DORNBRACHT

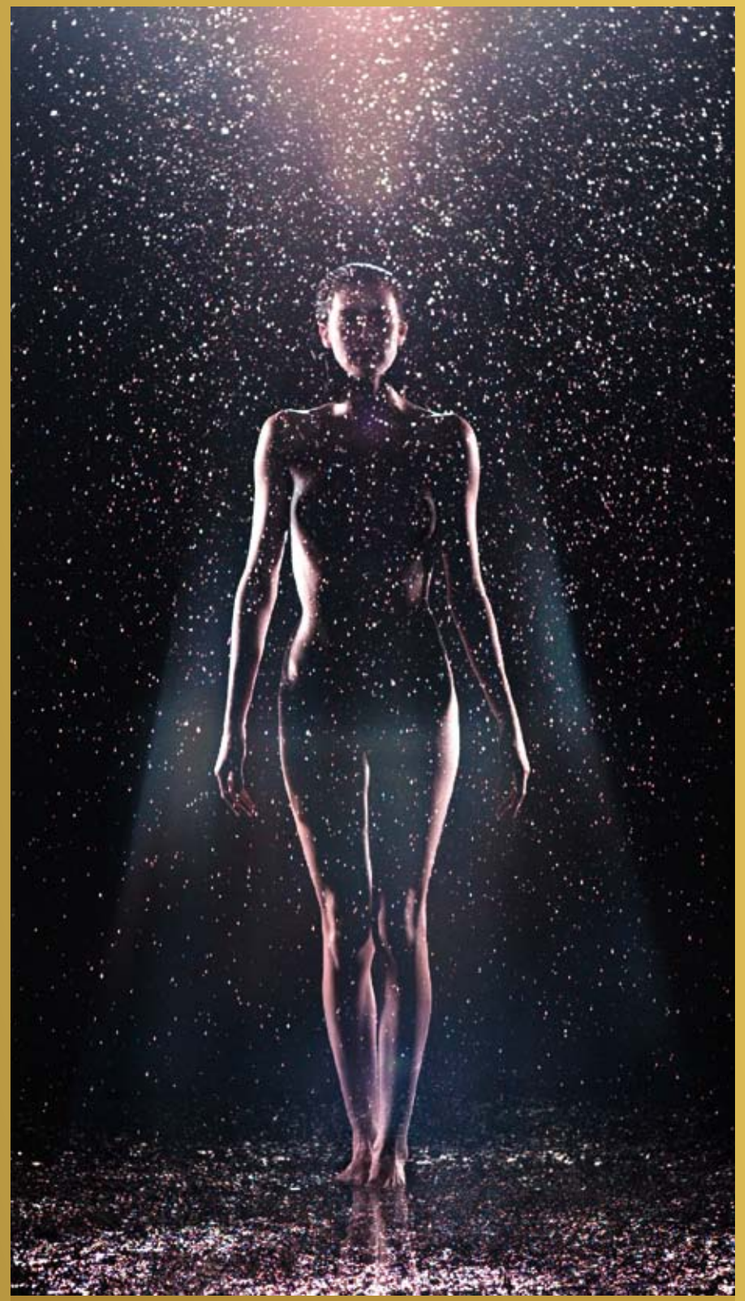
the SPIRIT *of* WATER

DORN BRACHT

SUPERNOVA Dornbracht Conversations Nude Look **Tara.**
Elemental Spa **Global Street Food** Home based player

01 00 10 000 17

TRANSFORMING WATER – AMBIANCE TUNING TECHNIQUE
The new shower scenarios to experience body, mind and soul. Read more about this in „Shortcuts“ from *page 013* onwards.
For more information, see www.dornbracht.com/transforming-water // I nuovi scenari doccia – un’esperienza per corpo, spirito e anima. Per approfondimenti si rimanda agli “Shortcuts” da *pagina 013*. Per maggiori informazioni consultare www.dornbracht.com/transforming-water // Los nuevos espacios de ducha: una experiencia para el cuerpo, el espíritu y el alma. Encontrará más información en los “Shortcuts” a partir de la *página 013*. Más información en www.dornbracht.com/transforming-water
Photography Wolfram Buck



BALANCING
Water becomes the source of spiritual strength. // L'acqua diventa fonte di forza spirituale. // El agua se convierte en fuente de fuerza espiritual.
Video still Daniel Askill

ENERGIZING
Water as an energy transmitter. // L'acqua come dispensatrice di energia. // El agua aporta energía.
Video still Daniel Askill

DE-STRESSING
Water to purify the mind. // L'acqua per la purificazione dello spirito. // Agua y limpieza espiritual.
Video still Daniel Askill

DORNBRACHT ISH 2009 TRADE FAIR STAND, FRANKFURT/MAIN
Photography Uwe Spoering, Alexander Schier and Simon Schmolling

NOISES FOR RITUAL ARCHITECTURE
Presentation in the Ex Ansaldo rooms during the Salone del Mobile 2008 //
Presentazione negli spazi della Ex Ansaldo durante il Salone del Mobile 2008 //
Presentación en las salas del Ex Ansaldo durante el Salone del Mobile 2008
Photography Filippo Bamberghi

DORNBRACHT
the SPIRIT *of* WATER

Culture Projects
Noises for Ritual Architecture
Page // Pagina // Página 206

Madison
Andrée Putman for Dornbracht
Page // Pagina // Página 184

Performing Shower
Photographed by Jesse Frohman
Page // Pagina // Página 160

Contents

008 EDITORIAL
012 Shortcuts

016 EXPEDITION
018 The sculptural quality of SUPERNOVA
034 Nude Look
040 Elemental Spa – The ritual architecture

052 CREATIVITY
054 “Zoning” the kitchen
066 Home based player

086 INSPIRED
088 Ritual Gym
098 Special Places
104 Ritual architecture in the bathroom

118 PRESENT
120 Measuring the world
124 The planned bathroom
134 Transforming a classic
154 Water – cultural attributes
160 Performing Shower

174 TOGETHER
176 Andrée Putman
190 New Standards

198 CULTURE PROJECTS
200 Dornbracht Conversations
206 Noises for Ritual Architecture
210 Global Street Food

026 SUPERNOVA
048 Elemental Spa
056 WATER ZONES
062 TARA ULTRA
064 Tara. kitchen
074 LULU
082 eTech
084 eMote
094 TARA .LOGIC
110 MEM
130 Symetrics
142 Tara.
148 Meta.02
168 Balance Modules
184 Madison / Madison Flair

SUPERNOVA
The sculptural quality of the fitting as the starting point for bathroom architecture //
La qualità scultorea della rubinetteria come punto di partenza di un’architettura per il bagno. //
La calidad escultural de la grifería como punto de partida de la arquitectura del cuarto de baño.
Photography Thomas Popinger

Atmospheres

The kitchen often serves as the focal point of the home. Here, after all, is where interaction, communication and transfer take place. Nevertheless, it must be noted that the bathroom is shifting more and more into the centre of the living environment. Man is a social creature – but he is also an individual. In this sense, the bathroom of tomorrow uses current technology and the possibilities that come with it to create or orientate atmospheres that rouse the most senses. In this way we quite tangibly enhance the experience "water", for example, in order to intensify and strengthen it. At the end there stands a whole experience, which responds to our individual sensation and can even transform it.
One of our concrete forthcoming projects is to offer, curate and continually develop these new, individual room atmospheres from a single source. Read more about this in "Shortcuts" from *page 013* onwards.
Against this background, the current work in the "Dornbracht Edges" series obtains its relevance. For "Revolving Realities", presented in January at the Passagen 2010 show in Cologne, is a reactive installation, which plays with our perception of reality. How can a place or an object be repeatedly perceived (atmospherically) in a new way? Read more about this too in "Shortcuts" from *page 013* onwards.
An interview which we conducted with one of the most famous international spa developers and Mike Meiré, the creator of the Dornbracht ritual bathrooms, likewise relates to the changed format of the bathroom: "The professional care in a spa is compensated in a personified ritual bathroom by internal dialogue," says Mike Meiré. You can read about the public "bathroom" experience and the private "bathroom" experience from *page 098* onwards.
With the tagline "Home based player", in this edition we would like to start a new series, which in addition to the subject of "the future" – certainly a central theme for Dornbracht – also deals with the subject of "origin". A glance at Iserlohn by Gerhard Samulat, a journalist for Geo magazine, in our family business marks the beginning of this section from *page 066* onwards. At this point, in the next issue (so you know in advance) we would like to go into more depth on the subject of "manufacturing quality and premium production", for example.
The project "Global Street Food", which like "Revolving Realities" was initiated as part of the "Dornbracht Edges" series in 2009 by Mike Meiré, has not only Germany, but the whole world as its theme. "Global Street Food", which had its debut at the Passagen 2009 show in Cologne, subsequently went on tour. The Vitra Design Museum displayed the project as an accompaniment to the "Antibodies. Works by Fernando & Humberto Campana 1989–2009" exhibition during the Art Basel show. You can read the "Account of the journey" from *page 210* onwards.
Finally, I would like to draw your attention to an article by Petra Schmidt. This article, from *page 034* onwards, deals with the "Nude" world of taste and colour, which covers all nuances that are subtly reminiscent of skin colours. A trend, which has made its way into our living environments beyond the field of clothes and fashion.
And thus also into the bathroom.

Yours sincerely, Andreas Dornbracht

Andreas Dornbracht
Photography Heji Shin

La cucina rappresenta spesso il fulcro della casa. Qui infatti hanno luogo momenti di comunione e di comunicazione, un transfer. Si osserva però che anche la stanza "bagno" si sposta via via al centro del concetto di abitare. L'uomo è un essere che vive in comunità – ma è anche un individuo. Ed è in tal senso che il bagno di domani usa le tecnologie attuali e le possibilità ad esse collegate di provocare o evocare atmosfere che interpellano quanti più sensi possibile. Arricchiamo quindi in modo assolutamente concreto ad esempio l'esperienza "acqua" per approfondirla e rafforzarla. Alla fine si ha un'esperienza globale che si occupa del nostro stato di salute a livello individuale e lo può perfino trasformare.
Offrire e organizzare dello stesso fornitore queste nuove atmosfere ambientali personalizzate ed evolverle costantemente, rappresenta uno dei nostri prossimi progetti concreti. Per approfondimenti si rimanda agli "Shortcuts" da *pagina 013*.
Su questo sfondo assume la propria rilevanza anche la recente opera della serie "Dornbracht Edges". Infatti "Revolving Realities", presentata a gennaio ai "Passagen 2010" di Colonia, è un'installazione reattiva che gioca con la nostra percezione della realtà. Come si può avvertire in modo sempre nuovo un luogo, un oggetto dal punto di vista dell'atmosfera? Per approfondimenti si rimanda anche agli "Shortcuts" da *pagina 013*.
Anche l'intervista realizzata con uno dei più noti ideatori di spa a livello internazionale e Mike Meiré, creatore dei bagni rituali Dornbracht, fa riferimento alla mutata importanza del bagno: "L'assistenza professionale in una spa viene compensata dal dialogo interiore in un bagno rituale personificato", asserisce Mike Meiré. Per lo scambio tra "bagno" come esperienza pubblica e "bagno" come esperienza privata si rimanda a *pagina 098* e seguenti.
Con "Home based player" vorremmo iniziare, a partire da questa edizione, una nuova serie che oltre all'argomento "futuro" – senz'altro un tema fondamentale per Dornbracht – tratti anche l'argomento "origine". L'incipit da *pagina 066* con una panoramica dell'autore di Geo, Gerhard Samulat, su Iserlohn, nella nostra azienda familiare. A questo proposito, nel prossimo numero (almeno come previsione) vorremmo approfondire ad esempio l'argomento "qualità della manifattura e produzione Premium".
Non la Germania, ma il mondo è il tema del progetto "Global Street Food", promosso da Mike Meiré come "Revolving Realities" nell'ambito della serie "Dornbracht Edges" del 2009. "Global Street Food", esposto per la prima volta ai "Passagen 2009" di Colonia, ha poi viaggiato: il "Vitra Design Museum" ha esposto il progetto in concomitanza con la mostra "Antikörper. Arbeiten von Fernando & Humberto Campana 1989–2009" (Anticorpi. In mostra i lavori di Fernando e Humberto Campana 1989-2009) nell'ambito dell'Art Basel. "Cronaca del viaggio" da *pagina 210*.
Infine vorrei ancora richiamare la vostra attenzione su un contributo di Petra Schmidt, incentrato, a *pagina 034*, sul mondo del colore e del gusto "nude", il quale contrassegna tutte le nuance che ricordano in modo raffinato i colori della pelle. Una tendenza che, partendo dall'argomento moda e abbigliamento, ha fatto il proprio ingresso nei nostri mondi quotidiani.
Anche in bagno.

Andreas Dornbracht

La cocina suele considerarse el punto central de la casa. Porque aquí es donde tiene lugar la vida en común, la comunicación, el intercambio. Sin embargo, se viene observando también que el "baño" como espacio se va instalando cada vez más en el centro de la vida. El ser humano vive en comunidad, aunque también es un individuo. En este sentido, el cuarto de baño del futuro aprovecha las tecnologías actuales y las posibilidades que ofrece para crear o decorar ambientes que despierten prácticamente todos los sentidos. Por ejemplo, enriquecemos la experiencia del elemento "agua" para hacerla aún más profunda y más intensa. El resultado es una experiencia íntegra que influye de manera individual sobre nuestro estado, pudiendo incluso transformarlo.
Uno de nuestros nuevos proyectos concretos consiste en ofrecer estos nuevos ambientes individuales a través de un mismo proveedor, además de exponerlos y desarrollarlos continuamente. Encontrará más información en los "Shortcuts" a partir de la *página 013*.
Ante este panorama, también adquiere relevancia la obra actual de la serie "Dornbracht Edges". Porque "Revolving Realities", que se presenta en enero en el festival de diseño "Passagen 2010" de Colonia, es una instalación reactiva que juega con nuestra percepción de la realidad. ¿Cómo puede percibirse un lugar, un objeto de una forma cada vez distinta (desde el punto de vista ambiental)? También encontrará más información al respecto en los "Shortcuts" a partir de la *página 013*.
La entrevista con uno de los diseñadores de spa más prestigiosos a nivel internacional y con Mike Meiré, el diseñador de los baños rituales de Dornbracht, guarda relación también con el cambio de formato del cuarto de baño: "Los cuidados profesionales que se reciben en un spa se compensan por medio del diálogo interior en un baño ritual personalizado", comenta Mike Meiré. Puede leer el intercambio de ideas acerca de la experiencia pública del "baño" y la experiencia privada del "baño" a partir de la *página 098*.
Con "Home based player" queremos comenzar en esta edición una nueva serie que, además del tema "Futuro" (sin duda uno de los temas principales para Dornbracht) aborda también el tema "Origen". El principio, a partir de la *página 066*, es una mirada del autor de artículos de la revista Geo, Gerhard Samulat, hacia Iserlohn, en nuestra empresa familiar. En la próxima edición (como adelanto) queremos ocuparnos, por ejemplo, en esta sección con más profundidad del tema "Calidad de manufactura y producción de primera".
El tema del proyecto "Global Street food" no es Alemania, sino el mundo entero. Al igual que "Revolving Realities", fue iniciado por Mike Meiré dentro del marco de la serie "Dornbracht Edges" 2009. "Global Street Food", que se mostró por primera vez en el festival de diseño "Passagen 2009" de Colonia, salió después de viaje: el museo Vitra Design Museum presentó el proyecto acompañado de la exposición "Anticuerpos. Obras de Fernando & Humberto Campana 1989 a 2009" durante la feria "Art Basel". A partir de la *página 210* encontrará el "Cuaderno de viaje".
Por último, me gustaría llamar su atención sobre un artículo de Petra Schmidt. A partir de la *página 034*, se trata el mundo de los colores y del gusto "Nude", que hace referencia a todos los tonos de color que recuerdan sutilmente a los colores de la piel. Una tendencia que influye sobre nuestras vidas, más allá del tema de la moda y las prendas de vestir.
También en el baño.

Andreas Dornbracht

Dornbracht
the SPIRIT *of* WATER
Vol. 2.2 / bathroom

In this issue of the magazine, we have brought together everything that defines the Dornbracht brand and thus provides the source and origin of our products and ideas. Further information on all current Dornbracht fittings and accessories and information on surface finishes and the Dornbracht x-tra Service can be found in the separate product information, which is available at specialist retailers. The magazine can be ordered directly from Dornbracht or is available for download at www.dornbracht.com.

In quest'ultimo numero della rivista abbiamo riunito tutto ciò che caratterizza il marchio Dornbracht e quindi tutto ciò che rappresenta la fonte e l'origine dei nostri prodotti e delle nostre idee. Ulteriori informazioni su tutte le rubinetterie e tutti gli accessori Dornbracht di ultima generazione, nonché indicazioni sulle superfici e sul servizio x-tra di Dornbracht sono riportate negli opuscoli informativi in distribuzione nei negozi specializzati. La rivista si può ordinare direttamente a Dornbracht o scaricare dal sito www.dornbracht.com.

En esta nueva edición de la revista hemos reunido todo lo que compone la marca Dornbracht y la fuente y cuna de nuestros productos e ideas. En la información separada sobre los productos, que puede conseguir en los comercios especializados, encontrará más información acerca de todas las griferías y los accesorios Dornbracht actuales, así como indicaciones sobre las superficies y el Dornbracht x-tra Service. Puede solicitar la revista directamente a Dornbracht o descargarla en www.dornbracht.com.

TARA. BLACK EDITION
Contemporary interpretation of a design icon. // L'interpretazione attuale di un'icona del design. // La interpretación actual de un icono del diseño.
Photography Thomas Popinger

"OPEN SPACE" – DORNBRACHT AT THE ISH 2009

The principle of "Open Space" originates from the art market and its fairs and exhibitions. The idea: all the exhibits are freely displayed on a platform that can be accessed from all sides. It was along the lines of this principle that Dornbracht presented itself at the ISH 2009 in Frankfurt – and showed itself as being consciously open, transparent and in every regard accessible. In addition, "Open Space" took up the lifestyle character of the trade fair novelty SUPERNOVA. Thus the SUPERNOVA Lead Bathroom formed the central area of the stand. The Lead Bathroom was conceived as a solitary unit which draws together all the functions and zones of the bathroom and thus emphasizes the high sculptural quality of the fitting. Surrounding modules displayed the various style worlds of SUPERNOVA and the series worlds of TARA, ELEMENTAL SPA and SYMETRICS. The "the Spirit of Water" cube formed the conceptual and optical counterbalance to the open stand area. Inside the cube, the fascination with water emanating from the products is staged, in keeping with the brand's promise of "the Spirit of Water".

Exhibition view
Dornbracht ISH 2009 trade fair stand, Frankfurt/Main
Photography Uwe Spoering

"OPEN SPACE" – DORNBRACHT ALLA ISH 2009

Il principio "Open Space" risale al mercato di opere d'arte, alle sue fiere e alle sue esposizioni. L'idea: tutti i pezzi esposti sono visibili liberamente su una piattaforma accessibile da tutti i lati. Dornbracht si è presentata alla ISH 2009 di Francoforte sulla scorta di questo principio e così si è dimostrata volutamente aperta, trasparente e accessibile sotto ogni aspetto. L'"Open Space" poi ha catturato il carattere lifestyle di SUPERNOVA, la novità della fiera. E quindi anche il bagno concettuale SUPERNOVA è diventato il fulcro dello stand. Il bagno concettuale è stato concepito come un solitario che posiziona in sé tutte le funzioni e le zone del bagno, accentuando così l'elevata qualità scultorea della rubinetteria. I moduli che affiancavano il punto centrale mostravano le diverse rappresentazioni stilistiche di SUPERNOVA e i vari mondi delle serie TARA, ELEMENTAL SPA e SYMETRICS. Il contrappeso concettuale e ottico alla superficie aperta dello stand era rappresentato dal cubo "the Spirit of Water", all'interno del quale si mette in scena il fascino per l'acqua che scaturisce dai prodotti, nel significato promesso del marchio "the Spirit of Water".

Exhibition view
Dornbracht ISH 2009 trade fair stand, Frankfurt/Main
Photography Simon Schmolling

"OPEN SPACE" – DORNBRACHT EN LA FERIA ISH 2009

El principio "Open Space" proviene del mercado del arte, de sus ferias y exposiciones. ¿La idea? Todos los objetos expuestos se presentan libres sobre una plataforma a la que se puede acceder desde todos los lados. Siguiendo este principio se presentó Dornbracht en la feria ISH 2009 de Frankfurt, mostrándose conscientemente abierto, transparente y accesible en todos los aspectos. El "Open Space" retoma además el carácter lifestyle de la novedad de la feria SUPERNOVA. Por ejemplo, el baño conceptual SUPERNOVA ocupó también el centro del stand. El baño conceptual se ha diseñado como un solitario que agrupa todas las funciones y las zonas del cuarto de baño, resaltando así la elevada calidad estructural de la grifería. Los módulos que flanqueaban el centro mostraban los diferentes estilos de SUPERNOVA, y los estilos de las series TARA, ELEMENTAL SPA y SYMETRICS. El contrapeso conceptual y visual de la superficie abierta lo formaba el cubo "the Spirit of Water". En el interior del cubo se representa la fascinación por el agua que emana de los productos, tal como promete la marca "the Spirit of Water".

DORNBRACHT EDGES: REVOLVING REALITIES AT THE PASSAGEN 2010 SHOW

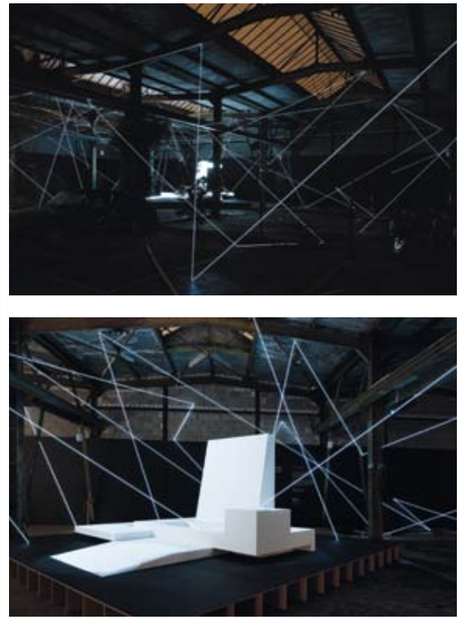
Passagen, now the largest German design event, according to the organizer, provides an exhibition programme on topical trends in design. 190 individual shows took place at the Passagen 2010 in Cologne's galleries, furniture stores, cultural institutes, museums and higher education institutions. One of the highlights was certainly the "Revolving Realities" project initiated by Mike Meiré as part of the "Dornbracht Edges" series. The reactive installation by the group Interpalazzo (sound: Marcus Schmickler) plays with our perception of reality, as we repeatedly perceive a place and an object afresh: contours shift, surfaces become the mirror of changing realities. Real virtuality instead of virtual reality. The projects realized for the "Dornbracht Edges" series constantly pivot about the interface between architecture, design and art. International designers and architects invent visions and utopias for the changing living areas of the bathroom and the kitchen. "Revolving Realities" is the latest project in the series, following "Global Street Food" (2009), "Noises for Ritual Architecture" (2008) and "The Farm Project" (2007).

DORNBRACHT EDGES: REVOLVING REALITIES AI "PASSAGEN 2010"

I "Passagen", stando alle indicazioni degli organizzatori divenuta nel frattempo la principale manifestazione di design di Germania, offrono un programma espositivo sulle tendenze attuali nel settore. I "Passagen 2010" hanno ospitato 190 mostre di gallerie, negozi di arredamento, istituti culturali, musei e istituti superiori di Colonia. Uno dei momenti culminanti è stato senz'altro il progetto "Revolving Realities" promosso da Mike Meiré nell'ambito della serie "Dornbracht Edges". L'installazione reattiva del gruppo Interpalazzo (sound da Marcus Schmickler) gioca con la nostra percezione della realtà, portandoci ad avvertire un luogo e un oggetto in modo sempre nuovo: i contorni si spostano, le superfici diventano specchio di realtà mutevoli. Virtualità reale anziché realtà virtuale. I progetti realizzati per la serie "Dornbracht Edges" si muovono sempre su un'interfaccia di architettura, design e arte. I designer e gli architetti internazionali escogitano visioni e utopie per gli ambienti abitativi in trasformazione, bagno e cucina. "Revolving Realities" è il progetto attuale della serie dopo "Global Street Food" (2009), "Noises for Ritual Architecture" (2008) e "The Farm Project" (2007).

DORNBRACHT EDGES: REVOLVING REALITIES EN LOS "PASSAGEN 2010"

Los "Passagen", que según los datos del organizador son actualmente el acto de diseño más importante de Alemania, forman un programa de exposiciones sobre las tendencias actuales en cuanto a diseño. En los "Passagen 2010" tuvieron lugar 190 pases en las galerías de Colonia, en tiendas de decoración, en instituciones culturales, museos y universidades. Uno de los puntos principales fue con seguridad el proyecto "Revolving Realities", iniciado por Mike Meiré dentro del marco de la serie "Dornbracht Edges". La instalación reactiva del grupo Interpalazzo (sound de Marcus Schmickler) juega con nuestra percepción de la realidad, de forma que percibimos un lugar o un objeto de una forma nueva cada vez: los contornos se desplazan, las superficies se convierten en espejos de realidades cambiantes. La virtualidad real en lugar de la realidad virtual. Los proyectos realizados para la serie "Dornbracht Edges" se mueven siempre en el punto de confluencia de la arquitectura, el diseño y el arte. Los diseñadores y arquitectos internacionales idean visiones y utopías sobre las áreas cambiantes de la vida del baño y la cocina. "Revolving Realities" es el proyecto actual de la serie, después de "Global Street Food" (2009), "Noises for Ritual Architecture" (2008) y "The Farm Project" (2007).



Dornbracht Edges
Revolving Realities, Passagen, Cologne 2010
Photography Uwe Spoering

TRANSFORMING WATER

The bathroom of tomorrow – today: AMBIANCE TUNING TECHNIQUE changes the way of showering – and thereby changes the interlude in the bathroom. New technology creates the conditions for further enhancing and intensifying the experience of water. The new and unique water experience is made possible thanks to innovative electronic control. The result: a complete atmospheric change to the "bathroom" surroundings. A holistic experience, which opens up new options: three scenarios, which – when programmed accordingly – each respond to a particular emotional state or physical constitution. DE-STRESSING relaxes, calms, closes down the organism, really flicks down the personal "OFF switch". ENERGIZING, on the other hand, re-energizes, recharges, provides strength. All the senses are animated, stimulated, the individual is "started up". And then BALANCING creates equilibrium, the balance. The harmonization of all the senses. The AMBIANCE TUNING TECHNIQUE is thus the logical sequel to what we began in 2005 with the launch of the RAIN SKY E scenarios.
For more detailed information, go to www.dornbracht.com/transforming-water

TRANSFORMING WATER

Il bagno di domani già oggi: AMBIANCE TUNING TECHNIQUE cambia il modo di farsi la doccia – e quindi la permanenza in bagno. Una nuova tecnologia crea i presupposti per arricchire e intensificare ulteriormente l'esperienza acqua. L'unità di comando elettronica e innovativa consente quest'esperienza nuova e unica con l'acqua. Il risultato: un mutamento atmosferico totale dell'ambiente "bagno". Un'esperienza a tutto tondo che inaugura nuove opzioni: tre scenari che – opportunamente programmati – si interessano ogni volta di una determinata situazione sensoriale o di una condizione fisica. DE-STRESSING rilassa, tranquillizza, defatica l'organismo, aziona in modo regolare l'"interruttore Off" personale. ENERGI-

ZING, al contrario, fornisce nuove energie, ricarica, regala forza. Tutti i sensi vengono eccitati, stimolati, l'uomo viene "ricaricato". BALANCING pareggia, ristabilisce l'equilibrio. L'armonizzazione di tutti i sensi. AMBIANCE TUNING TECHNIQUE è la continuazione coerente di ciò che abbiamo iniziato nel 2005 con l'introduzione degli scenari RAIN SKY E.
Per informazioni dettagliate consultare www.dornbracht.com/transforming-water

Transforming Water
Dornbracht presents Ambiance Tuning Technique
www.dornbracht.com/transforming-water

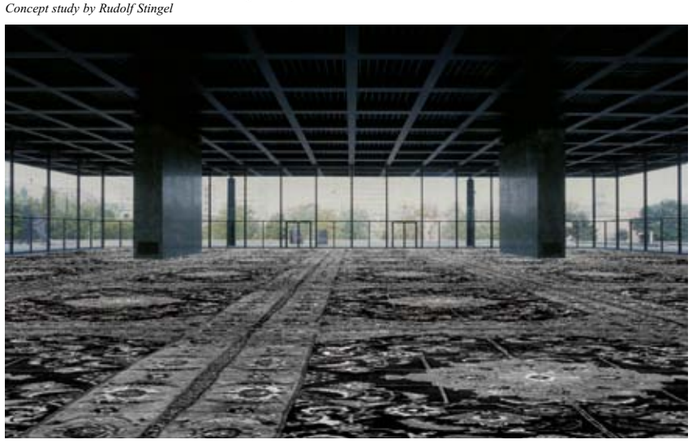
TRANSFORMING WATER

El baño del mañana, hoy mismo: AMBIANCE TUNING TECHNIQUE transforma la ducha, y con ello también la estancia en el cuarto de baño. Una nueva tecnología logra crear las condiciones necesarias para enriquecer y hacer aún más intensa la experiencia del agua. Esta nueva experiencia extraordinaria del agua se consigue gracias al innovador control electrónico. El resultado es un cambio de ambiente total en el entorno "baño". Una experiencia integral que abre nuevas opciones: tres escenarios, adecuadamente programados, cada uno de los cuales considera un estado de ánimo o un estado físico determinado. DE-STRESSING relaja, calma, desacelera el organismo, realmente pulsa el "interruptor de desconexión" personal. ENERGIZING, por el contrario, proporciona nuevas energías, recarga, da energía. Todos los sentidos se agudizan, se estimulan, la persona se "pone en marcha". BALANCING, a su vez, logra la nivelación, el equilibrio. La armonización de todos los sentidos. De este modo, AMBIANCE TUNING TECHNIQUE es la continuación consecuente de lo que comenzamos en 2005 con el lanzamiento de los escenarios RAIN SKY E.
Más información en www.dornbracht.com/transforming-water

DORNBRACHT INSTALLATION PROJECTS®, NEW NATIONAL GALLERY, BERLIN

With the "Rudolf Stingel. LIVE" exhibition, Dornbracht is continuing the series of solo exhibitions of current artistic positions in the field of room installations that was started in 2000. The Dornbracht Installation Projects® are curated by Udo Kittelmann, director of the National Gallery in Berlin, and as a public-private partnership combine the company's cultural commitment with public institutions. The exhibition series began in the Cologne Art Association with Michel Majerus and was continued until 2007 in the Frankfurt Museum of Modern Art (MMK). The prelude to the Dornbracht Installation Projects in the New National Gallery in Berlin, built by Mies van der Rohe, is the solo exhibition of the Austrian painter and sculptor Rudolf Stingel.
www.cultureprojects.de

Preview – Dornbracht Installation Project
Rudolf Stingel. LIVE, Neue Nationalgalerie, Berlin
Concept study by Rudolf Stingel



DORNBRACHT INSTALLATION PROJECTS®, NEUE NATIONALGALERIE, BERLINO

Con l'esposizione "Rudolf Stingel. LIVE", Dornbracht prosegue la serie di presentazioni uniche, iniziate nel 2000, sulle posizioni artistiche attuali nell'ambito delle installazioni spaziali. I Dornbracht Installation Projects® sono curati da Udo Kittelmann, direttore della galeria "Nationalgalerie" di Berlino, e come Public Private Partnership legano l'impegno culturale dell'azienda alle istituzioni pubbliche. La serie espositiva è iniziata al Kölnischer Kunstverein con Michel Majerus ed è proseguita fino al 2007 al Museo d'arte moderna (MMK) di Francoforte. La prima presentazione dei Dornbracht Installation Projects nella galeria "Neue Nationalgalerie", costruita da Mies van der Rohe, è la mostra monografica del pittore e scultore austriaco Rudolf Stingel.
www.cultureprojects.com

DORNBRACHT INSTALLATION PROJECTS®, NEUE NATIONALGALERIE, BERLÍN

Con la exposición "Rudolf Stingel. LIVE", Dornbracht continúa la serie de presentaciones individuales, comenzada en el año 2000, de posiciones artísticas en el área de instalaciones de habitaciones. Los Dornbracht Installation Projects® los dirige Udo Kittelmann, director de la galería Nationalgalerie de Berlín, y enlazan como asociación público-privada el compromiso cultural de la empresa con las instituciones públicas. La serie de exposiciones comenzó en la "Kölnischer Kunstverein" con Michel Majerus, y continuó hasta 2007 en el Museo de Arte Moderno (MMK) de Frankfurt. El comienzo de los Dornbracht Installation Projects en la galería Neue Nationalgalerie, construida por Mies van der Rohe, es la exposición única del pintor y escultor austriaco Rudolf Stingel.
www.cultureprojects.de

DORNBRACHT EDGES: THE FARM PROJECT IN DESIGNHUIS EINDHOVEN

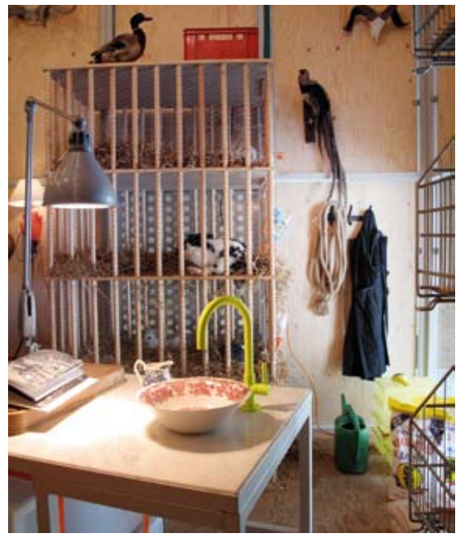
In April 2006, within the framework of the Milan Furniture Fair, Dornbracht presented "The Farm Project" by Mike Meiré for the first time. The feedback was great. So "the kitchen as the stage of life" was displayed a further three times over the next year: at the Passagen 2007 show in Cologne, as an "Associate Project" during the opening days for the "sculpture projects münster 07" and at the 2007 "Art Basel/Design Miami" exhibition. The fifth exhibition of the project followed in September 2009. The Designhuis in Eindhoven displayed "The Farm Project" as part of the "Farmer in search of style" exhibition curated by Li Edelkoort. With his installation, Mike Meiré is displaying the kitchen as the stage of life: a lively medley of aromas, ingredients and spices, of cutlery, crockery, pots and pans. The kitchen as a place of tolerance, where the edible and the drinkable, kitchen utensils and recipes from all over the world co-exist side by side and in harmony. A space for a wide range of artistic, architectural and cultural encounters.
The intricate documentation on the "The Farm Project" comprises 248 pages and features – besides the extensive photographic documentation on the project – contributions from different authors approaching the subject from the various perspectives of architecture, design and art. The catalogue has been published by the publishing house of the Walther König bookstore based in Cologne. € 34, ISBN: German 978-3-86506-284-8, English 978-3-86560-293-0.

DORNBRACHT EDGES: THE FARM PROJECT ALLA DESIGN-HUIS EINDHOVEN

Nell'aprile del 2006 Dornbracht presentò per la prima volta "The Farm Project" di Mike Meiré nell'ambito del Salone del Mobile di Milano. La risonanza fu enorme. E così l'anno successivo "la cucina palcoscenico della vita" fu esposta altre tre volte: ai "Passagen 2007" di Colonia, come "progetto associato" ai giorni dell'inaugurazione degli "skulptur projekte münster 07" e alla "Art Basel / Design Miami" edizione 2007. Nel settembre del 2009 è seguita la quinta esposizione del progetto. La Designhuis di Eindhoven ha ospitato "The Farm Project" nell'ambito della mostra "Farmer in search of style", curata da Li Edelkoort. Mike Meiré con la sua installazione mette in scena la cucina come palcoscenico della vita: un caos vivace di profumi, ingredienti e spezie, di posate, stoviglie, pentole e padelle. La cucina come luogo della tolleranza, dove cibo e bevande, utensili da cucina e ricette di tutto il mondo coesistono gli uni accanto alle altre e mescolandosi tra di loro. Uno spazio per i più variegati incontri artistici, architettonici e culturali.
La documentazione di "The Farm Project", la cui realizzazione è risultata molto dispendiosa, comprende 248 pagine e contiene – oltre all'ampia documentazione fotografica del progetto - contributi di autori di diverse prospettive inerenti architettura, design e arte. Il catalogo è stato pubblicato per le edizioni della libreria Walther König, Colonia. 34,- €, ISBN: tedesco 978-3-86506-284-8, inglese 978-3-86560-293-0.

DORNBRACHT EDGES : THE FARM PROJECT EN LA DESIGN-HUIS EINDHOVEN

En abril de 2006, dentro del marco de la Feria del Mueble de Milán, Dornbracht presentó por primera vez "The Farm Project", de Mike Meiré. Tuvo una gran acogida. Por tanto, "la cocina como escenario de la vida" se presentó otras tres veces al año siguiente: en los "Passagen 2007" de Colonia, como "Associate Project" durante los días de inauguración de los "skulptur projekte münster 07" y en el "Art Basel / Design Miami" en 2007. En septiembre de 2009 siguió la quinta exposición del proyecto. La Designhuis de Eindhoven presentó "The Farm Project" dentro del marco de la exposición dirigida por Li Edelkoort "Farmer in search of style". Con su instalación, Mike Meiré representó la cocina como escenario de la vida: una mezcla viva de aromas, ingredientes y especias, de cubiertos, vajillas, sartenes y cazos. La cocina como lugar de la tolerancia, en el que la comida y la bebida, los utensilios de cocina y las recetas de todo el mundo coexisten unos junto a otros y unos con otros. Un espacio lleno de los más diversos encuentros artísticos, arquitectónicos y culturales.
La lujosa documentación sobre "The Farm Project" comprende 248 páginas y, además de una amplia documentación fotográfica del proyecto, contiene aportaciones de autores desde los más diversos puntos de vista de la arquitectura, el diseño y el arte. El catálogo se publica en la editorial de la librería Walther König, Colonia. 34,- €, ISBN: alemán 978-3-86506-284-8, inglés 978-3-86560-293-0.



The Farm Project
Exhibition im Designhuis Eindhoven
NEO NOTO

EXPEDITION

lat. expeditio "accomplishment, campaign". A journey into uncharted territories to acquire new skills, discover new possibilities.

dal latino expeditio: spedizione, campagna. Un viaggio in luoghi ancora sconosciuti, alla ricerca di nuove conoscenze per ampliare le possibilità.

lat. expeditio "Ejecución, expedición". Un viaje a territorios aún desconocidos para adquirir nuevos conocimientos, descubrir novedosas posibilidades.

THE SCULPTURAL QUALITY OF SUPERNOVA 018

NUDE LOOK 034

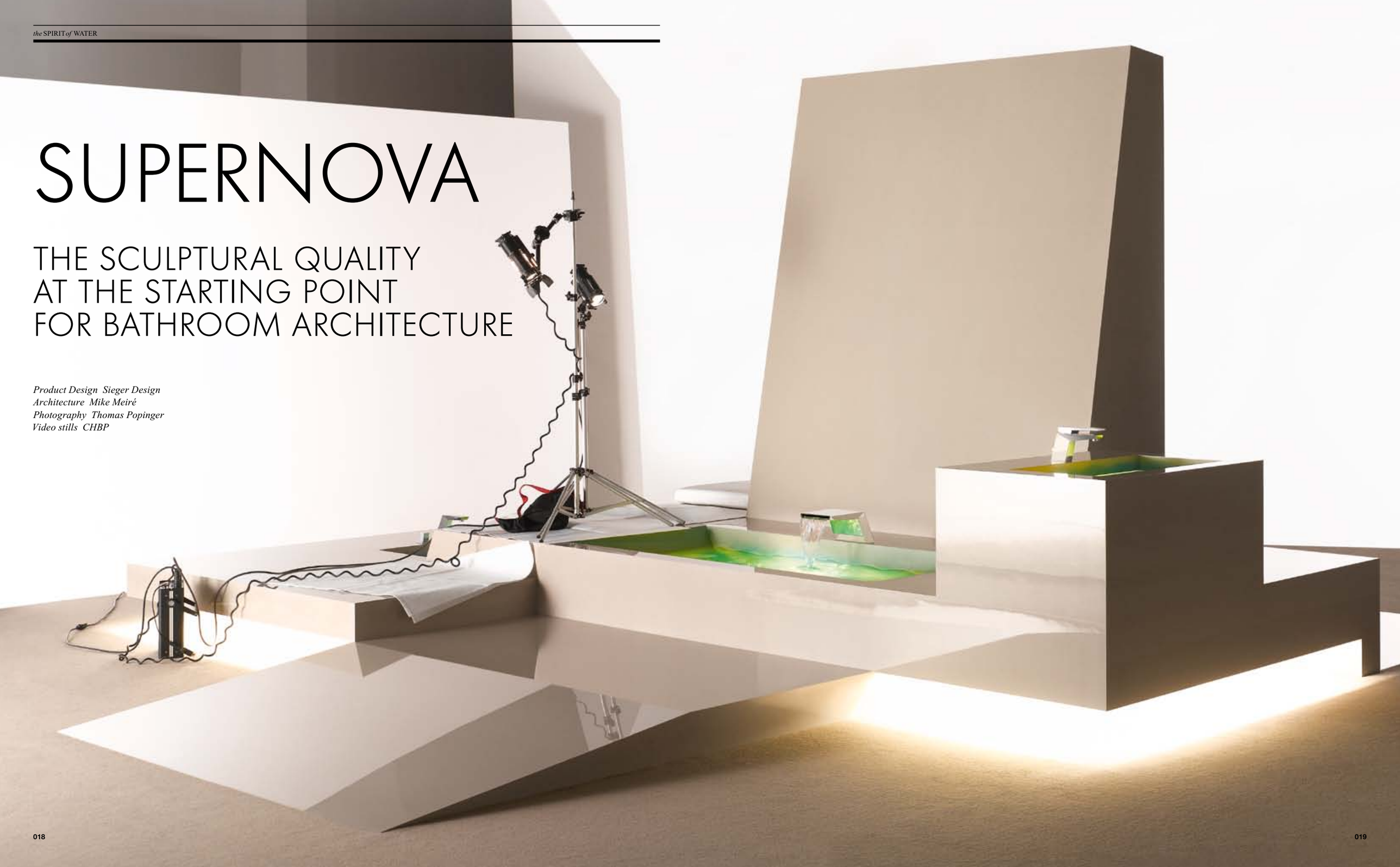
ELEMENTAL SPA THE RITUAL ARCHITECTURE 040

Photography (detail) Jesse Frohman

SUPERNOVA

THE SCULPTURAL QUALITY AT THE STARTING POINT FOR BATHROOM ARCHITECTURE

Product Design Sieger Design
Architecture Mike Meiré
Photography Thomas Popinger
Video stills CHBP



AN ISLAND IN THE ROOM WHICH PLACES ALL OF THE FUNCTIONS AND ZONES OF THE BATHROOM

Let us take the sculptural quality of a fitting as the starting point for bathroom architecture. How would that turn out? Very well. And completely new. The bathroom as an island in a room, where all of the functions and zones are drawn together. An architecture, which becomes a solitary item itself, and in so doing reflects the progressive design of the fitting with its reflecting and precisely angled surfaces. At the same time, the fittings' surfaces continually reflect the island's various water zones afresh.

Supernova is the term used to describe the flash of extreme brightness a star displays as it explodes. Its brightness increases by a factor of between millions and billions, and it produces the same amount of light as an entire galaxy. With the name SUPERNOVA, Dornbracht evokes that brightness which with the fittings can be seen in the fascinating interplay of light and refraction. It seems as though the fitting reflects the idea behind the architecture just as much as the architecture reflects the idea behind the fitting. With no specifically defined space, the bathroom turns into a sculpture to be experienced on foot, demarcated from the surrounding room by its surfaces and materials. An element of lifestyle furniture, which can be positioned anywhere within the room. In a loft apartment, just as in a palace. The staging possibilities for the world of SUPERNOVA *(from page 026 onwards)* are accordingly versatile.
The fitting represents a very sophisticated, progressive new design, which is emphasized by the striking geometry of the spout and the control elements. The slight forward tilting generates a sense of dynamism. The fitting's facets, which play with light and its refraction properties and absorb the light reflection from the water, are a consistent design feature of this series – continued even in the design of its accessories. In order to highlight this clear-cut design, SUPERNOVA is available exclusively in high-gloss surface finishes: chrome, platinum and, for the first time, the light golden "Champagne" surface finish, which has been developed especially for SUPERNOVA. An elaborate process is required for the 22 carat gold finish. SUPERNOVA is not alone in this: in interior design and other aspects of lifestyle, gold as a colour and as an exquisite material is currently enjoying an exciting renaissance. Champagne is to bring a bit of this glamour trend into the bathroom.
With SUPERNOVA Dornbracht is therefore continuing the consistent line of design innovation of the last two decades.

La qualità scultorea di una rubinetteria come punto di partenza dell'architettura per il bagno. Come può andare a finire? Molto bene. E in modo del tutto innovativo. Il bagno come isola nella stanza, il quale posiziona in sé tutte le funzioni e tutte le zone. Un'architettura che diventa essa stessa un solitario e contemporaneamente, nelle superfici riflettenti e nelle inclinazioni precise, rispecchia il design progressivo della rubinetteria. Al tempo stesso le superfici delle rubinetterie riflettono in modo sempre nuovo le varie zone d'acqua dell'isola.

Una Supernova è lo sfavillio rapido ed estremamente luminoso di una stella nella sua esplosione. La sua luminosità aumenta alla milionesima e alla miliardesima potenza conferendole il chiarore di un'intera galassia. Con il nome SUPERNOVA, Dornbracht cita questo scintillio che appare sulle rubinetterie nel gioco affascinante della luce e delle sue rifrazioni. Sembra che la rubinetteria rispecchi l'idea di architettura allo stesso modo in cui l'architettura riflette l'idea di rubinetteria. Senza definizione di spazio, il bagno diventa scultura percorribile e da vivere che si delimita dall'ambiente circostante solo mediante superfici e materiali. Un mobile lifestyle da posizionare liberamente nella stanza. In un loft come in un palazzo. Altrettanto molteplici sono le possibilità di messa in scena per il mondo di SUPERNOVA *(da pagina 026)*.
La rubinetteria rappresenta un nuovo design progressivo, molto raffinato che è sottolineato dalla geometria marcata della bocca di erogazione e degli elementi di comando. Una leggera inclinazione in avanti crea dinamismo.
Le sfaccettature della rubinetteria, le quali giocano con la luce e le sue rifrazioni e assorbono i riflessi luminosi dall'acqua, si estendono come segno distintivo di design su tutta la serie completa – fino alla forma degli accessori. Per sottolineare la precisione della struttura, SUPERNOVA è disponibile solo in superfici lucidissime: cromo, platino e, per la prima volta, nella versione "champagne", delicatamente dorata, creata appositamente per SUPERNOVA. La lavorazione in oro a 22 carati si svolge in parecchie fasi di lavoro accurate.

SUPERNOVA REFLECTS ITS SURROUNDINGS EVER NEW

SUPERNOVA non è l'unica: nel design per interni e in altri ambiti del lifestyle, l'oro sia come colore che come materiale pregiato sta vivendo un momento di grande rinascita. La superficie champagne vuole portare in bagno la tendenza al glamour.
Con SUPERNOVA, Dornbracht prosegue con fermezza la serie delle innovazioni di design degli ultimi due decenni.

La calidad escultural de una grifería como punto de partida de la arquitectura del cuarto de baño. ¿Cómo puede resultar? Muy bien. Y de forma totalmente nueva. El baño como isla en la sala que sitúa en sí mismo todas las funciones y las zonas. Una arquitectura que se convierte en un solitario, reflejando el diseño progresivo de la grifería con sus superficies reflectantes y sus precisas oblicuidades. Al mismo tiempo, las superficies de las griferías reflejan las diferentes zonas de agua de la isla de una forma nueva cada vez.
Una Supernova es el destello rápido y extremadamente luminoso de una estrella cuando entra en explosión. Su fuerza luminosa se multiplica entonces por millones o miles de millones, y se vuelve tan brillante como una galaxia entera. Con el nombre SUPERNOVA, Dornbracht hace referencia a esta luz, que en la grifería se muestra en el fascinante juego con la luz y su refracción. Es como si la grifería reflejase la idea de la arquitectura al tiempo que la arquitectura refleja la idea de la grifería. Sin limitación del espacio, el baño se convierte en una escultura transitable que se experimenta, que sólo se separa del espacio circundante mediante superficies y materiales. Un mueble de *lifestyle* que se puede colocar libremente en el espacio. Tanto en un loft como en un palacio. Igual de variadas son las posibilidades de puesta en escena del mundo de SUPERNOVA *(a partir de la página 026)*.
La grifería representa un diseño nuevo progresivo y muy cultivado, que se acentúa mediante la marcada geometría del caño y los mandos. Una ligera inclinación hacia delante genera dinamismo.
Las facetas de la grifería, que juegan con la luz y su refracción, y que retoman del agua las reflexiones de la luz, son una característica de diseño que se aplica en toda la serie, hasta en el diseño de los accesorios. Para subrayar esta precisión de diseño, SUPERNOVA está disponible exclusivamente con superficies brillantes: cromo, platino y, por primera vez, también con la superficie "champagne", de un dorado suave, desarrollada especialmente para SUPERNOVA. El ennoblecimiento con oro de 22 quilates tiene lugar en varias laboriosas fases de trabajo. SUPERNOVA no está sola en este sentido: en el diseño de interiores y en otras áreas de *lifestyle*, el oro experimenta un interesante resurgimiento muy actual como color y como material noble. Champagne introduce esta tendencia del glamour en el baño.
Con SUPERNOVA, Dornbracht continúa de manera consecuente la serie de innovaciones de diseño de las últimas dos décadas.

SUPERNOVA
Sieger Design

The brochure for SUPERNOVA constructs the world of the new series using lavish full-page pictures, and illustrates the complete product range. This can be downloaded at www.dornbracht.com.

La brochure di SUPERNOVA costruisce il mondo della nuova serie con ampie pagine illustrate e presenta l'assortimento dettagliato dei prodotti. La si può scaricare alla pagina www.dornbracht.com.

El folleto sobre SUPERNOVA, con grandes fotografías, compone el mundo de la nueva serie y presenta de forma extensa el programa de productos. Se puede descargar en www.dornbracht.com.

SUPERNOVA BATHROOM ARCHITECURE

The multi-faceted nature of the fitting can also be applied to the individual bathroom architecture. Whether as an island solution which is derived from the sculpture, or as a wall-based solution which consciously detaches the SUPERNOVA bathroom architecture from the sculpture and thus extends the framework for the individual embodiment. A wealth of possibilities appears to exist. Quotations, visions, purity as well as pure luxury. Not to mention the possibilities provided by the option of the new light golden, champagne-coloured fitting surface. Time and again, the aspect that unites the architectures amidst all of this diversity is exposure.

La ricchezza di sfaccettature della rubinetteria si può trasmettere anche all'architettura personalizzata del bagno. Sia come soluzione a isola, derivata dalla scultura, che come soluzione a parete che, per SUPERNOVA, allontana volutamente l'architettura del bagno dalla scultura, estendendo i confini per una trasformazione personalizzata. Tutto sembra possibile. Citazioni, visioni, purezza, anche lusso puro! In particolare perfino l'opzione della nuova superficie delicatamente dorata, color champagne. Ciò che riunisce sempre le architetture in tutta la loro varietà è il loro sapersi mettersi in mostra.

La riqueza de facetas de la grifería se puede trasladar también a la arquitectura individual del cuarto de baño. Ya sea como solución de isla que se deriva de la escultura, o como solución unida a la pared que separa conscientemente la arquitectura del baño para SUPERNOVA de la escultura, ampliando así el marco para la aplicación individual. Aparecen multitud de posibilidades. Citas, visiones, lo puro igual que el auténtico lujo. Sin olvidar la posibilidad de que la superficie de la grifería sea del nuevo dorado suave, color champagne. Lo que une siempre a las arquitecturas a pesar de toda su diversidad es su exposición.

Plenty of glass and an entire mirror wall emphasize further the play with reflections. // L'uso massiccio del vetro e la parete a specchio ultrapiatta accentuano il gioco dei riflessi. // Mucho cristal y una pared de espejo continua resaltan el juego con las reflexiones.

Its light, smooth surfaces create the impression of a private spa. // Le superfici chiare e lisce evocano una spa privata. // Las superficies claras y lisas recuerdan un Spa privado.

>
The burnt surface finish on the tiles recalls a light gradient. // Le superfici arse delle piastrelle ricordano una scia luminosa. // La superficie cocida de las baldosas recuerda la trayectoria de la luz.

GLAM STYLE
Three-hole basin mixer // Batteria tre fori lavabo // Batería americana de lavabo

GLAM STYLE

Glamour is coming back to the bathroom. Stylish and extremely elegant. A high-gloss fitting surface in champagne hues, a washstand top coated with black double clear-coat finish, a white velour carpet, vertical blinds for fine streams of sunlight. The result is a washstand that is so stylish and elegant it could be placed directly in the bedroom or living room.

GLAM STYLE

Il glamour si riappropria del bagno. Buon gusto ed estrema eleganza. Una superficie color champagne, molto lucida, per la rubinetteria, un piano per lavabo rifinito in vernice nera per pianoforte, un tappeto in velluto bianco, una tenda veneziana per dosare accuratamente la luce del sole. Un angolo lavabo di buon gusto ed elegante che può essere allestito direttamente in camera da letto o in soggiorno.

GLAM STYLE

El glamour vuelve al baño. Lleno de estilo y extremadamente elegante. Una superficie de grifería color champagne, brillante, una repisa de lavabo lacada en negro piano, una alfombra de terciopelo blanco, una cortina laminada para la dosificación óptima de la luz solar. Un espacio de aseo elegante y con tanto estilo que se puede ubicar directamente en el dormitorio o en el salón.

ART BAROQUE
Single-lever basin mixer // Miscelatore monocomando lavabo // Monomando de lavabo

CUBISM CHIC
Wall-mounted basin mixer // Tre fori incasso a muro // Batería de pared para lavabo

ART BAROQUE

Baroque yet not baroque: new light surface finishes instead of dark, heavy colours and a minimalist architectural language as a counterpoint. Furnishing objects like an original baroque chair and a mirror with faceted frame are given quite a different character using a silver lacquer. A deliberately generous amount of light emphasizes a journey through time to the Baroque era.

ART BAROQUE

Barocco, senza essere barocco: nuove superfici chiare, anziché colori scuri e pesanti, e un linguaggio architettonico minimalista a fare da contrappunto. Oggetti di arredamento come una sedia barocca originale e uno specchio con cornice sfaccettata acquisiscono un aspetto completamente nuovo grazie alla verniciatura argentata. La molta luce intenzionale sottolinea il viaggio nel tempo del barocco.

ART BAROQUE

Barroco sin ser barroco: nuevas superficies luminosas en lugar de densos colores oscuros y un lenguaje arquitectónico minimalista como contrapunto. Objetos de decoración como una silla barroca original y un espejo con marco biselado adquieren un carácter totalmente nuevo con el lacado en plata. La utilización expresa de gran cantidad de luz subraya el viaje en el tiempo al Barroco.

CUBISM CHIC

A game with surfaces and angles, dominated by two walls: an entire mirror wall and a relief wall with cubes reflecting the multifaceted design of the fitting. The relief only appears three-dimensional – in actual fact it is an elaborate trompe-l'œil painting on wallpaper. The floor and washstand top are crafted from two different types of marble and thus continue the exciting game for the onlooker.

CUBISM CHIC

Un gioco di superfici e angoli dominato da due pareti: uno specchio ultrapiatto e una parete in rilievo, i cui cubi richiamano la sfaccettatura del design della rubinetteria. Il rilievo crea un effetto ottico tridimensionale – in realtà è un pregiato trompe-l'oeil su tappezzeria. Il pavimento e il piano di appoggio del lavabo sono realizzati in due marmi diversi e proseguono così il gioco molto avvincente per l'osservatore.

CUBISM CHIC

Un juego con las superficies y los ángulos, dominado por dos paredes: un espejo continuo y una pared en relieve cuyos cubos con múltiples ángulos recogen el diseño multifacético de la grifería. El relieve adquiere un aspecto tridimensional: en realidad se trata de un complejo diseño trompe-l'œil

FICTION
Bath shower set // Gruppo vasca 4 fori // Batería de bañera a cuatro orificios

FICTION
Bath shower set / JustRain / Complete hand shower set / xTool thermostat module with 2 valves / Towel bar // Gruppo vasca 4 fori / JustRain / Gruppo doccetta con flessibile a muro / xTool modulo termostato con 2 rubinetti / Asta portasciugamani // Batería de bañera a cuatro orificios / JustRain / Juego de ducha de mano con codo de conexión a pared / Módulo de termostato xTool con 2 válvulas / Barra para toallas de baño

sobre papel pintado. El suelo y la repisa del lavabo están hechos de dos mármoles diferentes y continúan así el juego lleno de tensión para el observador.

FICTION

Futuristic flair prevails here. As sophisticated as it is different. Having emerged in the 1940s in New York and London, the loft still remains the epitome of creative living spaces. A wall with an open honeycomb structure as a room partition and indirect source of light, a high-gloss concrete floor and a glossy white bathtub. The person who lives here is aware that renouncing a grandiose style of presentation is often the best way of highlighting their own sense of style.

FICTION

Qui predominano note futuriste. Raffinato, ma diverso. Nato già negli anni Quaranta a New York e Londra, ancora oggi il loft rappresenta la quintessenza per spazi abitativi creativi. Una parete con struttura a nido d'ape come divisorio e una fonte di luce indiretta, cemento lucido sul pavimento e un corpo vasca bianco lucente. Qui vive qualcuno consapevole del fatto che la rinuncia ad allestimenti suntuosi, spesso è il migliore allestimento possibile.

FICTION

Aquí se siente un ambiente futurista. Tan noble como especial. Surgió ya en los años 40, en Nueva York y Londres y, en la actualidad, el loft se ha convertido en la esencia de un espacio vital creativo. Una pared con una estructura abierta con forma de panal como tabique divisorio y una fuente de luz indirecta, hormigón brillante en el suelo y una radiante bañera blanca. Aquí vive alguien que sabe que prescindir de una escenificación suntuosa es a menudo la mejor escenificación.

NEO BAUHAUS

As simple as it is ingenious and yet typically Bauhaus. The objectivity and functionality of this bathroom are characteristic of the Bauhaus style. As is the arrangement of colours and materials, where high-gloss black and white are combined with light wood. The black wall is a glass wall painted on the reverse side, in which a storage recess is incorporated in light maple wood. The embedded light strip emphasizes the graphic lines.

NEO BAUHAUS

Così semplice e geniale, quindi tipicamente Bauhaus. L'oggettività e la funzionalità di questo bagno sono elementi caratteristici dello stile Bauhaus. Altrettanto la combinazione colore – materiale bianco e nero molto brillante su legno chiaro. La parete nera è in vetro retrolaccato, in cui è stata ricavata una nicchia di appoggio in legno chiaro di acero. Un listello luminoso incassato accentua il linguaggio grafico formale.

NEO BAUHAUS

Tan sencillo como genial, típico de la Bauhaus. El realismo y la funcionalidad de este baño son característicos del estilo de la Bauhaus, al igual que la combinación de colores y material de un negro y blanco brillante con madera clara. La pared negra es una pared de cristal lacada por la parte posterior en la que se ha incrustado un hueco para la repisa de madera de arce claro. El listel de luces instalado acentúa el lenguaje gráfico de las formas.

SUPERNOVA
Sieger Design

"With SUPERNOVA we have consciously decided to add something new and possibly polarizing to the Dornbracht precepts of form. The exclusively glossy surface finishes emphasize the very distinctive and very precise design of the fittings. Facets and reflections are a consistent design feature of the entire product range."
Michael Sieger

"Con SUPERNOVA abbiamo deciso coscientemente di aggiungere qualcosa di nuovo, forse addirittura di polarizzante al noto canone formale di Dornbracht. Le superfici esclusivamente lucenti sottolineano la forma molto marcata e molto precisa delle rubinetterie. Sfaccettature e riflessi si ritrovano in tutto l'assortimento di prodotti come segno distintivo di design."
Michael Sieger

"Con SUPERNOVA hemos decidido añadir algo nuevo al conocido canon de formas de Dornbracht, quizá incluso algo polarizador. Las superficies, exclusivamente brillantes, resaltan la forma acentuada y precisa de las griferías. Las facetas y los reflejos aparecen en todo el programa de productos como característica de diseño."
Michael Sieger

NEO BAUHAUS
Single-lever basin mixer / Soap dish //
Miscelatore monocomando lavabo / Portasaponetta //
Monomando de lavabo / Jabonera

Nude Look

Why we now dress in the nude
Perché adesso ci vestiamo di nudità
Por qué ahora nos vestimos desnudos

Editor PETRA SCHMIDT

There are some things, which in retrospect cannot be explained all that easily. In particular, the old question about why man shed his fur. With the ironic slogan "I'd rather go naked than wear a fur", a few years ago the animal protection organization Peta advertised against wearing furs, with the help of an advertising campaign and naked supermodels.

Along the same lines is one of the latest hypotheses about those circumstances by which man's stately fur degenerated to become those offensive body hairs with which we are blessed today. This hypothesis states that we people began showing our skin over a million years ago. Our species was so harried by flees, ticks and lice that we shed our fur for hygienic reasons as it were. From then on, according to a team of British scientists, it was considered smart and attractive to display one's naked skin. Because quite obviously the "naked monkey" was preferable in the selection of a partner, which might have been the reason for his triumphal procession across the world.

Nevertheless, a lot has happened since then. In order to protect parts of the body that had now become vulnerable to heat and cold, clothes were developed which included an ingenious system of fashions and costumes which is constantly changed and renewed. Racists use the obvious differences in skin colour as a means of discrimination. At the same time, naked skin has become a sort of super mark of attractiveness. Whether for an accountant or a supermodel: besides a fit and slender body, anyone who strives for social recognition also needs perfect skin. A huge contrast thus always emerges between the intentional "natural" look and the well-proportioned artefact into which we have transformed our bodies.

Really, it was only a matter of time until it became possible also to be seen naked with a home-made deluxe body out on the street. But now the time has come. Someone who cannot decide what to wear simply goes naked. The nude look is the fashion tip for 2010. Never before has the famous plea for economy in modern design, "less is more", been taken more seriously than with this "nude fashion style". As with architecture, where modern buildings are stripped of their leaves down to their skeletons, now fashion also presents itself in a similar way and makes one thing clear: "Underneath our clothes, we are all naked." Thus light, chiffon-like fabrics in warm powdery tones, which pass from tender rosé of the English Tea rose, through champagne tones up to veritable "pork sausage" colours, both cover and uncover the body and alternate between garment and openly experienced "nudism". This new minimalism is met in particular in the world of show business. Young star Scarlett Johansson uses the nude look to emphasize her feminine contours and her prim, youthfully innocent sex appeal, just as the no less attractive actress Angelina Jolie, who appeared in the new fashion colour at the Cannes Film Festival. Her Versace evening gown in a subdued pink which was reminiscent of rosy cheeks, enveloped the body of the famous sex bomb, while at the same time a risqué slit exposed the well-shaped legs. A bright red colour then highlighted the pouting lips and formed a conscious counterpoint to the otherwise skilfully colourless appearance.

No wonder Jolie, who is known for loving to wear black, likes these new tones. For, like black, white or grey, these powdery beige tones are not real colours, at least not if they are worn by a fair-skinned American. Instead they demonstrate the absence of colour, because both dress and its wearer near each other in colour. What emerges is a skilful interplay between uncovering and covering, physicality and disembodiment. An interplay, which British actress, Tilda Swinton, knows all about. The actress, who happily presents herself as androgynous with her masculine haircuts, consciously produces the dissolving of inherent forms in a drape of flowing skin-coloured fabrics. She styles herself to become a fashion icon, by seeming to display at the same time both body and dress. With this unusual appearance the diva appears as an inaccessible art being – as an incredible fable figure like the ones we also know from her films.

