

GROHE MAGAZINE

LUKSUSOWE ŁAZIENKI, KUCHNIE,
ARCHITEKTURA I ARTYKUŁY NA TEMAT WODY
NR 1/2017



KONTAKT Z WODĄ

Jak odpowiednie zarządzanie wodą sprawia, że inteligentny dom staje się jeszcze bardziej funkcjonalny

OPOWIEŚCI Z TOKIO

Pięcioro mieszkańców stolicy Japonii opowiada o roli wody w swoim życiu

BUDUJĄC SPOŁECZNOŚĆ

Jeanne Gang tłumaczy sens funkcjonowania zaprojektowanych przez siebie centrów wioślarskich w Chicago

Pure Freude
an Wasser



ZANIM KROPLA **ZAMIENI SIĘ W POWÓDŹ**

GROHE SENSE: WYKRYWA I ZAPOBIEGA



Michael Rauterkus,
Dyrektor Generalny Grohe AG

SZANOWNI CZYTELNICY!

Woda to życie – i klucz do naszego zdrowia. Dlatego też w tym wydaniu Magazynu GROHE skupiliśmy się na znaczeniu wody w rozmaitych ujęciach. Jest to też powód, dla którego firma GROHE zawsze stara się zapewnić klientom jak najwięcej przyjemności z wody.

Do najnowszych rozwiązań prezentowanych przez GROHE, zaliczają się: aplikacja GROHE Ondus, czujniki GROHE Sense oraz moduł Sense Guard. Wiele się mówi o możliwościach inteligentnego domu, zapewniającego większą kontrolę nad miejscem naszego zamieszkania, jednak większość osób nie zwraca uwagi na potencjał wynikający z zastosowania technologii cyfrowej w kontekście wody. Uważamy, że prezentowane rozwiązania mają przełomowy charakter i znacznie ułatwią życie. Więcej o aplikacji GROHE Ondus i czujniku GROHE Sense można się dowiedzieć z komiksu zamieszczonego na str. 48 oraz z artykułu pt. „Kontakt z wodą” (str. 92), który analizuje wodę pod kątem drzemiącej w niej inteligencji.

Mam jednak więcej dobrych wieści, którymi pragnę się podzielić. Jak niektórzy zapewne już wiedzą, firma GROHE jest częścią grupy LIXIL, światowego lidera w branży sanitarnej. Należące do niej marki, w tym American Standard oraz INAX, cieszą się ogólnoswiatową rozpoznawalnością.

W związku z tym wiele tekstów poświęciliśmy ojczyźnie firmy LIXIL – Japonii. „Opowieści z Tokio” (str. 10) przedstawia sylwetki pięciorga mieszkańców japońskiej stolicy, których praca jest w taki lub inny sposób związana z wodą. W tej samej sekcji można znaleźć wywiad

z architektem Sadao Tsuchiya, który z perspektywy swojej pracy akademickiej oraz roli pełnionej w związku z tokijską wystawą HOUSE VISION (str. 22) omawia przyszłość mieszkalnictwa w miastach (str. 26).

Bycie częścią grupy LIXIL nie tylko otwiera nas na poszukiwania nowych pomysłów w Japonii, lecz także daje możliwość wprowadzania nowych kategorii produktów, jak choćby umywalk i toalet, które prezentuje artykuł pt.: „Połączenie idealne” (str. 30). Jeśli zaś chodzi o tworzenie w łazience strefy odnowy biologicznej zgodnie z międzynarodową kulturą spa, niezbędne inspiracje można znaleźć w artykule omawiającym skandynawskie zwyczaje w tym zakresie (str. 34). Z kolei artykuł pt.: „Sztuka projektowania pryszniców” przedstawia proces powstawania nowego, luksusowego i wytwarzanego ręcznie systemu prysznicowego AquaSymphony. W tym celu przeprowadziliśmy wywiad z Thomasem Fuhrem – osobą odpowiedzialną za produkcję systemu.

Na koniec miło mi poinformować, że zostaliśmy laureatem prestiżowej tegorocznej Nagrody CSR Rządu Federalnego Niemiec. Stanowi ona wyraz uznania podejmowanych przez firmę GROHE starań w zakresie ochrony wody – najcenniejszego zasobu naszej planety – a także zaangażowania na rzecz zrównoważonego rozwoju we wszystkich aspektach naszej działalności. Pozostajemy zawsze wierni naszemu przesłaniu: Water. Intelligence. Enjoyment.

Z poważaniem,
Michael Rauterkus



Winner 2017

SPIS TREŚCI

DOMY PRZYSZŁOŚCI

Tokijska wystawa HOUSE VISION prezentuje możliwe kierunki rozwoju japońskich domów w przyszłości.

22



WIDOK OD ŚRODKA

Sadao Tsuchiya, architekt i dyrektor wystawy HOUSE VISION, dzieli się spostrzeżeniami na temat Tokio, japońskiego budownictwa mieszkaniowego i własnych planów na przyszłość.

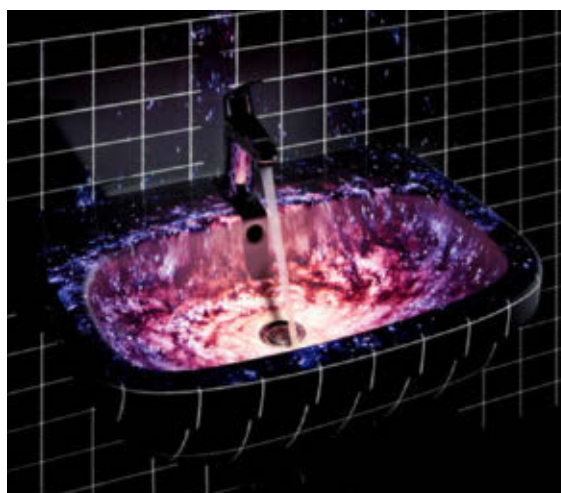


26



10 OPOWIEŚCI Z TOKIO

Od sprzedawcy ryb do barmana: poznaj pięcioro tokijczyków, w których pracy woda pełni ważną rolę.



POŁĄCZENIE IDEALNE

Nowa linia profesjonalnie zaprojektowanych umywałek i toalet GROHE stanowi idealne dopełnienie klasycznych baterii.

30



DOMOWI STRAŻNICY

Komiks o aplikacji GROHE Ondus, czujniku GROHE Sense i module Sense Guard, które wspólnym wysiłkiem chronią dom przed zalaniem.



52

NIEMIECKI LIDER W ZAKRESIE OCHRONY ŚRODOWISKA

Nagroda CSR Rządu Federalnego Niemiec 2017 to kolejne potwierdzenie zaangażowania firmy GROHE w ochronę planety.

42

SZTUKA PROJEKTOWANIA PRYSZNICÓW

System AquaSymphony, ręcznie wytwarzany w zakładzie produkcyjnym w Lahr, to w tej chwili najbardziej luksusowy system prysznicowy GROHE. Thomas Fuhr, Executive Director of Operations w GROHE, przybliży tajniki jego produkcji.



34

54

LONDYŃSKIE TRENDY

Zespół projektowy GROHE relacjonuje pięć najważniejszych trendów wzorniczych, jakie zaobserwował na imprezie London Design Festival w 2016 roku.



SKANDYNAWSKA NATURALNOŚĆ

Inspiracją dla najnowszej linii produktów GROHE SPA była skandynawska kultura spa, której teraz można zasmakować w zaciszu własnej łazienki.

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

ZESPÓŁ GROHE
Michael Rauterkus, Gerhard Sturm,
Michael Seum, Jan Shepherd

**KOORDYNACJA I REDAKCJA CENTRALNA,
KOORDYNACJA MIĘDZYNARODOWA**
Jan Shepherd

WYDAWCA
BBE Group, Berlin
bbe-group.de
Dyrektor Zarządzający: Christian Bracht

REDAKTOR NACZELNY
Hans Bussert

DYREKTOR KREATYWNY
Christian Küper

FOTOEDYTOR
Victoria Gisborne-Land

PODREDAKTOR
Josie Thaddeus-Johns

KOREKTA
Ros Anderson, Gareth Davies

PRZYGOTOWANIE DO DRUKU
Reinhard Hasewend

AUTORZY ARTYKUŁÓW
Gloria Cardona, Clare Davies, Danielle Demetriou,
Harald Erath, dr Jeni Fulton, Ramon Haindl,
Benjamin Hammond, Attila Hartwig,
Josia Lamberto-Egan, Gui Martinez, Yamase Mayumi,
Lauren Oyler, Delphine Saint-Jean

TŁUMACZENIE
Laudert GmbH + Co. KG
Von-Braun-Straße 8, 48691 Vreden
laudert.de

Magazyn GROHE jest tłumaczony na dziesięć języków
i ukazuje się w sześćdziesięciu krajach, a jego roczny
nakład wynosi ponad milion egzemplarzy.

Nie ponosimy odpowiedzialności za niezamówione
teksty i zdjęcia. Pomimo uważnego doboru źródeł
nie gwarantujemy poprawności prezentowanych
informacji.

Zabrania się powielania któregośkolwiek fragmentu
niniejszego magazynu w jakiegokolwiek formie bez
uzyskania pisemnej zgody.

Wszelkie prawa zastrzeżone.



Więcej informacji na temat
najnowszych produktów marki
GROHE można znaleźć w magazynie
»Water. Intelligence. Enjoyment«

60

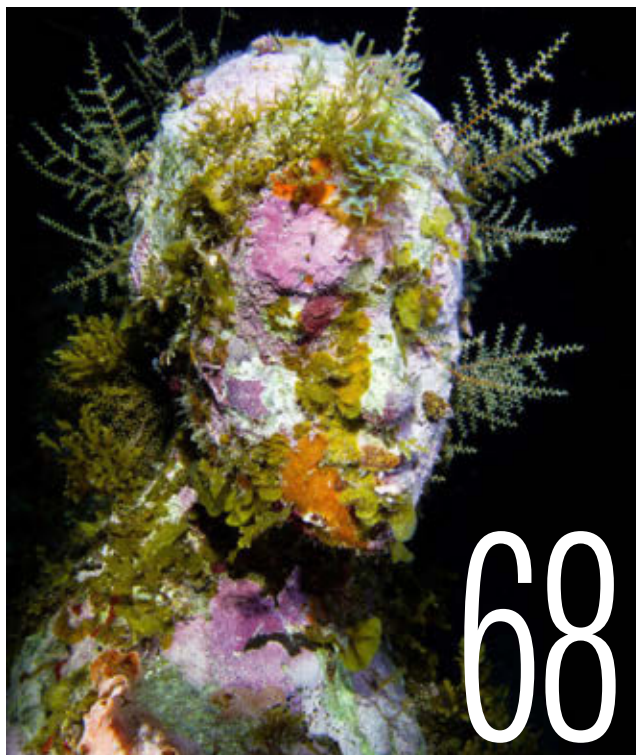
BUDUJĄC SPOŁECZNOŚĆ

Jeanne Gang tłumaczy sens
funkcjonowania zaprojektowanych
przez siebie ośrodków wioślarskich
w Chicago i tłumaczy, na czym polega
dziś bycie architektem.



ZATOPIONY SKARB

Jason deCaires Taylor zatapia na dnie morze stworzone
przez siebie dzieła sztuki, które stają się domem dla
organizmów morskich.





76

LINIA ŻYCIA

Mustafah Abdulaziz wykonuje niesamowite zdjęcia, prezentujące sposób wykorzystania wody w różnych miejscach USA oraz jej wpływ na krajobraz.

PRZEWIDUJĄC NIEPRZEWIDYWALNE

Japońscy projektanci do perfekcji opanowali sztukę zaskakiwania, co prezentujemy na trzech przykładach.



94



PROGNOZA POGODY

Wolnostojący prysznic GROHE Essence zapewnia odrobinę słońca każdego dnia.

84

92

KONTAKT Z WODĄ

GROHE wprowadza funkcję zarządzania wodą w ramach inteligentnego domu.



106

NA WODZIE GOTOWANE

Przygotuj wyjątkowy deser, używając wody przefiltrowanej przez system GROHE Blue Home.



WYPRÓBUJ JĄ SAM! WIĘCEJ INFORMACJI NA STRONIE **WWW.ARENA.GROHE.PL**

Pure Freude
an Wasser



ZMIANA.

ODMIENĆ SWOJE CODZIENNE ZYWCZAJE
NOWA TOALETA MYJĄCA **GROHE SENSIA ARENA**



ICO 2
NIC 0
AWA 1
RDS 6

product
best of best



Stragany rybne na tętniącym życiu targu Tsukiji w Tokio

W stolicy Japonii każdy – od mistrza ceremonii picia herbaty po sprzedawcę ryb – rozumie, jak ważną rolę w codziennym życiu pełni woda.

OPOWIEŚCI Z TOKIO

TEKST: DANIELLE DEMETRIOU

FOTOGRAFIA: GUI MARTINEZ

Filiżanka aromatycznej herbaty z cytrusową nutą. Małże prosto z morza. Wywar rybny gotujący się w garnku. Gorące łaźnie komunalne. Delikatny koktajl o harmonijnym smaku. Wszystko to należy do codziennych obrazów życia w Tokio – miasta mieniącego się feerią barw. I choć powyższe zestawienie może się wydać przypadkowe, to wszystkiewymienione elementy łączy jedno: woda.

Stolica Japonii jest znana z wielu rzeczy, choćby wysokich drapaczy chmur, tłumów pracowników biurowych, czy rozpiływającego się w ustach sushi, ale akurat skojarzenie z wodą nie przyszłoby na myśl zbyt wielu osobom. Jeśli jednak przyjrzeć się dokładniej, nie zatrzymując się jedynie na nowoczesnym obliczu miasta, to okazuje się, że codzienne życie mieszkańców przenika głęboki, charakterystyczny dla Japonii szacunek do wszystkiego, co wiąże się z wodą. Można to zauważyć choćby w skrytych w cieniu wieżowców świątyniach szintoistycznych, czy w cichych, zielonych alejkach, gdzie po przejściu przez czerwone bramy torii, odwiedzający myją dłonie wodą z bambusowych kubków, żeby oczyścić ich ciało i umysł. Znamienne jest również to, że położone nad Zatoką Tokijską miasto znane jest nie tylko z punktualnej komunikacji, bezpieczeństwa i porządku, lecz także niezwyklej czystości (co przy ponad trzynastu milionach mieszkańców stanowi nie lada sukces).

Obrazki z codziennego życia w mieście przedstawione poniżej, pozwalają nieco lepiej zrozumieć znaczenie wody dla ludzi mieszkających i pracujących w Tokio.

WŁAŚCICIEL SKLEPU RYBNEGO, GODZ. 6.00

Shigeru Suzuki zwykle wstaje jeszcze przed dźwiękiem budzika – być może dlatego, że od pięćdziesięciu lat każdy dzień rozpoczyna w taki sam sposób. Ten 68-letni właściciel sklepu rybnego budzi się punktualnie o szóstej rano, czyli jeszcze przed wschodem słońca, wsiada w samochód i jedzie na Tsukuji, czyli największy targ rybny na świecie. Mijając niezliczone rzędy smakołyków wyłowionych z morza, rozmawia ze znajomymi i współpracownikami, po czym przywozi towar – około tony ryb – do swojego sklepu „Yamaya”, gdzie podłoga wciąż jest pokryta pomarańczowymi kafelkami w starym stylu, a ryby wyłożone pod zieloną markizą czekają na klientów, w dużej części statycznych.

„Dzisiaj można u nas kupić ryby wakasagi, małże asari

z Kumamoto o sardynki iwashi z Mie” – wyjaśnia. „Asortyment zmienia się w zależności od pory roku. Wiosną często sprzedajemy makrele saba z Aomori, a latem – strzępiele z Hyogo”.

Działający od 62 lat sklep jest interesem rodzinnym, obecnie prowadzonym przez drugie pokolenie właścicieli: pana Suzuki wraz z żoną Toshie (dziś ma na sobie koszulkę z napisem „uśmiech szczęścia”) oraz jego brata i bratową. „Doskonały smak naszych ryb zawdzięczamy licznym rzekom w Japonii” – dodaje. „Spływając z górskich lasów, zabierają ze sobą składniki odżywcze, które trafiają do morza. Dzięki temu ryby smakują inaczej, bardzo czysto”.



Shigeru Suzuki na tle swojego sklepu rybnego, gdzie można kupić makrele saba i strzępiele z Hyogo

小車 7:00~10:30・ターレット 6:30~11:00

(株)

五

毒乙



名

五

事出有因



1



SZEF KUCHNI ŚNIADANIOWEJ, GODZ. 10.00

W przytulnej, utrzymanej w stylu retro restauracji Breakfast Club położonej w pełnej kanałów dzielnicy Nakameguro, z baterii kuchennej korzysta się nieustannie. Luli Shioi – szefowa kuchni – oraz jej pracownicy, od rana do nocy myją warzywa, napełniają garnki i płuczają ryż, przygotowując potrawy dla klientów w różnym wieku, którzy przez cały dzień napływają tu stałym strumieniem. „Podajemy zarówno japońskie, jak i zachodnie potrawy przygotowane w tradycyjny sposób” – wyjaśnia pani Shioi, młoda duchem pięćdziesięciokilkulatka, która restaurację otworzyła w grudniu.

„Można u nas zjeść śniadanie z jajkiem i kiełbaskami, ale też japońskie dania z ryżem i zupą miso”.

Jeśli chodzi o japońską część jadłospisu, niezbędne jest codzienne przygotowanie dziesięciu litrów bulionu rybnego *dashi*.

„Na noc zostawiam wodorosty *kombu* do namoczenia w dużym garnku, a nazajutrz rano wszystko podgrzewam, wyjmuję *kombu*, dodaję dużo płatków rybnych bonito, namaczam je i odcedzam” – mówi pani Shioi. „Uwielbiam robić *dashi*. W tym mieście życie toczy się szybko, wszystko kupujemy w gotowej formie i mało kto przygotowuje bulion w domu. Jednak ja to naprawdę lubię. Czuję się niczym japońskie babcię, które niegdyś robiły go dla całej rodziny. *Dashi* to niezwykle ważny składnik kuchni japońskiej, tradycyjnie stosowany do wszystkich rodzajów potraw, od mięs, przez warzywa, aż po zupy. Jakość wody jest tu więc bardzo istotna” – dodaje. „Używam filtrowanej wody z baterii kuchennej, która sprawdza się całkiem dobrze. Kiedyś ugotowałam *dashi* w Paryżu, ale smak był dziwny – prawdopodobnie właśnie z powodu wody.”



