojektowane przez holenderską pracownię architektoniczną UNStudio, a forma budynku jest inspirowana kształtem silnika. Po drugiej stronie kraju, w Monachium, swoją siedzibę ma muzeum BMW zaprojektowane przez wiedeńskiego architekta Karla Schwanzera w 1973 roku, które słynie z charakterystycznego kształtu „białego kotła”. Muzeum przeszło remont i zostało ponownie otwarte w 2008 roku.

Czas spędzony w tych zacnych murach potęguje wrażenie niezrównanej jakości niemieckiego wzornictwa. Zapomnij o galeriach – jeśli jesteś w Niemczech i chcesz poobcować ze sztuką nowoczesną, wybierz się do muzeum samochodów.



GODZINY OTWARCIA
WT–ND, 9:00–18:00
Porscheplatz 1, 70435 Stuttgart
www.porsche.com

SKATE COSMOPOLITAN
Patrz strona 32
W toaletach muzeum Porsche zamontowano systemy Rapid SL. Zbiornik z dwustopniową spłuczką pozwala użytkownikowi wybrać siłę spłukiwania przez naciśnięcie dużego (duża spłuczka) lub małego przycisku (mała spłuczka), na przykład w wersji Skate Cosmopolitan.

Rezygnując z koncepcji „strefy odkryć” muzeum Porsche w Zuffenhausen stawia samochody sportowe – i powozy – w centralnym miejscu.

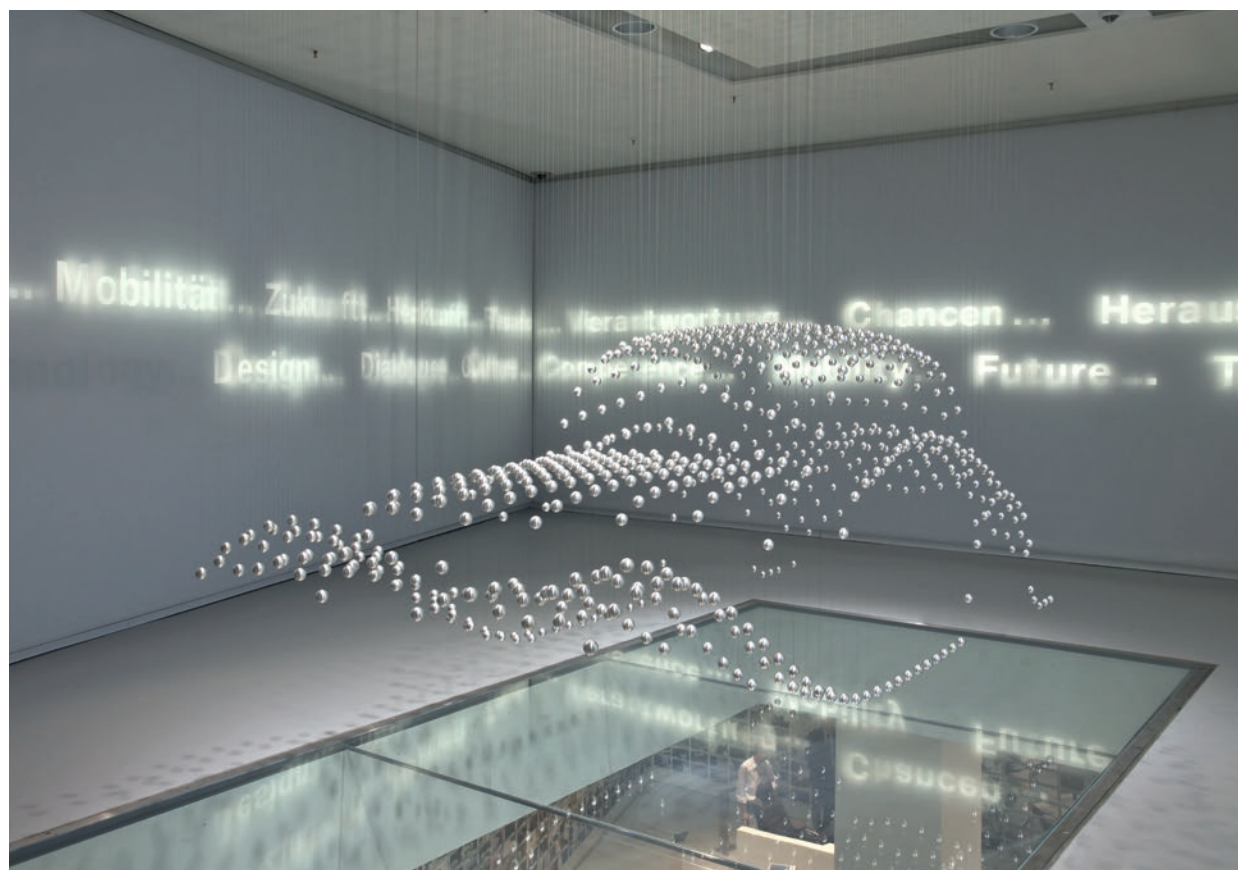
Muzeum BMW

Ponad 90 lat historii BMW w siedmiu częściach: wzornictwo, firma, motocykle, technologia, sporty motorowe, marka oraz serie. W każdej części szczegółowo prezentowany jest dany element historii BMW, wraz z procesem opracowywania samochodów od etapu modeli koncepcyjnych po promocję gotowych pojazdów.

Budynek muzeum sam w sobie jest dziełem sztuki wybudowanym z precyzyjną dbałością o szczegóły. Został zaprojektowany przez Wolfa D. Prixa z pracowni Coop Himmelb(l)au, a w toaletach można zobaczyć baterie **GROHE Eurostyle E** doskonale pasujące do ogólnego wyrazistego wzornictwa tego miejsca.

GODZINY OTWARCIA

WT–ND, 10:00–18:00
Am Olympiapark 2
80809 Monachium
www.bmw-welt.com



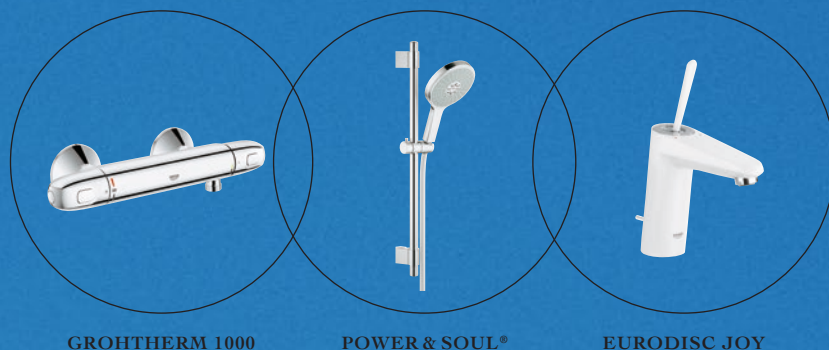
Muzeum Mercedes-Benz

Ponad 160 samochodów i 1500 eksponatów na dziewięciu piętrach obrazuje rozwój marki Mercedes-Benz na przestrzeni czasu oraz historię motoryzacji z ostatnich 125 lat. Dostępne są darmowe przewodniki audio, można również zajrzeć „za kulisy” do jednej z hal produkcyjnych Mercedesa, w której produkowanych jest wiele silników marki. Podobnie jak u konkurentów z Porsche toalety muzeum Mercedes Benz zostały wyposażone w system **GROHE Rapid SL** – dzięki któremu użytkownicy mogą oszczędzać wodę, spłukując przy użyciu małej spłuczki.

GODZINY OTWARCIA

WT–ND, 9:00–18:00
Mercedesstraße 100
70372 Stuttgart
www.mercedes-benz.com





GROHTHERM 1000

POWER & SOUL®

EURODISC JOY

TECHNOLOGIA I INNOWACYJNOŚĆ W PAKIECIE

TEKST
SARAH FAKRAY

ZDJĘCIA
RAMON HAINDL

GROHE pozostaje liderem technologii sanitarnej, a wartości takie, jak jakość, wzornictwo i dbałość o środowisko sprawiają, że nieustannie pniemy się w górę, tworząc najbardziej innowacyjne rozwiązania w naszej branży. W tym numerze rozmawiamy z trzema szkoleniowcami GROHE o technologiach opracowanych przez firmę, z których każda powstała w wyjątkowym ewolucyjnym duchu GROHE.

W gorącej wodzie kąpani

Precyzyjne termostaty GROHE korzystają z najwrażliwszego termometru jaki istnieje, jeśli chodzi o regulację temperatury: ludzkiej skóry. TurboStat® zapewnia żądaną temperaturę w ułamku sekundy i stale ją utrzymuje.

„Z punktu widzenia konsumenta termostaty GROHE to korzyści płynące z komfortu, bezpieczeństwa i oszczędności” – mówi Christian Böttger z GROHE. „Komfort, ponieważ mogę z łatwością wyłączyć termostat, a następnie ponownie go włączyć, aby spłukać włosy lub namydlić ciało. Bezpieczeństwo w sytuacjach, gdy nastąpi przerwa w dostawie zimnej wody – wówczas termoelement odcina dopływ gorącej wody, zapobiegając poparzeniu. Oszczędności wynikają z tego, że woda osiąga żądaną temperaturę bez konieczności czasochłonnej regulacji”.

A pomijając perspektywę konsumenta, bardzo ciekawa jest sama technologia zastosowana w termostacie. „Czujnik znajdujący się w głowicy jest wykonany ze specjalnej mieszanki miedziano-woskowej, dzięki której TurboStat® reguluje temperaturę w czasie 0,3 sekundy” – wyjaśnia Böttger. Dlatego też takie termostaty jak Grohtherm 1000 to nie tylko mechaniczne regulatory, ale również interfejs technologiczny między skórą użytkownika i wodą.

Omawiając najnowsze dzieło firmy, prysznic Power & Soul®, Jörg Nitschky-Germann przyznaje, że możliwość regulacji jest ważnym elementem filozofii wzornictwa GROHE. „Szczególną cechą tego produktu są tryby ustawień strumienia, które można regulować indywidualnie, a także łączyć ze sobą” – wyjaśnia. Armatura z tej serii charakteryzuje się zaokrąglonymi kształtami. Zestawy prysznicowe są wyposażone w dużą deszczownicę o średnicy 190 mm, trzy rozmiary słuchawki do wyboru oraz funkcję wy-

boru strumienia, umożliwiającą użytkownikom korzystanie z ulubionego trybu: Rain, Rain O², Jet i Bokoma Spray. Także i w tym przypadku to, co sprawia, że bateria prysznicowa Power&Soul® jest tak wyjątkowa, jest niewidoczne dla oczu. „Dobrym przykładem jest to, co następuje po naciśnięciu przycisku wyboru funkcji Rain O²” – wyjaśnia Jörg Nitschky-Germann. „Po naciśnięciu przycisku otwiera się niewielka klapka. Dzięki temu powietrze wpada do głowicy prysznica, tam miesza się z wodą, tak aby krople zwiększyły swoją objętość”.

Diabeł tkwi w szczegółach

GROHE przywiązuje dużą wagę do podstawowych elementów wzornictwa łazienki. Jednym z przedmiotów zainteresowania jest głowica – podstawowy element w nowoczesnej armaturze sanitarnej, który reguluje przepływ wody do głowic prysznicowych i baterii umywalkowych. Jeśli ta ważna część jest źle produkowana lub zostanie nieprawidłowo zamontowana, może powodować brak precyzji w regulacji temperatury i ciśnienia wody.