However, despite all of this modern minimalism, examples of a similar stylish daring can also be found by looking at history. At the forefront are the chemise dresses, which emerged around 1800 and which were likewise called "naked fashion". Fashion-conscious ladies in the Napoleonic era wore wafer-thin cotton dresses that were gathered under the bust over skin-coloured underclothes. At that time the mock nudity dispersed of course not only admiration, but also outrage and open refusal. But the envious remarks had little effect on fashion-conscious ladies such as Joséphine, wife of Napoleon, and the famous socialite, Juliette Recamier. Even in cold weather they wore the airy dresses, which were mostly made of wafer-thin cotton muslin or cambric, and besides common colds sometimes also caught dangerous pneumonia, afflictions which were quickly consolidated under the expressive term "muslin illness". But neither illness nor scandal could deter the ladies, most of whom were very young, from the latest fashion. This fashionable form of liberation was clearly very important to them.

The American sociologist Richard Sennett, who came to fame with his pessimistic commentary about modernity, naturally views this in a more critical light. In his theory on the tyranny of intimacy he reaches the conclusion that before 1750 the general public would have resembled a stage, on which each protagonist understood how to disguise himself according to status and rank. The people of that time played parts such as master and servant, according to his opinion, and would always have been conscious of this staging. But then the game got serious. The decorative symbols and masks became standardized and thus freely available. Today, everybody uses this reservoir of symbols for a personal staging which would be keenly studied and interpreted by his environment. Every tattoo and every accessory would be considered not merely a symbol, but a "truthful" expression of the individual. "The more uniform images of the body became, the more seriously they were taken by people as an indication of the personality," Sennett believes.

Italian-born performance artist, Vanessa Beecroft, knows just how seriously. Ensuing from her own eating disorders, she dedicates her performances to the prevalent body images. Her performances involving mostly naked women are reminiscent only at first glance of fashion shoots or catwalk shows. With her Tableaux Vivants of naked women who are dressed merely with transparent tights or long boots, rather she takes up the themes of self-destruction, eroticism, fashion mania and the limitless desire for affirmation and admiration. She describes her stagings as "minimalist sculptures", with which not only her performers undress, but also the spectators. Not because they would have to get undressed, but because they always become a part of the performed piece, and must feel unavoidably like a voyeur.

And this is the dilemma with open nakedness. Although we secretly regard them with interest, we nevertheless feel extremely uneasy in the presence of all those naked people. But because even the nude look will remain only a short fashion fad, we should not allow to spoil the fun. It is after all only a game of "emperor's new clothes". And if there was one thing Immanuel Kant knew: "It is always better, nevertheless, to be a fool in fashion than a fool out of fashion."

Ci sono cose che poi non si possono più spiegare così facilmente. In particolare se si tratta della storica domanda sul perché l'uomo ha perso la pelliccia. Alcuni anni fa, l'organizzazione di protezione degli animali Peta protestava contro le pellicce con lo slogan ironico "meglio nude che in pelliccia" e con l'ausilio di una campagna pubblicitaria e di supermodelle nude.

SUPERNOVA
Film stills CHBP *(this page)*
Photography Thomas Popinger *(opposite page)*

tones

E-R-S Energetic Recovery System
Mike Meiré

Tenore analogo avrebbe anche una delle ultime ipotesi sul fatto che il pelo folto dell'uomo è degenerato in quella peluria sgradevole che abbiamo oggi. Essa afferma che noi uomini abbiamo iniziato a mostrare la cute molto prima di un milione di anni fa. Pulci, zecche e pidocchi avevano messo a dura prova la nostra specie, tanto che cominciò a togliersi la pelliccia in un certo senso per motivi igienici. Da allora in poi, come sostiene un team di scienziati britannici, mostrare la pelle nuda divenne chic e affascinante. Infatti la "scimmia nuda" veniva palesemente preferita nella scelta del partner, cosa che potrebbe averla aiutata nella sua marcia trionfale nel mondo.

Da allora sono passate molte cose. Per proteggere le parti del corpo divenute ora sensibili al caldo e al freddo, gli indumenti sono stati studiati comprensivi di un sistema sofisticato di mode e mascherate che muta e si rinnova costantemente. I razzisti sfruttano le diversità palesi nel colore della pelle come strumento di discriminazione. Al tempo stesso la pelle nuda è diventata una sorta di supersegnale di attrattivà. Non importa se ragioniere o top model: chi aspira a un riconoscimento sociale necessita oltre che di un corpo slanciato e allenato anche di una pelle perfetta. A questo punto nasce sempre un'enorme contraddizione tra l'aspetto "naturale", cui si aspira, e il manufatto ben proporzionato, in cui abbiamo trasformato il nostro corpo.

In effetti era solo una questione di tempo per arrivare a potersi mostrare nudi sulla pubblica via con il proprio corpo lussuoso scolpito da se stessi. Ma adesso ci siamo. Chi non sa cosa deve indossare, esce nudo. Nude Look è lo slogan della moda per il 2010. La famosa richiesta di efficienza della struttura moderna, il "poco è troppo", non era mai stata presa più sul serio di questo "stile di moda nudo". Se in architettura gli edifici moderni vengono sfogliati fino allo scheletro, analogamente adesso accade anche nella moda e una cosa è certa: "Sotto i vestiti siamo tutti nudi". Come leggere stoffe di chiffon in calde tonalità impalpabili che passano dal delicato rosé della Tea Rose inglese, alle nuance color champagne fino agli autentici "color carne", velano e svelano il corpo e cangiano da capi di abbigliamento a "nudismo" vissuto apertamente. Il nuovo minimalismo si riempie di vita in particolare nello show business. La giovane star Scarlett Johansson accentua con il nude look le sue forme femminili e il suo lindo sex-appeal di candida innocente, proprio come Angelina Jolie, attrice non meno attraente, che al festival del cinema di Cannes si è presentata nei nuovi colori di moda. L'abito di Versace in rosa tenue, che ricordava il delicato rossore delle guance, avvolgeva il corpo della famosa bomba sexy e al tempo stesso uno spacco molto profondo metteva a nudo le gambe benfatte. Oltre a ciò, un rosso chiassoso accentuava il broncio e costituiva un voluto contrappunto per l'entrata in scena altrimenti abilmente incolore.

Non stupisce che Jolie, notoriamente amante del nero, punti sulle nuove tonalità. Infatti proprio come il nero, il bianco o il grigio, queste nuance di beige impalpabile non sono colori nel vero senso del termine, almeno non lo sono, se indossati da un'americana di pelle chiara. Rappresentano piuttosto l'assenza di colore, perché abito e corpo si fondono tra loro dal punto di vista cromatico. Ne scaturisce un'abile alternanza di denudamento e velatura, corporeità e smaterializzazione del corpo. Un gioco che conosce benissimo l'attrice di mimo inglese, Tilda Swinton. L'artista, che si presenta spesso con un look androgino anche grazie al suo taglio di capelli maschile, mette in scena volutamente il disfacimento delle proprie forme in un drappeggio di stoffe fluenti color pelle. Si stilizza a icona della moda, parendo rappresentare al tempo stesso sia il corpo che l'abito. Con questa entrata in scena inusuale, la diva si presenta come la creatura artistica inavvicinabile – come la figura fiabesca leggendaria che conosciamo anche dai suoi film.

Ma a dispetto di ogni minimalismo moderno, anche nella storia si possono trovare esempi di analoga audacia riferita alla moda. Innanzitutto i camicioni comparsi intorno al 1800, anch'essi definiti "moda del nudo". Le donne alla moda all'epoca di Napoleone indossavano finissimi indumenti in cotone, drappeggiati sotto il seno, sopra a biancheria color pelle. A quei tempi la nudità simulata provocò naturalmente non solo stupore, ma anche sdegno e aperto rifiuto. Ma le osservazioni invidiose impressionarono poco le donne alla moda come la consorte di Napoleone, Joséphine, e la famosa dama di compagnia Juliette Recamier. Anche con temperature fredde indossavano abiti ariosi, solitamente realizzati in mussola o batista di cotone finissima, e talvolta, oltre a semplici raffreddori, si buscavano anche pericolose polmoniti, malattie che presto vennero identificate con l'eloquente definizione di "malattia della mussolina". Né la malattia, né gli scandali distolsero le donne, per lo più molto giovani, dalla nuova moda. Evidentemente per loro era molto importante questa forma moderna di liberazione.

È naturale che il sociologo americano Richard Sennett, divenuto famoso per le sue asserzioni pessimistiche sulla modernità, veda ciò in modo critico. Nella sua teoria sulla tirannia dell'intimità arriva a concepire che prima del 1750 il pubblico assomigliasse a un palcoscenico, su cui ognuno era disposto a mascherarsi conformemente al proprio stato e al proprio rango. Secondo Richard Sennett, le persone di quel tempo interpretavano personaggi, quali signori e servitori, ed erano sempre consapevoli di questa messa in scena. Ma poi il gioco è diventato serietà. I segni decorativi e le mascherate sono diventati uniformi e quindi fruibili senza limiti. Oggi tutti sfruttano questa riserva di segni per la messa in scena personalizzata che è stata studiata e interpretata diligentemente dal proprio ambiente. Ogni tatuaggio e ogni accessorio ha un valore non solo come segno, ma come espressione "verace" del singolo individuo. "Quanto più le rappresentazioni del corpo sono uniformi, tanto più sono prese sul serio dall'uomo come indicazione della personalità", sostiene Sennett.

Quanto sul serio, lo sa in particolare l'artista di performance Vanessa Beecroft, nata in Italia. Partendo dai propri disturbi alimentari, dedica le sue performance alle immagini correnti del corpo. Le sue messe in scena con donne completamente nude ricordano solo al primo sguardo lo shooting mode o le presentazioni in passerella. Con i suoi quadri viventi di donne nude, vestite solo di collant trasparenti o di stivali alti, tematizza invece l'autodistruzione, l'erotismo, la follia della moda e il desiderio sconfinato di avere conferme e di stupire. "Sculture minimaliste" è la definizione con cui descrive i suoi allestimenti, nei quali si denudano non solo le interpreti, ma anche gli spettatori. Non perché devono spogliarsi, ma perché diventano sempre parte del pezzo rappresentato e devono sentirsi inevitabilmente voyeur.

E questo è il dilemma rispetto alla nudità in pubblico. Nonostante le si osservi in modo interessato in segreto, ci si sente però estremamente a disagio in presenza di tutte quelle persone nude. Visto però che anche il Nude Look rimarrà solo una moda passeggera, non lasciamoci rovinare il divertimento. Infatti è solo un'interpretazione del racconto "I vestiti nuovi dell'imperatore". E una cosa la sapeva già Immanuel Kant: "Comunque è sempre meglio essere un buffone alla moda che un buffone fuori moda."

Algunas cosas no se pueden explicar bien cuando ya han pasado. Sobre todo cuando se trata de la vieja pregunta de por qué el ser humano dejó de tener la piel cubierta de pelo. Con el eslogan irónico "Prefiero estar desnuda que usar pieles", hace un par de años la organización protectora de animales Peta hizo una campaña publicitaria contra el uso de prendas de vestir de piel, con ayuda de modelos desnudas.

Algo similar sucede con una de las hipótesis más recientes para explicar el hecho de que el magnífico pelaje del ser humano haya degenerado en la vellosidad desagradable con la que nos tenemos que ver hoy en día. Según esta teoría, hace mucho más de un millón de años que las personas empezamos a mostrar la piel. Las pulgas, las garrapatas y los piojos acosaban a nuestra especie hasta tal punto que, en cierto sentido por razones higiénicas, el ser humano se quitó el pelaje. Desde entonces, según un equipo de científicos británicos, se consideró elegante y atractivo mostrar la piel desnuda. Porque el "mono desnudo" era preferido claramente a la hora de buscar pareja, lo que le podría haber ayudado a imponerse en el mundo.

Desde entonces han sucedido muchas cosas. Para proteger las partes del cuerpo que quedaron entonces expuestas al calor y al frío, se desarrolló la ropa, incluyendo un sofisticado sistema de modas y mascaradas que cambia y se renueva continuamente. Los racistas utilizan las diferencias evidentes del color de la piel como medio de discriminación. Al mismo tiempo, la piel desnuda se convirtió en una especie de símbolo genérico de atractivo. Tanto si se trata de un contable como de una modelo: quienes buscan el reconocimiento social, además de un cuerpo entrenado y esbelto necesitan también una piel perfecta. Aquí surge una enorme contraposición entre el aspecto "natural" que se desea y el artefacto de buenas proporciones en el que hemos convertido nuestro cuerpo.

En realidad sólo era una cuestión de tiempo que las personas pudiesen lucir desnudos en plena calle los cuerpos de lujo que habían conseguido. Pero ya ha llegado ese momento. Quienes no saben qué ponerse, simplemente salen desnudos. Nude Look es la recomendación de la moda para 2010. Nunca se había tomado tan en serio la conocida norma de eficiencia del diseño moderno de "menos es más", como en el caso de este "estilo de moda desnudo". Igual que en la arquitectura los edificios modernos se deshojan hasta el esqueleto, así se presenta también la moda ahora, dejando clara una cosa: "debajo de la ropa todos estamos desnudos". Así, los tejidos suaves y de chiffón en tonos cálidos que van desde el rosado de la Tea Rose inglesa, pasando por los tonos champán hasta auténticos "colores salchicha", cubren y descubren el cuerpo y alternan entre prenda de vestir y "cultura del cuerpo libre" experimentada abiertamente. Especialmente en el mundo del espectáculo el nuevo minimalismo se llena de vida. La joven estrella Scarlett Johansson resalta sus formas femeninas y su sex appeal juvenil e inocente con el Nude Look, al igual que la no menos atractiva actriz Angelina Jolie, que se presentó en el festival de cine de Cannes con el nuevo color de moda. Su vestido de Versace de rosa pálido, que recordaba a un tierno sonrosado en las mejillas, envolvía el cuerpo de la famosa sex symbol, al tiempo que una atrevida raja dejaba a la vista sus piernas bien formadas. Además, un color rojo chillón resaltaba sus labios sensuales, formando a propósito un contrapunto a la ausencia de color del resto del conjunto.

No es de extrañar que Jolie, a la que se sabe que le gusta vestir de negro, apueste por los nuevos tonos. Porque igual que el negro, el blanco o el gris, estos tonos beige suaves no son colores realmente, al menos cuando los lleva una americana de piel clara. Más bien representan la ausencia de color, ya que el vestido y quien lo lleva son casi del mismo color. Se produce una alternancia lograda entre descubrir y cubrir, la corporalidad y la incorporeidad. Un juego que comprende mejor que nadie la británica actriz Tilda Swinton. Esta actriz, a la que le gusta presentar un aspecto andrógino con sus cortes de pelo masculinos, pone en escena conscientemente la desintegración de las propias formas en una caída fluida de telas de tonos en color carne. Se convierte en icono de la moda presentando en igual medida el cuerpo y la ropa. Con este atuendo poco habitual se presenta esta diva como artista inalcanzable, como un personaje de fábula, tal como la conocemos por sus películas.

Pero a pesar de todo el minimalismo moderno, en la historia encontramos también ejemplos de una osadía similar en términos de moda. El primero de todos fue el vestido imperio, que apareció en torno al año 1800 y que también se calificó de "moda desnuda". Las damas que sabían de moda en la época de Napoleón llevaban vestidos de algodón muy finos recogidos debajo del pecho, sobre ropa interior de color carne. Por supuesto, esta fingida desnudez no sólo provocó admiración en la época, sino también indignación y franco rechazo. Sin embargo, las observaciones envidiosas afectaron poco a las damas que sabían de moda, como por ejemplo Josefina, esposa de Napoleón, y la conocida dama de sociedad Juliette Recamier. Incluso cuando hacía frío, llevaban estos vestidos vaporosos que, en su mayoría, estaban hechos de una muselina o batista de algodón finísima, por lo que además de simples resfriados contraían peligrosas pulmonías, que pronto empezaron a llamarse popularmente "enfermedad de la muselina". Pero ni las enfermedades ni los escándalos consiguieron apartar de la nueva moda a estas mujeres, en su mayoría muy jóvenes. Evidentemente, para ellas era muy importante esta forma de liberación a través de la moda.

El sociólogo americano Richard Sennett, conocido por sus comentarios pesimistas sobre lo moderno, lo ve – naturalmente – de un modo más crítico. En su teoría sobre la tiranía de la intimidad, llega a la conclusión de que antes de 1750 la apariencia en público era como un escenario en el que cada cual sabía disfrazarse de acuerdo con su estatus y su rango. Según su opinión, las personas de aquella época representaban personajes como el señor y los sirvientes, y siempre eran conscientes de esta puesta en escena. Pero entonces el juego se hizo serio. Los signos decorativos y las mascaradas se unificaron y se pusieron a disposición de todos. Actualmente, todos utilizan estos signos para la puesta en escena personal, estudiada e interpretada celosamente por su entorno. Cada tatuaje y cada accesorio no se considerarían sólo un signo, sino una expresión "verdadera" del individuo correspondiente. "Cuanto más uniformes eran las imágenes corporales, más las interpretaban las personas como una indicación de la personalidad", opina Sennett.

Hasta qué punto es así, es algo que sabe muy bien la artista de performance nacida en Italia Vanessa Beecroft. Partiendo de sus propios trastornos alimentarios, dedica sus representaciones a las imágenes habituales del cuerpo. Sus obras, con numerosas mujeres desnudas, recuerdan sólo a primera vista sesiones fotográficas de moda o desfiles sobre la pasarela. En realidad, con sus "Tableaux Vivants" de mujeres desnudas, que sólo llevan puestas unas medias transparentes o unas botas altas, tematiza la autodestrucción, la erótica, la locura de la moda y el anhelo sin límites de afirmación y de admiración. Describe como "esculturas minimalistas" sus puestas en escena, en las que no sólo se desnudan las protagonistas, sino también los espectadores. No porque tengan que quitarse la ropa, sino porque siempre se convierten en una parte de la obra representada, e inevitablemente se tienen que sentir como mirones.

Y éste es el dilema con la desnudez pública. Aunque secretamente nos interesa, ante la presencia de toda la desnudez nos sentimos extremadamente incómodos. Pero como el Nude Look va a quedarse en un breve estilo de moda, no debemos aguar la fiesta. Se trata sólo de un juego sobre "el traje nuevo del emperador". Y como dijo Immanuel Kant: "Siempre es mejor ser un necio de moda que un necio pasado de moda".

Petra Schmidt is a design journalist. She has worked for the German Design Council and Zaha Hadid, amongst others, and was the Editor-in-Chief for the magazine "form". She now works as a freelance writer for various magazines and co-edited the book "Patterns in Design, Art and Architecture".

Petra Schmidt es periodista de diseño. Entre otros, ha trabajado para el Consejo Alemán de Diseño (Rat für Formgebung) y Zaha Hadid, y ha sido redactora jefa de la revista "form". Hoy es autora independiente para diversas revistas y co-editora del libro "Patterns in Design, Art and Architecture".

Petra Schmidt è giornalista di design. Lavora tra l'altro per il Rat für Formgebung (Consiglio per il design) e per Zaha Hadid ed è stata caporedattrice della rivista "form". Oggi è pubblicista per varie riviste e coeditrice del libro "Patterns in Design, Art and Architecture".

skins

PERFORMING SHOWER
Photography Jesse Frohman

Elemental Spa

Sources of relaxation. // Sorgenti di relax. // Fuentes de relajación.

Product Design Sieger Design, Ritual Architecture Mike Meiré, Photography Thomas Popinger

Original ritual areas. // Spazi rituali primitivi. // Zonas de ritual originales.

The origin of water. Ritual as a source of archaic architecture, in which physicality and the experience of water are central. ELEMENTAL SPA. The latest interpretation of the topic "Ritual Architecture in the Bathroom".

For Dornbracht, ritual architecture is the result of a long-standing debate concerning cleansing and space, in which the individual stands at the centre of the architectonic design. The purely functional aspects of the bathroom are expanded around the dimension of human activities. The bathroom becomes an interface between the user and his/her rituals. After MEM, the "contemplative" bathroom for spiritual regeneration, and TARA LOGIC, the "active" bathroom, which sets the body at the centre of the rituals, ELEMENTAL SPA is the third of Dornbracht's ritual bathrooms. It's theme is the archaic and the original: as an element, water changes its environment. It can render a location unique. ELEMENTAL SPA therefore puts water in the centre of things, as the point from which everything originates. With space for personal and shared rituals for cleansing body and mind. Originality in perfection.

This elementary power of change, which is inherent to water, reflects the architecture of ELEMENTAL SPA designed by Mike Meiré – clear, cubic shapes as a projection screen of change, and materials which react directly or indirectly to contact with water. Thus each of the cleansing rituals leaves its own unique trace and constantly recalls the origin of everything: the source.

The fitting conceived and developed by Sieger Design abandons its role as a companion to the bathroom architecture and elements surrounding it. It becomes their initiator. It seeks the interfaces to wall, floor and ceiling and thus marks the water exit points, which form the starting point for the various ritual areas.

THE RITUAL AREAS

ELEMENTAL SPA makes the bathroom a refuge for the soul. A place in which the cleansing power of water brings body and mind into harmony. Every ritual activity has its own zone. Together these zones create a path of archaic rituals, at the end of which, cleansed inside and out, the person rediscovers themselves.

Cabinet: The prelude to each visit to the ELEMENTAL SPA. Here is where you arrive. Unwind. Cast the outside world aside and prepare yourself for your rituals. Facewash: Here follows the conscious cleansing of face and hands. Everyday life slips slowly into the background. The first ritual is accomplished. Cascade: You approach the element and see the first traces of the water on the copper-coated wall and floor slabs. The Cascade celebrates the natural experience of clear water falling down on the body. Foot washing and Body cleansing: The place in the ELEMENTAL SPA, where the body is cleansed. This can be completely or partially, perhaps sometimes only the feet. Just as you would like it to be in that particular moment. Totally at peace. Sitting or standing. This ritual calms the mind and thus helps you become aware of yourself. Shower center: The shower revitalizes the body. The gentle rain that falls from above generates a feeling of lightness. The water carries all that is weighing down on you away with it. Bathing: The whole person can be immersed in the deep copper tank. It lets you sink into the comforting, warm water. A ritual simply made for achieving a therapeutic effect, by adding essential oils and ingredients. Heated block: The warm marble block

The "Bathing" zone, a place for relaxing and refuelling. // La zona "Bathing", un luogo di quiete e di forza. // La zona "Bathing", un lugar de tranquilidad y de fuerza.

completes the total relaxation after the bath. Without a towel the body can dry and rest totally naturally and in its own time, without losing its inner warmth. Wooden bench and patio: The places of meditation. Where mind and body are brought into harmony. Spill zone: No restrictions, no instructions. Water becomes the elixir – and thereby the meditative element.

THE PRODUCTS

Each of the six fittings in ELEMENTAL SPA has an individual name. They thereby receive a personal identity which does justice to their presence in the architecture. Special attention was given to ensuring that the sound and appearance of the name reflected not only its archaic, but also its ritual character. For the washstand there are the ITA fittings (without Corian®) and IAM (with a Corian® cube). KATA and NOTA are bath fittings for wall-mounting and free-standing assembly respectively. The new material mix with Corian® was used for both. For the shower there are the SATI fittings for ceiling-mounting and the SANGHA fittings for wall-mounting, both using a Corian® cube.

All the fittings in ELEMENTAL SPA position the water exit points of the individual rituals and thereby create the starting point for the architecture that develops around them. The clear, cubic appearance of the fittings is continued in the architecture. The water leaves a trace on the used materials, which recall the natural spring as the origin. For this reason predominantly archaic materials were chosen, whose surfaces alter during use. Corten steel, copper and olive wood. These materials complement the modern-appearing aesthetics of noble materials, such as marble, Corian® or mirror glass. By consciously alternating between archaic and contemporary materials, a lively contrast is achieved.

THE MATERIALS

Corten steel: Corten steel distinguishes itself with a surface that is coated with a particularly thick iron oxide layer. Moistness thus gives the material a special individual, expressive patina. This simultaneously protects the steel from rusting. Hence, Corten steel is also used for highlighting effects in architecture and as a material in the artistic field. If the material is additionally provided with a copper alloy, as in certain areas of ELEMENTAL SPA, the traces of water can be emphasized even further. A topography of the individual cleansing rituals emerges through its use – elementary and modern. Copper: Copper is a warm metal with various qualities and a particular vibrant effect. When combined with water, verdigris is formed, thus creating an optical impression all of its own. As a bathtub material, copper is furthermore said to bestow a therapeutic effect. Marble: A noble material which nevertheless conveys naturalness. Cut out of a mountain in massive blocks. Through its heaviness, marble can generate a sense of unwinding. Corian®: is a convincing option, due to its material properties: A stable and water-resistant material consisting of an acrylic-bound mineral, which combines endless design possibilities with an extremely long life cycle. Olive wood: The furniture in the ELEMENTAL SPA is made from olive wood finished in a variety of shades. The slow grown hardwood distinguishes itself with particularly dense, insensitive pores. Olive wood radiates a natural warmth and has, moreover, a spiritual meaning in many cultural groups.

Whilst all these materials are a homage to the archaic and to the original, ornaments may set certain counterpoints. High quality objects, which adopt the simple, linear, natural aspects of the bathroom architecture and materials, and radiate a discreet luxury.

L'origine dell'acqua. Il rituale come sorgente di un'architettura arcaica, al centro della quale emerge la fisicità delle sensazioni regalate dall'acqua. ELEMENTAL SPA. La più nuova interpretazione del tema "L'architettura rituale del bagno".

Per Dornbracht l'architettura rituale è il risultato di un lungo confronto con gli spazi dedicati alla pulizia, in cui l'uomo si pone al centro della struttura architettonica. Agli aspetti puramente funzionali della stanza da bagno si aggiunge la dimensione della gestualità umana, così che il bagno diventa il tramite fra l'utente e i suoi rituali. Dopo MEM, il bagno "contemplativo" per la rigenerazione dello spirito, e TARA LOGIC, la linea "attiva" che mette il corpo al centro del rituale, Dornbracht propone ELEMENTAL SPA, il terzo dei suoi bagni rituali. L'arcaico e il primitivo sono i temi intorno a cui si sviluppa ELEMENTAL SPA: l'elemento acqua cambia l'ambiente circostante. Può rendere unici i luoghi. ELEMENTAL SPA pone dunque l'acqua in un centro da cui tutto deriva. Con spazio per i rituali individuali e comuni per la pulizia del corpo e dello spirito. Fin dalle origini.

Questa impetuosa forza di cambiamento insita nell'acqua rispecchia l'architettura di ELEMENTAL SPA, progettata da Mike Meiré – forme limpide, cubiche, come superfici di proiezione del mutamento, e materiali che direttamente o indirettamente reagiscono al contatto con l'acqua. Così, ogni rituale di pulizia lascia dietro di sé la sua traccia inconfondibile, ricordando sempre l'origine di ogni cosa: la sorgente.

La rubinetteria progettata e sviluppata da Sieger Design lascia il suo ruolo di complemento degli elementi e dell'architettura che compongono il bagno, per diventarne l'iniziatore. Ricerca le interfacce con la parete, il pavimento e il soffitto e segna così i punti d'acqua da cui sgorgano i diversi spazi rituali.

LE ZONE RITUALI

ELEMENTAL SPA trasforma il bagno in rifugio dell'anima. Nel luogo in cui la forza purificatrice dell'acqua concilia il corpo e lo spirito. Ogni gesto rituale ha uno spazio a sé riservato. Insieme, questi spazi formano il percorso di un rituale primitivo, al cui termine l'individuo, purificato dentro e fuori, ritrova se stesso.

Cabinet: il punto di accesso a ELEMENTAL SPA. Si inizia da qui. Ci si rilassa, ci si libera dai lacci del mondo esterno e ci si prepara al rituale. Facewash: in questa zona avviene la pulizia consapevole del viso e delle mani. Il giorno affiora lentamente sullo sfondo. Il primo rituale viene compiuto. Cascade: ci si avvicina all'elemento e si vedono le prime tracce lasciate dall'acqua sulle superfici in rame della parete e del pavimento. Con Cascade si celebra l'esperienza naturale in cui l'acqua limpida incontra il corpo. Foot washing and Body cleansing: il luogo di ELEMENTAL SPA dedicato alla pulizia del corpo. Completa o parziale, talvolta anche solo un pediluvio, seguendo il desiderio particolare del momento. In tutta quiete. Seduti o in piedi. Questo rituale calma lo spirito e aiuta a divenire consapevoli di se stessi. Shower center: la doccia dona al corpo nuova vitalità. La delicata pioggia che cade dall'alto lascia una sensazione di leggerezza. L'acqua trascina via con sé ogni peso. Bathing: la profonda cisterna di rame accoglie l'intera persona. Lasciatevi avvolgere completamente dal piacevole abbraccio dell'acqua calda. Un rituale fatto apposta per beneficiare degli effetti terapeutici di oli e sostanze essenziali. Heated block: un blocco di marmo caldo completa il profondo rilassamento regalato dal bagno. Senza asciugamano, in piena naturalezza e seguendo i propri ritmi, il corpo si asciuga e riposa, senza disperdere il calore interno. Wooden bench and patio: i luoghi della meditazione. Spirito e corpo raggiungono l'armonia. Spill zone: nessuna limitazione, nessuna indicazione. L'acqua si trasforma in elisir – e quindi in elemento di meditazione.

Cleansing and refreshing in the "Facewash" zone. // Pulizia e refrigerio nella zona "Facewash". // Lavarse y refrescarse en la zona "Facewash".

Cabinet: the interior room for exterior beauty. // Cabinet: lo spazio interno per la bellezza esteriore. // Cabinet: el espacio interior para el embellecimiento exterior.

I PRODOTTI

Tutte le sei linee di rubinetteria ELEMENTAL SPA hanno un nome specifico. In questo modo acquisiscono una propria identità, che trova conferma nella loro presenza architettonica. È stato consapevolmente voluto che le sonorità e le sensazioni risvegliate dai nomi rispecchiassero un carattere arcaico e rituale.

Per il lavabo abbiamo creato le linee ITA (senza Corian®) e IAM (con cubo in Corian®). Per la vasca da bagno, le rubinetterie KATA e NOTA si possono montare a parete o in modo indipendente. Entrambe le linee impiegano il nuovo materiale composito in Corian®. Per la doccia è possibile scegliere tra le linee SATI da soffitto e SANGHA, con montaggio a parete, anche queste con cubo in Corian®.

Tutte le rubinetterie di ELEMENTAL SPA individuano i punti d'acqua dei singoli rituali, costituendo così il punto di partenza per l'architettura che si sviluppa intorno ad essi. Questa architettura riprende la limpida e squadrata sobrietà delle rubinetterie. Sui materiali impiegati l'acqua lascia tracce che rimandano alla sorgente da cui tutto origina. Per questo sono stati scelti prevalentemente materiali arcaici, le cui superfici mutano attraverso l'uso. Acciaio corten, rame e legno d'ulivo. Questi materiali integrano la moderna estetica di materiali pregiati come il marmo, il Corian® o il vetro a specchio. L'alternanza di materiali primitivi e contemporanei crea un contrasto vivace.

I MATERIALI

Acciaio corten: l'acciaio corten si distingue per la superficie ricoperta da uno strato piuttosto spesso di ossido di ferro grazie al quale l'umidità regala al materiale una patina molto particolare ed espressiva. Al tempo stesso lo strato protegge l'acciaio dall'usura. Per tale ragione l'acciaio corten trova applicazione anche come elemento decorativo nell'architettura e come materiale di espressione artistica. La speciale lega in rame che si aggiunge ad alcuni dei componenti di ELEMENTAL SPA rende le tracce lasciate dall'acqua ancora più evidenti. Con l'uso viene a crearsi una vera e propria carta geografica, insieme primitiva e moderna, dei rituali di pulizia individuali. Rame: il rame è un metallo caldo, con diverse proprietà e una luce singolare. Al contatto con l'acqua dà origine a una formazione di verderame che crea un gioco ottico molto particolare. Usato per la vasca, offre inoltre un effetto terapeutico. Marmo: un materiale nobile che al tempo stesso comunica il suo carattere primitivo. Strappato dal ventre della montagna, con il suo peso il marmo porta con sé una sensazione di rilassamento. Corian®: un prodotto che convince grazie ai materiali di cui si compone, ovvero minerali e polimeri acrilici stabili e idrorepellenti che offrono infinite possibilità di design e lunghissima durata. Legno d'ulivo: i mobili di ELEMENTAL SPA sono realizzati in legno d'ulivo con colorazioni diverse. Questo legno, dalla crescita particolarmente lenta, si distingue per i suoi pori molto ravvicinati e resistenti. Il legno d'ulivo diffonde un calore naturale e inoltre ha un significato spirituale in molte culture.

Mentre questi materiali, nel loro insieme, costituiscono un omaggio all'arcaico e al primitivo, gli elementi decorativi fungono da mirato contrappunto. Oggetti preziosi che richiamano il carattere lineare, essenziale e naturale dell'architettura del bagno e dei materiali e riflettono un lusso austero.

A water exit point for archaic cleansing. // Un punto d'acqua per una pulizia arcaica. // Un punto de agua para la limpieza arcaica.

El origen del agua. El ritual como fuente de una arquitectura arcaica en la que la corporalidad y la experiencia del agua son el punto central. ELEMENTAL SPA. La interpretación más reciente del tema "Arquitectura ritual en el cuarto de baño".

Para Dornbracht, la arquitectura ritual es el resultado de muchos años de confrontación con la limpieza y el espacio, en la que la persona se convierte en el centro del diseño arquitectónico. Los aspectos puramente funcionales del cuarto de baño se amplían con la dimensión de las acciones humanas. El baño pasa a ser la interfaz entre el usuario y sus rituales. Después del MEM, el baño "contemplativo" para la regeneración espiritual, y el TARA LOGIC, el baño "activo" que coloca el cuerpo en el centro de los rituales, el ELEMENTAL SPA es el tercer baño ritual de Dornbracht. Su tema es lo arcaico y lo original: el elemento agua cambia su entorno. Puede convertirlo en un lugar único. Por eso, en ELEMENTAL SPA el agua es el punto central del que emana todo. Con espacio para los rituales personales y en común de limpieza del cuerpo y del espíritu. Un retorno a los orígenes.

Esta fuerza elemental del cambio, inherente al agua, refleja la arquitectura diseñada por Mike Meiré del ELEMENTAL SPA: formas claras y cúbicas como superficie de proyección del cambio y de los materiales que, de manera directa o indirecta, reaccionan ante el contacto con el agua. De este modo, cada ritual de limpieza deja su rastro personal, recordando siempre con ello el origen de todo: el manantial.

La grifería, concebida y diseñada por Sieger Design, abandona su función de acompañante de los elementos y la arquitectura del baño que le rodea. Se convierte en su iniciador. Busca la confluencia con la pared, el suelo y el techo, marcando así los puntos de agua, que son el origen de las diferentes zonas de ritual.

ZONAS DE RITUAL

El ELEMENTAL SPA convierte el cuarto de baño en un refugio para el alma. En un lugar en el que la fuerza purificadora del agua armoniza el cuerpo y el espíritu. Cada acción ritual tiene su propia zona. Juntas, estas zonas proporcionan un camino de rituales ancestrales, al final de los cuales la persona, purificada por dentro y por fuera, se reencuentra consigo misma.

Elemental Spa in a vital light. // Elemental Spa a luce viva. // El Elemental Spa con luz vital.

Cabinet: El punto de partida de toda visita al ELEMENTAL SPA. Aquí es donde uno llega. Desacelera. Deja lo externo y se prepara para sus rituales. Facewash: Aquí tiene lugar la limpieza consciente de la cara y las manos. La rutina diaria pasa poco a poco a un segundo plano. Se completa el primer ritual. Cascade: Uno se acerca al elemento y ve las primeras huellas del agua sobre las placas recubiertas de cobre de la pared y del suelo. La Cascade celebra la experiencia natural del encuentro del cuerpo con el agua cristalina. Foot washing and Body cleansing: El lugar del ELEMENTAL SPA en el que el cuerpo se limpia. Total o parcialmente, quizás a veces sólo los pies. Justo como uno lo desea en cada momento especial. Con toda tranquilidad. Sentado o de pie. Este ritual relaja el espíritu y ayuda a tomar conciencia de uno mismo. Shower center: La ducha revitaliza el cuerpo. La suave lluvia que cae desde arriba produce una sensación de levedad. El agua arrastra toda la gravedad. Bathing: En la profunda cuba de cobre cabe la persona entera. Le permite sumergirse en la agradable agua cálida. Un ritual como hecho a propósito para conseguir un efecto terapéutico añadiendo aceites e ingredientes etéricos. Heated block: Después del baño, el bloque de mármol caliente completa la profunda relajación. Sin toalla, de forma totalmente natural y en su propio tiempo, el cuerpo puede secarse y descansar sin perder su calor interior. Wooden bench and patio: Lugares para la meditación. Se armonizan el espíritu y el cuerpo. Spill zone: Ningún límite, ninguna instrucción. El agua se transforma en un elixir y, con ello, en un elemento de meditación.

LOS PRODUCTOS

Cada una de las seis griferías del ELEMENTAL SPA tiene un nombre individual. De este modo, adquieren una identidad propia que hace justicia a su presencia en la arquitectura. Se ha procurado expresamente que el sonido y la sensación de estos nombres reflejen tanto el carácter arcaico como el ritual.
Para el lavabo están las griferías ITA (sin Corian®) e IAM (con cubo de Corian®). KATA y NOTA son griferías de bañera para montaje a pared o exento. En ambas se ha utilizado la nueva mezcla de materiales con Corian®. Para la ducha, están SATI para instalación a plafón y SANGHA para el montaje a pared, ambas también con cubo de Corian®.
Todas las griferías del ELEMENTAL SPA localizan los puntos de agua de los rituales individuales, formando así el punto de partida para la arquitectura que se genera a su alrededor. En esta arquitectura se continúa la sensación clara y cúbica de las griferías. El agua deja sobre los materiales utilizados unas huellas que recuerdan al manantial como origen. Por este motivo se han escogido principalmente materiales arcaicos cuya superficie se modifica al utilizarlos: acero corten, cobre y madera de olivo. Estos materiales complementan la estética de impresión moderna de los materiales nobles como el mármol, el Corian® o la luna de espejo. A través del cambio consciente entre materiales originales y modernos se logra un vivo contraste.

LOS MATERIALES

Acero corten: el acero corten se caracteriza por una superficie que está recubierta por una capa especialmente espesa de óxido de hierro. Esto hace que la humedad confiera al material una pátina especialmente individual y expresiva. Al mismo tiempo, la capa protege al acero frente a la intemperie. Por eso, el acero corten se utiliza también para acentuar aspectos en la arquitectura y como materia en el arte. Si el material, como en algunas zonas del ELEMENTAL SPA, se provee además de una aleación de cobre especial, las

Snapshot from the Elemental Spa ambient film. Download at www.elementalspa.com // Alcuni fotogrammi del film d'atmosfera Elemental Spa. Disponibile al sito www.elementalspa.com // Instantáneas de la película ambiental del Elemental Spa. Descárgueselo en www.elementalspa.com

huellas del agua se pueden resaltar con más fuerza todavía. A través del uso, se produce una topografía de los rituales de limpieza individuales: elemental y moderna. Cobre: el cobre es un metal cálido con diferentes propiedades y un carisma especial. En combinación con el agua, se produce una formación de cardenillo que logra una impresión óptica muy individual. Como material para la bañera, al cobre se le atribuye además un efecto terapéutico. Mármol: un material noble que, a pesar de ello, transmite originalidad. Extraído masivamente del seno de una montaña. Con su gravedad, el mármol contribuye a transmitir una sensación de deceleración. Corian® : convence gracias a su materialidad: un material estable y resistente al agua, compuesto por mineral combinado con acrílico, que combina infinitas posibilidades de diseño con una durabilidad extrema. Madera de olivo: los muebles del ELEMENTAL SPA están fabricados con madera de olivo de diferentes tonalidades. Esta madera dura, de crecimiento lento, destaca por sus poros especialmente compactos y resistentes. La madera de olivo difunde un calor natural y en muchas culturas tiene además un significado espiritual.
Mientras que todos estos materiales son un homenaje a lo arcaico y lo original, en lo que respecta a la decoración se pueden crear determinados contrapuntos. Objetos de valor que abordan la parte lineal, llana y natural de la arquitectura del cuarto de baño y de los materiales, e irradian un lujo discreto.

ELEMENTAL SPA

The brochure for ELEMENTAL SPA provides an intensive impression of the new product range with numerous photos and examples of use. In addition, it offers suggestions for the planning of your own ritual bathroom. The brochure can be downloaded at www.dornbracht.com.

La brochure di ELEMENTAL SPA, grazie alle fotografie e agli esempi applicativi, offre un quadro espressivo della nuova linea di prodotti, insieme a idee per la progettazione del proprio bagno rituale. La brochure è disponibile alla pagina www.dornbracht.com.

El folleto del ELEMENTAL SPA con sus numerosas fotos y ejemplos de aplicación, transmite una impresión intensa del nuevo programa de productos. Además, ofrece sugerencias para la planificación del propio baño ritual. El folleto se puede descargar en www.dornbracht.com.

Elemental Spa

BATHROOMS

The relaxing experience of archaic rituals in ELEMENTAL SPA has nothing to do with the size of the bathroom. Each zone can also stand on its own. Each fitting can be used individually. The Lead Bathroom is a suggestion and a source for new ideas.

"My aim," says Mike Meiré, "was to provide inspiration. It must not always be a case of architectonic customization. The ELEMENTAL SPA experience can be staged often by very simple means. Many elements may also be implemented with standard ceramics, furniture and materials, for example."

The possibilities are manifold. Natural stone can be replaced with tiles in natural colours. You can recreate the oxidising effect with copper containers. And besides Corian®, the fittings also correspond very well with high-gloss porcelain, among other things.

Every staging is held together by the strong identity, even the personality of the individual fittings in the product range. Each of those has an individual name. Names, where special attention was given to ensuring that they would reflect not only the archaic but also spiritual character of the ELEMENTAL SPA product range.

The shower head SATI shapes the room from above. // La doccia SATI modella lo spazio dall'alto. // La ducha de lluvia SATI crea el espacio desde arriba.

ITA and IAM

ITA and IAM are the fittings for the washstand and the foot bath. ITA is the pure chrome fitting, whereas IAM has a Corian® outer casing. The cubes made from silky-matt Corian®, a material based on acrylic-bound minerals, used together with chrome-plated, high quality brass, are being used for the first time in ELEMENTAL SPA. A fascinating novelty, which commits itself to the elements in the bathroom right up to the material usage. At the washstand the single-lever mixers mark the point, where you can find the water for washing your hands. In the foot washing ritual area they symbolize head-to-toe cleansing. A Highlight: ITA as a washstand fitting installed high up on the wall in the Cascade ritual area – an archaic type of shower.

KATA and NOTA

For the bathtub there are two fittings: KATA, a bathtub single-lever mixer for wall-mounting, which is operated by a handle underneath the water exit point, and NOTA is a bathtub lever for free-standing assembly, which is operated by two valves. For a powerful, gentle gush of water, both of them have a wider mouthpiece than the washstand fittings. They consist of a Corian® cube. Thus they accompany a place for relaxing and refuelling: Bathing.

SANGHA and SATI

In the shower two shower heads with Corian® outer casings come into use: SANGHA for wall-mounting and SATI for ceiling-mounting. They spray the comforting shower of a Monsoon rain and encourage individual cleansing rituals. The nozzle field is framed with shining profiles, through which the emergent water then generates rich reflections and falls nobly and luxuriously on the person showering. Both shower heads can be operated with all types of valve, such as the Dornbracht xTOOL, for example. Thus SANGHA and SATI create the starting point for the shower ritual, they relax and create a sense of lightness.

L'esperienza rilassante di un rituale arcaico in ELEMENTAL SPA non dipende affatto dalla dimensione della stanza da bagno. Ogni zona può essere indipendente dalle altre. Ogni linea di rubinetteria si può impiegare individualmente. Il "bagno lead" è spunto e fonte di nuove idee.

A clear zone: the SANGHA shower head. // Una zona chiara: la doccia SANGHA. // Una zona clara: la ducha de lluvia SANGHA.

"Il mio obiettivo," spiega Mike Meiré, "era creare ispirazioni. Non dobbiamo necessariamente pensare a una realizzazione architettonica su misura. L'esperienza ELEMENTAL SPA si può mettere in scena utilizzando mezzi in parte molto semplici. Ad esempio, molti elementi si possono creare anche partendo da ceramiche, mobili e materiali comunemente reperibili in commercio."

Le possibilità sono molteplici. La pietra si può sostituire con ceramiche in colori naturali. L'effetto dell'ossidazione si può ricreare con recipienti di rame. Le rubinetterie abbinabili al Corian® si adattano altrettanto bene alla porcellana lucida.

Filo conduttore di ogni ambientazione sono la forte identità, la personalità delle singole rubinetterie che compongono il programma. Ciascuna di esse ha un nome specifico, consapevolmente scelto in modo che rispecchiasse il carattere arcaico, ma anche spirituale, della gamma di prodotti ELEMENTAL SPA.

ITA e IAM

ITA e IAM sono le rubinetterie create per il lavabo e la zona pediluvio. La linea ITA è cromata, mentre la linea IAM presenta un guscio in Corian®. ELEMENTAL SPA vede per la prima volta l'impiego dei cubi in Corian® satinato, un materiale a base di minerali e acrilico, uniti al prezioso ottone cromato. Una novità affascinante, dedicata all'essenzialità del bagno fin nei suoi materiali. Al lavabo, il miscelatore monocomando marca il punto in cui si trova l'acqua per lavare le mani. Nello spazio rituale Foot washing simboleggia la pulizia dalla testa ai piedi. Una particolarità: ITA come rubinetteria per il lavabo con montaggio alto a parete nello spazio rituale Cascade – una doccia di forma arcaica.

KATA e NOTA

Due sono le linee di rubinetteria per la vasca da bagno: KATA, miscelatore monocomando a parete, che si aziona con un'impugnatura posta sotto il punto di uscita dell'acqua, e NOTA, miscelatore vasca a montaggio indipendente azionato da due rubinetti. Entrambi sono provvisti di un'imboccatura più ampia rispetto alle rubinetterie da lavabo, per un getto d'acqua potente e delicato. Costituiti da un cubo in Corian®, accompagnano il luogo della forza e della tranquillità: Bathing.

SANGHA e SATI

Per la doccia esistono due soffioni con guscio in Corian®: SANGHA da parete e SATI con fissaggio a soffitto. Diffondono il piacevole scroscio di una pioggia monsonica ispirando i rituali della pulizia individuale. Il gruppo ugelli è contornato da un profilo lucente, che diffonde splendidi riflessi quando il getto dell'acqua scende prezioso e lussuoso sul corpo. Entrambi i soffioni si possono comandare con qualsiasi tipo di rubinetto, ad esempio xTOOL di Dornbracht. In questo modo SANGHA e SATI costituiscono il punto di partenza del rituale doccia, rilassano e offrono una sensazione di leggerezza.

La experiencia relajante de los rituales arcaicos en el ELEMENTAL SPA no tiene nada que ver con el tamaño del cuarto de baño. Cada zona puede ser también independiente. Cada grifería se puede instalar de forma individual. El baño conceptual es la sugerencia. Y la inspiración de nuevas ideas.

"Mi objetivo era" explica Mike Meiré, "conseguir inspiraciones. No tiene que ser siempre la concepción arquitectónica a medida. En principio, la experiencia del ELEMENTAL SPA se puede poner en escena con unos medios muy simples. Por ejemplo, muchos elementos se pueden implementar también muy bien con cerámicas, muebles y materiales habituales del comercio".

Las posibilidades son muy diversas. La piedra natural se puede sustituir por baldosas de colores naturales. El efecto de la oxidación se puede inspirar con recipientes de cobres. Y, además del Corian®, las griferías combinan también muy bien entre otros con la porcelana de alto brillo. Toda puesta en escena se mantiene unida por la fuerte identidad y la personalidad de cada una de las griferías del programa de productos. Cada una lleva un nombre individual. Nombres en los que se ha puesto a propósito un cuidado especial para que reflejen el carácter arcaico y al mismo tiempo espiritual del programa de productos ELEMENTAL SPA.

The KATA bathtub fitting as the focal point of the bathroom. // La rubinetteria KATA per la vasca come punto centrale del bagno. // La grifería de bañera KATA como punto central del baño.

ITA e IAM

ITA e IAM son las griferías para el lavabo y el lavado de pies. ITA es una grifería puramente de cromo, mientras que IAM tiene una carcasa de Corian®.

Los cubos de Corian® satinado, un material de base mineral combinado con acrílico, que se utilizan junto con el latón cromado de alta calidad, se emplean por primera vez en el ELEMENTAL SPA. Una novedad fascinante que en el cuarto de baño se entrega a lo elemental hasta la materialidad. En el lavabo, las baterías monomando marcan el punto de encuentro con el agua para el lavado de manos. En la zona de ritual Foot washing simbolizan la limpieza de pies a cabeza. Una particularidad: ITA como grifería de lavabo montada en alto en la pared en la zona de ritual Cascade: una forma de ducha arcaica.

KATA y NOTA

Hay dos griferías para la bañera: KATA, una batería monomando de bañera para montaje a pared que se maneja mediante un mando situado debajo de la salida del agua, y NOTA, una batería de bañera para montaje exento, cuyo manejo se realiza a través de dos grifos. Para conseguir un chorro de agua suave y vigoroso, ambas tienen una boquilla más ancha que las griferías de lavabo. Están formadas por un cubo de Corian®. De esta forma acompañan un lugar para la tranquilidad y la fuerza: Bathing.

SANGHA y SATI

En la ducha se utilizan dos duchas de lluvia con carcasa de Corian®: SANGHA con fijación a pared y SATI con fijación a plafón. Difunden la agradable ducha de una lluvia monzónica y estimulan los rituales de limpieza individuales. El campo de boquillas se enmarca en unos perfiles brillantes, a través de los cuales el agua, al salir, genera grandes reflexiones y cae de forma noble y lujosa sobre la persona que se ducha. Las dos duchas de lluvia se pueden manejar a través de todos los tipos de grifos, como por ejemplo el Dornbracht xTOOL. Esto hace que SANGHA y SATI constituyan el punto de partida del ritual de la ducha, relajando y proporcionando una sensación de levedad.

IAM as a source for cleansing and refreshing. // IAM come fonte di pulizia e refrigerio. // IAM como fuente para lavarse y refrescarse.

<
NOTA free-standing bath fitting in combination with a traditional bathtub. //
La rubinetteria a colonna NOTA per la vasca in abbinamento a una vasca classica. //
La grifería libre de bañera NOTA en combinación con una bañera clásica.

ELEMENTAL SPA
Sieger Design

The elementary water experience enjoyed with ELEMENTAL SPA requires equally elementary materials in the architecture. Walls made from rough-faced sandstone, and the floor made from black natural slate.

La experiencia elemental del agua con el ELEMENTAL SPA requiere unos materiales igualmente elementales en la arquitectura. Paredes de gres picado de forma gruesa, el suelo de baldosas negras de pizarra natural.

L'esperienza elementare dell'acqua con ELEMENTAL SPA richiede per l'architettura materiali altrettanto elementari. Pareti in arenaria a grana grossa, pavimenti in ardesia.

CREATIVITY

Innovation arises at the borderline. The result of stepping over with care and skilful combination. Thinking and acting beyond habits.

Oltrepassare i limiti per creare qualcosa di nuovo. Con prudenza e combinazioni consapevoli. Pensare e agire al di là delle abitudini.

Lo nuevo surge en los límites. Mediante el traspaso cuidadoso y una combinación magistral. Pensamiento y actuación más allá de las costumbres.

“ZONING”
THE KITCHEN 054

HOME BASED
PLAYER 066

Photography (detail) Jesse Frohman

“Zoning” the kitchen

Specialised fittings and accessories in kitchens mean smoother processes and fewer compromises. A report on the development of the WATER ZONES.

Rubinetterie e accessori specializzati per la cucina, significano migliori flussi di lavoro con minori compromessi. Una relazione sullo sviluppo delle WATER ZONES.

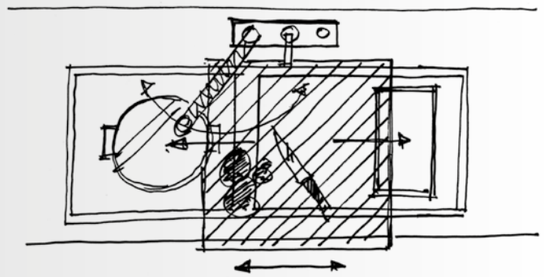
Las griferías y los accesorios especializados en la cocina significan una mejora en los procesos y menos limitaciones. Un informe sobre el desarrollo de las WATER ZONES.

What part does water play in sophisticated, well-designed kitchens? A big part, as the following goes to prove: water is involved in 60% of all cooking-related processes. For a long time, the cooker has not been as dominant an element as people might assume. Especially in the large number of domestic kitchens, where cooking is at professional standards these days. We wanted the experience and the tools of professionals to be available for use in these kitchens. As a result, we began developing the WATER ZONES.

We started by talking – to designers from Sieger Design, to architects, professional chefs and domestic users. We also talked to a number of people on a one-to-one basis and in workshops. Our aim was to find out how to finetune this approach by analysing processes performed in the kitchen. There were questions regarding hygiene, materials and water temperatures as well as regarding water quality and functionality requirements at each step in the process. For example, what does water have to do differently when cleaning vegetables as opposed to when washing dishes? How much action radius is required in the various “zones”? What do we need to avoid? There was a lot of diverse input and discussions were quite heated, but in hindsight, all this was essential for the result, as now seen with the WATER ZONES. All the responses, workshops and discussions served as a prelude for the WATER ZONES project, which we used and which we shall continue to use to regularly review design and functionality.

The main advantage of kitchen zoning thus very quickly became clear: as soon as you move away from the idea of a single, universal water supply point, products can be optimised to suit their respective functions, with people having to make fewer compromises. Separation also makes sense when it comes to food hygiene. As a result, we initially came up with the definition of four separate zones for different requirements: PREPARING, COOKING, CLEANING and DRINKING. Fittings and accessories were then designed and customised according to their specific purpose in the individual zones. For example, in the context of CLEANING, a rinsing spray can be designed almost exactly like a high-pressure cleaner. In contrast, a spray should be much gentler when PREPARING fresh or cooked food. And when COOKING, it makes sense to have a water source where you can fill your pots directly on top of the cooker. So each of the WATER ZONES was given its own configuration – components that any chef or cook can combine to suit their own requirements. In addition, because not all kitchens have room to accommodate all the WATER ZONES, we devised an all-purpose solution.

In the workshop kitchen in the Dornbracht Module Park’s kitchen module in Iserlohn, all processes are tested and optimised in real conditions over and over again until function, design and process are in perfect harmony.



Sketch Sieger Design

Che ruolo gioca l’acqua nelle cucine? Un ruolo molto importante, da quel che si evince: L’acqua entra in gioco nel 60 percento dei processi che si svolgono in cucina. Il fornello non è affatto così dominante come si suppone. Soprattutto nelle cucine domestiche, in cui oggi si lavora con aspettative di professionalità. Per queste cucine abbiamo voluto sfruttare l’esperienza e gli strumenti dei professionisti. Da qui è iniziato lo sviluppo delle WATER ZONES.

All’inizio c’è stato il dialogo! Ed è stato con i designer di Sieger Design, gli architetti, i cuochi professionisti e gli utilizzatori privati. Questo dialogo è stato sviluppato in workshop, ma anche in numerosi colloqui personali, allo scopo di analizzare i cicli di lavorazione in cucina. Si trattava, dunque, di domande sull’igiene, sui materiali e sulla temperatura dell’acqua, nonché sui requisiti qualitativi e funzionali dell’acqua stessa in ogni fase di lavorazione. Ad esempio, in cosa deve differenziarsi l’acqua per lavare le verdure dall’acqua per lavare i piatti? Di che spazi si ha bisogno nelle varie “zone”? Cosa andrebbe evitato? L’input è stato variegato e assolutamente controverso, ma – visto con il senno di poi – indispensabile per il risultato, ovvero per le WATER ZONES che oggi sono una realtà. Le risposte, i workshop e i colloqui, nel loro complesso, hanno costituito il preambolo del progetto WATER ZONES, in base al quale abbiamo definito e continueremo a definire il design e la funzionalità.

Il vantaggio di base di una suddivisione in zone di lavoro è stato subito chiaro: quando ci si libera dell’idea di un punto acqua universale, si possono ottimizzare i prodotti nella loro funzione effettiva – perché si devono raggiungere meno compromessi. La separazione è sensata anche dal punto di vista dell’igiene degli alimenti. Si è partiti dalla definizione di quattro zone diverse per esigenze: PREPARING, COOKING, CLEANING e DRINKING. Rubinetterie e accessori sono stati concepiti e personalizzati per essere finalizzati al lavoro che si svolge nelle singole zone. Nel contesto CLEANING, ad esempio, una doccetta lavello può essere utilizzata quasi come un pulitore ad alta pressione. Una doccia a contatto con alimenti freschi o cotti, nel PREPARING, dovrebbe avere, al contrario, un effetto molto più soft. Nel COOKING è utile avere un punto acqua con cui poter riempire le pentole direttamente sul fornello. Ogni WATER ZONES ha quindi la sua configurazione esclusiva – elementi che ogni cuoco e ogni cuoca può comporre in base alle proprie necessità. Si è poi voluta creare una soluzione per esigenze universali, poiché non tutte le cucine hanno spazio per accogliere diverse WATER ZONES.

Nel modulo cucina, in Dornbracht a Iserlohn, tutti i processi sono testati ripetutamente in condizioni reali e ottimizzati, affinché funzione, design e cicli di lavorazione si coordinino alla perfezione.

¿Qué papel desempeña el agua en las cocinas de diseño exigente? Un papel muy importante tal y como se ha constatado: en un 60% de todos los procesos relacionados con la cocina se emplea agua. Al contrario de lo que se cree, los fogones no son, ni con mucho, el elemento dominante. Sobre todo en las numerosas cocinas privadas en las que hoy en día se cocina con exigencia profesional. Para estas cocinas queríamos hacer utilizable la experiencia y las herramientas de los profesionales. Así comenzó el desarrollo de las WATER ZONES.

Al principio fue el diálogo. Con los diseñadores de Sieger Design, con arquitectos, cocineros profesionales y usuarios particulares. En workshops y también en numerosas conversaciones privadas. El objetivo consistía en descubrir cómo se podía precisar el concepto sobre el análisis de los procesos en la cocina. Se trataba de cuestiones relacionadas con la higiene, materiales y temperaturas del agua, sobre los requisitos de la calidad y la funcionalidad del agua en cada fase del trabajo. Por ejemplo ¿qué función debe desempeñar el agua cuando se lava la verdura a diferencia de cuando se limpia la vajilla? ¿Qué radio de acción se necesita en las diferentes “zonas”? ¿Qué hay que evitar? La información recopilada resultó variada y controvertida pero, vista posteriormente, era imprescindible para el resultado de las WATER ZONES de las que ahora disponemos. En su totalidad, las respuestas, los workshops y las conversaciones constituyeron el preámbulo del proyecto WATER ZONES, con el que nosotros mismos hemos comprobado continuamente el diseño y la funcionalidad y los seguiremos comprobando.

La ventaja fundamental de una separación por zonas en la cocina se evidenció rápidamente: en cuanto uno se libera de la idea de un punto de agua universal, se pueden optimizar los productos para su función correspondiente, porque hay que hacer menos concesiones. La separación también tiene sentido desde el punto de vista de la higiene de los alimentos. De este modo siguió primero la definición de cuatro zonas separadas para los distintos requisitos: PREPARING, COOKING, CLEANING y DRINKING. Así las griferías y los accesorios se diseñaron e individualizaron sistemáticamente conforme al trabajo que se realiza en cada zona. Por ejemplo en el contexto CLEANING, una ducha de lavado se puede diseñar casi como un limpiador de alta presión. Por el contrario, una ducha para tratar los alimentos frescos o cocinados, el PREPARING, debe ser mucho más suave. Y en COOKING es razonable contar con una salida de agua con la que se puedan llenar las ollas directamente sobre el fogón. De este modo cada una de las WATER ZONES recibió su propia configuración: módulos que cada cocinero y cada cocinera pueden ensamblar según sus propias necesidades. Además se creó una solución para exigencias universales porque no cualquier cocina tiene espacio para todas las WATER ZONES.

En la cocina del taller, en el módulo de cocinas del parque de módulos de Dornbracht en Iserlohn, todos los procesos se prueban y optimizan una y otra vez bajo condiciones reales hasta que el funcionamiento, el diseño y los procesos encajan perfectamente entre sí.

For further information on Sieger Design, go to www.siegerdesign.de

Encontrará información detallada sobre Sieger Design en www.siegerdesign.de

Per maggior informazioni su Sieger Design si rimanda al sito www.siegerdesign.de

WATER ZONES

Preparing Cooking Cleaning Drinking Universal

Domestic kitchens with professional standards. // Cucina privata con pretese di professionalità. // Cocinas privadas con exigencias profesionales.

Adapted to the relevant processes. // In accordo con le procedure in corso. // Adaptados a los diferentes procesos.

With specially configured WATER SETS (fittings), the WATER ZONES concept enables various water-related tasks to be separated in the domestic kitchen, as they are in commercial kitchens.

Grazie ai WATER SETS (rubinetterie), il concetto di WATER ZONES consente la separazione degli spazi rispetto ai vari processi collegati all'acqua, cosa usuale nelle cucine professionali ed ora anche per le cucine domestiche private.

Con WATER SETS (griferías) especialmente configurados, el concepto de las WATER ZONES permite en adelante realizar en las cocinas privadas una separación espacial de los diferentes procesos de trabajo relacionados con el agua, tal como se conoce en las cocinas profesionales.

Product Concept and Design Sieger Design

Photography Thomas Popinger
Video stills CHBP

WATER ZONES – Cooking

WATER ZONES – Cleaning

PREPARING
Professional food preparation. Practical. Modular.

Page // Pagina // Página 056–057

COOKING
Water sourced directly at the point of cooking. Convenient. Fast.

CLEANING
Efficient cleaning of pots and dishes. Hygienic. Spacious.

PREPARING, COOKING, CLEANING, DRINKING and UNIVERSAL reflect the clarity of the WATER ZONES concept in their convincing concentration on essential needs. But how exactly are they characterized, these tailor-made solutions for the different work stations in the kitchen? What features do the specialized fittings and accessories possess? PREPARING stands at the start of a typical work routine in the kitchen with the preparation of the food. The basic acts of cleaning and washing take place here primarily in the sink. The central water source is therefore a special Profi spray with a soft jet for gently rinsing vegetables, fruit, salad and meat. It provides for careful handling of food prior to cooking. COOKING focuses on the requirements during the cooking phase. Studies have proved that even in a private kitchen an average of 360 different working steps are required per day. In order to avoid unnecessary to-ing and fro-ing, water should never be further away from the cooker than the size of a standard kitchen unit, i.e. 60 centimetres. With a water source directly at the cooker, COOKING consistently implements this thesis: within reach, the POT FILLER supplies pots and frying pans with water, without these needing to be taken from the cooker and the cooking process needing to be interrupted. While cooking and enjoying meals are things for which one gladly spends time in the kitchen, the subsequent washing up should be dealt with quickly. The Profi spray for the WATER ZONE CLEANING therefore has an extra strong jet to get rid of every last speck of dirt and baked-on food. Dishes are thus prepared for the dishwasher without a great deal of effort and baking trays, frying pans and pots which are too large for the machine are effectively cleaned by hand. But water is not only needed for preparation, cooking and cleaning. Increasingly, people desire a separate drinking water source in the kitchen – for getting the occasional glass of water or for making the tea. This wish is met by DRINKING. The purity and elegance of the water source, the BAR TAP, reflect here the need for cold, clear drinking water. Designed for small volumes, it measures out water for a decanter or glass.

For those kitchens where work stations can not be separated into different spaces, UNIVERSAL has been developed. A multifunctional, extensible rinsing spray is the additional water source for this compact WATER ZONE. It can be freely regulated, covers a large working radius and combines the advantages of the optimum functionality of the Dornbracht WATER ZONES in a small space.

“Social changes have meant that we are now taking the kitchen more seriously as a living space. Architects and kitchen planners have understood that kitchens are the new living rooms. In future, it will be more about the kitchen becoming a functional living room. In other words, not only does the kitchen layout need to look good, it also needs to work really well. The domestic kitchen is both a living space and a working space. The driving force should be functionality.”