Bulion rybny *dashi* przygotowany przez Luli Shioi w restauracji Breakfast Club.





Dla starszych klientów łaźnia *seno* prowadzona przez Kumiko Yamazaki służy za miejsce spotkań.

SENTO OWNER 14.30

Kumiko Yamazaki właśnie coś liczy na swoim różowym kalkulatorze, siedząc w niewielkiej, przytulnie urządzonej recepcji, ozdobionej czerwonymi zawieszkami i wazonikiem ze sztucznymi różami. Na ladzie stoją też buteleczki z szamponem. „67 lat” – oświadcza. „Rodzice kupili tę łaźnię w 1950 roku, a od czterdziestu lat prowadzę ją wspólnie z mężem”.

Japoński szacunek do wody nie ogranicza się tylko do jej picia. W dzisiejszym Tokio ważną rolę odgrywają także łaźnie. Widać to zresztą po kolejce klientów czekających na otwarcie w holu publicznej łaźni *seno* Matsunoyu w dzielnicy Waseda.

„Większość naszych klientów ma w domu łazienkę” – mówi 63-letnia pani Yamazaki – „jednak przychodzą tu,

by mieć więcej miejsca na relaks. Ważny jest też aspekt społeczny.”

Utrzymana w klasycznym stylu *seno*, łaźnia jest podzielona na strefy dla kobiet i mężczyzn. Znajdziemy tu rzędy kraników do kąpeli, wanny napełnione wodą o temperaturze 42 stopni, dwupoziomowy sufit i kolorowe kafelki przedstawiające ptaki w locie. „Kiedyś ogrzewaliśmy wodę zrębkami drzewnymi, ale ze względu na dym dwadzieścia jeden lat temu przeszliśmy na gaz” – dodaje pani Yamazaki, obsługując klientów, głównie starszych, którzy podchodzą do lady, by zapłacić za wizytę. Dziennie łaźnię odwiedza około trzystu osób. „Przez lata liczba *seno* spadła, ale w tej okolicy jest ich wciąż dużo. Wiele osób wciąż sobie ceni taką formę przebywania z innymi” – dodaje.



Miękka, naturalna woda mineralna ze źródła *onsen* w Kagoshimie pozwala zaparzyć idealną herbatę.

MISTRZ HERBATY, GODZ. 17.00

Wczesne popołudnie to w tokijskim świecie picia herbaty niemalże godziny szczytu, jednak w pewnej herbaciarni panuje wtedy atmosfera równie spokojna, co minimalistyczny wystrój jej wnętrza. Niewielki, utrzymany we współczesnym stylu lokal Sakurai Japanese Tea Experience znajduje się na piątym piętrze budynku Spiral w dzielnicy Aoyama. Wszystkie czynności związane z przygotowywaniem i picem herbaty celebrytuje się tu w perfekcyjnie skomponowanej przestrzeni zaprojektowanej przez studio Simplicity. Dominuje naturalne drewno, szkło i miedź oraz kształty o czystych liniach. Centralną figurę stanowi tu Shinya Sakurai, 37-letni mistrz herbaty i były barman, który za ladą z krzesłami dla ośmiu osób przeprowadza ceremonię picia herbaty we współczesnym wydaniu. Na jednym końcu lavy znajdziemy niewielką miedzianą umywalkę, zaś po drugiej stronie rozpościera się widok na miasto, który można podziwiać przez okna zajmujące całą ścianę. Sakurai podróżuje po całej Japonii w poszukiwaniu

odpowiednich składników. Podaje herbaty zwykłe, mieszane i palone (te ostatnie prażąc samemu w lokalu). Po przygotowaniu rozgrzewającej, zimowej mieszanki herbat zielonych z cytrusową nutką owoców kinkan i zakończeniu hipnotyzującego rytuału podgrzewania i nalewania wody wyjaśnia:

„Opieramy się na koncepcji pięciu żywiołów, przy czym jeśli chodzi o robienie herbaty, to najważniejszym z nich jest woda. Dziennie zużywamy trzydzieści litrów wody mineralnej z naturalnego gorącego źródła z południa Kagoshimy. To woda niezwykle miękka, dająca pełny i harmonijny smak. Eksperymentowałem z różnymi rodzajami wody, ale ta twarda nie pozwalała wydobyć odpowiedniego zapachu, aromatu i smaku umami”.

Sam Sakurai rozpoczyna każdy dzień od wypicia szklanki przefiltrowanej wody z baterii kuchennej. „Woda oznacza oczyszczenie. Istotne jest także połączenie herbaty i natury” – dodaje.





BARMAN, GODZ. 21.00

Gdy nad linią tokijskich budynków zachodzi słońce, do życia budzi się inna, nocna strona miasta.

Wie o tym Rogerio Igarashi Vaz, czterdziestodwuletni Japończyk o brazylijskich korzeniach, który pracuje w lokalach Bar Trench oraz Bar Tram w dzielnicy Ebisu, gdzie raczy gości wyszukаныmi koktajlami. Po wejściu do Bar Trench uderza widok niewielkiego, lecz wysokiego wnętrza, czarne ściany i niecodzienne elementy wystroju – od drobnych przedmiotów w kształcie ananasa po filizanki do herbaty z lat 50. Każda pozycja we wciąż ewoluującym menu opowiada jakąś historię. Tak jest na przykład z koktajlem o nazwie „Dzień, w którym zatrzymała się Ziemia” (pisco, wytrawny wermut, nalewka z buraków, limonka, jogurt i ocet balsamiczny), inspirowanym filmem science-fiction o tym samym tytule. Można tu też spróbować ponad dwudziestu gatunków absyntu, podawanego w klastycznym stylu i nalewanego ze szklanego dozownika sprowadzonego ze Szwajcarii.

Igarashi, którego kamizelka, wąsy i nienaganne maniere stanowią idealne dopełnienie tego miejsca, podkreśla znaczenie jednej rzeczy: lodu. „Bardzo ważna jest tu jakość wody” – tłumaczy. „Lód kupujemy w blokach z fabryki w Ibaraki. Dziennie zużywamy dwanaście kilogramów. Gdy do nas trafia, zostawiamy go w zamrażarce na jeden dzień, żeby dostosował się do temperatury, a potem obrabiamy go nożem. Ten etap bywa trudny: zbyt miękki lód topi się rękach i wyslizguje, zaś zbyt twardy trudno ciąć prosto i jest zbyt kruchy.”

Okazuje się, że także w przypadku absyntu woda odgrywa ważną rolę. „Picie absyntu z wodą pozwala odkryć wiele nowych smaków. Staramy się używać wody, która nie jest zbyt twarda i zmineralizowana, ani nie ma zbyt ziemistego posmaku” – dodaje. „Podejście do wody w Japonii różni się trochę od tego reprezentowanego przez Brazylijczyków. Tutaj ludzie są wdzięczni za wszystko, co – jak woda – pochodzi z natury”.



Lód rzeźbiony przez Rogerio Vas Igarashiego w kostki musi mieć idealną temperaturę.

DOMY PRZYSZŁOŚCI

Wystawa HOUSE VISION w stolicy Japonii pokazuje, że w przyszłości domy będą łączyły w sobie tradycję i technologię.



TEKST: JOSIA LAMBERTO-EGAN



Tylko w Tokio. Gdzie indziej w upalny letni dzień można znaleźć tysiące osób czekających w długiej kolejce na prezentację „domów jutra”?

Za wystawą HOUSE VISION stoi Kenya Hara – dyrektor artystyczny w firmie Muji – oraz Sadao Tsuchiya, którzy stworzyli zespoły złożone ze znanych japońskich architektów i dużych producentów. Każdy zespół miał proste zadanie: zbudować dom pokazujący, jak będziemy mieszkać w najbliższej przyszłości. Wystawa odbyła się pod hasłem „WSPÓŁ-DYWIDUALNOŚĆ” i miała na celu znalezienie odpowiedzi na niektóre z najważniejszych problemów, z jakimi boryka się Japonia, w tym problem rosnącego dystansu między mieszkańcami miast i wsi, między starszym i młodszym pokoleniem, między tradycją i awangardą.

Uczestnicy zaproponowali szereg wizji – od radykalnie futurystycznego mieszkania, którego wyposażenie ograniczało się do okularów wirtualnych, po kojący ogród z pięknymi klonami i stawami. Różnorodność projektów odzwierciedlała różnorodność samego Tokio, gdzie automaty do gier otaku i świątynie Shinto przyciągają podobną liczbę ludzi.

Ucieleśnieniem równowagi między nowoczesnością a funkcjonalnością był „Otwarty dom ze skondensowanym centrum” autorstwa Shigeru Bana, opracowany we współpracy z LIXIL. Ban, będący laureatem nagrody Pritzкера z 2014 roku, w charakterystyczny dla siebie sposób zastosował papierowe ściany, by stworzyć lekką konstrukcję zewnętrzną domu, którą można podnieść jako całość. We wnętrzu domu wykorzystano zaprojektowany przez LIXIL, odwrócony system rur wodno-kanalizacyjnych, które prowadząc przez dach, skupiają się w tzw. „life core”. Gdzie rury z jednostki kuchennej-fazienkowej, nazwanej „Centrum życia” wychodzą przez dach do góry. „O potencjalne tej koncepcji decyduje właśnie integracja instalacji LIXIL, systemu wentylacyjnego oraz sprzętu elektrycznego” – mówi Ban. Brak rur podpodłogowych oznacza, że „mokre” części domu można zlokalizować niemal w dowolnym miejscu, co zapewnia

Wystawa HOUSE VISION we współpracy z partnerami branżowymi, w tym firmą LIXIL, zaprezentowała doskonałość japońskiego wzornictwa.



Mechanicznie sterowane okna nadają projektowi otwartego charakteru, od którego zresztą wzięła się nazwa.

niespotykaną dotąd swobodę podczas projektowania czy remontów.

Zdaniem twórców, system ten pozwoli przystosowywać budynki do różnych funkcji, umożliwiając na przykład zmianę biur w mieszkania, czy też dostosowywanie konstrukcji do warunków miejskich lub wiejskich.

Wielu innych projektantów także skupiło się na budownictwie wielofunkcyjnym oraz zbliżeniu miasta i wsi. Studio Aelier Bow-Wow wspólnie z firmą Muji przygotowało konstrukcję, która może służyć zarówno za domek na polu ryżowym, jak i biuro, co ma zachęcać osoby pracujące zdalnie dla firm działających w miastach do sezonowej uprawy ryżu. Z kolei Go Hasegawa oraz Airbnb stworzyły pensjonat zaprojektowany z myślą o wiejskim charakterze Yoshino. Wykonany z popularnego w regionie drewna cedrowego w założeniu ma przyciągać młode osoby w miejsca cierpiące z powodu „ucieczki młodych”, a jednocześnie pełnić funkcję centralnego miejsca spotkań dla miejscowej ludności, której wciąż ubywa.

W wielu przypadkach współpraca pozornie słabo dobranych par architektów i producentów doprowadziła do przetłomowych pomysłów. W projekcie „Otwartego

domu”, znany z zamiłowania do prostych materiałów Shigeru Ban sprytnie wykorzystał innowacyjne rozwiązania technologiczne opracowane przez LIXIL. Wielkie, mechanicznie sterowane okna (jedno można podnieść, tworząc chroniony przed deszczem ganek, a drugie można uchylić na bok) pozwalają całkowicie otworzyć jedną ścianę domu. Projekt stanowi też przykład technologii, która naśladuje tradycję, bowiem szkło może tu imitować efekt półprzepuszczalności światła, który jest charakterystyczny dla tradycyjnych paneli z papieru ryżowego. Architekt w pełni wykorzystał zalety zaawansowanych rozwiązań technologicznych oferowanych przez LIXIL. „Wspólnie opracowaliśmy system, który nawet na małej przestrzeni daje poczucie dużej otwartości na otoczenie budynku”.

W całym Tokio budynki użyteczności publicznej projektuje się z myślą o „wielkich rozwiązaniach”. Jednak dla autorów wystawy HOUSE VISION tokijskie zamiłowanie do nieustannych eksperymentów projektowych oznacza, że miasto to jest idealnym laboratorium, w którym można na nowo przemysśleć relacje między społeczeństwem i domami. „Dom” – wyjaśniają – „stanowi skrzyżowanie różnych branż (...) idealną platformę do projektowania koncepcji dotyczących przyszłości”.



Opracowane przez LIXIL „Centrum życia” stanowi optymalne połączenie głównych funkcji potrzebnych w domu.



WYWIAD: YAMASE MAYUMI
FOTOGRAFIA: GUI MARTINEZ

WIDOK OD ŚRODKA

Sadao Tsuchiya, architekt przyszłości, opowiada, jak będzie wyglądało Tokio jutra.

Dom to nie tylko miejsce do spania: to przestrzeń, w której możemy naprawdę być sobą. Po tym właśnie można poznać, że jesteśmy u siebie w domu. Nikt nie wie o tym lepiej niż Sadao Tsuchiya, założyciel firmy Urban Lifestyle Lab i dyrektor wystawy architektonicznej HOUSE VISION. Wszystkie projekty, w które się angażuje, dostarczają refleksji nad tym, jak mieszkamy obecnie, i jak będziemy mieszkać za dziesięć, dwadzieścia czy pięćdziesiąt lat. Na przykład wystawa HOUSE VISION, której pomysłodawcą jest Kenya Hara, dyrektor artystyczny w firmie Muji, a której druga edycja odbyła się w 2016 roku, składała się z dwunastu projektów architektonicznych, będących wizją niedalekiej przyszłości. Projekty te nie tylko prezentowały budynki jutra, lecz także brały pod uwagę problemy społeczne i kwestie związane ze stylem życia. Z panem Tsuchiya rozmawiamy o przyszłości budownictwa mieszkaniowego w Tokio oraz o tym, dlaczego planuje pracować do końca życia.

GROHE

Jak został pan architektem przyszłości?

Sadao Tsuchiya

Tematyką tą zainteresowałem się za sprawą ojca, który był inżynierem budowlanym. Studiowałem architekturę w Tokio, a potem przez pięć lat kontynuowałem swoją edukację we Włoszech. Po powrocie odniosłem wrażenie, że japońskie domy w porównaniu do europejskich pozostawiają naprawdę sporo do życzenia. Dziś uważam, że miasta europejskie są piękne, za to w japońskich żyje się przyjemniej. Chciałbym znaleźć sposób na połączenie piękna i przyjemności.

G W jaki sposób analizuje pan wpływ stylu życia na budownictwo mieszkaniowe?





ST Dom jest złożonym produktem, tworzonym przy użyciu różnych usług i technologii. W każdej kulturze znajdziemy zwyczaje i zachowania, z których ludzie w ogóle nie zdają sobie sprawy. Dotyczy to choćby sposobu spożywania posiłków, oglądania telewizji czy gotowania. Ciekawi mnie, w jaki sposób te zachowania wynikają z historycznych, religijnych i gospodarczych uwarunkowań danej kultury. Staram się zrozumieć, jak styl życia przekłada się nasze domy i miasta. W swojej pracy nie mogę się skupiać wyłącznie na budownictwie mieszkaniowym – muszę czerpać także z innych dziedzin.

G Czy na budownictwo mieszkaniowe w Japonii wpływają jakieś konkretne problemy gospodarcze?

ST Japonia boryka się ze znacznym spadkiem liczby ludności. Jednocześnie nasze społeczeństwo coraz bardziej się starzeje. Ponad trzydzieści procent Japończyków żyje samotnie, a ponad jedna czwarta skończyła już sześćdziesiąt pięć lat. Nie chcę jednak, by ludzie bali się przyszłości. Pragnę tylko pokazać, czego możemy się spodziewać i jak możemy mieszkać w przyszłości.

G Jak scharakteryzowałby Tokio jako miasto?

ST Tokio jest miejscem bardzo chaotycznym i aktywnym, w którym panuje nadmiar informacji. Znajdziemy tu ogrody warzywne, biurowce, centra handlowe... Natomiast nie ma tu żadnych granic. To miejsce nieustannej komunikacji i wymiany. Niewiele miast na świecie może się pochwalić tak licznymi wystawami i wydarzeniami. Poza tym mało gdzie mieszkańcy spotykają się z innymi pięć lub sześć razy dziennie.

G Wiele osób poszukuje ciekawych pomysłów na mieszkania przyszłości właśnie w Tokio. Z czego to wynika?

ST Życie toczy się tu bardzo szybko: w jednej chwili możemy z kimś rozmawiać przez Internet,

za chwilę – rezerwujemy lot do Malezji, a następnego dnia lecimy tam, by spotkać się z rozmówcą osobiście. Tokio reprezentuje ekstremalną wersję „futurystycznego” stylu życia. Ciekawi mnie też to, jak japońskie korporacje mogą promować swoje koncepcje zagranicą. Często brakuje im z góry przygotowanej strategii wprowadzenia oferowanych produktów i usług w odmiennych realiach kulturowych. Moim zdaniem przed rozpoczęciem działalności na nowym rynku należy poznać miejscową kulturę. Ponieważ japońskie społeczeństwo pod wieloma względami się kurczy, liczę na to, że Japonia będzie w stanie zrobić więcej – zwłaszcza w rozwijających się rejonach Azji.

G Jak pańskim zdaniem zmieni się przestrzeń życiowa w Tokio?

ST Tutejsza sytuacja mieszkaniowa już się zmieniła. Po 2000 roku społeczeństwo zaczęło przywiązywać większą wagę do indywidualizmu, a smartfony stały się ważną częścią naszego życia. Teraz mamy dostęp do Sieci przez całą dobę i w każdym miejscu. Nawet w trakcie rodzinnego obiadu możemy być połączeni z wirtualną wersją siebie. To ewolucja. Ze względu na tę zmianę w naszej przestrzeni prywatnej coraz większą wartość ma przestrzeń wspólna. Zwłaszcza po trzęsieniu ziemi z 2011 roku Japończycy zapragnęli wzmocnienia więzi społecznych i większego poczucia intymności. Znalazło to odzwierciedlenie w sposobie projektowania domów. Nastąpił na przykład wzrost popularności otwartych kuchni oraz pomieszczeń wielofunkcyjnych, gdzie może przebywać cała rodzina. Zmianie może ulec także przestrzeń do spania, choćby ze względu na osoby takie jak ja, spędzające w domu tylko dwa dni w tygodniu.