Firma GROHE zaprojektowała głowicę wyposażoną w system SilkMove®. Wykonano ją dwóch ceramicznych tarcz, które współpracują z dźwignią spustową i dzięki dopracowanej technologii generują mniejsze tarcie, eliminując zagrożenia i problemy związane ze stosowaniem starszych głowic.

„SilkMove® odnosi się do perfekcyjnego uruchamiania i regulowania przepływu wody” – mówi Heiko Middendorf z GROHE. Udoskonalenia były możliwe dzięki zastosowaniu dwóch mikroskopijnych innowacji: jedna z tarcz SilkMove® jest pokryta mikrometrowymi porami, które stanowią podłoże dla smaru – w ten sposób smar utrzymuje się na tarczach nawet do 20 lat. Heiko Middendorf podsumowuje: „Dla klienta liczy się

to, aby łatwość użytkowania była niezmienna na przestrzeni lat, a ten system pozwala nam to zagwarantować”.

Wielkie projekty

Dziś łatwo jest zapomnieć, że korzyści zdrowotne i czysta przyjemność gorącej kąpieli czy masażu strumieniem wody są dostępne za sprawą wcześniej opracowanych technologii. Kierowana ciekawością wynalazcy i pragnieniem zwiększania zadowolenia użytkowników firma GROHE nie ustaje w dążeniu do doskonalenia swoich istniejących produktów, prezentując nowe projekty każdego roku. Łącząc doświadczenie w zakresie armatury kuchennej i łazienkowej z wiedzą dotyczącą ceramiki, jaką dysponuje spółka partnerska LIXIL, firma GROHE włączyła do swojej oferty kompletne łazienki. Ten postęp zawdzięczamy konsumentom i oznacza on, że cuda techniki GROHE mogą być stosowane w domach, hotelach czy firmach w ramach indywidualnie zaprojektowanego otoczenia łazienki. Nie byłoby to możliwe, gdyby nie zaangażowanie Mistrzów technologii GROHE, którzy tworzą te wyjątkowe produkty z dumą i precyzją, dopracowując każdy element po to, aby zapewnić klientom niezrównane wrażenia.

GROHTHERM 1000

Ten termostat jest wyposażony w technologię TurboStat®, zapewniającą maksymalny komfort, bezpieczeństwo i oszczędności poprzez osiągnięcie żądanej temperatury w ciągu sekundy i utrzymywanie jej na stałym poziomie.

POWER & SOUL®

Słuchawki prysznicowe Power & Soul® marki GROHE umożliwiają użytkownikom wybór spośród kilku trybów strumienia wody: GROHE Rain O², Rain, Bokoma Spray oraz Jet – które można również łączyć ze sobą w celu uzyskania maksymalnego komfortu.

EURODISC JOY

Baterie umywalkowe z linii GROHE Eurodisc Joy są wyposażone w głowice z technologią SilkMove®. Ceramiczne tarcze generują mniejsze tarcie, zapewniając łatwość użytkowania na dłużej.



„TERMOSTATY Z TECHNOLOGIĄ TURBOSTAT WYRÓWNUJĄ TEMPERATURĘ WODY W CIĄGU 0,3 SEKUNDY”

Christian Böttger



Wkład termostatu rozebrany na części:
czujnik został głowice z mieszanki miedzi
z woskiem – to dzięki niemu technologia
TurboStat® reguluje temperaturę wody
w ciągu kilku milisekund.



Wyprodukowane w Niemczech słuchawki prysznicowe GROHE Power & Soul® składają się z wielu elementów, które mają jeden cel do zrealizowania: zapewnienie każdemu indywidualnych, niezrównanych wrażeń pod prysznicem.



„GŁOWICA PRYSZNICOWA MIESZA POWIETRZE Z WODĄ, TAK ABY KROPLE ZWIĘKSZYŁY SWOJĄ OBJĘTOŚĆ”

Jörg Nitschky-Germann



„WAŻNE JEST, ABY
ŁATWOŚĆ
UŻYTKOWANIA
NIE POGARSZAŁA SIĘ
Z CZASEM”

Heiko Middendorf



Zastosowane w produktach z linii Eurodisc
Joy głowice FeatherControl®
i SilkMove® są wyposażone w ceramiczne
tarcze wykończone warstwą
z mikroporami, które utrzymują
smar na miejscu nawet do 20 lat.

W STREFIE

GRAFIKA
OLLANSKI

Japońskie rytuały kąpielowe inspiracją dla luksusowych domowych spa GROHE

Koncepcja GROHE Aqua Zone przekształca łazienkę w prywatne spa, przestrzeń stworzoną dla przyjemności, w której każdy może poczuć się wyjątkowo. Na podstawie japońskiej kultury kąpielowej, w ramach której każdy etap rytuału kąpielowego jest realizowany w odrębnej strefie, firma GROHE opracowała pięć podstawowych stref i gamę przeznaczonych do nich produktów. Prezentujemy strefy Aqua Zone, a brytyjska projektantka wnętrz, Vanessa Brady, objaśnia stojącą za nimi filozofię.



1 Strefa Odnowy: GROHE Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony

Strefa Odnowy ma za zadanie obudzić i odświeżyć użytkownika o poranku oraz ukoić wieczorem, przed snem. Przestronny, wielofunkcyjny luksusowy prysznic dysponuje szeregiem opcji wodnej terapii, takich jak pobudzające masáže wodne, wzmacniające wodospady i oczyszczające sesje parowe.

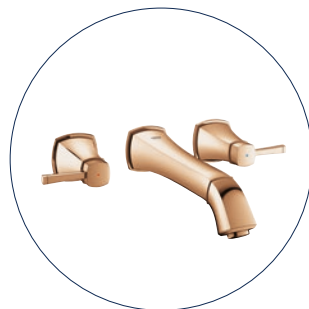
GROHE Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony to największy prysznic sufitowy w ofercie GROHE, który nadaje kąpiel pod prysznicem nowy wymiar, umożliwiając użytkownikom odtwarzanie muzyki bezpośrednio ze smartfona za pomocą łącza Bluetooth. Prysznic

jest także wyposażony w regulowany system kolorowego oświetlenia LED, które można ustawiać w zależności od nastroju.

„Udowodniono naukowo, że człowiek odczuwa emocje silniej, jeśli zaangażuje więcej niż jeden zmysł. Za pomocą tego prysznica firma GROHE zapewnia wyjątkowy sposób odprężenia lub pobudzenia wielu zmysłów” – wyjaśnia Vanessa Brady. Różnorodne połączenia wody, światła i dźwięku są właściwie nieograniczone, pozwalając optymalnie dostosować rytuał kąpiel pod prysznicem do potrzeb użytkownika.



Strefa Przygotowań: GROHE Grandera 3-otworowa bateria umywalkowa 2

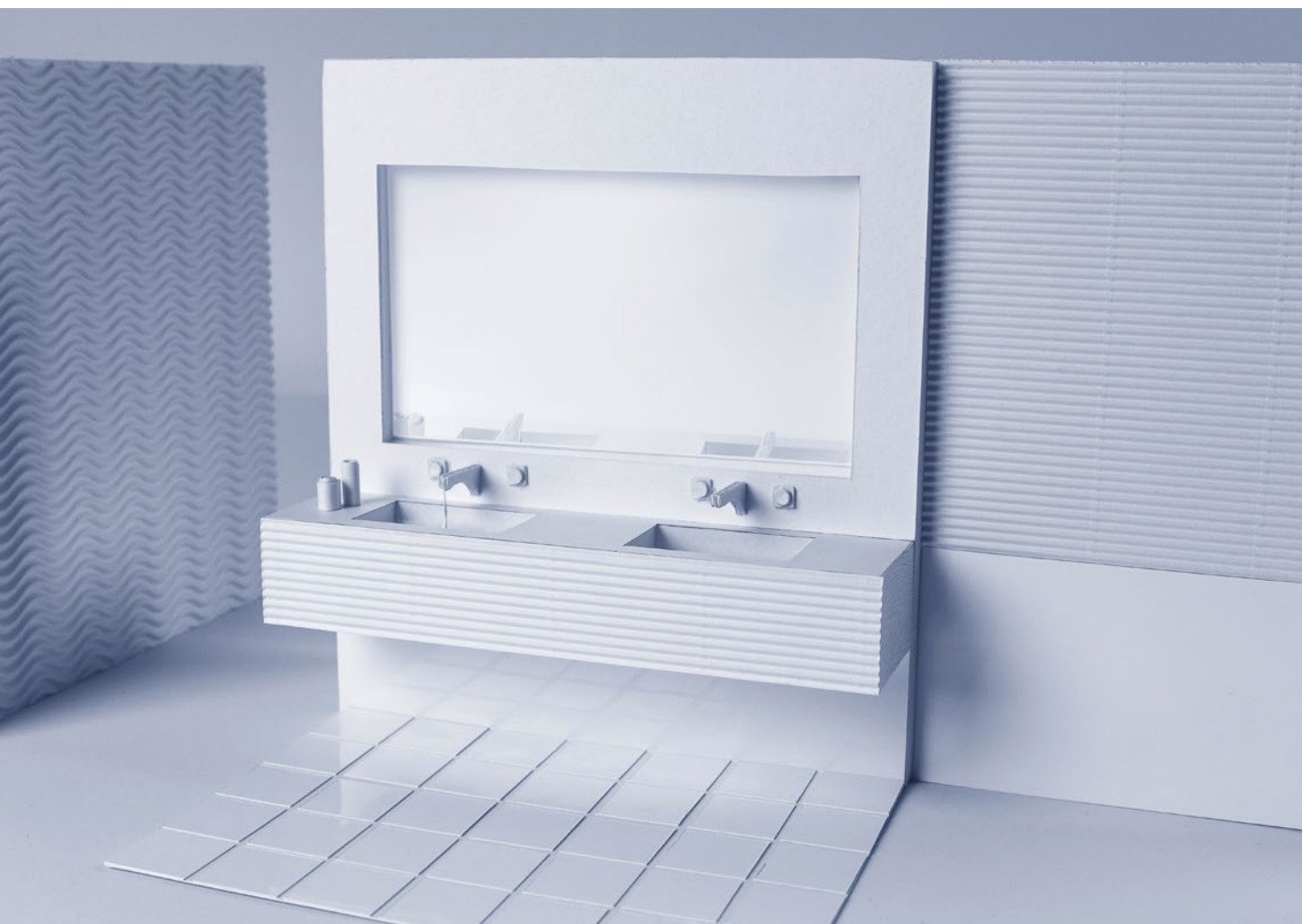


Stylowa Strefa Przygotowań to ekstrawaganckie otoczenie, które na zawsze odmieni codzienną rutynę pielęgnacyjną. Firma GROHE uważa, że w łazience spa powinno być miejsce dla dwóch osób, dlatego też obok siebie umieszczono dwie umywalki.

Vanessa Brady opisuje metamorfozę łazienki według GROHE następującymi słowami: „Od przestrzeni typowo funkcjonalnej do miejsca, w którym z chęcią spędza się wiele godzin.

Łazienka stała się strefą przyjemności i prywatną przestrzenią”.