Star chef Frank Buchholz on Dornbracht WATER ZONES

PREPARING, COOKING, CLEANING, DRINKING e UNIVERSAL rispecchiano nella loro accattivante concentrazione la purezza del concetto di WATER ZONES. Ma cosa le fa identificare come soluzioni su misura per i vari spazi di lavoro della cucina? Che caratteristiche hanno le rubinetterie e gli accessori specializzati? All’inizio di un ciclo di lavorazione tipico in cucina si ha il PREPARING per la preparazione degli alimenti. Qui le attività fondamentali di pulitura e lavaggio si svolgono principalmente sul lavello. La fonte d’acqua centrale quindi è una doccetta professionale speciale a getto soft per sciacquare dolcemente verdura, frutta, insalata e carne, garantendo un impatto contenuto sugli alimenti già prima della cottura. COOKING si concentra sulle esigenze in fase di cottura. Dalle ricerche risulta che già in una cucina privata si presentano in media 360 diverse fasi di lavoro al giorno. Per evitare spostamenti inutili, l’acqua non dovrebbe in alcun caso distare dal fornello più di un elemento, quindi di 60 centimetri. Con una fonte d’acqua direttamente sul fornello, COOKING traduce in realtà questa intuizione in modo coerente: il POT FILLER, a portata di mano, fornisce d’acqua pentole e padelle senza doverle togliere dal fornello e interrompere il processo di cottura. Mentre la cottura e il piacere sono cose per cui in cucina si perde tempo volentieri, il lavaggio dei piatti alla fine dovrebbe svolgersi velocemente. Per questo la doccetta professionale della WATER ZONE CLEANING è caratterizzata da un getto molto potente che rimuove bene lo sporco e le incrostazioni. Così i piatti sono pronti per la lavastoviglie senza grande dispendio di energie e piastre da forno, padelle e pentole troppo grandi per la macchina vengono lavate a mano in modo efficace. L’acqua però non è richiesta solo per la preparazione, la cottura e il lavaggio. Sempre più persone oggi desiderano in cucina una fonte d’acqua potabile separata – per un bicchiere d’acqua di tanto in tanto o per preparae un tè. DRINKING adempie questo desiderio. La purezza e l’eleganza della fonte d’acqua, del BAR TAP, rispecchiano il bisogno di acqua fresca e limpida da bere. Studiato per piccoli volumi dosa l’acqua per caraffe o bicchieri.

Per cucine, in cui gli spazi di lavoro non si possono dividere per motivi di spazio, è stato progettato UNIVERSAL. Un doccetta di risciacquo versatile ed estraibile è la fonte d’acqua supplementare di questa WATER ZONE compatta. Si può regolare senza limiti, dispone di un ampio raggio di azione e concentra in uno spazio ridotto i vantaggi

WATER ZONES – Drinking

WATER ZONES – Universal

DRINKING
A separate source of drinking water in the kitchen. Clear. Elegant.

UNIVERSAL
For kitchens with no division of functional areas. Central. Versatile.

dell'ottimizzazione funzionale delle WATER ZONES Dornbracht. "I mutamenti sociali hanno portato a riconsiderare seriamente la cucina come spazio da vivere. Architetti e progettisti hanno capito che le cucine sono diventate di nuovo stanze da abitare. In futuro si tratterà di potenziare l'idea che la cucina diventi un soggiorno funzionale. Ciò significa che l'allestimento della cucina non deve essere curato solo nell'estetica, ma deve funzionare a tutti gli effetti. La cucina privata è tutte e due le cose: soggiorno e stanza di lavoro. La forza trainante deve essere la funzionalità."
Frank Buchholz, cuoco rinomato, sulle WATER ZONES Dornbracht

PREPARING, COOKING, CLEANING, DRINKING y UNIVERSAL, con su convincente concentración sobre las necesidades esenciales, reflejan la claridad del concepto WATER ZONES. ¿Pero qué es lo que distingue exactamente a las soluciones a la medida para las diferentes zonas de trabajo en la cocina? ¿Qué características tienen las griferías especializadas y los accesorios? El comienzo de un proceso de trabajo típico en la cocina es PREPARING, con la preparación de los alimentos. En esta fase, las actividades básicas de limpieza y lavado se desarrollan principalmente en el fregadero. Por eso, la fuente de agua central es una ducha profesional especial con un chorro suave para lavar con cuidado la verdura, la fruta, la ensalada y la carne. Hace que se puedan cuidar los alimentos incluso antes de cocinarse. COOKING se concentra en las necesidades durante el cocinado. Según algunos estudios, en una cocina privada se realizan diariamente una media de 360 fases de trabajo diferentes. Para evitar desplazamientos innecesarios, el agua nunca debe estar a una distancia de los fogones superior a un elemento, es decir 60 centímetros. Con una fuente de agua directamente en los fogones, COOKING aplica este principio de manera consecuente: el POT FILLER, al alcance de la mano, proporciona agua para los cazos y las sartenes sin necesidad de tener que quitarlos del fogón y sin tener que interrumpir el proceso de cocción. Mientras que cocinar y disfrutar son dos cosas a las que nos gusta dedicar tiempo en la cocina, cuando después se trata de fregar queremos que sea lo más rápido posible. Por eso la ducha profesional de la WATER ZONE CLEANING funciona con un chorro muy potente, con el que se pueden quitar la suciedad y las adherencias con gran facilidad. Así la vajilla se puede preparar sin mucho esfuerzo para meterla en el lavavajillas, y las placas, las sartenes y los cazos que son demasiado grandes para fregarlos a máquina se pueden lavar a mano con gran eficacia. No obstante, el agua no se necesita sólo para la preparación, la cocción y la limpieza. Cada vez son más las personas que desean tener en la cocina una fuente de agua potable separada, para beberse de vez en cuando un vaso de agua o prepararse un té. Éste es el deseo que cumple DRINKING. La pureza y la elegancia de la fuente de agua, la BAR TAP, reflejan la necesidad de un agua potable fría y clara. Adaptada a volúmenes reducidos, dosifica agua para una jarra o un vaso.
Para las cocinas en las que no es posible la separación espacial de las zonas de trabajo, se ha diseñado UNIVERSAL. Un juego de grifo para cocina extraíble muy versátil es la fuente de agua adicional de esta WATER ZONE compacta. Se puede regular libremente, dispone de un gran radio de trabajo y reúne las ventajas de la optimización de las funciones de las WATER ZONES de Dornbracht en un espacio pequeño. "Los cambios en la sociedad han hecho que volvamos a tomar más en serio la cocina como un espacio vital. Los arquitectos y los planificadores de cocinas se han dado cuenta de que las cocinas han vuelto a ser espacios habitados. En el futuro, la cocina se convertirá aún más en un espacio habitado funcional. Es decir, las instalaciones de la cocina pueden no ser atractivas pero deben funcionar de verdad. Pero la cocina privada son ambas cosas: espacio habitado y lugar de trabajo. La fuerza impulsora debería ser la funcionalidad."
El cocinero estrella Frank Buchholz acerca de las WATER ZONES de Dornbracht

Dornbracht
the SPIRIT*of* WATER
Vol. 2 / kitchen

You can find more inspiration for the kitchen, as well as editorial contributions by internationally renowned authors, critics and philosophers on topics relating to the Dornbracht brand in the Kitchen issue of this magazine. You can order it directly from Dornbracht or download it at www.dornbracht.com. The separate product information for current Dornbracht kitchen fittings and accessories including information on surface finishes and the Dornbracht x-tra Service is available from specialist retailers.

Maggiori ispirazioni per la cucina e contributi redazionali di autori, critici e filosofi rinomati a livello internazionale su temi inerenti il marchio Dornbracht nell'edizione Cucina di questa rivista. La potete ordinare direttamente a Dornbracht o scaricare dal sito www.dornbracht.com. Gli opuscoli informativi separati con tutte le rubinetterie e tutti gli accessori Dornbracht di ultima generazione per la cucina, le indicazioni sulle superfici e sul x-tra Service di Dornbracht sono in distribuzione nei negozi specializzati.

Encontrará más inspiraciones para la cocina y artículos de escritores, críticos y filósofos de prestigio internacional sobre temas de la marca Dornbracht en la edición de cocinas de esta revista. Puede solicitarla directamente a Dornbracht o descargarla en www.dornbracht.com. En la información de productos separada, que puede conseguir en los comercios especializados, encontrará más información acerca de todas las griferías y los accesorios actuales de Dornbracht para la cocina, así como indicaciones sobre las superficies y sobre el Dornbracht x-tra Service.

Single-lever mixer with rinsing spray set / Strainer waste with electronic control / Professional single-lever mixer // Miscelatore monocomando con gruppo doccetta lavello / Comando piletta ad eccentrico, elettrico / Miscelatore monocomando professionale // Mezclador monomando con juego de grifo para cocina / Accionamiento excéntrico electrónico / Mezclador monomando profesional

>
POT FILLER
Cold water valve // Rubinetto acqua fredda // Válvula de agua fría

TARA ULTRA
Sieger Design

Whether in chrome or platinum matt finish, the TARA ULTRA surface finishes harmonize as much with coarse materials such as exposed concrete but also light, natural materials. A solid marble sink accentuates the metallic surfaces.

In cromo o in platino opaco, le superfici di TARA ULTRA si armonizzano sia con materiali grezzi come il cemento a vista che con materiali chiari e naturali. Un piano lavello in marmo massiccio conferisce alle superfici metalliche un valore straordinario.

Ya sea cromado o de platino mate, las superficies de TARA ULTRA armonizan tanto con los materiales ásperos como el hormigón liso, como con los materiales claros y naturales. Un fregadero de mármol macizo les otorga a las superficies metálicas un carácter extraordinario.

TARA ULTRA

The needs of an area determine exactly which shape of fitting to use. The POT FILLER elegantly extends the range of the water source and can be used to fill pots where they are being used: right on top of the cooker. Both the body and the exceptionally high spout of the fitting can be pivoted freely. Another possibility for extending the action radius is offered by the TARA ULTRA professional single-lever mixer with its pendulum hose spray set.

Il luogo in cui è destinato l'uso dell'acqua determina in modo decisivo la forma del rubinetto. Il nuovo POT FILLER estende in modo elegante il raggio d'azione del punto acqua e riempie le pentole là dove le si usa: direttamente sul fornello. Sia il corpo del rubinetto che la bocca di erogazione particolarmente alta sono orientabili senza alcuna limitazione. Un'altra possibilità di ampliare il raggio d'azione è offerta dal miscelatore professionale monocomando TARA ULTRA con doccetta a flessibile sospeso.

El lugar determinado para el uso del agua caracteriza de forma decisiva la forma de la grifería. El nuevo POT FILLER prolonga de forma elegante el alcance del punto de agua y llena las ollas en el lugar en donde se utilizan: directamente sobre el hornillo. Tanto el cuerpo como el caño especialmente elevado de la grifería se pueden girar libremente. Otra posibilidad de ampliar el radio de acción la ofrece el mezclador monomando profesional TARA ULTRA con su grifo ducha.

Tara.

It's just minor modifications, fine details. But it is precisely these details that distinguish the new TARA series. With the refined TARA, the classic becomes the model for the future. The fitting stands tall on its extended body, rosettes and handles appear more slender than ever and contours are more clearly defined. The objective remains to highlight the perfect geometrical symmetrical and clear-cut design of TARA. And to re-focus it.

Si tratta di piccole modifiche, di dettagli raffinati. Sono proprio questi dettagli a definire la nuova serie TARA. Con la rivisitazione di TARA, il classico diventa il modello per il futuro. Il rubinetto si erge in maniera formale grazie al corpo allungato, rosette e manopole sembrano più che mai slanciate e tutti i profili sono stati affinati. Sempre con lo scopo di sottolineare il linguaggio formale perfettamente geometrico, simmetrico e chiaro di TARA e con l'intento di rifocalizzare il prodotto.

Son pequeñas modificaciones, detalles delicados. Pero son precisamente estos detalles los que caracterizan la nueva serie TARA. Con el TARA perfeccionado, este clásico se convierte en un modelo para el futuro. Con el cuerpo alargado, la forma de la grifería se endereza, las rosetas y los mandos parecen más delgados que nunca y todos los contornos se afilan. Siempre con el objetivo de subrayar el lenguaje formal simétrico, claro y la geometría perfecta de TARA. Y concentrarlo de nuevo.

Three-hole mixer // Batteria tre fori //
Grifo mezclador con tres orificios

<
Single-hole mixer // Batteria monoforo //
Grifo mezclador con un orificio

TARA.
Sieger Design

The refined TARA is the fitting for a light, lively environment. Whether free-standing in a room or against a marble wall: the tall spout is particularly eye-catching.

La rivisitazione di TARA è il rubinetto per ambienti luminosi, vivaci. Isolata o davanti a una parete in marmo: la bocca di erogazione allungata si fa sempre notare.

El diseño TARA perfeccionado es la grifería para un entorno claro y vivo. Ya sea libre en el espacio o delante de una pared de mármol: el caño elevado siempre realza el diseño de forma especial.

Home based player

On the location factor, sensitive robots and manufacturing quality as a guarantee. A visit to the Dornbracht organism.
Fattore luogo, robot sensibili e qualità dei manufatti come garanzia. Una visita all'organismo Dornbracht.
Sobre la importancia de la sede, robots sensibles y calidad de manufactura como garantía. Una visita al organismo Dornbracht.

Text Gehard Samulat
Photography Hartmut Nägele

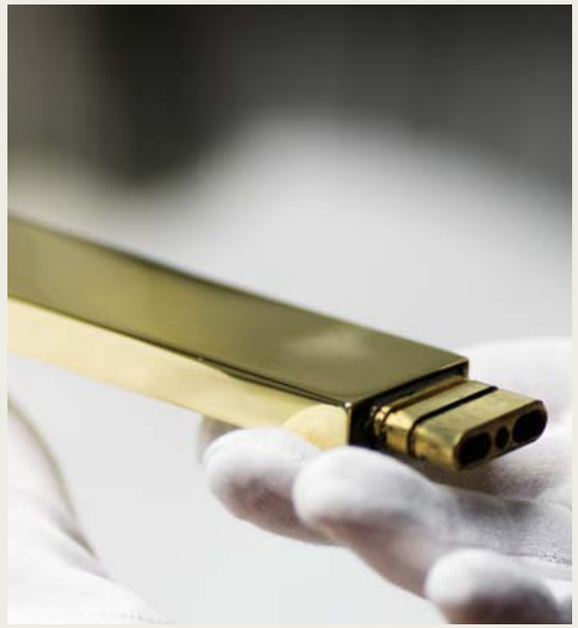
Made in Germany

Originally intended to protect the English market against goods from Germany, the label "Made in Germany" has risen to become a stamp of quality and today it stands for exceptional quality. German medium-sized businesses in particular, such as Dornbracht, enjoy the best reputation for their high-quality products. But even German manufacturers must still assert themselves in the age of the global market. Besides the right strategies in the target market, suitable concepts for the production processes and added value chains are also needed here.
For particularly successful companies which, like Dornbracht, consciously adhere to a regional procurement strategy, but still achieve an exceptionally high share of their turnover on international markets, the Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI in Karlsruhe has coined the name "home based player". They generate decidedly more added value per employee than those companies which focus exclusively on the national market, and in many cases they even trump the widely praised "global players".
German home based players do maintain branches abroad, in order to open up new markets, but not so that they can produce there more cheaply. The company managers are well aware that the bill for cheaper production never adds up. In contrast: in fact, according to findings by the Fraunhofer experts, outsourcing for reasons of staff expenditure often has fatal consequences on the innovative strength and flexibility of a company. If, on the other hand, presence on the foreign market is the main incitement, this often brings success in boosting sales development and employment trends on the home market as well. Thanks to tight logistics and a regional procurement strategy, home based players simultaneously achieve the shortest delivery times and can react quickly to new requirements by the customers even with small series.

Moreover, the deliberately regional relation of Dornbracht leads to a distinctive awareness for the economic, but also for social and cultural development in the area. This includes questions about safeguarding resources. For instance, Dornbracht works together intensely with environmental experts to continuously fathom how production can be made sustainable. Explicitly, the company aims at lowering the average water consumption of all the fittings sold by a good third over the next three years.

Made in Iserlohn

Dornbracht is continually developing. This applies as much for the products as for the processes. Today, the Iserlohn-based company operates according to the fractal principle. This term was coined by the mathematician Benoit Mandelbrot, born 20 November 1924 in Warsaw, to describe the features of self-similar structures.
The professor (emeritus) for industrial production and factory operations at the University of Stuttgart, Hans-Jürgen Warnecke, transferred this thought onto production companies. According to his perception, fractal companies are autonomous and dynamic entities, which operate according to the principle of self-organization and self-optimization. What is characteristic about them is that they consist of decentralized structures which communicate intensely with one another. They thus combine the advantages of an industrial operation based on the distribution of labour with the high quality demands for manufactures of traditional merit. The fractal structure covers every section of the company: from the development and procurement through production to sales. In well-organized groups the employees, as in manufactures,



> **The electroplating robot Gavaro refines highly complex fitting components // Gavaro, il robot di galvanizzazione, rifinisce componenti di rubinetterie molto complessi // El robot galvanizador Gavaro ennoblece piezas de grifería de gran complejidad**

> **Quality inspection after grinding and polishing // Controllo di qualità dopo la levigatura e la lucidatura // Comprobación de calidad tras rectificar y pulir**

"Home based players" generate considerably more added value per employee

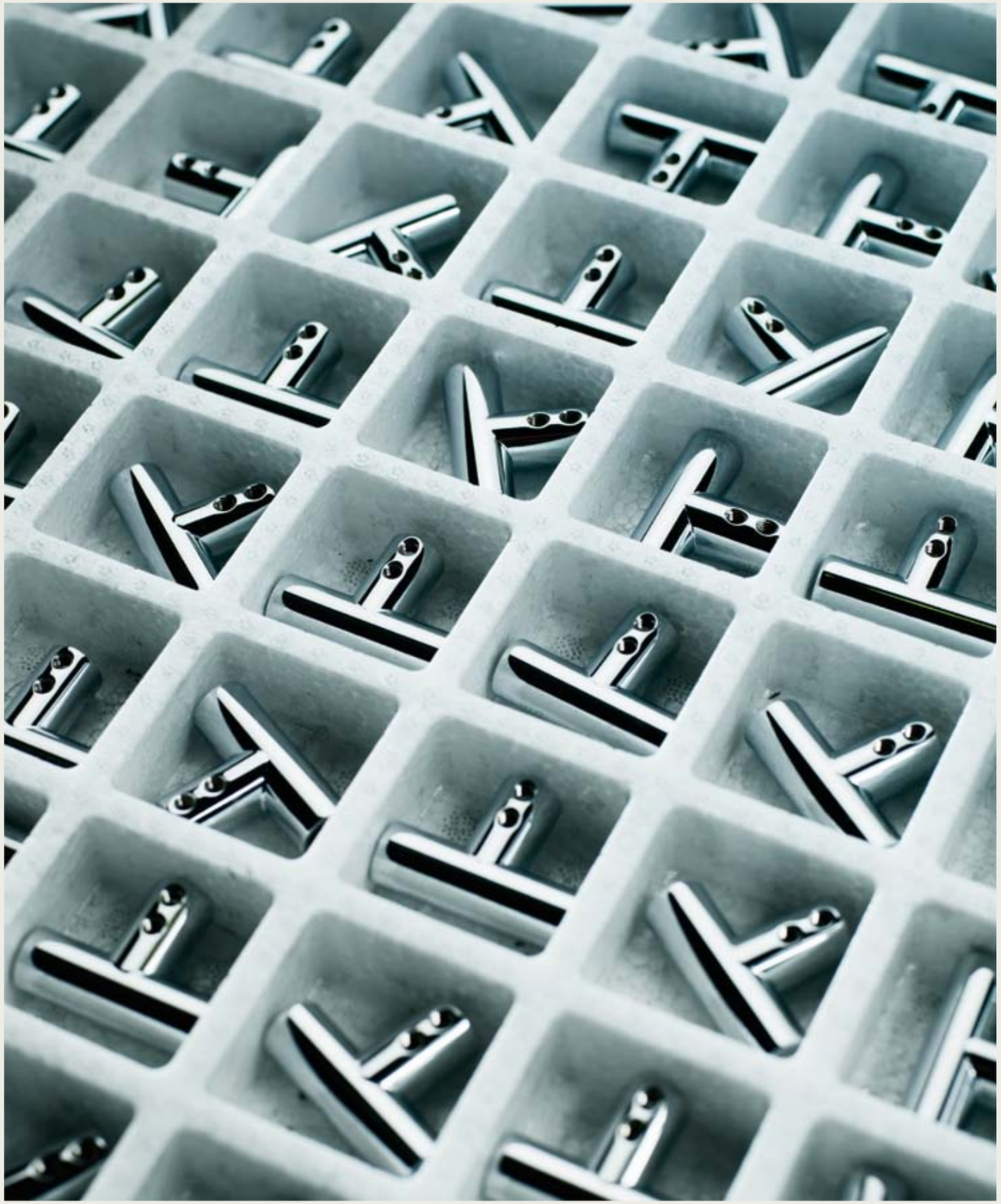
work together each on their own authority for the most part and orientate their commitment towards the global aims of the company. In so doing they contribute to the growth and success of the entire "organism".
In addition, modern means of production are also included in this innovative concept. On Dornbracht's initiative, Gavaro was developed by a syndicate of forward-looking partners. This modular and self-sufficient system, for which the patent is pending, efficiently coats complicated components and small series in the highest quality. The heart of the system is an industrial robot which playfully controls even innovative design with the most sharp edges or zigzagging geometry. With it, hitherto inconceivable innovations and products can now be realized. In addition, the mobile cell which houses all the units, controls and systems used for the flawless coating can be easily integrated into an available production system. This unique combination of the creativity and the long years of experience of the employees, together with the most modern means of production, lends the Dornbracht products their unmistakable character.

Interview with Matthias Dornbracht

The third generation family business, Dornbracht, is managed by brothers Matthias and Andreas Dornbracht. The fittings manufacturer based in Iserlohn was founded by father and son team Aloys and Helmut Dornbracht after the war, in 1950. In the family business with a clear commitment to maintaining production in Germany, the tasks of the two brothers are neatly divided. Andreas Dornbracht is responsible for marketing and sales, while engineering graduate, Matthias Dornbracht, is dedicated to the domains of production, procurement and logistics.

When it came to increasing the company area at the headquarters in Iserlohn, Dornbracht did not opt for a classical new building geared to the long term. Instead, they opted for the concept of both structurally and operationally independent modules. Why?
"Today companies require maximum flexibility and adaptability. It is important to be able to react quickly and make innovations marketable without delay due to extensive internal discussion. Working in modules contributes to this exactly. In a similar way to "brain tanks", all functional units which relate to one another are combined in every module. In the innovation module, Management, Customer Advice, Product Marketing and Sales, together with Design and Development nurture the future of Dornbracht. In another module, with comparable "structures" everything pivots about the launch of new products. This consolidation not only facilitates communication, but also changes the hierarchy and focuses the employees involved on a common purpose in their actions. Furthermore, the modules can be created with relatively straightforward expenditure."

Can this change in thinking also be measured in figures?
"Yes, in the form of a noticeable rise in efficiency. Our stocks have decreased



by about 30 percent and our throughput time has been considerably reduced. To this is added another increase in our already quite excellent quality – and this without a formal quality system specified by the organization."

Why have you not set up the Dornbracht module park somewhere abroad, where the staff costs are often considerably lower?
"Because 'Made in Germany' is not just a lip service for us, but a conviction held by the company. Dornbracht products will be exclusively 'Made in Germany', even in the future. With our innovations in production we create the potential to safeguard our German location in the long term and guarantee a persistently high standard of quality – not least because the production process in Germany is subject to a huge number of safety and environmental requirements imposed by the state. Design can be copied, the manufacturing quality of the Dornbracht brand and the internationally recognized quality mark 'Made in Germany' cannot."

So you accept the higher staff and production costs, in order to assure high quality for your customers?
"Yes, if you want to put it like that. But we work it out differently. For us, 'Made in Germany' also means that the industry offers a manufacturing service as well. We achieve this with the support of the processing trade as well as with our own customer service team. Only then can we optimally fulfil the demands for products and warranty services. Not to mention the availability guarantee: with Dornbracht you continue to receive spare parts up to ten years after a series has been discontinued."

Fractal companies operate according to the principle of self-organization and self-optimization

Made in Germany

Ideato in origine per tutelare il mercato inglese da articoli di provenienza tedesca, il marchio Made in Germany è assurto a sigillo di qualità e oggi è sinonimo di caratteristiche qualitative eccellenti. In particolare le medie imprese tedesche come Dornbracht godono di ottima migliore per i propri prodotti di pregio. Tuttavia anche i produttori tedeschi devono farsi valere nell'era del mercato globale, dove, oltre alle giuste strategie sul mercato di destinazione, sono necessari anche progetti adeguati nei processi di produzione e nella catena del valore aggiunto.
Per quelli che riscuotono particolare successo e che, come Dornbracht, rimangono volutamente fedeli a una strategia di fornitura a orientamento regionale, ma tuttavia conseguono una quota mediamente alta del loro fatturato su mercati internazionali, il "Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI" (Istituto Fraunhofer per la Ricerca e l'Innovazione dei sistemi), di Karlsruhe ha coniato il nome "home based player". Per ogni collaboratore essi generano chiaramente maggior valore aggiunto rispetto ad aziende che si concentrano in modo esclusivo sul mercato nazionale e in molti casi surclassano perfino i tanto decantati "global player".
L'"home based player" di Germania, infatti, gestisce filiali all'estero per aprire nuove aree di vendita, ma non per poter produrre oltre confine più a buon mercato. La direzione aziendale sa esattamente che con la produzione a basso costo i conti non tornano. Al contrario! In base alle conoscenze degli esperti del Fraunhofer, un prolungamento della produzione mosso dai costi del personale spesso ha perfino ricadute fatali sulla forza innovativa e sulla flessibilità aziendale. La presenza nell'area di commercializzazione, invece, riesce come impulso spesso a rafforzare lo sviluppo del volume d'affari e dell'occupazione anche sul mercato nazionale. Grazie a una rigida logistica e alla loro strategia di fornitura regionale, gli "home based player" raggiungono al tempo stesso temini di consegna minimi e possono reagire alle nuove richieste della clientela anche per le serie minori.
Il riferimento regionale consapevole dell'azienda Dornbracht determina inoltre una marcata consapevolezza per lo sviluppo economico, ma anche sociale e culturale del luogo. Ciò implica la questione inerente la cura delle risorse. Dornbracht ad esempio collabora intensamente con esperti ambientali per sondare in continuazione come si possa produrre in modo ecocompatibile. L'azienda si è posta l'obiettivo esplicito di ridurre nei prossimi tre anni di un buon terzo il consumo d'acqua medio di tutte le rubinetterie vendute.

Control panel of the Gavaro electroplating robot // Pannello di controllo del robot di galvanizzazione Gavaro // Panel de control del robot galvanizador Gavaro

<
Fitting components with refined surface finish // Componenti di rubinetterie con superfici rifinite // Piezas de grifería con superficie ennoblecida

Made in Iserlohn

Dornbracht inoltre continua a crescere. Ciò vale sia per i prodotti che per i processi. Oggi l'azienda di Iserlohn lavora secondo il principio dei frattali. Tale concetto è stato coniato dal matematico Benoit Mandelbrot, nato a Varsavia il 20 novembre 1924, per descrivere caratteristiche di strutture autosimilari.
L'emerito professore di produzione industriale e processi produttivi, Hans-Jürgen Warnecke dell'Università di Stoccarda, applicò questo pensiero alle aziende di produzione. Secondo la sua interpretazione, le imprese frattali sono unità autonome e dinamiche che agiscono in base al principio dell'auto-organizzazione e dell'auto-ottimizzazione. Caratterizzante è il fatto che sono costituite da strutture decentralizzate che comunicano intensamente tra loro. In tal modo uniscono i vantaggi di un'impresa industriale basata sulla divisione del lavoro alle elevate esigenze di qualità di manifatture di stampo tradizionale. La struttura frattale abbraccia tutti i settori dell'azienda: dall'ideazione e dalla fornitura alla realizzazione, fino alla distribuzione. I collaboratori e le collaboratrici lavorano insieme in gruppi piccoli e ben strutturati, ampiamente responsabilizzati come nelle manifatture e orientano il loro impegno agli obiettivi globali dell'azienda. Così contribuiscono alla crescita e al successo dell'intero "organismo".

The module park in Iserlohn // Parco modulare a Iserlohn // El parque modular en Iserlohn

Questa concezione innovativa contempla inoltre mezzi di produzione moderni. Su iniziativa di Dornbracht, un consorzio di partner previdenti ha progettato il Gavaro. Si tratta di un sistema modulare e autarchico, oggetto di richiesta di brevetto, per rivestire in modo efficiente componenti complessi e serie minori di primissima qualità. Il nucleo è un robot industriale che, quasi per gioco, controlla il design innovativo con spigoli marcati o geometrie tortuose. Con esso si possono realizzare innovazioni e prodotti finora ritenuti inconcepibili. Inoltre la cella mobile, in cui sono integrati tutti i gruppi, le unità di comando e gli impianti per il rivestimento perfetto, si può inserire senza problemi in una produzione già esistente. Questa combinazione unica di forza creativa ed esperienza pluriennale di collaboratrici e collaboratori unitamente ai mezzi di produzione più all'avanguardia conferisce ai prodotti Dornbracht un carattere inconfondibile.

Intervista a Matthias Dornbracht

L'azienda familiare Dornbracht è gestita dai fratelli Matthias e Andreas Dornbracht che sono già la terza generazione. L'azienda di rubinetterie di Iserlohn fu fondata nel dopoguerra, ovvero nel 1950, dal padre Aloys e dal figlio Helmut Dornbracht. Nella ditta a conduzione familiare con una chiara propensione a mantenere la Germania come luogo di produzione, i compiti sono ben suddivisi tra i due fratelli. Andreas Dornbracht è responsabile del settore marketing e distribuzione, mentre Matthias Dornbracht (Diplom-Ingenieur) si dedica alle competenze inerenti produzione, acquisti e logistica.

Quando si è trattato di ampliare la superficie aziendale della sede centrale di Iserlohn, Dornbracht non ha deciso per un nuovo edificio classico da allestire nel tempo, ma per la concezione sia architettonica che operativa dei moduli autarchici. Perché?
"Oggi dalle aziende si richiede un massimo grado di flessibilità e capacità di adattamento. È importante poter reagire in fretta e portare le innovazioni alla maturità richiesta dal mercato senza molte perdite di consensi interni. Ed è proprio a questo che contribuisce il lavoro nei moduli. Analogamente ai "brain tanks", in ogni modulo sono riunite tutte le unità funzionali in dipendenza reciproca. Nel modulo innovativo, il management, la consulenza ai clienti, il marketing del prodotto e la distribuzione realizzano il futuro di Dornbracht unitamente alla costruzione e allo sviluppo. In un altro modulo con "strutture" comparabili tutto ruoterebbe intorno al lancio di novità. Tale ricongiungimento facilita non solo la comunicazione, ma modifica anche le gerarchie e focalizza su uno scopo comune l'azione dei collaboratori che vi partecipano. I moduli, inoltre, sono da allestire con una spesa di investimento molto chiara, al confronto."

Questo cambiamento nelle teste si può misurare anche in numeri?
"Sì, in un netto incremento dell'efficienza. Le nostre giacenze sono diminuite del 30 percento circa e i nostri tempi di svolgimento sono stati ridotti considerevolmente. A ciò si aggiunge un nuovo incremento della nostra qualità, comunque già eccellente – e questo senza un sistema di gestione della qualità stessa stabilito per iscritto da un punto di vista organizzativo."

Perché non ha istituito il parco moduli Dornbracht da qualche parte all'estero, dove i costi del personale sono decisamente inferiori, almeno in parte?
"Perchè il 'Made in Germany' per noi non è solo un modo di dire, ma una convinzione imprenditoriale. I prodotti Dornbracht saranno anche in futuro esclusivamente 'Made in Germany'. Con le nostre innovazioni nella produzione creiamo potenziali che provvedono ad assicurare nel tempo la sede e a garantire uno standard di qualità sempre elevato – non da ultimo, perché il processo di produzione in Germania è soggetto a una molteplicità di disposizioni da parte dello Stato in materia di sicurezza e di tutela ambientale. Il design si può copiare – la qualità manifatturiera del marchio Dornbracht e il sigillo di qualità 'Made in Germany', riconosciuto a livello internazionale, no."

Si accolla quindi costi maggiori per il personale e la produzione per poter garantire la qualità ai suoi clienti?
"Se vuole, sì. Ma qui facciamo calcoli di altro genere. Per noi nel 'Made in Germany' rientra anche il fatto che l'industria offre un'assistenza al produttore. Lo facciamo sia sostenuti dall'artigianato di trasformazione che con una nostra équipe di assistenza clienti. Solo così possiamo soddisfare in modo ottimale le esigenze legate alla produzione e alla garanzia. E non dimentichiamo la garanzia sulla rivendita: con Dornbracht si hanno ancora dieci anni dal termine della produzione di una serie di pezzi di ricambio."

Made in Germany

Pensada en realidad para proteger el mercado inglés frente a los productos de Alemania, la etiqueta Made in Germany se ha convertido en un sello de calidad y representa hoy en día productos de una calidad excelente. En especial los productos de las medianas empresas alemanas como Dornbracht disfrutan de la mejor reputación por su calidad superior. No obstante, los fabricantes alemanes también deben imponerse en la era de los mercados globales. Para ello, además de la estrategia correcta en el mercado objetivo, se necesitan también conceptos adecuados en los procesos de producción y en las cadenas de valor añadido.
Para los que tienen más éxito, y que como Dornbracht se mantienen firmes expresamente en su estrategia de adquisiciones con orientación regional, pero que aun así obtienen una proporción superior a la media de sus ventas en los mercados internacionales, el "Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI" (Instituto Fraunhofer para la Investigación de Sistemas e Innovación) de Karlsruhe ha acuñado el nombre "home based player". Generan mucho más valor añadido por empleado que las empresas que se concentran exclusivamente en el mercado nacional, e incluso en muchos casos superan a los famosos "global players".
El "home based player" Alemania tiene filiales en el extranjero para abrir nuevos mercados, no para conseguir una producción más barata en estos lugares. La dirección de la empresa sabe perfectamente que la producción barata no trae cuenta. Al contrario: según los estudios de los expertos del Fraunhofer, un desplazamiento de la producción impulsada por los costes de personal, en muchos casos incluso tiene consecuencias fatales sobre la fuerza innovadora de la empresa y sobre su flexibilidad. Sin embargo, si el impulsor es la presencia en el mercado de distribución, con frecuencia se consigue reforzar también el desarrollo de las ventas y del empleo en el país de origen. Con una logística rigurosa y su estrategia de compras regionales, los home based player logran al mismo tiempo unos plazos de envío más cortos, pudiendo reaccionar rápidamente a los nuevos requisitos de los clientes incluso en el caso de las series pequeñas.

Griding and polishing robots in surface finishing // Robot di levigatura e di lucidatura per la lavorazione delle superfici // Robot de rectificado y pulido en el mecanizado de superficies

Design can be copied,
the manufacturing quality
of the Dornbracht brand and
the internationally
recognized quality mark
"Made in Germany" cannot.

Además, la relación conscientemente regional de la empresa Dornbracht produce una marcada conciencia para el desarrollo tanto económico como social y cultural de la sede. Esto incluye las cuestiones relativas a la conservación de los recursos. Por ejemplo, Dornbracht colabora intensamente con expertos en medio ambiente para investigar continuamente cómo producir de forma respetuosa con el medio ambiente. La empresa se ha propuesto explícitamente reducir en un tercio el consumo medio de agua de todas las griferías vendidas en los próximos tres años.

Made in Iserlohn

Además, Dornbracht evoluciona continuamente. Esto se aplica tanto a los productos como a los procesos. La empresa de Iserlohn trabaja hoy según el principio de la fabricación fractal. Este término fue acuñado el 20 de noviembre de 1924 por el matemático de Varsovia Benoit Mandelbrot, para describir las propiedades de estructuras autosimilares.
El profesor emérito de fabricación industrial y explotación fabril Hans-Jürgen Warnecke, de la universidad de Stuttgart traspasó la idea a las empresas productoras. Según él, las empresas fractales son unidades autónomas y dinámicas que actúan según el principio de la autoorganización y la autooptimización. Lo que las caracteriza es que están formadas por estructuras descentralizadas que se comunican entre sí intensamente. De este modo, reúnen las ventajas de una empresa industrial basada en la división del trabajo, con las elevadas exigencias de calidad de las manufacturas de carácter tradicional. La estructura fractal abarca todas las partes de la empresa: desde el desarrollo y las compras hasta la distribución, pasando por la fabricación. Las empleadas y los empleados colaboran en pequeños grupos claramente estructurados con gran responsabilidad propia, y orientan su dedicación hacia los objetivos globales de la empresa. De este modo contribuyen al crecimiento y al éxito de todo el "organismo".
Además, los medios de producción modernos pertenecen a este concepto innovador. Por iniciativa de Dornbracht un consorcio de socios previsivos ha desarrollado el Gavaro. Este sistema modular y autosuficiente, con solicitud de patente, recubre de forma eficiente componentes complejos y series pequeñas con la máxima calidad. Su núcleo consiste en un robot indus-

Laser system and device for applying the logo // Impianto laser e dispositivo per l'applicazione del logo // Instalación láser y dispositivo para la incorporación del logo

>
Marc Quinn, "The Overwhelming World of Desire", Seilersee, Iserlohn

trial, capaz de dominar sin esfuerzo incluso los diseños innovadores con cantos muy afilados o las geometrías más tortuosas. Con él se pueden realizar innovaciones y productos que hasta ahora se consideraban impensables. Además, la célula móvil en la que están integrados todos los grupos, los controles y los equipos para conseguir un recubrimiento absolutamente perfecto, se puede integrar fácilmente en la cadena de producción existente. Esta combinación extraordinaria de la fuerza creadora y la larga experiencia de las empleadas y los empleados, junto con los medios de producción más modernos, confiere a los productos de Dornbracht su carácter inconfundible.

Entrevista con Matthias Dornbracht

A la cabeza de la empresa familiar Dornbracht están, en la tercera generación, los hermanos Matthias y Andreas Dornbracht. La empresa fabricante de grifería de Iserlohn fue fundada por Aloys Dornbracht y su hijo Helmut en el año 1950, durante la posguerra. En la empresa familiar, que apuesta decididamente por la producción en Alemania, las tareas están claramente repartidas entre los dos hermanos. Andreas Dornbracht es el responsable del área de marketing y distribución, mientras que Matthias Dornbracht (Diplom-Ingenieur) se encarga de las áreas de producción, compras y logística.

Cuando hubo que ampliar la superficie de la empresa en la sede central de Iserlohn, Dornbracht no se decidió por un edificio clásico de moderna construcción con una organización fija, sino por el concepto de módulos autárquicos desde el punto de vista tanto de la construcción como del funcionamiento. ¿Por qué?
"Hoy en día se espera que las empresas sean extremadamente flexibles y capaces de adaptarse. Es importante poder reaccionar con rapidez y lograr que las innovaciones estén listas para salir al mercado sin perder demasiado tiempo debido a la necesidad de acuerdos internos. A esto contribuye precisamente el trabajo en los módulos. De forma similar a lo que sucede en los "brain tanks", en cada módulo se reúnen todas las unidades funcionales que están relacionadas entre sí. En el módulo de innovación, los departamentos de dirección, asesoramiento al cliente, marketing de productos y distribución desarrollan junto con construcción y desarrollo el futuro de Dornbracht. En otro módulo con estructuras "comparables", todo gira alrededor del lanzamiento de los productos que incorporan las novedades. Esta unificación no sólo facilita la comunicación, sino que además modifica las jerarquías y concentra hacia un objetivo común la actuación de los empleados implicados. Además, los módulos se pueden estructurar con un coste de inversión relativamente razonable."

¿Se puede medir también en cifras este cambio de mentalidad?
"Sí, en un claro aumento de la eficiencia. Nuestro stock se ha reducido en casi un 30 por ciento y nuestros tiempos de ejecución han disminuido considerablemente. A esto hay que añadir un aumento aún mayor de la calidad de nuestros productos, que ya eran de una calidad excelente, y todo ello sin un sistema de gestión de calidad que esté organizado de forma fija."

The regional relation leads to an awareness of economic, social and cultural development

¿Por qué no han construido el parque modular de Dornbracht en el extranjero, donde los costes de personal son en parte mucho más bajos?
"Porque para nosotros "Made in Germany" no es sólo una frase, sino una convicción empresarial. Los productos Dornbracht seguirán gozando en el futuro de una producción exclusivamente "Made in Germany". Gracias a nuestras innovaciones en la producción, somos capaces de lograr potenciales con los que podemos asegurar la sostenibilidad de la sede y garantizar un alto nivel de calidad de forma permanente; entre otras cosas porque el proceso de producción en Alemania está sometido a numerosas imposiciones estatales en cuanto a seguridad y medio ambiente. Se puede copiar el diseño, pero no la calidad de manufactura de la marca Dornbracht ni el sello de calidad "Made in Germany" reconocido a nivel internacional."

Es decir, que asumen unos mayores costes de personal y de producción a cambio de poder garantizar la calidad a sus clientes.
"Sí, si lo desea se puede formular así. Pero nosotros lo vemos de otra forma. Para nosotros, "Made in Germany" también implica que la industria ofrece un servicio del fabricante. Nosotros prestamos este servicio tanto con el apoyo de la manufactura como con un equipo propio de atención al cliente. Sólo así podemos cumplir de forma óptima las exigencias en cuanto a garantía y producto. Tampoco hay que olvidar la garantía posventa: Con Dornbracht puede conseguir piezas de recambio incluso diez años después de que se haya retirado una serie."

Gerhard Samulat is a freelance journalist for science and technology and is intensely preoccupied with the economic and social potential of innovation.

Gerhard Samulat è giornalista in ambito scientifico e tecnico e si occupa intensamente dei potenziali economici e sociali delle innovazioni.

Gerhard Samulat es periodista independiente en temas de ciencia y tecnología, y se ocupa especialmente de las innovaciones y los potenciales económicos y sociales.

DORNBRACHT *the* SPIRIT *of* WATER Home based player

MODERN LOUNGING

PHYSICAL, SENSUAL, SOFT. A WORLD OF VISUAL TEMPTATION. A GAME WITH THE FRENCH EASE OF BEING: SENSITIVITY, SEDUCTION, PASSION, LOVE. ALREADY BATHROOM OR BED FIRST? PLACE BETWEEN THE PLACES. ROOM FOR FANTASY.

FISICO, SENSUALE, SOFT. UN MONDO DI TENTAZIONE PER GLI OCCHI. UN GIOCO SULLA LEGGEREZZA DELL´ESSERE ALLA FRANCESE: SENSIBILITÀ, SEDUZIONE, PASSIONE, AMORE. SOLO UN TOCCO. BAGNO O CAMERA DA LETTO? UN LUOGO INTERMEDIO, UNO SPAZIO PER L´IMMAGINAZIONE.

CORPÓREO, SENSUAL, BLANDO. UN MUNDO DE TENTACIÓN VISUAL.
UN JUEGO CON LA FRANCESA LEVEDAD DEL SER: SENSIBILIDAD, TENTACIÓN, PASIÓN, AMOR. ¿YA VAS AL BAÑO O TE QUEDAS AÚN EN LA CAMA?
LUGAR ENTRE LOS LUGARES. ESPACIO PARA LA FANTASÍA.

LULU
SENSIBILITÉ

LULU is part of a trend transcending beyond the bathroom: used to accentuate monochrome surfaces, plus clear, simple forms in basic geometries such as cubes and cylinders, some rounded off. All with a playful, open, fresh and emotional effect. Design can be inaccessible – LULU is the opposite. With her sensual forms she symbolises the enjoyment of life. The desire for adventure. In conjunction with the striking colours, her simple proportions create excitement that we have long been without in our interiors. The proof that purism also functions in colour. Perhaps even just a little more beautifully.

LULU è parte di un'energia che fluisce anche fuori dal bagno: superfici monocromatiche profondamente accentuate, forme chiare e semplici basate su elementi geometrici essenziali come il cubo e il cilindro, in parte arrotondati per un effetto giocoso, aperto, fresco ed emozionale. Il design a volte può essere inavvicinabile – LULU è l'esatto opposto. Con le sue forme sensuali rispecchia il gusto per la vita. Il piacere dell'avventura. Insieme ai cromatismi suggestivi le sue proporzioni essenziali creano una tensione che da tempo mancava nell'arredamento di interni. La dimostrazione che il purismo funziona anche nel colore, forse con un leggero vantaggio per l'estetica.

LULU es parte de una corriente que va mucho más allá del baño. Superficies de color monocromo dispuestas con énfasis junto a formas simples y geométricas como el cubo o el cilindro, en parte redondeadas. Todo tiene una apariencia lúdica, abierta, fresca y emocional. El diseño puede ser inaccesible: LULU es lo contrario. Con sus formas sensuales representa el goce de la vida. El espíritu aventurero. En combinación con colores impactantes, sus claras proporciones causan una emoción que hace tiempo que echamos de menos en los interiores. La prueba de que el purismo también funciona con color. Quizás sea incluso un poco más bonito.

Bath spout / xStream single-lever bath mixer / Complete hand shower set // Bocca vasca / Miscelatore monocomando vasca xStream / Gruppo doccetta con flessibile a muro // Caño de bañera / Monomande de bañera xStream / Juego de ducha de mano con codo de conexión a pared

Single-lever bath mixer with shower set / Shelf // Miscelatore monocomando vasca con doccetta / Mensola // Monomando de ducha/bañera con ducha de mano / Repisa

LULU is very soft and straightforward, very understated and makes its presence felt at the same time. This is also evident in the current additions to the product range. Therefore even the new three-hole basin mixer fits in harmoniously in the general view and rounds off the series further. For the bathtub, in addition to the single-lever mixer, there is now also a four-hole mixer with individual rosettes.

LULU dalle linee morbide e rettilinee, slanciate e massicee. Si vede anche nei recenti ampliamenti dell'assortimento. Così la nuova batteria tre fori lavabo si inserisce in perfetta armonia nell'insieme e completa ulteriormente la serie. Per la vasca adesso è disponibile, oltre al miscelatore monocomando, anche un gruppo a quattro fori con rosette singole.

LULU es muy suave y, al mismo tiempo, muy rectilínea, muy discreta y muy presente. Esto se observa también en las ampliaciones actuales del programa. Por ejemplo, la nueva batería americana de lavabo se incorpora con armonía a la imagen de conjunto, completando la serie. Para la bañera, además de la batería monomando también está disponible ahora una batería a cuatro orificios con rosetas separadas.

Three-hole basin mixer // Batteria tre fori lavabo // Batería americana de lavabo

LULU
Sieger Design

LULU is shown to its best advantage in both a youthful, colourful architecture and in simple, colour-reduced surroundings. But what is always important are the areas of unbroken colours and the clarity of materials and shades.

LULU si fa valere in un'architettura giovane e colorata come in un ambiente sobrio e cromaticamente contenuto. In ogni caso, l'importante è comunque l'essenzialità e la purezza di materiali e tonalità.

LULU resalta igualmente en una arquitectura joven y multicolor como en un entorno sobrio y de colores mesurados. Lo importante en cualquier caso es la simpleza y claridad de los materiales y los tonos.

Single-lever basin mixer // Miscelatore monocomando lavabo //
Monomando de lavabo

LULU

LULU lets the worlds merge together. Not only as a fitting but also as a seductive idea. Let everything flow into each other, from life into the bathroom and back. This is what it looks like, the new sensuality. The interaction of elegant surfaces and soft contours transforms LULU into an attractive and tactile item. At the same time, the fitting is also very soft and straightforward, very slim and makes its presence felt. Everything about it is modern and graphic, yet is still has an emotional effect.

LULU amalgama i mondi. Non solo per la rubinetteria, ma anche per le idee seducenti. Lasciate fluire le correnti, dalla vita al bagno, e di nuovo alla vita. La nuova sensualità si presenta così. L'interazione tra superfici eleganti e raggi morbidi trasforma la serie LULU in una seducente adulatrice: rubinetteria dalle linee morbide e rettilinee, slanciate e massicce. Tutto in essa crea effetti moderni e grafici, quindi emozionali.

LULU desdibuja universos. No sólo como grifería, sino como una idea tentadora. Dejar que todo fluya, de la vida al baño y de vuelta. Así es la nueva sensualidad. La combinación de elegantes superficies y radios suaves transforma a LULU en una tentación para las manos. La grifería es muy suave y, al mismo tiempo, muy rectilínea, muy estilizada y muy presente. Todo en ella tiene un impacto moderno y gráfico y, sin embargo, emocional.

LULU
Sieger Design

The character of LULU really comes into its own when emphasis is placed on particular features. Using light – or even coloured light. Or with individual accessories. The brochure on the LULU range can be downloaded at www.dornbracht.com.

El carácter de LULU se aprecia especialmente cuando sólo se resaltan determinados aspectos. Con luz – incluso de color. O con accesorios individuales. Puede descargar el folleto de LULU en www.dornbracht.com.

Il carattere di LULU si fa valere in particolare quando si usano solo accentuazioni mirate. Con la luce – anche colorata. Oppure con accessori singoli. La brochure della serie LULU si può scaricare dal sito www.dornbracht.com.

eTech

Intelligent technology does not have to show its complex inner workings. On the contrary, as experience is all the more impressive the more of a surprise it is. The wall-mounted infrared basin mixer, eTECH, designed by Jahn Lykouria Design, is totally architectural in its formal expression. It follows a clear geometric line, pampering anyone who comes close to the fitting. Its movement-sensitive On/Off function allows the water to flow until a second wave of the hand tells it to stop.

Una tecnica intelligente non è tenuta a mostrare la sua complessità interiore. Al contrario! Jahn Lykouria Design ha progettato il gruppo lavabo a muro a infrarossi eTECH, la cui espressione formale è assolutamente architettonica. La linea è chiara e geometrica e seduce chi sfiora il rubinetto. La funzione on/off a rilevamento di movimenti lascia scorrere l'acqua, finché non la si arresta con un secondo cenno della mano.

No debe notarse el complejo interior de la técnica inteligente. Al contrario. Porque la vivencia es tanto más impresionante cuanto más sorprendente. El diseño elaborado por Jahn Lykouria, la batería a pared de rayos infrarrojos para lavabo, eTECH, es, en su lenguaje formal, completamente arquitectónico. Sigue un trazado claro y geométrico que mima a todo aquel que se acerca a la grifería. Su función on/off sensible al movimiento permite que el agua emane hasta que otra indicación de la mano la detenga.

>
Wall-mounted infrared basin mixer / Lotion dispenser // Batteria lavabo incasso a infrarossi / Dispenser per sapone // Batería a pared de rayos infrarrojos para lavabo / Dosificador de loción

eTECH
Jahn Lykouria Design

Washing area design can be both high quality and functional at the same time using eTECH: with a dark wooden panel, a shelf for accessories or towels and the rear wall made of painted glass as a splash guard.

In un'atmosfera eTECH gli spazi dedicati alla toilette fondono pregio e funzionalità: piano in legno scuro, scaffale per accessori o asciugamani e parete posteriore in vetro laccato che ripara dagli schizzi.

El espacio de aseo alrededor de eTECH puede ser de calidad y funcional a la vez: con un plato de madera oscura, un estante para accesorios o toallas y la pared posterior de vidrio pintado como protección de salpicaduras.

Infrared single-hole basin mixer // Batteria monoforo a infrarossi per lavabo // Batería de rayos infrarrojos para lavabo

>
Wall-mounted infrared basin mixer // Batteria lavabo incasso a infrarossi // Batería a pared de rayos infrarrojos para lavabo

eMote

Hand in, water on. Hand away, water off. As this direct contact with the element of water is not only extremely hygienic but also convenient, eMOTE has now even caught on in private bathrooms. At the same time, it is also intelligent and aesthetically pleasing. Intelligent electronic fittings like the eMOTE, thanks to infrared technology, react to proximity allowing the water to flow without any contact at all. Its two functions allow it to be used differently: eMOTE with its automatic function is generally the preferable choice, where the technology has to be able to be used intuitively because the user is always changing (e.g. in the guest bathroom). eMOTE with On/Off technology is better suited to personal use, where the users usually stay the same. For here the water flow only stops when you make a new purposeful approach towards the sensor. That way you can wash for as long as you like.

La mano si avvicina e l'acqua scorre. La mano si allontana e l'acqua cessa di scorrere. eMOTE si impone anche nel bagno di casa, perché questo contatto diretto con l'elemento acqua non è solo estremamente igienico, ma anche comodo. E per di più intelligente ed estetico. I rubinetti elettronici intelligenti come eMOTE sono dotati di tecnologia a infrarossi per rilevare l'avvicinamento e fanno scorrere l'acqua senza alcun contatto diretto. I due tipi di funzionamento si possono utilizzare diversamente: eMOTE a funzionamento automatico è da preferirsi in tutti i luoghi predisposti a una tecnica intuitiva (ad es. nel bagno dei clienti) a causa dell'alternarsi degli utilizzatori. eMOTE con tecnologia On/Off si adatta soprattutto al settore privato utilizzato per lo più sempre dalle stesse persone. Qui infatti il flusso d'acqua si arresta solo se si sfiora di nuovo il sensore. Così ci si può lavare per tutto il tempo che si vuole.

Mano dentro, sale agua. Mano fuera, no sale agua. Porque este contacto directo con el elemento agua no solamente es muy higiénico, sino que también es cómodo, eMOTE se impone también en el baño privado. Inteligente y estético a la vez. Las griferías electrónicas inteligentes como la eMOTE, gracias a la tecnología de infrarrojos, reaccionan a la proximidad y permiten que el agua fluya a la perfección sin tocarlas. Sus dos modos de funcionamiento se pueden aplicar de diferentes formas: eMOTE con funcionamiento automático se instala preferiblemente allá donde la técnica debe dominarse de manera intuitiva debido a la variedad de usuarios (por ejemplo, en el baño de invitados). eMOTE con tecnología on/off resulta ideal sobre todo para la zona privada, en la que los usuarios suelen ser siempre los mismos. Porque aquí el chorro de agua sólo se detiene mediante otra aproximación consciente al sensor. De manera que uno pueda lavarse tanto tiempo como quiera.

eMOTE
Sieger Design

Its extremely purist design and its sophisticated surface finishes make eMOTE even visually state-of-the-art. The bathroom should therefore be designed with the same modernity. Monochromatic wall and wash stand surfaces, high-gloss synthetic surfaces, hidden light strips.

Per il design improntato alla purezza estrema e per la finitura pregiata delle superfici, eMOTE è uno state-of- the-art anche esteticamente. Di conseguenza anche il bagno dovrebbe avere un allestimento moderno. Superfici monocromatiche per pareti e lavabo, plastica lucidissima, barre luminose nascoste.

Por su diseño también purista y sus nobles superficies, la eMOTE impone también un vanguardismo óptico. En consecuencia, el baño también debe tener un diseño moderno. Superficies monocromo en las paredes y el lavabo, plástico de alto brillo, ranuras de iluminación ocultas.

INSPIRED

The trigger can be something quite ordinary. A film sequence, a soundtrack, a word. What comes from it is new, unseen.

Il fattore scatenante può essere una banalità qualunque. Una sequenza di film, una colonna sonora, una parola. Ma ne scaturisce qualcosa di nuovo, di mai visto prima.

El elemento desencadenante puede ser algo completamente cotidiano. La secuencia de una película, una banda sonora, una palabra. Sin embargo, lo que se crea es nuevo, imprevisto.

LET'S GET PHYSICAL
RITUAL GYM 088

SPECIAL PLACES 098

RITUAL ARCHITECTURE
IN THE BATHROOM 104

Photography (detail) Jesse Frohman

LET'S GET PHYSICAL

TARA .LOGIC: the body machine
Claudia Neumann, design critic, on the Mike Meiré ritual architecture concept

TARA .LOGIC: il corpo macchina
Claudia Neumann, critico di design, sulla concezione dell'architettura rituale di Mike Meiré

TARA .LOGIC : La máquina del cuerpo
Claudia Neumann, crítica de diseño, acerca del concepto de arquitectura ritual de Mike Meiré

Product Design Sieger Design, Ritual Architecture Mike Meiré, Photography Thomas Popinger

RITUAL GYM

First: the “Preparation” zone. // All’inizio: l’area “Preparation”. // Al principio: la zona “Preparation”.

REMAINING STATIC, BACKPEDALLING IS A THING OF THE PAST, PERFORMANCE IS IN – PERFORMANCE AND PROCESSES.

Mike Meiré

A special feature of the Dornbracht ritual architecture TARA LOGIC is that it concerns power and energy, power for every day and sport – not in the fitness studio, but in a room which particularly in recent years was reserved for gentle rituals, retreat and peace: the bathroom. Now Dornbracht offers physical fitness in the weights room instead of contemplation in the temple. Statements on the new Dornbracht ritual architecture TARA LOGIC:

The matrix is a modern classic
TARA is slimmer, more vertical, more rational, and the classic helped bring it into being: the layout itself echoes the cross design of the TARA, also the ornamental structure in the floor and complete symmetry in every detail. TARA LOGIC is the matrix on which the new ritual architecture unfolds. This is based on a system of straight, vertical panels. Full emphasis is on the erect vertical – detracting from a laid-back horizontal: the classic is prepared for a different, hectic, complex era. In the TARA LOGIC ritual architecture, the water is powerful, bursting out from a dark panel in the ceiling and gushing down onto the body, for TARA LOGIC is masculine, a masculine bathroom through and through. Not angular, not hard, not macho, at times even soft. But the message is clear: in this world you need to be strong, mentally and physically. Energy is built up in this bathroom – not to withdraw from the world but to face it with renewed strength.

Japanese bathroom culture meets globalization: quotations, colours, materials
Warm brown predominates – on panels. Grey is also evident, for example on clad wall elements or on the concrete floor. A bright, acid yellow appears in the Facewash zone. This creates fresh shades of orange here and there in the play of light: Asian harmony paired with energetic modernity. The area is dark rather than bright, the light altogether mysterious: nakedness can be celebrated in a protected area. The Japanese invented the calculated interplay between interior and exterior. There is a subtle reflection of it here again: for instance in a tinted glass divider – echoes of Japan in a somewhat technical architecture, subliminally raising awareness of rooms in the room. The materials are partly traditional: smooth concrete, plain metal, transparent glass. Then the unusual: warm felt on the panels, creating a bathroom without reverb. In the Shower zone also a special paint mixed with metal dust, giving a fine sandpaper effect. Materials from a man’s world.

TARA LOGIC is a machine
The pulsating soundtrack sets the scene: Come in. Get ready. Wash. Sit down. Cleanse. Scrub. Immerse. Exercise. The body in a ritual machine, industrial design of a different kind: as an energy path for the body, neatly divided up

Asian contrast baths: in the “Contrast Bath” zone. // Bagni alternati asiatici: nella zona "Contrast Bath". // Los baños cambiantes asiáticos: en la zona “Contrast Bath”.

into small individual steps. Learning from the production line; a ritual that penetrates the consciousness once more. Just as the heart is the central machine for the body, the TARA LOGIC ritual bathroom is an all-round energy machine. Mike Meiré who designed the TARA LOGIC ritual bathroom: “The time for standing still, pausing to think is past, performance is what is needed, achievement and progressiveness.”

TARA LOGIC for an active bathroom
Design provides many with an opportunity to revitalize mind and soul in style. TARA LOGIC offers active refuelling. Dumb bells are scattered around. A punch ball. A mat. A fitness machine, in front of a mirrored wall that can be opened up: pump it up! An entire set of sports equipment is available. Added to this is an appreciation for unpreserved products, for quality. The body care products are so fresh, they have to be kept in the refrigerator: there they stand, the jars and vials looking like a chemist’s shop, to care for face and body. And there are also calculated shocks in the contrast bath: after the body cleansing you immerse yourself first in very hot, then ice-cold water. This bathroom borrowed from Japanese culture is no place to retreat, but an energy tank. And in the background a media projection is in operation, the movement of freely cascading water has been abstracted to create vibrantly coloured digital textures: waves like pacemakers, pulsating soundtrack – the time seems ripe for a calculated nervousness: reach the right speed, be active, fresh.

MORE VERTICAL AND MORE RATIONAL

Una peculiarità dell’architettura rituale Dornbracht di TARA LOGIC consiste nella forza e nell’energia che essa esprime, nella potenza per affrontare la giornata e lo sport – ma non in palestra, bensì in uno spazio che proprio negli ultimi anni è stato riservato ai rituali delicati, al ritiro, alla quiete: in bagno. In alternativa alla contemplazione nel tempio ora Dornbracht propone attività fisica in uno spazio dedicato alla rigenerazione della forza. Dichiarazioni sulla nuova architettura rituale Dornbracht di TARA LOGIC:

La matrice è un classico moderno
TARA è diventata più snella. Più verticale. Più razionale. E il classico è il suo padrino: la forma stessa riprende l’elemento a croce di TARA, come la struttura ornamentale nel basamento e la simmetria assoluta di ogni dettaglio. TARA LOGIC è la matrice da cui evolve la nuova architettura rituale. Questa si basa su un sistema di pannelli lineari e verticali. La verticalità creata è sottolineata in ogni suo aspetto – a favore di una linea orizzontale rilassata: il classico si è evoluto verso una nuova epoca frenetica e complessa. Nell’architettura rituale di TARA LOGIC l’acqua è pesante, sgorga con vigore da un blocco scuro sul soffitto e si riversa sul corpo. Perché TARA LOGIC è maschile, un bagno assoltuamente virile. Privo di spigoli, durezze o arroganze,

Complete cleansing: the “Body Cleansing” zone. // Pulizia globale: la zona “Body Cleansing”. // Limpieza completa: la zona “Body Cleansing”.

corpo, rigorosamente suddiviso in singoli stadi. Apprendere dalla linea di produzione; un rituale che ancora una volta penetra in modo nuovo nella coscienza. Come il cuore è la macchina centrale del corpo, così il bagno rituale TARA LOGIC è una macchina di energia globale. Mike Meiré, il creatore del bagno rituale TARA LOGIC: “L’epoca della stasi, della sospensione dell’azione è terminato, è il momento della performance, del rendimento, del rispetto dei processi.

TARA LOGIC per un bagno attivo
Così il design riserva qualche luogo al rilassamento di anima e spirito, ma con stile. TARA LOGIC offre una ricarica attiva. I pesi abbandonati sul pavimento. Un punching-ball. Un tappetino. Una macchina da palestra, davanti una parete a specchio da aprire: pump it up! Un assortimento completo di attrezzi sportivi è a disposizione. A ciò si aggiunge una consapevolezza per le sostanze prive di conservanti, per la qualità. I prodotti di trattamento sono così freschi, da dover essere conservati in frigorifero: ecco contenitori e flaconi che sembrano provenire da una farmacia, per la cura del viso e del corpo. E poi c’è ancora lo choc calcolato del bagno alternato: dopo la pulizia del corpo ci si immerge prima in acqua caldissima, poi in acqua gelata. Questo bagno mutuato dalla cultura giapponese non è un luogo di ritiro, ma una ricarica di energia. E in sottofondo ha luogo una proiezione, il movimento di cascate d’acqua è stato astratto in trame digitali dai colori vigorosi: curve come stimolatori cardiaci, colonna sonora pulsante – i tempi sembrano maturi per creare una tensione voluta: raggiungere il ritmo richiesto, essere attivi, freschi.

POWER AND PERFORMANCE

Una particularidad de la arquitectura ritual de Dornbracht TARA LOGIC consiste en que se trata de fuerza y energía, de potencia para el día y para el deporte, pero no en el gimnasio, sino en una sala que, precisamente en los últimos años, se ha reservado a rituales suaves, el recogimiento y la calma: el cuarto de baño. Ahora, en lugar de la contemplación en el templo, Dornbracht ofrece el fortalecimiento físico en la sala de fuerza. Afirmaciones sobre la nueva arquitectura ritual de Dornbracht TARA LOGIC:

La matriz es un clásico moderno
TARA se ha hecho más esbelta. Más vertical. Más racional. Y el clásico fue el padrino: El diseño básico propiamente dicho se basa en la cruceta de TARA, lo mismo que la estructura ornamental del suelo y la simetría completa en cada detalle. TARA LOGIC es la matriz sobre la que se despliega la nueva arquitectura ritual. Se basa en un sistema de paneles en línea recta, también verticales. La vertical enderezada se acentúa en general, en detrimento de una horizontal relajada: El clásico se ha puesto en forma para una época más compleja y más apresurada. En la arquitectura ritual de TARA LOGIC el agua es pesada, irrumpe con fuerza procedente de un bloque oscuro en el techo y se derrama sobre el cuerpo situado debajo. Porque TARA LOGIC es varonil, un baño masculino universal, No tiene cantos, no es duro, no es machista, a veces incluso es blando. Pero el mensaje está claro: Hay que ser fuerte para este mundo, tanto mental como físicamente. En este baño se crea energía: no para retirarse del mundo, sino para salir a él fortalecido.