G Co sprawia panu przyjemność?

ST Robię własne meble. Traktuję to jako uzupełnienie pracy zawodowej, ale też jako hobby. Sam zrobiłem zabudowę do swojej kuchni! Jednak moim przeznaczeniem jest praca: kocham to, co robię. Nie chciałbym przechodzić na emeryturę. Może każdy powinien tak spróbować?

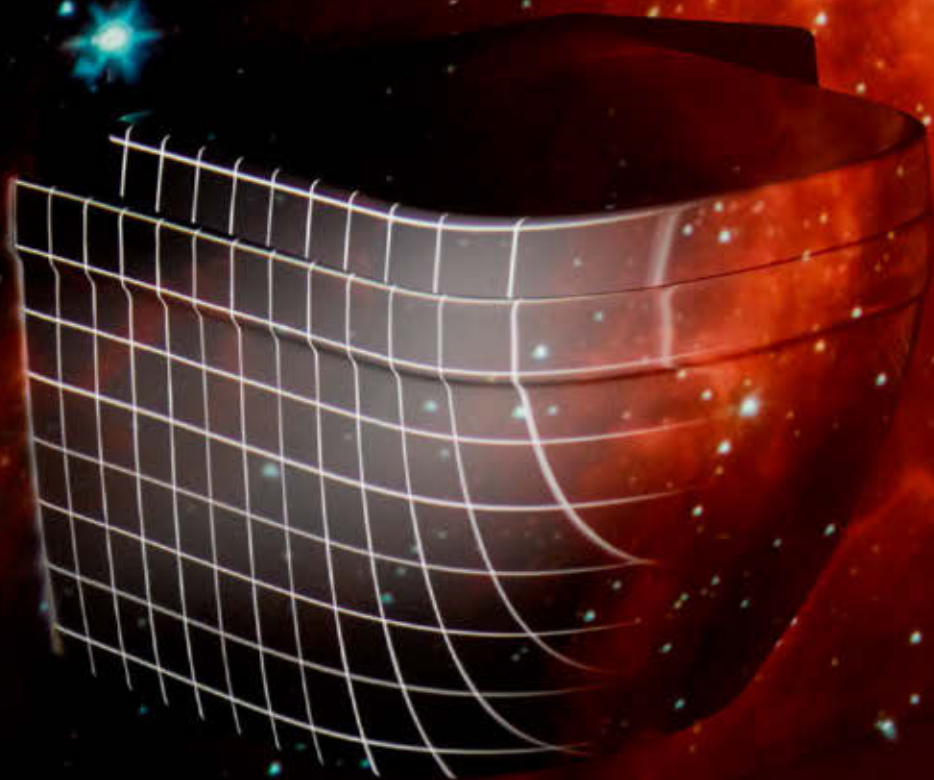
G W takim razie co robi pan w wolne dni?

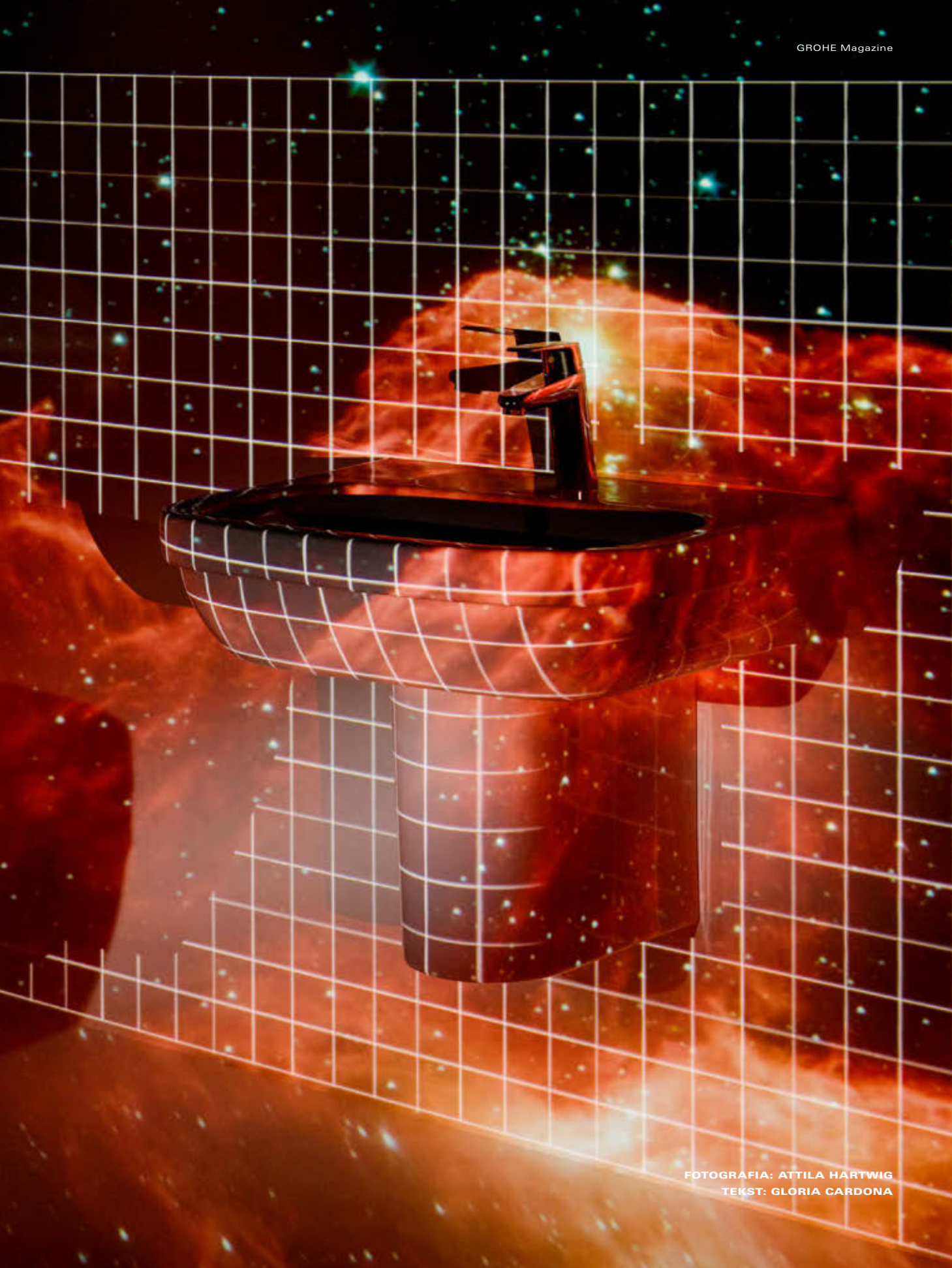
ST Nie mam „wolnych dni”! Moim zdaniem w dzisiejszych czasach nie ma sensu przeznaczać dwóch dni – soboty i niedzieli – na odpoczynek. Nie myślę w kategoriach dni, tylko godzin. Na przykład lubię wędkarstwo, więc jeśli akurat jestem na wsi, to rano idę na ryby. Staram się łączyć czas wolny z pracą.

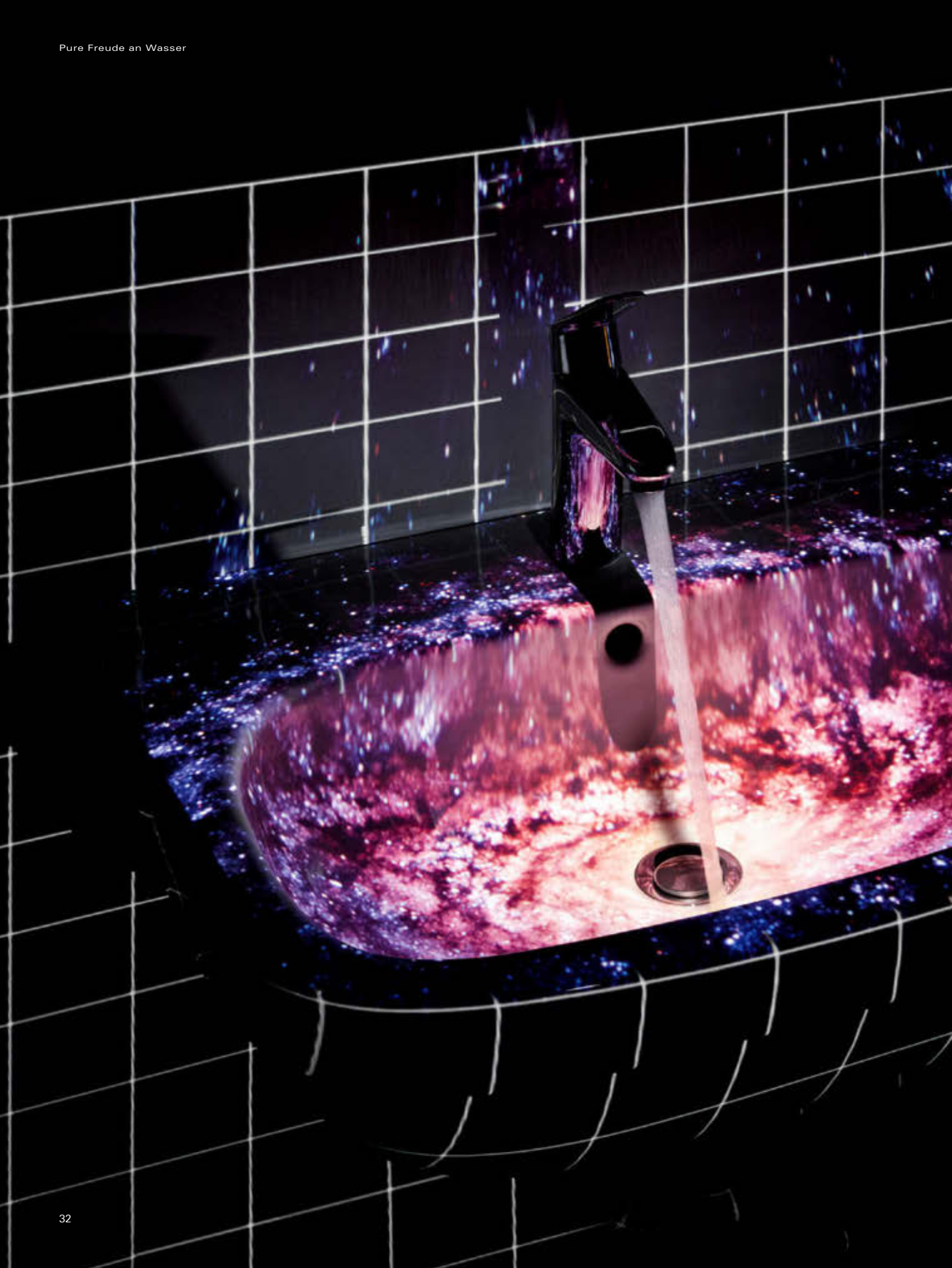


POŁĄCZENIE IDEALNE

Profesjonalnie zaprojektowane kolekcje ceramiki
sanitarnej GROHE ułatwiają znalezienie idealnie
dopasowanych produktów.







Firma GROHE – lider rynku armatury wysokiej jakości – prezentuje nową linię ceramicznych wyrobów łazienkowych w postaci trzech kolekcji: Bau, Euro oraz Cube. Każda z nich oferuje produkty idealnie dopasowane do odpowiadających im linii baterii, pryszniców i systemów sanitarnych. GROHE jest częścią japońskiej grupy LIXIL, co pozwala jej korzystać z szerokiego doświadczenia wzorniczo-technologicznego obu tych firm. Efekt jest lepszy, niż kiedykolwiek wcześniej: zespół projektowy GROHE zapewnił idealne dopasowanie ceramiki oraz armatury zarówno pod względem estetycznym, jak i funkcjonalnym. Gwarantuje to na przykład, że pomiędzy baterią a umywalką znajdzie się wystarczająca ilość miejsca, a strumień wody będzie spadał na umywalkę pod optymalnym kątem, nie powodując rozpryskiwania wody podczas mycia rąk. Najlepsze jest jednak to, że nabywając dopasowaną ceramikę i armaturę, nie trzeba już polegać na metodzie prób i błędów podczas tworzenia swojej wymarzonej łazienki. Teraz wystarczy podjąć jeden wybór, a wyborem tym jest GROHE.

Ceramika z linii GROHE Bau cechuje się wszechstronnością oraz nowoczesnym charakterem i stanowi świetną propozycję dla wszystkich profesjonalnych inwestycji. Łagodnie zaokrąglane kształty idealnie pasują do każdej łazienki. I choć wzornictwo tej kolekcji charakteryzuje się prostotą, technologia wykonania zdecydowanie należy do zaawansowanych: wszystkie toalety ceramiczne Bau mają konstrukcję bez kołnierza i zostały wyposażone w miękko opadającą klapę, którą można szybko podnieść.

Kolekcja ceramiki Euro stanowi idealne dopełnienie każdej baterii z linii GROHE Euro. Wszystkie umywalki oraz toalety z tej kolekcji wykorzystują innowacyjne technologie ProGuard i HyperClean, mają kompaktowe rozmiary i zostały zaprojektowane pod kątem maksymalnego wykorzystania przestrzeni, dzięki czemu świetnie się sprawdzają w niewielkich łazienkach.

Z kolei ceramikę z kolekcji Cube wyróżniają wyrafinowane wzornictwo oraz czyste, wyraźnie zdefiniowane linie, podążające za kształtem prostopadłościanu, zaś spore rozmiary doskonale odpowiadają potrzebom współcześnie projektowanych łazienek. Ponadto w produktach z linii Cube zastosowano higieniczną powłokę z technologiami AquaCeramic i HyperClean, zaś toalety bez kołnierza wykorzystują technologię splukiwania Triple Vortex.

Umywalki Euro

Umywalki te w połączeniu z odpowiadającymi im bateriami gwarantują brak rozpryskiwania się wody podczas mycia rąk.



Toalety Euro

Oferują bezkołnierzową konstrukcję oraz powłokę higieniczną z technologiami ProGuard i HyperClean. Idealnie dopełniają wszystkie inne produkty z linii Euro.



SKANDYNAWSKA NATURALNOŚĆ

Regeneracja, odnowa, odprężenie... Dzięki GROHE SPA we własnym domu można posmakować skandynawskiego luksusu.

TEKST: CLARE DAVIES

Atrakcyjność mieszkańców Skandynawii nie ulega wątpliwości. Po części zawdzięczają ją naturalnemu pięknu otoczenia, w którym żyją. Norweskie fiordy, islandzkie pola wulkaniczne, mroźny klimat szwedzkiej Laponii oraz wietrzne wybrzeże Danii dają olbrzymie możliwości w zakresie poprawy zdrowia i ogólnego samopoczucia.

W górzystych regionach Skandynawii znaleźć można liczne ośrodki, w których stosuje się tradycyjne, a przy tym niezwykle skuteczne metody odnowy biologicznej. Sprzyjają one zachowaniu zdrowej cery oraz dobrego samopoczucia fizycznego i być może to właśnie w nich tkwi sekret dobrej kondycji i świeżego wyglądu mieszkańców Skandynawii. Dzięki linii GROHE SPA z dobroczynnego działania skandynawskich spa mogą teraz korzystać nie tylko osoby zamieszkujące północ Europy.

Klasyczna koncepcja skandynawskiego spa zakłada trzy etapy, z których pierwszy polega na stymulacji układu krążenia i zwiększeniu rzutu serca przez rozgrzanie ciała.

Tu szczególnie skuteczne są fińskie sauny dymne, ogrzewane drewnem. Sprawiają one, że krew płynie intensywniej, a jednocześnie pozostawiają na skórze aromat dymu drzewnego. Jeśli chcemy się naprawdę wypocić, można połączyć wodę ustawioną w saunie z gorącymi kamieniami, a powstała w ten sposób para wodna, po zwana po fińsku *löyly*, gwałtownie podniesie wilgotność powietrza. Jeszcze większą intensywność zabiegu zapewniają brzoźowe witki zwane *vihta*, którymi lekko uderza się ciało w celu rozluźnienia zmęczonych mięśni.

Następnie w celu zamknięcia otwartych przez wysoką temperaturę porów należy się zanurzyć w zimnej rzece, wejść pod wodospad lub nawet schłodzić się w śniegu, co uśmierza stany zapalne i wzmacnia system odpornościowy. Ostatni etap to faza rozluźnienia, która powinna trwać co najmniej dwadzieścia minut. W skandynawskich spa zwykle polega ona na masażu szwedzkim, u którego podstaw leżą wiedza anatomiczna i fizjologiczna.

Skandynawia jest znana z pięknych drewnianych spa zwróconych ku naturze, a Skandynawowie – z zamilowania do kąpieli.



Produkty łazienkowe GROHE pozwalają doświadczyć dobroczynnego działania skandynawskich spa we własnym domu.

Masaż szwedzki opiera się na pięciu podstawowych technikach: głaskaniu, ugniataniu, oklepywaniu, rozcieraniu i wstrząsaniu. Rozgrzewają i rozluźniają one tkankę mięśniową, tym samym ułatwiając rozmasowanie napiętych miejsc. Oprócz rozluźnienia ciała zabieg

„Tradycyjne skandynawskie metody odnowy biologicznej sprzyjają zachowaniu dobrego samopoczucia fizycznego.”



Skandynawskie spa inspirowane są naturą.

ten prowadzi do uwolnienia toksyn z mięśni oraz zwiększa poziom tlenu we krwi. W celu uzyskania optymalnych efektów zaleca się co najmniej dwukrotne powtórzenie wszystkich trzech kroków opisanych powyżej.