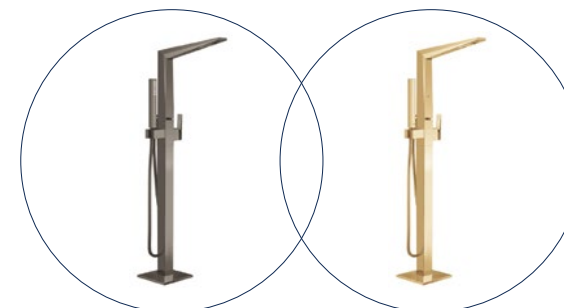
Stanowiąca część nowoczesnej, a zarazem ponadczasowej kolekcji GROHE Grandera 3-otworowa bateria umywalkowa jest perfekcyjnie wykonana, co widać w jej wyrazistych liniach i eleganckim kształcie. Odporna na zabrudzenia i zarysowania, ta wytrzymała bateria jest pokryta chromowaną powłoką, wykonaną w technologii GROHE Starlight®, zapewniającą piękny połysk na długi czas.



Strefa relaksu: wylewka wannowa GROHE Allure

Strefa relaksu to miejsce uczty dla ciała i umysłu. Produkty łazienkowe GROHE łączą w sobie innowacyjne wzornictwo z filozofią starojapońskich rytuałów kąpielowych. Celem wykonywania tych tradycyjnych rytuałów jest nie tylko umycie ciała, lecz również nawiązanie więzi duchowej z żywiołami natury i osiągnięcie wewnętrznej harmonii.

Wyjątkowe wolno stojące wylewki wannowe GROHE charakteryzują się doskonałym wzornictwem, które zdobi każde wnętrze, nawet wtedy, gdy nie jest używane. Umieszczenie wanny zależy od preferencji użytkowników, jednak według Vanessy Brady najnowsze trendy odzwierciedlają pragnienie otwartości, zgodnie z którym wanna staje na środku łazienki, a nie w rogu, „prezentując płynność i swobodę przestrzeni”.



3



Strefa rekreacji: GROHE Blue® i GROHE Red®

Firma GROHE poważnie podchodzi do stworzenia kompleksowego otoczenia spa w domowej łazience – strefa rekreacji jest jego ważnym elementem. Kąpiel przy szklance schłodzonej wody lub filiżance herbaty miętowej jest częścią tradycji spa. Dystrybutory wody GROHE Blue® i GROHE Red® nawilżają ciało od wewnątrz, zapewniając dostęp do schłodzonej, krystalicznie czystej, filtrowanej wody gazowanej oraz wrzącej wody bezpośrednio z dwóch jednouchwytywych kranów – to wprost idealne warunki do medytacji.

„To luksusowe uczucie – obcowanie z wodą i wrażenia, jakie zapewnia – potęguje nasz dobrostan emocjonalny” – mówi Vanessa Brady. Obok gamy produktów GROHE przeznaczonych do łazienki dystrybutory wody GROHE Blue® i Red® to świetny sposób na czerpanie radości z korzystania z koncepcji Aqua Zone.



4



Strefa medytacji: GROHE Arena®

W strefie medytacji dbałość o higienę łączy się z wewnętrzną harmonią. GROHE Arena® to nowoczesna toaleta myjąca zaprojektowana z myślą o higienie jako elemencie zdrowego trybu życia.

Wyposażony w całą gamę regulowanych, spersonalizowanych ustawień oraz system automatycznego rozpoznawania ciała jest podstawą drobiazgowej higieny osobistej. Ponadto model Arena® ma zaawansowany system samoczyszczenia, który sprawia, że toaleta myjąca pozostaje magicznie czysta po każdym użyciu.

5





GROHE RED®
Patrz strona 59

PRZYJEMNOŚĆ INSTANT

TEKST
THOMAS PLATT

ZDJĘCIA
CHRISTIAN HAGEMANN

Od studenckiego wiktury po ulubioną przekąskę szefa kuchni odznaczonego gwiazdkami Michelin – zupy makaronowe instant wracają do gry jako kulinarna sensacja

Nowoczesna kuchnia w stylu nouvelle cuisine wiele zawdzięcza gotowaniu w stylu azjatyckim. Obecnie kokos, kolendra, imbir, tajska bazylia i trawa cytrynowa stały się podstawowymi składnikami zachodniej i międzynarodowej diety, a restauracje serwujące kuchnię azjatycką i fusion są notowane wśród najlepszych lokali na świecie. Pomimo tak dużej popularności i renomy jeden z produktów azjatyckiej gastronomii rzadko jest brany na poważnie – to makaron instant.

Jego wszechobecność jest jednym z czynników, które zniechęcają konsumentów. Od wynalezienia makaronu instant w 1958 roku przez tajwańsko-japońskiego wynalazcę Momofuku Ando stał się on popularną przekąską na całym świecie, a prasowane bloki suszonego posiłku można nabyć niemal we wszystkich supermarketach. W niektórych zakątkach świata pierwotną nazwę tego produktu zastąpiła nazwa najpopularniejszej

marki, Yum Yum, która doskonale sprzedaje się przez całą dobę, w wielu miastach, jako alternatywa dla kolacji dla tych, którzy mają mało czasu i jeszcze mniej zasobny portfel. Makaron Yum Yum zrewolucjonizował również przerwy obiadowe, kończąc erę dominacji kanapek, jogurtu, muesli i batoników czekoladowych. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy jest niezwykła łatwość przygotowania takiego makaronu – wystarczy zalać go gorącą wodą, a niektórzy producenci pakują swoje produkty w plastikową miseczkę, w której można „ugotować” swój makaron.

Zmiana oblicza

Nietrudno zauważyć, dlaczego makaron instant nie cieszy się najlepszą opinią. Jako tania i łatwa w przygotowaniu przekąska jest kojarzony przede wszystkim ze studentami, kawalerskim życiem



i wakacjami pod namiotem. W czasach, w których znajomość sztuki kulinarnej stanowi o prestiżu społecznym, nie jest to pożądana cecha, a brak linii „premium” przyczynił się do wzmocnienia wizerunku makaronu instant jako niewyszukanej przekąski.

Wystarczy jednak bliżej się przyjrzeć, aby zauważyć, że makaron instant nie jest tak nieciekawym, na jaki wygląda. Tak naprawdę wielość smaków tego produktu odzwierciedla pełne spektrum azjatyckich tradycji kulinarnych, od Chin po Tajlandię, przez Wietnam i Indonezję, po Koreę i Japonię. Właśnie dlatego makaron jest dostępny we wszelkich kształtach i rozmiarach. Konsumenci mogą wybrać ryżową lub jajeczną wersję makaronu o różnej grubości, z różnymi sosami, na przykład z miso lub soi, można także znaleźć wersje z różnorodnymi mięsami i owocami morza.

Wszechstronność makaronu instant jest niestety również podstawą kolejnego szkodliwego

mitu: z jej powodu jest postrzegany jako produkt syntetyczny i niezdrowy. Thomas A. Vilgis, profesor fizyki teoretycznej Uniwersytetu w Mainz, czołowy badacz smaku i autor przełomowej książki zatytułowanej „Aromat – sztuka przyprawiania”, nie widzi zagrożenia w zupkach Yum Yum: „Poza skrobią makaron zawiera mąkę pszenną i dwa środki zagęszczające, które są zupełnie nieszkodliwe” – mówi. „Regulatory kwasowości, takie jak cytryniany czy małe ilości fosforanów, także nie są zagrożeniem”.

Wbrew powszechnej opinii wzmacniacze smaku nie są szkodliwe. Większość z nich powstaje z wyciągów z drożdży, a działanie polega na uwalnianiu określonych smaków i zapachów, przez co są równie „prawdziwe” jak inne produkty żywnościowe, które są naturalnie słone i gorzkie lub słodkie i kwaśne. Ogólnie mówiąc, smak i zapach istnieją na poziomie molekularnym, na którym pewne





połączenia generują określone efekty kulinarne. I niezależnie od tego, czy żywność osiągająca te efekty została opracowana w laboratorium, pozyskana z produktów żywnościowych lub jest spożywana w formie naturalnej, cząsteczki to cząsteczki, ludzki organizm nie widzi różnicy.

Uczta kulinarna

W zeszłym roku, w teście przeprowadzonym przez niemiecką gazetę F.A.S, mieszkający w Berlinie, wyróżniony gwiazdkami Michelin szef kuchni Michael Kempf udowodnił, że wiele produktów z makaronem instant ma pełne prawo do szacunku w kulinarnym świecie. Inny odznaczony gwiazdkami Michelin szef kuchni, Hendrik Otto, kolega Michaela Kempfa z restauracji Lorenz Adlon Esszimmer w Berlinie, lubi przyrządzać ten makaron w domu z halibutem. Kroi rybę na cienkie paski i gotuje w gorącej

wodzie z makaronem, aż wszystko będzie gorące. Na koniec Hendrik Otto proponuje rezygnację z azjatyckich ziół na rzecz rodzimych dodatków, takich jak cząber, lubczyk, majeranek i seler naciowy. Czasami wrzuca do dania kilka świeżych ostryg, przekształcając prostą zupkę Yum Yum w wykwintne danie.

GROHE RED®

Patrz strona 55

Dla tych, którzy chcą jeszcze szybciej zasmakować w ulubionej wersji makaronu instant, GROHE Red® oferuje gorącą wodę prosto z kranu. Innowacyjny system GROHE Red® utrzymuje w temperaturze wrzenia nawet do 6 litrów filtrowanej wody (w zależności od modelu) zdolnej do natychmiastowego użytku. W ten sposób prosta chińska zupka może stać się jeszcze smaczniejsza – ponieważ wszystkie substancje mogące pogarszać zapach i smak zostały odfiltrowane – a dodatkowa wygoda posiadania gorącej wody z kranu sprawia, że instant naprawdę znaczy instant.

Pure Freude an Wasser.

01

02

04

GROHE Magazine

05

PROSTO Z LONDYNU

Podczas London Design Festival 2015 najlepsze trendy w międzynarodowym wzornictwie zostały wystawione do bezpośredniej oceny. Paul Flowers, główny projektant GROHE i LWT, opowiada o najważniejszych pięciu z nich

London Design Festival to ogromne przedsięwzięcie z najbardziej innowacyjnymi i pobudzającymi wyobraźnię kreacjami z dziedziny wystroju wnętrz, meblarstwa, tekstyliów, akcesoriów, a nawet społecznie świadomego wzornictwa przemysłowego. Na terenie miasta, w atrakcyjnych lokalizacjach, zaprezentowano ponad 350 imprez i instalacji, od ceramicznej wieży Babel w Muzeum Wiktorii i Alberta po przejrzysty pawilon Serpentine w Ogrodach Kensington. Obejrzeliśmy je wszystkie, aby wyłapać pewne wspólne mianowniki koncepcyjne wplecione w załączki nowych trendów we wzornictwie. Od prześmiewczych prowizorycznych sprzętów domowych po pochwałę przeszłych czasów – oto elementy, które najlepiej oddają motywy warte śledzenia w nadchodzącym sezonie.



03

Zdjęcia: PR

Ekskluzywność

Zarówno marki o mocnej pozycji, jak i nowi producenci wprowadzają wersje „premium” istniejących linii produktów, ulepszając je elitarnymi wykończeniami doskonałej jakości, na przykład tak, jak w przypadku tych lamp i krzeseł marki **TOM DIXON (01–05)**. Efektem jest dłuższa żywotność i luksus posiadania produktów z limitowanej edycji. Ciepłe materiały metalowe, w szczególności miedź, były wszechobecne – **PRZYKŁADEM MOGĄ BYĆ OZDOBNE świeczniki o wyszukanych formach (06)**.