La cultura japonesa del baño encuentra la globalización: Citas, colores, materiales
Predomina un marrón cálido, en los paneles. También aparece el gris, por ejemplo en los elementos de recubrimiento de pared o en el suelo de hormigón. A ello se añade, en la zona “Facewash”, un amarillo muy vivo, un amarillo ácido. Esto genera, en el juego de luces, unos tonos anaranjados frescos

Waking up: the “Facewash” zone. // Risveglio: l’area “Facewash”. // Despertar: la zona “Facewash”.

qualche volta anche dolce. Ma il messaggio è chiaro: per questo mondo bisogna essere forti, nella mente e nel corpo. In questo bagno si recupera energia – non per sottrarsi al mondo, ma per affrontarlo temprati.

La cultura giapponese del bagno incontra la globalizzazione: citazioni, colori, materiali
Predomina un marrone caldo – sui pannelli. Anche il grigio è presente, ad esempio sugli elementi rivestiti a parete o sul pavimento in cemento. A questi si aggiunge nell’area Facewash un giallo acceso, un giallo acido. Questo genera un gioco di luci con qua e là fresche sfumature arancioni: l’armonia orientale si congiunge alla modernità energetica. L’ambiente tende più allo scuro che al chiaro, la luce è nel complesso misteriosa. La nudità può essere celebrata in uno spazio protetto. I giapponesi hanno inventato il gioco ponderato tra interno ed esterno. Qui lo ritroviamo in modo sottile: ad esempio in una parete divisoria in vetro dai colori sfumati – citazioni giapponesi in un’architettura piuttosto tecnica, percezione inconscia di spazi nello spazio. Questi materiali sono univocamente classici: cemento liscio, metallo chiaro, vetro trasparente. A questi se ne aggiungono di insoliti: feltro caldo sui pannelli, per creare un bagno senza eco. Nell’area doccia inoltre una vernice speciale, mescolata a polvere di metallo, per realizzare un effetto di carta smerigliata. Materiali di un mondo per uomini.

TARA LOGIC è una macchina
La colonna sonora pulsante indica la direzione: entrare. Prepararsi. Facewash. Sedersi. Lavarsi, strofinarsi. Immergersi. Fitness. Il corpo in una macchina rituale, design industriale per una volta diverso: un percorso energetico per il

aquí y allá: La armonía asiática se empareja con la modernidad enérgica. La sala es más oscura que clara, la luz es en general misteriosa: La desnudez se puede celebrar en una sala protegida. Los japoneses han inventado el juego calculado entre el interior y el exterior. Aquí se reencuentra de forma sutil: por ejemplo en un tabique matizado de vidrio: citas japonesas en una arquitectura más bien técnica, una concienciación subliminal de los espacios en la sala. Los materiales son por una parte clásicos: hormigón liso, metal claro, vidrio transparente. A ello se añade lo inusual: el fieltro cálido sobre los paneles, que crea un baño sin eco. En la zona “Shower” además una pintura especial, mezclada con polvo de metal, que produce una sensación de papel de lija fino. Materiales de un mundo masculino.

TARA LOGIC es una máquina
La banda sonora pulsátil marca la dirección: Entrar. Preparar. Facewash. Sentarse. Limpiar, frotar. Sumergirse. Fitness. El cuerpo en una máquina ritual, una nueva faceta del diseño industrial: como vía de energía para el cuerpo, esmeradamente fraccionada en pasos separados. Aprender de la cadena de producción; un ritual que, de este modo, vuelve a penetrar de manera nueva en la conciencia. Al igual que el corazón es la máquina central para el cuerpo, el baño ritual TARA LOGIC es una máquina de energía polifacética. Mike Meiré, que ha diseñado el baño ritual TARA LOGIC: “Ha pasado la época de la estática, de la pausa; ahora toca la actuación, la potencia y la capacidad de procesar.”

TARA LOGIC para un baño activo
Para la recuperación con estilo del espíritu y del alma, el diseño ha preparado algunos lugares. TARA LOGIC ofrece una recarga activa. Unas pesas dispersadas. Una pelota de entrenamiento de boxeo. Una esterilla. Un aparato de gimnasio, delante de él una pared de espejo desplegable: Pump it up! Hay todo un parque de aparatos deportivos. A ello se añade la conciencia de las sustancias frescas, de la calidad. Los productos para el cuidado son tan frescos que deben conservarse en la nevera: Ahí están, los tarros y los frascos con aspecto de farmacia para el cuidado de la cara y del cuerpo. Y además también hay golpes calculados en el cuarto de baño: Después de la limpieza del cuerpo, primero uno se sumerge en agua muy caliente, y después en agua helada. Este baño, adoptado de la cultura japonesa, no es un lugar para el recogimiento, sino una recarga de energía. Y por detrás tiene lugar una proyección de medios, se ha abstraído el movimiento de las masas de agua que caen para transformarse en texturas digitales de colorido fuerte: Curvas como un marcapasos, una banda sonora pulsátil: ha llegado el momento del nerviosismo calculado: Llegar al ritmo adecuado, estar fresco y activo.

TARA .LOGIC

Wall-mounted single-lever basin mixer // Miscelatore monocomando lavabo incasso //
Batería monomando empotrada para lavabo

Single-lever basin mixer // Miscelatore monocomando lavabo //
Monomando de lavabo

TARA LOGIC has become radically stretched and more erect in design. Thanks to the deliberate elimination of a rosette for the mounted fittings, its lines appear more slender and high-reaching. A verticality, which is particularly evident with the single-lever mixers. The TARA LOGIC wall-mounted single-lever basin mixer is different – this reaches forwards. Originally intended above all for the guest bathroom, the fitting has been in increasing demand for use in the main bathroom. The new version has consequently been developed with a considerably larger projection.

TARA LOGIC materializza forme consapevolmente agili e longilinee. La rinuncia ad una rosetta nelle rubinetterie a pavimento rende la sua linea ancora più slanciata e protesa verso l'alto. Una verticalità che si esprime in particolare nei miscelatori monocomando. Diverso invece il nuovo miscelatore monocomando lavabo incasso che sporge in avanti: pensato in origine soprattutto per la zona WC degli ospiti, questo rubinetto è stato sempre più richiesto anche per il bagno principale. La nuova variante, quindi, è stata viluppata con sporgenza ancora più pronunciata.

TARA LOGIC consuma un estiramiento y enderezamiento consciente del diseño. Al prescindir expresamente de una roseta en la grifería montada en posición vertical, su línea tiene un efecto todavía más estilizado y vertical. Una verticalidad que se aprecia especialmente en las baterías monomando. A diferencia de la nueva batería monomando empotrada para lavabo TARA LOGIC, que se extiende hacia delante: ideada originalmente para el área del aseo de invitados, la grifería también se está solicitando cada vez más para el baño principal. Como consecuencia, la nueva variante se ha diseñado con un saliente bastante más grande.

TARA .LOGIC

The slender, artless design of the TARA LOGIC range is best suited to equally straightforward elements in the architecture. For example, a back wall made of dark stained natural wood, where the fine grain can still be seen.

Alle forme slanciate e sobrie di TARA LOGIC si adattano al meglio anche elementi architettonici sobri. Ad esempio una parete posteriore in legno naturale trattato con mordente scuro, di cui è ancora visibile la venatura.

Lo que mejor combina con las formas esbeltas y sencillas de TARA LOGIC son los elementos arquitectónicos igualmente sencillos. Por ejemplo, una pared del fondo de madera natural pintada de un tono oscuro, en la que aún se pueda apreciar el veteado fino.

TARA .LOGIC

Doing everything anew does not always mean doing everything differently. Often, even little modifications can make a fundamental difference to the design. So TARA LOGIC has taken the TARA CLASSIC single-lever mixer tap design and radically updated it, yet it is instantly recognisable as belonging to the TARA family. Slimmer, stretched, standing tall with enthusiastic pride, but still with the same minimalist design, based on the cylindrical arrangement. Whether as a shower point (previous page) or as a free-standing single-lever mixer for the bath, TARA LOGIC reaches elegantly upwards. It appears fit and in form and incites you to imitate it.

Fare tutto nuovo, non sempre significa fare tutto diverso. Spesso anche piccole modifiche possono sortire l'effetto di un cambiamento fondamentale del design. E infatti TARA LOGIC riprende la forma del miscelatore monocomando TARA CLASSIC, la attualizza in modo radicale, ma comunque immediatamente riconoscibile: sottile, teso verso l'alto, fieramente slanciato – ma con lo stesso design ridotto alla struttura cilindrica di base. Come doccia a stele (pagina precedente) o come miscelatore monocomando a colonna per vasca – TARA LOGIC si staglia elegantemente verso l'alto. Ha un aspetto di un fisico allenato e incita all'imitazione.

Hacerlo todo nuevo no significa necesariamente hacerlo todo de otra manera. Con frecuencia, incluso las pequeñas modificaciones pueden lograr una profunda transformación del diseño. De este modo, TARA LOGIC toma la forma del mezclador monomando TARA CLASSIC, la moderniza radicalmente y, aun así, se la reconoce inmediatamente: más estilizada, estirada hacia arriba, erguida con orgullo – pero con el mismo diseño purista, basado en la estructura cilíndrica. Ya sea como punto de ducha (página anterior) o como batería monomando libre en la bañera – TARA LOGIC se extiende elegantemente hacia lo alto. Tiene un aspecto deportivo que anima a imitarlo.

Single-lever bath mixer // Miscelatore monocomando vasca // Monomando de bañera

TARA .LOGIC

Learn more about all the different applications of the various TARA LOGIC ritual modules and fittings. The brochure may be downloaded from www.dornbracht.com

Informatevi ulteriormente sulle possibili applicazioni dei diversi moduli rituali e sulle rubinetterie di TARA LOGIC. L'opuscolo può essere scaricato alla pagina www.dornbracht.com

Conozca más detalles sobre las posibilidades de aplicación de los diferentes módulos rituales y griferías de TARA LOGIC. Puede descargarse el folleto en www.dornbracht.com

Shower system with single-lever shower mixer and shower set // Doccia a stelo con miscelatore monocomando doccia con doccetta // Teléfono de ducha con batería monomando de ducha con juego de ducha de mano

MOOD FROM THE MEM PRESENTATION
Photography Mike Meiré

Special Places

ON THE FUTURE OF THE SPA and the essence of a ritual bathroom, on software as an enhancer of semantic impressions, 600-hectare projects and the psychology of an individual room. *An interview with INGO SCHWEDER, CEO of the spa development company "Spatality" in Bangkok, and MIKE MEIRÉ, designer of the Dornbracht ritual bathrooms.*

IL FUTURO DELLA SPA e l'essenza del bagno rituale, software come rinforzo dell'impronta semantica, progetti da 600 ettari e la psicologia dello spazio singolo. *Un'intervista a INGO SCHWEDER, direttore del centro sviluppo Spa "Spatality" di Bangkok, e MIKE MEIRÉ, creatore dei bagni rituali di Dornbracht.*

SOBRE EL FUTURO DEL SPA y la esencia de un baño ritual, sobre el software como amplificador de impresiones semánticas, proyectos de 600 hectáreas y la psicología de un único espacio. *Un diálogo con INGO SCHWEDER, CEO de la empresa de diseño de spa "Spatality" en Bangkok, y MIKE MEIRÉ, diseñador de los baños rituales de Dornbracht.*

"The professional care in a spa is compensated in a personified ritual bathroom by internal dialogue."

Mr. Schweder, could you explain in a few words the idea behind your company, "Spatality".
Ingo Schweder: Spatality offers comprehensive spa concepts and spa brands. If requested, we operate the spas as well – especially for hoteliers and developers all over the world. If everything is done properly, a spa increases the value of a property significantly. That is what Spatality stands for.

What does the perfect spa of today look like?
I.S.: It starts with a clear positioning, and one which is as unique as possible. A true concept. Then every treatment must come across to the guest as being perfect – and also authentic. The service must be unobtrusive, but also effective. It should not end when the guest leaves the spa, but should last. Preferably until the next visit.

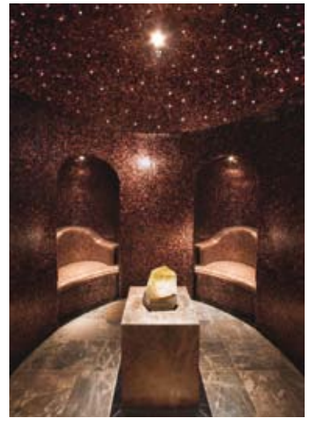
On your website, you mention the evolution of the "spa" idea. In your opinion, in what direction does the spa develop?
I.S.: We should not forget that the spa industry is still a very young industry. According to my own assessment, however, you can say that in the long term the spa will reclaim its roots. We will once again see more traditional regional treatments. Authenticity will play a big part in the future. In addition to this, spas will soon differentiate themselves more clearly from one another through specialization.
And as far as spas as a business are concerned: many hotel chains have drastically reduced their expenditure and are looking for partners to manage their spas professionally and profitably. Over the past few years, many companies that produce cosmetic or spa products have tried, for example, to develop and manage their own spas. In most cases, however, this achieved from little to no success, not to mention added value for the hotels. This can and should not be compared with professional spa management. Therefore we believe that the trend in the future will head towards hotels increasingly outsourcing professional management of their spa areas. And this is to guarantee that the spa functions as a centre for profit.

Mr. Meiré, wherein lie the differences between a spa and a ritual bathroom?
Mike Meiré: If I visit a spa, usually professional consultation for massages, cosmetic face or whole body treatments awaits me in a quiet, cheerfully calm, planned atmosphere. A team of masseurs, physiotherapists and perhaps even sports psychologists and nutritionists analyses my physical fitness and develops preventive treatment programmes. All of this of course takes place in more or less public surroundings. And this is where I draw the line between this and the ritual bathroom. Certainly in a spa too, specified rules have to be followed, i.e. a ritual. However, over and over again I find that the interior, the architecture and particularly the music corresponds to a world of taste which must always search for a common denominator. Nevertheless, the necessary spiritual framework, the symbolic value of ritual processes for physical and emotional equilibrium transcends the modern lounge architecture.
It is a real concern of mine to make it clear that the architecture for a ritual bathroom is about a very personally and energetically coded room. A recurrent stay is tantamount to personal devotion. The ritual bathroom in private surroundings represents the temple for the "self". Here, the architecture and its specific sounds serve to transform body and mind. And thereby create a place of everyday reflection. Water unveils its healing properties by entering into dialogue with the highly sensitized consciousness of the person. The professional care in a spa is compensated in a personified ritual bathroom by internal dialogue.

Among other things, you are now working on "digitalizing" the bathroom. In your opinion, how much software can the "sensuousness", "physicality" accept, how much "outside help" is needed to find, recharge and re-establish oneself?
M.M.: One planted tree should suffice. But let us not fool ourselves: our urbane, nomadic, fast-moving life, oriented towards efficiency and agenda-setting, allows us barely any empty phases. Software therefore serves to enhance the semantic impressions, as a catalyst in the processes of "balancing", "energizing" and "de-stressing". Digitalizing certainly has a higher value during the working week compared with the weekend. At the weekend, the personal performance of everyday life gives way to the yearning to unwind and revive the archaic.

Is the bathroom therefore a space for possibilities, a "room of many rooms", a logical consequence of your work? Would the path automatically lead there, as it were?
M.M.: If you define your surroundings as a force field, it seems to me only logical also to act from the centre of this force field. In the bathroom – if you follow the thoughts behind ritual architecture – body and mind are concentrated as intensively as possible. The interplay between relaxation and activation produces strength and clarity for the requirements of our everyday lives. A substantially higher value in the architecture should therefore be awarded to the bathroom. Why place the personal force field at the periphery of the apartment or house? In a ritual bathroom, not only do we celebrate the cleansing and care of our bodies, we also nurture our spiritual hygiene.

Mr. Schweder, you have set up spas on nearly every continent. And you have just talked about how we "will see more traditional regional treatments" in the future. How do you deal with cultural differences? Or does a modern spa follow its own laws, its own value system, when it is positioned as a brand, in the same way as a luxury hotel?



The Landmark Mandarin Oriental, Hong Kong

I.S.: With my intercontinental projects I have learned that it is of course important to incorporate and reflect the local culture. I have also learned that it is equally important to satisfy people's longing to experience cultures from other countries. The new and the unfamiliar just have to be integrated in a way that is authentic. It is important therefore to remember, for example, that the team gets therapists, doctors, etc. from these cultures. Or – if this is not possible for reasons of employment law – have the team trained and sensitized by suitable coaches. Allow me to give you an example: we are working at the moment on a destination spa covering 600 hectares in Mongolia, which is suited to today's international travellers' every need: unmistakable nature, unique events, an 18-hole golf course, a 4,500 m^2 spa, 3 ski pistes, the opportunity to go riding, 75 guest rooms and private villas as well as exclusive conference areas. All the food is produced in the hotel's own organic garden.
We are working here together with a professor for Tibetan medicine, who actively trains 400 students in the capital city, Ulaanbataar. He is going to manage our garden. The real highlight however is that 50 Tibetan monks will live on the same piece of land – in a separately built cloister. Incidentally, the project is called "Bodhi Dhama". "Bodhi" means the Bodhi tree under which Buddha found enlightenment. And "Dhama" is Sanskrit for "the place". The hotel should therefore be in a figurative sense "the place of enlightenment". For this purpose we are combining modern lifestyle with old western

traditions and spiritual, far-eastern traditions. The travellers want to know the local people – and the Mongolians want to know the people of the world.

What do you think, Mr. Meiré: is wellness gaining a new meaning? Instead of "totally switching off", is it now rather a case of "staying on the ball under the most pleasant conditions"?
M.M.: I personally think that wellness sounds a little too soft. We are on the cusp of a completely new culture, for which we currently do not even have the right questions, let alone the answers. All we really know is that our lives, our energy and our resources are finite. Our bodies, our souls and our mental fitness are our capital. This makes it worth protecting and looking after. Wellness is nothing more than the opening credits for the main feature film.

Where do you draw your inspiration for your architectural work? Does it always start with an examination of the so archaic, fundamental values, such as "respect" or "security", which are usually associated with the term "ritual"?
M.M.: I believe in the psychology of a room. The experience of a special room will always also influence our behaviour. Architecture is also always an illustration of the understanding of values in our society. In this respect, values such as security, freedom, courage, respect or hope can be read in the most diverse examples of architecture. Unfortunately we have far too much rational purpose architecture in our towns. There is often a lack of poetry or intelligence. Maybe, to begin with, we should check the architectural standards at home, in order then to formulate inspiring questions for the new world from the ritual bathroom. For it is in the ritual bathroom that man is really at the centre. And there he is naked, vulnerable, but also stimulated, relaxed and prepared for what lies ahead.

Mr. Schweder, you know the most beautiful spas in the world. Can you name your personal favourite for us, to conclude?
I.S.: There are a few. For example, the Chomo Spa Begawan Giri in Bali, The Oriental Spa in New York City and Hong Kong, The Claridges Spa in New Delhi, The Dolder Grand Spa in Zurich and – last, but not least – The Ayurvedic Penthouse in Bangkok.

"L'assistenza professionale in una spa viene compensata dal dialogo interiore in un bagno rituale personificato."

Signor Schweder, ci spieghi in poche parole l'idea della sua azienda "Spatality"?
Ingo Schweder: Spatality offre progetti e marche spa a tutto tondo. Su richiesta gestiamo anche le spa – in particolare per albergatori e possidenti di tutto il mondo. Se tutto si svolge in modo corretto, una spa rivaluta molto un immobile. Spatality è qui per questo.

"AUTHENTICITY will play a big part in the future. Spas will differentiate themselves more clearly from one another through SPECIALIZATION."

Ingo Schweder

Come si presenta oggi la spa perfetta?
I.S.: Si inizia con un posizionamento chiaro, possibilmente unico. Un progetto vero e proprio. Poi ogni trattamento deve incontrare il favore del cliente alla perfezione, quindi in modo autentico. L'assistenza deve essere discreta, ma efficace. Non deve terminare quando il cliente lascia la spa, ma deve proseguire. Possibilmente fino alla prossima visita.

Sul suo sito web parla di evoluzione dell'idea di "spa". Secondo lei, in che direzione si sta evolvendo la spa?
I.S.: Non dobbiamo dimenticare che l'industria della spa è ancora molto giovane. Secondo il mio parere si può però affermare che, sul lungo periodo, la spa richiamerà alla mente le sue origini. Vedremo sempre più trattamenti a impronta regionale. L'autenticità giocherà un ruolo importante in futuro. Prossimamente, poi, le spa si distingueranno ancora più nettamente tra loro in base alle specializzazioni.
E per quanto riguarda le spa come business: molte catene alberghiere hanno ridotto in modo drastico i loro compiti e cercano partner per gestire le spa con professionalità e profitto. Negli ultimi anni ad esempio molte aziende produttrici di articoli cosmetici e specifici per spa hanno provato a ideare e a gestire dei centri benessere. Nella maggior parte dei casi, però, non hanno riscosso successo, se non limitato, né, men che meno, hanno apportato plusvalore agli alberghi. Non si possono e non si devono fare paragoni con una gestione professionale delle spa. Per questo pensiamo che in futuro il trend andrà verso un outsourcing sempre più professionale dell'area spa degli alberghi. Per garantire che la spa funzioni come profit center.

Signor Meiré, cosa differenzia una spa da un bagno rituale?
Mike Meiré: Se cerco una spa, mi aspetto di regola una consulenza professionale per massaggi, trattamenti cosmetici viso o corpo in un'atmosfera tranquilla, calma e serena, organizzata. Un team di massaggiatori, fisioterapisti, eventualmente anche psicologi dello sport e nutrizionisti analizzano il mio benessere e redigono programmi preventivi di cura. Tutto ciò avviene comunque in un ambiente più o meno pubblico. Ed è qui che traccio la linea di separazione rispetto al bagno rituale. Sicuramente anche in una spa si seguono regole prestabilite, quindi un rito. Io, però, constato sempre che gli interni, l'architettura e in particolare la musica riflettono un mondo di gusti che deve cercare ogni volta un denominatore comune. La cornice spirituale imprescindibile, il contenuto simbolico di scadenze rituali per l'equilibrio fisico e psichico vanno comunque oltre la moderna architettura del lounge.
Per me è una vera e propria richiesta, chiarire che nell'architettura di un bagno rituale si lavora per uno spazio personale, codificato dal punto di vista energetico. Una permanenza ripetuta equivale a un raccoglimento personale. Il bagno rituale in privato rappresenta il tempio per il proprio "essere". Qui l'architettura e i suoi suoni specifici servono alla trasformazione del corpo e dell'anima. Per consentire un luogo di riflessione quotidiana. L'acqua dispiega la propria azione curativa potendo entrare in comunicazione con la coscienza così sensibilizzata dell'uomo. L'assistenza professionale in una spa viene compensata dal dialogo interiore in un bagno rituale personificato.

Tra l'altro sta lavorando alla "digitalizzazione" del bagno. Secondo lei, quanto software sopporta la "sensualità", la "corporeità", quanto "aiuto esterno" è necessario per sperimentare, caricare, ricostruire se stessi?
M.M.: Un albero deve cavarsela. Parliamoci chiaro però, la nostra vita urbana, nomade e frenetica, impostata sull'efficienza e sugli impegni in agenda, non ci consente fasi vuote. Il software serve allora come rinforzo delle impronte semantiche, come turbo nel processo di "balancing", "energizing" e "de-stressing". Nei giorni di lavoro la digitalizzazione riveste senz'altro un'importanza maggiore rispetto al fine settimana. La performance personale dei giorni feriali cede allora alla nostalgia del tempo che scorre lento e del periodo arcaico.

Il bagno come spazio delle possibilità , come "spazio dei molti spazi" è una conseguenza logica del suo lavoro? Il percorso conduce in un certo senso automaticamente in questa direzione?
M.M.: Se si definisce il propio ambiente come un campo di forze, mi sembra a dir poco coerente agire partendo proprio dal centro di questo campo di forze. In bagno – secondo il pensiero dell'architettura rituale – il corpo e lo spirito si concentrano al massimo. Relax e attivazione in alternanza producono forza e purezza per le nostre esigenze di vita quotidiana. Quindi al bagno deve essere attribuita un'importanza sempre maggiore nell'architettura. Perché il campo di forze personale è localizzato lontano dal centro nell'ambito dell'appartamento o della casa? In un bagno rituale non celebriamo solo la pulizia e la cura del nostro corpo, ma vi coltiviamo anche la nostra igiene spirituale.

Signor Schweder, ha costruito spa in quasi tutti i continenti. E ha appena asserito che in futuro "vedremo sempre più trattamenti a impronta regionale". Come aggira le differenze culturali? Oppure oggi una spa, se posizionata come marchio in modo analogo a un albergo di lusso, segue le proprie regole, il proprio sistema di valori?
I.S.: Nei miei progetti intercontinentali ho imparato che naturalmente è importante integrare e rispecchiare la cultura locale. Ma ho appreso anche che è altrettanto importante placare la nostalgia dell'uomo verso le culture di altri paesi. Ciò che è nuovo e sconosciuto deve solo essere integrato in modo autentico. Si può pensare ad esempio di prendere nel team terapeuti, medici, ecc. di queste culture. Oppure – qualora ciò non sia possibile per motivi legali di lavoro – lasciar formare e sensibilizzare il team da coach appropriati. Le faccio un esempio. Attualmente lavoriamo ad una spa destination di 600 ettari in Mongolia che soddisfa qualsiasi esigenza dei viaggiatori internazionali di oggigiorno: natura inconfondibile, eventi unici, un campo da golf da 18 buche, una spa di 4.500 mq, la possibilità di cavalcare, 75 stanze e ville private, aree conferenza esclusive. Tutti i generi alimentari sono coltivati nell'orto biologicamente organico di proprietà dell'albergo. Qui collaboriamo con un professore di medicina tibetana che forma attivamente 400 studenti nella capitale Ulan Bator. Lui si occuperà del nostro orto. Ma la particolarità più grande? 50 monaci tibetani

Mandarin Oriental Riviera Maya, Mexico

Mandarin Oriental Riviera Maya, Mexico

vivranno sullo stesso terreno, in un monastero posto in separata sede. Il progetto del resto si chiama "Bodhi Dhama". "Bodhi" sta per l'albero di Bodhi, sotto il quale Buddha è stato illuminato, e "Dhama" in sanscrito sta per "il posto". L'albergo quindi, in senso traslato, deve essere "Il posto dell'illuminazione". Inoltre riuniamo stili di vita moderni con antiche tradizioni occidentali e tradizioni spirituali del lontano oriente. I viaggiatori vogliono conoscere gli uomini orientali – e i mongoli gli uomini del mondo.

Cosa pensa, signor Meiré, wellness assumerà un altro significato? Invece di "estraniamento totale" piuttosto un "rimanere accanto nelle condizioni ambientali più piacevoli possibile"?
M.M.: A me personalmente wellness suona troppo soft. Ci troviamo sulla soglia di una cultura completamente nuova, rispetto alla quale oggi non abbiamo ancora le domande giuste, men che meno poi le risposte. Ciò che sappiamo veramente è che la nostra vita, la nostra energia e le nostre risorse sono limitate nel tempo. Il corpo, l'anima, il fitness mentale rappresentano il nostro capitale. Vale la pena di proteggerlo e di curarlo. Wellness è solo il prologo del vero film principale.

Da dove trae ispirazione per il suo lavoro architettonico? Innanzitutto è sempre all'approfondimento di valori fondamentali così arcaici come "rispetto" o "sicurezza" che si unisce segretamente il concetto di "rituale"?
M.M.: Io credo alla psicologia di uno spazio. Il vivere uno spazio particolare avrà sempre un influsso sul nostro comportamento. L'architettura riproduce sempre anche la sensibilità verso i valori della nostra società. Per quanto valori come ad esemprio sicurezza, libertà, coraggio, rispetto o speranza si possano leggere nelle architetture più disparate. Purtroppo nelle nostre città abbiamo troppa architettura razionale. Spesso manca poesia o intelligenza. Forse una volta dovremmo esaminare gli standard architettonici in casa per poi formulare domande ispirate per il nuovo mondo a partire dal bagno rituale. Nel bagno rituale, infatti, l'uomo sta al centro a tutti gli effetti. Ed è nudo, vulnerabile, ma anche eccitato, rilassato, pronto per quel che viene.

Signor Schweder, conosce le spa più belle del mondo. Ci cita in chiusura le sue preferite a livello personale?
I.S.: Eccone alcune. La Chomo Spa Begawan Giri a Bali, The Oriental Spa a New York City e Hong Kong, The Claridges Spa a Nuova Delhi, The Dolder Grand Spa a Zurigo – e non da ultima – The Ayurvedic Penthouse a Bangkok.

"Los cuidados profesionales que se reciben en un spa se compensan por medio del diálogo interior en un baño ritual personalizado".

Sr. Schweder, ¿puede explicar en pocas palabras la idea de su empresa "Spatality"?
Ingo Schweder: Spatality ofrece conceptos de spa y marcas de spa integrales. Si se desea, también gestionamos los spas, especialmente para hoteleros y promotores de obras de todo del mundo.
Si se hace todo correctamente, un spa aumenta mucho el valor de un inmueble. Eso es Spatality.

¿Cómo describiría el spa perfecto hoy en día?
I.S.: Comienza con un posicionamiento claro, lo más original posible. Un verdadero concepto. El cliente debe recibir perfectamente todos los tratamientos, y de forma auténtica. La atención debe ser discreta pero eficaz. No debe terminar cuando el cliente sale del spa, sino permanecer. A ser posible hasta la siguiente visita.

En su página web habla de la evolución de la idea "spa". En su opinión, ¿hacia dónde está evolucionando el spa?
I.S.: No debemos olvidar que la industria del spa todavía es muy reciente. No obstante, creo que se puede decir que a largo plazo el spa va a regresar a sus raíces. Volveremos a ver más tratamientos de carácter regional. La autenticidad va a ser un factor importante en el futuro. Además, en un futuro próximo los spas se van a diferenciar más claramente unos de otros mediante la especialización.
Y en lo que se refiere a los spas como negocio: muchas cadenas hoteleras han reducido en gran medida sus gastos y buscan socios que gestionen sus spas de forma profesional y rentable. En los últimos años, por ejemplo, muchas empresas que fabrican productos cosméticos y de spa han intentado crear y gestionar spas. Sin embargo, en la mayoría de los casos no ha tenido mucho éxito, ni

tampoco ha aportado valor añadido a los hoteles. Es algo que no se puede ni se debe comparar con la gestión profesional de un spa. Por eso pensamos que en el futuro la tendencia va a dirigirse también hacia el hecho de que los hoteles contraten cada vez los servicios de empresas profesionales externas para gestionar sus áreas de spa. Y para garantizar que el spa funcione como centro de beneficios.

Sr. Meiré, ¿cuáles son las diferencias entre un spa y un baño ritual?
Mike Meiré: Si acudo a un spa, normalmente me espera un asesoramiento profesional sobre masajes y tratamientos cosméticos para el rostro o el cuerpo, en un ambiente tranquilo, reposado y organizado. Un equipo de masajistas, fisioterapeutas, quizá también psicólogos deportivos y especialistas en alimentación analizan mi bienestar y desarrollan para mí programas de cuidados preventivos. Sin embargo, todo esto sucede en un entorno más o menos público. Y aquí es donde se puede trazar la línea divisoria respecto al baño ritual. Claro que en un spa también se siguen unas reglas especificadas, es decir, un rito. No obstante, me doy cuenta de que el interior, la arquitectura y sobre todo la música corresponden a un ambiente que debe buscar siempre un denominador común. Sin embargo, el marco espiritual necesario, el contenido simbólico de los procesos rituales para el equilibrio del cuerpo y la mente, va más allá de la arquitectura moderna de lounge.
Para mí es importante dejar claro que la arquitectura para un baño ritual consiste en un espacio muy personal y con una codificación energética. Una estancia repetitiva se asemeja a una oración personal. El baño ritual en el entorno privado representa el templo para el propio "ser". Aquí la arquitectura y sus sonidos específicos sirven para la transformación del cuerpo y del espíritu. Para permitir un lugar para la reflexión diaria. El agua despliega su efecto curativo estableciendo un diálogo con la conciencia sensibilizada de la persona. Los cuidados profesionales que se reciben en un spa se compensan por medio del diálogo interior en un baño ritual personalizado.

Actualmente está trabajando, entre otras cosas, en la "digitalización" del baño. En su opinión, ¿cuánto software puede soportar la "sensualidad", la "corporalidad", cuánta "ayuda exterior" se necesita para experimentarse a sí mismo, para recargarse, para restablecerse
M.M.: Debería bastar un árbol. Pero no nos engañemos: nuestra vida urbana, rápida y nómada, orientada a la eficiencia y a los ajustes de la agenda, apenas nos deja fases vacías. El software sirve por tanto de amplificador de las impresiones semánticas, de acelerador en el proceso de "Balancing", "Energizing" y "De-Stressing". En la vida diaria, la digitalización tiene seguramente mucha más importancia que durante el fin de semana. La performance personal del

MOOD FROM THE MEM PRESENTATION
Photography People Lingau/Schuhmacher Photography Landscape Kerstin Braun

"In the ritual bathroom MAN IS AT THE CENTRE. And there he is naked, vulnerable, but also stimulated, relaxed and prepared for what lies ahead."

Mike Meiré

día a día se aparta por tanto del anhelo por la desaceleración y lo arcaico.

¿El baño como espacio de las posibilidades, como "espacio de muchos espacios", es una consecuencia lógica de su trabajo? ¿El camino iba en cierto modo automáticamente hacia esa dirección?
M.M.: Si se define el entorno como un campo de fuerza, sólo me parece consecuente actuar también desde el centro de ese campo de fuerza. En el baño (siguiendo la idea de la arquitectura ritual) es donde el cuerpo y el espíritu se concentran con mayor intensidad. La alternancia entre relajación y activación producen fuerza y claridad para las exigencias de nuestra vida cotidiana. Por eso en la arquitectura se le debe conceder mucho más importancia al cuarto de baño. ¿Por qué situar el campo de fuerza personal en la periferia dentro de la vivienda o de la casa? En un baño ritual no sólo celebramos la limpieza y el cuidado de nuestro cuerpo, sino que además cultivamos allí nuestra higiene espiritual.

Sr. Schweder, ha establecido spas en casi todos los continentes. Y ha hablado de que en el futuro vamos a "ver más tratamientos de carácter regional". ¿Cómo aborda las diferencias culturales? ¿O es que hoy en día un spa, cuando se posiciona como marca igual que un hotel de lujo, sigue sus propias normas, su propio sistema de valores?
I.S.: En mis proyectos intercontinentales he aprendido que, naturalmente, es importante integrar y reflejar la cultura local. Pero también he aprendido que es igualmente importante satisfacer el anhelo de las personas por las culturas de otros países. Lo nuevo y lo extraño deben integrarse sólo de forma auténtica. Por ejemplo, hay que pensar en integrar en el equipo a terapeutas, médicos, etc. de esas culturas. O bien, si no es posible por motivos de legislación laboral, hacer que el equipo reciba formación y sensibilización por parte de los entrenadores correspondientes. Para darle un ejemplo: actualmente estamos trabajando en un destination spa de 600 hectáreas en Mongolia, que satisfaga todas las necesidades de los viajeros internacionales de hoy en día: una naturaleza inconfundible, acontecimientos extraordinarios, un campo de golf de 18 hoyos, un spa de 4.500 m2, 3 pistas de esquí, la posibilidad de montar a caballo, 75 habitaciones y villas privadas, así como zonas de conferencias exclusivas. Todos los alimentos se cultivan en el huerto ecológico del propio hotel.
En este sentido estamos colaborando con un profesor de medicina tibetana que está instruyendo activamente a 400 alumnos en la capital Ulan Bator. Va a dirigir nuestro jardín. Pero la particularidad más importante es que en el mismo terreno, en un monasterio separado, van a vivir 50 monjes tibetanos. Por cierto, el proyecto se llama "Bodhi Dhama". "Bodhi" representa el árbol Bodhi, bajo el cual fue iluminado Buda. Y "Dhama" significa en sánscrito "el lugar". Por tanto, el hotel va a ser, en sentido figurado, "El lugar de la iluminación". Para ello reunimos el estilo de vida moderno con antiguas tradiciones occidentales y con tradiciones espirituales del lejano oriente. Los viajeros desean conocer a personas del lugar, y los mongoles a las personas del mundo.

¿Qué opina usted, Sr. Meiré? ¿El wellness adquiere otro significado? ¿En lugar de "desconectar totalmente" más bien "quedarse bajo las condiciones más agradables"?
M.M.: A mí, personalmente, wellness es un término que me parece demasiado suave. Nos encontramos en el umbral de una cultura totalmente nueva, para la que actualmente ni siquiera tenemos las preguntas correctas, y menos aún las respuestas. Lo único que sabemos de verdad es que nuestra vida, nuestra

The Landmark Mandarin Oriental, Hong Kong

energía y nuestros recursos son finitos. Nuestro cuerpo, nuestra alma y nuestro fitness mental son nuestro capital. Hay que cuidarlo y protegerlo. El wellness sólo es el programa previo de la verdadera película.

¿De dónde proviene la inspiración en su trabajo arquitectónico? ¿Se da siempre en primer lugar la confrontación con valores tan arcaicos y fundamentales como "respeto" o "seguridad", que se asocian comúnmente con el término "ritual"?
M.M.: Yo creo en la psicología de un espacio. La experiencia de un espacio especial siempre influirá en nuestro comportamiento. La arquitectura es siempre un reflejo de cómo nuestra sociedad entiende los valores. En este sentido, en las más diversas arquitecturas se pueden leer valores como por ejemplo seguridad, libertad, valor, respeto o esperanza. Lamentablemente, en nuestras ciudades tenemos demasiada arquitectura funcional y racional. A menudo falta poesía o inteligencia. Quizá deberíamos comprobar primero los estándares arquitectónicos en casa, para después formular preguntas inspiradas a partir del baño ritual para el nuevo mundo. Porque en el baño ritual la persona es realmente el punto central. Desnuda, vulnerable, aunque también excitada, relajada, preparada para lo que venga.

Sr. Schweder, usted conoce los spas más bellos del mundo. Para finalizar, ¿puede decirnos cuáles son personalmente sus favoritos?
I.S.: Hay un par de ellos. Por ejemplo, el Chomo Spa Begawan Giri en Bali, The Oriental Spa en la Ciudad de Nueva York y Hong Kong, The Claridges Spa en Nueva Delhi, The Dolder Grand Spa en Zúrich y, sobre todo, The Ayurvedic Penthouse en Bangkok.

Ingo Schweder is the CEO of the spa development company "Spatality" in Bangkok and Director of the "Global Spa Counsel", the most important association of the industry. Highly in-demand as a guest speaker, he is regarded as one of the leading spa experts in the world.

Ingo Schweder è direttore del centro sviluppo spa "Spatality" di Bangkok e direttore del "Global Spa Counsel", il principale gruppo di interessi del settore. Il relatore, molto richiesto, è considerato uno degli esperti spa di primo piano a livello mondiale.

Ingo Schweder es CEO de la empresa diseñadora de spas "Spatality" en Bangkok, y director del "Global Spa Counsel", la asociación de intereses más importante del sector. Este muy solicitado conferenciante está considerado como uno de los líderes expertos en spas en todo el mundo.

RITUAL ARCHI TECTURE IN THE BATHROOM

How is a space created which not only serves to provide physical cleanliness but also regeneration of body and mind? Which in an ever increasingly hectic lifestyle, creates a relaxation area where you can replenish your energy? An interview with ***Mike Meiré****, the architect of the* ***MEM*** *world.*

Come allestire uno spazio dedicato non solo al bagno in senso stretto, ma anche alla rigenerazione del corpo e dello spirito? Uno spazio di relax in cui fare il pieno di nuova energia in una quotidianità sempre più frenetica? Intervista a ***Mike Meiré****, l'architetto del mondo* ***MEM****.*

¿Cómo debe estar diseñada una habitación para que no sólo sirva para la higiene corporal, sino que permita además la regeneración del cuerpo y del espíritu? ¿Un espacio que logre crear – en una vida cotidiana cada vez más desasosegada – un lugar para relajarse, en el que uno pueda cobrar nuevas energías? Una entrevista con ***Mike Meiré****, el arquitecto del mundo* ***MEM****.*

Product Design Sieger Design, Ritual Architecture Mike Meiré
Photography Thomas Popinger

INVITATION TO LINGER A WHILE

The world of MEM is presented in an ideal environment that no longer has anything in common with the white tiled six-and-a-half-square-metre wet room which has established itself in our latitudes as the standard bathroom. Hitherto in the ground plan architects have largely assigned this to a residual area along the only installation wall – the design of the area should be cost-effective and above all functional, as after all no visitor ever saw it. Why should any importance be attached to generous proportions, demanding materials or adequate lighting in the bathroom, which, unlike the living room or kitchen, is not intended to be shown to guests. Because the bathroom is the only area where you can rest undisturbed and where the priority is your own physical and mental wellbeing. Mike Meiré gave people and their ritual of cleansing centre stage in his considerations on MEM, a creation by Sieger Design – and ahead of the concrete product development created a totally new bathroom architecture. Kristina Raderschad talking to Mike Meiré.

MEM Ritual Architecture

K.R.: What was the starting point for you in your considerations of the MEM fittings series developed by Sieger Design?
M.M.: Several years ago as part of the "Energetic Recovery System" I designed a sort of pipeline, as an outline of an idea of the bathroom of the future. I realized that there were other levels of cleansing that the bathroom should provide: a mental cleansing in addition to the purely physical. A level transcending wellness in the normal sense, over and above body treatments, applied from the outside: it is much more a matter of a healing process, restoring balance, replenishing one with new power and energy. Only when the bathroom fulfils these ideal functions does it become a cultural place.

K.R.: What is necessary to create the kind of bathroom that allows the regeneration of body and mind?
M.M.: The bathroom is the only place in the house that gives you the opportunity to withdraw inside yourself, find peace, come to terms with yourself. And so the aspect of dematerializing was important to me, a spiritual void in place of a cluttered space. Space itself is defined as the most precious commodity that remains untouched as far as possible, but is charged with atmosphere. I designed a room with generous proportions in which the products withdraw from view. Here, neither the ground plan design nor the illustrated furnishing elements are to be taken dogmatically. They function, quite the contrary, as the placeholders of an idea. Any form of design must be restrained in order to create peace. I can only find myself, turn myself inside out, as it were, in a room that is as neutral as possible, that does not make any formal aesthetic statement to divert or burden me.

K.R.: So the bathroom becomes a kind of monastery cell?
M.M.: The basic idea is very similar, but without the aspect of self-mortification and total isolation from the outside world. In my design I do not exclude the complexity of the world, quite the opposite, I integrate its poetic quality into the interior design – and create a vista from the bathroom into a kind of Garden of Paradise symbolizing the diversity of the world. What is produced, therefore, is a form of minimalism but which simultaneously allows a form of poetry from everyday life: a room that is empty and yet sensual. The bathroom becomes a kind of capsule where you can stop and stay – and spend more than just ten minutes.

K.R.: What – apart from the Garden of Paradise already mentioned – are the essential elements of your room concept?
M.M.: The architecture should as far as possible be plain, hence the decision for a rectangular floor plan. Without being diverted to the right or left, you can walk through the room, which is arranged on the basis of a fixed sequence of daily cleansing rituals. If you go through these rituals more conscientiously it becomes a form of meditation and they therefore are the key to your well-being. Along the wall a linear washstand with a generously proportioned shelf leads into the room. This is where the ritual of grooming and beauty-care takes place. On the front wall of the room a bath tub is set in the floor. Bathing becomes a ritual: instead of stepping up into the tub, you let yourself – as in old mansions – glide down into the base. Warm water comes bubbling out of the wall like out of a spring feeding into the tub. A gentle shower rains down from above, from a shower that is no longer recognisable as such. Reduced to a rectangular plate integrated into the ceiling, the product is only defined as an interface in the architecture. From the tub, the view leads into an atrium with the aforementioned Garden of Paradise. After bathing you sit on the wooden bench next to the basin. The awaiting cushion and the incense stick invite you to a ritual of relaxation: you light one of the incense sticks, direct your attention to the few important architectural details, take the time to observe, reflect and relax. Here what matters is not the actual cushion or incense stick, but the question: can you create a room which allows ideal functions, such as pausing and reflecting – can you create a room which invites raising consciousness?

K.R.: In this context what role does the light play that shines down through what appears to be randomly arranged circular holes in the ceiling?
M.M.: The circular "light holes" in the ceiling point in the same direction: if you sit down on the daybed – which also seems to float, to accentuate the lightness you feel after bathing, the relief from everyday life, a kind of floating feeling – they express an invitation to reflect and meditate. Anyone who has ever lain on the hot marble table in the middle of an oriental hammam, looking at the ceiling that is perforated with innumerable, sometimes coloured, glass light apertures is familiar with the unbelievably calming, almost hypnotic effect. In general, light is of crucial importance in a room where we want to feel good even when naked, which we enter first thing in the morning and last thing at night. Different lighting scenarios respond to the various moods in the morning and evening – sometimes light is stimulating, sometimes relaxing.

Meditation place

Washstand in front of Garden of Eden

INVITO ALL'INDUGIO

Il mondo di MEM è presentato in un ambiente ideale, completamente diverso dal locale da 6,5 m² piastrellato di bianco, tipico dello standard occidentale. Finora gli architetti nei progetti generalmente gli dedicavano uno spazio ricavato lungo l'unica parete sfruttabile e lo allestivano all'insegna dell'economicità e soprattutto della funzionalità, perché tanto nessun ospite lo vedeva. Perché in bagno bisognerebbe porre l'accento sulla grandezza, su materiali pregiati o su una buona illuminazione, se esso, contrariamente al soggiorno o alla cucina, non svolge alcuna funzione rappresentativa? Perché il bagno è l'unica stanza dove ci si può occupare di se stessi, indisturbati e in tutta tranquillità, dove ci si può concentrare sul proprio benessere fisico e spirituale. Mike Meiré ha posto l'uomo e i rituali del bagno al centro delle sue riflessioni sul mondo MEM, creato da Sieger Design, e, prima di dedicarsi allo sviluppo concreto dei prodotti, ha ideato un'architettura assolutamente innovativa per questo spazio. Intervista di Kristina Raderschad a Mike Meiré.

K.R.: Qual è stato per lei il punto di partenza per le riflessioni sulla serie di rubinetterie MEM, create da Sieger Design?
M.M.: Qualche anno fa, nell'ambito dell' "Energetic Recovery System", ho sviluppato una specie di canalizzazione che doveva schematizzare l'idea del bagno del futuro. Mi sono reso conto allora che esiste un'altra concezione di questo spazio, da cui non si può prescindere: alla pulizia del corpo si affianca la purificazione dello spirito. Gesti che vanno oltre il benessere inteso nel senso comune del termine, quindi si spingono oltre la cura del corpo: ben più di un processo di guarigione e di riequilibrio per riprendere forza e attingere nuova energia. Solo se svolge queste funzioni ideali, il bagno diventa un luogo culturale.

K.R.: Come deve essere l'allestimento di un bagno che consente la rigenerazione del corpo e dello spirito?
M.M.: Il bagno è l'unico luogo della casa che offre la possibilità di ritirarsi in se stessi, di trovare pace e concentrazione. Tanto da suggerirmi l'idea della smaterializzazione, cioè di un vuoto spirituale che si sostituisce a un luogo stipato di oggetti. Lo spazio in quanto tale si definisce come bene prezioso, intoccabile per quanto possibile, ma carico di atmosfera. Ho concepito una zona di ampio respiro, in cui gli oggetti passano in secondo piano dal punto di vista ottico. Non conviene dunque procedere all'interpretazione dogmatica della strutturazione del progetto o degli elementi di arredo rappresentati. Essi svolgono, al contrario, la funzione di simboli di un'idea. Ogni forma di design deve annientarsi per dare libero sfogo alla tranquillità. Posso trovare me stesso, ovvero estrinsecare il mio intimo solo in uno spazio neutrale al massimo, senza espressioni estetiche formali che mi distraggano o mi reprimano.

K.R.: Il bagno allora diventa una sorta di cella conventuale?
M.M.: L'idea di fondo è molto simile, ma senza l'aspetto dell'autopunizione e del completo isolamento dal mondo esterno. Il mio progetto non esclude la complessità del mondo, ma al contrario integra le sue qualità poetiche nella concezione di spazio, per creare dal bagno una visuale su una sorta di giardino paradisiaco che simboleggia la molteplicità del mondo. Ne scaturisce una forma di minimalismo che però contempla al tempo stesso una sorta di poesia del quotidiano; una stanza, sì vuota, ma tuttavia sensuale. Il bagno diventa una specie di cella, in cui potersi fermare e sostare – e trascorrere ben più di dieci minuti.

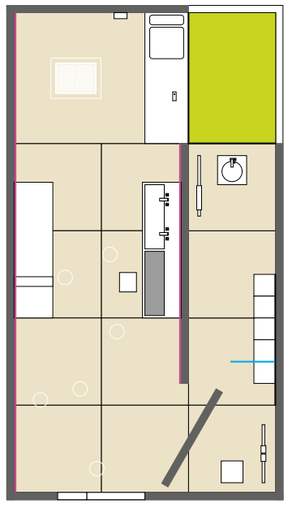
MEM RITUAL ARCHITECTURE

A bath tub sunk into the sandstone floor with a small seating area "on the bank", nature integrated into the bathroom as a Garden of Eden for mind and soul, coloured light as an expression of natural moods and a couch which seems to float – and with its airiness invites you to dream.

Vasca annegata nel pavimento in grès con una piccola seduta sul bordo, natura integrata nel bagno come giardino dell'Eden per l'anima e lo spirito, luce colorata che accompagna atmosfere naturali e una poltrona che sembra galleggiare, la cui leggerezza invita al sogno.

Una bañera encajada en el suelo de gres con una pequeña área de asiento "a la orilla", naturaleza integrada en el baño en forma de Jardín del Edén para el espíritu y el alma, luz de colores como si se estuviera aludiendo a los estados de humor naturales y una tumbona que parece flotar – y que con su ligereza invita a soñar.

THE BATH AS A TEMPLE



FLOOR PLAN

The ritual bath creates visual and inner peace through a clear division in the architecture. Functional elements such as the toilet are accommodated in a separate room concealed behind a revolving door. The view into the green Garden of Eden is also preserved here.

Grazie alla netta separazione dell'architettura, il bagno rituale è improntato alla tranquillità visiva e interiore. Gli elementi funzionali, quali il wc, sono collocati in uno spazio separato, nascosto dietro a una porta girevole. Anche da qui lo sguardo spazia sul verdeggiante giardino dell'Eden.

Mediante una clara división en la arquitectura, el baño ritual crea una tranquilidad visual e interior. Los elementos funcionales como el WC están en un espacio separado que se oculta tras una puerta giratoria. La mirada al verde Jardín del Edén sigue siendo apreciable desde aquí.

K.R.: A parte il giardino dell'Eden, cui si è già fatto cenno, quali sono gli elementi essenziali della concezione spaziale?
M.M.: La linea architettonica dovrebbe essere il più naturale possibile, il che spiega la scelta di un progetto rettangolare longitudinale. Senza distrazioni a destra o a sinistra, si può attraversare lo spazio organizzato in funzione di una sequenza stabilita di rituali per la toilette quotidiana. Se questi rituali si praticano in modo consapevole, diventano una sorta di meditazione e rappresentano quindi la chiave del benessere. Lungo la parete scorre un lavabo lineare con ampi piani di appoggio. Qui trovano posto i rituali dell'igiene e della bellezza. Una vasca è annegata nel pavimento sul lato frontale della stanza. Il bagno diventa un rito: invece di scavalcare la vasca, ci si lascia scivolare nel pavimento, come si usava nelle case signorili dell'antichità. L'acqua calda sgorga dalla parete come da una sorgente e riempie la vasca. Dall'alto di una doccia, praticamente irriconoscibile, scroscia una pioggia leggera. Questa doccia, ridotta a una piastra rettangolare integrata nel soffitto, non rappresenta che un'interfaccia architettonica. Dalla vasca lo sguardo vaga nell'atrio del giardino dell'Eden citato prima. Dopo il bagno si prende posto sulla passerella in legno situata accanto alla vasca. Il cuscino e il bastoncino d'incenso invitano al rituale dell'indugio: si accende uno dei bastoncini e si rivolge la propria attenzione ai rari dettagli architettonici, prendendo tempo per osservare, riflettere, rilassarsi. E ancora una volta non si tratta concretamente del cuscino o del bastoncino d'incenso, ma della domanda: è possibile concepire uno spazio che consente funzioni ideali, quali ad esempio l'osservazione e la meditazione, è possibile concepire uno spazio che invita a una presa di coscienza?

K.R.: In questo contesto che ruolo spetta alla luce, dispensata da fori circolari disposti nel soffitto in modo apparentemente casuale?
M.M.: I "fori di luce" circolari del soffitto sono orientati nella stessa direzione: stendendosi sul "daybed" – che sembra anch'esso galleggiare per tradurre la leggerezza che si sente dopo il bagno, il distacco dalla quotidianità, una sorta di sospensione – si è invitati alla riflessione e alla meditazione. Chi si è sdraiato sul blocco di marmo caldo al centro di un hammam orientale con lo sguardo rivolto al soffitto, perforato da innumerevoli aperture luminose, talvolta in vetri colorati, conosce questa incredibile sensazione tranquillizzante, quasi ipnotica. In linea generale l'illuminazione è un elemento d'importanza fondamentale in una stanza, in cui ci si vuole sentire a proprio agio anche nudi e che si utilizza al mattino appena svegli e alla sera prima di coricarsi. Diversi scenari luminosi rispondono ai differenti stati d'animo del mattino e della sera: la luce diventa elemento sia stimolante che distensivo.

UNA INVITACIÓN A QUEDARSE

El mundo de MEM se presenta en un entorno ideal que ya no tiene nada que ver con la cabina húmeda de 6,5 m² embaldosados en blanco que se ha establecido en nuestro entorno como baño estándar. Hasta ahora, en la mayoría de los casos los arquitectos asignaban al baño un espacio sobrante a lo largo de una única pared de instalación, pues la distribución de la habitación debía realizarse a bajo precio y debía ser sobre todo funcional: no iba a venir a verla ninguna visita. ¿Por qué otorgar importancia a la prodigalidad, a los materiales de calidad o a la luz en el baño, que en contraste con el salón o la cocina no cumplía ninguna finalidad representativa? Porque el cuarto de baño es la única estancia en la que uno puede estar a solas consigo mismo, en paz y sin molestias; en la que el propio bienestar del cuerpo y del espíritu es lo primordial. Mike Meiré ha situado al hombre y sus rituales de higiene en el centro de sus reflexiones acerca del MEM creado por Sieger Design, y ha concebido, como preludio del desarrollo de cada producto concreto, una arquitectura de baño completamente nueva. Kristina Raderschad en una entrevista con Mike Meiré.

K.R. : ¿Cuál es para usted el punto de partida de las reflexiones sobre la serie de griferías MEM diseñada por Sieger Design?
M.M. : En el marco del "Energetic Recovery System" he desarrollado desde hace algunos años un plan artístico que debía esbozar una idea sobre los baños del futuro. Al hacerlo, me he dado cuenta de que hay otro nivel de higiene que el baño debe hacer posible: junto a la higiene corporal debe producirse también una higiene espiritual. Un nivel que va más allá del bienestar en el sentido convencional, es decir, más allá de los tratamientos corporales, de lo exterior: Se trata en mayor medida de un proceso sanador, de un reequilibrio, de recargarse de fuerzas y energías renovadas. Sólo cuando el baño cumple también con estas funciones ideales, se convierte en un espacio de cultura.

K.R. : ¿Cómo conseguir un baño así, que permita regenerar el cuerpo y el espíritu?
M.M. : El baño es el único lugar dentro de la casa que ofrece la posibilidad de aislarse, de encontrar tranquilidad, de encontrarse con uno mismo. Por eso, para mí era importante el aspecto de la desmaterialización, un vacío espiritual en vez de un espacio abarrotado. El espacio en sí se define como un dominio de lo más preciado, que permanece lo más intacto posible, pero que está cargado de atmósfera propia. He concebido un espacio de dimensiones

MEM Ritual Architecture Night

MEM Ritual Architecture Day

generosas en el que el producto queda en un segundo plano visual. No deben entenderse de forma dogmática ni la presentación en planta ni los elementos del mobiliario presentados. Antes, al contrario, éstos materializan una idea. Toda forma de diseño debe retirarse para producir tranquilidad. Sólo puedo encontrarme a mí mismo, sacar por así decirlo mi interior hacia afuera, en un espacio lo más neutro posible, que no tenga ningún mensaje estético-formal que me distraiga o me agobie.

K.R. : ¿Entonces, el baño se convierte también en una especie de celda de clausura?
M.M. : La idea fundamental es muy parecida, aunque sin la parte de la auto mortificación y el completo aislamiento del mundo exterior. En mi diseño no excluyo la complejidad del mundo, sino que, al contrario, integro su cualidad poética en la presentación del espacio y creo una vista desde el baño hacia una especie de jardín paradisíaco que simboliza la variedad del mundo. Así se origina una forma de minimalismo que, no obstante, da cabida a la vez a una forma de poesía de la vida cotidiana; un espacio que está vacío y, sin embargo, emana sensualidad. El baño se convierte en una especie de cápsula en la que uno puede detenerse y permanecer, y no pasar sólo diez minutos.

K.R. : ¿Cuáles son – junto con el jardín paradisíaco del que ya hemos hablado – los elementos esenciales del concepto de espacio?
M.M. : La arquitectura debe ser lo más natural posible; de ahí la decisión de una distribución rectangular y a lo largo. Sin verse uno distraído hacia la derecha o la izquierda se puede atravesar la estancia, que se organiza conforme a un orden de desarrollo fijo de los rituales cotidianos de higiene. Al realizar estos rituales conscientemente, éstos se convierten en una forma de meditación y son, por lo tanto, la clave del bienestar. A lo largo de la pared hay un lavabo lineal con una repisa de dimensiones generosas. Aquí tienen su lugar los rituales de cuidado y belleza. Contra la pared frontal de la estancia hay una pila encajada en el suelo. El baño se convierte en ritual: en vez de subir hasta la bañera, uno puede deslizarse sobre el suelo, como en las antiguas casas señoriales. El agua caliente brota de la pared como de una fuente que alimenta la pila. Llueve una llovizna suave que cae de una ducha que ya no es reconocible como tal. Reducido a uno de los platos rectangulares integrados en el techo, el producto queda definido como una mera interfaz de la arquitectura. Desde la bañera, la mirada se desliza hacia un atrio con el mencionado jardín paradisíaco. Tras el baño se acomoda uno en la plataforma de madera que hay junto a la pila. La almohada y el incienso, ya preparados, invitan al ritual de la permanencia: uno enciende una de las barritas de incienso, dirige su atención a los pocos detalles importantes de la arquitectura, se toma su tiempo para contemplar, reflexionar, relajarse. Una vez más no se trata de la almohada ni del incienso en particular, sino de la pregunta: ¿se puede crear un espacio que haga posibles funciones más sublimes, como por ejemplo la de detenerse y reflexionar? ¿se puede crear un espacio que invite a la ilusión consciente?

K.R. : ¿Qué papel juega en este contexto la luz, que sale de agujeros redondos que parecen dispuestos en el techo por casualidad?
M.M. : Los "agujeros de luz" redondos del techo apuntan en la misma dirección: uno se deja caer sobre la cama de reposo diurno – que también parece que flote, para exteriorizar la ligereza que uno siente después del baño, el desapego hacia lo cotidiano, un sentimiento como de estar flotando –, lo que expresa una invitación a la reflexión y a la meditación. Quien se haya recostado alguna vez sobre el bloque de mármol caliente en medio de un Hamam oriental, con la mirada dirigida hacia un techo perforado con innumerables claros de luz, a veces glaseados y multicolores, conoce este efecto increíblemente tranquilizador, casi hipnótico. Generalmente la iluminación es elemental en un espacio en el que también queremos sentirnos a gusto desnudos, al que entramos nada más despertar y justo antes de acostarnos. Diversos escenarios de luz responden a los diferentes estados de ánimo de la mañana y de la noche, siendo la luz unas veces estimulante, otras relajante.

MEM RITUAL ARCHITECTURE

The MEM brochure tells you more about the staging of MEM as a ritual bathroom and the facilities offered by the various fittings and accessories of the series. Available for download under www.dornbracht.com

Per maggiori informazioni sull'allestimento di MEM come bagno rituale e sulle rubinetterie e accessori della serie, consultare la brochure MEM, disponibile alla pagina www.dornbracht.com

El folleto de MEM muestra más sobre la escenificación de MEM como baño ritual y las posibilidades que ofrecen las diversas griferías y accesorios de la serie. Si desea descargarlo, se encuentra disponible en www.dornbracht.com

MEM

AT ITS ORIGINS IS THE SPIRIT OF PURE CONSCIOUSNESS

WHAT COMES AFTER FORM? What value do things need to have at a time when good design and well-considered function are taken for granted? These considerations were the starting point for the design of the series of fittings that is totally restrained in form and gives priority to the conscious, sensual experience of the element of water. MEM does away with extrovert design, the fittings instead become an interface between architecture and user – and so gives room, within the daily routine, for the personal rituals of cleansing in the bathroom. **COSA C'È DOPO LA FORMA?** Di quale valore, di quale significato necessitano le cose in un periodo in cui la bellezza della forma e il funzionamento perfetto è un presupposto ovvio? Queste considerazioni sono state il punto di partenza per lo sviluppo di una serie di rubinetterie, in cui la forma passa in secondo piano a vantaggio dell'esperienza sensoriale dell'elemento acqua. MEM rinuncia a un design estroverso e il rubinetto diventa interfaccia tra architettura e utente, lasciando spazio nella quotidianità ai rituali personali nella stanza da bagno. **¿QUÉ HAY DESPUÉS DE LA FORMA?** ¿Qué valor han de tener las cosas en unos tiempos en los que el buen diseño y la función muy meditada se dan por supuesto? Estas reflexiones fueron el punto de partida para el desarrollo de una serie de griferías que es totalmente sobria en la forma y en la que se realza la vivencia consciente y sensual del elemento agua. MEM renuncia al diseño extrovertido y, en su lugar, la grifería se convierte en una interfaz entre la arquitectura y el usuario, y deja un espacio en el uso cotidiano para los rituales personales de higiene en el baño.

MEM designed by **Sieger Design**

WRAPPED BATHING

A RITUAL THAT ADDS AN EXTRA DIMENSION TO THE SENSE OF WELL-BEING AFTER BATHING – wrapped in a large, soft towel, the sensation of the warmth of the water is all the more intense.
UN RITUALE CHE AMPLIA ULTERIORMENTE LA DIMENSIONE DI BENESSERE DEL BAGNO – avvolti in un grande asciugamano morbido si percepisce il calore dell'acqua con maggiore intensità.
UN RITUAL QUE AÑADE UNA DIMENSIÓN AL SENTIDO DEL BIENESTAR DURANTE EL BAÑO – envuelto en una gran toalla suave, el calor del agua se siente aún más intensamente.

Bath shower set // Gruppo vasca 4 fori //
Batería de bañera a cuatro orificios

MEM

MEM symbolizes a new idea in handling this element, which is as versatile as Nature itself. Its design is characterized by deliberate understatement. On all washstand fittings in the MEM range, an aerator integrated in the wide, flat spout generates a gentle jet, enriched with air. The technology required for this disappears from view, only the interface where the water emerges is visible.

MEM traspone una nuova idea di approccio a un elemento così sfaccettato come la natura stessa. Il suo design è caratterizzato da una studiata discrezione. In tutte le rubinetterie per lavabo della serie MEM, un rompigetto integrato nella bocca di erogazione larga e piatta crea un getto soft, arricchito d'aria. La tecnologia necessaria a realizzare tutto ciò scompare alla vista. Rimane visibile solo il punto da cui sgorga l'acqua.