Produkty z linii GROHE SPA również pozwalają stworzyć oddzielną strefę relaksu, dopasowaną do indywidualnych potrzeb użytkownika. Prywatne centrum odnowy biologicznej GROHE SPA można łatwo zmodyfikować, by w zaciszu własnej łazienki uzyskać doznania niczym w skandynawskim spa na świeżym powietrzu. Wysokiej jakości produkty GROHE zdecydowanie uprzyjemnią czas przed kolejnym urlopem – a gdy już on nadejdzie, zdecydowanie polecamy wycieczkę na północ Europy.



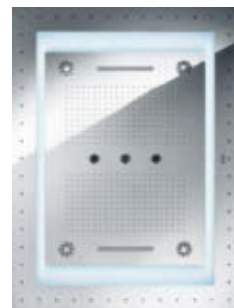
W tym szwedzkim spa znajdziemy odkryty basen, nawiązujący do japońskich łaźni *sento*.



Mieszkańcy północnej Europy doskonale zdają sobie sprawę z leczniczego działania wody.

AquaSymphony

Nowy system prysznicowy AquaSymphony, ręcznie produkowany w Niemczech, stanowi nawiązanie do północnoeuropejskich ośrodków. Pozwala on na skorzystanie aż z sześciu różnych strumieni, w tym PureRain i AquaCurtain oraz podwójnego strumienia XL Waterfall, a funkcje stymulacji ciepłem i natężeniem strumienia wody, ożywiają zmysły niczym pierwszy etap skandynawskiej kuracji spa. Lecz to jeszcze nie wszystko: feeria kolorów przypominająca zorzę polarną umożliwia tworzenie własnych pokazów świetlnych, które uprzyjemnią kąpiel. Nowy system prysznicowy AquaSymphony w połączeniu z produktami z kolekcji Rainshower F-Series zapewni najwyższy poziom luksusu.



SmartControl do montażu podtynkowego

Prostota i skuteczność, z której słyną skandynawskie spa, znajduje odzwierciedlenie w nowej baterii GROHE SmartControl do montażu podtynkowego. Smukły kształt i możliwość montażu podtynkowego nie tylko pozostawiają więcej miejsca na kąpiel, ale też ułatwiają



ją i przyspieszają. Za pomocą baterii można sterować aż trzema wyjściami wody. Aby włączyć dany prysznic, wystarczy wcisnąć odpowiedni przycisk, a obracając go, można regulować ilość wody. Z kolei szeroki wybór profili o okrągłych i kwadratowych kształtach oraz w wersjach wykonanych z różnych materiałów gwarantuje możliwość idealnego dopasowania prysznica do pozostałych elementów armatury GROHE.

Essence

W kolekcji GROHE Essence znajdziemy teraz osiem nowych wersji kolorystycznych, oprócz stali nierdzewnej i chromu, inspirowanych skandynawskimi spa na świeżym powietrzu: Hard Graphite, Nickel, Warm Sunset, Cool Sunrise, przy czym każda z nich dostępna jest w wersji polerowanej oraz w nowoczesnej, szczotkowanej powłoce. Kolekcja ta łączy w sobie elegancki wygląd i klasyczne wzornictwo. Ziemiste kolory w połączeniu z odpowiednią fakturą baterii umywalkowych nadają organicznego charakteru strefom spa z kamienia, marmuru i betonu, a smukłe kształty tworzą atmosferę wykwintnego minimalizmu. Delikatnie związająca się ku końcowi dźwignia baterii z jednej strony zapewnia użytkownikowi przyjemną obsługę, a jednocześnie umożliwia precyzyjną regulację.



Sensia Arena

Toaleta myjąca GROHE Sensia Arena oprócz higieny na najwyższym poziomie zapewnia wygodę i dobre samopoczucie. Stały, delikatny strumień ciepłej wody działa kojąco na skórę, zaś funkcje natrysku można w pełni regulować za pomocą aplikacji Sensia Arena, pilota lub panelu sterowania. Toaleta jest wyposażona w szereg przydatnych funkcji zwiększających komfort użytkowania –



m.in. czujnik kontrolujący automatyczne otwieranie i zamykanie pokrywy deski sedesowej, oświetlenie nocne oraz suszarkę. Jednak podobnie jak w dobrym spa warunkiem naprawdę dobrego samopoczucia jest maksymalna higiena. Dlatego też w toalecie Sensia zastosowano technologię AquaCeramic, antybakteryjną powłokę HyperClean oraz samoczyszczące ramiona prysznicowe, gwarantujące nieskazitelną czystość.



KONCERT WODNYCH INSPIRACJI GROHE AQUASYMPHONY

AquaSymphony nie jest zwykłym systemem prysznicowym — to strefa wellness, w której rytm wyznacza woda. AquaSymphony bawi się nią, tworząc ciągle zmieniającą się, płynną harmonię. Wyobraź sobie przyjemność czekającą właśnie na Ciebie.



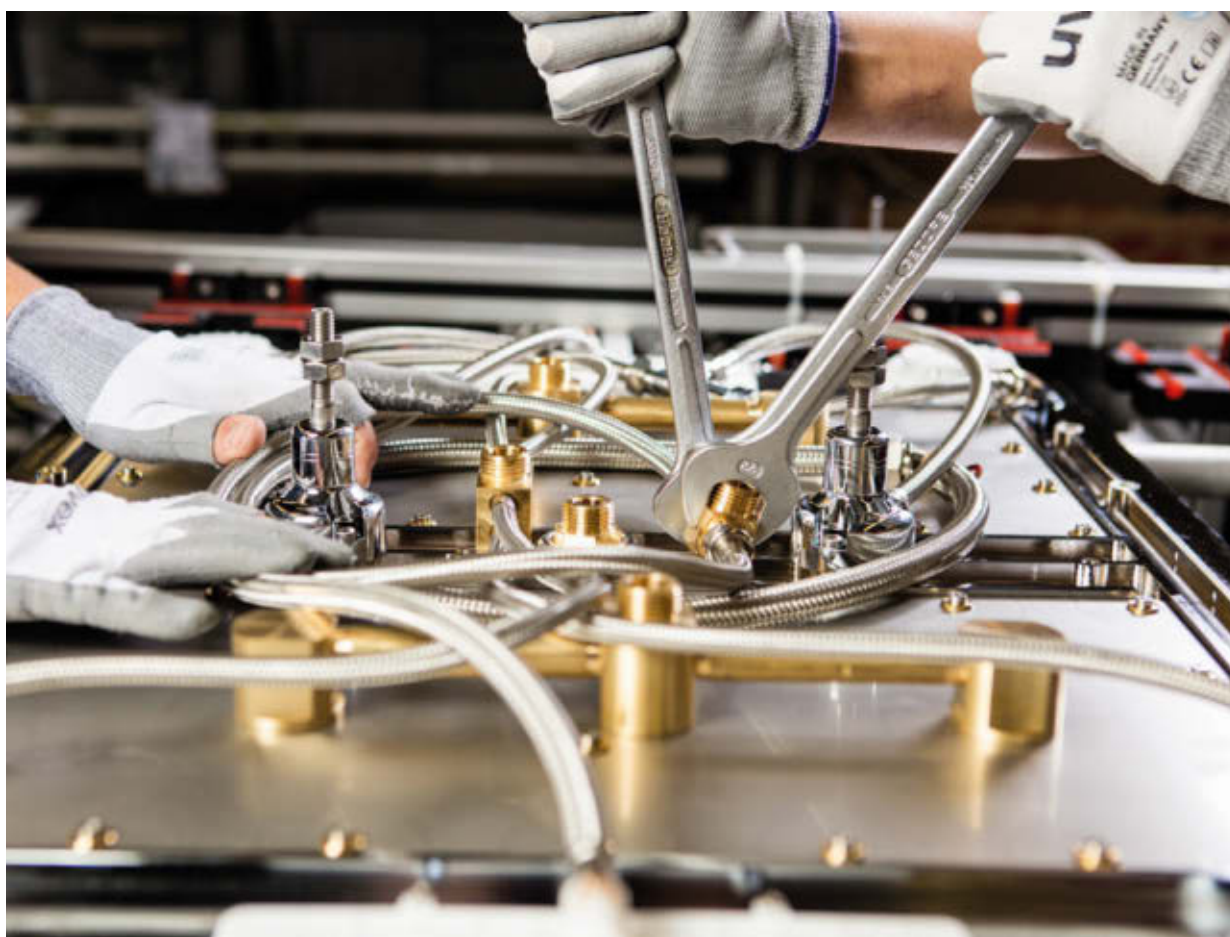
AQUASYMPHONY.GROHE.PL

SZTUKA PROJEKTOWANIA PRYSZNICÓW

Nowy system AquaSymphony, ręcznie produkowany w niemieckim Lahr, łączy w sobie profesjonalną jakość wykonania i najnowsze technologie. O wyjątkowości tego rozwiązania opowiada Thomas Fuhr, Dyrektor wykonawczy ds. operacyjnych w firmie GROHE.

Thomas Fuhr jest odpowiedzialny za nadzór nad produktami łazienkowymi i kuchennymi. AquaSymphony, jedna z najnowszych propozycji marki, to luksusowy system prysznicowy, który pozwala stworzyć strefę spa w domowym zaciszu. Oferuje on sześć różnych strumieni, w tym PureRain i AquaCurtain oraz podwójny strumień XL Waterfall, z których można korzystać równocześnie, a także wielokolorowy system oświetlenia LED i możliwość

odtworzenia dźwięku przesyłanego przez Bluetooth, tym samym zapewniając nowy wymiar doznań pod prysznicem. Pragnąc bliżej poznać ten rewolucyjny produkt, postanowiliśmy zapytać Thomasa Fuhra, jak wygląda proces ręcznej produkcji w niemieckim Lahr, co odróżnia ten system od innych oraz jak udało się stworzyć produkt tak luksusowy, a jednocześnie przyjazny dla środowiska.



System AquaSymphony jest produkowany i w niewielkich ilościach, co gwarantuje zachowanie najwyższych standardów wykonania.

Thomas Fuhr, Executive Director
of Operations w siedzibie firmy
GROHE w Düsseldorfie.
Magazyn GROHE



WYWIAD: GLORIA CARDONA

PORTRET: RAMON HAINDL

GROHE

Czym GROHE AquaSymphony wyróżnia się na tle innych luksusowych systemów prysznicowych?

Thomas Fuhr

Przed wszystkim jego wytwarzanie odbywa się ręcznie i jest on produkowany w małych ilościach. Dzięki temu jesteśmy w stanie zaoferować klientom maksymalną personalizację. Jeśli klient życzy sobie wersji kolorystycznej dopasowanej do koloru swojego Ferrari – spełniamy to życzenie. Ponadto staraliśmy się sprawić, żeby system AquaSymphony zapewniał kompletne spektrum doznań prysznicowych i oferował szereg ekskluzywnych funkcji, pozwalając poczuć się jak w prawdziwym spa.

G Jednym z priorytetów firmy GROHE jest oszczędność wody. Jak to możliwe, że system AquaSymphony zapewnia tak luksusowe doznania, a jednocześnie spełnia przyjęte przez markę standardy ochrony środowiska?

TF Zależało nam, żeby zespół projektowy opracował wysokiej jakości produkt, który zapewni odpowiedzialne wykorzystanie wody. AquaSymphony umożliwia sterowanie każdym strumieniem wody z osobna, dzięki czemu użytkownik ma pełną kontrolę nad ilością zużywanej wody.

G Po rozpoczęciu pracy w firmie GROHE spędził pan czas w niemieckich zakładach produkcyjnych w miastach Lahr, Hemer i Porta Westfalica, by lepiej poznać działalność firmy. Jaka jest najważniejsza lekcja, jaką wyniósł pan z tego okresu?

TF Żeby w pełni zrozumieć proces produkcji, musiałem udać się tam, gdzie powstaje wartość dodana. Pozwoliło mi to przyjrzeć się obszarom, w których odnosimy sukcesy, lecz również takim, gdzie przydałyby się usprawnienia. Niewiele osób zdaje sobie z tego sprawę, ale współczynnik integracji pionowej wynosi u nas dziewięćdziesiąt procent. Oznacza to, że GROHE kontroluje niemal każdy krok procesu produkcji – to ogromna zaleta naszej firmy. W ten sposób łatwiej nam zapewnić najwyższą jakość na każdym etapie. Dowiedziałem się nie tylko, jak wygląda produkcja baterii czy prysznica: czas spędzony w każdym zakładzie

Chromowanie panelu przedniego deszczownicy AquaSymphony.







Każdy strumień systemu AquaSymphony można regulować osobno, co zapewnia wyjątkowo dużą skuteczność przepływu wody.

pozwoili mi zrozumieć, jak niezwykła jest firma GROHE. Pracowałem też w innych miejscach, ale nigdzie nie spotkałem osób, które są tak dumne ze swojej pracy. Nasz zespół jest niezwykle zmotywowany i pracowity, a obserwowanie go z bliska to wspaniałe doświadczenie.

G W jaki sposób zespołowi produkcyjnemu udaje się zachować jakość pomimo wysokiego wolumenu produkcji?

TF Produkujemy około dwudziestu milionów baterii rocznie, co daje jakieś osiemdziesiąt tysięcy dziennie. Dbanie o jakość to jeden z naszych głównych priorytetów i jedna z głównych zasad działalności firmy GROHE. Przy produkcji systemu AquaSymphony wykorzystaliśmy zespół skonstruowany w taki sam sposób, jaki stosujemy przy wszystkich innych produktach, mimo że w tym przypadku mamy do czynienia z produkcją ręczną. Za zapewnienie najwyższej jakości zawsze odpowiada interdyscyplinarny zespół złożony z przedstawicieli zespołów badawczo-

rozwojowych, produkcyjnych i projektowych. W przypadku AquaSymphony za cel postawiliśmy sobie stworzenie „najlepszego prysznica na świecie”. Przy opracowywaniu produktu klasy premium kluczowy jest nacisk na współpracę na każdym etapie procesu produkcyjnego.

G W jaki sposób oszczędza pan wodę w życiu prywatnym?

TF Poza tym, że sam korzystam z produktów marki GROHE w domu, zdaję sobie sprawę ze znaczenia wody dla dobrego samopoczucia człowieka. GROHE oferuje narzędzia niezbędne do życia w sposób ekologicznie odpowiedzialny, ale ważne są tu też indywidualne zachowania.

G Jest pan także zapalonym żeglarzem. Czy szykują się jakieś wyprawy w tym roku?

TF Co prawda mam teraz bardzo dużo zajęć, ale staram się spędzać na wodzie jak najwięcej czasu. Miałem okazję żeglować trochę po Morzu Śródziemnym i liczę na to, że uda się tam wrócić latem.



Thomas Fuhr wraz ze swoim zespołem dokładnie zaplanowali każdy etap procesu produkcyjnego, by stworzyć produkt o doskonałej jakości.

THE GROHE HOMETEAM

CZEŚĆ, JESTEM GROHE SENSE

A TO APLIKACJA GROHE ONDUS.

JESTEŚMY NAJLEPSZYMI
KUMPLAMI!

PYTACIE, CZEMU TAK DOBRZE
SIĘ DOGADUJEMY?

NASZE HOBBY TO WYKRYWANIE
WODY, ZANIM KROPLA ZAMIENI
SIĘ W POWÓDZ

CZY WIESZ, ŻE...

Z POWODU WYCIEKÓW MARNUJE SIĘ 14% WODY
ZUŻYWANEJ W GOSPODARSTWACH DOMOWYCH

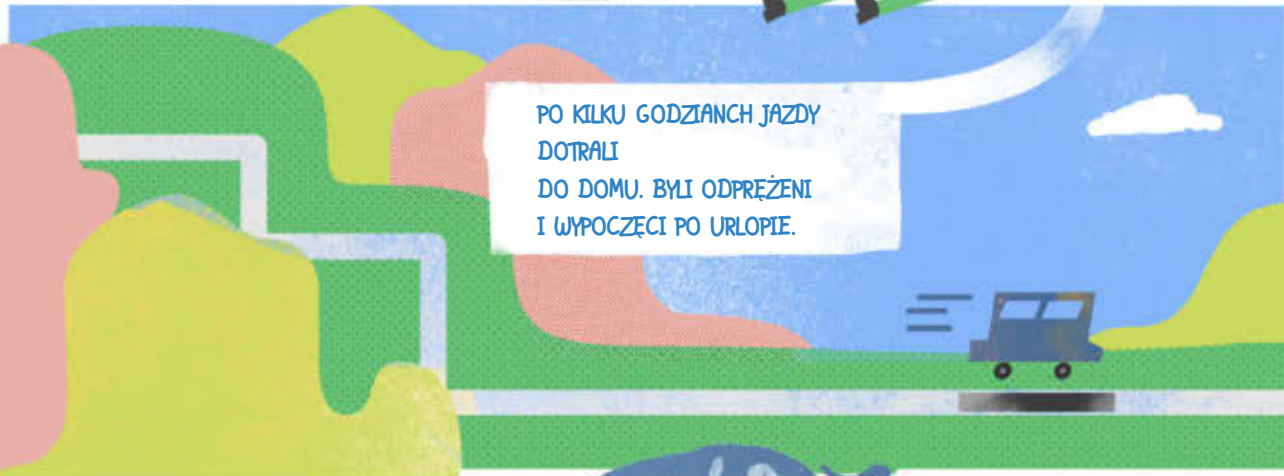
MONITORUJĘ DOM
W POSZUKIWANIU
WYCIEKÓW. JEŚLI JAKIŚ
WYKRYJE, OD RAZU
PROSZĘ KOLEGĘ, BY
ZAINTERWENIOWAŁ

A JA INFORMUJĘ
O TYM WŁAŚCICIELI.

NIESTETY NASI WŁAŚCICIELE NIE
ZAWSZE KORZYSTALI Z TAKICH
ŚRODKÓW OSTROŻNOŚCI...



ŚŁYSZAŁEM OD PRALKI, ŻEBY ZANIM
TU TRAFILIŚMY, NASZĄ RODZINĘ
PO POWROCIE Z WAKACJI ZASTAŁA
KIEDYŚ PRZYKRA NIESPODZIANKA.



PO KILKU GODZIANCH JAZDY
DOTRALI
DO DOMU. BYLI ODPREŻENI
I WYPOCZĘCI PO URLOPIE.