06

NOWOŚCI I PRODUKTY



01

Nowy szyk w stylu vintage

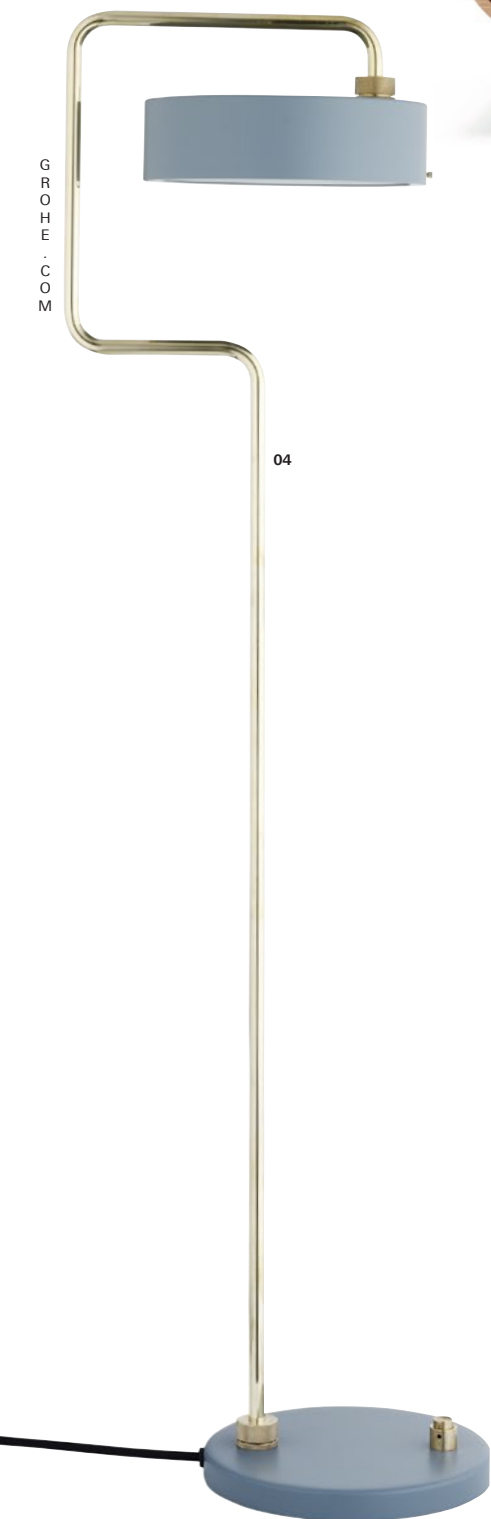
Koncepcja „stylu retro” nieustannie się rozszerza, w miarę jak producenci czerpią z szerokiej gamy epok, mieszając klasykę z połowy stulecia, jak ten kredens **MADE.COM (01)** z postmodernistycznym kiczem – tutaj naczynia **SMUG (02, 03)**. To coś więcej niż powrót do przeszłości – te produkty to przeszłość z nutką nowoczesności. **LAMPY LINDHOLDT (04)** z zaokrąglonymi krawędziami, złotymi elementami wykończenia, w palecie popowych i pastelowych kolorów, są typowym przykładem tego trendu.



02



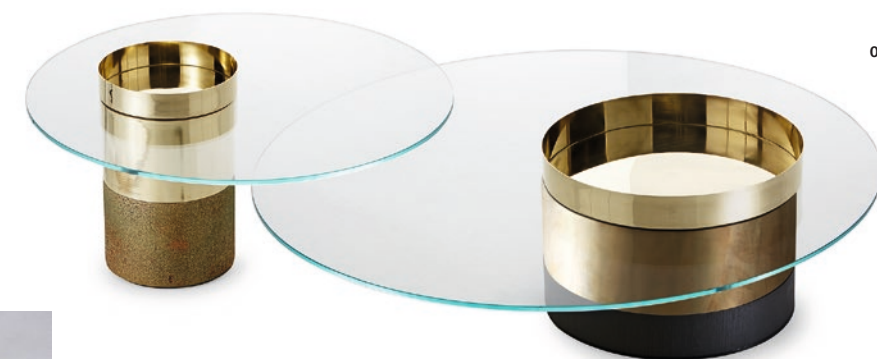
03



04



01



02



03

Zdjęcia: PR

Forma w formie

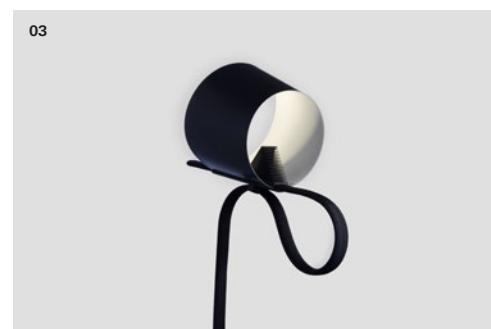
Projektanci wykorzystują szkło do obudowywania elementów wewnętrznych, zapewniając im ramy bez zakłócania odbioru. Zarówno w przypadku „płomiennych” żarówek **LUUM, (01)** jak i „zabawkowych” waz **LA CHANCE (03)** zamknięte formy lewitują w zawieszeniu, zyskując delikatny, izolowany wyraz. Wnętrze wizualnie odcina się od części zewnętrznej w przypadku stołów „Haumea” **GALLOTTI&RADICE (02)** za sprawą kontrastu światła, materiału lub koloru, dzięki czemu oko koncentruje się na próżni między obydwooma elementami.



01



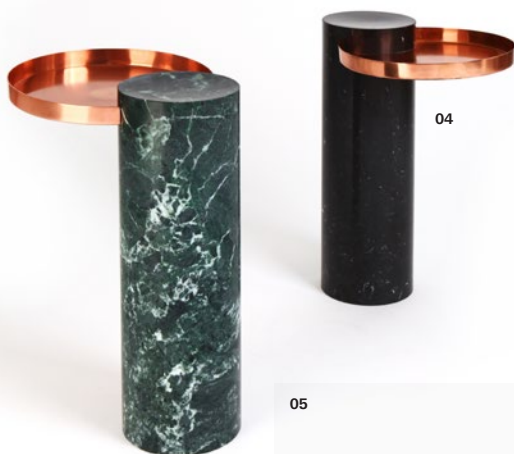
02



03

Nowe interakcje

WRONG FOR HAY figlarnie zmienia przeznaczenie codziennych przedmiotów, zestawiając sznury, metal i gwoździe w zaskakujących kombinacjach, na przykład takich, jak lampa „Rope Trick” (03). **PÓŁKI „ALTAR” MARKI MR. AND MR.** (01, 02) charakteryzuje lekka, improwizowana estetyka, zupełnie jakby projektanci po prostu bawili się sklepowymi rupieciami. Skłaniają jednak do zadania sobie pytania: „Czy istnieje coś takiego, jak nijaki przedmiot?”.



04



05

Marmur

Producenci wszystkich marek kochają słowo „ponadczasowy”, ale tylko marmur jest prawdziwym klasykiem. Ten elegancki kamień był często widywanym akcentem podczas festiwalu, od monumentalnych stołów **LA CHANCE** (04) po kieliszki do martini **LEE BROOM** (05). Wypolerowany chłód tego materiału najlepiej współgra z innymi szlachetnymi materiałami, takimi jak drewno i szkło, nadając lżejszym formom odrobinę ciężkości.

Zdjęcia: PR, Arthur Woodcroft

MASTERS OF TECHNOLOGY

THE SOURCE OF CONVENIENCE

GROHE
RED®

Never wait for the kettle to boil again. With the innovative GROHE Red® system you can fill anything, from a mug to a large pot, with kettle-hot water in an instant – and all direct from your kitchen faucet. With GROHE Red® you still have your standard kitchen mixer, but a second lever provides kettle-hot water on tap.

Pure Freude
an Wasser



PRZESTRZEŃ MIĘDZY NAMI

TEKST
JENI FULTON

PORTRET
MIRJAM WÄHLEN

Poprzez zdefiniowanie na nowo relacji ludzi z architekturą Ole Scheeren wprowadza nową koncepcję przestrzeni współdzielonych

Architekt Ole Scheeren zmienia oblicze wieżowców. Pochodzący z niemieckiego Karlsruhe czterdziestoczerolatek w swojej bogatej karierze przemieszczał się z Holandii do Nowego Jorku, Singapuru i Chin. Jego firma ma swoje biura w Hongkongu, Pekinie, a od niedawna również w Berlinie. Większość najnowszych projektów architekta jest realizowanych w Azji, gdzie specjalizuje się w oryginalnych wieżowcach, w których wnętrze jest tak samo ważne, jak bryła budynku.

Ole Scheeren pierwszy raz odwiedził Chiny 24 lata temu kierowany „intuicyjnym zainteresowaniem”, jak powiedział GROHE. „Charakterystyczną cechą Azji jest ekstremalne zagęszczenie ludności w miastach. Ponad 50% światowej populacji to ludzie mieszkający w miastach, a Chiny są tu liderem. W ciągu ostatnich dziesięciu lat kwestia nowego wyobrażenia o ludzkiej egzystencji w tych gęsto zaludnionych środowiskach stanowi sedno mojej pracy, ponieważ jest to coś, z czym stykam

Zdjęcia: Iwan Baan, Buro OS (dzięki uprzejmości OMA)

Budynek CCTV w Pekinie jest siedzibą chińskiej telewizji państwowej.



WORLD ARCHITECTURE FESTIVAL

Zorganizowany po raz pierwszy w 2008 roku jako „impreza poświęcona podziwianiu perełek architektury z całego świata i dzieleniu się nimi” festiwal World Architecture Festival przyciąga każdego roku najważniejsze postacie z branży, które spotykają się po to, aby porozmawiać o przyszłości projektowania budynków. Jednym z regularnych gości jest niemiecka „gwiazda architektury”, Ole Scheeren, który ostatnio był prelegentem podczas tej imprezy i w 2015 roku odebrał nagrodę za budynek The Interlace. Festiwal od 2012 roku odbywa się w Singapurze, a GROHE pozostaje sponsorem założycielem.

www.worldarchitecturefestival.com

się na co dzień”. Praca Ole Scheerena w Chinach zbiegła się z „nowym otwarciem” – przyspieszenie gospodarcze, które nastąpiło po reformach Denga Xiaopinga, rozpoczęło proces szybkiej modernizacji. „Ze względu na nowe uwarunkowania, Chiny nagle musiały zmierzyć się z pytaniem o przyszłość i zmienić podejście, ponieważ dotychczasowy porządek przestał się sprawdzać. To oczywiście jest bardzo interesujący kontekst dla pracy architekta” – mówi. Jako dyrektor chińskiego oddziału pracowni OMA Rema Koolhaasa Ole Scheeren zaprojektował legendarną siedzibę chińskiej telewizji państwowej, budynek CCTV, który był zwiastunem nowej epoki w chińskiej architekturze. „CCTV został zbudowany, gdy Pekin wstąpił do Światowej Organizacji Handlu, został gospodarzem igrzysk olimpijskich i panowało ogólne wrażenie, że Chiny wchodzą na globalną scenę. Postanowiliśmy zatem zmienić wizerunek drapacza chmur jako gigantycznego gmachu. Budynek CCTV powstał na bazie tej koncepcji”.