MEM representa una nueva idea de la relación con el elemento, que es tan variado como la propia naturaleza. Su diseño se caracteriza por su discreción intencionada. En todas las griferías de lavabo de la serie MEM, un difusor integrado en la salida ancha y plana proporciona un chorro suave enriquecido con aire. La técnica necesaria desaparece del campo visual. Sólo permanece visible la interfaz de la que emana el agua.

Three-hole basin mixer // Batteria tre fori lavabo // Batería americana de lavabo

<
Three-hole basin mixer // Batteria tre fori lavabo // Batería americana de lavabo

MEM
Sieger Design

High-gloss white ceramic or noble wooden wash basins suit the world of MEM. The walls for this are dressed with natural stone panels or are simply covered with high quality plaster.

I lavabi in ceramica bianca lucidissima o in legni pregiati si integrano perfettamente nell'universo di MEM. Le pareti si possono rivestire con pannelli in pietra naturale o semplicemente intonacare con materiali di pregio.

Cerámica blanca de alto brillo u otras maderas nobles toman la forma de lavabo en el universo de MEM. Las paredes se pueden recubrir con placas de piedra natural, o sencillamente con un enlucido de alta calidad.

MEM

A GENEROUS BATH TUB ARRANGEMENT. Incorporated into the neo-functional simplicity of a timeless architecture, with its subtle homage to Bauhaus tradition. Furniture here is turned into exhibits, leaving plenty of scope for personal development.
UN GENEROSO GRUPPO VASCA, integrato nella sobrietà neofunzionale di un'architettura senza tempo, riprende le citazioni del Bauhaus tradizionale. Qui i mobili diventano oggetti di esposizione e rimane ampio spazio per l'espressione personale.
UNA DISPOSICIÓN ESPACIOSA DE LA BAÑERA. Integrada en la simplicidad neofuncional de una arquitectura atemporal que retoma las citas del tradicional estilo Bauhaus. El mobiliario se convierte aquí en objeto de exposición y deja mucho espacio para el desarrollo personal.

Bath spout / xStream single-lever bath mixer / Complete hand shower set //
Bocca vasca / xStream miscelatore monocomando vasca / Gruppo con flessibile a muro // Caño de bañera / Monomando de bañera xStream / Juego de ducha de mano con codo de conexión a pared

PRESENT

News from the bathroom and for the bathroom. An insight into current developments and trends to inspire the bathroom and life.

Novità per la stanza da bagno. Uno sguardo alle idee e ai trend più attuali che ispirano la creatività nella vita e negli spazi dedicati al bagno.

Nuevo en el baño y para el baño. Una perspectiva de los actuales desarrollos y corrientes que inspiran el baño y la vida.

MEASURING THE WORLD 120

THE PLANNED BATHROOM 124

TRANSFORMING A CLASSIC 136

WATER – CULTURAL ATTRIBUTES 154

PERFORMING SHOWER 160

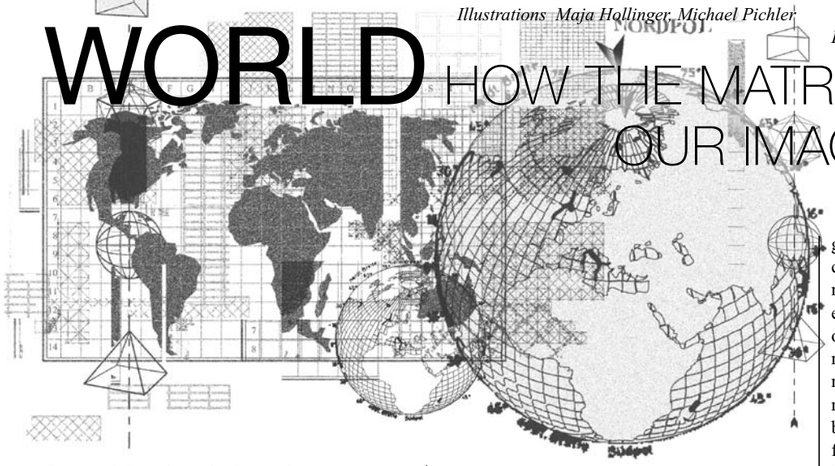
Photography (detail): Jesse Frohman

MEASURING THE WORLD

HOW THE MATRIX CAPTURES OUR IMAGINATION

Illustrations Maja Hollinger, Michael Pichler

Editor Oliver Herwig



In actual fact, the only things that were missing were spice dealers and flavoursome flat bread. Everything else was already there for a Souk: winding alleyways, nice cosy spots surrounded by high walls – Frankfurt's "Design Annual" 2006 broke new ground. Taking a step outside the box that is the unrelenting matrix of modern trade fairs suddenly came winding alleyways made of 0.6 millimetre thick polyurethane foam. The town was produced on the computer, or more precisely, in the digital design laboratory of Clemens Weisshaar. The Munich-based designer worked, in the fashion of a town planner, with large-scale models and outlines which come together to form a temporary town. Weisshaar sees trade fairs as the regimented ranks of a military camp: "anarchic, temporary and difficult to take in."
The chequer-board matrix of trade fair stands – passé. Does anyone have any idea of where they are after the third bend? The designer heads from the impasse of the new age of matrices into the modern digital world. No component is the same as another. Despite this, in just 24 hours, an exhibition was born that celebrates the act of exhibiting itself. It takes the form of a theme park in which spectators must rediscover and conquer every corner. Visitors to the trade fair sauntering along with suitcases on wheels and wearing comfortable shoes became transformed into explorers wearing sun helmets and carrying machetes. It is not enough to be neutral anymore. Trade fairs must become an experience again, a feast for the senses.
Vilified, berated and yet endlessly reproduced: the matrix represents the ultimate in modernity. It lies at the heart of modern day expression and construction. It catapulted factory-based machine aesthetics into the horizontal world of mass (housing) construction, blew the two-dimensional plan up until the house became a reality in concrete and steel. Work and free time have never been as closely related to one another as here, in cumulative synchrony with prefabricated components that were inserted into load-bearing structures like pieces of a gigantic puzzle. The matrix promised to encapsulate the divine trinity: never-ending, eternal and ubiquitous. From then on, buildings could be extended and developed in all directions. Its flexible steel and concrete core developed organically, as it were, from the smallest spatial elements and cells from the inside outwards. Firstly: what you see is what you get. The structure and surface were fused into one; the construction was reproduced directly on the outer layer which had ceased to be part of a load-bearing structure. However, it had also ceased to promise a mystery, a promise which first of all had to be kept by the interior.
Something that modernist master builders saw as liberating them, largely led, however, to monotony. Opinion is divided on the matrix format. It marks architectural triumphs as well as low points in a soulless form of building which conceals its lack of imagination with a sense of order. In Brasilia and other carbon-copy cities that were constructed during the post-war period, the euphoria of modernity collapsed back upon itself. In the case of prefabricated slab construction, we are faced with the downside of the matrix, the soulless home machine that standardizes human beings and becomes a problem in itself and is in need of refurbishment. It comes as no surprise then that the abandoning of the matrix signals the start of the post-modern period, with the first rented tower blocks being demolished and falling in a cloud of dust.
The matrix has withstood ideologies. Collective combines, which were designed to achieve rapid growth and profits, were in no way inferior to their capitalist counterparts. In precise terms, the matrix represents an ideology in itself. What was the greatest promise of clarification promised nothing short of world domination by a format that was just as rational as it was economical. It represented planning that was able to overcome all opposition. A new world was created from modular building blocks: a regular world that could be reduced to a few basic structures. In this world, the small and large, ephemeral and permanent were united, just as Lego bricks promise to do.

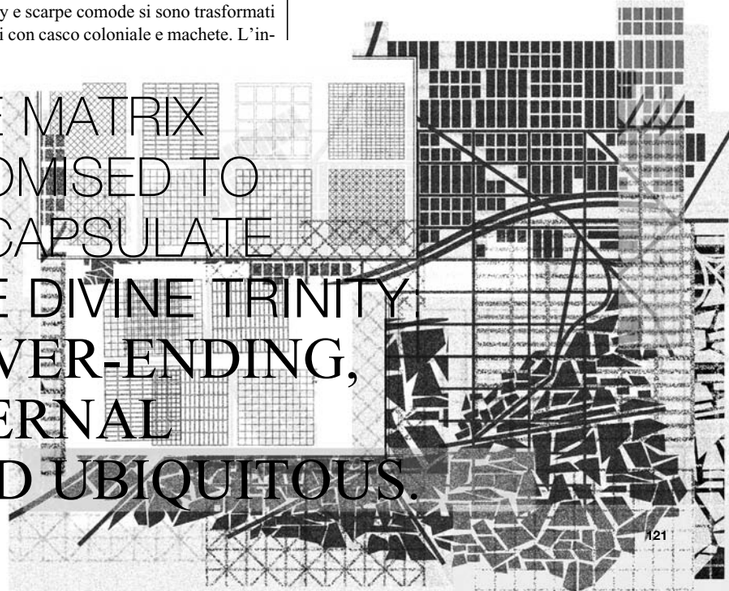
TWO GRAMS OF ETERNITY

This technology was also born out of a need for perfection. All new designers, builders and architects can learn a thing or two from its dream proportions: the Lego brick measures 2.1 x 1.5 x 0.9 centimetres and has eight studs. It weighs two grams. The success story of the toy aimed at construction enthusiasts and plastic enthusiasts began in 1949. The skilled carpenter Ole Kirk Christiansen invested in an injection moulding machine and recognized the building material of the future in the garish, multi-coloured plastic. The acronym Lego, which stands for the Danish expression "leg godt" (play well), had already been the jewel in the crown of the company name for 15 years by this point, but was only protected in 1954 when the success of the building block became apparent. Whilst Lego might be more reminiscent of a normal brick at first glance, the injection-moulded standalone building block encapsulates every element of rational design that is encapsulated by the term modernity. The system of building blocks makes virtually endless combinations possible and represents nothing short of a miniature version of the development of the modern world. There are around one billion hidden possibilities with six bricks each having eight studs. The plastic bricks derive their strength from the way in which they can be connected together. Hollow tubes link together with the studs. Broken finger nails and bite marks on the bricks are evidence enough that the toy system is difficult to break down. It was only the new designers who created more and more innovative and increasingly daring designs with the state-of-the-art material of their time that were wide-eyed. Even Frei Otto could not do anything other than praise the little bricks as experimental ground for future great engineers.
If Lego is the offspring of the matrix, its castle has grown up on the Kuhberg in Ulm, Germany. The Ulm Design School (Hochschule für Gestaltung) wanted to completely change the stuffy and oppressive postwar world and give a new, systematic face to everything from the spoon with which we eat to the city in which we live. Even fine art and poetry united a set of beliefs that rational design could be used to break new ground: the so-called concrete poetry of the 1950s represented the culmination of "environmental design". Just as the Bauhaus artist Josef Albers succeeded in creating a masterpiece, the "Interaction of Colour" (1960), Eugen Gomringer's collection of works developed an "Interaction of words". Poetry suddenly became a form of communication. The matrix had also conquered language, as had happened previously with the self-supporting structures of Konrad Wachsmann and Fritz Haller. Haller's USM steel modular furniture system can still be found in architects offices today. Preferably in black.

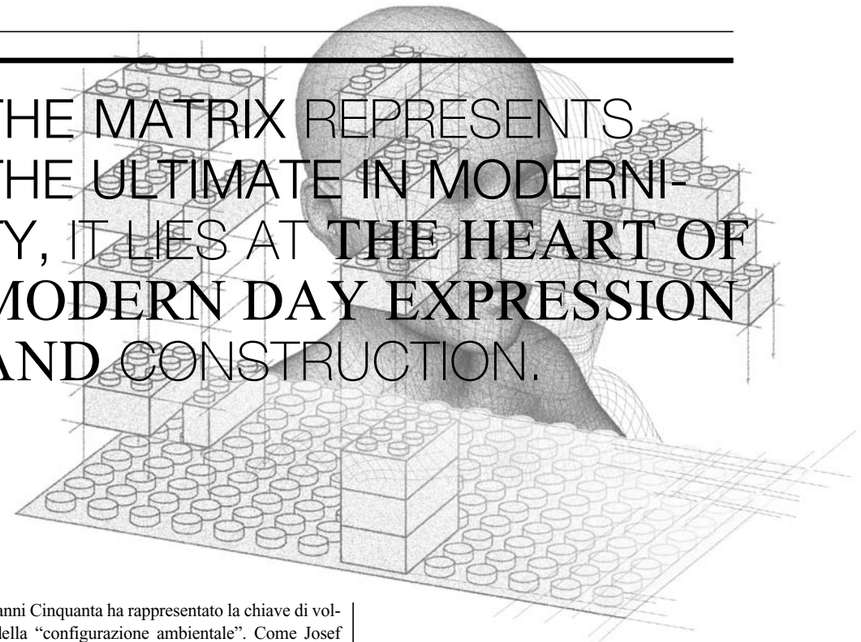
WHITE CUBE – BLACK BOX

Aeroplane hangars and counters, modules compliant with DIN standards and modular systems, white cube and black box: the matrix forms the fundamental basis of modernity, so much so that in their comic "Fever in Urbicand", 1989, Belgian comic book artist François Schuiten and comic book writer Benoît Peeters depict the wild fantasies of the town planner as a steely matrix that devours the metropolises. Nowadays, new possibilities are opening up to create systematic structures either side of linear structures. Technology no longer goes against nature but is reflecting nature once again. The modern digital age makes things to measure which are capable of looking one way today and completely different tomorrow. "A waste of time and energy and violated material", is how Adolf Loos described ornamentation in 1908. This statement turned him into a much quoted forefather of through and through rational modernity. However, the CNC milling machine doesn't care what it tailors, whether they are flowers or strip connectors. What is more, traditional qualities suddenly take on new meanings: take atmosphere, for example, the feeling of walking through a living world. The very thing that hundreds of thousands of tourists are looking for when they visit the old towns of Regensburg, Barcelona or Genoa: the feeling of losing oneself and embarking on a voyage of discovery offers new possibilities. Frankfurt even attempted to revitalize its exhibition area, which remains nameless, into a network of alleyways and corners that appears to be spontaneous and not to follow a plan. This shows that in the future, emotion and rationality will no longer cancel one another out. In contrast: playful elements will click into the matrix, which is the fundamental building block of modernity. We are on the verge of witnessing modernism 2.0, whose rational core allows for a very wide range of applications and which can be compared to the operating system of a networked computer system, whose user interface can be adapted to individual needs. Flowers and tables based on a rigid matrix. Who would have thought it possible? But it works brilliantly. The matrix won't let you down.

In effetti mancavano solo i venditori di spezie e il pane azzimo profumato. Tutto il resto per un suk c'era: vicoli a curve, angoli appartati e muri alti – il "design annual" 2006 di Francoforte ha imboccato nuove strade. Dallo schema fieristico inflessibile dell'epoca moderna – il box – sono scaturiti all'improvviso vicoli tortuosi in poliuretano espanso da 0,6 millimetri. La città è uscita dal computer o, meglio, dal laboratorio di design digitale di Clemens Weisshaar. Il designer, originario di Monaco, ha lavorato come un urbanista, con modelli e piante di grandi dimensioni che si combinano per creare una città a tempo determinato. Weisshaar considera le fiere degli accampamenti militari, "anarchici, temporanei – e di cui non si ha una visione d'insieme". La disposizione a scacchiera degli stand fieristici… appartiene al passato. Dopo la terza curva chi riesce ancora a capire dove si trova? Dal vicolo cieco degli schemi dell'età moderna, il designer guarda al digitale dei giorni nostri. Nessun elemento uguale a un altro. Eppure in sole 24 ore si è concretizzata una fiera espositiva che celebra proprio l'esposizione; un parco tematico, in cui gli spettatori devono riscoprire e conquistare ogni angolo. I visitatori che passeggiavano con trolley e scarpe comode si sono trasformati in esploratori con casco coloniale e machete. L'involucro neutro oggi non basta più, le fiere devono di nuovo diventare avventura, festa dei sensi.
Oltraggiato, rimproverato, eppure riprodotto all'infinito. Lo schema è il dominatore dell'età moderna, il suo nucleo centrale sia espressivo che strutturale. Esso ha catapultato l'estetica meccanica della fabbrica nella struttura abitativa di massa orizzontale, ha gonfiato la pianta bidimensionale fino a trasformarla nell'abitazione in cemento e acciaio. Il tempo libero e la fabbrica non si sono mai trovati così vicini, nel passo cadenzato degli elementi prefabbricati agganciati alle strutture portanti come pezzi di un puzzle gigantesco. Lo schema ha promesso la triade divina: infinito, sovratemporalità e ubiquità. D'ora in poi gli edifici si possono allungare e ampliare in tutte le direzioni. Il loro nucleo flessibile in acciaio e cemento è stato sviluppato a partire da minuscoli elementi spaziali – celle – in modo per così dire organico dall'interno verso l'esterno. Per la prima volta è valso: What you see is what you get. Struttura e superfici si sono fuse tra loro, la costruzione si è riprodotta direttamente sul rivestimento esterno che ha smesso di essere componente di una struttura portante. Ha smesso però anche di mantenere un segreto, qualcosa che solo l'interno doveva custodire. Ciò che i costruttori edili dell'era moderna vedevano come liberazione, ha però condotto la massa alla monotonia. Sullo schema le opinioni sono divergenti. Segna il trionfo dell'architettura, ma anche i livelli più infimi di un'edilizia senz'anima che maschera la propria insulsaggine con l'ordine. Brasilia e altre città artificiali del dopoguerra hanno frenato l'euforia dell'epoca moderna. Nell'edilizia prefabbricata incontriamo il rovescio della medaglia della schematizzazione, la macchina abitativa senz'anima che uniforma gli uomini e diventa essa stessa un problema, un caso di risanamento obbligato. Non c'è dunque da meravigliarsi



THE MATRIX PROMISED TO ENCAPSULATE THE DIVINE TRINITY: NEVER-ENDING, ETERNAL AND UBIQUITOUS.



THE MATRIX REPRESENTS THE ULTIMATE IN MODERNITY, IT LIES AT THE HEART OF MODERN DAY EXPRESSION AND CONSTRUCTION.

che il post-moderno inizi a infrangere gli schemi, facendo saltare in aria i blocchi abitativi che sprofondano in una nuvola di polvere.
Lo schema sta al di sopra delle ideologie. I kombinat edilizi all'insegna della crescita rapida e della resa non hanno nulla da invidiare ai loro corrispettivi capitalistici. Se esaminato con attenzione, lo schema stesso è ideologia, la promessa numero uno dell'Illuminismo, volta nientemeno che alla dominazione del mondo mediante una pianificazione tanto razionale quanto razionalistica, universale e in grado di superare qualsiasi ostacolo. Dalla scatola di costruzioni dei moduli nasce il secondo mondo, quello ordinato, riducibile a poche strutture di base. Esso unisce il piccolo e il grande, l'effimero e il durevole, tutto, come promesso dal cubetto Lego.

DUE GRAMMI DI IMMENSITÀ

La perfezione era anche all'origine di questa tecnica. In tutte le giovani leve di designer, costruttori e architetti sono le dimensioni da sogno ad aver lasciato il segno: il cubetto Lego a otto incastri misura 2,1 x 1,5 x 0,9 centimetri. La sua massa? Due grammi. La storia del successo di questo gioco per costruttori di mondi e amanti della scultura inizia nel 1949. Ole Kirk Christiansen, falegname qualificato, investe in una macchina a iniezione e riconosce nella plastica dai colori accesi il materiale del futuro. L'acronimo Lego per "Leg godt" – gioca bene – spicca già da 15 anni nel nome dell'azienda, ma diventa marchio protetto solo nel 1954 – quando inizia a delinearsi il successo del cubetto a incastro. Se a prima vista un Lego può ricordare piuttosto un comune laterizio, il singolo pezzo ottenuto per pressofusione incarna però quella configurazione razionale che è diventata la quintessenza della modernità. Il cubetto del gioco consente combinazioni pressoché infinite e non rappresenta altro che lo sviluppo dell'era moderna in miniatura. In sei cubetti da otto incastri ciascuno si nascondono circa un miliardo di possibilità. I pezzi di plastica traggono forza dalla connessione a incastro, le cavità fanno da pendant agli incastri. Unghie rotte e segni di morsi sui cubetti stanno ad indicare che questo gioco modulare si riceve solo da piccoli. Grossi sono solo gli occhi delle nuove leve di creatori che con il materiale più innovativo del loro tempo realizzano costruzioni sempre nuove e sempre più temerarie. Perfino Frei Otto non riusciva a fare altro e ha osannato i piccoli cubi definendoli campi di sperimentazione per grandi ingegneri del futuro.
Se il Lego è figlio degli schemi, sul Kuhberg di Ulm è nato il suo castello. Dal cucchiaio alla città, la Hochschule für Gestaltung ha voluto rifare completamente il mondo stantio del dopoguerra e dargli un volto nuovo e sistematico. Anche l'arte figurativa e la poesia sono unite da un sistema, la convinzione di poter arrivare a qualcosa di nuovo attraverso una struttura razionale. La cosiddetta poesia concreta degli anni Cinquanta ha rappresentato la chiave di volta della "configurazione ambientale". Come Josef Albers, esponente artistico del Bauhaus, è approdato a una teoria fondamentale, quella dell'"interazione dei colori" (1960), le costellazioni di Eugen Gomringer sviluppano un' "interazione delle parole". La poesia diventa comunicazione di punto in bianco. Lo schema finisce per dominare anche la lingua, come prima il mondo delle costruzioni portanti libere di Konrad Wachsmann e Fritz Haller. Ancora oggi negli studi di architettura si utilizza il sistema modulare in acciaio USM di Haller. Preferibilmente in nero.

WHITE CUBE – BLACK BOX

Hangar di aerei e banconi, normativa DIN e scatole di costruzioni, White Cube e Black Box: lo schema è la materia prima della modernità. A tal punto che i belgi François Schuiten e Benoît Peeters nel loro fumetto "La febbre di Urbicanda" del 1989 mostrano le fantasie ormai sfrenate dell'architetto urbano come uno schema di acciaio che inghiotte la metropoli. Oggi si aprono nuove opportunità di creare una sistematica al di là delle strutture lineari. La tecnica non è più contro natura, ma è di nuovo natura. L'era moderna del digitale confeziona un abito su misura che oggi può apparire in un modo e domani in maniera completamente diversa. "Forza lavoro sprecata e materiale deturpato", questa la definizione di ornamento di Adolf Loos nel 1908 che divenne così il progenitore più citato della modernità razionale fino all'estremo. Per la fresa CNC però è indifferente cosa taglia, se fiorellini o listelli a innesto. Ed ecco che all'improvviso l'alta qualità acquista un nuovo significato: l'atmosfera ad esempio, la sensazione di muoversi in un mondo cresciuto. Ciò che centinaia di turisti cercano nei centri storici di Regensburg, Barcellona o Genova, la sensazione di perdersi e di compiere viaggi esplorativi, ecco ciò che offre nuove possibilità. Francoforte ha tentato perfino di attivare un terreno espositivo anonimo: un intreccio di vicoli e angoli che appare spontaneo e non studiato a tavolino, al fine di mostrare che emozione e razionalità in futuro non si escludono più a vicenda. Al contrario! Nello schema, componente base della modernità, gli elementi di gioco si agganciano tra loro. Viviamo il momento di passaggio verso una modernità 2.0, il cui nucleo razionale permette le più svariate applicazioni, paragonabile al sistema di gestione di un impianto di computer in rete, di cui si possono personalizzare le interfacce. Fiorellini e tabelle sulla base di uno schema rigido. Chi lo avrebbe detto? Eppure funziona magnificamente. Sullo schema si può proprio fare affidamento.

En realidad, sólo faltaban los tarros de especies y el pan árabe. Todas las demás cosas necesarias para un zoco estaban allí: callejones retorcidos, plazas apacibles y muros altos: el "Design annual" 2006 de Frankfurt tomaba nuevos caminos.
Desde la inexorable cuadrícula de la feria moderna, la caja, crecían de pronto callejones angulosos confeccionados con espuma de poliuretano de 0,6 milímetros. La ciudad se creó en el ordenador, más exactamente: en el laboratorio de diseño digital de Clemens Weisshaar. El diseñador de Munich trabajaba como un planificador urbanístico, con grandes modelos y planos que se unían en el tiempo para formar una ciudad. Para Weisshaar las ferias son algo así como campamentos militares, "anárquicos, provisionales y que apenas se pueden abarcar con la vista". El modelo de los stands de feria como tableros de ajedrez pertenece al pasado.

Después de girar tres esquinas... ¿quién es capaz de saber aún dónde se encuentra? Desde el callejón sin salida de la edad contemporánea de la cuadrícula, el diseñador señala hacia la edad moderna digital. Ningún módulo es igual que los demás. Aun así, en sólo 24 horas surgió una exposición que celebraba el propio acto de exponer. Como parque temático en el que los espectadores deben redescubrir y conquistar cada ángulo. Los paseantes de la feria que se desplazan con carrito y zapatos cómodos se convierten en descubridores con casco tropical y machete. El entorno neutro ya no es suficiente hoy en día, las ferias deben volver a convertirse en una experiencia, en una fiesta de los sentidos.
Vilipendiada, reprendida y aun así reproducida infinitamente: la cuadrícula es la dueña de la modernidad, su núcleo central de expresión y de construcción. Catapultó la estética mecánica de las fábricas a la horizontal de la construcción masiva (de viviendas), hinchó el plano bidimensional hasta que surgió la vivienda de hormigón y acero. El ocio y la fábrica no han estado nunca tan cerca como aquí, marcando el paso aditivo de los elementos prefabricados que se han encajado para formar estructuras portantes, como piezas de un puzzle gigante. La cuadrícula prometía la divina trinidad: infinita, intemporal y omnipresente. Los edificios se podían alargar y ampliar en todas direcciones. Su núcleo flexible de acero y hormigón se desarrollaba a partir de los más pequeños elementos espaciales, células, al igual que organismos desde dentro hacia fuera. Por primera vez se aplicaba: "What you see is what you get." La estructura y la superficie se fundieron, la construcción se reproducía directamente sobre la piel exterior, que había dejado de ser parte de una construcción portante. Aunque también había dejado de prometer un secreto, algo que sólo podía cumplir el interior.
No obstante, lo que los maestros constructores de la época moderna consideraban una liberación en masa condujo a la monotonía. Hay diferencias de opinión en cuanto a la cuadrícula. Marca el triunfo de la arquitectura al igual que los puntos más bajos de una construcción sin alma que enmascara a través del orden su falta de rostro. En Brasilia y en otras "ciudades probeta" de la época de la postguerra, la euforia de la modernidad se desmorona. En la construcción de bloques de hormigón nos encontramos con la otra cara de la cuadrícula, la máquina de viviendas sin alma que unifica a las personas y que se convierte ella misma en un problema, en una necesidad de saneamiento. No es de extrañar que la postmodernidad comience con la ruptura de la cuadrícula, cuando se volaron los primeros bloques de viviendas de alquiler y se hundieron en una nube de polvo.
La cuadrícula está por encima de las ideologías. En cuanto a los combinados de edificación orientados al crecimiento rápido y la rentabilidad no se diferencian en nada a sus compañeros capitalistas. Bien mirado, la propia cuadrícula es una ideología, la mayor promesa de esclarecimiento, que prometía nada menos que el dominio del mundo a través de una planificación tanto racional como económica, universal, capaz de superar toda resistencia. A partir de un elemento modular crece un segundo mundo, regular, que se puede reducir a unas pocas estructuras básicas. Une lo pequeño y lo grande, lo efímero y lo permanente, como prometen las piezas de construcción de Lego.

DOS GRAMOS DE ETERNIDAD

La perfección también está al principio de esta técnica. Sus dimensiones ideales dejan huella en todas las nuevas generaciones de diseñadores, constructores y arquitectos: Una pieza de Lego con ocho módulos mide 2,1 por 1,5 por 0,9 centímetros. Su masa: dos gramos. En 1949 comienza la historia del éxito del juego para los constructores de mundos y los amigos del plástico. El carpintero Ole Kirk Christiansen invierte en una máquina de inyección de plástico y descubre en un plástico de colores vivos el elemento constructivo del futuro. El acrónimo Lego de "Leg godt" (juega bien) luce desde hace 15 años en el nombre de la empresa, pero sólo está registrado desde 1954, cuando destaca el éxito de estos ladrillos encajables. Aunque a primera vista las piezas de Lego puedan recordar a un ladrillo normal, estos elementos moldeados por inyección encarnan aquella forma racional que se ha convertido en la esencia de la modernidad. El sistema modular permite un número de combinaciones casi infinito y personifica nada menos que la evolución de la modernidad en miniatura. Con seis piezas de ocho módulos se consiguen casi mil millones de posibilidades. La fuerza de las piezas de plástico reside en la unión encajable, los tubos huecos son el compañero de los módulos salientes. Las uñas rotas y las huellas de dientes en las piezas demuestran que el juego no se puede doblegar. Con grandes ojos contemplan las nuevas generaciones de constructores sus creaciones siempre nuevas y cada vez más atrevidas, logradas con los más modernos materiales de su época. Incluso Frei Otto alababa estos pequeños ladrillos y los consideraba un campo de experimentación para los grandes ingenieros del futuro.
Si Lego es el hijo de la cuadrícula, su castillo se edificó sobre el Kuhberg de Ulm. Desde la cuchara hasta la ciudad, la Escuela Superior de Diseño (Hochschule für Gestaltung) quería transformar el apestoso mundo de la postguerra y darle un nuevo y sistemático rostro. Incluso las artes plásticas y la poesía se unían en un sistema, la creencia de poder penetrar en lo nuevo a través del diseño racional: la llamada Poesía concreta de los años 50 constituyó la clave del "diseño del entorno". Al igual que el artista de la Bauhaus Josef Albers llegó a una doctrina básica, la "Interacción del color" (1960), las constelaciones de Eugen Gomringer desarrollan una "Interacción de las palabras". De repente, la poesía era comunicación. También aquí la cuadrícula había descubierto un lenguaje, al igual que antes el mundo de las construcciones portadoras libres de Konrad Wachsmann y Fritz Haller. Hoy en día, su sistema de módulos de acero USM sigue teniendo acogida en los gabinetes de arquitectos. Preferiblemente en negro.

WHITE CUBE – BLACK BOX

Hangares de aviones y mostradores, norma DIN y sistemas de montaje por módulos, White Cube y Black Box: la cuadrícula es el elemento básico de la modernidad. Tanto, que los belgas François Schuiten y Benoît Peeters en su cómic "La fiebre de Urbicanda" de 1989 muestran la desbordada fantasía del planificador urbanístico como una cuadrícula de acero que engulle la ciudad. Hoy en día se abren nuevas posibilidades para generar una sistemática más allá de las estructuras lineales. La técnica ya no se enfrenta a la naturaleza, sino que la reproduce. La modernidad digital corta un traje a medida que unas veces puede tener un aspecto y otras veces otro muy diferente. "Un derroche de mano de obra y una deshonra al material", es como Adolf Loos calificaba en 1908 al ornamento, convirtiéndose en el tan citado precursor de una modernidad cada vez más racional. Pero a la fresadora CNC le da igual si lo que está cortando son flores o listones encajables. Y, de pronto, las antiguas cualidades adquieren una nueva importancia: el ambiente, por ejemplo, la sensación de moverse a través de un mundo tallado. Lo que buscan cientos de miles de turistas en el casco antiguo de Ratisbona, Barcelona o Génova, la sensación de perderse y de explorar, ofrece nuevas posibilidades. Frankfurt intentó activar la base sin nombre de la exposición: como un entramado de callejones y esquinas que parece espontáneo y no planificado, mostrando que la emoción y la racionalidad ya no se excluyen mutuamente en el futuro. Al contrario: en la cuadrícula, módulo básico de la modernidad, se encajan elementos lúdicos. Estamos en la transición a una modernidad 2.0, cuyo núcleo racional permite las más diversas aplicaciones, análogamente al sistema operativo de un sistema de ordenadores en red, cuya superficie se puede adaptar de manera individual. Florecillas y tablas sobre la base de una cuadrícula estricta. ¿Quién lo habría pensado? Pero funciona espléndidamente. La cuadrícula no falla.

Oliver Herwig is a design theorist and architecture critic. He writes for the Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, GQ, Monopol and Stern and is the co-author of the book "Water/Wasser: The Unity of Art and Science", alongside Axel Thallemer.

Oliver Herwig è un teorico in materia di design e un critico nel campo dell'architettura. Scrive per Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, GQ, Monopol e Stern, inoltre è autore del libro "Water/Wasser: The Unity of Art and Science", in collaborazione con Axel Thallemer.

Oliver Herwig es teórico del diseño y crítico de arquitectura. Escribe para el Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, GQ, Monopol y Stern, y es autor del libro "Water/Wasser: The Unity of Art and Science", en colaboración con Axel Thallemer.

The planned bathroom

SYMETRICS – ARCHITECTURE MODULES OPTIONS. In this bathroom, everything is related to everything else: the modules, the materials, and the architecture.

SYMETRICS – ARCHITECTURE MODULES OPTIONS. In questo bagno tutto è interrelato: i moduli, i materiali, l'architettura.

SYMETRICS – ARCHITECTURE MODULES OPTIONS. En este baño todo está relacionado entre sí. Los módulos, los materiales, la arquitectura.

Product Design Sieger Design
Architecture Mike Meiré
Photography Thomas Popinger

Symetrics shower experience: different units in the application // Sistema Symetrics per l'esperienza doccia: utilizzo di moduli vari // Experiencia de ducha Symetrics: diferentes módulos en la aplicación

THOMAS EDELMANN: What is the concept behind the SYMETRICS program?
BENEDIKT SAUERLAND: Unfortunately, bathroom suite components are often not installed at the best locations. Apart from the installed components, no object in the shell of a bathroom bears any relation to other objects such as the bathtub, which are not installed until later. Even when bathroom fitters ask builders where they would like the handrail fitting, this is not necessarily of any further help. How then should this type of decision be taken? SYMETRICS provides a kind of layout for these cases. It acts as a set of rules for all graphic designers. It consists of artificial lines which enable design elements to be placed in the correct position. Once this relationship has been resolved, at any point, a matrix is no longer visible. Instead only the finished installation remains.

Defining relationships

T.E.: What advantages does a modular bathroom program offer?
B.S.: It helps the designers or builders to define user relationships. In the case of a household with small children or one consisting of people of differing heights, the SYMETRICS coordinates can be used to determine different heights. However, it helps, above all, to define product relationships. I can control vertical and horizontal spacing using mounting rails. The basic matrix measuring 60 x 60 millimetres is defined by the cover plate of an operational control. This measurement is the result of externally-defined parameters. If operational controls are added, the common support plate is enlarged by a corresponding amount. We recommend that elements be spaced a certain distance apart from one another.

T.E.: What effect does modularization have on design and interior architecture?
B.S.: The repertoire of individual elements makes it possible to stage a wide variety of scenarios. This is what distinguishes SYMETRICS from the presentation series that have been passed down, which were characterized by the so-called design link, the pure outward appearance of a common denominator. To this extent, it is no longer a question of fittings shouting out "look how beautiful I am." Architects and bathroom designers are coming up with components to ensure sophisticated designs which also offer increased security at the implementation stage. Architects are seeking products that slot into their plans and allow them to create a convincing overall image. It would therefore be counterproductive if every product were to stand out and make its presence felt in the harmony of the bathroom.

T.E.: What possibilities are conceivable with SYMETRICS in the future?
B.S.: The more complex certain functions of the fittings become, the more sense it makes to use electronic control elements. There is a possibility that a differentiation may be made between control elements and points at which water flows out in the future. What is important to us here is that fittings evolve, but that their trusted semantics are retained.

T.E.: In your opinion, what does the future hold for bathroom design?
B.S.: Water offers many possibilities that have not yet been exhausted by a long way. The fact that water has its place in the bathroom throws up a range of project opportunities in this area. These include the incorporation of natural occurrences into the domestic sphere and much more. Without becoming esoteric, it is possible to reflect on the transcendental features of human life: if we claim that we are made up of 70 percent water and we know that we are capable of thinking and storing information, then it is not completely absurd to assume that water is involved in the process of storing knowledge. What this means as far as design is concerned is yet to be revealed.

T.E.: Has our understanding of design changed in recent years?
B.S.: When the sanitary sector discovered design, the focus was placed on form-finding tasks that were highly embedded in the spirit of the age. At that time, the opinion prevailed that different tastes should be catered for. Nowadays things have changed. Manufacturers have cleaned up their programs. Our self-image has also changed. We no longer see ourselves first and foremost as a form finder, but rather seek to adopt a conceptual approach to projects. Andreas Dornbracht once raised the question of what comes after form. For years, designers have been portrayed as heroes and automotive design has been stylized. In my opinion, we have to deliver a solid performance. Design should focus on markets and people. It should open up and develop new topics. I have worked at Sieger Design for almost 20 years and believe that the sanitary sector is predestined to go beyond the high level of status quo that has been achieved. Products are currently undergoing a process of minimalization and dematerialization.

T.E.: Does this mean that forms will become even more interchangeable than previously?
B.S.: There is certainly a danger of this occurring, but not if we focus our energies more on designing worlds of experience rather than individual objects exhibited in a special way. It is much more exciting to further develop a topic such as "access to water" rather than to continue to do the same thing in a different way. Changing consumer habits are calling for new approaches to be adopted. Previously, we sometimes had the tendency to sharpen our pencils and come up with a concept using form-finding exercises. Nowadays, this is inconceivable. The move towards open plan living and the transformation of the bathroom from being just a wet cell into a room offering a good quality of life demand that we come up with and test a concept before beginning to implement it in detail. The demands placed on architects and designers are set to increase. The bathroom will continue to change. It is a question of allowing the various functions to come into play more independently of one another.

Possibilities with Symetrics modules: planned change during construction of the bathtub // Variabili modulari del sistema Symetrics: cambiamento pianificato nel montaggio della vasca // Posibilidades de módulos Symetrics: variedad planificada en la estructura de la bañera

THOMAS EDELMANN: Qual è il progetto che si cela dietro al sistema modulare SYMETRICS?
BENEDIKT SAUERLAND: Spesso gli elementi di un bagno sono piazzati infelicemente sulla parete. Nella costruzione grezza, a prescindere dai componenti incassati, manca la relazione con gli altri oggetti, ad esempio con la vasca da bagno, che vengono installati solo in un secondo momento. Anche la domanda degli installatori al committente: "Dove preferisce piazzare la doccetta?" può non essere di aiuto. Come si fa a decidere? In questi casi SYMETRICS offre una sorta di layout. Per il grafico funge da regolamento, essendo costituito da linee guida che consentono di inserire in modo corretto gli elementi creativi. Se il loro rapporto è ben ordinato, non si nota più lo schema, ma solo l'installazione pulita.

T.E.: Che vantaggi offre una serie da bagno modulare?
B.S.: Aiuta il progettista o il committente a definire le relazioni con l'utente. In un nucleo familiare con bambini piccoli o con persone di diversa altezza, le coordinate di SYMETRICS consentono di fissare altezze differenti. Ma, soprattutto, aiuta a definire i rapporti con il prodotto. Grazie alle guide di montaggio posso controllare le distanze sia in verticale che in orizzontale. Lo schema di base di 60 x 60 millimetri è determinato dalla piastra di copertura di un elemento di servizio. I parametri esterni indicati hanno portato a questo dimensionamento. Se si aggiungono elementi di servizio, la piastra di supporto comune si ingrandisce in modo adeguato. Consigliamo di mantenere rapporti di distanza fissi tra gli elementi.

T.E.: Come influisce la modularità sul design e sull'architettura d'interni?
B.S.: Il repertorio dei singoli elementi consente di realizzare gli scenari più disparati. In questo

Using Symetrics on the washstand: defined diversity // Sistema Symetrics per il lavabo: variabilità definita // Symetrics en el lavabo: variedad definida

modo SYMETRICS si libera dalle immagini di serie tramandate, segnate dal cosiddetto link del design, ovvero la pura esteriorità di un denominatore comune. Riguardo a ciò non si tratta più di un rubinetto che grida "guarda come sono bello". Gli architetti e i progettisti di bagni trovano gli elementi per una pianificazione esigente, tali da offrire anche più sicurezza nella trasformazione. Gli architetti cercano prodotti che si inseriscano nel loro progetto per poter creare un quadro completo convincente. Sarebbe controproducente, se ogni prodotto si desse delle arie nel concerto del bagno.

T.E.: Che scenari si prospettano in futuro con SYMETRICS?
B.S.: Quanto più si complicano determinate funzioni del rubinetto, tanto più diventano intelligenti gli elementi di controllo elettronici. In prospettiva si può pensare a una differenziazione degli elementi di controllo e dei punti di flusso. A tal proposito è importante che i rubinetti cambino in modo evolutivo e che la loro impronta semantica rimanga inalterata.

T.E.: Che prospettive future vede per la strutturazione del bagno?
B.S.: Il tema acqua offre possibilità che finora sono state sfruttate solo in minima parte. Visto che l'acqua è localizzata in bagno, è qui che nascono una serie di opportunità di proiezione, tra cui un'addomesticazione di fenomeni naturali e molto altro ancora. Senza addentrarsi nell'esoterico, si può riflettere su fattori trascendentali della vita umana: partendo dalla constatazione che siamo costituiti per il 70 per cento di acqua e che sappiamo di essere in grado di pensare e di immagazzinare informazioni, non è affatto fuorviante ammettere che l'acqua prende parte alla memorizzazione del sapere. Ciò che questo significa per la progettazione, per il momento è ancora in sospeso.

Modularizing the range

T.E.: Negli ultimi tempi è mutata la comprensione del design?
B.S.: Quando il settore sanitario ha scoperto il design, in primo piano c'era la ricerca della forma con forte riferimento allo spirito del tempo. All'epoca si coltivava l'idea di voler soddisfare diversi segmenti del gusto estetico. Oggi il quadro è cambiato. I produttori hanno rimesso ordine nei loro assortimenti. E anche la coscienza di noi stessi è mutata. Non ci vediamo più anzitutto come ricercatori di forme, ma cerchiamo un accesso concettuale ai progetti. Andreas Dornbracht una volta ha sollevato la domanda su cosa viene dopo la forma. Per anni si è eroicizzato il designer, si è stilizzato il design d'autore. La mia opinione è che si debba consegnare un lavoro solido. Il design dovrebbe concentrarsi sui mercati e sugli uomini, nonché aprire e sviluppare nuove tematiche. Lavoro da quasi 20 anni per Sieger Design e considero il settore sanitario predestinato a oltrepassare l'elevato status quo raggiunto. Al momento i prodotti si minimalizzano e si smaterializzano.

T.E.: Ciò fa sì che le forme diventino ancora più interscambiabili di quanto lo sono ora?
B.S.: Il pericolo esiste, ma non se ci si impegna con maggior fervore nella creazione di mondi esperibili piuttosto che su singoli oggetti particolarmente esposti. È molto più avvincente ampliare lo sviluppo di un tema come l'"accesso all'acqua" invece che continuare a reinventare le stesse cose. Ci sono modalità d'uso modificate che richiedono nuove modalità di approccio. Prima, di tanto in tanto, eravamo propensi a temperare la matita e a trovare un'idea sulla ricerca della forma. Oggi è impensabile. L'apertura del soggiorno sulla cucina, la trasformazione del bagno da locale di servizio a spazio di elevata qualità di vita esigono che si elabori e si verifichi un concetto, prima di iniziare a trasformarlo nel dettaglio. Le richieste ad architetti e progettisti aumentano. Il bagno continuerà a trasformarsi. Si tratta di incrementare la reciproca partecipazione dei diversi settori funzionali.

THOMAS EDELMANN: ¿Qué concepto hay detrás del programa SYMETRICS?
BENEDIKT SAUERLAND: Con frecuencia, los elementos de una instalación de baño se colocan en la pared de forma inapropiada. En la construcción en bruto, aparte de los elementos empotrados, falta la relación con los demás objetos que se instalan más tarde, como por ejemplo la bañera. Y el hecho de que el instalador le pregunte al propietario: "¿Dónde le gustaría tener la ducha manual?" tampoco es siempre de ayuda. ¿Cómo decidirse? Para estos casos, SYMETRICS ofrece una especie de "layout". Sirve como reglamento a todos los diseñadores gráficos. Está formado por líneas auxiliares con las que se pueden colocar correctamente los elementos de diseño. Una vez dispuestas sus relaciones, ya no se nota la cuadrícula, sino tan solo la instalación limpia.

T.E.: ¿Qué ventajas ofrece un programa de baño por módulos?
B.S.: Ayuda al planificador o al propietario a definir las relaciones de los usuarios. En un hogar con niños pequeños o con personas de distintas alturas, se pueden establecer diferentes alturas con las coordenadas de SYMETRICS. Pero sobre todo, ayuda a definir las relaciones de los productos. Con los rieles de montaje puedo controlar las distancias verticales y horizontales. La cuadrícula básica de 60 por 60 milímetros está definida por la placa de recubrimiento de un elemento de manejo. Los parámetros especificados exteriormente llevan a esta medida. Si se añaden elementos de manejo, la placa portadora común se amplía proporcionalmente. Recomendamos determinadas relaciones de distancias de los elementos entre sí.

T.E.: ¿Qué efecto tiene el sistema modular sobre el diseño y la arquitectura interior?
B.S.: Con el repertorio de elementos individuales se pueden diseñar los más diversos escenarios. De este modo, SYMETRICS se aparta de las ideas tradicionales en serie, caracterizadas por lo que se denominaba "designlink", la pura apariencia exterior de un denominador común. En este sentido, ya no consiste en que la grifería nos increpe: "mirad qué hermosa soy". Los arquitectos y los planificadores de baños encuentran los módulos necesarios para una planificación exigente que, al mismo tiempo, ofrecen más seguridad en la realización. Los arquitectos buscan productos para componer su planificación, para poder generar una imagen de conjunto convincente. Sería contraproducente que cada producto resaltara en el concierto del cuarto de baño.

Minimalizing the products

T.E.: ¿Qué escenarios son imaginables en el futuro con SYMETRICS?
B.S.: Cuanto más complejas se vuelvan determinadas funciones de las griferías, más prácticos son los elementos electrónicos de manejo. En perspectiva, es posible una diferenciación de los elementos de manejo y los puntos de salida. Para nosotros es importante que las griferías evolucionen, que su semántica familiar permanezca.

T.E.: ¿Qué perspectivas de futuro ve usted para el diseño del cuarto de baño?
B.S.: El tema agua ofrece muchas posibilidades que todavía no están agotadas en absoluto. Dado que el agua está situada en el cuarto de baño, es ahí donde se producen una serie de posibilidades de proyección. Entre ellas, la domesticación de los fenómenos naturales y muchas más. Sin ponernos esotéricos, podemos reflexionar sobre los factores trascendentales de la vida humana: si tenemos en cuenta que estamos constituidos por agua en un 70 por ciento, y sabemos que somos capaces de pensar y de almacenar información, no es muy descabellado suponer que el agua está implicada en el almacenamiento del saber. Queda por ver lo que esto significa para el diseño.

T.E.: En los últimos tiempos, ¿ha cambiado la forma de concebir del diseño?
B.S.: Cuando el sector de los sanitarios descubrió el diseño, las tareas de búsqueda de formas se situaban en primer plano, con gran referencia al espíritu de la época. Entonces se pretendía servir a los diferentes grupos en cuanto a preferencias. Hoy en día la imagen ha cambiado. Los fabricantes han arreglado sus programas. También ha cambiado nuestra autoimagen. Ya no nos vemos en primer lugar como buscadores de formas, sino que buscamos un acceso conceptual a los proyectos. Andreas Dornbracht planteó una vez la cuestión de qué viene después de la forma. Durante años se ha mitificado al diseñador que estiliza el diseño de autor. Mi interpretación es que debe ofrecerse un resultado sólido. El diseño debe concentrarse en los mercados y en las personas, debe abrir y desarrollar nuevos temas. Trabajo desde hace casi 20 años en Sieger Design, y pienso que el sector de los sanitarios está predestinado a ir más allá del elevado status quo alcanzado. Actualmente, los productos se minimalizan y se desmaterializan.

T.E.: ¿Esto significa que las formas serán aún más intercambiables que hasta ahora?
B.S.: Este riesgo existe, por supuesto, pero no si nos esforzamos más por diseñar mundos de vivencias, en lugar de objetos individuales expuestos por separado. Es mucho más interesante continuar desarrollando un tema como el "acceso al agua", en lugar de hacer siempre lo mismo de distintas maneras. La modificación de las formas de utilización es lo que requiere nuevas formas de proceder. Antes teníamos tendencia a afilar los lápices y a encontrar un concepto a través de la búsqueda de formas. Hoy en día esto es inconcebible. La apertura de la sala de estar hacia la cocina y la transformación del cuarto de baño de simple cuarto húmedo en un espacio con alta calidad de vida, exigen el desarrollo y la verificación de un concepto antes de empezar la realización en detalle. Las exigencias que se les planteen a los arquitectos y a los planificadores serán mayores. El cuarto de baño seguirá cambiando. Se trata de dejar que las diferentes áreas funcionales participen más unas de otras.

xGRID

The xGRID mounting rail is a precision aid for installation. It guarantees that individual units are positioned exactly within the matrix and gives a perfect installation result.

La guida di montaggio xGRID è un ausilio per la precisione dell'installazione. Garantisce una posa esatta dei singoli moduli nello schema e determina un risultato d'installazione perfetto.

El riel de montaje xGRID es una ayuda precisa para la instalación. Garantiza la colocación exacta de los módulos individuales en la cuadrícula y logra un resultado perfecto de instalación.

SYMETRICS

The SYMETRICS brochure and further information can be downloaded at www.dornbracht.com. The PLANNING GUIDE with supplementary information is available at www.dornbrachtprofessional.com.

La brochure SYMETRICS e altre informazioni si possono scaricare dal sito www.dornbracht.com. La PLANNING GUIDE con ulteriori informazioni è disponibile al sito www.dornbrachtprofessional.com.

Puede descargar el folleto de SYMETRICS y otras informaciones en www.dornbracht.com. La PLANNING GUIDE con información extensa se puede obtener en www.dornbrachtprofessional.com.

The grid of relationships

FOR SYMETRICS BATHROOMS, THE GRID PLAN DEFINES THE RELATIONSHIPS.
And provides the greatest possible freedom. For planning, implementation and use.

NEL BAGNO SYMETRICS È LA GRIGLIA A DEFINIRE I RAPPORTI.
E crea così la massima libertà possibile. Nella progettazione, nella trasformazione e nell'uso.

EN EL BAÑO SYMETRICS, LA CUADRÍCULA DEFINE LAS RELACIONES.
Y consigue así la máxima libertad. En la planificación, la realización y la utilización.

Product Design Sieger Design
Architecture Mike Meiré
Photography Thomas Popinger

SYMETRICS

A linear grid plan, which offers complete freedom? For SYMETRICS, the apparent contradiction is a planning essential for individual Bathroom Architecture, which is adapted to suit the user. Thus the room is at the forefront. There are no more random arrangements. The SYMETRICS system components not only provide a wide range for a variety of uses, but all fit perfectly in the defined grid plan. This simultaneously lays out clear lines for planning and consequently provides for straightforward implementation. So an individual bathroom emerges, with plenty of space for innovative ideas, for example setting the linearity of the modules in contrast with organic shapes, such as the Paimio Chair by Alvar Aalto or a wall completely covered with plants.

Una griglia lineare che offre totale libertà? In SYMETRICS la contraddizione apparente diventa fondamento progettuale per un'architettura del bagno personalizzata che si adegua all'utente. In primo piano c'è lo spazio. Non c'è più una disposizione arbitraria. I componenti di sistema SYMETRICS non offrono solo un'ampia scelta di applicazioni diversificate, ma si adattano anche perfettamente alla griglia definita. Ciò determina contestualmente linee chiare per la progettazione e provvede così a una trasformazione scevra da complicazioni. Ne deriva un bagno personalizzato con ampio spazio per idee innovative, ad es. quella di opporre alla linearità dei moduli le forme organiche come la Paimio Chair di Alvar Aalto o una parete completamente coperta di piante.

¿Una cuadrícula rectilínea que ofrece completa libertad? Esta aparente contradicción se convierte en SYMETRICS en la base de la planificación para la arquitectura individual del baño que se adapta al usuario. El espacio ocupa el primer plano. Ya no es posible la disposición arbitraria. Los componentes sistemáticos de SYMETRICS no sólo ofrecen una amplia selección para diferentes aplicaciones, sino que además encajan perfectamente en la cuadrícula definida. Esto proporciona unas líneas claras para la planificación y, al mismo tiempo, facilita la transformación. De este modo, se crea un cuarto de baño individual, con mucho espacio para ideas innovadoras, por ejemplo, la confrontación de la rectitud de líneas de los módulos con formas orgánicas como el Paimio Chair de Alvar Aalto o con una pared completamente llena de plantas.

xTool thermostat module with 3 valves / Complete hand shower set / Soap dish // xTool modulo termostato con 3 rubinetti / Gruppo doccetta con flessibile a muro / Portasaponetta // Módulo de termostato xTool con 3 válvulas / Juego de ducha de mano con codo de conexión a pared / Jabonera

Single-lever basin mixer // Miscelatore monocomando lavabo // Monomando de lavabo

2 valves with diverter / Complete hand shower set / Deck-mounted bath spout // 2 rubinetti con deviatore / Gruppo doccetta con flessibile a muro / Bocca verticale vasca // 2 válvulas con inversor / Juego de ducha de mano con codo de conexión a pared / Salida vertical para bañera

Tara.

**Never change
a classic.
Just refine it.**

**Un classico non
lo si modifica.
Lo si perfeziona.**

**Un clásico no
se modifica,
sino que se refina.**

TARA. BLACK EDITION

Product Design Sieger Design
Architecture Mike Meiré
Photography Thomas Popinger

Transforming a classic

by Thomas Edelmann

What a classic may or may not be is something that makes for a splendid debate. The term is originally descended from the Roman tax law of the time of the Roman Empire. The classis was a member of the highest tax class. The adjective classicus is later used by the Roman author Aulus Gellius (circa 175 A.D.) in the discourse between literature and aesthetics. From this point it appears in all areas of creative activity. It has become the term used to describe an art movement recognized as having created a standard, a term however which is used indiscriminately these days and is applied to representatives and works of the widest range of genres and the periods.

CLASSIC AS A CONCEPT

The term classic is often used, in order to idealize periods of history. The time that counts as the classical period of ancient Greece falls between the Ionic uprising against the Persian supremacy (500 B.C.) up to the Peloponnesian war (up to 431 B.C.). It was in this era that the groundwork was laid for western philosophy, medicine, architecture, literature, theatre and political constitution. Aristotle's differentiation between form and matter also dates back to this time, which is still pertinent for design. In Germany, when people refer to the classical period, they usually mean the literary classical period of the 18th century, i.e. Wieland, Goethe, Schiller and Herder, dialogical discussion between politics and aesthetics during the time after the French Revolution. Or else it can mean the classical music of Vienna, which was characterized by Haydn, Mozart and Beethoven and which in the meantime – because of its simplicity and popularity – has quickly come to encompass several historical music movements.

To describe TARA, the fitting which first appeared in 1991 and whose archetypal character has been carefully nurtured by its manufacturer Dornbracht and its creator Sieger Design, as a classic in the traditional sense of the term is at first problematic. Until recently, the term "long-lasting design" was widespread, and yet many long-lasting designs have recently quietly withdrawn from the market. Even the traditional concept of a classic is outdated, since it is possible to work on a classic, to work on a myth. An object may just as easily be awarded cult status as stripped of it. Establishing standards raises the risk of stagnation. The classic, however, possesses the potential to adapt to altered circumstances. It is open to a change of meaning. This classification is not caused by a sort of sloppy use of language, but by the changing world, through digitalization for example, or through the constant appearance of new products and sales channels. Even in the case of TARA, there has for a long time now also been respectively a TARA ULTRA and a TARA CLASSIC. The term's use and the meaning are subject to rapid transformation. When a product, a service or an experience is given the attribute of "classic", this is part of advertising promises, whose meaning seems relatively clear.

CLASSIC AS A PROJECTION

Classics play a prominent role in areas of the aesthetic mode of living. Karsten Hintz, responsible for the shop at the Bauhaus archive in Berlin, undoubtedly wrote in an essay for the book "Bauhaus" (ed. Jeannine Fiedler and Peter Feierabend, Cologne, 1999) that "our image of Bauhaus is characterized by reproductions". And that furthermore: "the range of objects manufactured is equally as pertinent for today's aesthetics as the changes which were made." The most remarkable example of this is Breuer's tubular-steel chairs, which in the 1920s "were originally upholstered with fabric – and never with leather". The fabric could be brightly coloured, like the painted frame; "these days this is perhaps a little too tame for a classic". Hintz also wrote: "No Bauhaus product has enjoyed the fetishist attention nor the cow-towing before an original more than the Bauhaus lights. But it is there, in particular, where no "original" in the true sense of the word exists. It was the redesign that first became a classic: the proportions of all the components, which are so often quoted today, were developed in 1980, when Wagenfeld redesigned the lights. And even this redesigning was later – for the benefit of both the product and the buyer – further developed and improved. The image of a classic: this emerges not least in the mind of the beholder. "In the 1960s, basic geometric shapes, primary colours and abstractness," writes design historian Gerda Breuer in her book "Die Erfindung des Modernen Klassikers" ("The invention of the modern classic", Stuttgart, 2001), "belonged to the new conventions of artistic avant-garde, who arranged elements to produce an autonomous design language." With this she describes the spirit of an era which, in its reference to it, significantly shaped our perception of the avant-garde of the 1920s.

SELF-SIMILARITY AS A CONCEPT

In the car industry, classic qualities emerged through the durability of the products, supported by an evolutionary perception of design. Many manufacturers try to continue the effect of a model's design heritage with the successor model. The idea of quoting historical eras in car design began with the Nissan "Figaro", a limited edition model from 1991. The 1998 VW New Beetle and the 2001 New Mini are the first series production cars, which incorporate ideas found in classical concepts. The Mini, which was launched 50 years ago, has been transposed onto a present day setting to form the basis for a dynamic lifestyle brand.

Classics are not static. They have to change, as soon as the extraordinary aspect of their existence no longer expresses the acknowledgement of reality, but rather the detachment from it. In this respect, classics need transformation and must even sometimes be radically challenged, as designers like Alessandro Mendini and, more recently, Marten Baas and Martino Gamper have done, hacking away at them to get to the core. Now with white and black TARA presents the abstract colours of the

1960s, rediscovering a new avant-garde for us and allowing us to emerge from it ourselves altered.

Cos'è e cosa non è un classico può essere un ottimo argomento di discussione. Il concetto trae origine dal diritto tributario romano dell'epoca imperiale. Il "classis"era un appartenente alla fascia tributaria massima. L'aggettivo classicus viene poi trasposto nel discorso letterario estetico dallo scrittore romano Aulus Gellius (intorno al 175 d.C.). Da qui si propaga in tutti i campi dell'attività creativa, diventando la denominazione di un'epoca artistica riconosciuta come dettante norma, di cui nel frattempo si fa un uso inflazionistico, e applicata a esponenti e opere di generi e periodi più svariati.

CLASSICISMO, UN CONCETTO

Il concetto di classico si utilizza spesso per idealizzare epoche storiche. Come età classica dell'antica Grecia si considera il lasso di tempo compreso tra l'insurrezione ionica contro il dominio persiano (500 a.C.) e la guerra del Peloponneso (fino al 431 a.C.). In quest'epoca si gettarono le basi della filosofia occidentale, della medicina, dell'architettura, della letteratura, del teatro e dell'ordinamento politico. A questo periodo risale anche la distinzione di Aristotele tra forma e materia che riveste non poca importanza perfino nel design. Se si parla di epoca classica in Germania, allora il discorso verte sul classicismo letterario del XVIII secolo, su Wieland, Goethe, Schiller ed Herder, sul conflitto dialogico con la politica e l'estetica del periodo successivo alla Rivoluzione francese. Oppure ci si riferisce al classicismo musicale viennese che è stato segnato da Haydn, Mozart e Beethoven e che, come concetto di musica classica, – perché semplice e popolare - comprende anche altre epoche storiche dell'articolazione del suono.

Se TARA, la rubinetteria nata nel 1991 e il cui carattere archetipo è stato diligentemente curato da Dornbracht come costruttore e da Sieger Design come ideatore, viene definita un classico, in un primo momento può sembrare problematico, se inteso nel senso tramandato del concetto. Fino a poco tempo fa era diffusa l'espressione "design longevo", ma molti progetti longevi negli ultimi anni si sono congedati dal mercato senza far rumore. Il concetto stesso di classico tramandatoci dal passato è superato. Allora lavorare sul classicismo, lavorare sul mito è possibile. Il cult può affermarsi e poi scomparire, gli standard celano il rischio della stagnazione. Il classico invece possiede il potenziale dell'adattamento a nuove condizioni. È aperto ai mutamenti di significato. La causa della classificazione non risiede in un uso linguistico impreciso, ma nel cambiamento che il mondo ha subito ad esempio ad opera della digitalizzazione, di prodotti e canali di vendita sempre nuovi. Anche nel caso di TARA esiste da tempo una TARA ULTRA e, logicamente, una TARA CLASSIC. L'uso e il contenuto del concetto dipendono da cambiamenti rapidi. L'attributo che definisce un prodotto, un servizio o un avvenimento come classico rientra in quelle promesse pubblicitarie, il cui significato sembra relativamente chiaro.

Tara. Black Edition

CLASSICISMO, UNA PROIEZIONE

I classici giocano un ruolo di rilievo nell'estetizzazione della vita pratica. Karsten Hintz, responsabile dello shop del Bauhaus Archiv di Berlino, in un contributo alla pubblicazione "Bauhaus" (a cura di Jeannine Fiedler e Peter Feierabend, Colonia 1999), scrive in modo inequivocabile "la nostra immagine del Bauhaus è fortemente influenzata dalle imitazioni". E ancora: "La scelta degli oggetti prodotti ha a che fare con la nostra estetica attuale, esattamente come le variazioni apportate." Il caso più eclatante sono le sedie in acciaio tubolare di Breuer che, negli anni Venti, "originariamente erano rivestite in stoffa – e non in pelle". Essa poteva essere molto colorata come il telaio laccato; "oggi forse troppo modesta e vivace per un classico". Hintz prosegue: "Nessun prodotto del Bauhaus è più esposto delle luci al feticismo e alla genuflessione all'originale come le lampade Bauhaus. Ma "la lampada Bauhaus" originale non esiste. Ciò che è diventato un classico è il re-design: la proporzione di tutti i componenti, oggi molto citata, è stata sviluppata nel 1980, quando Wagenfeld rielaborò la lampada." E la stessa rielaborazione è poi stata nuovamente modificata e migliorata – per il bene del prodotto e dei suoi acquirenti. L'immagine del classico nasce, non da ultimo, nella testa dell'osservatore. "Forme di base geometriche, colori primari e inutilità", scrive la storica del design Gerda Breuer nel suo testo "Die Erfindung des Modernen Klassikers" (Stoccarda, 2001), "rientravano tra le nuove convenzioni dell'avanguardia artistica degli anni Sessanta che definiva gli elementi per un linguaggio delle forme autonomo". Descrive quindi lo spirito di un'epoca che ha influenzato in modo determinante la nostra immagine dell'avanguardia degli anni Venti, riferendosi ad essa.

AUTOSOMIGLIANZA, UN CONCETTO

Nell'industria automobilistica, le qualità del classico sono cresciute dalla solidità dei prodotti, supportata da un'interpretazione rivoluzionaria del design. Molti costruttori tentano di far rivivere l'eredità creativa di un modello in quello successivo. Con Nissan "Figaro" – un'edizione limitata del 1991 – è nata l'idea di citare epoche storiche nel design automobilistico. La VW New Beetle del 1998 e la New Mini del 2001 sono le prime serie di auto che prendono in prestito progetti classici. La Mini, nata 50 anni fa, oggi è stata trasformata come base di un marchio dinamico di lifestyle.

I classici non sono affatto statici, essi devono modificarsi, non appena la loro esistenza straordinaria non suscita più approvazione, ma distacco dalla realtà. A quel punto i classici necessitano di trasformazione, talvolta anche di una radicale messa in discussione, linea perseguita da designer come Alessandro Mendini e in tempi recenti Marten Baas e Martino Gamper che li hanno incalzati con fuoco e sega. Così ora TARA inscena con il bianco e il nero i colori non concreti degli anni Sessanta, restituendoci una nuova avanguardia e facendone risultare la nostra evoluzione.