JEDNAK ODPREŻENIE
TRYŚŁO, GDY TYLKO
OTWORZYLI DRZWI.

DOM BYŁ KOMPLETNIE ZALANY.
A WSZYSTKO PRZEZ PEKNIĘTĄ RURĘ!



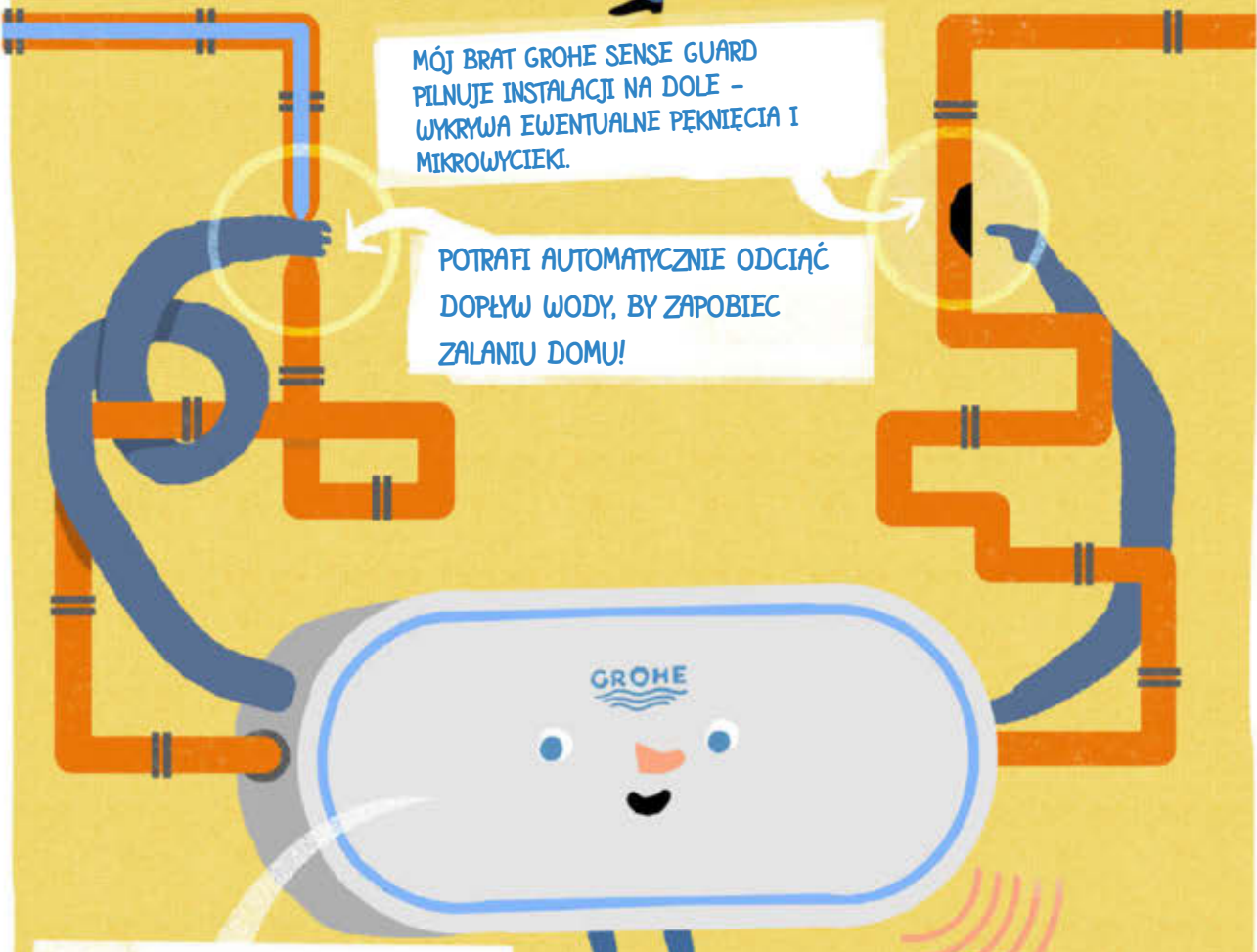
GDYBYŚMY TU WTEDY BYLI... MOŻE
TRUDNO W TO UWIERZYĆ, ALE
AŻ 50% RODZIN CO NAJMNIEJ
RAZ DOŚWIADCZYŁO W DOMU
ZNISZCZEŃ Z POWODU WODY.

I POMYŚLEĆ, ŻE ISTNIEJE PROSTY
SPOSÓB, BY WYKRYĆ TAKI PROBLEM
I ZAPOBIEC KATASTROFIE!



WŁAŚCICIELE
ZDALI SOBIE Z
TEGO SPRAWĘ.

NASZA INSTALACJA ZAJĘŁA
JAKIEŚ PÓŁTorej GODZINY.
OD TAMTEGO CZASU NASI
WŁAŚCICIELE MAJĄ PEŁNĄ
KONTROLĘ DZIĘKI APLIKACJI
GROHE ONDUS.



MÓJ BRAT GROHE SENSE GUARD
PILNUJE INSTALACJI NA DOLE -
WYKRYWA EWENTUALNE PĘKNIĘCIA I
MIKROWYCIEKI.

POTRAFI AUTOMATYCZNIE ODCIĄĆ
DOPŁYW WODY, BY ZAPOBIEC
ZALANIU DOMU!

DZIĘKI MNIE WŁAŚCICIELE MAJĄ TEŻ
DOBRY WGLĄD W SVOJE ZUŻYCIE
WODY. ZBIERAM INFORMACJE NA TEN
TEMAT I PRZESYŁAM JE DO APLIKACJI
GROHE ONDUS.



DZIAŁAMY ZESPOŁOWO. MONITORUJEMY
WODĘ, ŻEBY WŁAŚCICIELE NIE MUSIELI
SIĘ NICZYM MARTWIĆ.

MIEJ SWÓJ DOM ZAWSZE
NA OKU!

KORZYSTAJ Z APLIKACJI GROHE
ONDUS NA SMARTFONIE!

MY, ZESPÓŁ GROHE SENSE,
MONITORUJEMY WILGOTNOŚĆ
I TEMPERATURĘ ORAZ ZAGROŻENIA
ZWIĄZANE Z MROZEM.

WYKRYWAMY TEŻ WYCIEKI
NA POSADZCE.

ŁATWO NAS ZAINSTALOWAĆ.

A JA, GROHE SENSE GUARD, WYKRYWAM
PĘKIĘTE RURY I NATYCHMIAST ODCINAM
DOPEW WODY.

MIERZE TEŻ JEJ CIŚNIENIE,
TEMPERATURĘ I PRZEPŁYW.

LECZ TO NIE WSZYSTKO
POTRAFIĘ TEŻ WYKRYWAĆ ZAGROŻENIA
ZWIĄZANE Z MROZEM ORAZ
MIKROWYCIEKI. OPRÓCZ TEGO
MONITORUJE ZUŻYCIE WODY.

DOMOWI STRAŻNICY GROHE CHRONIĄ DOM PRZEZ
CAŁĄ DOBĘ.

WYKRYWANIE, POWIADAMIANIE, ODCINANIE WODY

NIEMIECKI LIDER W ZAKRESIE OCHRONY ŚRODOWISKA



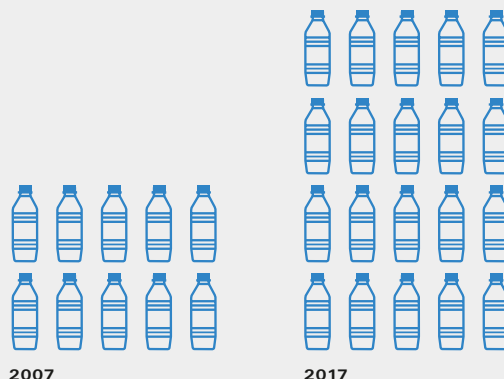
Nagroda CSR Rządu Federalnego Niemiec 2017 stanowi potwierdzenie zaangażowania firmy GROHE w ochronę planety.

TEKST: CLARE DAVIES

Jako jedna z najbardziej przyjaznych środowisku firm w Niemczech GROHE koncentruje się nie tylko na technologii, wzornictwie i jakości, lecz także na zrównoważonym rozwoju. Według Światowego Forum Ekonomicznego w 2050 roku zapotrzebowanie na wodę pitną wzrośnie o 55% w porównaniu do dziś. GROHE podejmuje systematyczne wysiłki na rzecz ochrony najcenniejszego zasobu naszej planety.

Wysiłki światowego lidera w dziedzinie produkcji armatury sanitarnej zyskały uznanie. Firma GROHE po raz pierwszy zdobyła prestiżową Nagrodę CSR Rządu Federalnego Niemiec, co jednoznacznie stawia ją w szeregu najbardziej zrównoważonych ekologicznie firm w Niemczech oraz stanowi wyraz uznania jej odpowiedzialności społecznej, ekologicznej i gospodarczej. Lecz to jeszcze nie wszystko. Duży wkład firmy w ochronę środowiska sprawił, że po raz trzeci z rzędu trafiła na szczyt Niemieckiego Rankingu Zrównoważonego Rozwoju, co oznacza, że GROHE jest jednym z najbardziej zrównoważonych dużych przedsiębiorstw w Niemczech. Zaangażowanie firmy GROHE w tym zakresie rośnie od 2014

IŁOŚĆ GLOBALNIE WYTWARZANYCH ODPADÓW



roku, kiedy uzyskała pierwsze miejsce w kategorii „efektywne gospodarowanie zasobami”.

Spośród działań podjętych przez GROHE na przestrzeni ostatnich osiemnastu miesięcy można wymienić choćby publikację obszernego sprawozdania na temat zrównoważonego rozwoju oraz wydanie – jako pierwsza firm z branży sanitarnej – deklaracji zgodności z niemieckim Kodeksem zrównoważonego rozwoju. Ważną rolę w procesach produkcyjnych firmy odgrywa oszczędność wody, prowadząca do wprowadzenia systemów, które zmniejszają ślad węglowy nowych produktów i emisję dwutlenku węgla. Przykładem jest zbudowanie dwóch siłowni kogeneracyjnych oraz podniesienie odsetka recyklingu odpadów do osiemdziesięciu procent. Na poziomie oferowanych konsumentom produktów technologie takie jak EcoJoy pomagają zmniejszyć zużycie wody, technologia SilkMove ES zapobiega marnowaniu gorącej wody, a system GROHE Blue Home wpływa na redukcję ponad sześćdziesięciu procent dwutlenku węgla w porównaniu do wody butelkowanej. To

ZAPOTRZEBOWANIE NA WODĘ



ostatnie rozwiązanie jest też o tyle ważne, że w ciągu ostatniej dekady nastąpiło dwukrotne zwiększenie produkcji odpadów, zaś dużą część z nich stanowią plastikowe butelki.

Zakłady produkcyjne GROHE mocno wspierają starania na rzecz czystszej, bezpieczniejszego i bardziej ekologicznego środowiska, a w każdym zakładzie działa "specjalista ds. energii", który ma zadanie dopilnować, aby wszystkie inicjatywy związane z oszczędzaniem energii prowadzone były zgodnie z normą ISO 50001. W rezultacie stale udaje nam się minimalizować oddziaływanie naszych fabryk na środowisko. Firma GROHE po raz kolejny staje się najlepszym w swojej klasie przykładem do naśladowania, stanowiąc inspirację nie tylko dla branży sanitarnej.

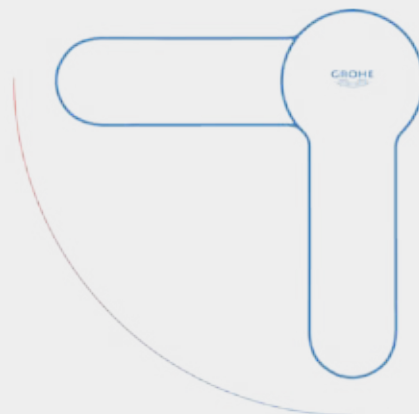
Obie wspomniane wyróżnienia są dowodem na pasję i zaangażowanie, którymi kieruje się GROHE i które z pewnością doprowadzą do powstania nowych innowacji w branży. Podczas gdy zachód zmniejsza zużycie wody przez odpowiedni dobór produktów, dla reszty świata pojawia się nadzieja na stworzenie bardziej higienicznych warunków bytowych. Koncern LIXIL, do którego należy GROHE oraz szereg innych światowych marek związanych z technologią

80 % ODZYSKIWANYCH ODPADÓW



Zakłady produkcyjne GROHE od kilku lat stale zwiększają odsetek odzyskiwanych odpadów (w tym materiałów wywierających duży wpływ na środowisko, np. mosiądzu GROHE), który obecnie wynosi ponad 80 %.

GROHE SILKMOVE ES



Zwiększa przyjemność korzystania z wody, a przy tym zachęca do odpowiedzialnego korzystania z cennych zasobów. Zapobiega niepotrzebnemu zużyciu gorącej wody, otwierając wodę zimną, gdy dźwignia baterii znajduje się w położeniu centralnym.

wodną, pracuje nad serią przystępnych cenowo toalet SATO (Safe Toilet – bezpieczna toaleta). Produkty te są przeznaczone do montażu na odkrytych latrynach, a zastosowane w nich kłapy z przeciwwagą z jednej strony gwarantują oszczędność cennej wody, jednocześnie zaś zapewniają zachowanie higieny. Jednocześnie LIXIL opracowuje system Micro Flush Toilet, który pozwoli na efektywniejsze użycie wody, oraz system Green Toilet, umożliwiający recykling zanieczyszczeń wytwarzanych przez człowieka w celu uzyskania nawozów rolniczych.

Sprawozdanie firmy GROHE na temat zrównoważonego rozwoju można pobrać pod następującym adresem:
http://bit.ly/GROHE_Sustainability



01



02

LONDYŃSKIE TRENDY

Zespół projektowy GROHE odwiedził imprezę London Design Festival w poszukiwaniu trendów, które w najbliższym czasie będą kształtować nasze mieszkania.



06

Jest to jedna z największych imprez wzorniczych na świecie, która od przeszło dziesięciu lat promuje i wspiera londyński sektor kreatywny. Ubiegłoroczna edycja imprezy nie była pod tym względem inna. W jej ramach pod koniec września przez tydzień odbyło się ponad czterysta wydarzeń, na których przeszło trzysta podmiotów zaprezentowało swoje koncepcje twórcze. Impreza ta jest promowana jako jeden z największych londyńskich pokazów handlowych i staje się stałym elementem londyńskiej gospodarki, przyczyniając się do wzmocnienia pozycji Wielkiej Brytanii jako silnego gracza w dziedzinie wzornictwa. Wydarzenia organizowane w ramach London Design Festival miały miejsce w całym mieście – między innymi w Muzeum Wiktorii i Alberta oraz w muzeum Somerset House, a także w wyznaczonych dzielnicach, np. Bankside i Chelsea. Michael Seum – Wiceprezes ds. Projektów w firmie GROHE – wraz z zespołem projektantów omawiają pięć najważniejszych trendów, jakie można było zaobserwować w trakcie ubiegłorocznej edycji.



03

Dobór materiałów

Wzornictwo obejmuje estetykę, precyzję oraz idealny dobór materiałów. **Katharina Eisenkoeck** w lustrze „Tension” (04) wykorzystała naturalne materiały, nadając mu charakter rzeźby. Stolik „Fungi” z pracownik **Alcarol** (06) prezentuje nietypowe zastosowanie kłody drewna (na której pozostała nawet warstwa zielonego mchu) z włoskich Dolomitów w charakterze rustykalnego mebla. Z kolei zestaw „Ensemble” (03) autorstwa **Christophera Guya** i krzesło „Drape Chair” (01) wykonane przez pracownię **1 millimetre** stanowią przykład połączenia współczesnego i klasycznego wzornictwa z zastosowaniem wyrazistych, kontrastujących ze sobą materiałów. Również koszyk „Rush Woven Lid Basket” z pracowni **Native & Co** (05) oraz lampa „Cloak Pendant Lamp” ze studia **Vitamin** (02) łączą w sobie tradycyjne rzemiosło z elementami wykończonymi na wysoki połysk.



05



04



01

Ciepły minimalizm

Ręcznie wykonywana ceramika fakturą i charakterem nawiązuje do natury, co widzimy w glinianych naczyniach z pracowni **Elliott Ceramics (01)**, których naturalne barwy urozmaicają plamy i przebarwienia po utlenieniu. Z kolei wazony ze studia **Sue Ure (04)** cechują się nie tylko wyrazistą sylwetką, lecz także innowacyjnym, przyjemnym w dotyku szkliwem. Stolik jadalny „Chesil” stworzony przez pracownię **Oggetto (05)** został wykonany z litego dębu, a kredens „Emil” ze studia **Pinch Design (03)** zwraca uwagę swoim opływowym kształt i bezpretensjonalnym wzornictwem, podobnie jak składane krzesło „Narin” (02) **Case**.



02

03



04

05





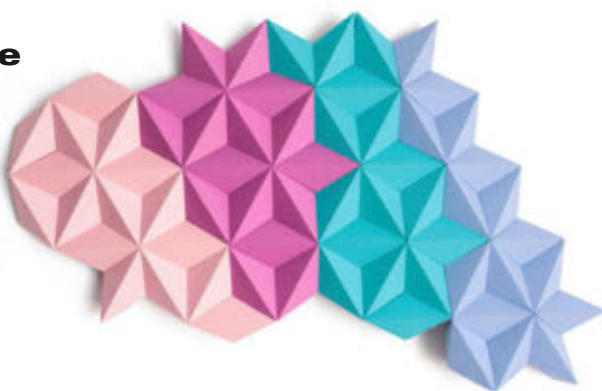
01



02

Płaszcz snów w technicolorze

W przypadku szklanych wyciskarek do cytrusów (01) autorstwa **Elinor Portnoy**, kolidujące ze sobą wzory i faktury oraz gryzące się kolory podkreślają funkcjonalność wzornictwa. Lampki wiszące Alphabeta (02) stworzone przez **Lucę Nichetto** prezentują oryginalne warianty kolorystyczne i podobnie jak tapeta Moduuli 3D (03), będąca propozycją studia **King Kong Design**, stanowi świetny sposób na ożywienie przestrzeni mieszkalnej. **Studio Makgill** swoimi pomarańczowymi, różowymi, niebieskimi i zielonymi wariacjami na temat słynnego krzesła „WW Chair” firmy H Furniture (04) pokazuje transformacyjną moc kolorów.