Wyjść do ludzi

Najważniejszym motorem jego działań jest stale ewoluująca odpowiedź na pytanie, w jaki sposób ludzie zamieszkują różne przestrzenie, jakie są ich przeżycia i psychika, i w jaki sposób wiąże się to z psychologią przestrzeni. W ten sposób powstało wiele projektów budynków mieszkalnych, takich jak The Interlace w Singapurze, Maha Nakhon w Bangkoku, czy 1500 West Georgia w Vancouver, w których przezroczystość i konstrukcja, sfera publiczna i prywatna przeplatają się ze sobą. „Jeśli spojrzeć na przykłady moich prac, można zauważyć, że interesuje mnie kwestia integracji prywatności z wyższym stopniem wspólnoty, poczuciem bycia razem i dzielenia się” – mówi. Te słowa dotyczą w szczególności budynku The Interlace, „pionowej wioski” przecinających się poziomych bloków ustawionych w sześciokąty tak, aby stworzyć



Zdjęcia: Mirjam Wähnel, Iwan Baan



P R E Z E N T A C J E

„CHCEMY NADAĆ MIASTU KSZTAŁT, KTÓRY EMANUJE ŻYCIEM”

otwarte otoczenie, przeciwieństwo mieszkaniowej typologii i nową formę jednobryłowego bloku. Projekt spotkał się z dużym uznaniem i otrzymał nagrodę „Budynku roku” podczas festiwalu World Architecture Festival, który odbył się w listopadzie 2015 roku w Singapurze.

W budynkach Ole Scheerena przestrzeń zewnętrzna nierozdzielnie łączy się z wewnętrzną. „Podstawowym pytaniem łączącym wszystkie moje projekty jest: w jaki sposób możemy ożywić martwą bryłę wieżowców w architekturze dużej skali? Jak podzielić tę skalę na elementy, które wyrażają zajęcie ludzi lub przeznaczenie budynku? Chcemy nadać miastu kształt, który

Budynek 1500 West Georgia w Vancouver to miejsce, w którym strefa publiczna przeplata się z prywatną.



emanuje życiem” – mówi. „Emocjonalny wpływ budynku na ludzi przy patrzeniu na niego z zewnątrz oraz przy korzystaniu z jego wnętrza są blisko powiązane ze sobą. Zajmujemy się projektowaniem większości wnętrz naszych budynków. Uważam, że to nieodłączna część naszej pracy”. Można spodziewać się, że te same zasady są widoczne w prywatnym domu Ole Scheerena, jednak prawda jest inna: „Przez większą część życia mieszkalem w bardzo małych, anonimowych, ledwie funkcjonalnych mieszkaniach, wyposażonych jedynie w materac na podłodze i duże biurko do pracy. Bardzo dużo podróżuję, jestem gościem w swoim domu, a to oznacza, że nie mogę mieć wielu rzeczy, bo one ograniczałyby moją mobilność” – wyznaje.

W swojej pracy Ole Scheeren godzi kulturowy, środowiskowy i urbanistyczny kontekst swoich zleceń z potrzebami klientów. Wówczas jego zadaniem staje się „dotarcie do punktu, w którym budynek wychodzi poza własne ramy, wchodząc w interakcję w szerszym kontekście publicznej domeny miasta”. Z kolei ulubionym budynkiem architekta jest prawie niewidoczna konstrukcja – to Large Hadron Collider, akcelerator cząstek w Genewie w Szwajcarii, w którym bada się, jak zbudowany jest wszechświat. „Nigdy tam nie byłem, ale jest dla mnie fascynujący jako konstrukcja i nie ma to żadnego związku z architekturą”.

Miasto idealne

Ojciec Ole Scheerena również był architektem i jedno z jego pierwszych wspomnień to korytarze uniwersytetu, na którym wykładał, i modele architektoniczne, które się tam znajdowały. „Gdy miałem 14 lat, pracowałem w biurze ojca przy jego projektach. W wieku 21 lat dostałem swoje pierwsze zlecenie. Ktoś zlecił mi ten projekt, a ja go wykonałem” – uśmiecha się. Na początku swojej kariery termi-

nował w znanej pracowni OMA Rema Koolhaasa w Rotterdamie. Postanowił podjąć pracę w tym miejscu, ponieważ – jak sam mówi – Koolhaas był wtedy jedynym architektem, który osadzał architekturę w kontekście społecznym. „Poszedłem tam, ponieważ chciałem podjąć z nim dialog. Myślę, że w tamtych czasach bardzo niewielu ludzi prowadziło ten dialog. Dziś jest inaczej, prawie każdy mówi niemal o wszystkim” – mówi z przekąsem.

Ole Scheeren uważa, że architekci są niezbędni do stawiania czoła wyzwaniom coraz bardziej zurbanizowanego świata, w którym budynki powstają w zależności od wymagań kapitału. „Jako architekt poszukuję sposobów przełamania płaskiej konstrukcji budynków – niezależnie od tego, czy są to wieżowce, czy inne budynki – i połączenia ich z miastem, tak aby znaleźć przestrzeń do ukształtowania tych projektów i przywrócenia ich domenie publicznej. To zwiększa wartość projektu, ponieważ ma on znaczenie dla miasta i społeczności jako całości” – mówi. Jednak przyznaje: „Musimy być brutalnie szczerzy w kwestii naszych ograniczeń. Jednocześnie musimy zachować pełny optymizm i wierzyć w możliwość zmiany, bo w przeciwnym wypadku nie moglibyśmy pracować, poddablibyśmy się jeszcze zanim byśmy zaczęli”.

Zdjęcia: Büro Ole Scheeren (dzięki uprzejmości OMA)



W Bangkoku: elewacja Maha Nakhon jest inspirowana wyglądem pikseli.



TERAPIA DLA WODY

**Wystawa kurator Jane Withers uświadamia nam,
co dzieje się z oceanami**

W tym roku zaprezentowano piątą odsłonę Project Ocean w Selfridges – wystawy, która ma na celu propagowanie wiedzy na temat zanieczyszczenia oceanów tworzywami sztucznymi. Przy wejściu zwiedzających wita „Flotsam”, zawiła instalacja przygotowana przez How About Studio z 5000 plastikowych butelek – to tyle, ile zużywa się w Wielkiej Brytanii w czasie poniżej 15 sekund.

Wystawa obejmuje również „Gyrecraft” autorstwa Studio Swine i Andrew Frienda, czyli kolekcję pięciu przedmiotów wykonanych z odpadów z tworzywa sztucznego pozyskanych z wirów, w których się gromadzą. Bar wodny, działający dzięki współpracy

Jane Withers z Arabeschi di Latte, serwuje wodę z węglem, minerałami i ziołami, zachęcając zwiedzających do wyobrażenia sobie życia bez plastikowych butelek.

Wcześniej Jane Withers sprawowała pieczę nad wystawami w muzeum V&A oraz w Królewskiej Akademii Sztuki, także dotyczącymi kwestii ochrony środowiska, a sama opisuje siebie jako „hydrofilkę”. Pracuje również jako konsultantka projektów i jest współzałożycielką Wonderwater, inicjatywy opracowującej na całym świecie projekty związane ze zwiększaniem świadomości dotyczącej globalnych problemów z wodą.

Zdjęcie: Andrew Friend

Specjalnie na wystawę, Studio Swine i Andrew Friend utworzyli wspólnie replikę statku badawczego Sea Dragon, na pokładzie którego projektanci popłynęli do Wiru Północnoatlantyckiego.



Obiekt ten, wykonany z plastikowych odpadów wyłowionych z Wiru Południowoatlantyckiego, jest inspirowany zdradliwymi wodami okolicy i ekspedycjami polarnymi, które przepływały przez to miejsce.



Zdjęcia: Andrew Meredith, Petr Krejci



Instalacja How About Studio z plastikowych butelek po wodzie symbolizuje czystą, błękitną wodę oraz pomaga w poruszaniu się po wystawie.



Tworząc własne odwzorowanie Wiru Północnoatlantyckiego, projektanci ze Studio Swine wykorzystali tradycyjną lokalną technikę scrimshaw, za pomocą której członkowie załóg statków wielorybnych wykonywali swoje rzemieślnicze arcydzieła.

Zdjęcia: Petr Krejčí

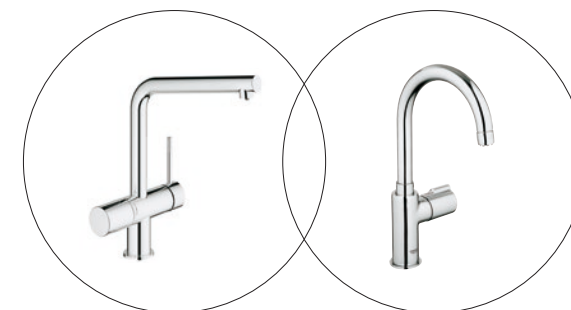


Dzieło Studio Swine zatytułowane Indian Ocean (Ocean Indyjski) przypomina kontener transportowy – według danych projektantów każdego roku w oceanie ginie 10 000 takich ogromnych metalowych pudeł.

Włoskie studio Arabeschi di Latte,
wraz z kurator Jane Withers, otworzyło
w londyńskim Selfridges bar, który dawał
zwiedzającym „namiastkę życia bez
plastikowej butelki na wodę”.



Zdjęcie: Andrew Meredith



GROHE BLUE® & RED®
Patrz strona 82

DWA ŚWIATY

TEKST
ARSALAN MOHAMMAD

PORTRET
GEORGIA KUHN

Architekt Ron Bakker wyjaśnia, w jaki sposób harmonijne połączenie wydajności kosztowej z rozwiązaniami przyjaznymi dla środowiska pomogło mu w zaprojektowaniu budynku The Edge w Amsterdamie

Pochodzący z Holandii Ron Bakker jest założycielem londyńskiej pracowni PLP Architecture, w której powstał projekt The Edge. Budynek, aktualnie użytkowany przez firmę doradczą Deloitte, która ma tam swoją amsterdamską siedzibę, w 2014 roku otrzymał najwyższą ocenę, „outstanding”, przyznaną przez agencję certyfikacji BREEAM. W rozmowie z GROHE Ron Bakker opowiada o rozwiązaniach przyjaznych dla środowiska, o tym, jak projektować miejsca pracy na miarę XXI wieku oraz dlaczego produkty GROHE stanowią dopełnienie jego przyjaznych środowisku wizji.

GROHE

Kiedy powstała pracownia PLP Architecture?

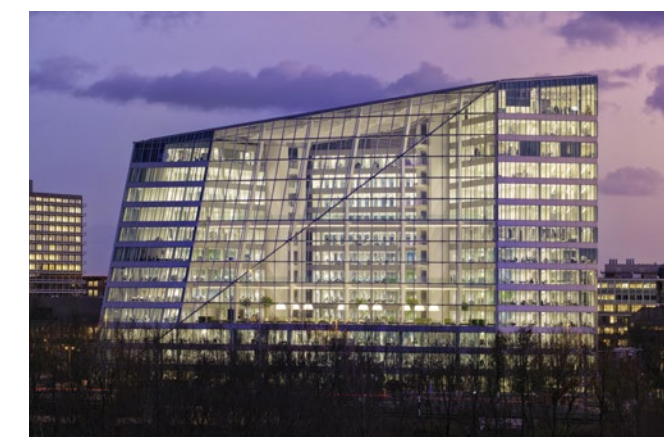
R. Bakker

Okolo sześć lat temu: przyjechałem do Londynu w latach dziewięćdziesiątych i przez 18 lat pracowałem jako architekt w KPF. W pewnym momencie z kilkoma innymi osobami postanowiliśmy założyć nową firmę. Dziś zatrudniamy 200 osób i pracujemy w Londynie, w innych częściach Europy, na Bliskim Wschodzie, w Chinach oraz w Korei.

G Kto był autorem pierwotnej koncepcji The Edge?