Se puede discutir mucho sobre lo que es un clásico y lo que no. Originariamente, el término procede del derecho fiscal romano de la época imperial. El "classis" era alguien perteneciente a la categoría fiscal más alta. El adjetivo "classicus" fue incorporado más tarde al discurso literario-estético por el escritor romano Aulus Gellius (aproximadamente en el 175 d.C.). A partir de entonces se emplea en todos los campos de la actividad creativa. Se ha convertido en la designación de una época artística reconocida como normativa, aunque, no obstante, se ha venido utilizando ampliamente y se aplica a los representantes y las obras de diferentes épocas y géneros.

CLÁSICO COMO CONCEPTO

El término "clásico" se utiliza con frecuencia para idealizar épocas históricas. Como periodo clásico de la antigua Grecia se considera la época entre la Rebelión Jónica contra la hegemonía persa (500 a.C.) hasta la Guerra del Peloponeso (hasta 431 a.C.). En esta época se establecieron las bases de la filosofía occidental, de la medicina, de la arquitectura, de la literatura, del teatro y de la constitución política. A esta época se remonta también la diferenciación de Aristóteles entre la forma y la materia, importante también para el diseño. Cuando se trata de lo clásico en Alemania, hablamos de la literatura clásica del siglo XVIII, de Wieland, Goethe, Schiller y Herder, una confrontación dialéctica con la política y la estética de la época según el modelo de la Revolución Francesa. O bien se trata de los clásicos musicales de Viena, representados por Haydn, Mozart y Beethoven y que en la actualidad (por su sencillez y popularidad) abarcan, con el término de música clásica, varias épocas históricas de la composición musical.

La designación como clásico de TARA, la grifería creada en 1991 cuyo carácter arquetípico se ha mantenido cuidadosamente por parte del fabricante Dornbracht y del diseñador Sieger Design, podría parecer problemática a primera vista, considerando el sentido tradicional de este término. Hasta hace poco estaba extendido el término "diseño duradero", pero muchos de estos diseños duraderos han desaparecido silenciosamente del mercado últimamente. Incluso el significado tradicional del término "clásico"está desfasado. Porque es posible trabajar en un clásico, trabajar en un mito. La calidad de culto se puede conceder a un objeto y volver a retirársela. Los estándares llevan implícito el riesgo del estancamiento. El clásico, por el contrario, posee el potencial de la adaptación a los cambios de las circunstancias. Está abierto a las transformaciones. La causa de la clasificación no es un uso idiomático torpe, sino la transformación del mundo debido, por ejemplo, a la digitalización, a la aparición constante de nuevos productos y canales comerciales. En el caso de TARA también hace tiempo que existe un TARA ULTRA y el correspondiente TARA CLASSIC. El uso y el contenido del término están sometidos a un cambio vertiginoso. El atributo que determina que un producto, un servicio o una experiencia sean clásicos es una de las promesas publicitarias cuyo significado parece estar relativamente claro.

CLÁSICO COMO PROYECCIÓN

En la vida diaria estetizada, los clásicos tienen una importancia destacada. Karsten Hintz, responsable del Archivo de la tienda Bauhaus en Berlín, escribe en un artículo para el libro "Bauhaus" (Edit. Jeannine Fiedler y Peter Feierabend, Colonia 1999), inequívocamente, "nuestra imagen de la Bauhaus está plagada de reconstrucciones." Y continúa: "La selección de los objetos fabricados tiene que ver con nuestra estética actual, del mismo modo en que se han realizado los cambios." Donde más se nota es en las sillas de acero con ruedas de Breuer, que en los años 20 "se revestían originalmente con tela, nunca con cuero". Esta podía ser de un color fuerte, como el bastidor lacado; "hoy en día quizá demasiado sencillo y vivo para un clásico." Hintz añade: "Ningún producto de la Bauhaus está más sometido al fetichismo y a la postración ante el original que la lámpara Bauhaus. Y precisamente de ésta no existe "el" original. Lo que se convirtió en clásico fue un re-diseño: la hoy tan citada proporción de todas las partes se desarrolló en 1980, cuando Wagenfeld modificó la lámpara." E incluso esta modificación se ha transformado a su vez y se ha perfeccionado, para bien del producto y de sus compradores. La imagen del clásico: se produce finalmente en la mente del observador. "Formas geométricas básicas, colores primarios y abstractismo," escribe la historiadora del diseño Gerda Breuer en su libro "La invención del clásico moderno" (Stuttgart, 2001), "formaban parte en los años 60 de las nuevas convenciones de una vanguardia de artistas que estableció sus elementos para un lenguaje de las formas autónomo." De este modo, describe el espíritu de una época que ha caracterizado decisivamente nuestra imagen de la vanguardia de los años 20, haciendo referencia a ella.

AUTOSIMILITUD COMO CONCEPTO

En la industria automovilística las cualidades de clásico aumentaban con la durabilidad de los productos, apoyado por una percepción del diseño evolutiva. Muchos fabricantes intentan conseguir que la herencia del diseño de un modelo actúe en los modelos siguientes. Con el Nissan "Figaro" (una edición limitada de 1991) apareció la idea de citar épocas históricas en el diseño del automóvil. El VW New Beetle en 1998 y el New Mini en 2001 son los primeros coches en serie que adoptaron inspiraciones de conceptos clásicos. El Mini, que apareció hace 50 años, se transformó a la época actual como base de una marca de lifestyle dinámica.

Los clásicos no son algo estático. Deben cambiar en cuanto su presencia extraordinaria ya no exprese reconocimiento sino distanciamiento de la realidad. Por tanto, los clásicos requieren transformación, de vez en cuando incluso un desafío radical, tal como lo han realizado diseñadores como Alessandro Mendini y, recientemente, Marten Baas y Martino Gamper, que los han combatido a capa y espada. Así es como TARA pone en escena ahora con el Blanco y el Negro los colores abstractos de los años 60, descubriéndonos una nueva vanguardia y dejándonos espacio para resurgir.

Thomas Edelmann is a design critic and journalist, who examines the subject of design and society in his books and essays. He is also a juror for a number of design competitions.

Thomas Edelmann è critico di design e giornalista; i suoi libri e i suoi saggi sono dedicati all'approfondimento del tema Design e società. Presenzia anche come membro della giuria in numerosi concorsi di design.

Thomas Edelmann es crítico de diseño y periodista, y en sus libros y ensayos aborda el tema diseño y sociedad. Además, participa como jurado en numerosos concursos de diseño.

DORNBRACHT *the* SPIRIT *of* WATER **Transforming a classic**

Tara. White Edition

Tara. Black Edition

A bathroom with a definite classic resonance – white marble, contrasted with matt black fittings. The single-hole mixer, staged as a black icon. Matt and velvety, here TARA becomes an expression of a new avant-garde, which is not just determined by its shape, but also by the surfaces. The clear architectural colour black is thus a deliberate homage to the Bauhaus. It allows maximum contrast or maximum harmony in the bathroom.

Un bagno con esplicite citazioni classiche – marmo bianco in contrasto con rubinetterie in nero opaco. La batteria monoforo messa in scena come icona nera. Nella versione opaca e satinata, TARA diventa qui espressione di una nuova avanguardia che si definisce non solo con la forma, ma anche con la superficie. Inoltre l'inequivocabile colore nero architettonico è un omaggio voluto al Bauhaus. Consente in bagno il massimo contrasto o la massima armonia.

Un cuarto de baño con rasgos clásicos definidos: mármol blanco que contrasta con las griferías negras mate. La batería de un orificio, escenificada como icono negro. Mate y aterciopelado, TARA se convierte aquí en la expresión de una nueva vanguardia, que no sólo se define por la forma, sino también por la superficie. El claro color arquitectónico negro es un homenaje consciente a la Bauhaus. Permite lograr el máximo contraste o la máxima armonía en el cuarto de baño.

Single-hole basin mixer // Batteria monoforo lavabo // Bimando de lavabo

<
Bath mixer with shower set / Single taps // Gruppo vasca con doccetta / Rubinetti lavabo // Batería para bañera/ducha con ducha de mano / Grifos

Tara. Black Edition
Sieger Design

The TARA Black Edition cannot only be staged in a white-dominated bathroom, as shown here, but can also be used in tune with the tones of the room.

La TARA Black Edition si può mettere in scena non solo, come qui, in un bagno dominato dal bianco, ma anche tono su tono con l'ambiente.

TARA Black Edition no sólo se puede poner en escena como aquí en un baño con predominio del blanco, sino también a tono con la habitación.

Tara. White Edition

The free-standing fittings at the washstand and on the bathtub act as modern sculptures in this bathroom – erect and proud. In tune with one another, TARA WHITE EDITION and the ceramics in high-gloss white create a cosmetic bathroom bursting with light. The warm hue of the walls, a light ivory, highlights the sense of well-being, which is radiated by the light in this room.

I rubinetti a posizionamento libero di lavabo e vasca sembrano sculture moderne all'interno del bagno – ben erette e fiere. Tono su tono, TARA WHITE EDITION e la ceramica in bianco lucidissimo creano un bagno estetico a luminosità totale. La calda tonalità delle pareti, un avorio chiaro, sottolinea la sensazione di benessere che la luz irradia in questo ambiente.

Las griferías exentas en el lavabo y en la bañera parecen esculturas modernas en este cuarto de baño: esbeltas y orgullosas. En el mismo tono, TARA WHITE EDITION y la cerámica de color blanco brillante permiten crear un cuarto de baño cosmético lleno de claridad. El tono cálido de las paredes, de marfil claro, resalta el carácter de bienestar que emana la luz en este ambiente.

Two-hole bath mixer // Gruppo vasca due fori // Batería de bañera a dos orificios

<
Single-hole basin mixer // Batteria monoforo lavabo // Bimando de lavabo

Tara. White Edition
Sieger Design

Here, the contrast is created by the materials used. These can differ from one another through nuances of colour, and differentiate in terms of surface structure and texture.

Qui il contrasto nasce dai materiali utilizzati che possono variare nelle tonalità di colore e differenziarsi per la struttura e la qualità delle superfici.

Aquí el contraste se produce por medio de los materiales utilizados. Pueden variar en cuanto a los tonos de color y diferenciarse por la estructura y la textura de las superficies.

Bath shower set // Gruppo vasca 4 fori // Batería de bañera a cuatro orificios

>
Shower system with 2 valves // Doccia a stelo con 2 rubinetti // Teléfono de ducha con 2 válvulas

Tara.

A real eye-catcher: the new sculptural TARA shower system with rain shower, which reaches almost right up to the ceiling. Even more so if it is staged in combination with black marbled white marble, as shown here, which lends it a distinctive coolness. A bathroom quite clearly for strong characters. The effect of the TARA bath shower set benefits from the particularly wide bath rim. Light strips on the floor and the ceiling highlight the very clear contours of the architecture.

Un autentico richiamo: La nuova doccia scultorea a stelo TARA con soffione a pioggia che si estende quasi fino a sotto il soffitto. Tanto più se, come qui, viene allestita in combinazione con marmo bianco a venatura nera, il che le conferisce un marcato effetto cool. Chiaramente un bagno per caratteri forti. Il miscelatore TARA a quattro fori per la vasca si avvantaggia, nell'effetto, del bordo vasca particolarmente ampio. Le barre luminose sul pavimento e sul soffitto sottolineano le linee molto nette dell'architettura.

El centro de todas las miradas: el nuevo y escultural teléfono de ducha TARA con ducha de lluvia, que llega casi hasta debajo del techo. Más aún si, como en este caso, se presenta en combinación con mármol blanco jaspeado en negro, que le confiere un descaro acentuado. Un cuarto de baño claramente para un carácter fuerte. La batería de bañera a cuatro orificios TARA aprovecha el borde de la bañera, especialmente ancho, para resaltar su efecto. Los listeles de luces en el suelo y en el techo subrayan el trazado claro de la arquitectura.

Tara.
Sieger Design

The brochure for the series demonstrates the world of the refined TARA rich in contrast using lavish full-page pictures, and illustrates the complete product range. This can be downloaded at www.dornbracht.com.

La brochure della serie riproduce su ampie pagine illustrate il mondo ricco di contrasti della TARA perfezionata e riporta l'assortimento dettagliato dei prodotti. La si può scaricare dal sito www.dornbracht.com.

El folleto sobre la serie muestra en grandes imágenes el mundo de contrastes del TARA perfeccionado y presenta el extenso programa de productos. Se puede descargar en www.dornbracht.com.

Meta.02

xTool thermostat module with 3 valves / Rain shower / Body sprays / Complete hand shower set // xTool modulo termostato con 3 rubinetti / Soffione a pioggia / Soffioni laterali / Gruppo doccetta con flessibile a muro // Módulo de termostato xTool con 3 válvulas / Ducha de lluvia / Duchas laterales de masaje articuladas / Juego de ducha de mano con codo de conexión a pared

<
Single-lever bath mixer with shower set // Miscelatore monocomando vasca con doccetta // Monomando de ducha/bañera con juego de ducha de mano

Three-hole single-lever bath mixer //
Gruppo vasca tre fori con miscelatore monocomando // Batería monomando de tres orificios

Meta.02

The longer and more often one stays in a room, the more it grows in character. It is exactly the same in a bathroom. Souvenirs, accessories and decorations collect here. Brought from travels around the world, they are as different as the countries and adventures they originate from. Stone vases stand next to wooden sculptures from Africa; a candle from Diptyque in Paris meets flowers from the garden. A collage of materials at the water-point, to which you are primarily invited by the simple forms of the fittings and washstand. They create a clear foundation on which you can combine your decorative items as you wish.

Quanto più a lungo e spesso ci si intrattiene in un luogo, tanto più questo prende forma. La regola vale anche per la stanza da bagno, dove si accumulano ricordi, accessori, decorazioni. Memorie di viaggi in terre lontane, diverse tra loro come i paesi e le avventure da cui provengono. Vasi di pietra affiancano sculture africane in legno, una candela parigina di Diptyque si contrappone ai fiori del giardino. Un collage di materiali diversi, attorno alla fonte esalta le forme lineari di rubinetteria e lavabo diventando base essenziale su cui realizzare con fantasia combinazioni e decorazioni.

Cuanto más tiempo y más a menudo pasa uno en un espacio, más forma toma ese espacio.Y no es diferente en el caso del baño. Se acumulan recuerdos, accesorios, decoraciones. Lo que se trae de viajes por todo el mundo es tan variado como esos países y aventuras. Floreros de piedra se sitúan junto a esculturas de madera de África, una vela de Diptyque de París se encuentra con flores del jardín. Un collage de materiales en el punto de agua al que invitan ante todo las formas simples de la grifería y el lavabo. Logran una clara base a partir de la cual se puede combinar y decorar a voluntad.

Single-lever basin mixer // Miscelatore monocomando lavabo // Monomando de lavabo

<
Single-lever basin mixer // Miscelatore monocomando lavabo // Monomando de lavabo

META.02
Sieger Design

META 02, with its minimalist design, captures a variety of different trends. Objects and materials used like a collage, and light woods with an almost Scandinavian feel, combine to form a friendly atmosphere.

Con il suo design minimalista META 02 si integra perfettamente con gli stili più eterogenei. Un collage di oggetti e materiali differenti, legni chiari dagli effetti quasi scandinavi si combinano tra loro in un'atmosfera conviviale.

El META 02 recoge, con su diseño minimizado, las más diversas pautas. Los objetos y materiales colocados como si de un collage se tratara y las maderas claras con un aire casi escandinavo se pueden combinar en un ambiente agradable.

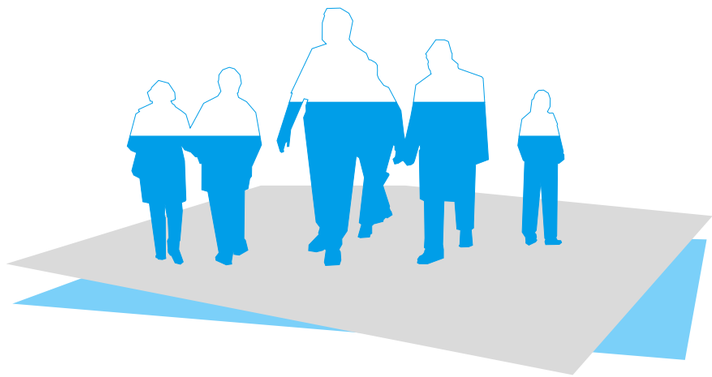
CULT, ART AND CATASTROPHE – NEVER HAVE THEY LAIN SO CLOSELY TOGETHER AS NOW.

CULTO, ARTE E CATASTROFE – NON SONO MAI STATI COSÌ CORRELATI COME IN QUESTI TEMPI.

CULTO, ARTE Y CATÁSTROFE: NUNCA ANTES HABÍAN ESTADO TAN RELACIONADOS COMO HOY EN DÍA.

Water – cultural attributes

Text Oliver Herwig
Illustrations Michael Pichler



Water, nature's most valuable commodity, is becoming scarce. Climate change is bringing flood and drought upon us. While politics remain silent, architecture, town planning and art have already responded. Evening falls over Las Vegas, the most amazing city in the universe. Cirrus clouds burn away and a light breeze stirs. After sunset, the Strip comes to life, even though the dry heat still has people mopping their brows as it tries to squeeze the last drop of moisture out of every pore. Air conditioning systems run at full throttle, fans rotate in time with the flashing neon signs. After Venice and Amsterdam, Las Vegas embodies the modern dream of taming nature. People strolling along Las Vegas Boulevard spare no thought for the fact that beneath the asphalt lies nothing but sand and that a network of water pipes and sprinkler systems runs beneath the perfectly manicured lawns.

To dive into the Versailles of pop culture, "to disappear into any one of the casinos", which Jean Baudrillard went into raptures about, is like jumping into an ice bucket. Gondoliers wend their way through cool canals, ice cubes crack in Coke, but nothing can compare with the neo-baroque fountains of the Bellagio. They portray the ultimate achievement in popular culture.

When the water ballet resounds and 1203 jets shoot their spray with perfect precision into the desert sky, it becomes clear that water is a luxury; water is power. In an orgy of eruptions, pressurized cannons shoot fountains almost 80 metres high into the sky. The air smells fresh, mist wafts over the lake as though being sprayed from an oversized perfume atomiser and curious onlookers wander on into the casino.

Water and culture have always been one. The Roman emperors erected giant aqueducts, opened spas and staged battles for the common people of ancient Rome. Ritual cleansing and profane frenzy lived side-by-side long before the Germans began sunbathing at the "Teutonengrill" stretch of Italian Adriatic beach, and wellness oases appeared on the scene.

Up to around 70% of our body consists of water and during the course of our 80 years of life we shall flush almost 50,000 litres of it through our kidneys. Water is currently our most precious commodity to which we can no longer be indifferent, since climate change is repaying us with drought and floods. Tomorrow's losers are already on the brink of exhaustion today. While our average daily consumption stagnates at around 130 litres, around 63% of the population in Uganda have no access to clean water. And only half have access to good sanitation. Such water extravagance is therefore all the more astonishing.

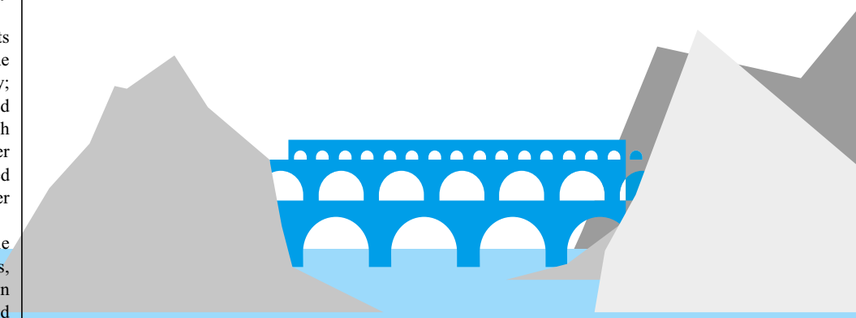
76,000 palm trees and shrubs alone were planted in 1996 on the Siegfried and Roy Plaza. Water is the key to Las Vegas's rapid growth. Around 1900, today's city with a population of a million was just pasture land. However on 16 May 1905, a special train brought speculators to a property auction in no-man's land, where a town soon sprang up. This town legalized gambling in 1933, attracting the first soldiers of fortune from 250 kilometres away in Los Angeles.

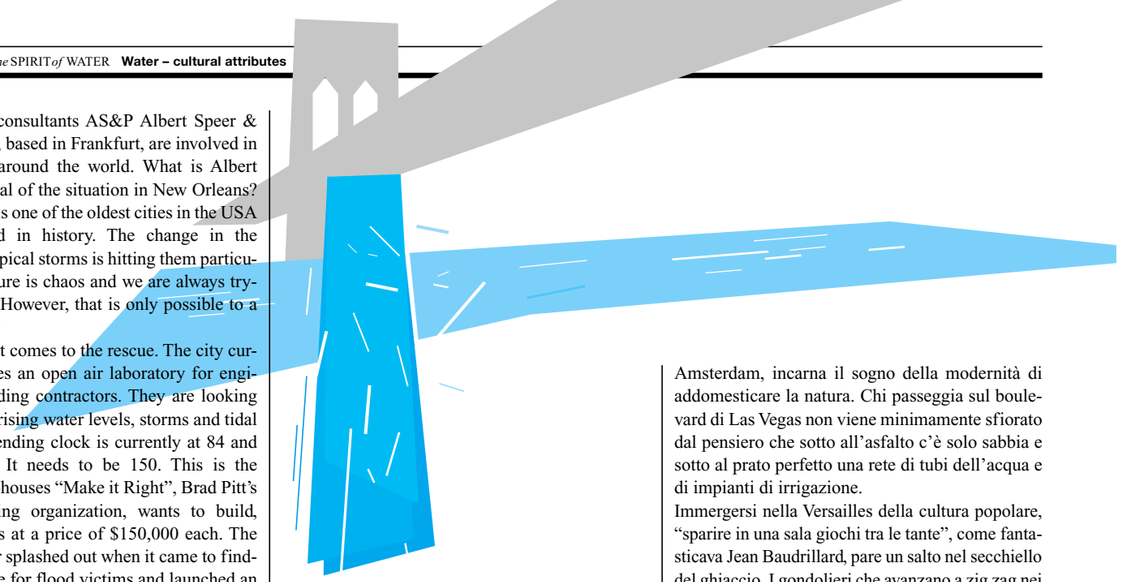
The Colorado River provides water and cheap energy. However, the Hoover Dam proved to be the Achilles heel of Las Vegas way back. The falling level of the Colorado River left behind a rock face so white it looked as though it had been coated in guano. "The five years since 1999 have officially been the driest in 98 years," stated the New York Times on 2 May 2004 and saw indications of a dramatic drought that would appear to be an anomaly in the 20th century, where water was abundant.

Indications proliferated that the west of the USA was drying up. And the city of casinos, where everything appears to be possible, responded. Nowadays a water agency is ensuring the controlled shrinkage of lawns and golf courses. The Bellagio water ballet now operates using flush water. The booming metropolitan region is adapting to a future of having to manage with watering less.

Water is becoming a curse. Either there isn't enough of it, or else it comes in a deluge, in the form of floods and tidal waves. Climate experts fear that the sea level could rise by more than half a metre by the end of this century. At first, water will engulf settlements and river deltas of developing countries. Then it will seep into all the harbour dykes, finding the weak spots and flooding the hinterland. Nothing could be worse, since almost half of mankind lives huddled within a 100 kilometre-wide stretch of coast.

Who can forget Katrina, the hurricane which swept over New Orleans on 28 August 2005? Who can forget the city's desperate population housed in the Superdome, flooded homes and dramatic helicopter rescue attempts? Unless we are completely mistaken, New Orleans has learnt some drastic lessons from its misfortune. This summer, the Mayor ordered an immediate evacuation when tropical storms threatened to hit the city.





The planning consultants AS&P Albert Speer & Partner GmbH, based in Frankfurt, are involved in city planning around the world. What is Albert Speer's appraisal of the situation in New Orleans? "New Orleans is one of the oldest cities in the USA and is steeped in history. The change in the strengths of tropical storms is hitting them particularly hard. Nature is chaos and we are always trying to tame it. However, that is only possible to a certain extent."

Another project comes to the rescue. The city currently resembles an open air laboratory for engineers and building contractors. They are looking for answers to rising water levels, storms and tidal waves. The spending clock is currently at 84 and keeps ticking. It needs to be 150. This is the number of eco-houses "Make it Right", Brad Pitt's non-profitmaking organization, wants to build, houses on stilts at a price of $150,000 each. The Hollywood star splashed out when it came to finding a new home for flood victims and launched an international competition.

13 companies presented their first drafts last year, including Adjaye Associates, Shigeru Ban Architects, MVRDV and Brad Pitt's housebuilder, Graft from Berlin. Houses under the brand name of "Mr Right" should not only be affordable, they should above all be storm proof and have three rooms safely constructed on a platform with a veranda 2 1/2 metres above the ground, so that the water can flow underneath the house. Only the car must remain below.

If you click through the drafts, you will see some highly imaginative, some comical houses on stilts, but the most way-out has to be the escape house by MVRDV, which has just been exhibited in the Aedes Architecture Gallery in Berlin: the Dutch created an accessible image of destruction, a house that had been completely wrecked by the impact of the storm, in the form of a giant American mailbox. Pressed in the centre by huge forces, the ends of the mailbox leap panic stricken into the air. Windows, balcony, doors – all odd shapes and at odd angles. A real "escape house".

While architecture and urban development revolve around new solutions, art perhaps gives a vital contribution to a new global way of thinking. It can change approaches and make it clear how dependent we are on water. The laundry business alone is said to use 42 million cubic metres of washing water and 60 petajoules (PJ) of energy per year. It is no coincidence that more and more art promotions are placing water at centre-stage, whether it be Olafur Eliasson filling an entire gallery with 6 tonnes of ice from Iceland'sVatnajökull glacier's lagoon Jökulsárlón on the island's south coast, or constructing an artificial waterfall outside Manhattan or Roni Horn constructing a "Water Library" in Reykjavik: 24 glass pillars filled with Icelandic glacier ice. Melting ice giants, an "Endgame gesture", comments the artist.

Back in 1987, Andreas Gursky defined the "Ratingen Swimming Pool" as the epitome of our modern leisure society. However, with the "James Bond Islands", he created a mega-image of the modern world. Gursky is not the first globalization photographer; however he is one of the most important. His view of the world is like looking at everything through a telescope floating in outer space. The photographer once said that his aim is to portray the "essence of reality"; what he unveiled in the hyperreal "James Bond Islands", shows panoramas of a fragile creation in all their surreal depth of field. While Gursky has revolutionized the horizons of digital photography both technically and as regards content, there is an increasing desire to preserve what is real: in Vietnam, Ratingen and Las Vegas.

Water, our most precious raw material, will continue to occupy our thoughts. However what was once only cult and enjoyment, now has a new and deeply human dimension. It is a matter of moderating the worst consequences of climate change. Initially, it is about the dawn of realization. For that we need more art, architecture and design, not less.

L'acqua, il bene più prezioso della natura, scarseggia. Il cambiamento climatico ci riserva inondazioni e siccità. Mentre il mondo politico tace, architetti, pianificazione urbanistica e arte hanno già reagito. Cala la sera su Las Vegas, la città più sorprendente al mondo. I cirri si sfaldano, tira una leggera brezza. La Strip si anima dopo il tramonto, anche se il caldo secco continua a fare sudare la fronte e sembra far uscire dai pori le ultime gocce di umidità. Gli impianti di refrigerazione pompano al massimo, i ventilatori girano al ritmo delle reclame al neon. Las Vegas, dopo Venezia e Amsterdam, incarna il sogno della modernità di addomesticare la natura. Chi passeggia sul boulevard di Las Vegas non viene minimamente sfiorato dal pensiero che sotto all'asfalto c'è solo sabbia e sotto al prato perfetto una rete di tubi dell'acqua e di impianti di irrigazione.

Immergersi nella Versailles della cultura popolare, "sparire in una sala giochi tra le tante", come fantasticava Jean Baudrillard, pare un salto nel secchiello del ghiaccio. I gondolieri che avanzano a zig zag nei canali rinfrescati artificialmente, i cubetti di ghiaccio scricchiolanti nella cola, nulla però si può paragonare ai giochi d'acqua neobarocchi del Bellagio. Essi mostrano la cultura popolare al culmine della perfezione.

Quando risuona il balletto d'acqua e i 1203 ugelli scagliano spruzzi perfetti nel cielo del deserto, tutto è chiaro: l'acqua è lusso, l'acqua è potere. I cannoni ad aria compressa piantano nel cielo fontane alte quasi 80 metri in eruzioni orgiastiche. L'aria profuma di fresco, le goccioline si spandono sul mare come uscite da un nebulizzatore di profumo ultradimensionale e i curiosi sciamano verso il casinò.

Acqua e culto sono sempre stati un tutt'uno. I cesari di Roma costruirono acquedotti giganteschi, aprirono terme e allestirono spettacoli di battaglie per la plebe La pulizia rituale e la sfrenatezza profana erano già un abbinamento perfetto, molto prima che arrivassero le turiste tedesche in massa e le oasi benessere.

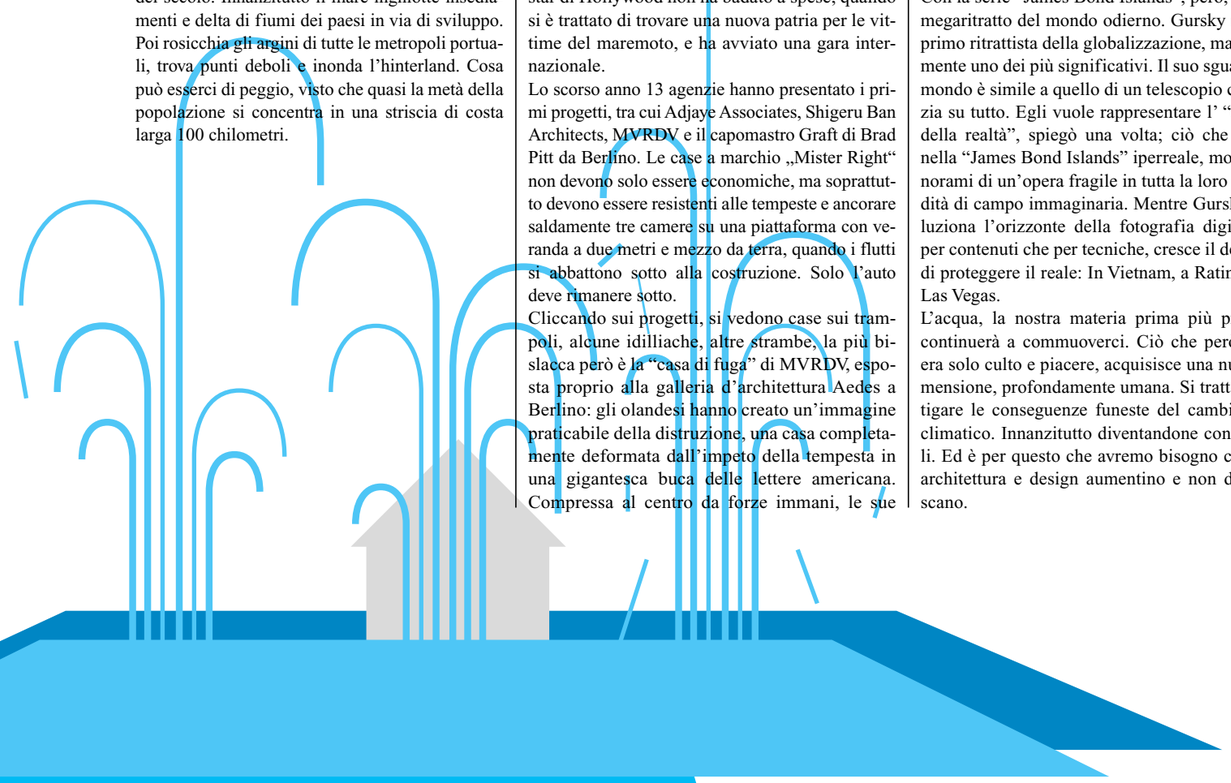
Il nostro corpo è composto per circa il 70 percento d'acqua, in ottant'anni di vita i nostri reni ne filtrano quasi 50.000 litri. L'acqua è al momento la sostanza più preziosa e, da quando il cambiamento del clima ci riserva alternativamente siccità e diluvi, non è più un elemento neutro. I perdenti di domani sono già oggi al limite dell'esaurimento. Mentre il nostro consumo medio stagna intorno ai 130 litri giornalieri, circa il 63 percento degli abitanti dell'Uganda non ha accesso a sorgenti d'acqua pulita. E solo la metà può usare impianti sanitari. Ancora più sorprendente è l'effetto dello spreco idrico.

Nel 1996 sulla Siegfried and Roy Plaza sono state piantate 76.000 unità tra palme e cespugli. L'acqua è la chiave della rapidissima crescita di Las Vegas. Nel 1900 la cittadina milionaria di oggi non era altro che terra da pascolo. Ma già il 16 maggio 1905, un treno speciale portò un gruppo di speculatori edilizi nella terra di nessuno, dove sorse presto una città che nel 1933 legalizzò il gioco d'azzardo e attrasse i primi avventurieri da Los Angeles, distante circa 250 chilometri.

Il Colorado River fornisce acqua ed energia a buon mercato. Da tempo però la diga di Hoover mostra il tallone di Achille di Las Vegas. Il livello in calo del Colorado River ha fatto emergere pareti di roccia bianche che sembrano coperte di guano. "I cinque anni trascorsi dal 1999 sono stati ufficialmente i più aridi in 98 anni", rammentava il New York Times il 2 maggio 2004 e vedeva avvisaglie di una siccità drammatica che il XX secolo, ricco d'acqua, faceva apparire come una rara eccezione.

Aumentano i segnali che la parte occidentale degli USA si sta prosciugando. E la città del gioco, dove tutto pare possibile, reagisce. Nel frattempo un'agenzia idrica fa ridurre in modo controllato le superfici a prato e i campi da golf. Il balletto d'acqua di Bellagio funziona con la sciacquatura dei piatti. La regione metropolitana in espansione si prepara a cavarsela in futuro con meno irrigazione.

L'acqua diventa una maledizione. O manca, o arriva in eccedenza sotto forma di diluvi e onde anomale. Gli esperti di clima temono che il livello del mare possa salire di oltre mezzo metro entro la fine del secolo. Innanzitutto il mare inghiotte insediamenti e delta di fiumi dei paesi in via di sviluppo. Poi rosicchia gli argini di tutte le metropoli portuali, trova punti deboli e inonda l'hinterland. Cosa può esserci di peggio, visto che quasi la metà della popolazione si concentra in una striscia di costa larga 100 chilometri.



Chi ricorda Katrina, l'uragano che il 28 agosto 2005 si abbatté su New Orleans, i cittadini disperati nel Superdome, le case inondate e le drammatiche operazioni di salvataggio con gli elicotteri? Non ci sono dubbi, la nuova New Orleans ha tratto insegnamenti drastici da quella sciagura. Quest'estate il sindaco ha ordinato un'evacuazione immediata, quando le tempeste tropicali hanno cominciato ad avvicinarsi alla città.

La agenzia AS&P Albert Speer & Partner GmbH di Francoforte progetta città in tutto il mondo. Come giudica Albert Speer la situazione di New Orleans? "New Orleans è una delle città più vecchie degli USA, anche di una certa rilevanza dal punto di vista storico. I cambiamenti nella forza delle tempeste tropicali la colpiscono duramente. La natura è caos e noi tentiamo sempre di addomesticarla, però ci riusciamo solo in parte."

La salvezza è offerta da un altro progetto. Al momento la città sembra un laboratorio all'aria aperta per ingegneri e costruttori edili che cercano risposte su livelli dell'acqua in ascesa, tempeste e onde anomale. L'orologio delle donazioni è su 84 e continua a fare tic tac. Deve arrivare a 150. Tante sono le case ecologiche volute dall'associazione di pubblica utilità „Make it Right" di Brad Pitt, palafitte da 150.000 dollari l'una. La star di Hollywood non ha badato a spese, quando si è trattato di trovare una nuova patria per le vittime del maremoto, e ha avviato una gara internazionale.

Lo scorso anno 13 agenzie hanno presentato i primi progetti, tra cui Adjaye Associates, Shigeru Ban Architects, MVRDV e il capomastro Graft di Brad Pitt da Berlino. Le case a marchio „Mister Right" non devono solo essere economiche, ma soprattutto devono essere resistenti alle tempeste e ancorare saldamente tre camere su una piattaforma con veranda a due metri e mezzo da terra, quando i flutti si abbattono sotto alla costruzione. Solo l'auto deve rimanere sotto.

Cliccando sui progetti, si vedono case sui trampoli, alcune idilliache, altre strambe, la più bislacca però è la "casa di fuga" di MVRDV, esposta proprio alla galleria d'architettura Aedes a Berlino: gli olandesi hanno creato un'immagine praticabile della distruzione, una casa completamente deformata dall'impeto della tempesta in una gigantesca buca delle lettere americana. Compressa al centro da forze immani, le sue estremità saltano in aria come colte dal panico. Finestre, balconi, porte – tutto deformato e messo fuori posto. Una vera e propria "escape house".

Mentre architettura ed edilizia urbana girano attorno a nuove soluzione, l'arte offre un contributo, forse decisivo, a un modo di pensare nuovo e globale. Essa può modificare i modi di vedere e rendere manifesto quanto dipendiamo dall'acqua. Nei soli impianti di lavaggio industriale pare vengano consumati ogni anno 42 milioni di metri cubi di acqua e 60 petajoule (PJ) di energia. Non è casuale l'aumento di iniziative artistiche incentrate sull'acqua che spaziano da Olafur Eliasson che riempie un'intera galleria con sei tonnellate di ghiaccio del ghiacciaio Vatnajökull proveniente del lago Jökulsárlón sulla costa meridionale islandese, all'erezione di cascate artificiali di fronte a Manhattan o a Roni Horn che allestisce una "Biblioteca dell'acqua" a Reykjavík : 24 colonne vitree, riempite di ghiaccio proveniente dalle terre islandesi. Giganti di ghiaccio che si sciolgono, un "gesto da partita finale", commenta l'artista.

Già nel 1987, Andreas Gursky definì la "Swimming Pool" di Ratingen come la quintessenza della nostra società moderna del divertimento. Con la serie "James Bond Islands", però, creò un megaritratto del mondo odierno. Gursky non è il primo ritrattista della globalizzazione, ma sicuramente uno dei più significativi. Il suo sguardo sul mondo è simile a quello di un telescopio che spazia su tutto. Egli vuole rappresentare l' "essenza della realtà", spiegò una volta; ciò che espone nella "James Bond Islands" iperreale, mostra panorami di un'opera fragile in tutta la loro profondità di campo immaginaria. Mentre Gursky rivoluziona l'orizzonte della fotografia digitale sia per contenuti che per tecniche, cresce il desiderio di proteggere il reale: In Vietnam, a Ratingen e a Las Vegas.

L'acqua, la nostra materia prima più preziosa, continuerà a commuoverci. Ciò che però prima era solo culto e piacere, acquisisce una nuova dimensione, profondamente umana. Si tratta di mitigare le conseguenze funeste del cambiamento climatico. Innanzitutto diventandone consapevoli. Ed è per questo che avremo bisogno che arte, architettura e design aumentino e non diminuiscano.

El agua, el bien más preciado de la naturaleza, es cada vez más escasa. El cambio climático nos trae inundaciones y sequías. Mientras que la política calla, la arquitectura, el urbanismo y el arte ya han reaccionado. Atardecer en Las Vegas, probablemente la ciudad más asombrosa del Universo. Los cirros adquieren un color rojo incandescente, sopla una ligera brisa. Tras la puesta de sol so se anima “la Franja”, aunque el calor seco provoque que el sudor surque la frente y parezca que los poros expulsen hasta la última gota de humedad. Los aires acondicionados funcionan a pleno rendimiento, los ventiladores giran al ritmo de los anuncios de neón. Después de Venecia y de Ámsterdam, Las Vegas representa el sueño de la modernidad de domar a la naturaleza. Quien pasee a lo largo de las avenidas de Las Vegas no piensa en ningún momento en que bajo el asfalto solo hay arena y bajo un césped impecable, una red de conducciones de agua y aspersores.

Sumergirse en el Versalles de la cultura pop, “desaparecer en alguno de los salones de juego”, algo que anhelaba Jean Baudrillard, se parece a dar un salto dentro de un cubo de hielo. Por aquí navegan gondoleros en canales refrigerados, por allá crujen los trozos de hielo en la Cola, pero nada es comparable con los juegos de agua neobarrocos del Bellagio. Muestran la cultura pop en su último estadío.

Cuando suena el ballet acuático y los 1203 chorros lanzan la espuma hacia el cielo del desierto queda bien claro: el agua es lujo, el agua es poder. En erupciones orgiásticas los cañones de aire a presión lanzan los chorros de agua hacia el cielo a casi 80 metros de altura. El aire huele a frescor, la neblina sopla por el lago como si saliera de atomizadores de perfume de enormes dimensiones, y riadas de curiosos se acercan hasta el casino.

Agua y cultura siempre han sido una misma cosa. Los Césares de Roma hicieron construir acueductos enormes, abrieron termas y organizaban batallas de gladiadores para la plebe curiosa. La limpieza ritual y la furia profana ya estaban unidas mucho antes de que los turistas alemanes abarrotaran las playas del sur de Europa y aparecieran los oasis del bienestar. Cerca del 70% de nuestro cuerpo es agua, a lo largo de una vida de 80 años, nuestros riñones filtran casi 50.000 litros. El agua es el material más preciado de hoy en día, y ya no es una cosa de poca importancia desde que el cambio climático nos trae sequías y diluvios de forma cíclica. Los perdedores del mañana ya están hoy casi al borde de la extenuación. Mientras que nuestro consumo diario medio se sitúa en 130 litros, un 63% de la población de Uganda no tienen acceso al agua limpia. Y solo la mitad pueden utilizar instalaciones sanitarias. Aún más llamativo es el derroche de agua.

En 1996 se plantaron 76.000 palmeras y arbustos en la Siegfried and Roy Plaza. El agua es la clave del rápido crecimiento de Las Vegas. En torno al año 1900, esta ciudad densamente poblada no era más que un pastizal. Pero el 16 de mayo de 1905 llegó un tren especial con especuladores para una subasta inmobiliaria en tierra de nadie, en donde pronto se levantó una ciudad que en 1933 legalizó los juegos de azar y que atrajo a los primeros jugadores de Los Ángeles, situada a 250 kilómetros de distancia.

El río Colorado proporciona agua y energía barata. Pero hace tiempo que la Presa Hoover muestra el talón de Aquiles de Las Vegas. El nivel descendiente del río Colorado ha dejado blancos los muros de roca como si estuvieran cubiertos de guano. “Los cinco años posteriores a 1999 son oficialmente los más secos en 98 años”, advirtió el New York Times el 2 de mayo de 2004 y advirtió signos de una terrible sequía que hace pensar que el siglo XX, tan rico en agua, ha sido una gran excepción. Aumentan los indicios de que el Oeste de los EE.UU. se está desertizando. Y la ciudad de los jugadores en la que todo parece posible está reaccionando. Ahora un organismo regulador del agua está reduciendo de forma controlada las superficies de césped y los campos de golf. El ballet acuático del Bellagio ya funciona con agua procedente de fuentes de lavado. La región metropolitana en pleno auge se prepara para hacer frente al futuro con menos riegos. El agua se convierte en una maldición. O falta o llega en exceso con un diluvio o una inundación. Los expertos en el clima temen que el nivel del agua del mar aumente medio metro hasta finales del siglo. El mar engullirá primero los asentamientos y deltas de los ríos de los países en vías de desarrollo. Después roerá todos los diques de las metrópolis portuarias, dará con los puntos débiles e inundará las tierras del interior. Nada podría ser peor, pues casi la mitad de la humanidad se asienta en una franja costera de 100 km de anchura.

¿Quién no se acuerda del Katrina, aquel huracán que azotó Nueva Orleans el 28 de agosto de 2005, de los ciudadanos aturdidos en el Superdome, de las casas inundadas y de los dramáticos rescates con helicópteros? Todo parece indicar que la nueva ciudad de Nueva Orleans ha aprendido la lección a partir de la desgracia. Este verano, el alcalde ordenó la inmediata evacuación de la población cuando se acercaban a la ciudad las terribles tormentas tropicales.

La oficina AS&P Albert Speer & Partner GmbH, de Fráncfort, planifica ciudades en todo el mundo. ¿Cómo califica Albert Speer la situación en Nueva Orleans? “Nueva Orleans es una de las ciudades más antiguas de los EE.UU., además de una de las ciudades con más historia. Los cambios de intensidad de las tormentas tropicales le afectan especialmente. Naturaleza es caos y nosotros intentamos domarla una y otra vez. Pero lo conseguimos solo de forma limitada”.

La salvación reclama un proyecto diferente. Actualmente la ciudad se parece a un laboratorio al aire libre para ingenieros y arquitectos. Buscan respuestas al creciente nivel del ruido, las tormentas y las inundaciones. El marcador de los donativos señala 84 y sigue aumentando. Tiene que llegar a 150. Tantas casas ecológicas quiere construir la asociación sin ánimo de lucro “Make it Right” de Brad Pitt, palafitos a un precio de 150.000 dólares por unidad. La estrella de Hollywood no quería ahorrar cuando se trataba de encontrar un nuevo hogar para las víctimas de las inundaciones y organizó un concurso internacional.

13 oficinas presentaron el año pasado los primeros bocetos, entre ellas Adjaye Associates, Shigeru Ban Architects, MVRDV y Graft, el constructor de la casa de Brad Pitt, de Berlín. Las casas de la marca “Mister Right” no solo tienen que ser económicas, sino que también deben ser resistentes a las tormentas y anclar con seguridad sobre el suelo tres habitaciones sobre una plataforma con una veranda de dos metros y medio, mientras que las olas pasan por debajo de la casa. Únicamente el coche tiene que quedarse por debajo.

Quien quiera navegar por Internet a través de los diseños verá algunas casas elevadas de ensueño, algunas extravagantes, pero la que más destaca es la “casa escapatoria” de MVRDV que actualmente se expone en la galería de arquitectura berlinesa Aedes: los holandeses crearon una imagen transitable de la destrucción, una casa completamente deformada por la furia de la tormenta con la forma de un buzón americano gigante. Como presionada por el centro por fuerzas gigantes, sus extremos se lanzan hacia el aire como en un momento de pánico. Ventanas, balcón, puertas: todo deformado y fuera de su equilibrio. Una verdadera “escape house”.

Mientras que la arquitectura y el urbanismo buscan nuevas soluciones, el arte aporta probablemente la contribución más decisiva a una nueva forma de pensamiento global. Puede cambiar los puntos de vista y dejar claro lo dependientes que somos del agua. Tan solo en las lavanderías industriales se consumen al año 42 millones de metros cúbicos de agua y 60 petajulios (PJ) de energía. No es casualidad que cada vez más actos artísticos sitúen al agua en el centro de atención, ya sea Olafur Eliasson llenando toda una galería con seis toneladas de hielo del glaciar Vatnajökull en la costa del sur de Islandia, colocando cascadas de agua artificiales delante de Manhattan o como Roni Horn construyendo en Reikiavik una “Biblioteca del Agua”: 24 columnas de cristal llenas de hielo de glaciares islandeses. Gigantes de hielo deshaciéndose, un “gesto del juego final”, comenta la artista.

Ya en 1987 Andreas Gursky fijó la “Swimming Pool” de Ratingen como el prototipo de nuestra moderna sociedad del ocio. Pero con las “James Bond Islands” creó una “mega-imagen” del mundo actual. Gursky no es el primer fotógrafo de la globalización, pero quizás sea uno de los más importantes. Su mirada del mundo se parece a la de un telescopio suspendido en el Universo. Quiere representar la “esencia de la realidad”, dijo una vez este creador de imágenes; lo que despliega en sus hiperrealistas “James Bond Islands” muestra con toda su irreal nitidez ciertos panoramas de frágil creación. Mientras Gursky revoluciona el horizonte de la fotografía digital, tanto desde el punto de vista del contenido como del técnico, aumenta el deseo de proteger lo real: en Vietnam, en Ratingen y en Las Vegas.

El agua, nuestra materia prima más valiosa, nos seguirá moviendo. Pero lo que antes no era más que culto y gozo, ahora ha adquirido una nueva dimensión mucho más humana. Se trata de atenuar las peores consecuencias del cambio climático. Se trata, en primer lugar, de concienciación. Para ello necesitaremos más arte, más arquitectura, más diseño, nunca menos.

Oliver Herwig is a design theorist and architectural critic. He writes for the Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, GQ, Monopol and Stern and is the author of a book entitled “Water/Wasser: The Unity of Art and Science”, in collaboration with Axel Thallemer.

Oliver Herwig è un teorico in materia di design e un critico nel campo dell’architettura. Scrive per Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, GQ, Monopol e Stern, inoltre è autore del libro “Water/ Wasser: The Unity of Art and Science”, in collaborazione con Axel Thallemer.

Oliver Herwig es teórico del diseño y crítico de arquitectura. Escribe para Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, GQ, Monopol y Stern y es autor del libro “Water/Wasser: The Unity of Art and Science” en colaboración con Axel Thallemer.

Photographed by Jesse Frohman

PERFORMING SHOWER

Water which falls like rain, plunges like a waterfall, or that rises from a spring.
The shower as an experience, as an energetic recharging station. Daily happiness.

Acqua che scroscia come pioggia, precipita come una cascata. Oppure sgorga da una sorgente.
La doccia come esperienza, come sosta di ricarica energetica. Felicità quotidiana.

El agua, que fluye como la lluvia, cae como una cascada. O una fuente que emana.
La ducha como experiencia, como estación para recargar energía. Felicidad diaria.

DORNBRACHT
BALANCE MODULES

As architectural solutions, the BALANCE MODULES fit into any high-quality bathroom ambiance and can be arranged with all the Dornbracht fittings series in any combination – both in terms of design and technology.

I BALANCE MODULES, in quanto soluzioni architettoniche, si inseriscono in qualsiasi ambiente bagno di grande valore e si possono combinare liberamente – dal punto di vista sia formale che tecnico – con tutte le serie di rubinetterie Dornbracht.

Como soluciones arquitectónicas, los BALANCE MODULES se integran en todos los ambientes del cuarto de baño de alto nivel y se pueden combinar libremente con todas las series de griferías de Dornbracht, tanto en lo que se refiere a la forma como a la técnica.

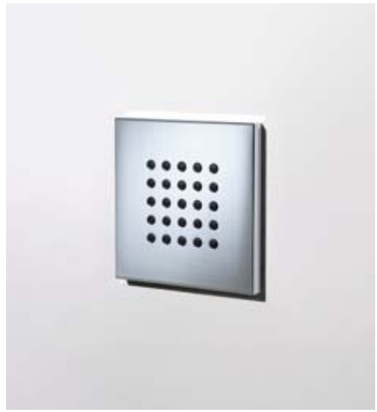
Photography Jesse Frohman

BALANCE MODULES

The bathroom is that place within the home, where it is possible to withdraw, find peace and come to terms with yourself. With the BALANCE MODULES, anyone can arrange this room to suit their individual rituals and moods. With WATER SHEET the water flows in a wide cascade as if from a natural spring and with WATER FALL it falls down as if out of a stylized riverbed. WATER POINTS and the new WATER BAR give the encounter with the element of water a new dimension: the body is wrapped on all sides in languorous, warming or refreshing, cooling water.

All'interno della casa, il bagno è il luogo per isolarsi, trovare pace, raggiungere uno stadio di purezza con se stessi. Con i BALANCE MODULES ognuno può crearsi questo spazio per i propri rituali personali e i propri stati d'animo. Così con WATER SHEET l'acqua fluisce con un grande getto come da una sorgente in mezzo alla natura e con WATER FALL cade come da un alveo stilizzato. WATER POINTS e il nuovo WATER BAR danno un'ulteriore dimensione all'incontro con l'elemento acqua: il corpo viene avvolto su tutti i lati in acqua calda piacevole o fredda corroborante.

El baño es el lugar dentro de la casa para aislarse, para encontrar tranquilidad, para verse a sí mismo de una manera pura. Con los BALANCE MODULES cada uno puede crear este espacio para sus rituales individuales y estados de ánimo. Por ejemplo, el agua fluye en la WATER SHEET como en una fuente en plena naturaleza, con un chorro ancho, y en la WATER FALL cae como en un lecho de río estilizado. Los WATER POINTS y el nuevo WATER BAR otorgan otra dimensión al elemento agua: el cuerpo se envuelve por todas partes en agua cálida y agradable o fría y refrescante.



WaterSheet (top left // in alto a sinistra // arriba a la izquierda) / WaterPoints (top right // in alto a destra // arriba a la derecha) /
WaterBar (bottom left // in basso a sinistra // abajo a la izquierda) / WaterFall (bottom right // in basso a destra // abajo a la derecha)

<
WaterSheet

BigRain (top // in alto // arriba) /
JustRain (bottom // in basso // abajo)

>
RainSky

BALANCE MODULES

RAIN SKY blurs the boundaries between fitting and architecture and brings the experience of natural rain into the bathroom. Water falls under its own weight, as it does in nature. Rain curtain, head and body shower immerse the body in a comforting rain shower. Equally, the modules BIG RAIN and JUST RAIN are totally focussed on their task: the experience of rain.

Il RAIN SKY allenta i confini tra rubinetteria e architettura e porta in bagno l'esperienza della pioggia naturale. L'acqua cade verdo il basso solo per la forza di gravità, come in natura. Cortina di pioggia, getto doccia sul corpo e sul capo immergono il corpo un un piacevole scroscio di pioggia. Anche i due moduli BIG RAIN e JUST RAIN si concentrano sul loro compito: l'esperienza pioggia.

El RAIN SKY elimina la frontera entre la grifería y la arquitectura, llevando al cuarto de baño la experiencia de la lluvia natural. Igual que en la naturaleza, el agua cae únicamente a través de la fuerza de la gravedad. La cortina de lluvia, la ducha corporal y la ducha para la cabeza sumergen al cuerpo en un agradable chubasco. También los dos módulos BIG RAIN y JUST RAIN se concentran totalmente en su misión: la experiencia de la lluvia.

PERFORMING SHOWER

The brochure "Performing Shower" stages the experience of water in the shower using lavish full-page pictures. Water that falls like rain, flows like a waterfall or comes bubbling as if out of a natural spring. The brochure is available for download at www.dornbracht.com.

La brochure Performing Shower mette in scena in grandi mondi illustrati l'esperienza dell'acqua nella zona doccia. Acqua che cade come pioggia, si riversa come una cascata o sgorga come da una sorgente. La brochure si può scaricare dal sito www.dornbracht.com.

El folleto "Performing Shower" pone en escena con grandes imágenes la experiencia del agua en la zona de la ducha. El agua, que cae como la lluvia, se derrama como una cascada o brota como en una fuente. El folleto se puede descargar en la página www.dornbracht.com.

TOGETHER

Giving and taking, co-operation is enrichment whichever way you look at it.
With partners, projects develop that move into new areas.

Dare e avere. Collaborazione è sinonimo di ricchezza, sotto ogni punto di vista,
e i progetti che nascono quando si lavora insieme riescono sempre a spingersi oltre.

De dar y recibir: las cooperaciones significan, a todas luces, un enriquecimiento.
Junto a socios nacen proyectos que avanzan en nuevos terrenos.

ANDRÉE PUTMAN,
A LIVING LEGEND 176

NEW STANDARDS 190

Photography (detail) Jesse Frohman

J'étais une rebelle

Andrée Putman

in conversation with PETRA SCHMIDT

Illustrations Manu Burghart

Paris is on strike. A city in exceptional circumstances. The Paris metro and trains have stopped running. However, Andrée Putman doesn't appear to be very troubled by this chaos. She is running late and even she has had problems with the difficult transport situation and obviously also has a lot of appointments. Despite all this, the 82-year old remains calm. She is, and remains, the "grande dame" in all situations.

International boutique hotels are the speciality of Andrée Putman's design studio. This comes as no surprise seeing as she was the one who designed the Morgans Hotel, which was the world's first boutique hotel. She has just completed work on a luxury boutique apartment hotel in Hong Kong which is named after her. The Putman is a luxury apartment hotel that has been designed with business travellers in mind who value the service provided by a hotel but want to live as if they are at home.

Anyone who thinks it unusual for a designer to receive a tribute of this kind doesn't know Putman. She has been a veritable heavyweight in the design world for decades now and is considered to be a great expert on issues of style. She was the one who discovered fashion designers such as Thierry Mugler and Issey Miyake, was responsible for the interior design of the legendary Concorde and was the first person, with her company Ecart, to reintroduce the classic pieces by Eileen Gray. She has also worked alongside the great British Film Director Peter Greenaway on the film "The Pillow Book". She doesn't need any tributes. She is one.

Petra Schmidt: Ms Putman you have just come from the centre of Paris which has been brought to a standstill by strikes. Rail workers have gone on strike in order to retain their privilege to retire at the age of 50. You are still working full-time at over 80 years of age. What do you think of all this?
Andrée Putman: They have completely lost their minds.

P.S.: You set up your first company at this very age.
A.P.: I set up Ecart and began re-introducing design classics when I was about 50. In fact, this is when it all really started for me. You should work for as long as you don't feel the burden of age. I don't feel any need to stop.

P.S.: You have now been working in the design industry for so many years, but you never studied to be a designer. How did you begin your career as a designer?
A.P.: Oh, right from being a little girl, I felt the need to change our parents' houses. I didn't like their bourgeois knick-knacks. I thought that the Louis XVI armchair and chandelier in my room were truly awful. Even then, I longed for large empty rooms that were not so cluttered. I used to torment my mother and ask her: "When can I have some modern furniture." At the age of 18, I finally got my way.

P.S.: But was the plan not in fact for you to become a musician rather than a designer? At least as far as your mother was concerned.
A.P.: Oh, yes. My mother was very ambitious, but having spoken to a few musicians myself, I knew that as a pianist, I wouldn't be living the life that I had envisioned. I didn't want to be shut away in a room day in day out practising the piano. That was the reason why I put the piano behind me and went to work initially as a stylist and journalist. I was a little rebel back then.

> "*I do not follow any kind of trends.*"
>
> *Andrée Putman on eclecticism*

P.S.: What do you mean by you "put it behind" you? You must surely still play the piano at home.
A.P.: No. I have never touched a piano since. What you must understand is that I played to a very high standard back then. I was very ambitious. If I had just played at home, it would have only been of an average standard and average is something that I despise.

P.S.: What actually made you go to New York in the 80s?
A.P.: My friend, Didier Grumbach, had managed to secure me a couple of contracts there. That was when I designed the showroom of Yves Saint Laurent. This meant that I simply became part of the Yves Saint Laurent clique and that opened an awful lot of doors for me. Back then, I met the most brilliant people like Andy Warhol, Keith Haring and Robert Mapplethorpe.

P.S.: You must have had a great time back then.
A.P.: Oh, yes. I really liked going out. I think that the best side of people's personalities is revealed at night. Rivalry is what it's all about during the day.

P.S.: At that time, you also met the artist Louise Bourgeois, who is now somewhat advanced in years and just as tough a person as you.
A.P.: Yes. Louise and I used to meet up at one time when both of us were not so young anymore, but we understood each other very well right away. She's crazy and always up for a surprise. Back then, we used to go to the CBGB night club in New York and we didn't like the whisky there so she hid a bottle of whisky under her coat and we drank that instead.

P.S.: Was such a night out also how your contract to design the legendary Morgans Hotel came about? After all, your clients Ian Schrager and Steve Rubell were the founders of the legendary Studio 54.
A.P.: No. Steve and Ian paged me at the airport in New York. They had survived the big scandal surrounding Studio 54 and had just been released from prison. They had this idea about the hotel but hardly any money.

P.S.: Was it the two of them who came up with the idea of the boutique hotel?
A.P.: Yes. It was the first ever boutique hotel, but the building that they had found was well and truly revolting. It was an ugly old house on Madison Avenue where drug dealers and prostitutes would congregate. I thought that the whole thing was a joke when they led me in. I laughed and said: "Come on, now let's be serious and show me the real hotel." But it was the hotel.

P.S.: I'm assuming that they didn't have the money to buy a better building.
A.P.: They had heard that I could also create beautiful interiors with simple resources, which was why they gave me free reign. The ridiculously low budget gave me the idea of using black and white for the tiles. I actually had to resort to using the cheapest tiles in the whole of the United States. At first, I was offered pink tiles. And I said: "Out of the question!" I asked if they had white. They did of course. The only thing was that I found white too boring. Then I asked if they had black. They had black as well. Finally, we came up with the black and white chessboard pattern, which we then combined with attractive-looking metal washbasins and beautiful lighting, and suddenly, we had this unusual-looking bathroom which became the hotel's trademark.

P.S.: People say that you have a particular weakness for bathrooms.
A.P.: The bathroom is the most important room in a house or even in a hotel room, as far as I am concerned. I love the idea of spending an awful lot of time in the bath, perhaps even an entire afternoon with some books and a pot of tea. Bathing and caring for yourself in total peace and quiet is something wonderful and something that is very important for your wellbeing.

P.S.: You barely use any colour in your designs? Not even in the bathrooms. Is it because you don't like colour?
A.P.: No, quite the opposite. I like colour, but I am of the opinion that interior design should take a back seat. It should provide the setting for other things like art, for example, which is also usually made up of colour. And it is a different situation once again when it comes to the bathroom. There are so many accessories in the bathroom in particular that are coloured, such as small bottles etc. These can be used often enough to create focal points. There is no need for colour here.

P.S.: How do you go about designing a bathroom?
A.P.: For me, the bathroom is like a workshop. It is not in a particularly good state when you walk in, but it looks perfect when you leave. The bathroom must therefore also function like a workshop. Everything must be within arm's reach.

P.S.: Is there any material that you don't like to see in the bathroom at all? What do you think of gold taps?
A.P.: Oh, no. I don't like this kind of ostentatious display at all. Anyway, the sole point of these is to show off your own wealth and therefore your own power. You won't find any such things in my interiors. There are always people who want to impress me with their luxurious fittings. "Oh, just look at that. These taps are made of solid gold." In fact, the only thing I can say in response is that it is of no interest to me whatsoever.

P.S.: What does interest you then?
A.P.: Modesty is the basic principle on which my designs are based. I begin with the simple things. This is also what I am known for. It is important to me to make cheap furnishings look expensive. I am also fascinated by combining simple things with expensive items. This combination gives a room particular charm.

P.S.: What does the ideal bathroom look like?
A.P.: For me, the bathroom is a place where I keep very unusual objects. This encourages me to spend more time in it. It is a place in which to allow your senses to run wild and a place where you can have a change of heart.

P.S.: Am I right in saying that you have chosen to use MADISON fittings in your interiors time and time again? What interests you about MADISON?

A.P.: I like the shape of these fittings. It is so playful. These crossed handles and the shape of the shower head, in particular, are very very attractive. It reminds me of times past, of the beginning of the last century. I really like to combine them with very defined and modern shapes. This is the very eclecticism that characterizes my work.

P.S.: What do you mean by eclecticism?
A.P.: I put things together according to my own personal tastes and in such a way as I feel is harmonious. I do not follow any kind of trends. I am not interested in that. Nor do I read any design magazines or observe trends.

P.S.: Do you have a vision of what the bathroom of the future will be like? What will our bathroom look like?
A.P.: I am convinced that the significance of the bathroom will change. In the future, it will be the centre of the house, similar to the living room. It will obviously not be a place where you entertain your guests though, so it will not be similar in that sense, but it is the room where it really is all about you. This is where you can retreat and only care about yourself. Similar to the way in which the significance of the kitchen has changed over the years to become the social centre of each and every house, so our attitudes towards the bathroom will also change in the long term.

Sciopero a Parigi. Una città in stato di emergenza. Metropolitane e treni fermi. Ma il caos sembra non importare molto ad Andrée Putman. È in ritardo, anche lei ha i suoi problemi con la penosa situazione stradale, e ovviamente molti appuntamenti. Tuttavia l'ottantaduenne rimane calma. In tutti i casi è e rimane la "gran dama".