03



04

Łączność z naturą

Zieleń sprzyja odpężeniu i kreatywności oraz podnosi produktywność. Rośliny potrafią też uczynić dom przytulniejszym. Kolekcja samo podlewających się roślin domowych stworzona przez **Pikaplant** sprawia, że znikają wszelkie wymówki, by nie otoczyć się bujną zielenią. Rośliny umieszczone w wytrzymałych słoikach (01) właściwie same zatroszczą się o siebie, więc są doskonałym wyborem dla osób bez doświadczenia w tym zakresie. Z kolei **Tim van de Weerd** proponuje donice „Monstera” (02), wsparte na nóżkach przypominających korzenie.

01



04



04



02

Sztuka ceramiki

Ceramika staje się coraz popularniejsza wśród młodych artystów, którzy wprowadzają powiew świeżości do tradycyjnych technik – i to do tego stopnia, że część z nich odeszła nawet od stosowania gliny. Stolik „Frozen Moment” (04) ze studia **Troels Flensted** stworzono przy użyciu proszku mineralnego i żywicy akrylowej na bazie wody oraz pigmentów, odpowiedzialnych za marmurowe wykończenie. Również **Melina Xenaki** (03) prezentuje nowe podejście do tradycyjnych metod, wykorzystując naturalny efekt przesuwania się szkliwa oraz nanosząc obrazy ręcznie lub przy użyciu sitodruku bezpośrednio na tworzone wazony.

03



*Pure Freude
an Wasser*



FREEDOM OF **CHOICE**

GROHE ESSENCE

Rozszerzona oferta rozmiarów, kolorów i powłok w najnowszej kolekcji Essence sprawi, że poczujesz się rozpieszczony możliwością wyboru. Pełny asortyment – od baterii przez prysznice i akcesoria. Teraz możesz wybrać zarówno kolor, jak też sposób wykończenia powierzchni: od elegancko szczotkowanej po doskonale gładką, pokrytą chromem lub SuperSteel. To właśnie nazywamy wolnością wyboru. [grohe.pl](https://www.grohe.pl)

BUDUJĄC SPOŁECZNOŚĆ

Architektka Jeanne Gang opowiada o tym, jak wygląda proces przekształcania miejskich dróg wodnych pod kątem ich użyteczności w przyszłości



Centrum WMS Boathouse to jedno z czterech centrów wioślarskich utworzonych w ramach projektu rewitalizacji systemu rzek i kanałów finansowanego przez miasto Chicago, a zarazem pierwsze z dwóch centrów zaprojektowanych przez Studio Gang.



WYWIAD: DR JENI FULTON

Jeanne Gang, założycielka pracowni Studio Gang, to jedna z najważniejszych postaci dzisiejszego świata architektury. W 2011 roku zdobyła prestiżową nagrodę MacArthura (nazywaną też „stypendium dla geniuszy”). W swoich projektach architektonicznych skupia się na związkach lokalnych społeczności z otoczeniem. Za pomocą innowacyjnej architektury dąży ona do integracji dotychczas ignorowanych aspektów miasta, przy czym za punkt wyjścia służą jej ekosystemy. Projektowane przez nią budynki związane są przede wszystkim z zapomnianymi kanałami i drogami wodnymi, a użytkownikom dają okazję ponownego zbliżenia się do natury. Przykładami są nagradzane projekty centrów wioślarskich WMS Boathouse oraz Eleanor Boathouse. Jej fascynację wodą można też odnaleźć w nazwie chicagowskiego wieżowca Aqua Tower, będącego trzecim pod względem wysokości budynkiem na świecie zaprojektowanym przez kobietę.

Jeanne Gang sporo podróżuje po świecie, jednak udało nam się porozmawiać z nią o wodzie, zmianach klimatu, zrównoważonym rozwoju oraz roli architektów w kształtowaniu przyszłości.

GROHE

Czym Studio Gang kieruje się przy wyborze projektów?

Jeanne Gang

Kierujemy się określonymi wątkami, koncepcjami i typologiami. Nasze badania nad morfologią drapaczy chmur rozpoczęły się od 82-piętrowego budynku Aqua Tower ukończonego w 2000 roku, ale kontynuujemy je przy opracowywaniu wieżowców w Chicago, St. Louis, Nowym Jorku i Amsterdamie. Prowadzimy je równocześnie z pracami projektowymi i pomagają nam one w wyborze projektów.

G Centralnym elementem swojej praktyki architektonicznej uczyniłaś miejskie cieki wodne, w wielu przypadkach dość mocno zanieczyszczone. Z czego to wynika?

JG Miasta mają okazję na nowo przemyśleć rolę swoich dróg wodnych, odmienić prywatny, postindustrialny charakter nabrzeży i sprawić, by stały się one publicznie dostępnymi, niezabudowanymi obszarami, które zapewniają



Budynek jest siedzibą Chicagowskiej Fundacji Wioślarskiej





Zadaszona i odkryta infrastruktura centrum jest dostępna dla miejskiej młodzieży, weteranów i grup kobiecych.

mieszkańcom kontakt z zasobami wodnymi. Zadaszona i odkryta infrastruktura centrum jest dostępna dla miejskiej młodzieży, weteranów i grup kobiecych. Przykład takiej transformacji widzimy w Chicago. Centra wioślarskie dają młodzieży możliwość treningu w klubach i spędzania czasu na wodzie, choć korzystają z nich także weterani i grupy zrzeszające kobiety. W procesie transformacji miejskich zbiorników wodnych z elementów infrastruktury na miejsca przyjazne ludziom, roślinom i zwierzętom ważną rolę odgrywają architekci.

G Jak w swojej pracy doszłaś do tych wniosków?

JG W 2011 roku ukończyłam książkę i projekt badawczy pod tytułem „Efekt odwrócenia: Rewitalizacja dróg wodnych w Chicago”. Projekt ten wzywa do poprawy publicznego dostępu do rzeki, co stanie się katalizatorem działań na rzecz jej rekultywacji i długofalowej pielęgnacji. Rok później mieliśmy okazję przyczynić się do realizacji tej wizji, projektując centrum wioślarskie WMS Boathouse w parku Clay Park, a następnie – opracowując centrum Eleanor Boathouse w parku Park 571. Projekty te rzucają nowe światło na to, w jaki sposób rzeki mogą służyć młodzieży z centrum miasta, pełniąc funkcję edukacyjną i umożliwiając rekreację na wodzie. Stanowią też przykład na to, jak budynki mogą nadawać impuls działaniom na rzecz zrównoważonych inwestycji w systemy wodne. Wcześniej rzeka miała charakter przemysłowy i trudno było w ogóle dostać się nad samą wodę. Nauczyliśmy się jednak, że najlepszym sposobem pielęgnacji środowiska i zarządzania rzeką jest

udostępnienie jej mieszkańcom – nawet jeśli jakość wody nie jest idealna. W efekcie ludzie zaczną o nią dbać.

G W jaki sposób takie podejście do wody może minimalizować problemy związane ze zmianą klimatu? Jaką rolę mogą tu odgrywać budynki?

JG W celu minimalizacji tych problemów architekci muszą brać pod uwagę wpływ, jaki ich poszczególne decyzje będą miały na Ziemię. My wspólnie z klientami, miastami lub społecznościami lokalnymi staramy się zrozumieć ich cele w zakresie zrównoważonego rozwoju oraz opracować model, który pozwoli te cele zrealizować lub nawet przekroczyć przez wdrożenie zintegrowanego podejścia, zapewniającego równowagę między elastycznością, możliwością wprowadzania zmian oraz trwałością. Dążymy do tego, by budynek oraz jego otoczenie umożliwiały zbieranie, przechowywanie i ponowne użycie deszczówki i szarej wody.

G Jak scharakteryzowałabyś swoje podejście projektowe?

JG Zawsze zwracałam uwagę na związki między ludźmi a środowiskiem, w którym żyją. Z punktu widzenia natury i ekologii oczywiste jest to, że liczą się nie tyle same obiekty, co łączące je relacje. Moim zdaniem w architekturze chodzi o łączenie ludzi. Postrzegam ją jako sposób na umożliwienie ludziom nawiązania relacji z innymi ludźmi, z miastem i ze środowiskiem. Może się to odbywać za pomocą przestrzeni, materiałów i technologii, zarówno tych starych, jak i nowych, prostych, jak i zaawansowanych. Korzystam ze wszystkich dostępnych środków, starając się znaleźć te najskuteczniejsze. Takie podejście, zakładające nieustanne doskonalenie i dostosowywanie metodologii,

jest swego rodzaju sztuką.

G Prezentujesz zintegrowane podejście do architektury, a realizację konkretnych projektów łączysz z własnymi badaniami. Jak to wygląda w praktyce?

JG Badania prowadzimy nieustannie, niezależnie od realizowanych zleceń. Na przykład na początkowym etapie opracowania remizy strażackiej dla nowojorskiej Drugiej Brygady Ratunkowej zaczęliśmy analizować rolę posterunków policji oraz zastanawiać się, dlaczego tak mocno różnią się one od remiz straży pożarnej. Czy w jakiś sposób wyjaśnia to współczesne napięcia między obywatelami a policją? Czy projektanci mogliby tu w czymś pomóc? W efekcie zaczęliśmy kontaktować się z posterunkami policji i organizować rozmowy w naszej pracowni, a kwestia ta stała się jednym z kierunków badań, które obecnie prowadzimy.

G Jakie strategie budownictwa publicznego są niezbędne, by w obliczu szybkiej urbanizacji na świecie zapewnić zrównoważony rozwój miast – i jaką rolę w ich realizacji odgrywają architekci?

JG Z naszych doświadczeń wynika, że największym wyzwaniem jest poruszanie się w sektorze publicznym i zapewnienie odpowiednich środków na publiczne projekty. Ponieważ na ma zbyt wielu

funduszy na nowe budynki użyteczności publicznej, prowadzimy projekt Civic Commons, polegający na przekształcaniu istniejących budynków w różnych miastach Stanów Zjednoczonych. W ramach projektu staramy się znaleźć dla tych budynków nowe zastosowania lub modyfikować je tak, by lepiej odpowiadały współczesnych potrzebom. Przyglądamy się parkom, posterunkom policji, obiektom rekreacyjnym i stacjom komunikacyjnym, starając się znaleźć sposób na ich integrację i przekształcenie pod kątem dzisiejszych użytkowników.

G Czy uważasz, że wśród architektów panuje tendencja, by odchodzić od estetycznego podejścia do architektury na rzecz projektów o bardziej społecznie odpowiedzialnym i zrównoważonym charakterze?

JG Moim zdaniem można tu mówić nie tyle o tendencji, co o pewnym podziale. Część biur skupia się na rozwijaniu formalnego języka z perspektywy akademickiej, opracowując nowe formy i metody wizualizacji za pomocą narzędzi cyfrowych, natomiast inne coraz mocniej koncentrują się na kwestiach społecznych. Uważam, że w ramach naszej profesji powinniśmy przeciwdziałać temu podziałowi, jednak to bardzo dobrze, że panuje duża różnorodność, a ludzie działają po swojemu.



Centrum składa się z dwóch budynków położonych w parku Clark Park w Chicago.





W centrum znajduje się też kryty basen do treningu wioślarskiego.



ZATOPIONY SKARB

Jason deCaires Taylor tworzy podwodne rzeźby przedstawiające postaci ludzkie, które stają się domem dla organizmów morskich.

TEKST: DELPHINE SAINT-JEAN

Czternaście metrów pod powierzchnią morza znajduje się figura ludzkiej twarzy, na której rozkwitają koralowce, tworząc różowo-fioletowo-pomarańczowe wzory przeplatane zielonymi wodorostami, które przypominają włosy – choć normalnie włosy nie rosną akurat w tych miejscach. Wciąż rosnąca, różnokolorowa rzeźba stanowi część instalacji morskiej o nazwie Museo Atlántico, utworzonej w 2016 roku u wybrzeża hiszpańskiej wyspy Lanzarote. To pierwsze tego typu muzeum na świecie, a praca nad nim zajęła Jasonowi deCaires Taylorowi – rzeźbiarzowi z Wielkiej Brytanii – dwa lata.

Taylor zastąpił właśnie z rzeźb zatapiających w oceanach na całym świecie. W ramach swojego poprzedniego projektu w Cancún stworzył muzeum Museo Subacuático de Arte, gdzie można podziwiać ponad pięćset podwodnych rzeźb. „Gdy schodzą pod wodę, trzeba się z nimi pożegnać – w tym momencie je tracę” – stwierdził Taylor.

Ale właściwie czemu artysta posyła na dno dzieła sztuki, które wymagają tyle pracy? Morze od zawsze stanowi dla nas pewną tajemnicę. To nieznanne terytorium, którego błękitne wody ciągną się aż po horyzont. Zdaniem ekspertów do tej pory udało się nam poznać niecałe pół procenta dna oceanów, jego najgłębsze rejony, takie jak Rów Mariański, wciąż pozostają dla nas zagadką. Morze – podobnie jak przestrzeń kosmiczna – pozwala uciec od grawitacji, a więc w pewnym sensie także od rzeczywistości. Podwodne muzea dają więc odwiedzającym możliwość doświadczenia czegoś nowego nie tylko ze względu na prace Taylora, lecz także ze względu na ich kontekst.

Umieszczając swoje rzeźby pod wodą zamiast w muzeum, Taylor daje odwiedzającym szansę wejścia w bliski kontakt z wodą, dzięki czemu relacja między dziełami sztuki a ich odbiorcami nabiera znacznie bardziej intymnego charakteru.

Tematyka części prac – choćby ta przedstawiająca roznegliżowanego do pasa mężczyznę z nadwagą, który z hamburgerem w ręku siedzi na kanapie przed telewizorem – jest dość prozaiczna, jeśli wziąć pod uwagę fakt, że rzeźby te być może przeżyją nie tylko samego artystę, ale i całą ludzkość. Inne prace prezentują między innymi osoby robiące sobie selfie bądź noszące plecaki lub czapki obrócone daszkiem do tyłu. Wiele z tych rzeźb przedstawia okolicznych mieszkańców i można powiedzieć, że stanowią one archiwum współczesnego stylu życia – podwodną kapsułę czasu dla przyszłych pokoleń. W drugiej strony niektóre mają przesłanie polityczne, jak choćby „Tratwa z Lampeduzy”, przedstawiająca trzystaścioro uchodźców, którzy z pokładu łodzi ratunkowej zamyślonym wzrokiem rozglądają się za celem swojej podróży. W tym przypadku artysta zdaje się uwzględniać nie tylko najbardziej uprzywilejowaną część społeczeństwa, lecz także grupy zmagające się z poważnymi problemami dzisiejszego świata. Przedstawiając migrantów, Taylor zwraca uwagę na liczne osoby, które tracą życie w wyniku niebezpiecznych przepraw morskich, a tym samym przypomina nam, że nagłówki gazet, które czytamy, dotyczą konkretnych ludzi. W młodości Taylor spędził wiele czasu na wybrzeżu Malezji, gdzie zainteresował się graffiti. Uzyskawszy dyplom



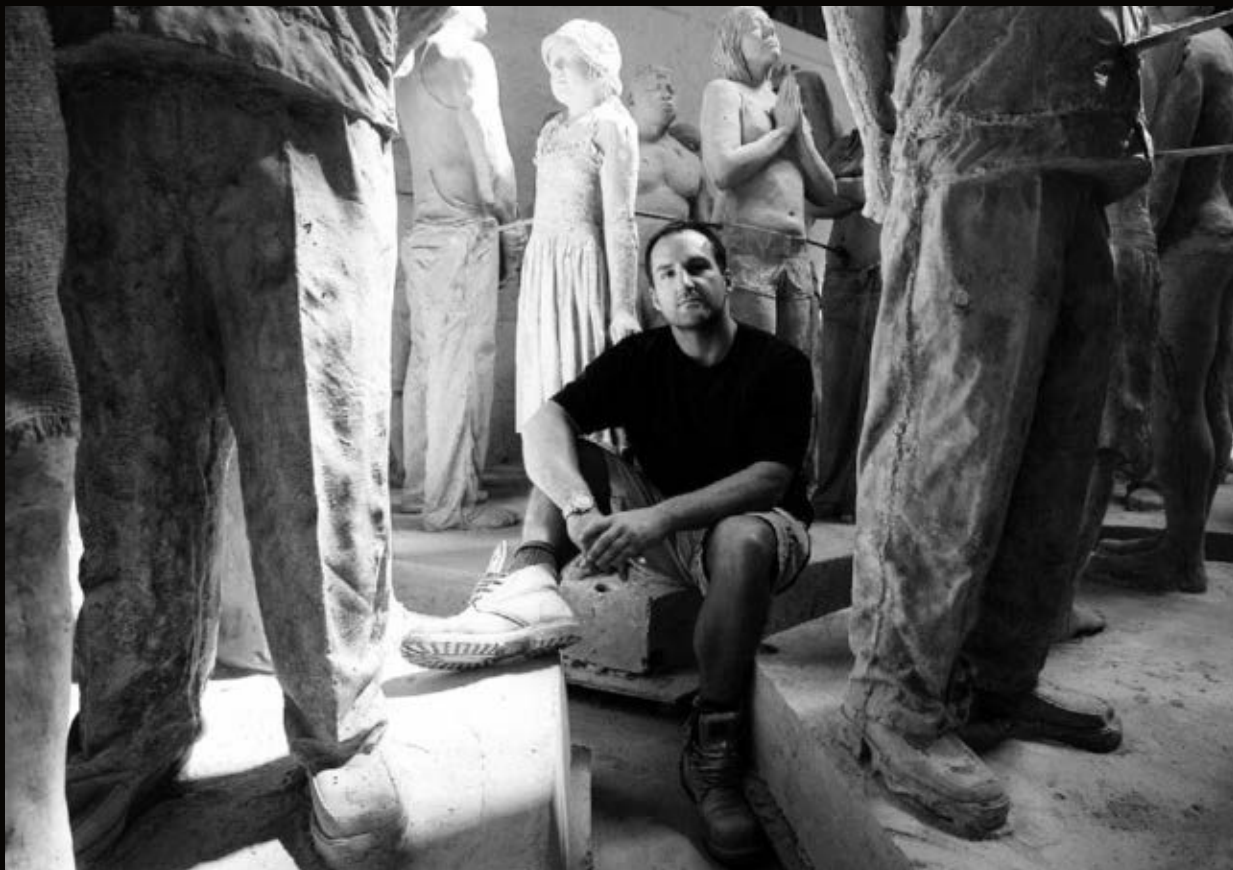
licencjata z rzeźbiarstwa na London Institute of Arts, zwrócił się w stronę sztuki publicznej i pracował dla Betty Beaumont, artystki zajmującej się sztuką ekologiczną. Ostatecznie sprzedał swoją firmę nurkową, a uzyskane w ten sposób czterdzieści tysięcy funtów przeznaczył na zatopienie pierwszych rzeźb.