RB Pomysł został opracowany przez zespół projektowy

w ścisłej współpracy z Deloitte i deweloperem projektu, OVG. The Edge jest biurowcem, w którym Deloitte zajmuje sześć lub siedem pięter, a w pozostałej części budynku swoją działalność prowadzą inne firmy. Tworząc The Edge, staraliśmy się połączyć różnorodne aspekty środowiska biurowego, integrując technologię z rozwiązaniami przyjaznymi dla środowiska w sposób, który na nowo definiuje koncepcję miejsca pracy.



Pure Freude an Wasser.

G W 2014 roku agencja środowiskowej oceny budynków, BREEAM, przyznała budynkowi The Edge najwyższą ocenę w historii, przez co został okrzyknięty najbardziej przyjaznym dla środowiska biurowcem na świecie. W innym wywiadzie wspominał Pan, że częściowo jest to zasługą recesji z 2008 roku, która zachęciła do poszukiwania ekologicznych, tanich materiałów. Czy to prawda?

RB Tak. Gdy nadeszła recesja, zagrożenia związane z pracą nad dużym projektem stały się trudniejsze do udźwignięcia. Jednak nie poddawaliśmy się i zaczęliśmy się zastanawiać, jak to rozgryźć. Przeglądaliśmy się różnym strategiom, na przykład stopniowaniu i wielofunkcyjności, a także analizowaliśmy badania dotyczące równoważenia rozwiązań przyjaznych dla środowiska z wydajnością kosztową, dzięki czemu znaleźliśmy lepszy sposób na tę konstrukcję.

G Ocena od BREEAM jest najwyższą w historii. Jak udało Wam się to osiągnąć?

RB Nie było to łatwe! BREEAM drobiazgowo analizuje każdy aspekt związany z ochroną środowiska, przez co nietrudno pogubić się, próbując uzyskać jak najwyższy wynik. Trzeba jednak przypomnieć, że Deloitte i OVG nie były zainteresowane wynikiem punktowym. Budynek jako taki miał być przyjazny dla środowiska i właśnie dlatego został zaprojektowany w taki sposób, jeszcze zanim ktokolwiek wspomniał o akredytacji. OVG i Deloitte ustawiły poprzeczkę wysoko, co pozwoliło nam zdać sobie sprawę z własnego potencjału.

G Jako architekt, w jaki sposób projektuje Pan miejsca pracy i pomaga w tworzeniu nowych sposobów pracy?

RB W PLP od dawna rozmawiamy o tym, czym powinno charakteryzować się dobre miejsce pracy. Na podstawie tych rozmów doszliśmy do wniosku, że ludzie lubią przebywać w miejscach, które sprzyjają przypadkowym spotkaniom. Niedawno nawet współpracowaliśmy z klientem, który to potwierdził. Projekt dotyczy budynku Crick w Londynie, a kiedy zostanie ukończony, będzie najbardziej zaawansowanym i innowacyjnym budynkiem badań biomedycznych w Wielkiej Brytanii. W każdym razie, podczas pracy nad projektem, ktoś z zespołu klienta powiedział nam, że każdy duży postęp w badaniach biomedycznych zrodził się z przypadkowego spotkania ludzi zajmujących się różnymi dziedzinami. To niesamowita historia i chyba coś w tym jest. W końcu ci ludzie są specjalistami.

G Na 13. piętrze biura OVG zainstalował Pan dystrybutor wody GROHE Blue® i GROHE Red® w samym środku kuchni. W jaki sposób te produkty wpasowują się w ogólną filozofię stojącą za The Edge?

RB Cóż, nasza pracownia zawsze stosuje armaturę GROHE ze względu na wysoką jakość i doskonałe

wzornictwo, jednak te baterie były dla mnie nowością. Nigdy wcześniej ich nie używaliśmy. GROHE Blue® przekształca zwykłą wodę w wodę gazowaną za pomocą filtra, a GROHE Red® zapewnia dostęp do wrzątku na żądanie. Byłem pod szczególnym wrażeniem potencjału GROHE Blue®, jeśli chodzi o ochronę środowiska. Obecnie wiele osób przychodzi do pracy z plastikową butelką wody gazowanej, częściowo z powodu świadomości wpływu, jaki picie wody ma na zdrowy styl życia. GROHE Blue® pomaga zmniejszyć szkodliwe oddziaływanie ludzi na środowisko poprzez ograniczenie zużycia tworzyw sztucznych.

G Coen van Oostrom, założyciel i prezes OVG, powiedział, że w swoim domu również zamontował baterie GROHE. Czy Pan zrobiłby to samo?

RB Tak, tak sądzę. Tak naprawdę bardzo chciałbym mieć baterię GROHE Blue® w domu. Woda w Londynie nie jest tak smaczna jak w Amsterdamie, ponieważ wychodzi na to, że była wcześniej pita siedem razy! W mojej ojczyźnie piaszczyste wydmy zapewniają naturalną filtrację. Niedawno czytałem artykuł naukowy, w którym porównywano korzyści płynące z picia wody kranowej i butelkowanej w Londynie. W ostatecznym rozrachunku uznano, że woda kranowa jest bezpieczniejsza od butelkowanej – a może nawet i lepsza dla zdrowia – ponieważ woda w butelkach zawiera stosunkowo dużo minerałów, co nie zawsze jest korzystne. Baterie powinny odgrywać o wiele ważniejszą rolę w życiu ludzi niż obecnie!

Patrz strona 81

GROHE BLUE® CHILLED
& SPARKLING

GROHE Blue® oczyszcza wodę kranową, zapewniając świeży, wyrafinowany smak. Wbudowane urządzenie chłodzące i wymienny wkład karbonizujący zapewniają odpowiednie chłodzenie i nasycenie wody dwutlenkiem węgla.

GROHE RED®

Dzięki GROHE Red® wrzątek jest dostępny bezpośrednio z kranu, bez konieczności czekania. Nawet do trzech litrów. To proste i ekonomiczne.





MYJ, ZAMIAST WYCIERAĆ

ZDJĘCIA
SCHMOTT

Nowa gama toalet myjących Arena® na nowo definiuje higienę osobistą i zwiększa komfort życia za sprawą oczyszczającej mocy wody



Proste, minimalistyczne wzornictwo produktów Arena® doskonale harmonizuje ze zdrowym stylem życia.

Toalety myjące Arena® są wyposażone w funkcje regulacji temperatury i strumienia wody w ramach technologii DreamSpray®, który myje i oczyszcza, zapewniając doskonałe samopoczucie.



Automatycznie opadająca pokrywa,
zdalne sterowanie oraz aplikacja sprawiają,
że Arena® znacząco ułatwia dbanie
o higienę osobistą i dobre samopoczucie.



ARENA®

GROHE Arena® to rewolucja w higienie osobistej za sprawą nowoczesnej technologii i funkcjonalności – stanowi doskonałe uzupełnienie każdej łazienki GROHE.

STRUMIEŃ PRZYSZŁOŚCI

TEKST
SUE GEORGE

Wraz z branżą turystyczną i hotelarską, przystępne cenowo produkty GROHE łagodzą skutki kryzysu związanego z niedoborem wody

Zasoby wody pitnej się wyczerpują. Do 2030 roku globalne zapotrzebowanie na wodę przekroczy dostępność zasobów o 40 procent, a wiele rzek i jezior wyschnie. Obecnie 1,1 miliarda ludzi nie ma dostępu do wody, a zaledwie jeden procent całej spożywanej wody to woda słodka. Problem jest palący, dlatego też Organizacja Narodów Zjednoczonych (ONZ) wprowadziła Cele Zrównoważonego Rozwoju.

Jest to zestaw wytycznych opracowanych przez ONZ, do wykorzystania przez członków organizacji w charakterze ram dla opracowywanych zasad. Nie pozostanie to bez wpływu na działalność firm. Jeden z celów dotyczy wody, a w jego treści czytamy, że kraje powinny „zapewnić dostępność i zrównoważone zarządzanie wodą i warunkami sanitarnymi dla wszystkich. Dotyczy to zapewnienia czystej wody pitnej, zarządzania zasobami wody, ochrony wody i wzmocnienia zaangażowania lokalnych społeczności w ochronę wody”.

Przyczyny braku wody na świecie są złożone, od zmian klimatycznych po urbanizację i wzrost populacji. W efekcie mamy także dostęp do różnorodnych rozwiązań i choć rozwiązanie tego problemu w skali globalnej to zadanie dla rządów i organizacji międzynarodowych, dotyczy on każdego z nas. Tak naprawdę wiele osób ma świadomość problemu, ale przy próbie wprowadzenia zmian w codziennym życiu napotyka przeszkody. Publikowane przez media zdjęcia obszarów dotkniętych suszą zachęcają ludzi do przekazywania darowizn na organizacje pomocowe, jednak niewiele osób natychmiast łączy je z korzystaniem z basenu typu infinity czy ciekącym kranem.

Świadoma tego dylematu firma GROHE, światowy lider w produkcji armatury sanitarnej, w swojej działalności dba o środowisko. „Dbałość o środowisko jest obecna w każdym aspekcie struktury naszej firmy” – mówi członek zarządu GROHE Thomas Fuhr. „Wpływa na wszystkie nasze działania, od opracowywania produktów po ich wytwarzanie i logistykę, a także użytkowanie i utylizację”.

Przedstawiciele branży hotelarskiej są jednymi z najczęstszych klientów GROHE. Według badania przeprowadzonego niedawno przez Malta Business Bureau, każdego roku w hotelach na terenie UE można zaoszczędzić 365 bilionów litrów wody. Jednocześnie zmniejszając zużycie wody, hotele mogą poprawić swoją wydajność kosztową.

Koncentrując się na tym problemie, a zarazem nie zapominając o zamiłowaniu do wysokiej jakości wzornictwa, GROHE współpracuje z wieloma wiodącymi markami hoteli, pomagając im w osiąganiu żądanych rezultatów. Jednym z przykładów może być duńska sieć luksusowych hosteli, która w swojej placówce w Kopenhadze niedawno wymieniła starą armaturę łazienkową na oszczędne, przyjazne dla środowiska produkty marki GROHE. Efekt mówi sam za siebie: zużycie wody zmalało z 13 do 5,8 litra wody na minutę.

Wcześniej w hostelu Danhostel Copenhagen City przeprowadzono analizę wodno-energetyczną GROHE, aby sprawdzić, ile wody i pieniędzy można zaoszczędzić poprzez montaż armatury przyjaznej dla środowiska. Dla tych firm, które z rezerwą podchodzą do takich udoskonaleń, to praktyczny sposób zaprezentowania potencjału produktów. Jednym z takich produktów jest Powerbox – elektroniczna bateria wykorzystująca przepływ wody do napędzania turbiny ukrytej w małej obudowie pod umywalką, która następnie zasila czujnik na podczerwień. „W ciągu zaledwie 60 sekund generowana jest energia, która może zasilać baterię przez 24 godziny” – mówi Thomas Fuhr.

Jednym z przedsiębiorstw z branży hotelarskiej, które poważnie podchodzą do kwestii związanych z ochroną środowiska, jest Carlson Rezidor Hotel Group. Inge Huijbrechts, wiceprezes ds. odpowiedzialnej działalności, wymienia kroki, jakie jej organizacja podjęła w celu zapewnienia

zrównoważonego zarządzania zasobami wody w długim okresie czasu, zarówno w stosunku do należących do niej hoteli, jak i szerszego otoczenia. Wśród nich znalazło się przystąpienie do inicjatywy ONZ o nazwie CEO Water Mandate, która angażuje firmy w rozwiązywanie problemów wpływających na gospodarkę wodną.