I campi di competenza dello studio di design di Andrée Putman sono gli alberghi internazionali. Non c'è da meravigliarsi, è stata lei a realizzare il Morgans, il primo hotel di design a livello mondiale. E ha appena ultimato un albergo di lusso a Hongkong che porta addirittura il suo nome. Il The Putman è un lussuoso apart-hotel per viaggiatori di affari che apprezzano il servizio di un albergo, ma desiderano vivere come a casa propria.

Chi ritiene insolito che in questo modo un designer ottenga un monumento, non conosce la Putman. Da decenni è una personalità consolidata nel mondo del design e la si considera la grande esperta in questioni stilistiche. Lei ha scoperto designer di moda come Thierry Mugler o Issey Miyake, si è assunta la responsabilità degli interni del leggendario Concorde ed è stata la prima a ripubblicare con la sua azienda Ecart i classici di Eileen Gray, inoltre ha lavorato con il grande regista cinematografico britannico Peter Greenaway nel film Racconti del cuscino (The Pillow Book). Non le servono monumenti, lei è un monumento.

Petra Schmidt: Signora Putman, arriva adesso dal centro di Parigi, una città in ginocchio, paralizzata dallo sciopero. I dipendenti delle ferrovie protestano per il privilegio di andare in pensione a 50 anni. Lei con oltre ottant'anni va ancora in ufficio tutti i giorni. Cosa ne pensa?
Andrée Putman: Sono completamente pazzi. (They lost their mind.)

P.S.: A questa età ha avviato la sua prima azienda.
A.P.: A circa cinquant'anni ho iniziato con Ecart e ho ripubblicato i classici del design. E tutto è partito proprio in quel momento. Bisogna lavorare, finché non si sente l'età. Io non avverto l'esigenza di smettere.

P.S.: Lavora da molti anni, ma non ha studiato per la sua professione. Come ha iniziato la carriera di designer?
A.P.: Oh, fin da bambina pensavo fosse necessario modificare le case dei nostri genitori. Io non amo i gingilli borghesi. Trovavo semplicemente tremendi la poltrona Luigi XVI e i lampadari della mia camera. Già allora anelavo a grandi spazi vuoti, non così stipati. Ho tormentato mia madre chiedendole: "Quando potrò vivere circondata da mobili moderni." A 18 anni riesco nei miei intenti.

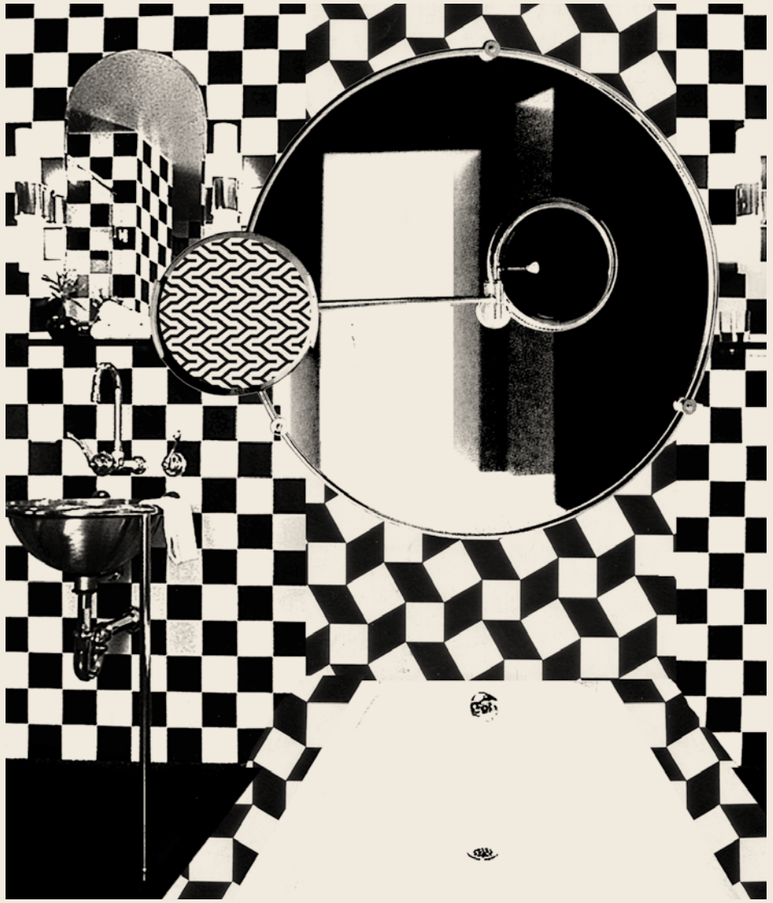
P.S.: Ma in realtà non doveva diventare musicista e non designer? Almeno nelle fantasie di sua madre.
A.P.: Oh, si. Mia madre era molto ambiziosa. Ma dopo aver parlato con dei musicisti ebbi chiaro che come pianista non avrei condotto la vita che avevo in mente. Non volevo esercitarmi al pianoforte giorno per giorno, chiusa in una stanza. Perciò mi sono lasciata alle spalle lo strumento e in prima battuta ho lavorato come stilista e giornalista. A quei tempi ero una piccola ribelle.

P.S.: Cosa vuol dire "mi sono lasciata alle spalle? Di certo in casa suona ancora.
A.P.: No. Non ho mai più toccato un pianoforte. Vede, all'epoca ho suonato a livelli decisamente alti. Ero molto esigente. Suonare in casa sarebbe solo una mezza misura. E la mediocrità è una cosa che detesto

P.S.: Come è approdata a New York negli anni Ottanta?
A.P.: Un amico, Didier Grumbach, mi aveva procurato lì alcuni contratti. All'epoca avevo arredato lo showroom di Yves Saint Laurent. In virtù di ciò facevo semplicemente parte della sua cricca e questa circostanza mi ha aperto moltissime porte. A quei tempi conobbi le persone più incredibili, pensi a Andy Warhol, Keith Haring e Robert Mapplethorpe.

P.S.: Deve essere stato un periodo fantastico.
A.P.: Oh, si. Uscivo volentieri. Credo che la notte mostri le persone dal loro lato migliore. Di giorno non c'è altro che rivalità.

P.S.: Ed è allora che ha incontrato anche Louise Bourgeois, artista oggi attempata, una figura femminile altrettanto tenace.
A.P.: Sì. Louise ed io ci siamo incontrate in un momento in cui entrambe non eravamo più tanto giovani. Tuttavia ci siamo subito intese molto bene. Lei è pazza e riesce sempre a sorprendere.



Un giorno siamo andate al CBGB, un night-club di New York, dove il whisky era bandito. Nonostante ciò lei ne aveva una bottiglia nascosta sotto il cappotto e ce la bevemmo.

P.S.: Ed è in una notte simile che si è stipulato anche il contratto per il leggendario hotel Morgans? Dopotutto i committenti, Ian Schrager e Steve Rubel, erano i fondatori del mitico Studio 54.
A.P.: No. Steve e Ian mi fecero chiamare all'altoparlante dell'aeroporto di New York. Avevano superato il grosso scandalo dello Studio 54 ed erano appena stati scarcerati. Avevano l'idea dell'albergo, ma non il becco di un quattrino.

P.S.: L'idea dell'hotel di design fu di entrambi?
A.P.: Sì. Era il primo albergo di design in assoluto, ma l'edificio che avevano scelto era decisamente orrendo. Una casa vecchia e brutta sulla Madison Avenue, dove si incontravano ladri e prostitute. Quando mi hanno portato lì, ho pensato fosse tutto uno scherzo. Sono scoppiata a ridere e ho detto: "Adesso facciamo i seri, allora fatemi vedere questo hotel." Ma quello era l'hotel.

P.S.: Suppongo non avessero denaro per un immobile migliore.
A.P.: Avevano sentito dire che riesco a creare begli interni anche con mezzi alla buona, quindi mi hanno lasciato carta bianca. Il budget irrisorio mi suggerì l'idea del bianco e nero per le piastrelle, infatti dovevo effettivamente ricorrere al rivestimento più economico di tutti gli Stati Uniti. Subito mi vennero offerte delle piastrelle rosa. E io dissi: "Escluso!" Presi informazioni sul bianco. C'era ovviamente, ma il bianco da solo mi annoia. Allora chiesi il nero. C'era anche quello. Alla fine trovammo il motivo a scacchiera in bianco e nero e lo combinammo con graziosi lavabi in metallo e una bella luce. E inaspettatamente ottenemmo questo bagno insolito che divenne il marchio di fabbrica.

P.S.: Di lei si racconta che ha un debole particolare per i bagni.
A.P.: Per me il bagno è la stanza più importante di un appartamento o di una camera d'albergo. Adoro l'idea di trascorre parecchio tempo in bagno, forse addirittura un intero pomeriggio con libri e un bricco di tè. Fare un bagno in tutta calma e prendersi cura di sé, è meraviglioso e molto importante per il proprio benessere.

P.S.: Nei suoi progetti i colori sono pressoché assenti? Anche nei bagni. Non ama i colori?
A.P.: No, al contrario. Amo il colore, ma sono dell'opinione che l'interno debba tenersi in disparte e rappresentare la cornice per altre cose. Per l'arte ad esempio che per lo più è colore. E in bagno è ancora diverso. Qui ci sono così tanti accessori colorati, come flaconi, ecc., con cui si possono già mettere accenti a sufficienza. Qui non c'è bisogno di colore.

P.S.: Come si accinge a realizzare un bagno?
A.P.: Per me il bagno è come un'officina. Ci si entra in condizioni critiche e lo si lascia con un look perfetto. Perciò il bagno deve anche funzionare come un'officina, tutto deve essere a portata dimano.

P.S.: C'è un materiale che non le aggrada affatto in bagno? Come trova i rubinetti dorati?
A.P.: Oh, no. Non amo affatto questo tipo di ostentazione che comunque consiste solo nel dimostrare la propria ricchezza e quindi il proprio potere.
La ricerca di qualcosa del genere nei miei interni è vana. Ci sono sempre persone che mi vogliono impressionare con rubinetterie lussuose. "Oh, guardi qui. Questi rubinetti sono in oro massiccio." Io veramente posso solo rispondere che non mi interessa affatto.

P.S.: Ma cosa le interessa allora?
A.P.: Il mio fondamento è la modestia. Parto dalle cose semplici. Sono anche diventata famosa per questo. Per me è importante valorizzare mobili non troppo costosi. Mi affascina anche l'accostamento di cose modeste a oggetti di valore. Questo abbinamento dà un fascino particolare alla stanza.

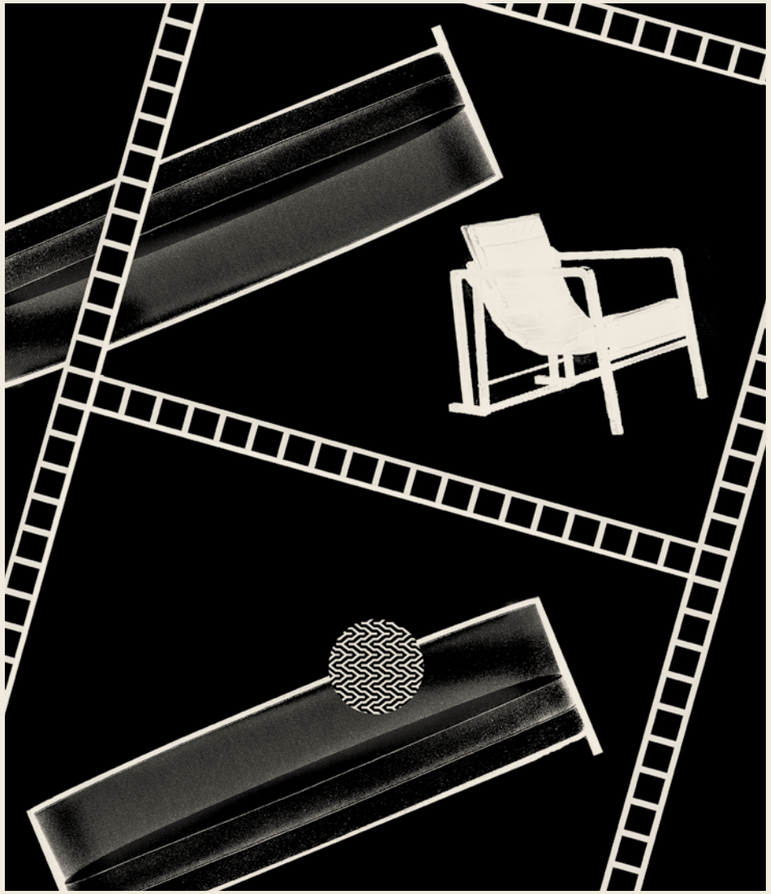
P.S.: Che aspetto ha il bagno ideale?
A.P.: Per me il bagno è un luogo in cui conservo oggetti molto inusuali. Ciò mi induce a trascorrervi più tempo. È un luogo per i sensi e per i cambiamenti di opinione.

P.S.: Ha sempre utilizzato la rubinetteria MADISON nei suoi interni? Cosa trova interessante nella serie MADISON?
A.P.: Mi piace la forma di questo rubinetto. È così poco serioso. Già le manopole a crociera e la forma della doccia sono strabilianti. Mi ricordano i tempi andati, l'inizio del secolo scorso. Amo combinarli con forme molto nitide e moderne. È l'ecletticismo che caratterizza il mio lavoro.

P.S.: Cosa intende con ecletticismo?
A.P.: Abbino le cose secondo il mio gusto personale e come le ritengo in armonia. Non mi oriento mai su qualche moda. Non mi interessa. Nemmeno leggo riviste di design e seguo i trend.

> "*Suddenly, we had this unusual-looking bathroom which became the hotel's trademark.*"
>
> *Andrée Putman on her first Design Hotel the "MORGANS"*

P.S.: Ha una visione del bagno del futuro? Che aspetto avrà un giorno il nostro bagno
A.P.: Sono convinta che il bagno cambierà nel suo significato. In futuro sarà il centro delle abitazioni, analogamente al soggiorno. Naturalmente non vi si riceveranno gli ospiti. Questo no. Ma rappresenta lo spazio in cui tutto è veramente incentrato solo sulla propria persona. Qui ci si può ritirare e stare completamente con se stessi. Come è cambiato il significato della cucina nel corso degli anni, diventando il centro sociale di ogni abitazione, così a lungo termine muterà anche la nostra idea del bagno.



Hay huelga en París. Una ciudad en estado de excepción. Los metros y los trenes han dejado de circular. Pero este caos no parece importarle mucho a Andrée Putman. Llega tarde, porque también ella tiene problemas con la difícil situación del tráfico y, por supuesto, muchas citas. Aun así, esta mujer de ochenta y dos años permanece imperturbable. Es y será la "Grande Dame" en cualquier circunstancia.

Los dominios del estudio de diseño Andrée Putman son los hoteles internacionales de diseño. No es de extrañar. Fue ella quien dio forma al Morgans, el primer hotel de diseño del mundo. Acaba de terminar un albergue de lujo en Hong Kong, que incluso lleva su propio nombre. The Putman es un hotel de apartamentos de lujo para personas en tránsito por negocios a quienes les gusta el servicio de un hotel, pero prefieren vivir como en casa.

Quienes encuentran poco habitual que un diseñador reciba un monumento de esta forma, no conocen a Putman. Desde hace décadas es un peso pesado fijo en el mundo del diseño, y está considerada la gran experta en cuestiones de estilo. Ha descubierto a diseñadores de moda como Thierry Mugler o Issey Miyake, se encargó de la decoración del interior del legendario Concorde y fue la primera en reeditar con su empresa Ecart clásicos de Eileen Gray; además, ha trabajado junto al gran director de cine británico Peter Greenaway en la película "El diario íntimo" (The Pillow Book). No necesita ningún monumento. Ella ya lo es por sí misma.

Petra Schmidt: Señora Putman, acaba de llegar del centro de París, paralizado por la huelga. El personal ferroviario hace huelga para reclamar su privilegio de jubilarse a los 50 años. Usted, con más de ochenta años, continúa acudiendo a la oficina todos los días. ¿Qué opina de esto?

Andrée Putman: Están completamente locos. (They lost their mind.)

P.S.: A la edad que he mencionado, usted fundó su primera empresa.

A.P.: Cuando tenía más o menos cincuenta años, empecé con Ecart y reedité los clásicos del diseño. Es cuando todo arrancó realmente. Uno debería seguir trabajando hasta que empiecen a pesarle los años. Yo no siento la necesidad de abandonar.

P.S.: Lleva todos estos años trabajando, pero nunca ha estudiado su oficio. ¿Cómo empezó su carrera como diseñadora?

A.P.: Bueno, cuando era pequeña ya tenía la sensación de que debíamos cambiar el aspecto de las casas de nuestros padres. No me gustaban las prendas burguesas. El sillón Luis XVI y el candelabro de mi habitación me parecían horrorosos. Ya entonces anhelaba espacios grandes y vacíos que no estuviesen tan llenos. No paraba de molestar a mi madre preguntándole: "¿Cuándo podré vivir con muebles de nuestra época?" A los 18 años me salí con la mía.

P.S.: Pero en realidad usted iba a dedicarse a la música, y no al diseño, al menos por lo que respecta a las expectativas de su madre.

A.P.: Ah, sí. Mi madre tenía mucha ambición. Pero tras varias conversaciones con algunos músicos supe que, como pianista, no iba a poder llevar la vida que me imaginaba. No quería practicar el piano día tras día encerrada en una habitación. Por eso le di la espalda al piano y trabajé en primer lugar como estilista y periodista. Por aquel entonces era una pequeña rebelde.

P.S.: ¿A qué se refiere con "le di la espalda"? Seguro que aún sigue tocando en casa.

A.P.: No. Nunca he vuelto a tocar un piano. Entiéndalo, entonces tocaba a un nivel muy alto. Era muy exigente. Tocar en casa sólo sería algo mediocre. Y la mediocridad es algo que rechazo.

P.S.: ¿Cómo fue que en los años ochenta llegó a Nueva York?

A.P.: Un amigo, Didier Grumbach, me había conseguido algunos encargos allí. En aquella época decoré la sala de exposiciones de Yves Saint Laurent. Esto hizo que perteneciera al entorno más directo de Yves Saint Laurent, lo que me abrió muchas puertas. Entonces conocí a gente estupenda como Andy Warhol, Keith Haring y Robert Mapplethorpe.

P.S.: Debe haber sido una época extraordinaria para usted.

A.P.: Pues sí. Me gustaba mucho salir. Creo que la noche muestra lo mejor de las personas. Durante el día todo son rivalidades.

P.S.: Entonces coincidió también con la artista Louise Bourgeois, hoy anciana, una persona tan tenaz como usted.

A.P.: Sí. Louise y yo nos conocimos en una época en la que ninguna de las dos éramos ya tan jóvenes. Pero enseguida nos llevamos muy bien. Está loca y siempre es agradablemente sorprendente. Entonces íbamos al club nocturno CBGB de Nueva York, y no nos gustaba el whisky de allí. Por eso ella llevaba debajo del abrigo una botella de whisky que nos bebíamos.

P.S.: ¿Fue también en una de esas noches cuando consiguió el encargo del legendario hotel Morgans? Al fin y al cabo, el encargo se lo ofrecieron Ian Schrager y Steve Rubell, los fundadores del legendario Studio 54.

A.P.: No. Steve e Ian me hicieron llamar en el aeropuerto de Nueva York. Habían superado el gran escándalo relacionado con el Studio 54 y acababan de salir de la cárcel. Tenían esta idea del hotel, pero apenas tenían dinero.

P.S.: ¿La idea del hotel de diseño provino de ellos dos?

A.P.: Sí. Fue el primer hotel de diseño de todos. Pero el edificio que habían elegido era realmente espantoso. Era una casa vieja horrible en Madison Avenue en la que tanto habían camellos como prostitutas. Cuando me llevaron allí, pensé que me estaban tomando el pelo. Empecé a reírme y les dije: "Ahora en serio, enseñadme el hotel de una vez". Pero ése era el hotel.

P.S.: Supongo que no tenían dinero para un edificio mejor.

A.P.: Habían oído decir que yo era capaz de crear bellos interiores con pocos medios, por eso me dieron plena libertad. Debido al presupuesto ridículo, se me ocurrió la idea de las baldosas en blanco y negro. Porque realmente tuve que recurrir a los azulejos más baratos de todos los Estados Unidos. Primero me ofrecieron azulejos rosa. Y dije: "¡Descartado!" Me informé sobre el blanco. Claro que había, pero sólo blanco me pareció muy aburrido. Así que pregunté por el negro. También había. Así fue como encontramos el patrón en blanco y negro del tablero de ajedrez, que combinamos con hermosos lavabos de metal y bellas luces. De pronto teníamos esa imagen poco habitual que se convirtió en nuestra marca.

P.S.: Se dice de usted que tiene una debilidad especial por los cuartos de baño.

A.P.: Para mí, el cuarto de baño es la sala más importante de una vivienda, o de una habitación de hotel. Me gusta la idea de pasar mucho tiempo en el cuarto de baño, quizá incluso una tarde entera con libros y una jarra de té. Bañarse y cuidarse tranquilamente es algo maravilloso y muy importante para el bienestar.

P.S.: ¿En sus diseños apenas se ven colores? Tampoco en los baños. ¿No le gustan los colores?

A.P.: No, todo lo contrario. Me gusta el color. Pero tengo la opinión de que el interior debe ser comedido. Debe constituir el marco para otras cosas. Por ejemplo para el arte, que casi siempre es de color. Y en el baño también es distinto. Precisamente en el cuarto de baño hay tantos accesorios que son de colores, como frascos, etc. Con ellos ya se pueden dar suficientes toques. No hace falta ningún color.

P.S.: ¿Cómo aborda el diseño de un cuarto de baño?

A.P.: Para mí, el cuarto de baño es un taller. Cuando se entra en él no se tiene un aspecto demasiado bueno, y se sale con un look perfecto. Por eso el cuarto de baño debe funcionar también como un taller. Todo debe estar a mano.

P.S.: ¿Hay algún material que no le guste en absoluto para el cuarto de baño? ¿Qué le parecen los grifos dorados?

A.P.: Oh, no. No me gusta nada este tipo de ostentación. Con ello sólo se pretende demostrar la propia riqueza y, por tanto, el propio poder. Esto es algo que no va a encontrar en mis interiores. Siempre hay gente que quiere impresionar con grifería de lujo. "Oh, miren. Estos grifos son de oro macizo". Lo único que puedo responder es que no me interesa en absoluto.

P.S.: ¿Entonces qué es lo que le interesa?

A.P.: Mi fundamento es la modestia. Parto de las cosas simples. Esto es lo que me ha dado a conocer. Para mí es importante que el mobiliario económico tenga un aspecto valioso. También me fascina la mezcla de cosas sencillas con objetos de valor. Esta mezcla le da un encanto especial a la habitación.

P.S.: ¿Cómo es el cuarto de baño ideal?

A.P.: Para mí, el baño es un lugar en el que guardo objetos muy poco frecuentes. Esto hace que pase allí más tiempo. Es un lugar para los sentidos y para el cambio de actitud.

P.S.: ¿Ha utilizado una y otra vez la grifería MADISON en sus interiores? ¿Qué es lo que le interesa del MADISON?

A.P.: Me gusta la forma de esta grifería. Es tan lúdica. Esas manillas en cruz y la forma de la ducha son muy hermosas. Me recuerda a tiempos pasados, al comienzo del siglo pasado. Me gusta mucho combinarla con formas muy claras y modernas. Este es el eclecticismo que caracteriza mi trabajo.

P.S.: ¿Qué entiende por eclecticismo?

A.P.: Combino las cosas tal como me gustan a mí personalmente, y de la forma que en mi opinión es coherente. No me oriento hacia ninguna moda. Eso no me interesa. Tampoco leo las revistas de diseño ni miro las tendencias.

P.S.: ¿Tiene una visión de futuro para el cuarto de baño? ¿Como será nuestro baño algún día?

A.P.: Estoy convencida de que va a cambiar la importancia del cuarto de baño. En el futuro será el centro de la vivienda, de forma similar a la sala de estar. Claro que la gente no recibirá en él a sus invitados. Eso no. Pero es la sala en la que realmente lo único importante es la propia persona. Aquí puede uno retirarse y dedicarse totalmente a sí mismo. Del mismo modo que ha cambiado la importancia de la cocina a lo largo de los años y se ha convertido en el centro social de cada vivienda, a largo plazo también cambiará nuestra actitud frente al cuarto de baño.

Petra Schmidt is a design journalist. She has worked for the German Design Council and Zaha Hadid, amongst others, and was the Editor-in-Chief for the magazine "form". She now works as a freelance writer for various magazines and co-edited the book "Patterns in Design, Art and Architecture".

Petra Schmidt è giornalista di design. Lavora tra l'altro per il Rat für Formgebung (Consiglio per il design) e per Zaha Hadid ed è stata caporedattrice della rivista "form". Oggi è pubblicista per varie riviste e coeditrice del libro "Patterns in Design, Art and Architecture".

Petra Schmidt es periodista de diseño. Entre otros, ha trabajado para el Consejo Alemán de Diseño (Rat für Formgebung) y Zaha Hadid, y ha sido redactora jefa de la revista "form". Hoy es autora independiente para diversas revistas y co-editora del libro "Patterns in Design, Art and Architecture".

MADISON ANDRÉE PUTMAN FOR DORNBRACHT

The main idea for this bathroom was to create a space inspired by the cloister and by the "lavoir", the communal washhouse where, for generations, women gathered to wash the linens alongside the river or around a natural spring. It's ritual in several acts: at first, women enter the lavoir with their laundry, usually a simple but elegant structure with a tiled roof and old wooden beams, then they wash it, and finally, as they are finished with their chore, once the big white sheets are hanging to dry, they sit in the back, on a wooden or stone bench, and talk about their life, exchange gossip. The Dornbracht bathroom evokes this simple life, a time apart from the frenzy of life in the fields. The bathroom is a haven from the hectic pace of modern living. It's a space where the ritual of bath and shower can take place in the spirit of the old lavoir ritual. At first, on both sides of the entrance, two Elephant benches are waiting for you. One enters the Dornbracht bathroom through glass screens diffusing a soft light, a little like sheets drying in the sun. Delicate organdy fabric is imprisoned between the sheets of glass. The panels can glide according to your mood. The centre of the space is occupied by an elegant concrete bathtub. The water is running down to the sparkling base. The bathtub evokes the washboard where women scrubbed the clothes. Above, the light makes you feel as if you were in an atrium. You are inside and yet you feel that you are connected to the natural world in some way, just like the "lavandières" were aware of the seasons while doing their chore. Two wash basins are displayed on each side of the bathtub, facing a gliding mirror, and are sitting on glass mosaic stands, like a throne giving nobility to the washing ritual. The white Corian cabinets are facing each other and are awaiting visitors for their preparing and dressing. Finally, at the other end of the bathroom, the shower space with its slate wall creates a calm and quiet area. Bathers can move under a rain panel, just like walking under a light rain on a beautiful spring morning when you feel alive and joyful.

L'idea di fondo di questo bagno consisteva nel creare uno spazio ispirato a un convento e a un "lavoir", il lavatorio comune, a cui si sono recate generazioni di donne per lavare i panni sulla riva del fiume o a una sorgente naturale. Si tratta di un rituale in più atti: per prima cosa le donne arrivano con la biancheria sporca al lavatoio – solitamente un edificio semplice, ma elegante con il tetto di tegole e vecchie travi di legno –, poi lavano i panni e, compiuto infine il dovere domestico e stese le grandi lenzuola bianche ad asciugare, si siedono dietro su una banca di legno o di pietra, chiacchierando della loro vita e scambiandosi pettegolezzi. Il bagno Dornbracht risveglia il ricordo di questa vita semplice, una pausa dalla vita faticosa nei campi. Il bagno offre rifugio dalla frenesia della vita moderna. È uno spazio, in cui il rituale del bagno e della doccia può compiersi con lo stesso spirito dell'antico rituale del lavatorio. Innanzitutto ad attendervi ci sono due panche a entrambi i lati dell'ingresso. Si varca la soglia del bagno Dornbracht attraverso pareti di vetro che diffondono una luce tenue e che ricordano vagamente le lenzuola stese al sole ad asciugare. Tra i pannelli di vetro, che possono spostare a piacere, si adagia una morbida stoffa di organza. Al centro della stanza campeggia un'elegante vasca da bagno in cemento. L'acqua scende giù nella vasca a pavimento scintillante, la quale ricorda l'asse per lavare su cui le donne strofinavano i vestiti. Grazie all'illuminazione dall'alto ci si sente come in un atrio. Siete in una stanza, ma provate la sensazione di essere in qualche modo legati alla natura, proprio come le "lavandières" erano consapevoli delle stagioni mentre si dedicavano ai loro doveri domestici. Su entrambi i lati della vasca da bagno, davanti a uno specchio scorrevole, sono disposti due lavabi. Essi poggiano su basi in mosaico di vetro simili a troni che conferiscono al rituale del lavaggio un tocco raffinato. I mobili bianchi in Corian sono posti uno di fronte all'altro e attendono solo i visitatori che lì si preparano e si vestono. Infine, all'altra estremità del bagno, la zona doccia con le pareti in ardesia crea un'area di calma e silenzio. Ci si può muovere sotto a un pannello di pioggia come se si passeggiasse sotto la pioggia delicata di un mattino di primavera – si proverà la stessa sensazione di vitalità e gioia.

JUST LIKE THE « LAVANDIÈRES »

Andrée Putman,
Paris, 28th February 2008

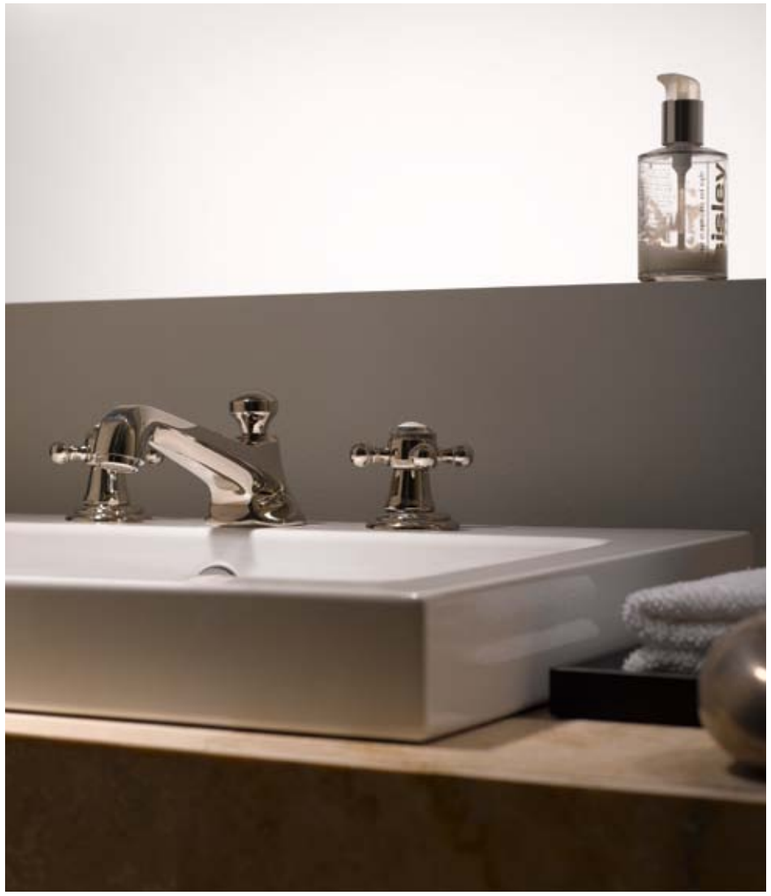
La idea básica para este cuarto de baño consistía en crear un espacio inspirado en un monasterio y un "lavoir", el lavadero común en el que se reunían generaciones de mujeres para lavar la ropa en la orilla del río o en una fuente natural. Se trata de un ritual en varios actos: primero llegan las mujeres con la ropa sucia al lavadero (normalmente una construcción sencilla pero elegante con tejas y con vigas antiguas de madera), a continuación lavan la ropa y, cuando las obligaciones domésticas ya se han cumplido y las grandes sábanas blancas están tendidas, se sientan en un banco de madera o de piedra, comentan sus vidas e intercambian chismes y habladurías. El baño de Dornbracht despierta recuerdos de esa vida sencilla, una pausa en la vida ajetreada del campo. El baño ofrece una forma de evasión del estrés de la vida moderna. Es un espacio en el que el ritual del baño y la ducha se pueden llevar a cabo con el espíritu del antiguo ritual de los lavaderos. En primer lugar le esperan dos bancos de jardín a ambos lados de la entrada. Se entra al baño de Dornbracht a través de paredes de cristal que distribuyen una luz suave, como sábanas secándose al sol. Entre las hojas de cristal está insertada una delicada tela de organdí. Los paneles se pueden desplazar según su estado de ánimo. En el centro del cuarto hay una elegante bañera de hormigón. El agua fluye hacia abajo al soporte de captación brillante. La bañera recuerda a la tabla de lavar sobre la que las mujeres lavaban los vestidos. La luz desde arriba le hace sentir como en un atrio. Está dentro de la habitación, pero aun así se siente en cierto modo conectado con la naturaleza, igual que las "lavandières" eran conscientes de las estaciones del año mientras desempeñaban sus tareas domésticas. A ambos lados de la bañera están colocados dos lavabos, delante de un espejo corredizo. Descansan sobre zócalos de mosaico de vidrio, como en un trono, lo que le da un toque distinguido al ritual del lavado. Los armarios blancos de Corian están situados uno frente a otro, esperando a que los visitantes se preparen y se vistan allí. Por último, en el otro extremo del cuarto de baño, la zona de la ducha crea un área de tranquilidad y serenidad con sus paredes de pizarra. Los usuarios pueden moverse bajo un panel de lluvia, como si fueran de paseo bajo la suave lluvia durante una espléndida mañana de primavera: sentirán la misma alegría y vitalidad.

MADISON
MADISON FLAIR

Crossed handles or lever handles with white porcelain elements and a hexagonal spout, whose facet finish is geared towards a classical image. Beautiful. Still, at the sight of the MADISON and MADISON FLAIR forms indulging in tradition, it is not just nostalgic people who begin rhapsodizing. The fittings combine nostalgic charm with functional elements. It is precisely this that makes them the perfect partner for modern, architecturally simple bathrooms. In combination with natural stone and other high-quality, natural materials, they break away from severity and lend every ambiance a pleasant, gentle sense of well-being.

Impugnature a cerniera o manopole a leva con piastrine bianche in porcellana e una bocca di erogazione esagonale, le cui sfaccettature sono orientate a un modello classico. Meraviglioso! Nel contemplare le forme impregnate di tradizione di MADISON e MADISON FLAIR vanno in estasi non solo i nostalgici. Le rubinetterie uniscono il fascino della nostalgia ad elementi funzionali. Ed è proprio questo che rende questa serie il partner ottimale per bagni moderni e semplici dal punto di vista architettonico. In combinazione con la pietra naturale e con altri materiali di pregio autentici rompe il rigore e conferisce a ogni ambiente un piacevole e dolce senso di benessere.

Mandos en cruz o de palanca con plaquitas blancas de porcelana y un caño hexagonal, cuyo faceteado se orienta hacia un modelo clásico. Precioso. Y es que no sólo los nostálgicos se quedan embelesados al contemplar estas formas de MADISON y MADISON FLAIR, que se recrean en la tradición. Las grifería combinan el encanto nostálgico con los elementos funcionales. Y esto es precisamente lo que las convierte en el compañero perfecto de un cuarto de baño moderno y de arquitectura sencilla. En combinación con la piedra natural y con otros materiales honestos de alta calidad, rompen con la rigidez y otorgan a cualquier ambiente una sensación de bienestar, suave y agradable.



Three-hole basin mixer // Batteria tre fori lavabo // Batería americana de lavabo

<
xTool thermostat module with 3 valves / Rain shower / Body sprays / Complete hand shower set //
xTool modulo termostato con 3 rubinetti / Soffione a pioggia / Soffioni laterali / Gruppo doccetta con flessibile a muro //
Módulo de termostato xTool con 3 válvulas / Ducha de lluvia / Duchas laterales de masaje articuladas / Juego de ducha de mano con codo de conexión a pared

MADISON / MADISON FLAIR

MADISON and MADISON FLAIR go particularly well with warm, natural tones and materials, such as sandstone. Still, the forms of the surrounding architecture may well be modern and geometrical – somewhat different from what one would perhaps assume with such a traditional fitting.

MADISON y MADISON FLAIR si possono abbinare molto bene al calore delle tonalità e dei materiali naturali o alla luminosità dell'arenaria. Le forme dell'architettura che la circondano possono essere decisamente moderne e geometriche – tutt'altro rispetto a quanto forse ci si aspetta da una rubinetteria così tradizionale.

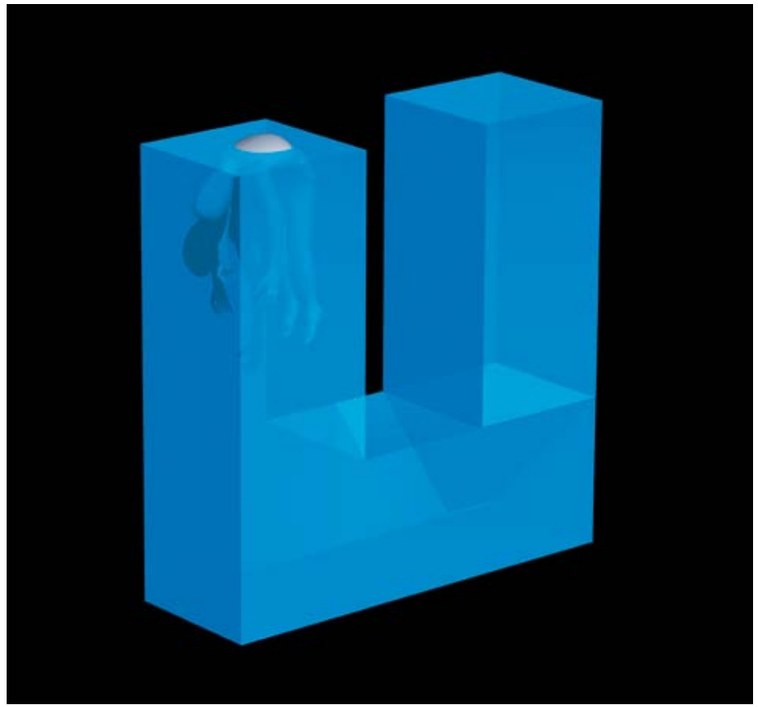
Las series MADISON Y MADISON FLAIR se pueden combinar muy bien con los materiales y los tonos cálidos naturales, como el gres claro. Las formas de la arquitectura que lo rodea pueden ser muy modernas y geométricas – lo contrario de lo que uno quizá imaginaría con una grifería tan tradicional.

NEW STANDARDS 01

TRADING THE WET CELL FOR THE LIVING BATHROOM

Notes on the contemporary dismantling of the bathroom borders // Considerazioni sull'attuale abbattimento dei confini della stanza da bagno // Notas sobre la liberación contemporánea del cuarto de baño

Text Ilka and Andreas Ruby
Artwork Yves Netzhammer / STATEMENTS 4



The thought of water in the house is a paradox. As a descendant of the Arche (German for 'ark'), architecture should actually protect us against water. What we most urgently desire of a house is a roof over the head. When the Romans used the Latin word tectum (roof), it was often in reference to the complete house (L. domus). Although houses do exist without walls (in the tropics, for example), there are most certainly no houses without a roof. While water that falls from the sky is worshipped as a source of life in agriculture, in architecture it bears the unfortunate taint of the destructive or transitory. A leaky roof brings decay and mould, and it can transform a parquet floor into a grim landscape of warped wood, curling upwards with such great force as to snap out of its rigid frame. Nothing disavows the reputation of architects like water damage; thus, it is only natural that they expend such an enormous amount of time on waterproofing their houses. Legion are the conflicts between builders and architects over unwanted water. Waterproof or not, that is here the question – all objections herewith denied. Physically, water is a torture to architects, if only because it has proven so difficult to control. Their toleration of it is less "toleration" than an aesthetic sublimation. In order to exorcise this suppressed "aquaphobia", they surround their constructions with reflecting ponds or swimming pools because here, at long last, water serves to mirror the architect's creation, optically multiplying it.

In this way, as an exception to the normative dry-building regime, the bathroom seems but a tolerated anomaly. It is the only room in the house permitted to be really wet. As a technical concept of the modern bathroom, this "wet cell" must be taken literally – it is a room in which water is held captive. Within the domestic world, the bathroom appears to be a heterotopia. Here, water is symbolically cleansed of the negative connotations clinging to it beyond the borders of the bathroom. Indeed, the contemporary bathroom cult would seem to be proliferating in tandem to the growing concerns associated with water in its natural environment:

Water has become scarce: In the coming decades, the scarcity of drinking water in many developing countries will cost millions of lives or force their inhabitants to migrate millions of miles, which should produce a consciousness in persons of the "developed" countries to use their resources more sparingly. This "should" has yet to make its mark legible. As ever, those prototypical Californian suburban front lawns are artificially irrigated, as if the view of green grass has become yet another indispensable fact of life. But even here in "enlightened" Europe, despite ecologically correct aspirations, we should be getting stomach aches for all of the drinking water used for flushing toilets – as a rule, our houses have no separate plumbing for service water.

Water has become a commodity: For Nestlé, the leading international brand in the table water business (in essence, bottled tap water), drinking water has long been considered a commodity like any other. Because the economically rich countries of the north are also rich in water, in the future they will be the shareholders of the water monopoly. Indeed, a profitable source of capital when one considers the fact that economists are already calling water the oil of the 21st century. It only follows economic rhyme or reason that the water-rich countries will exploit this monopoly too – after all, until now, every other country has had no qualms in putting their own natural resources such as oil and natural gas to their own advantage. The arid countries of the South, and Africa in particular, already suffering from a lack of food and from the expansion of the desert (as a result of the climate catastrophe), will undoubtedly suffer all the more from a lack of drinking water.

Water produces catastrophes: Without water, one cannot live, but with too much, one can hit rock bottom just as well. The steadily melting poles have affected an increase in the sea level as such that entire islands in the Pacific will disappear[1)] and a number of populated coastal regions throughout the world will be devoured by the sea. Because these coastal regions are also frequently seats of industry, the economies connected to them will be severely damaged as well. Storm floods and inundations of all strengths will become more the rule than the exception. Water, from sky or sea, is becoming a permanent threat.

Naturally, one doesn't think about all this when one turns on the bathroom tap, and it is exactly in this repression that the contemporary cultural function of the bathroom lies. It is the space of transfiguration and transformation. Therein, it resembles the White Cube, the normative art showroom of the modern. The White Cube temporarily suspends everyday life: it lets the usual appear unusual and transforms our perception of reality. That the classic modern bathroom is just as white as the White Cube underscores its secret complicity. Certainly, it was no coincidence that Marcel Duchamp chose an urinal as a manifestation of the transformation of an everyday life object into a work of art based on the principle of the objet trouvé (Fountain, 1917). The bathroom, thus, performs a similar transformation with us. It is the place of physical twilight – the space between sleep and wakefulness. It is a lock, where the forgotten-self, teetering on the edge of the empire of dreams, is transformed into the "I" frequently encountered only by the first glance in the mirror. It is the room in which the making of oneself up is a form of exerting control over the "I", and where we transform ourselves into the "I" we wish to produce.

To this extent the bathroom is an extremely private space. Likewise, this private space is often shared with other members of the family. Unlike the bedroom, which, as a rule, is allocated to a person or to intimate life partners, the bathroom functions like a time-shared private-public space. Which is why it can lead to conflicts between family members or flat mates, as the bathroom grants privacy like perhaps no other domestic room, albeit, enjoyed for a limited time only.

To this extent, the functionalist all-in-one bathroom plays an important role in the habits and unwritten rules of co-habitation. It conditions the underlying image of individuality and collectivity of the inhabitants who share a flat. This psychosocial function has been put up for grabs, so to speak, given the spatial transformation the bathroom has been going through for some years now. When seen against the background of the wellness boom of recent years, the functionalist "bath cell" has become yet another discontinued model. Today, the bathroom is not only a space of corporeal hygiene, but of relaxation. The bathroom, hence, becomes more of a "living" room: that one can observe this phenomenon more and more in contemporary "lifestyle" living, seems only a natural consequence. The question is what new psychosocial behaviours will result from this integrated bathing. It is especially interesting that the typology of the "living bathroom" has been developed, above all, in hotel design. Architects and designers have made the hotel bathroom their laboratory of trial and error: here, they could test out new relationships between bathing and living spaces, without having to pay too much consideration to established conventions. After all, no one lives in a hotel forever. On the contrary, the hotel is where we have come to expect deviations from our domestic norms; at home, we can still live according to those implacable rules of convention. And because, as a rule, the hotel room represents a "private" sphere, we are almost inevitably more willing to take risks in this kind of "test-drive" living than we are at home – perhaps because it is only here that we can avoid the prying questions of the inquisitive guest. The more courageous of us all have already asked themselves whether or not one might bring these exciting bathing experiences home in order to transform their domestic living culture into something more cutting edge. Certainly, if one integrates the bathroom into the living space, not only is the space of bathing changed but also that of "living". Actions and persons who were previously spatially separated, must once again stand side-by-side and let negotiations begin. When, for example, in the Hotel Amerigo in Alicante, the wash basins are transplanted from the bathroom to the corridor, a direct relationship between undressing (in front of the sink) and dressing (in front of the wardrobe directly beside it) emerges. When a landscape of seating possibilities flows seamlessly into the lip of the bathtub, like in the Hotel Q in Berlin, one wonders how it effects the conversation over tea. And when the double bed is separated from the shower only by a transparent glass wall, like in the Standard Hotel in downtown Los Angeles, entirely new perspectives of seduction are made possible.

Indeed, the living bathroom makes the sensual deficits of the classic "wet cell" preternaturally evident. The white tiled bathroom is as perverse as a dark room in glistening bright light. Perhaps the reason lies in our cold northern climate. Admittedly, the opulent sublimation of today's bathroom culture is most noticeable in countries with bad weather. In Sydney, most single-family homes along the shore or at the city outskirts have outdoor bathrooms, though one should rather call them terraces sooner than rooms. Under the blue sky, one showers and hears birds chirping, while taking in the smells of the forest or the sea. Surely no one there would fathom up the idea of banishing the rituals of the bathroom to a room somewhere at the furthest corner of the house! With this in mind, those costly paradise bath fittings seem to be geared toward elevating the miserable cold of northern Europe with a warm fan of tropical happiness. Shower heads have become as big as the surface of the ceiling itself, so that we might bathe as if in the midst of the deluge of the monsoon rains, or under the gush of a waterfall, or submerged in a whirlpool to massage our overworked and cramped bodies, etc.

With this back-to-nature trend in contemporary bath design, in principle, the modern bath has returned to its historic origins in the late 18th century when domestic bathing came into vogue again, bringing two hundred years of Baroque era water-shyness to a close. At that time, physicians considered water harmful. They believed that it penetrated the pores of the body and mingled with the blood to cause dementia and a veritable addiction to water. Instead of bathing, one rubbed the skin with perfumed towels and donned precious linen underwear. Through contact with the body, the material would magically remove the dirt from the skin, or so they thought. The more costly the underwear, the cleaner its carrier presumed himself. "Around the middle of the 17th century, the nobleman changed his shirt daily, and the wealthy city-dweller every three to seven days. Instead of buying a bathtub, one climbed the ladder of the royal court by ordering some thirty shirts. (…) One hid behind perfumed powder and coloured make-up, dousing oneself with perfume or shoving aroma sacks under the shoulders (a predecessor of deodorant) and into the folds of the clothes".[2] Baths were limited to medicinal purposes. Not until the second half of the 18th century, with the advent of the Enlightenment, the natural philosophy of Rousseau, and new scientific insights, did damp bathing culture experience its slow revival. However, in the beginning, the bath was less a room than a form of furnishing. And because there was still no running water, the bathtub was not so much installed, but rather moved from room to room, according to one's whims or desires – bathing frequently, in fact, in the drawing-room. Accordingly, the bathtub was considered as a part of the drawing room furnishings and not as a sanitary object. "The master cabinetmaker has truly exceeded himself in his dexterity in converting bathtubs into real furniture – complementary to the style of the times and light and easy to move – destined to become the 'bath of the salon' which one would take in the company of others".[3] The actual bathtub was made out of tinned copper and embellished with paintings along the outside and was camouflaged by padded supports as an armchair or a chaise longue. Bathing was simply a form of living.

This "mobile bath" forms the foundation of this early 19th century bathing culture which emerged among the bourgeoisie. For the lack of running water in private flats, one took advantage of a hot water delivery service which included a bathtub per horse and carriage. In order to squeeze through narrow staircases, collapsible bathtubs were set up in the corridor and filled with pre-heated water in buckets. The corridor, in fact, the most public room of any upper-middle-class dwelling, was temporarily morphed into the most private. In contrast to the late modern bathroom, bathing was not associated with a sanitary atmosphere, but had been completely absorbed into the domestic ambiance of living. This remained true as well when apartments in European metropolises built in the 2nd half of the 19th century were equipped with running water. At this time, the "English bath" was developed, but today we would hardly recognize it as a bathroom, per se, because all sanitary objects were camouflaged as part of the domestic furnishings: indeed, the bathtub consisted of double-walled porcelain lined with nothing less than mahogany (!). With its integrated shower cubicle, this bathtub was sooner fit to be a confessional in which to lie down, but by the turn of the century, it had become all the rage amongst fine society. It was only at the beginning of the 20th century that one began to let the functionality of a bathroom shine through. The current trend in the "living bathroom" seems to reflect this historic development like a mirror to the past. A retro-science-fiction, more and more our contemporary bathroom designers are "rediscovering" the bath before the invention of the bathroom: I bathe, therefore I live.

L'idea dell'acqua in casa costituisce di per sé un paradosso. Erede della biblica Arca, l'architettura ha il compito di proteggerci dalla sua presenza. In fondo, ciò che desideriamo con maggiore urgenza quando pensiamo alla nostra casa è che ci offra un tetto sotto cui ripararci. Non per nulla gli antichi Romani, con il termine latino tectum (it. tetto), spesso indicavano l'intera abitazione (lat. domus). Non dimentichiamo, poi, che mentre in alcuni paesi tropicali si costruiscono case senza pareti, non esistono in alcuna parte del mondo abitazioni prive del tetto. Mentre il mondo contadino venera l'acqua che scende dal cielo come sorgente di vita, in architettura questo elemento assume sempre un leggero sapore di distruzione e transitorietà. Un tetto permeabile porta alla formazione di marciumi e muffe, e in un batter d'occhio può trasformare un parquet liscio e perfetto in un raccapricciante paesaggio di listelli gonfi che si incurvano verso l'alto staccandosi con violenza dal sottofondo su cui erano stati posati. Nulla sconfessa la reputazione di un architetto come un danno provocato dall'acqua; non per niente il tempo dedicato a rendere un'abitazione impermeabile è spesso considerevole. Innumerevoli sono i contrasti tra architetti e committenti in merito all'indesiderata presenza dell'acqua. Essere impermeabile o non essere, questo è il problema – obiezione respinta. Dal punto di vista fisico, agli architetti l'acqua fa sostanzialmente orrore, perché difficile da controllare. La sopportano solo sublimandola esteticamente. Per esorcizzare una forma di idrofobia repressa, circondano le loro opere con piscine e laghetti, dove finalmente l'acqua non distrugge quanto è stato creato, ma talvolta perfino lo moltiplica con la sua superficie riflettente.

La stanza da bagno è quindi, per così dire, un'eccezione, un'anomalia tollerata, alle regole di un'architettura che preferisce costruire all'asciutto. Il bagno è l'unico spazio abitativo dove la presenza dell'acqua è consentita. La "stanza dell'acqua", concetto tecnico della moderna stanza da bagno, va interpretato alla lettera come spazio che imprigiona l'acqua. Nel mondo domestico, la stanza da bagno costituisce un'eterotopia, dove l'acqua viene simbolicamente depurata da quella connotazione negativa che altrove sempre più la contraddistingue. Di fatto il culto contemporaneo del bagno sembra essersi ampliato nella misura in cui l'acqua, come elemento, diventa sotto molti aspetti via via più problematica:

L'acqua diventa sempre più rara: in molti paesi emergenti, la mancanza di acqua potabile costerà nei decenni a venire milioni di vite umane, o costringerà l'uomo a lunghe migrazioni, promuovendo forse nei paesi "sviluppati" una nuova consapevolezza che spingerà a non sprecare le risorse disponibili. Tuttavia, oggi non troviamo alcuna traccia di questa consapevolezza. I giardini dei sobborghi californiani vengono innaffiati artificialmente come sempre, quasi che la vista di un tappeto erboso perfettamente verde fosse indispensabile alla vita. Perfino noi, "illuminati" europei, che pensiamo di comportarci in modo ecologicamente corretto, avremmo di certo un attacco di emicrania se solo pensassimo alla massa d'acqua potabile che usiamo non per dissetarci, ma per pulire le nostre toilette, dal momento che di norma le nostre abitazioni non dispongono di un impianto idraulico separato per l'acqua non potabile.

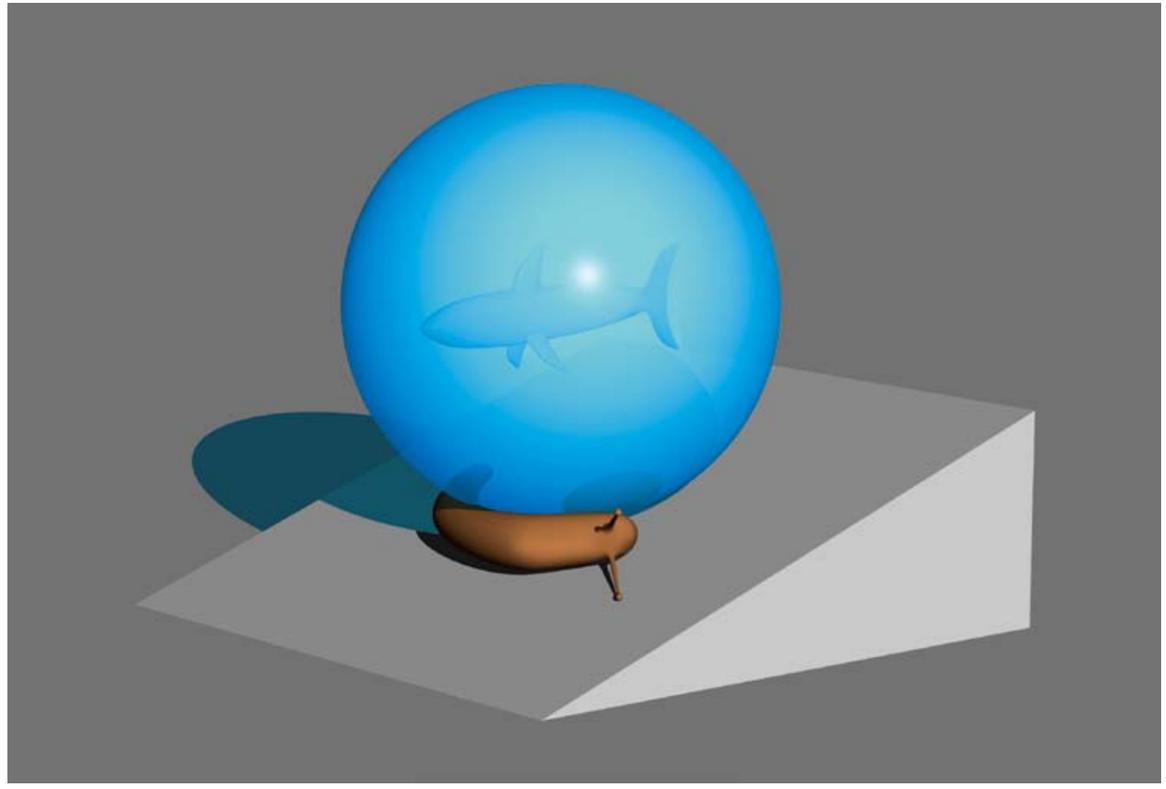
L'acqua diventa merce: per Nestlé, leader mondiale nel settore delle acque da tavola, (acqua di rubinetto imbottigliata), da tempo l'acqua potabile è una merce con uno specifico valore di mercato, come qualsiasi altro prodotto. Dal momento che i ricchi paesi del nord possiedono anche elevate risorse idriche, in futuro deterranno di certo il monopolio dell'acqua. Un capitale redditizio, se si pensa che gli economisti già oggi definiscono questo elemento il petrolio del XXI secolo. Secondo le regole del raziocinio economico è prevedibile che questi paesi sfrutteranno a proprio vantaggio le risorse idriche di cui dispongono, proprio come finora hanno fatto tutti i paesi ricchi di risorse energetiche naturali, come petrolio e gas, traendo profitto da tale monopolio. I paesi meridionali poveri d'acqua, in particolare quelli africani, che già soffrono per la scarsità di risorse alimentari e per il fenomeno della desertificazione legato alla catastrofica situazione climatica, pagheranno le conseguenze più care della mancanza d'acqua.

L'acqua porta catastrofi: senz'acqua la vita è impossibile, ma anche in quantità eccessiva questo elemento può avere effetti catastrofici. L'incessante fusione dei poli innalzerà il livello del mare tanto da determinare la scomparsa di intere isole nel Pacifico,[1] mentre molte popolose regioni costiere di tutto il pianeta finiranno per essere inghiottite dall'acqua. Poiché spesso le coste sono sede di infrastrutture industriali, i paesi interessati subiranno anche pesanti conseguenze economiche. Mareggiate e inondazioni perderanno il loro carattere di eccezionalità per diventare fenomeni regolari. L'acqua diventerà una minaccia permanente, dal cielo e dal mare.

Naturalmente nessuno pensa a tutto questo quando apre il rubinetto dell'acqua in bagno, e proprio in questo meccanismo di rimozione consiste la funzione culturale della stanza da bagno contemporanea. Luogo della trasfigurazione e della trasformazione. In questo senso si paragona a White Cube, la galleria d'arte moderna normativa. White Cube sospende temporaneamente il quotidiano, rende insolito ciò che è comune e trasforma il nostro sguardo sulla realtà. Il colore della moderna stanza da bagno classica, bianca come White Cube, ne sottolinea la complicità segreta. Non è di certo casuale che Marcel Duchamp abbia scelto un orinatoio per manifestare il suo principio dell'Objet trouvé, ovvero la trasformazione di un oggetto di uso comune in un'opera d'arte ("Fontana", 1917). La stanza da bagno compie su di noi una metamorfosi analoga. Spazio tra notte e giorno, luogo del dormiveglia per le nostre membra. È una camera di decompressione, all'interno della quale il nostro io svagato si trasforma e si ritrova emergendo dal mondo del sogno, spesso confrontandosi con l'immagine di sé che lo specchio gli rimanda. È lo spazio in cui, grazie alle pratiche di cura e igiene personale, e infine al trucco, si riprende il controllo sul proprio Io, e ci si trasforma nella persona che si vuole essere.

In questa misura la stanza da bagno è luogo estremamente privato che, parimenti, spesso condividiamo con altri membri della famiglia. Contrariamente alla camera da letto, di norma riservata a una sola persona o al partner, la stanza da bagno funziona come uno spazio privato e pubblico condiviso nel tempo. Questa condizione può portare a conflitti in famiglia o nelle comunità, dove risulta chiaro a tutti che il privato, vissuto in questo spazio come in nessun altro luogo, esiste solo a tempo determinato.

Finora la stanza da bagno funzionalistica all-in-one ha giocato un ruolo preponderante nelle situazioni di convivenza, condizionando le idee fondamentali di individualità e collettività di coloro che condividevano un'abitazione. Forse è proprio la funzione psicosociale del bagno che ne predispone la trasformazione spaziale sperimentata negli ultimi anni. Sullo sfondo del boom che ha caratterizzato di recente il concetto di benessere, la stanza da bagno funzionalista diventa sempre più spesso un modello di fine serie. Oggi in bagno non vogliamo solo lavarci, ma rilassarci. Per questa ragione il bagno si trasforma via via in un vero e proprio luogo di soggiorno. La crescente integrazione spaziale tra bagno e soggiorno, fenomeno sempre più osservabile nei moderni stili abitativi, ne è solamente la diretta con-



seguenza. Ora ci si chiede cosa porterà questa integrazione alle forme comportamentali psicosociali. È particolarmente interessante notare che il "bagno come luogo di soggiorno" si sia sviluppato prevalentemente negli alberghi. Architetti e designer hanno scoperto in quest'ambito una specie di laboratorio sperimentale, in cui provare nuove relazioni tra bagno e zona giorno senza dover prestare particolare attenzione alle convenzioni prestabilite di un'abitazione; nessuno d'altra parte vive per sempre in albergo. All'opposto, chi soggiorna in hotel cerca piuttosto di scostarsi dalle norme di casa propria; si potrà tornare ad essere convenzionali una volta rientrati fra le pareti domestiche. Infine, dal momento che solitamente in una stanza d'albergo non si riceve nessuno, quasi automaticamente accettiamo con entusiasmo il rischio di "provare" forme abitative che forse mai ci sogneremmo di installare a casa nostra, per evitare inopportune domande dei nostri ospiti.

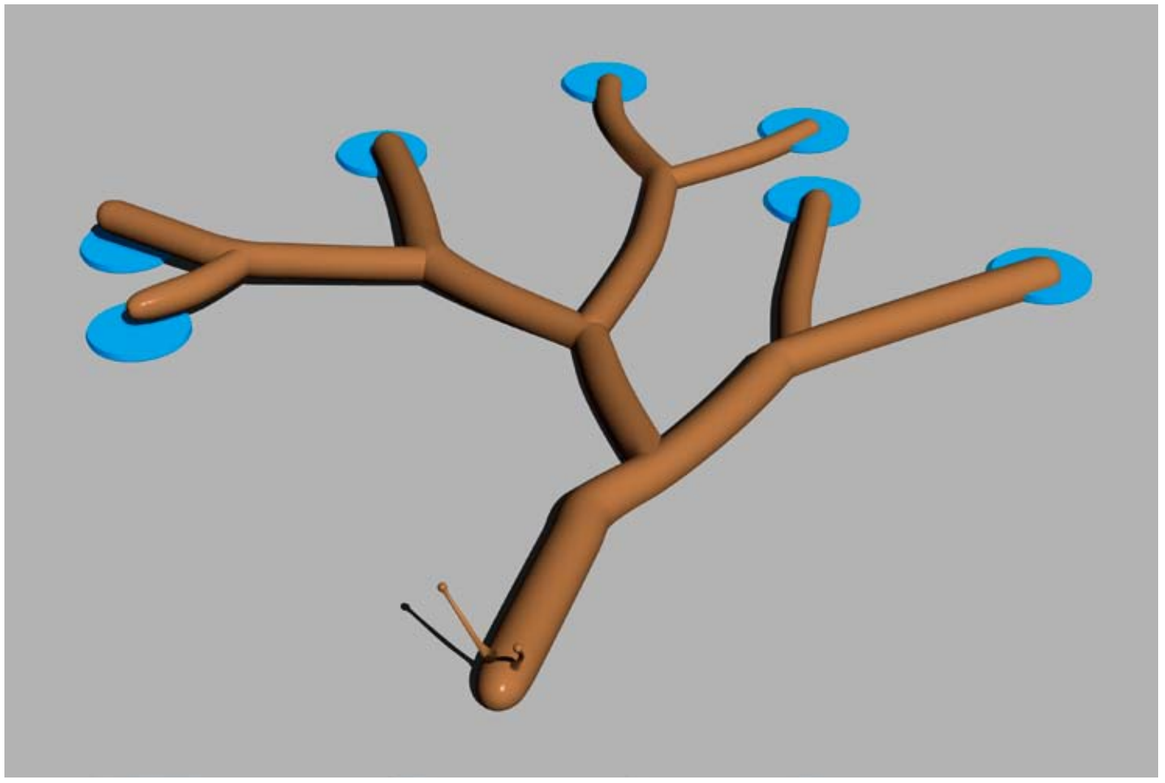
I più coraggiosi fra noi si chiedono naturalmente di quando in quando se non sia possibile spostare queste nuove esperienze all'ambito del bagno di casa, per portare la cultura abitativa ad un nuovo livello. È chiaro che integrando gli spazi dedicati alle funzioni del bagno con quelle del soggiorno non solo occorre modificare le prime, ma anche naturalmente le seconde. Gestualità e persone finora spazialmente separate si ritrovano all'improvviso fianco a fianco, con l'esigenza di combinarsi ed organizzarsi in modo diverso. Se, come all'Amerigo di Alicante, i lavabi si spostano dalla stanza da bagno al corridoio, viene a crearsi una correlazione diretta tra lo spogliarsi (di fronte al lavabo) e il rivestirsi (davanti al guardaroba, proprio di fianco). Quando invece, come al Q di Berlino, la zona divani confluisce senza soluzione di continuità nella vasca da bagno, viene spontaneo chiedersi quali effetti avrebbe questa vicinanza spaziale in una conversazione tra più persone. E infine se, come all'hotel Downtown Standard di Los Angeles, la doccia e il letto matrimoniale sono separati solo da una parete di vetro, si aprono prospettive di seduzione forse del tutto nuove.