Gdy rzeźby znajdą się już pod wodą, resztą zajmuje się już natura, w tym koralowce. „Efekt częściowo zależy od sytuacji, od dostępnych składników odżywczych, a po części jest dziełem przypadku, jak to w życiu” – stwierdza Taylor w wywiadzie dla gazety The Guardian, przy czym trzeba zaznaczyć, że swoje dzieła celowo tworzy w taki sposób, aby sprzyjały rozwojowi organizmów morskich. Korzysta też z niekorodujących materiałów o neutralnym pH. Część procesu twórczego odbywająca się już po zatopieniu rzeźby, gdy ryby rozpoczynają kolonizację zastygłej w bezruchu ludzkości, przypomina przedstawienie. Taylor nie ma nic przeciwko temu, by efekt swojej pracy oddać naturze – w końcu zanim ludzie zaczęli zajmować coraz to nowe obszary nadające się do zamieszkania, Ziemią rządziła fauna.

Pragnie on zwrócić uwagę na zagrożenia podwodnych ekosystemów. „Mam nadzieję, że Museo Atlántico na Lanzarocie stanie się punktem wejścia do innego świata

i będzie sprzyjać lepszemu zrozumieniu, jak cenne jest środowisko morskie i jak mocno od niego zależy” – tłumaczy. Muzeum na Lanzarocie, podobnie jak muzeum u wybrzeża Cancún, pełni rolę atrakcji turystycznej, a miejscowi nurkowie (części z nich była modelami dla niektórych rzeźb) organizują podwodne wycieczki. Odwiedzających zachęca się, by pływając wśród rzeźb zastanowili się nad całym ekosystemem oraz nad tym, jak sami na niego wpływają.

Cichy, podwodny świat przychodzi na myśl klimatu postapokaliptycznego: przypomina Dzikie Zachód, gdzie ziemia nie ma żadnych właścicieli. Taylor wykorzystał tę cechę w pracy zatytułowanej „Przekraczając Rubikon”, gdzie polemizuje z koncepcją granicy. Grupa trzydziestu pięciu postaci kroczy ku ścianie wznoszącej się zalewie kilka metrów nad dnem morza – ku granicy, która jest kompletnie bezużyteczna, gdyż można nad nią swobodnie przepłynąć. W dobie globalizacji oraz zmian klimatu, gdy współpraca ludzkości nabiera bezprecedensowego znaczenia, praca ta kwestionuje nasze koncepcje narodów i podziałów. Dla środowiska nie ma czegoś takiego jak granice państw: jeśli chodzi o piękno natury, wszyscy jesteśmy obywatelami tego samego świata i dzielimy ten sam obowiązek.



Rzeźby Jasona deCaires Taylora mają neutralne pH i sprzyjają rozwojowi organizmów morskich.



Para robiąca sobie selfie dołącza do innych rzeźb w Museo Atlántico na Lanzarocie.





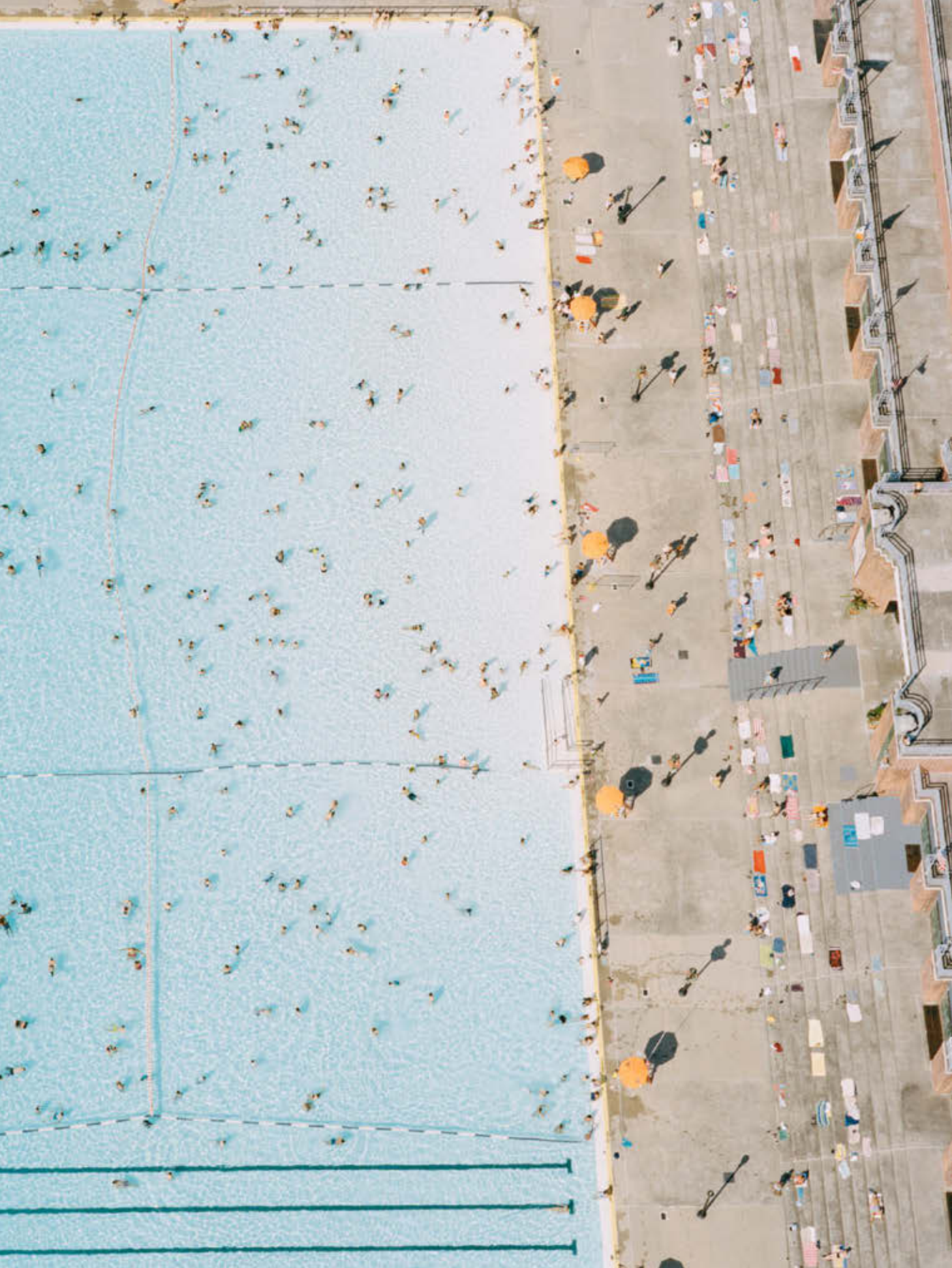


W 2011 roku fotograf Mustafah Abdulaziz postanowił udać się w podróż dookoła świata, a w każdym odwiedzonym miejscu rozglądał się za wodą. Poniżej prezentujemy wybrane zdjęcia jego autorstwa, wykonane w różnych miejscowościach Stanów Zjednoczonych.

ŁINIA ZYCIA

Letnia ochłoda – widok z lotu ptaka na basen Astoria Park Pool nowojorskiej dzielnicy Queens.









Zielono-niebieski wzór na środku
błędnej pustyni: pole golfowe
Classic Club Golf Course
w Palm Desert w Kalifornii.



Spółeczność Discovery Bay
w delcie rzeki Sacramento. Tutaj
każdy dom ma widok na wodę.







Miasta w dolinie Coachella zaprojektowano jako zielone oazy na pustyni. Według danych agencji zajmującej się monitorowaniem zużycia wody, wynosi ono tu 860 litrów na osobę, podczas gdy średnia stanowa to 290 litrów.

PROGNOZA POGODY

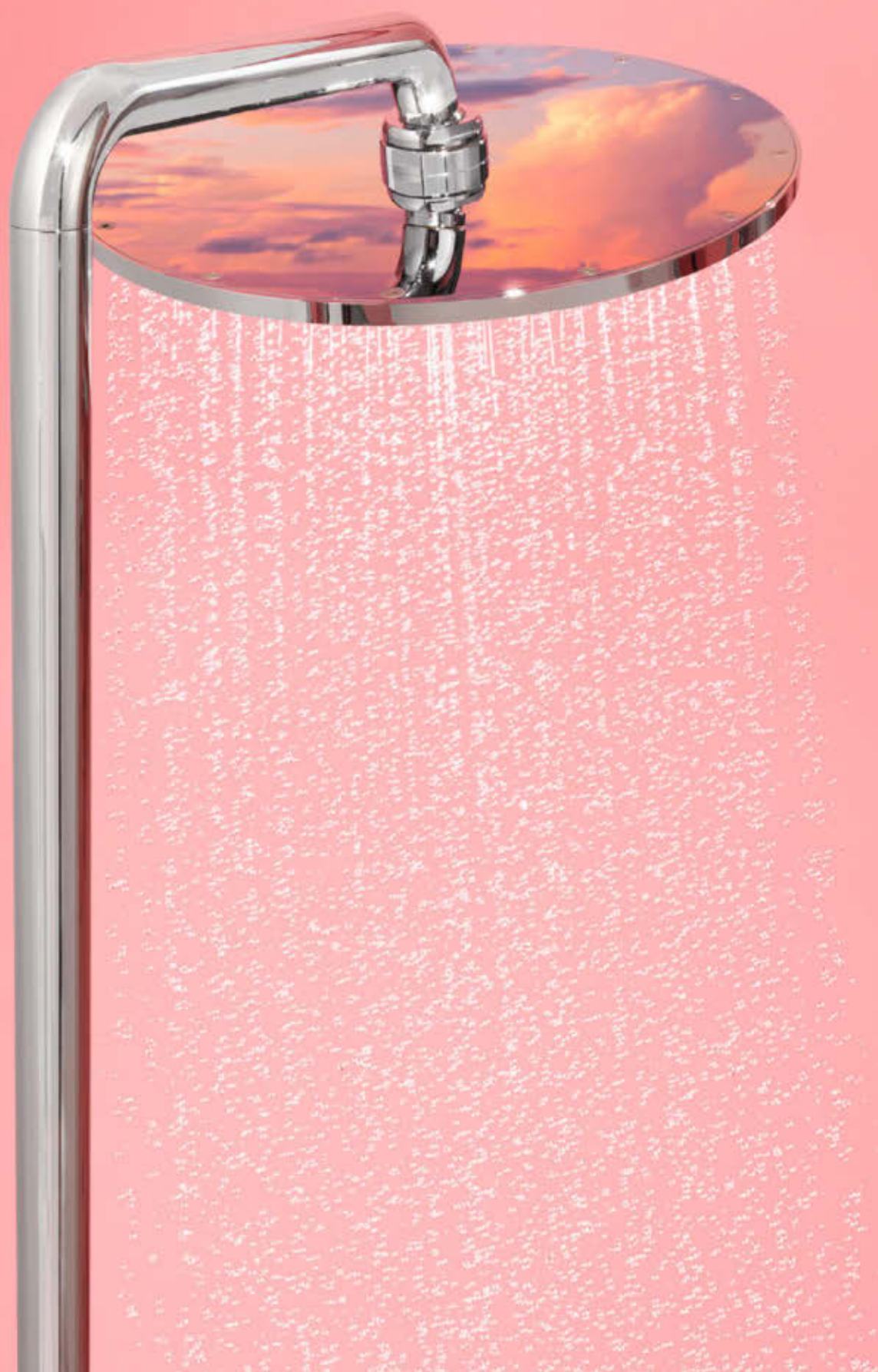
Wolnostojący prysznic Essence
wprowadza do łazienki powiew lata
niezależnie od aury panującej na zewnątrz.

FOTOGRAFIA: ATTILA HARTWIG
ARANŻACJA: HARALD ERATH



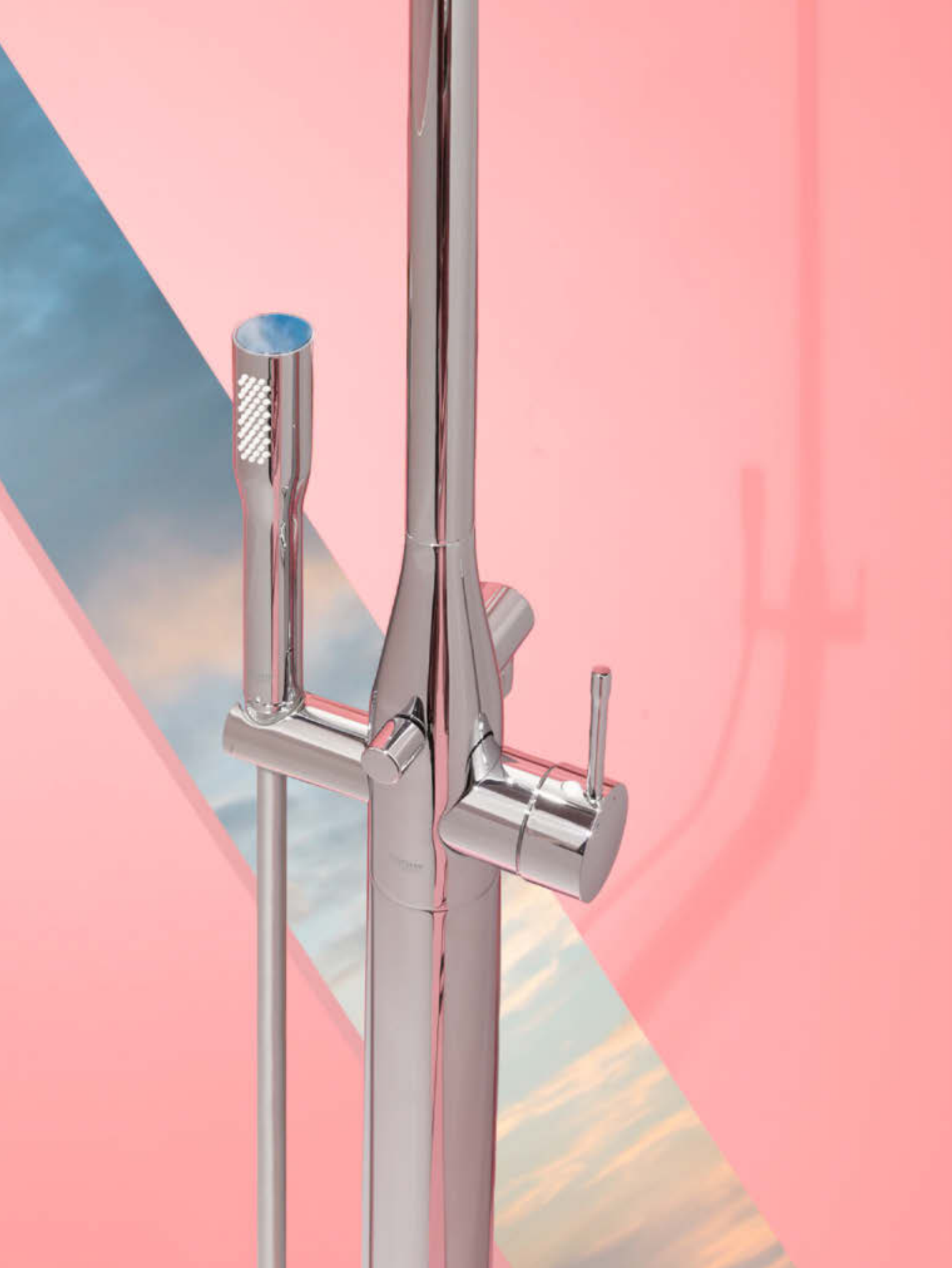


Wolnostojący prysznic GROHE Essence reprezentuje nowy sposób myślenia o łazience. Nie wymaga on ścian ani paneli, co otwiera nowe możliwości i zaciera granice.



W skład systemu wchodzi prysznic ręczny Euphoria i wąż prysznicowy Silverflex, które stanowią idealne dopełnienie minimalistycznego wzornictwa zastosowanego w kolekcji Essence.









Prysznic zaprojektowano pod kątem zastosowania wewnątrz pomieszczeń. Jest on dostępny w trzech wykończeniach: chrom, stal nierdzewna i szczotkowany nikiel. Na zdjęciu: deszczownica Rainshower 310 z technologią DreamSpray.

The image features a complex, abstract background composed of numerous concentric and wavy lines in various shades of blue and cyan. These lines create a sense of depth and movement, resembling a stylized topographical map or a series of ripples. In the center of the image, there is a dark blue circular area containing the Grohe logo. The logo consists of the word "GROHE" in a white, sans-serif font, positioned above three horizontal wavy lines that represent water.

GROHE

KONTAKT Z WODĄ

Dzięki GROHE nasz kontakt z wodą jest bliższy niż kiedykolwiek wcześniej.

TEKST: LAUREN OYLER

Spośród czterech żywiołów, których istnienie postulował Empedokles – filozof żyjący w V w. p.n.e. – wodę rozumiemy chyba najłatwiej. Ziemia to żywioł utożsamiany przez starożytnych Greków z materią fizyczną – z tym, co namacalne, co można wziąć w ręce. Ogień jest tyleż fascynujący, co niebezpieczny. Wiąże się z energią, ale jest też ulotny. Powietrze, choć niewidoczne, bez przerwy otacza nas z każdej strony. Jednak wody, pokrywającej 71% naszej planety i stanowiącej 75% ludzkiego organizmu, często zupełnie nie zauważamy. Nawet legendarny zespół funkowy Earth, Wind & Fire pominął ją w swojej nazwie.