Jako przykład można podać hotele Radisson Blu, należące do grupy. Według Inge Huijbrechts „marka Radisson Blu koncentruje się na rozważnym gospodarowaniu wodą we wszystkich działaniach. Wybraliśmy armaturę GROHE, ponieważ baterie prysznicowe i umywalkowe tej marki łączą stylowe wzornictwo z oszczędnością wody. Na przykład zamontowanie najnowszych deszczownic pozwala nam zaoszczędzić 80 litrów wody na każdy prysznic, czyli 8 milionów litrów rocznie w średnim hotelu dysponującym 250 pokojami”.

KAŻDEGO ROKU W HOTELACH NA TERENIE UE MOŻNA ZAOSZCZĘDZIĆ 365 BILIONÓW LITRÓW WODY

Przedstawiciele branży turystycznej z całego świata również włączają się do działań. Organizacja Travelife założona w 1992 roku jest jedną z renomowanych branżowych organizacji charytatywnych zajmujących się kwestiami zrównoważonego rozwoju, która przekazuje franczyzom hotelowym i biurom podróży informacje na temat wdrażania środków umożliwiających oszczędzanie wody, od utrzymania basenów po korzystanie z oszczędnej infrastruktury sanitarnej i usług prania.

Dziś zrównoważone gospodarowanie zasobami nie jest tylko kwestią proekologicznej postawy czy oszczędzania – przy coraz częstszych doniesieniach o szkodliwym wpływie na środowisko ważne jest, aby firmy promowały swoje wysiłki czynione w celu jego ochrony. „Dostęp do czystej wody staje się coraz większym problemem w wielu krajach na całym świecie” – mówi dyrektor handlowy Travelife Sören Stöber. Jego organizacja prowadzi międzynarodowy program certyfikacji zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju, pomagając przedsiębiorstwom w potwierdzaniu ich wysiłków. Obecnie akredytację posiada 1500 członków w 56 krajach, w tym również placówki prowadzone przez największe biura podróży, takie jak TUI czy Thomas Cook.

Aby uzyskać certyfikat Travelife, hotele muszą zaliczyć długą listę kontrolną, zawierającą 20 kryteriów bezpośrednio związanych z użytkowaniem wody. Od administracji po prawidłową dokumentację i zarządzanie infrastrukturą sanitarną – te wszystkie kontrole mają za zadanie upewnić turystów zatrzymujących się w hotelach akredytowanych przez Travelife, że w wybranej przez nich placówce nie marnuje się wody.

Green Key to najbardziej znane na świecie oznaczenie ekologiczne obecne w 2400 hotelach w 50 krajach. Współpraca z Green Key oznacza, że działania hotelu związane z zapewnieniem zrównoważonego rozwoju zostały potwierdzone przez zewnętrzną organizację, oraz że hotele potrafią skutecznie informować swoich gości o wynikach działań mających na celu ochronę środowiska.

Carlson Rezidor jest partnerem Green Key od 2009 roku. Inge Huijbrechts dodaje: „Na rynku istnieje mnóstwo oznaczeń ekologicznych. Postanowiliśmy podjąć współpracę z organizacją non profit, aby mieć pewność, że chodzi o pozytywny wpływ na środowisko, a nie o zyski orga-

nizacji certyfikującej. Audyt zewnętrzny jest kluczowym narzędziem umożliwiającym sprawdzanie, czy deklarowane działania rzeczywiście są wdrażane oraz pomagającym hotelom w stałym poprawianiu wyników tych działań”.

JEDNYM Z WYZWAŃ JEST WDROŻENIE ROZWIĄZAŃ PRZYJAZNYCH DLA ŚRODOWISKA TAK, ABY NIE ZAGROZIŁY KOMFORTOWI KLIENTÓW

Ponadto Green Key należy do grupy roboczej, która aktualnie pracuje nad narzędziem do pomiaru wody w hotelach w ramach międzynarodowego partnerstwa branży turystycznej, u boku KPMG i innych członków. To narzędzie dostarczy ujednoliconej metody pomiaru i zgłaszania zużycia wody oraz zarządzania nim.

Jednym ze zmartwień hoteli i biur podróży chętnych, aby wdrożyć rozwiązania oszczędzające wodę jest to, aby działania w tym zakresie nie wpływały negatywnie na wrażenia klientów. Dla Jeanette Birkedal z Danhostel Copenhagen City siłą produktów GROHE jest zapewnianie wydajności bez szkody dla jakości.

„Najlepsze w naszych nowych głowicach prysznicowych jest to, że oszczędzamy wodę i pieniądze, bez negatywnego wpływu na jakość usług świadczonych naszym gościom” – mówi. „Biorąc prysznic, nasi goście nie będą świadomi tego, że zmniejszyliśmy zużycie wody o ponad 50%, a ma to bardzo realny wpływ na nasz budżet, jak i na środowisko naturalne”. Sekretem tego, że głowice i węże prysznicowe GROHE potrafią tak bardzo ograniczyć marnowanie wody, jest ich innowacyjne wzornictwo:

pompując wodę wraz z powietrzem, zapewniają takie samo wrażenie jak stare, mało wydajne prysznice, przy mniejszym zużyciu wody.

Ponadto te udoskonalenia mają nie tylko natychmiastowe skutki – pomagają również w kształtowaniu zrównoważonego rozwoju w długim okresie. Z tej perspektywy marnotrawstwo wody jest problemem nie tylko poszczególnych przedsiębiorstw, ale dotyczy ogólnej kondycji handlu i przemysłu w przyszłości. A to z kolei dotyczy nas wszystkich, ponieważ bez pracowników, miejsc pracy i usług cała infrastruktura jest zagrożona.

Obecnie sytuacja się poprawia. ONZ pomaga, oczekując wdrożenia celów SDG przez państwa członkowskie, a proekologiczne organizacje pozarządowe z branży turystycznej pomagają podmiotom z sektora hotelarskiego i turystycznego we wdrażaniu bezpieczniejszych praktyk niezagrażających ich działalności. Z kolei GROHE współpracuje ze swoimi klientami nad dostarczaniem produktów, które to ułatwią. Jednak na poziomie indywidualnym nadal jest wiele do zrobienia.

Turyści powinni sprawdzać, czy wybrane przez nich zakwaterowanie spełnia standardy zrównoważonego rozwoju, powinni również zwrócić uwagę na własne przyzwyczajenia. Czasami zdarza się, że turyści nadwyrażają lokalne zasoby. W przygotowanym w 2012 roku przez organizację charytatywną Tourism Concern raporcie odnotowano, że turyści na Zanzibarze zużywali 16 razy więcej czystej wody niż lokalni mieszkańcy. Wystarczy pamiętać o zakręcaniu kurków, zgłaszaniu ciekących kranów i zabieraniu wody w butelkach na wycieczki, aby mieć pozytywny wpływ na środowisko, nie przestając cieszyć się z wakacji.

Hotele powinny podejść do problemu wielotorowo: udział w programach akredytacji to jeden krok, ale równie ważne są szkolenia.

Ucząc personel sposobów wykrywania problemów i radzenia sobie z incydentami, hotele mogą wdrożyć najlepsze praktyki do zarządzania swoimi placówkami. Z kolei stosowanie najnowszych technologii oszczędzania wody zapobiega marnotrawstwu, sprzyja oszczędnościom i poprawia wizerunek marki.

STOSOWANIE NAJNOWSZYCH TECHNOLOGII OSZCZĘDZANIA WODY ZAPOBIEGA MARNOTRAWSTWU, SPRZYJA OSZCZĘDNOŚCIOM I POPRAWIA WIZERUNEK MARKI.

W tym zakresie bardzo ważne jest również wzornictwo. To oczywiste, że klienci szukają produktów, które dobrze wyglądają i świetnie działają, jednak na każdym etapie należy również pamiętać o ochronie środowiska. Armatura, która jest przyjemna dla oka, ale nie zmniejsza zużycia wody, stanowi zagrożenie dla działalności firmy. Producenci tacy, jak GROHE są liderami w tym zakresie, a gdy ich produkty zostaną włączone do wydajnych instalacji hydraulicznych i grzewczych, korzyści mogą być znaczące.

„Wierzimy w siłę wody” – mówi Thomas Fuhr. „Dążymy do tworzenia produktów, które doceniają i chronią ten cenny zasób”. Przyjmując taką postawę, zarówno konsumenci, jak i firmy oraz organy rządowe mogą sprawić, że kryzys związany z niedoborem wody przejdzie do historii.

KULTOWE MIEJSCA

TEKST
JOSIA LAMBERTO-EGAN

Monolityczna konstrukcja wśród dzikiej przyrody Ameryki, „zanurzony” budynek na hiszpańskim wybrzeżu i dom na palach w Japonii – odwiedzamy trzy niezwykle miejsca do mieszkania. Wszystkie zostały wybudowane niedawno i stanowią przykład tego, co można osiągnąć, gdy jasno określoną wizję połączy się z wyrobionym okiem do szczegółów. Nic więc dziwnego, że właściciele, wraz z architektami, wybrali armaturę GROHE do swoich łazienek i kuchni

Chłonać światło, dom na pustyni, czyli Black Desert House, niczym cień stoi w miasteczku Yucca Valley w Kalifornii.



ESSENCE
Patrz strona 97

CIEMNA OAZA

Budynek Black Desert House, ze swoim ciemnym kolorem i minimalistycznym wzornictwem, zapewniający panoramiczne widoki piaszczystego kalifornijskiego krajobrazu, jest wyjątkową oazą spokoju dla jego właścicieli

Budynek Black Desert House, zaprojektowany przez pracownię Oller&Pejic z Los Angeles, jest eksperymentem wizualnym na otwartej przestrzeni. Na tle błękitnego nieba i spalonego słońcem pustkowia w kalifornijskim Yucca Valley obsydianowe ściany i agresywne linie chłoną światło niczym antymateria. Wszystko się zgadza, ponieważ właściciele, Marc i Michele Atlan, postawili architektom jedyne ultimatum: stworzyć dom, który wygląda jak cień.

Projektanci zaproponowali dom kontrastujący z surowym krajobrazem, a zarazem pasujący do miejsca, w który miał stanąć. „Potraktowaliśmy cały dom, zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz, jako narzędzie do ukierunkowania percepcji na krajobraz” – zdradza architekt Tom Oller.

W efekcie w 2012 roku powstał dom, który państwo Atlanowie porównują do niewykrywalnego bombowca. Na zewnątrz budynek jest ogromny, a lustrzane okna działają jak urządzenia maskujące, tak perfekcyjnie odbijając pustynię, że duże elementy konstrukcji przestają być widoczne, a patrzący ma wrażenie, jakby widział bezpośrednio dziką przyrodę znajdującą się za szybą. A ponieważ dom jest położony ponad kilometr nad poziomem morza, widoki są rozległe niczym z samolotu.

To sprawia, że dom państwa Atlanów koi zmysły. Szerokie, gładkie powierzchnie elewacji pozwalają oczom odpocząć, a w minimalistycznym wnętrzu na próżno szukać rozpraszających bibelotów. Czarne ściany i podłogi z polerowanego betonu tworzą chłodną, surową atmosferę, którą potęguje fakt, że jedna ze ścian w strefie mieszkalnej została wykuta w surowej skale. W samym sercu budowlę znajduje się prosty, trójkątny ogród idealnie nadający się do samotnej medytacji. Ta nieruchomości, oddalona o wiele kilometrów od innych budynków, jest cudownym azylem. Cisza i poczucie najgłębszego spokoju są tu wszechobecne.

Nietrudno przewidzieć, że wystrój wnętrz również jest subtelny. Otwarta kuchnia z salonem są otoczone szklanymi ścianami, a otaczająca posiadłość pustynia zastępuje tradycyjne dekoracje. Mimo całej prostoty można tu znaleźć kilka wpadających w oko detali. Wśród nich warto wymienić żyrandol Ingo Maurera, „Zettel’z”, w którym typowe kryształowe „łezki” zostały zastąpione notatkami, które wyglądają jakby zostały zapisane przez niespełnionego poetę. Wzrok przykuwa również prosta, a zarazem charakterystyczna armatura GROHE Essence. Te chromowane, zaokrąglone elementy obecne w całym budynku wyróżniają się na tle kanciastych kształtów domu i biorą udział w tworzeniu ogólnej atmosfery.



Pozostając przy tym motywie, architekci zdecydowali się zrezygnować ze wszechobecnej turkusowej farby, jaką można zobaczyć w wielu przydomowych basenach w Kalifornii. Postanowili natomiast wykorzystać ciemny beton, przez co basen wyglądem przypomina górskie źródło, a pobliskie granitowe skały na pustyni sprawiają wrażenie, jakby pięły się w górę.

Otoczenie budynku wygląda surowo, a zarazem zupełnie wyjątkowo i fascynująco – właśnie dlatego tak spodobało się Marcowi Atlanowi. „Jak tylko zobaczyłem to miejsce, każda inna lokalizacja, którą rozważałem, przestała dla mnie istnieć” – mówi. A jeśli dodać do tego oryginalny projekt opracowany przez Oller&Pejic, czy ktoś mógłby się oprzeć magii czarnego domu na pustyni?

ESSENCE

Wyważone i harmonijne baterie z linii Essence – która od czasu zakończenia budowy Black Desert House została odświeżona – doskonale nadają się do kosmopolitycznych wnętrz.

POWRÓT DO WIECZNOŚCI

Budynek House of the Infinite, położony tuż nad brzegiem Oceanu Atlantyckiego w mieście Cádiz, to nowoczesna rezydencja godna starożytnych bogów



RAINSHOWER® CLASSIC
Patrz strona 100

Według andaluzyjskiej legendy miasto Cádiz zostało założone przez Herkulesa. Jeśli ten boski heros żyłby w obecnych czasach, z pewnością zamieszkiwałby dom House of the Infinite – luksusową willę zaprojektowaną przez hiszpańskiego architekta Alberto Campo Baezę.

Minimalistyczna konstrukcja – pojedyncza, prostokątna płyta – powstała w 2014 roku z trawertynu, który jest odmianą wapienia przypominającą biały marmur. Użycie tego materiału jest od-

niesieniem do rzymskich osadników, którzy rozbudowali to miasto prawie dwa tysiące lat temu.

Ponieważ połowa budynku tonie głęboko w pustyni, wygląd posiadłości może kojarzyć się z wykopaliskami archeologicznymi. To wrażenie potęgują trzy wolno stojące ściany na dachu, które wyglądają jak ruiny. Najdłuższa z tych konstrukcji oddziela dom od przechodzących nieopodal ludzi i wy-
cięto w niej kilka wysokich otworów



Zdjęcie: Javier Callejas

na drzwi, przez co całość przywodzi na myśl starożytne greckie świątynie. Według Alberto Campo Baezy ten efekt był zamierzony – projektant wyobrażał sobie ten dom jako „akropol, czyli miejsce, do którego bogowie schodzili, aby porozmawiać z ludźmi”.

Aby zachować wrażenie terenu badań archeologicznych, goście wchodzą do domu przez zagłębione przejście, niejako „zanurzając się” w wapieniu. Na piętrze budynku wzornictwo pozostaje ascetyczne, jednak w bezdyskusyjnie nowoczesnym stylu. Całość ma charakter otwarty, co pomaga w organizowaniu życia społecznego i potęguje wrażenie ogromnej powierzchni mieszkalnej. Patrząc na boki na tym piętrze, można dostrzec koncentryczne przesłony, które tworzą teleskopowy efekt wizualny, zbliżony do iluzji „lustra nieskończoności”. W dachu znajdują się świetliki w formie dużych, zakręcanych tuneli, które wyglądają jakby zostały wyrzeźbione przez fale i dodają surowej bryle nieco fantazji.

Jednak bezsprzecznie najważniejszym elementem w tym pomieszczeniu jest widok na Ocean Atlantycki leżący prostopadle od domu i widoczny przez wysokie od podłogi po sufit okna zajmujące prawie całą zwróconą w kierunku oceanu ścianę o długości 20 metrów. W ciągu dnia pokój jest skąpany w słońcu, co czyni go idealnym miejscem do oddawania hołdu bogu słońca Apollinowi.

Parter, na którym znajduje się kilka sypialni, wychodzi bezpośrednio na plażę. Wystrój wnętrz na tym poziomie jest oszczędny i podkreśla nieprzerwane linie zgodnie ze stylem reszty budynku. Jednak są tu również przedmioty związane z zapewnieniem komfortu, takie jak zestaw dywanów, których na terenie całej posesji jest niewiele. Do pryszniców projektant wybrał armaturę GROHE z linii Rainshower® Classics ze względu na „proste linie i wysokiej jakości wykończenia”, pasujące do całego projektu.

Podobnie jak rzymskie akwedukty, które niegdyś płynęły do Cádiz z kontynentu, armatura zapewnia dostęp do orzeźwiającego strumienia słodkiej wody po długim dniu na brzegu słonego oceanu.

Alberto Campo Baeza wybrał Cádiz jako miejsce budowy tego, jak sam stwierdził „najbardziej radykalnego domu, jaki kiedykolwiek stworzył” ze względu na to, że jest to najstarsze miasto Europy Zachodniej. Na papierze rysunek tak nowoczesnego domu w miejscu przesiąkniętym tradycją może wydawać się megalansem, ale w rękach Alberto w rzeczywistości doskonale wpisał się w otoczenie. House of the Infinite jest bez wątpienia bardzo nowoczesny, jednak emanuje wrażeniem ponadczasowości, dzięki czemu stanowi doskonały hołd dla pozostałości z czasów starożytności.

RAINSHOWER® CLASSIC
Patrz strona 99

Zastosowane w budynku głowice prysznicowe z serii GROHE Rainshower® Classic pasują do nowoczesnych linii posiadłości, a do tego umożliwiają wybór trybu strumienia wody: Jet, Champagne, Rain i DreamSpray.



Zdjęcia: Javier Callejas





Zdjęcie: Toshiyuki Yano

COSTA
Patrz strona 104

DOM WSCHO- DZĄCEGO SŁOŃCA

**Japoński architekt-marzyciel Kimihiko Okada
zmienia fantazję w rzeczywistość**

Według anegdoty pomysł wybudowania Toda House w Hiroszimie powstał, gdy młoda córka pewnej japońskiej pary zapytała, czy mogliby mieszkać w domu, który lewituje w powietrzu. Wykorzystując tę fantazyjną myśl jako bazę, rodzice dopisali listę swoich wymagań. Obejmowały one widok na morze, sklep na poziomie ulicy, miejsce parkingowe i poczucie, że mieszkają w przestronnym i bezpiecznym miejscu.

Wszystko to wydawało się mało prawdopodobne, zwłaszcza biorąc pod uwagę ciasnotę panującą na przedmieściach Hiroszimy. Jednak architekt Kimihiko Okada znalazł rozwiązanie. Toda House – dom, który delikatnie lewituje nad sąsiadami na stalowych palach ustawionych pod śmiałymi kątami sprawiającymi, że konstrukcja

wygląda dość niebezpiecznie. Na dole jest miejsce na samochód i ogród, a panoramiczne okna na wszystkich czterech ścianach zapewniają spektakularne widoki przy wschodach i zachodach słońca. Czasami marzenia się spełniają.

Pomimo imponującego wyglądu najbardziej innowacyjny w Toda House jest układ pomieszczeń. W tym domu kształtem przypominającym wstęgę Möbiusa sufity płynnie przechodzą w ściany, a część dzienna jest niekończącym się ciągiem. Brak tutaj fizycznych ścian działowych, zamiast nich są zmiany poziomu, każda zaznaczona jednym lub dwoma łagodnymi stopniami.

Mieszkańcy Toda House czasami mają wrażenie, że są w pociągu – aby przejść z kuchni do biu-



ra, trzeba najpierw przemierzyć jadalnię i salon. Zgodnie z wizją projektanta te krótkie przechadzki pomagają zwiększyć postrzeganą powierzchnię użytkową domu.

Ze względu na ograniczoną przestrzeń wystrój również jest prosty i oszczędny. Stalowe kolumny są najbardziej wyrazistym elementem wizualnym, wbijając się do wnętrza od spodu domu. Miniaturą ich polerowanych krawędzi są baterie z kolekcji GROHE Costa widoczne w całym domu. Właściciele poszukiwali oryginalnej linii tej armatury, ponieważ spodobała im się równowaga między „futurystycznym wzornictwem i klasyczną formą”.

W domu, w którym nie ma dużej przestrzeni wspólnej, istnieje ryzyko izolacji jego mieszkańców, jednak tutaj okna ułożone w nieprzerwanym ciągu sprawiają, że członkowie rodziny zawsze są dla siebie w zasięgu wzroku. „W miarę jak zmienia się wysokość ściany wewnętrznej” – wyjaśnia Okada – „członkowie rodziny mogą spoglądać na siebie. To zapewnia im poczucie bezpieczeństwa i komfort”.

Mocną stroną domu Toda House jest to, że jest zarówno rozległy, jak i intymny, otwarty na świat, a jednocześnie introspektywny. Harmonizuje również z naturą. Okada nazywa go „ptasim gniazdem”, ponieważ został zbudowany wokół drzewa, które rośnie na środku podwórka.

Budowa zakończyła się w 2011 roku, a dom często jest porównywany do klasycznej modernistycznej willi Savoye Le Corbusiera; w 2012 roku został nagrodzony specjalnym wyróżnieniem przez Architectural Review. Wygląda na to, że Okada idzie śladami swojego mentora, zdobywcy nagrody Pritzker, Ryue Nishizawy. Jeśli będzie dostawał więcej tak wyjątkowych zleceń jak Toda House, rozwój jego kariery jest dość łatwy do przewidzenia.

COSTA Patrz strona 103

Prawdziwy klasyk GROHE: linia baterii Costa pasuje do stalowych elementów Toda House za sprawą minimalistycznego wzornictwa.

Zdjęcia: Toshiyuki Yano





NAJWIĘKSZY LODOWIEC ŚWIATA

Lodowiec Lamberta na Antarktydzie Wschodniej został wpisany do Księgi Rekordów Guinnessa jako największy lodowiec na Ziemi. Choć trudno zmierzyć jego dokładne rozmiary ze względu na to, że ciągle się przemieszcza, według szacunków NASA obejmuje 20 000 kilometrów kwadratowych na długości ponad 400 km. Niektórzy wolą myśleć o lodowcach jako o „rzekach lodu”, ponieważ zachowują się dokładnie tak samo, jak rzeki: lód spły-

wa w dół z większej wysokości. Jednak lodowiec Lamberta jest inny – jego lodospad pochodzi z lądolodu Antarktydy i przepływa na północ w kierunku Lodowca Szelfowego Amery’ego. Oprócz oszałamiającej urody lodowiec jest również ważnym polem badawczym dla naukowców zajmujących się zmianami klimatycznymi, ponieważ nawet najmniejsze zmiany globalnej temperatury mogą mieć ogromny wpływ na przepływy lodowca.