W codziennym życiu niewiele myślimy o wodzie. Od czasów Empedoklesa minęło już dwa i pół tysiąca lat, a według firmy Gartner Research w 2020 roku na świecie będzie około dwudziestu pięciu miliardów urządzeń podłączonych do Sieci, co sprawi, że „inteligentne” rozwiązania staną się częścią codziennego życia. Na przykład już niedługo z każdego miejsca na świecie będzie można monitorować wykrywacze dymu i dwutlenku węgla, a w trakcie kolacji będziemy mogli przyciemnić światła bez wstawania do stołu. Ten postęp technologiczny obejmie także codzienne korzystanie z wody.

Na pierwszy rzut oka woda i technologia nie idą ze sobą w parze. Zresztą niejeden smartfon uległ zniszczeniu właśnie przez zalanie. Poza tym czy w cyfrowej rzeczywistości trzeba się nawadniać? W dodatku wodę trudno kontrolować, więc czy jakakolwiek aplikacja mogłaby ją poprawić?

Jednak z perspektywy firmy GROHE woda stanowi fundamentalny element rozwoju ludzkości. Choć samej wody nie sposób w żaden cudzysłów „poprawić, to da się ją wzbogacić i dostosować do wymogów życia w XXI wieku. Woda może być bardziej inteligentna i lepiej odpowiadać na nasze współczesne potrzeby. Komfort dzisiejszego życia sprawia, że nie musimy postrzegać wody jako

niezbędnego zasobu potrzebnego do egzystencji, tylko myślimy o niej w kontekście konkretnych zastosowań: porannej kąpieli pod prysznicem, orzeźwienia po wysiłku czy letniego wypoczynku nad jeziorem. A teraz wyobraźmy sobie, że na wakacjach dostajemy alarm o pęknięciu rury pod łazienką – ale nie musimy się niczym przejmować, bo jeszcze zanim trzeba było zadzwonić po hydraulika, nastąpiło zamknięcie dopływu wody. Albo filtr wody: właściwie jak często trzeba go wymieniać? (Pewnie częściej, niż się myślimy!)

Stosując inteligentne rozwiązania związane z wodą, firma GROHE opracowuje sposoby na rozwiązanie takich problemów, a jednocześnie zapewnia nam lepszy kontakt z wodą. Weźmy na przykład aplikację GROHE Ondus, która monitoruje poziom filtra wody, mierzy jej zużycie i zwiększa świadomość tego, jak woda wpływa na nasze życie. GROHE Ondus potrafi też monitorować potencjalne problemy powodowane przez wodę. Po podłączeniu do GROHE Sense – inteligentnego czujnika, który można umieścić w dowolnym miejscu w domu – oraz GROHE Sense Guard – inteligentnego modułu instalowanego na głównym dopływie wody – aplikacja GROHE Ondus wysyła użytkownikowi powiadomienia w przypadku wykrycia zalania oraz monitoruje zmiany temperatury i wilgotności w domu, a w razie jakiegokolwiek wycieku lub uszkodzenia rury odcina dopływ wody. Lecz to jeszcze nie wszystko: aplikacja GROHE Ondus umożliwia korzystanie z osobistego profilu wodnego w każdym miejscu: w domu, w pracy, a nawet w hotelu. To pozwala na synchronizację z innymi produktami GROHE, na przykład toaletą myjącą Sensia Arena czy systemem Blue Home, by zawsze móc korzystać z wody zgodnie z osobistymi preferencjami.

Opisane interakcje są nie tylko przydatne, lecz powodują nawiązanie relacji między użytkownikiem a technologiem. W inteligentny sposób pozwalają użytkownikowi zacieśnić kontakt z otoczeniem – oraz z wodą – w każdej chwili i w każdym miejscu.

PRZEWIDUJĄC NIEPRZEWIDYWALNE

Skrajny minimalizm, uwielbienie natury i dbałość o szczegóły... Japońscy projektanci mieszkań opanowali sztukę zaskakiwania do perfekcji.

TEKST: JOSIA LAMBERTO-EGAN

Japonia słynie z innowacyjnego podejścia do architektury. Działa tu aż siedmioro laureatów nagrody Pritzкера, a projekty takie jak Muzeum Sztuki Teshima czy Mediateka w Sendai cieszą się międzynarodowym uznaniem. Jednak dziedziną, w której japońscy architekci wykazują się największą inwencją, jest projektowanie mieszkań.

Po części wynika to ze specyfiki japońskiego rynku mieszkaniowego, mocno nastawionego na nowości. Co ciekawe, domy w Japonii w miarę upływu czasu tracą swoją wartość, a większość z nich wyburza się w ciągu zaledwie 35 lat. Daje to właścicielom swobodę wyboru fantazyjnych, wręcz radykalnych rozwiązań projektowych – w końcu wiedzą, że w przyszłości nie będą musieli się martwić odsprzedażą. Jednocześnie architekci zorientowali się, że nawet jeden projekt, który zdobędzie lawinową popularność i stanie się „virałem”, może im zapewnić sukces zawodowy. W efekcie buduje się tu najbardziej kreatywne, stylowe i spektakularne domy na świecie.

Mimo swego skrajnego charakteru w projektach tych przewijają się pewne cechy charakterystyczne dla japońskiej estetyki: minimalizm wyrażony czystością linii oraz pustymi przestrzeniami, dbałość o szczegóły, oszczędność, a także uznanie dla natury, przejawiające się choćby w stosowaniu surowego drewna czy aranżacji zieleni. Japońscy architekci dążą też do uzyskania efektu *ihyou*, czyli zaskoczenia, które powinno otwierać domowników na nowe doznania.

Efektu tego można doświadczyć choćby w japońskich kuchniach, do których idealnie pasuje smukłe, minimalistyczne wzornictwo produktów z linii GROHE Minta. Armatura marki GROHE słynie ze swojej funkcjonalności oraz niezawodności, dzięki czemu zyskała dużą popularność wśród właścicieli domów i architektów w Japonii. Kuchnia stanowi tu serce domu (tradycyjne określenie kuchni brzmi *kamado*, co oznacza także rodzinę), a detale, takie jak właśnie armatura, uważa się za element istotnie wpływający na ogólne samopoczucie domowników.

Luksusowe baterie GROHE wprowadzają powiew elegancji do prostej, brutalistycznej kuchni.









Dom w Sunami zaprojektowany przez Fujimoto ma całkowicie gołe ściany, choć pozostały na nich wgłębienia powstałe w procesie wylewania betonu.

DOM W SUNAMI

Projekt autorstwa Kazunoriego Fujimoto powstał w hołdzie długiej tradycji modernistycznej architektury betonowej w Japonii. Fujimoto zaraz po zakończeniu edukacji trafił pod skrzydła Tadao Ando – architekta-legendy, zakochanego w betonie, więc nic dziwnego, że wyspecjalizował się w ulubionym materiale swojego mentora. Opisywany dom znajduje się w mieście Mihara w prefekturze Hiroshima. Współgrają tu ze sobą masa i lekkość: ciężkie bloki betonu zestawiono z półokrągłym dachem i przeszkleniami. Efekt *ihyou* wynika właśnie z tego kontrastu, ale też z konsekwentnego zastosowania surowego betonu we wnętrzu. Jediną ozdobą betonowych ścian są okrągłe wgłębienia na ich powierzchni (dawniej powstawały w procesie wylewania betonu i choć przy dzisiejszej technologii nie są już potrzebne, Fujimoto stosuje je nadal jako ukłon dla poprzedników). Kuchnia ogranicza się tu do pojedynczego bloku, gdzie niczym samotny klejnot na ołtarzu to bateria kuchenna, będąca jedynym widocznym elementem informującym o funkcji pomieszczenia. Mimo przytłaczającego charakteru, jaki panuje w środku, od zewnątrz budynek wydaje się zgrabny i przestronny,

a z panoramicznych okien roztaczają się wspaniałe widoki na Morze Wewnętrzne. W środku znajduje się też zielone podwórze otoczone ścianami. Ogólnie budynek sprawia wrażenie oazy spokoju, a ze względu na kształt sufitu przychodzi na myśl kościół. Taka atmosfera wydaje się dobrze pasować do projektu z niemal religijnym oddaniem podążającego za koncepcją, na której się opiera.





Oaza zieleni na wewnętrznym podwórzu.







Odsłonięte stalowe krokwie dają uspokajające poczucie geometrii.

DOMEK W TSUJIDO

„Naszym priorytetem nie jest dążenie do nowości” – deklaruje tokijska pracownia NAOI. Kierując się tą zasadą, niedawno zrealizowała projekt pt.: „Domek w Tsujido”, będący studium niedopowiedzenia, minimalizmu i subtelnej oryginalności. Mając do dyspozycji działkę zlokalizowaną obok terenu zielonego chronionego przez miasto, architekci z pracowni NAOI dążyli do zapewnienia mieszkańcom projektowanego budynku jak najbliższego kontaktu z naturą. Zastosowano otwarty plan pomieszczeń, a rośliny zdają się być przedłużeniem flory obecnej na zewnątrz budynku. zupełnie jakby betonowe ściany nie były dla niej przeszkodą. Kuchnia jest ozdobiona elementami z drewna i została obniżona, dzięki czemu blat stołu znajduje się na wysokości gruntu. W ten sposób domownicy mogą nie tylko patrzeć na ogród, lecz wręcz się w nim zatopić. Odkryty szkielet dachu ze stali w połączeniu z dużymi oknami zapewnia doskonałe oświetlenia wnętrza, a jednocześnie daje uspokajające poczucie geometrii i porządku. Jak na dom o powierzchni 245 metrów kwadratowych budynek ma bardzo skromny charakter, lecz prosty, trójkątny dach oraz otwarte wnętrze w elegancki sposób nawiązują do tradycyjnego budownictwa prowincji.





Armatura GROHE doskonale pasuje do subtelnej oryginalności tego projektu.



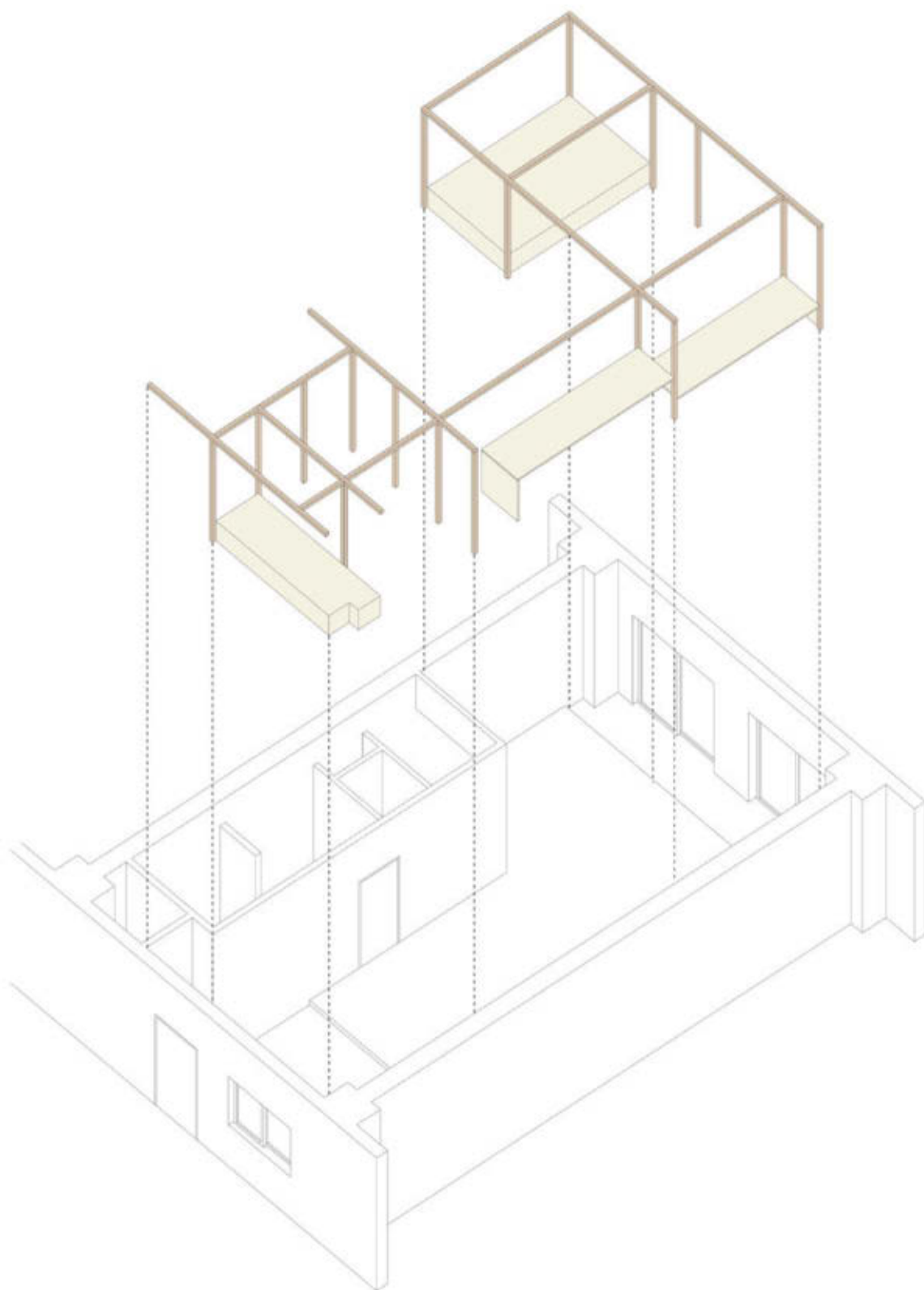


Projekt ten sygnalizuje istnienie poszczególnych pomieszczeń, lecz ich nie wydziela.

DOM NA STELAŻU

„Dom na stelażu” to ciekawymikroprojekt odzwierciedlający charakter japońskiego wzornictwa. Powstał on w ramach rearanżacji 54-metrowego mieszkania w mieście Kawasaki. Powierzchnia okazała się zbyt mała, by zmienić rozkład pomieszczeń, architekci z lokalnego biura Peak Studio postanowili zrezygnować ze ścian, a do aranżacji przestrzeni mieszkalnej wykorzystali odkryty stelaż. Sygnalizuje się tu istnienie poszczególnych pomieszczeń, lecz nie są one wydzielone. Dzięki temu połowicznemu otwarciu powstaje efekt *ihyou*. Kuchnia charakteryzuje się typowo japońską prostotą: znajdziemy tu podwójny palnik, stylowy zlew, otwarte półki – i nic więcej. Wszystko to sprawia, że projekt charakteryzuje się niewymuszonym minimalizmem i funkcjonalnością. Belki z surowego drewna przywodzą na myśl leśny zagajnik, a całe mieszkanie przypomina luksusowy kemping. Granicę między tym, co w środku, a tym, co na zewnątrz, zacierają gliniane podłogi na obu krańcach mieszkania, gdzie dodatkowo ustawiono donice z roślinami. Według autorów projektu efekt odprężenia i przestrzeni można w tym przypadku zmaksymalizować przez rozwieszenie na stelażu hamaka.





Plan „Domu na stelażu”, pokazujący sposób osadzenia drewnianego stelażu w istniejącym pomieszczeniu.

NA WODZIE GOTOWANE

Do zrobienia tego modnego ostatnio deseru niezbędna jest świeża woda – którą zapewni GROHE.

TEKST: DELPHINE SAINT-JEAN

Gdy raz się zobaczy deser zwany Raindrop Cake, nie sposób pozbyć się tego obrazu z pamięci. Jest idealnie przezroczysty, konsystencją przypomina galaretkę i niemal nie ma smaku. Deser ten stał się prawdziwym fenomenem kulinarnym, a stworzył go Darren Wong, zainspirowany tradycyjnymi japońskimi przysmakami o podobnej konsystencji.

Deser przypomina galaretkę, ale gdy weźmie się go do ust, rozptywa się niczym biskopt. Zwykle jest podawany z prażoną mąką sojową i cukrowym syropem *kuromitsu*, a do jego przygotowania potrzeba tylko dwóch składników: agaru z wodorostów morskich i czystej wody mineralnej. Jeśli chcesz przygotować ten orzeźwiający deser we własnym domu, upewnij się, że używasz składników najlepszej jakości. Idealnie przefiltrowaną wodę

możesz nalać prosto z kranu, o ile korzystasz z systemu GROHE Blue Home. System Blue Home podłączony do baterii to najprostszy sposób na filtrację wody, a dodatkowo pozwala uzyskać wodę gazowaną – w tym celu wystarczy użyć podświetlanego diodą przycisku. Dzięki temu rozwiązaniu już nigdy nie będziesz się męczyć z kupowaniem wody w butelkach.



GROHE Blue Home

System Grohe Blue Home sprawi, że zapomnisz o noszeniu ciężkich butelek, a dzięki czystej, przefiltrowanej wodzie przygotowane na jej bazie posiłki pokażą swój prawdziwy smak.



Pure Freude
an Wasser

GROHE



DOSKONAŁY SMAK WODY PROSTO Z BATERII KUCHENNEJ

UNBOTTLED WATER BY GROHE BLUE HOME

FILTROWANA I SCHŁODZONA, NIEGAZOWANA, LEKKO GAZOWANA LUB GAZOWANA.

Wyobraź sobie orzeźwiający smak schłodzonej wody, który zaspokaja największe pragnienie. Jaką wodę lubisz? Niegazowaną, lekko gazowaną czy z mnóstwem bąbelków? Wybór należy do Ciebie. GROHE Blue Home pozwala w szybki i prosty sposób nasycić wodę odpowiednią ilością CO₂. Wystarczy tylko nacisnąć przycisk, by cieszyć się doskonałym smakiem schłodzonej i filtrowanej wody. Dowiedz się więcej na grohe.pl

Pure Freude
an Wasser



ZANIM KROPLA **ZAMIENI SIĘ W POWÓDŹ**

GROHE SENSE: WYKRYWA I ZAPOBIEGA