In effetti il bagno soggiorno evidenzia chiaramente i deficit sensoriali della classica stanza dell'acqua. Una stanza da bagno piastrellata di bianco è ignobile al pari di una dark room immersa in una luce abbagliante. Forse questo dipende dal nostro freddo clima nordico. È infatti evidente che la dispendiosa sublimazione della cultura privata del bagno oggi si registra soprattutto nei paesi dove il tempo è inclemente. A Sidney le abitazioni unifamiliari immerse nel verde hanno bagni all'aperto che rimandano a un terrazzo piuttosto che a una stanza. Si fa la doccia sotto il cielo azzurro, tra il cinguettio degli uccelli e respirando il profumo del bosco o del mare. Probabilmente a nessun australiano verrebbe in mente di esiliare il rituale della pulizia del corpo in una stanza nell'angolo più nascosto della casa! Su questo sfondo, le costose rubinetterie delle stanze da bagno di oggi, paradiso del lifestyle, appaiono come il tentativo di portare questa primitività tropicale nelle distese fredde e ombrose del nord Europa. Soffioni per doccia sempre più grandi, fino a fondersi completamente con il soffitto, per avvolgerci in una pioggia monsonica. Scrosci che ci trasportano per un attimo sotto una cascata, vasche a idromassaggio che massaggiano dolcemente il nostro corpo contratto dal lavoro, e molto altro.

Il "ritorno alla natura" cui tende il design di oggi riporta sostanzialmente la moderna stanza da bagno alle sue origini storiche, nel tardo XVIII secolo, che vide tornare di moda il bagno in casa e terminare quella certa repulsione barocca per l'acqua che aveva predominato per due secoli. I medici dell'epoca ritenevano che l'acqua fosse dannosa. Pensavano che potesse penetrare nell'organismo attraverso i pori miscelandosi al sangue e portando demenza e idropisia. Invece di fare il bagno, si era soliti strofinare la pelle con fazzoletti profumati e indossare pregiata biancheria intima di lino. Si pensava che al contatto con il corpo il tessuto potesse in un certo senso detergere la pelle. Tanto più costosa era la biancheria, tanto più pulito si riteneva chi la indossava. "Verso la metà del XVII secolo i nobili cambiavano la camicia ogni giorno, i borghesi benestanti la tenevano indosso da tre giorni a una settimana. Invece di comprare una vasca da bagno, un cortigiano poteva arrivare ad acquistare in media trenta camicie. (...) Ci si nascondeva dietro ciprie profumate e belletti colorati, cospargendosi abbondantemente di profumo, oppure si ponevano sacchetti profumati (antesignani del deodorante) sotto le ascelle e tra le pieghe delle vesti."[2)] Il bagno aveva esclusivamente uno scopo curativo. Nella seconda metà del XVIII secolo, con l'avvento dell'Illuminismo, la filosofia naturalistica di Rousseau e le nuove conoscenze nel campo delle scienze naturali, lentamente tornò a diffondersi la cultura del bagno. All'inizio si trattò non tanto di una stanza, quanto di un pezzo d'arredamento. Non esistendo ancora l'acqua corrente, la vasca da bagno non si installava in uno spazio dedicato, ma veniva spostata nella zona in cui si intendeva procedere alle abluzioni, spesso il salotto. Per questo la vasca non veniva considerata un elemento sanitario, ma piuttosto, anche nella forma, un mobile da salotto. "I mastri falegnami facevano a gara tra loro per superarsi nelle idee e nell'abilità manuale, al fine di trasformare la vasca per il "bagno in salotto", bagno che si faceva in compagnia nella propria camera da letto, in un mobile vero e proprio che fosse al passo con lo stile del tempo e facile da trasportare."[3)] La vasca da bagno in rame stagnato venne abbellita con dipinti decorativi nella parte esterna e camuffata da poltrona o chaiselongue con imbottiture applicate. Il bagno era semplicemente un'espressione dell'abitare.

Questo "bagno mobile" costituisce il fondamento della cultura del bagno che agli inizi del XIX secolo si diffuse nell'alta borghesia. In mancanza di acqua corrente, l'acqua calda veniva recapitata con servizio a domicilio, insieme alla vasca, a bordo di carri a cavalli. Per superare scale spesso anguste, si faceva uso di vasche pieghevoli, collocate in corridoio e riempite d'acqua calda a mezzo di secchi. Il corridoio, effettivamente lo spazio più pubblico della casa borghese, si trasformava temporaneamente nel luogo più intimo. Contrariamente alle moderne stanze da bagno delle epoche successive, il bagno non genera ancora la propria specifica atmosfera, ma si apre completamente all'ambiente domestico. Questa consuetudine rimane anche quando, nella seconda metà del XIX secolo, gli appartamenti delle metropoli europee si dotano di acqua corrente. In quest'epoca nasce il "bagno inglese", che oggi a malapena potremmo identificare come stanza da bagno, perché tutti i sanitari sono camuffati come mobili destinati ad altri usi: la vasca è realizzata con una doppia parete di porcellana rivestita in mogano (!) e, con la cabina doccia integrata, ricorda piuttosto un confessionale a sdraio; eppure alla fine del secolo scorso rappresentava l'ultimo grido dell'alta società. Solo all'inizio del XX secolo si smise di nascondere la vera funzionalità del bagno. La moderna tendenza a trasformare il bagno in un luogo di soggiorno sembra riflettere all'indietro l'immagine di questa evoluzione storica. In una sorta di fantascienza rétro, i designer del nostro tempo stanno proprio "riscoprendo" il concetto diffuso prima che si inventasse la stanza da bagno: faccio il bagno, dunque abito.

La idea del agua en la casa es una paradoja. Como descendiente del Arca, en realidad la arquitectura debería protegernos del agua. Al fin y al cabo, el techo sobre nuestra cabeza es lo que más deseamos de una casa. Cuando los romanos utilizaban la palabra latina tectum (en español techo), con frecuencia hacían referencia a la casa entera (en latín domus). También hay casas sin paredes, por ejemplo en los trópicos, pero no hay ninguna casa sin techo. Mientras que el agua que cae del cielo es venerada en la agricultura como fuente de la vida, en la arquitectura tiene siempre un regusto de destrucción y fragilidad. Un tejado con goteras provoca podredumbre y moho, y en un santiamén transforma un pulcro suelo de parquet de madera en un espantoso paisaje de tablas hinchadas que se abomban hacia arriba y se desencajan violentamente. Nada daña tanto la reputación de los arquitectos como los daños provocados por el agua, por lo que dedican un tiempo inmenso a conseguir que las casas sean impermeables. Son múltiples los conflictos dirimidos entre propietarios y arquitectos en relación con la aparición de agua no deseada. Ser o no ser impermeable, esta es la cuestión – protesta rechazada. Físicamente, en el fondo el agua es abominable para los arquitectos porque resulta muy difícil de controlar. Sólo la pueden sobrellevar subliminándola estéticamente. Para ahuyentar su aquafobia oprimida,



rodean sus construcciones con estanques reflectantes o piscinas, porque aquí es, en definitiva, donde el agua no estropea sus creaciones, sino que incluso las multiplican ópticamente con sus superficies de reflexión.

El cuarto de baño, visto así, es una excepción en el régimen de construcción en seco de la arquitectura, una anomalía permitida. Es el único cuarto de la casa que puede ser realmente húmedo. El "cuarto húmedo", este término técnico para designar el cuarto de baño moderno, debe entenderse literalmente: es una sala en la que el agua se mantiene atrapada. Dentro del mundo doméstico, el cuarto de baño constituye una heterotopia. En el cuarto de baño, el agua se purifica simbólicamente de todas las connotaciones negativas que, fuera de sus límites, se le adhieren cada vez más. En la práctica, el culto actual al cuarto de baño parece haberse incrementado en la medida que el agua como materia se ha hecho cada vez más problemática en varios sentidos.

El agua se hace escasa: en muchos países en desarrollo, la escasez de agua potable durante las próximas décadas costará millones de vidas humanas o les hará viajar muy lejos, lo cual debería generar una consciencia en las personas de los países "desarrollados" para manejar los recursos de forma más racional. Todavía no se nota nada en este sentido. Los jardines delanteros de las casas de las zonas residenciales californianas se riegan artificialmente como siempre se ha hecho, como si la vista del césped verde fuese algo vital. Pero incluso nosotros, habitantes de la Europa "ilustrada" que quiere ser ecológicamente correcta, deberíamos sentir malestar al ver la cantidad de agua potable que no utilizamos para beber, por ejemplo porque el agua de las cisternas de nuestros WC es potable, ya que normalmente nuestras viviendas no disponen de un sistema de canalización separado para agua de servicio.

El agua se convierte en mercancía: para Nestlé, líder mundial en el negocio de agua de mesa (agua embotellada), el agua potable hace tiempo que es una mercancía con valor de mercado igual que cualquier otro producto. Como los países económicamente ricos del norte también son ricos en agua, en el futuro tendrán un monopolio del agua. Un capital lucrativo, teniendo en cuenta que los economistas ya designan el agua como el petróleo del siglo XXI. Siguiendo las reglas del razonamiento económico, cabe esperar que los países ricos en agua aprovechen este monopolio, ya que hasta ahora todos los países con recursos de yacimientos energéticos naturales como petróleo o gas natural han aprovechado su posición monopolística en su propio beneficio. Esto afectará a los países del sur pobres en agua, sobre todo de África, que aun así ya sufren escasez de alimentos y que, debido al avance de los desiertos forzado por la catástrofe climática, van a padecer una sequía aún mayor.

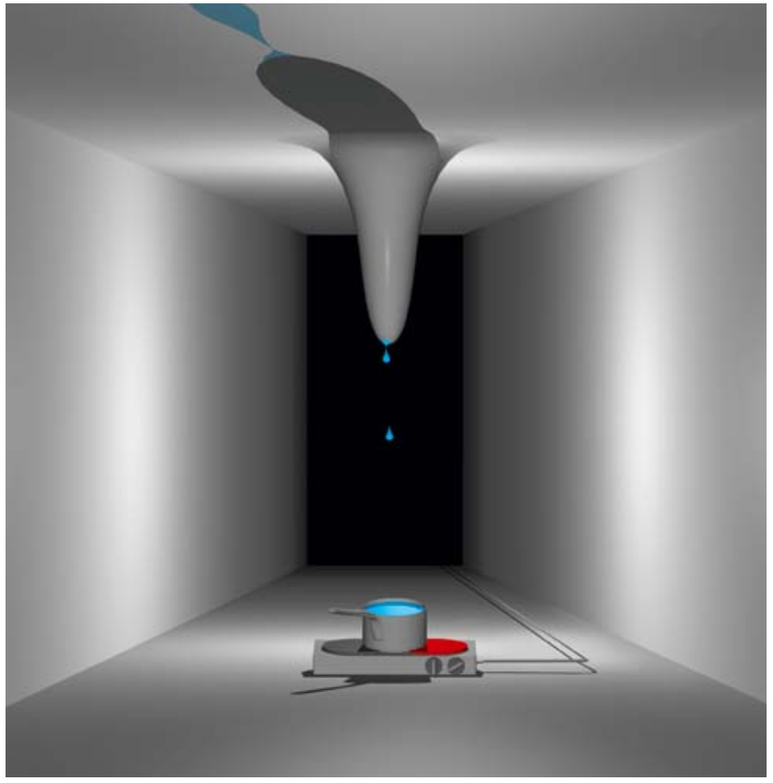
El agua genera catástrofe: sin agua no se puede vivir, pero también se puede perecer por exceso de la misma. El derretimiento continuo de los polos hace que el nivel del mar aumente de tal forma que hará desaparecer islas enteras del Pacífico[1)] y numerosas regiones costeras muy pobladas de todo el mundo serán engullidas por el mar. Dado que con frecuencia estas costas alojan también infraestructuras industriales, los países afectados también se verán perjudicados económicamente de forma permanente. Las mareas vivas y las inundaciones pierden su carácter excepcional y se convierten en fenómenos habituales. El agua, ya sea del cielo o del mar, se convierte en amenaza continua.

Por supuesto, uno no piensa en todo eso cuando abre el grifo en el cuarto de baño, y precisamente en esta represión es donde radica la función cultural contemporánea del cuarto de baño. Es un espacio para la transfiguración y la transformación. Dentro se

asemeja al White Cube, la sala de exposiciones de arte normativa de la modernidad. El White Cube suspende temporalmente el día a día, deja que lo cotidiano parezca extraordinario y transforma nuestra visión de la realidad. Que el cuarto de baño moderno sea tan blanco como el White Cube es algo que subraya su secreta complicidad. Del mismo modo que no es casualidad el hecho de que Marcel Duchamp haya escogido un urinario para manifestar su principio del Objet trouvé, es decir, de la transformación de un objeto cotidiano en una obra de arte ("Fountain", 1917). El cuarto de baño lleva a cabo una transformación similar con nosotros. Es el lugar de nuestro crepúsculo corporal: el espacio entre el sueño y el despertar. Es una esclusa en la que nos transformamos a partir del Yo autoolvidado que, procedente del reino de los sueños, debe buscarse de nuevo y, a menudo, sólo se vuelve a confrontar consigo mismo cuando se mira en el espejo. Es el espacio en el que, a través de la higiene corporal, el arreglarse y el maquillarse a continuación, es cuando volvemos a recuperar el control sobre nuestro Yo, y nos transformamos en el Yo que queremos generar a partir de nosotros.

En este sentido, el cuarto de baño es un espacio extremadamente privado. Al mismo tiempo, es frecuente que compartamos este espacio privado con otros miembros de la familia. Al contrario que el dormitorio, que normalmente está reservado sólo a una persona o a la intimidad de la pareja, el cuarto de baño funciona como un espacio privado-público en multipropiedad. Esto puede provocar conflictos en las familias o en los pisos compartidos, porque aquí es donde uno se da cuenta de que esta privacidad, que se puede experimentar en el cuarto de baño como en ningún otro sitio, sólo existe de forma temporal.

En este sentido, el cuarto de baño funcionalista "todo en uno" ha desempeñado un papel determinante en la convivencia de las personas. Ha condicionado las ideas básicas de individualidad y colectividad de una comunidad que comparte una vivienda. Es posible que la función psicosocial del cuarto de baño sea objeto de debate, teniendo en cuenta precisamente la transformación espacial que está experimentando el cuarto de baño desde hace algunos años. Sobre el trasfondo del enorme auge experimentado en los últimos años por el culto al bienestar fisico y mental (wellness), la celda del baño funcionalista ha evolucionado cada vez más para convertirse en un modelo anticuado. Hoy en día, en el cuarto de baño no sólo queremos lavarnos, sino recobrarnos. De este modo, el baño se convierte más y más en un cuarto de estar. Teniendo esto en cuenta, la creciente integración espacial del cuarto de baño en un cuarto de estar, que en la actualidad se puede observar cada vez más en las viviendas con estilo de vida contemporáneo, es una consecuencia lógica. La cuestión es qué nuevas formas de comportamiento psicosocial va a revelar este baño integrado. Resulta muy interesante en este sentido que



la tipología del "baño de estar" haya emergido sobre todo del diseño de hoteles. Los arquitectos y los diseñadores descubrieron en el diseño de hoteles una especie de laboratorio de ensayos en el que podían probar nuevas relaciones entre cuarto de baño y cuarto de estar, sin necesidad de tener en consideración las convenciones establecidas para las viviendas: al fin y al cabo, nadie vive eternamente en un hotel. Al contrario, como viajeros buscamos en el hotel más bien la divergencia respecto a nuestra norma doméstica; siempre podemos vivir en casa de forma aburguesada. Y como, generalmente, en la habitación del hotel siempre estamos en privado, casi automáticamente estamos más dispuestos a arriesgar a la hora de "probar" formas de vivienda que, quizá, nunca nos habríamos atrevido a tener en casa sólo por evitar las molestas preguntas de los invitados.

Naturalmente, los más atrevidos entre nosotros se plantean de vez en cuando la idea de llevarse también a casa las experiencias interesantes del cuarto de baño, para poner al día la cultura de la propia vivienda. Lo que está claro es que con la integración espacial de las funciones del cuarto de baño en el cuarto de estar no sólo se modifican las funciones del baño, sino que por supuesto también se modifican las de la vivienda. Las acciones y las personas que antes estaban separadas espacialmente, de repente se vuelven a encontrar unas junto a otras y deben interactuar de una forma nueva. Por ejemplo, si en el hotel Almerigo de Alicante los lavabos se han sacado del cuarto de baño y se han plantado en el corredor, se produce una relación directa entre el desvestirse (delante del lavabo) y el vestirse (delante del armario que está justo al lado). Si en el hotel Q de Berlín un paisaje de asientos fluye hacia una bañera, se plantea la cuestión del efecto que va a producir esta contigüidad espacial sobre una conversación con un grupo de personas. Y si en el Downtown Standard Hotel de Los Ángeles la ducha sólo está separada de la cama de matrimonio a través de un panel de cristal, posiblemente se abre toda una serie de perspectivas nuevas en cuanto a la seducción.

En efecto, el baño de estar hace evidente el déficit sensorial del cuarto húmedo clásico. El cuarto de baño con azulejos blancos es tan abyecto como una Cámara oscura sumergida en una luz resplandeciente. Quizá esto se deba a nuestro clima relativamente frío. En la práctica llama la atención el hecho de que, hoy en día, la sublimación con mucho coste de material de la cultura del cuarto de baño privado se

realiza sobre todo en países con mal tiempo. En Sydney las casas unifamiliares que se encuentran en la naturaleza tienen baños exteriores (outdoor bathrooms), y con esto uno se imagina más bien terrazas en lugar de cuartos. Se duchan al aire libre, oyendo piar a los pájaros, y respirando el aroma del bosque o del mar. ¡Probablemente allí a nadie se el ocurriría desterrar el ritual de la limpieza corporal a un cuarto situado en el rincón más escondido de la casa! Ante este trasfondo, todas las lujosas griferías de cuarto de baño paradisíaco actual como estilo de vida parecen un intento de llevar esta originalidad trópica a la ancha y malhumorada Europa del norte: cabezas de ducha cada vez más grandes, hasta abrirse completamente en el techo, para regarnos con una lluvia monzónica; duchas torrenciales que nos colocan momentáneamente bajo una cascada; baños de remolino (whirlpools) que dan un masaje aún más suave a nuestros cuerpos, tensos por el trabajo, etc.

Con esta tendencia de "regreso a la naturaleza" en los diseños actuales del cuarto de baño, el baño moderno regresa en principio a su origen histórico de finales del siglo XVIII, cuando el baño doméstico se volvió a poner de moda y acabó con dos siglos de aversión al agua durante el Barroco. Los médicos de aquella época consideraban que el agua era perjudicial. Creían que penetraba en el cuerpo a través de los poros y se mezclaba con la sangre, provocando demencia e hidropesía. En lugar de bañarse, se frotaban la piel con toallas perfumadas y se ponían ropa interior noble de lino. Pensaban que, a través del contacto con el cuerpo, el tejido desprendía en cierto modo toda la suciedad de la piel. Cuanto más lujosa fuese la ropa interior, más limpia se creía la persona que la llevaba. "Hacia mediados del siglo XVII, los hidalgos se cambiaban de camisa a diario, y los habitantes acomodados de las ciudades cada tres a siete días. En lugar de comprarse una bañera, los cortesanos se compraban un promedio de treinta camisas. (...) La gente se escondía detrás de polvos perfumados y de maquillajes de colores, se empapaban de perfume o se colocaban saquitos aromáticos debajo de las axilas (una forma precursora del desodorante) y en los pliegues de la ropa"[2]. Sólo se bañaban con fines medicinales. En la segunda mitad del siglo XVIII, con el establecimiento de la Ilustración, la filosofía natural de Rousseau y los nuevos descubrimientos de las ciencias naturales, poco a poco regresó la cultura húmeda del baño. Sin embargo, al principio el baño no consistía tanto en una habitación, sino más bien en una forma del mobiliario. También debido a que no había agua corriente, la bañera no estaba instalada en una habitación de forma fija, sino que se llevaba a cualquier cuarto en el que uno quisiera bañarse, con frecuencia el salón. De este modo, la bañera se diseñaba también como un mueble de salón, y no como un objeto sanitario. "Los artistas carpinteros se superaban unos a otros en cuanto a ideas y destreza artesanal, con el fin de transformar las bañeras para el 'baño de salón', que se tomaba en el dormitorio en compañía, en auténticos muebles adecuados al estilo de la época y fáciles de transportar"[3]. La auténtica bañera de cobre estañado se adornaba por fuera con pinturas y se disfrazaba de sofá o de chaiselongue mediante respaldos acolchados. El baño era simplemente una forma de estar.

Este "baño móvil" constituye la base de la cultura del baño que apareció a principios del siglo XIX entre la alta burguesía. A falta de agua corriente en las viviendas, a través de un servicio de distribución en coche de caballos se hacían traer a casa agua caliente junto con una bañera. Para poder subir por huecos de escalera estrechos, se utilizaban bañeras plegables que se colocaban en el pasillo de la vivienda y que se llenaba a base de cubos de agua precalentada. El pasillo, que en realidad era la sala más pública de la vivienda burguesa, se transformaba provisionalmente en el lugar más privado. Al contrario que el cuarto de baño moderno que llegó con posterioridad, el baño no conforma todavía su propio entorno espacial, sino que se abre plenamente al ambiente doméstico de la vivienda. Esto continuó siendo así en la segunda mitad del siglo XIX, cuando las viviendas de las metrópolis europeas se equiparon con agua corriente. Durante esta época apareció el "baño inglés", que hoy en día apenas reconoceríamos como cuarto de baño, porque todos los objetos sanitarios están disfrazados de forma doméstica: la bañera está formada por una porcelana de doble pared y por fuera está revestida de caoba (!). Con su cabina de ducha integrada, esta bañera parece más bien hoy en día un confesionario para tumbarse, pero en el cambio del siglo XIX al XX era el último grito entre la sociedad distinguida. Hasta principios del siglo XX no se empezó a dejar de esconder la funcionalidad del baño. La tendencia actual parece proyectar como un reflejo esta evolución histórica en el pasado. En una especie de retro ciencia-ficción, nuestros diseñadores de cuartos de baños contemporáneos "redescubren" cada vez más aquel baño anterior a la invención del cuarto de baño: me baño, luego vivo.

1) *See http://www.ipcc.ch for the 4th Assessment of the International Panel on Climate Change.*
2) *Marcel Duchamp, Fountain, 1917*
3) *Françoise de Bonneville, Das Buch vom Bad [The book of bathing], Munich 1998, p. 82.*
4) *Das Buch vom Bad, p. 93.*

1) *Si veda il 4° Rapporto di valutazione IPPC (Intergovernmental Panel on Climate Change, organismo internazionale che studia i cambiamenti climatici) http://www.ipcc.ch*
2) *Françoise de Bonneville, Das Buch vom Bad, Monaco 1998, pag. 82.*
3) *Das Buch vom Bad, pag. 93*

1) *Ver 4th Assessment of IPPC (Intergovernmental Panel on Climate Change) http://www.ipcc.ch*
2) *Françoise de Bonneville, Das Buch vom Bad, Múnich 1998, pág. 82.*
3) *Das Buch vom Bad, pág. 93*

Ilka Ruby is an architect and graphic designer, and Andreas Ruby is an architectural theoretician. Since 2001, together they have run the agency for architectural communication, textbild. They write essays, publish and design books, curate exhibitions, organize symposiums, advise institutions on contemporary architecture and tutor architects at various universities across Europe and the USA.
www.textbild.com

Ilka Ruby è architetto e grafica, mentre Andreas Ruby è un teorico dell'architettura. Dal 2001 dirigono, insieme, l'agenzia d'interventi architettonici textbild. Redigono saggi, pubblicano e realizzano libri, curano mostre, organizzano simposi, offrono consulenza a istituzioni in contesti dedicati all'architettura contemporanea e insegnano architettura in diverse università europee e americane.
www.textbild.com

Ilka Ruby es arquitecta y grafista, y Andreas Ruby es teórico de arquitectura. Desde 2001 dirigen juntos la agencia de intermediación arquitectónica textbild. Escriben ensayos, publican y diseñan libros, son comisarios de exposiciones, organizan simposios, asesoran a instituciones sobre arquitectura contemporánea y enseñan arquitectura en diferentes universidades de Europa y de EE.UU.
www.textbild.com

GLOBAL STREET FOOD
by Mike Meiré, Dornbracht Edges 2009
“Lollipop pole”, Buenos Aires, Argentina
Photography Hartmut Nägele

CULTURE PROJECTS

For over ten years, entering the dialogue with art and culture has been for Dornbracht both an inspiration and the way they see themselves.

Da oltre dieci anni partecipare al dialogo con arte e cultura è per Dornbracht motivo di ispirazione e definizione di sé.

Entrar en diálogo con el arte y la cultura es para Dornbracht desde hace más de diez años a la vez inspiración y propia imagen.

DC 1/DC 2
DORNBRACHT
CONVERSATIONS 200

NOISES FOR
RITUAL ARCHITECTURE 206

GLOBAL STREET FOOD 210

Dornbracht Conversations

With Dornbracht Conversations, a series of discussions was launched in 2008, which serves as a discourse platform exploring current schools of thought in design, architecture and art.
Nel 2008, con le Dornbracht Conversations, è partita una nuova serie di dibattiti, intesa come piattaforma discorsiva, al fine di sviscerare le correnti attuali tra design, architettura e arte.
Con las Dornbracht Conversations se iniciaron en 2008 una serie de debates que se presentan como una plataforma de diálogo entre las corrientes actuales del diseño, la arquitectura y el arte.

For each of the Dornbracht Conversations (DC), three or four experts from different industries, including design, art, architecture, science and the media, were invited to address key issues on a trendsetting topic, present their own experiences and views and involve the public in the discussion. Dornbract Conversations 1 (DC 1) took place in Iserlohn at the end of May, addressing the question "What is a modern classic and what significance does a classic have in a transversal culture?" Dornbracht used the presentation of the improved TARA series as an opportunity to highlight the current almost inflationary concept of the classic at DC 1 in two separate podium discussions. Dornbracht Conversations 2 (DC 2) followed in mid-September in Museum Ludwig Cologne, the topic this time being "Is design art, is art design?" *A full report on the events is available at www.dornbracht.com/dc.*

DORNBRACHT CONVERSATIONS 1
PANEL 1 – IN A CLASSICAL DILEMMA

Dornbracht Conversations 1 (DC 1), Iserlohn 2008
"What is a modern classic, and what significance do classic works have in a transversal culture?"
Photography Heji Shin

"What exactly is a classic?"
"A classic is something that feels as if it has always been there. A classic is a "déjà vu" experience, as it were." *(Tobias Rehberger)*
"Classics are only relevant for me if I am working with a company. Only then, as in the case of Thonet, are classic products relevant. They help me to understand the essence of the company." *(Stefan Diez)*
"Classics are a matter of definition and definitions are determined by the media. Ironically, the creators themselves had anything but a classic in mind when creating their product." *(Gerda Breuer)*
"These days, if nothing else, classics have a meaningful function. We live in an eclectic society. For that reason, we need anchor points that we can hook onto." *(Sophie Lovell)*

"Are classics a good thing? Do we need classics?"
"Design classics constrain young people. They should be creating new examples instead of focusing on things that are virtually antiques today." *(Gerda Breuer)*
"Classics are a guarantee per se, a proven concept. That is why designers these days have to create many things that look like classics. However, the sentimentality frequently associated with classics is a bad thing. It often proliferates as kitsch – one negative example being the new Beetle: it lives up to the legend of the original Beetle, without going beyond the status of being a plaything. That's awful." *(Stefan Diez)*

PANEL 2 – GENERATION CHANGE

Improvements to the design icon TARA simultaneously herald a new generation: the TARA design from 1992 was created by Dieter Sieger, with the improved TARA being designed by his son Michael. A good reason to talk to father and son about the value of a classic. On their side: Andreas Dornbracht and Mike Meiré. Everyone in the discussion agreed that archetypes like TARA stand for qualities that have withstood the test of time. They give direction, clarity and guarantee security. The improved TARA brings the classic up-to-date. TARA has become more slender, while losing none of its character. The modifications are only in the detail.

"What makes TARA a classic?"
"TARA is very elegant and, at the same time, timeless." *(Dieter Sieger)*
"TARA exhibits many features of an archetype. Children's books often depict taps with crossed handles and tubular spouts. That is why a lot of people felt with TARA that they had already seen something like it before, so they immediately felt comfortable with the product." *(Andreas Dornbracht)*
"With TARA, Dornbracht introduced a new kind of fitting – a designer fitting. The fact that TARA has been copied so many times around the world is testimony to its relevance." *(Michael Sieger)*
"People can sometimes live for ten, twenty or even thirty years with a fitting like TARA. It has a timeless quality." *(Mike Meiré)*

Dornbracht Conversations 1 (DC 1), Iserlohn 2008
Accompanying "Design classics" exhibition
Photography Heji Shin

"Should we make any changes at all to a classic like TARA?"
"When you have an iconic product like TARA, you have to do something to enable it to become and remain a classic. And that includes bringing something new into the market every now and then." *(Andreas Dornbracht)*
"TARA is a brand like Nivea or Maggi that is actually constantly being improved. It involves immensely detailed work which is barely noticeable to the man in the street." *(Dieter Sieger)*
"TARA was introduced as a single-hole mixer, now it has a complete range including free-standing fittings for bathtubs. Even with these additional products, we naturally continue to work on the classic." *(Michael Sieger)*

DORNBRACHT CONVERSATIONS 2
IS DESIGN ART, IS ART DESIGN?

The artist Tobias Rehberger, Konstantin Grcic, currently Germany's most successful industrial designer, Mike Meiré as the "interface" between art and design, and collector Harold Falckenberg held a captivating discussion on the aspects which unite or divide the disciplines of art and design. This time, Dornbracht invited its guests to the Museum Ludwig in Cologne. The installation known as "The chicken-and-egg-no-problem wallpainting" created by Tobias Rehberger and sponsored by Dornbracht was being exhibited until the end of September.

"Where are the boundaries between art and design?"
"These days, many design pieces sell for practically as much as art works." *(Katia Baudin)*
"For me, both design and art are simply a matter of perspective. Depending on its scope of use, a "thing" either has a purpose or not. I don't think there is a difference that has to be externally identifiable." *(Tobias Rehberger)*
"I consider perspective during the creation process to be relevant to the decision: what is my perspective, my motive as the creator? Do I want to design an industrial product or create a work of art? Both can ultimately lead to the same result, but with completely different connotations." *(Konstantin Grcic)*
"In principle, design is functionally created, whereas in principle, art is autonomously created." *(Harald Falckenberg)*
"At the end of the day, whether design or art, it boils down to: what you do ultimately – hopefully – has some relevance." *(Mike Meiré)*

"And at what point do art and design meet?"
"For me, there is no merging or fusion between views. Just because a sculpture looks like a chair, does it automatically have nothing to do with design? Does it have little to do with design, just because it is used like a chair?" *(Tobias Rehberger)*
"I think design definitely has a place in a museum, but not because by being in a museum it becomes art." *(Konstantin Grcic)*
"I think, it is in the perception of the term 'creator' where art and design meet." *(Harald Falckenberg)*
"What we are coming to realize is that design and art have become a lifestyle factor." *(Mike Meiré)*

Dornbracht Conversations 1 (DC 1), Iserlohn 2008
Podium participants, panel 1 "What is a design classic?"
Accompanying staging: "Tara. Never change a classic. Just refine it."
Photography Heji Shin

Per la serie delle Dornbracht Conversations (DC) si invitano ogni volta tre o quattro esperti di diversi settori – design, arte, architettura, scienza e mezzi di comunicazione – per affrontare le questioni centrali di un argomento decisivo, per esporre le proprie esperienze e i propri principi e per discutere con il pubblico. Le Dornbracht Conversations 1 (DC 1) hanno avuto luogo a fine maggio a Iserlohn partendo dalla domanda "Cos'è un classico moderno e che importanza riveste in una cultura trasversale?". Dornbracht ha preso spunto dalla presentazione della serie TARA perfezionata per illustrare, in ben due tavole rotonde, il concetto di classico, nel frattempo quasi inflazionato, in occasione delle DC1. A metà settembre sono seguite le Dornbracht Conversations 2 (DC2) presso il museo Ludwig di Colonia sul tema "Il design è arte, l'arte è design?" *La versione integrale delle manifestazioni è disponibile al sito www.dornbracht.com/dc.*

DORNBRACHT CONVERSATIONS 1
PANEL 1 – IL DILEMMA SUL CLASSICO

"Cos'è effettivamente un classico?"
"Un classico è qualcosa di palpabile, come se ci fosse sempre stato. Un classico come esperienza di déjà-vu, per così dire." *(Tobias Rehberger)*
"I classici per me sono importanti innanzitutto se lavoro con un'azienda. Solo a quel punto me li guardo, come nel caso di Thonet. Essi mi aiutano a capire l'essenza dell'azienda stessa." *(Stefan Diez)*
"I classici sono oggetto di definizione e le definizioni sono determinate dalla stampa. Per ironia della sorte, i loro stessi creatori hanno in mente tutt'altro che progettare un classico." *(Gerda Breuer)*
"Non da ultimo, i classici oggi svolgono una funzione significativa. Viviamo in una società eclettica. Per questo abbiamo bisogno di punti di ancoraggio, a cui poterci aggrappare." *(Sophie Lovell)*

"I classici rappresentano qualcosa di buono? Abbiamo bisogno dei classici?"
"I classici del design frenano i giovani che dovrebbero crearsi nuovi modelli, invece di orientarsi su cose che oggi sono vere e proprie antichità." *(Gerda Breuer)*
"I classici in sé sono una garanzia, un proved concept. Ed è per questo che oggi i designer progettano molte cose che appaiono come classici. L'aspetto deleterio, però, è il sentimentalismo che spesso evocano. Di solito poi degenera nel kitsch – un esempio paradigmatico in negativo è dato dalla New Beetle che si serve del mito del maggiolino originale, senza superare lo status di giocattolo. È terribile." *(Stefan Diez)*

PANEL 2 – CAMBIO GENERAZIONALE

Con il perfezionamento di TARA, icona del design, si verifica anche un cambio generazionale: il progetto della serie TARA del 1992 nasce da Dieter Sieger, la serie TARA perfezionata da suo figlio Michael. Un buon motivo per parlare con padre e figlio del valore di un classico. Al loro fianco: Andreas Dornbracht e Mike Meiré. Archetipi come TARA sono sinomino di qualità che rimangono nel tempo, su questo i partecipanti al dibattito erano tutti d'accordo. Offrono orientamento, chiarezza e promettono sicurezza. La serie TARA perfezionata trasferisce il classico ai giorni nostri. TARA è diventata più slanciata – senza perdere il proprio carattere. Le modifiche interessano solo i dettagli.

"Cosa rende TARA un classico?"
"TARA è molto elegante e al tempo stesso sempre molto attuale." *(Dieter Sieger)*
"TARA ha molto di un archetipo. Nei libri per bambini, i rubinetti sono spesso rappresentati con manopola a crociera e bocca di erogazione tubolare. Per questo con la serie TARA molti avevano la sensazione del "l'ho già visto" e il prodotto risultava subito simpatico." *(Andreas Dornbracht)*
"Con TARA, Dornbracht ha introdotto un nuovo genere di rubinetteria, la rubinetteria di design. Il fatto che TARA sia stata spesso copiata in tutto il mondo, ne sottolinea l'importanza." *(Michael Sieger)*
"Con una rubinetteria come TARA si vive dieci, venti, a volta anche trent'anni, perché possiede qualcosa che va oltre il tempo." *(Mike Meiré)*

"Si può cambiare un classico come TARA?"
"Quando si dispone di un prodotto icona come la serie TARA, occorre fare in modo che diventi un classico e che possa restare tale. E ciò comporta lo utilizzare a dare sempre nuovi input al mercato." *(Andreas Dornbracht)*
"TARA è un marchio come Nivea o Maggi che viene costantemente perfezionato. Dietro a ciò si cela un lavoro millimetrico che il profano non vede." *(Dieter Sieger)*
"TARA è nata come miscelatore a un foro – nel frattempo si è arrivati alla gamma completa della serie, fino al rubinetto a posizionamento libero per la vasca da bagno. E naturalmente anche con questi ampliamenti si lavora sempre sul classico." *(Michael Sieger)*

DORNBRACHT CONVERSATIONS 2
IL DESIGN È ARTE, L'ARTE È DESIGN?

L'artista Tobias Rehberger, il designer industriale attualmente di maggior successo Konstantin Grcic, Mike Meiré nel ruolo di „interfaccia" tra arte e design, nonché il collezionista Harald Falckenberg hanno condotto un'avvicente discussione sugli aspetti che legano, ma che anche dividono chiaramente le discipline arte e design. L'invito di Dornbracht questa volta è stato al museo Ludwig di Colonia. La mostra promossa da Dornbracht, "Die-Das-kein-Henne-Ei-Problem-Wandmalerei" di Tobias Rehberger, è stata aperta fino alla fine di settembre.

"Dov'è il confine tra arte e design?"
"Oggigiorno parecchi pezzi di design si vendono praticamente allo stesso prezzo delle opere d'arte." *(Katia Baudin)*
"Per me, sia il design che l'arte sono solo una questione di prospettiva. Una "cosa" ha uno scopo o meno, a seconda dei parametri di utilizzo. Non credo ci sia una differenza che si possa constatare dall'esterno." *(Tobias Rehberger)*
"Io ritengo che la prospettiva sia di importanza decisiva nel processo creativo: qual è la mia prospettiva, la mia spinta in quanto creativo? Voglio plasmare un prodotto industriale o creare un'opera d'arte? Entrambi alla fine possono condurre allo stesso risultato – ma essere poi connotati in modo completamente diverso." *(Konstantin Grcic)*
"In linea di principio del design si fa un uso funzionale, mentre dell'arte si fa un uso autonomo." *(Harald Falckenberg)*
"Alla fine, che sia design o arte, si tratta di questo: ciò che fai, alla fine ha una forma di rilevanza – almeno lo si spera." *(Mike Meiré)*

Dornbracht Conversations 1 (DC 1), Iserlohn 2008
Podium participants, panel 2 "What is a design classic? Example Tara."
Photography Heji Shin

"E dove si incontrano arte e design?"
"A mio parere non c'è merging o fusione di posizioni. Solo perché una scultura ha l'aspetto di una sedia, non ha automaticamente a che fare con il design – altrettanto poco ha a che fare con il design, perché viene usata come una sedia." *(Tobias Rehberger)*
"Credo che il design trovi pienamente spazio in un museo – ma non perché diventa arte attraverso l'esposizione museale." *(Konstantin Grcic)*
"Ritengo che arte e design si incontrino proprio nel concetto dell'autore." *(Harald Falckenberg)*
"Ciò che notiamo è che design e arte sono diventati un fatto di lifestyle." *(Mike Meiré)*

Para la serie de Dornbracht Conversations (DC) se invitaron a tres o cuatro expertos en cada caso de diferentes sectores (diseño, arte, arquitectura, ciencias y medios de comunicación) para plantear las principales cuestiones acerca de un tema orientativo, presentar sus experiencias y planteamientos propios y para entablar debates con el público. Las Dornbracht Conversations 1 (DC 1) tuvieron lugar a finales de mayo en Iserlohn sobre el planteamiento "¿Qué es un clásico moderno y qué valor tiene lo clásico en una cultura transversal?". Dornbracht aprovechó la presentación del modelo TARA perfeccionado para analizar el concepto casi inflacionista de lo clásico en DC 1, en

dos debates públicos. A mediados de septiembre tuvieron lugar las Conversations 2 (DC 2) en el Museo Ludwig de Colonia (Alemania) sobre el tema "¿Es arte el diseño, es diseño el arte?" *Todos los actos están disponibles completamente en www.dornbracht.com/dc.*

DORNBRACHT CONVERSATIONS 1
PANEL 1 – EL DILEMA CLÁSICO

"¿Qué se considera un clásico?"
"Algo se considera clásico cuando da la sensación de haber estado siempre presente. El clásico es como un 'déjà-vu', por decirlo de alguna manera." *(Tobias Rehberger)*
"Los clásicos para mí son sobre todo relevantes cuando trabajo con una empresa. Entonces lo que hago es remitirme a su clásico, como en el caso de Thonet. Me ayudan a comprender la esencia de la empresa." *(Stefan Diez)*
"Los clásicos son objeto de definiciones, y las definiciones las dicta la prensa. Es irónico que sus creadores tuvieran en mente todo menos concebir un clásico." *(Gerda Breuer)*
"Los clásicos tienen hoy en día, y no en último lugar, una función significativa. Vivimos en una sociedad ecléctica. Por lo tanto, necesitamos pilares sobre los que sustentarnos." *(Sophie Lovell)*

"¿Son los clásicos algo bueno? ¿Necesitamos clásicos?"
"Los clásicos del diseño obstaculizan a la gente joven. Sería mejor que se creasen nuevos modelos, en lugar de orientarse en elementos que hoy en día no son más que antigüedades." *(Gerda Breuer)*
"Los clásicos son de por sí una garantía, un proved concept. Por lo tanto, los diseñadores de hoy conciben muchos elementos que tienen el aspecto de los clásicos. Lo malo es el sentimentalismo que con frecuencia va unido a los clásicos. En muchas ocasiones, se acaba en lo kitsch, un clásico ejemplo negativo es el Nuevo Beetle: se sirve del mito del escarabajo original, sin ir más allá del estatus de un juguete. Es horroroso." *(Stefan Diez)*

PANEL 2 – CAMBIO GENERACIONAL

Con el perfeccionamiento del icono del diseño TARA, tiene lugar al mismo tiempo un cambio generacional: el concepto de TARA del año 1992 fue creado por Dieter Sieger, la versión perfeccionada de TARA por su hijo Michael. Una buena razón para hablar con padre e hijo acerca del valor de lo clásico. A su lado: Andreas Dornbracht y Mike Meiré. Los arquetipos como TARA, en esto coincidieron todos los participantes, son sinónimo de cualidades que perduran con el paso del tiempo. Aportan orientación, claridad y prometen seguridad. La versión perfeccionada de TARA traslada el clásico a la época actual. TARA se ha estilizado, sin perder su carácter. Sólo se han modificado los detalles.

Dornbracht Conversations 2 (DC 2), Museum Ludwig Cologne
Podium participants and public "Is design art, is art design?"
Photography Harmtut Nägele

"¿Qué hace de TARA un clásico?"
"TARA es muy elegante y a la vez muy intemporal." *(Dieter Sieger)*
"TARA se asemeja mucho a un arquetipo. En los libros infantiles, los grifos se representan con frecuencia con un mando en cruz y una boca de grifo en caña. Por eso, mucha gente tenía con TARA esta sensación de "ya lo he visto antes", el producto les pareció simpático desde el primer momento." *(Andreas Dornbracht)*
"Con TARA, Dornbracht introdujo un nuevo género de griferías, una grifería de diseño. El hecho de que TARA se haya copiado con tanta frecuencia en todo el mundo prueba su relevancia." *(Michael Sieger)*
"Con una grifería como TARA, se pueden compartir diez, veinte y, en ocasiones, incluso treinta años. Tiene algo que escapa al tiempo."*(Mike Meiré)*

"¿Se puede cambiar un clásico como TARA?"
"Cuando se tiene un producto tan distintivo como TARA, se debe hacer algo para que se convierta en clásico y pueda persistir. Y para ello se deben introducir continuamente nuevos inputs en el mercado." *(Andreas Dornbracht)*
"TARA es una marca como Nivea o Maggi, que se perfecciona de forma continuada. Tras ellas se esconde un trabajo milimétrico que casi ni se aprecia."*(Dieter Sieger)*

Dornbracht Conversations 2 (DC 2), Museum Ludwig Cologne
Podium participants "Is design art, is art design?"
Photography Harmtut Nägele

"TARA se introdujo como un modelo bimando, actualmente existe una serie completa con hasta una grifería libre para la bañera. Naturalmente, también con estas ampliaciones se trabaja permanentemente en lo clásico." *(Michael Sieger)*

DORNBRACHT CONVERSATIONS 2
¿ES ARTE EL DISEÑO, ES DISEÑO EL ARTE?

El artista Tobias Rehberger, el diseñador industrial alemán con más éxito del momento Konstantin Grcic, Mike Meiré como "interfaz" entre el arte y el diseño, así como el coleccionista Harald Falckenberg, llevaron a cabo un interesante diálogo sobre las conexiones, así como los aspectos claramente diferenciables entre las disciplinas del arte y el diseño. Dornbracht eligió en esta ocasión para la cita el Museo Ludwig de Colonia. Hasta finales de septiembre, se pudo visitar la exposición de Tobias Rehberger "Die-Das-kein-Henne-Ei-Problem-Wandmalerei" promocionada por Dornbracht.

"¿Dónde se encuentra la frontera entre el arte y el diseño?"
"Hoy en día se venden numerosas piezas de diseño por prácticamente el mismo dinero que las obras de arte." *(Katia Baudin)*
"Para mí la diferencia entre el diseño y el arte es una cuestión de perspectiva. En función del parámetro de uso, un "objeto" tiene una función o no la tiene. No creo que haya una diferencia que se deba hacer constatar desde fuera."
(Tobias Rehberger)
"Creo que la perspectiva durante el proceso de creación es relevante para la decisión: ¿Cuál es mi perspectiva, mi motivación como creador? ¿Quiero crear un producto para la industria o una obra de arte? Ambas cosas pueden conducir al mismo resultado, pero tener una connotación totalmente diferente."
(Konstantin Grcic)
"El diseño se concibe en principio de forma funcional, mientras que el arte, en principio, se concibe de forma autónoma." *(Harald Falckenberg)*
"Al final, independientemente de si se trata de diseño o arte, lo importante es: hacerlo y, con suerte, que adquiera finalmente una relevancia."
(Mike Meiré)

"¿Dónde se encuentran el arte y el diseño?
"Para mí no existe ninguna fusión o merging entre ambas posiciones. El hecho de que una escultura tenga el aspecto de una silla no quiere decir que automáticamente tenga que ver con el diseño, y tampoco tendrá que ver con el diseño si se utiliza como una silla." *(Tobias Rehberger)*
"Creo que el diseño tiene su absoluta cabida en un museo, pero no porque el museo lo convierta en arte." *(Konstantin Grcic)*
"Creo que ya en el concepto de lo que significa el "autor" se encuentran el arte y el diseño."
(Harald Falckenberg)
"Somos conscientes de que el diseño y el arte se han convertido en un factor de lifestyle."
(Mike Meiré)

DC 1 Dornbracht Conversations

DC 2 Dornbracht Conversations

KATIA BAUDIN (DC 2) – Deputy Director Museum Ludwig, Cologne // Vice direttrice del Museo Ludwig, Colonia // Directora en funciones del Museo Ludwig, Colonia

GERDA BREUER (DC 1) – Author and Professor in Art and Design History at the University of Wuppertal // Autrice e professoressa di Storia dell'arte e del design all'università di Wuppertal // Autora y profesora de historia del diseño y del arte en la Universidad de Wuppertal

STEFAN DIEZ (DC 1) – Product designer. Lives and works in Munich. // Designer di prodotti. Vive e lavora a Monaco. // Diseñador de producto. Vive y trabaja en Múnich.

ANDREAS DORNBRACHT (DC 1) – Chief Executive Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG // Amministratore di Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG // Gerente de Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG

HARALD FALCKENBERG (DC 2) – Falckenberg Art Collection, Hamburg // Collezione d'arte Falckenberg, Amburgo // Colección de arte Falckenberg, Hamburgo

KONSTANTIN GRCIC (DC 2) – Industrial Designer. Lives and works in Munich. // Designer industriale. Vive e lavora a Monaco. // Diseñador industrial. Vive y trabaja en Múnich.

OLIVER HERWIG (DC 1) – Author and architecture critic // Autore e critico di architettura // Crítico de arquitectura y autor

SOPHIE LOVELL (DC 1) – Author and creative consultant // Autrice e Creative Consultant // Autora y asesora creativa

MIKE MEIRÉ (DC 1 & DC 2) – Creative Director and curator // Creative Director e curatore // Director creativo y comisario de arte

TOBIAS REHBERGER (DC 1 & DC 2) – Sculptor and Prorector at the Städelschule in Frankfurt/Main // Scultore e prorettore alla Städelschule di Francoforte sul Meno // Escultor y profesor en la Städelschule de Francfort del Meno

DIETER SIEGER (DC 1) – Architect and designer // Architetto e designer // Arquitecto y diseñador

MICHAEL SIEGER (DC 1) – Product designer // Designer di prodotti // Diseñador de producto

Dornbracht Edges

Noises for Ritual Architecture

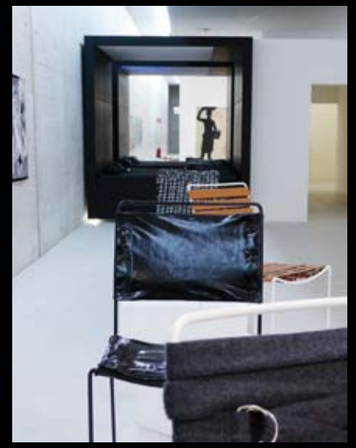
The Design Annual, Frankfurt 2008
SoundSpa Units
Photography Hartmut Nägele

imm international furniture fair / Passagen, Cologne 2008
SoundSpa Lounge, holding and presentation area
Photography NEO NOTO

The Design Annual, Frankfurt 2008
SoundSpa Units, "MEM" animation
Photography Hartmut Nägele

Animation still from "Noise 1 – MEM"
Computer-generated animation Jens-Oliver Gasde

"Walking in many different directions", Dusseldorf 2008
SoundSpa Units
Photography Volker Orthmann



With "Noises for Ritual Architecture", the first collection of soundscapes and visualizations suited to ritual architecture in the bathroom has been showcased as part of the Dornbracht Culture Projects. The presentation of the soundscapes and computer animations for the ritual architectures MEM, TARA LOGIC and ELEMENTAL SPA are being conducted in SoundSpas. These mobile units, designed by Mike Meiré, allow the user a holistic experience of aural and visual impressions.

The Cologne musician, Carlo Peters, composed with the soundscapes sounds which add a new design element to the bathroom. "Among other things, the project is inspired by Brian Eno, who understands music not only as an artificial mode of expression similar to speech which takes place on the temporal plane, but also perceives in it the ability to paint pictures and create spaces," according to Mike Meiré, initiator of the Noises project. "Sounds can thus produce their own spaces or support, expand or change spaces within their architecture."

The soundscapes are the transformation and reflection of ritual architectures, which recognize cleansing as an all-encompassing process, with qualities that extend far beyond the satisfaction of a purely physical need, such as washing. The MEM ritual architecture, introduced in 2003, allows the bathroom user become the inhabitant and adds further levels to physical cleansing, namely psychological cleansing. "Noises 1 MEM" takes up this thought and implements it in the form of sound. Music appears more as a possibility than as a form. In the MEM architecture, the physical materiality of the fitting ebbs away, leaving the room as the focus of attention. Carlo Peters' composition picks up on the spiritual energies contained in this room, creating a swaying carpet of sound from one single slow vibration and, over this ground, setting up an interplay of numerous natural sounds with digital clicks, hisses and streams.

With the TARA LOGIC ritual architecture, power and energy are drawn into the centre of the bathroom design, it is the development of a private spa to become an active spa. The sound composition for the TARA LOGIC architecture focuses on the parameters of activity, strength and movement. Here, the music is perhaps best understood as a "soundtrack" in a very literal sense. In a similar way to a workout in a closed room, the first track, "Amber Glass", is based on repetitive samples. Using percussions, matter is transformed into a trance-like state, before it dematerializes and reaches an intermediate level in "255.230.2 [a yellow]", similar to a dream-like flight departure hall. The journey's conclusion with the mechanics of the human body is a renewed landing in a quieter, more careful and more cautious state.

ELEMENTAL SPA leads everything back to its origin. Water is the focal point, with fittings that have the appearance of natural springs and which define the water exit points in a room. These are the origin of the architecture. The bathroom as a sanctuary for the soul. The titles of the three pieces of "Noises 3 Elemental" are different ways of referring to the chemical element copper, which dominates the surfaces in ELEMENTAL SPA, namely "Cyprium 10834", "Ybergangsmetalle" and "Copper Acetate". The tripartite nature of the composition thematizes the process of passing through various stages, typified by the different forms of the element copper. From entry into the spectacular world of ELEMENTAL SPA, via the encounter with water to the final transformation.

The soundscapes of Noises find their visual counterpart in the computer-generated animations by Jens-Oliver Gasde, which complete the staging in the SoundSpas with a projection onto the ceiling. Thus a mobile exhibition series has emerged, which was first shown at the imm cologne 2008 and was likewise presented at the Milan Furniture Fair. In Frankfurt, Noises could be seen as part of "The Design Annual – inside: showtime 2008" and was displayed with the exhibition "Vom Gehen in viele Richtungen", Kunst im Tunnel in Düsseldorf.

SoundSpa Experience, "Logic" animation
Photography Tim Giesen

Nell'ambito dei Dornbracht Culture Projects è stata pubblicata "Noises for Ritual Architecture", la prima raccolta di suoni e visualizzazioni per l'architettura rituale in bagno. La presentazione dei "Soundscapes" e delle animazioni computerizzate delle architetture rituali MEM, TARA LOGIC ed ELEMENTAL SPA si svolge nelle SoundSpa. Queste unità mobili concepite da Mike Meiré regalano un'esperienza a tutto tondo di impressioni sonore e visive.

Il musicista di Colonia, Carlo Peters, con i "Soundscapes" ha composto dei suoni che aggiungono un nuovo elemento creativo allo spazio bagno. "Il progetto è ispirato, tra gli altri, a Brian Eno che non intende la musica solo come forma espressiva artificiale, simile alla lingua, che si perfeziona nel tempo, ma vede in essa la capacità di evocare immagini, creare spazialità", spiega Mike Meiré, fautore del progetto Noises. "I suoni possono quindi produrre spazi propri o supportare, completare o modificare spazi nella loro architettura."

I "Soundscapes" sono la trasformazione e il riflesso delle architetture rituali che intendono la pulizia come processo ampio, con qualità che vanno oltre il soddisfacimento di un bisogno – il lavarsi – puramente fisico. L'architettura rituale MEM, presentata nel 2003, trasforma l'utilizzatore del bagno in abitante del bagno e aggiunge alla pulizia del corpo un'altra dimensione: la pulizia dello spirito. "Noises 1 MEM" riprende questo pensiero e lo trasforma in suono. La musica compare più come possibilità che come forma. Nell'architettura rituale MEM la materialità fisica del rubinetto si dissolve per lasciare posto allo spazio. Questa composizione di Carlo Peters coglie l'energia psichica e spirituale che in essa si racchiude e la commuta in una cascata di suoni naturalistici, di scricchiolii, mugghiare e soffiare digitali adagiati sul tappeto di un'unica onda sonora, lenta e fluente.

Salone del Mobile, Milan 2008
SoundSpa Units, "Elemental" animation
Photography Filippo Bamberghi

Soundscapes
Transformation and reflection of ritual architecture

Con l'architettura rituale TARA LOGIC, la forza e l'energia tornano al centro della struttura del bagno, determinando l'evoluzione da spa privata a spa attiva. La ricerca sonora per l'architettura rituale TARA LOGIC si fa interprete dei parametri attività, energia e movimento. È la composizione in cui la musica assume forse più spiccatamente una funzione di colonna sonora in senso tradizionale. Analogamente all'esercizio fisico in spazi chiusi, la prima parte , "Amber Glass", si basa su campionamenti ripetitivi. La materia, grazie alle percussioni, viene trasportata in uno stato di trance, prima di smaterializzarsi e raggiungere uno stato intermedio in "255.230.2 [a yellow]", simile all'area di decollo dei sogni. La conclusione di questo viaggio con la meccanica del proprio corpo è un rinnovato ritorno a uno stato di maggiore calma, accortezza e prudenza.

ELEMENTAL SPA riporta di nuovo tutto alle origini. L'acqua è al centro con rubinetterie che paiono sorgenti e definiscono i punti acqua nello spazio. Esse sono l'origine dell'architettura. Il bagno come rifugio dell'anima. Ititoli delle tre tracce di "Noise 3 Elemental" designano diverse forme dello stesso elemento chimico, il rame, materiale che predomina sulle superfici di ELEMENTAL SPA. "Cyprium 10834", "Ybergangsmetalle" e "Copper Acetate". Nella tripartizione della composizione si tematizza il passaggio attraverso le varie fasi, simboleggiato nelle diverse forme dell'elemento rame. Dall'ingresso nell'imponente mondo delle ELEMENTAL SPA fino all'incontro con l'acqua e alla trasformazione finale.
I mondi sonori dei Noises trovano la loro corrispondenza visiva nelle animazioni generate a computer da Jens-Oliver Gasde che completano la messa in scena nelle SoundSpa con una proiezione sul soffitto. Ne è nata una serie espositiva itinerante, vista per la prima volta in occasione dell'imm Cologne 2008 e presentata anche al Salone del mobile di Milano. A Francoforte Noises è stato rappresentanto nell'ambito di "The Design Annual – inside: showtime 2008" ed ha poi accompagnato la mostra "Vom Gehen in viele Richtungen", Kunst im Tunnel (arte nel tunnel), Düsseldorf.

Con "Noises for Ritual Architecture", dentro de los Dornbracht Culture Projects ha aparecido la primera colección de sonidos espaciales y visualizaciones para la arquitectura ritual en el cuarto de baño. La presentación de los "Soundscapes" y las animaciones por ordenador para las arquitecturas rituales MEM, TARA LOGIC y ELEMENTAL SPA tiene lugar en SoundSpas. Estas unidades móviles, obra de Mike Meiré, ofrecen al usuario una experiencia integral de las impresiones acústicas y visuales.

Con los "Soundscapes", el músico de Colonia Carlo Peters compuso sonidos que añaden al espacio del cuarto de baño un nuevo elemento de diseño. "El proyecto está inspirado, entre otras cosas, por Brian Eno, que no sólo concibe la música como forma de expresión artificial, similar al lenguaje, que se ejecuta en el tiempo, sino que también ve en ella su capacidad de pintar imágenes, de generar estancias", comenta Mike Meiré, iniciador del proyecto "Noises". "De este modo, los sonidos pueden producir espacios propios o apoyar a los espacios en su arquitectura, completarlos o modificarlos."
Los "Soundscapes" son la transformación y la reflexión de las arquitecturas rituales, que entienden el aseo como un proceso global, con cualidades que van más allá de la pura necesidad de limpieza del cuerpo (el lavado). La arquitectura ritual MEM presentada en 2003 hace que el usuario del baño se convierta en habitante del baño, añadiendo otro nivel a la limpieza corporal, el nivel de la limpieza espiritual. "Noises 1 MEM" retoma esta idea y la implementa acústicamente. La música aparece más como posibilidad que como forma. En la arquitectura MEM, la materialidad física de la grifería se reduce, y deja en primer plano la habitación. La composición de Carlo Peters retoma las energías espirituales contenidas, hace que sobre la alfombra flotante de una única vibración lenta numerosos ruidos naturales correspondan con el chasquido, el ruido y el soplado digital.
Con la arquitectura ritual TARA LOGIC, la fuerza y la energía se colocan en el punto central del diseño del cuarto de baño, es una evolución de spa privado a spa activo. La formación de la música para la arquitectura de TARA LOGIC se orienta

Noises 1–3, CD Edition
Released in January 2008. Available on iTunes.
www.apple.com/itunes

Salone del Mobile, Milan 2008
Installation view with SoundSpa Units
Photography Filippo Bamberghi

hacia los parámetros actividad, fuerza y movimiento. Quizá sea aquí donde mejor se pueda entender la música como banda sonora en el sentido más estricto. De forma similar al ejercicio físico en un espacio cerrado, la primera parte, "Amber Glass" se basa en patrones repetitivos. A través de la percusión la materia se lleva a estado como de trance, antes de desmaterializarse y alcanzar en "255.230.2 [a yellow]" un nivel intermedio, como una terminal de salidas en un sueño. El final de este viaje con la mecánica del propio cuerpo es una vuelta a un estado más tranquilo, más precavido y más cauteloso.

ELEMENTAL SPA vuelve a llevar todo al origen. El agua está en el punto central, con griferías que recuerdan a fuentes y definen los puntos de agua en el espacio. Son el origen de la arquitectura. El baño como refugio para el alma. Los títulos de las tres piezas de "Noise 3 Elemental" designan de diferente manera el elemento químico cobre, que domina las superficies del ELEMENTAL SPA: "Cyprium 10834", "Ybergangsmetalle" y "Copper Acetate". En la división en tres de la composición se tematiza el recorrido de diferentes estaciones, simbolizadas en las diferentes formas del elemento cobre. Desde la entrada en el impresionante mundo del ELEMENTAL SPA, pasando por el encuentro con el agua y la transformación final.
Los mundos sonoros de los "Noises" encuentran su analogía visual en las animaciones por ordenador de Jens-Oliver Gasde, que completan la puesta en escena de los SoundSpas mediante una proyección en el techo. El resultado es una serie de exposiciones móviles que se presentaron por primera vez en la imm Cologne 2008 y también en la Feria del Mueble de Milán. En Frankfurt se exhibieron los "Noises" dentro del "The Design Annual – inside: showtime 2008", y también se mostraron en la exposición "Vom Gehen in viele Richtungen", Kunst im Tunnel (arte en el túnel), de Dusseldorf.

The individual sounds are available on the iTunes web page under the key word "Noises for Ritual Architecture". iTunes can be downloaded free of charge at www.apple.com/iTunes.

I singoli sound sono disponibili in iTunes alla voce "Noises for Ritual Architecture". iTunes si può scaricare gratuitamente da www.apple.com/iTunes.

Los diferentes "sounds" están disponibles en iTunes bajo la palabra clave "Noises for Ritual Architecture". El programa iTunes se puede descargar gratuitamente en www.apple.com/iTunes.

Dornbracht Edges 2009

Global Street Food

A project by Mike Meiré

Text Anh-Linh Ngo
Photography Hartmut Nägele

GLOBAL STREET FOOD
imm international furniture fair / Passagen, Cologne 2009
Installation view

"Now even hot food stalls are exhibits!" My neighbour, by habitus evidently a professional trade fair frequenter, seemed a little confused. A trendy multilingual audience, which would have done credit to every exhibition opening in Berlin city centre, dominated the scene in the overcrowded improvised White Cube in Meiré und Meiré's so-called "Factory" during the imm cologne 2009.

The exhibition displayed a selection of mobile, more or less makeshift hot food stalls, sales stands and fast food stations from all over the world: a barque from Vietnam, which obviously serves visitors and dealers to a floating market as a floating kiosk; a grill for goat meat from Uganda, whose adventurous construction is reminiscent of Marcel Duchamp's "Bicycle Wheel" (1913); against the wall leans a lollipop pole reminiscent of a Minimal Art sculpture from Argentina, whose impressive formal and functional simplicity also makes you think of another Duchamp readymade piece, namely the snow shovel "In Advance of the Broken Arm" of 1915.

Although the gap between the "authentic" objects featuring a lot of patina and traces of use and the audience could not have been greater, the scenery was still strangely familiar. The "aesthetic imperative" of the White Cube settings turned everything into a sort of work of art. But the comment by the man standing next to me contained a question on art philosophy that should not be disregarded: what makes these everyday objects exhibition items? Or to join Peter Sloterdijk in asking: "Why at the end of the twentieth century are we experiencing an inflation in the exhibitable?" Because, and this applies even more at the start of the 21st century, there is, according to Sloterdijk, "a parallel inflation in the producible". "Bigger and bigger sections of reality are being turned into raw material for production – into source matter for pictures, relations, transformations. Everything that was once a product can become a raw material again, in order to preserve the effects of labour anew as a passive material."

This theory on the cycle of material seems to be aimed almost directly at the objects on display, as can there be a more blatant image for Sloterdijk's thesis than the fruit salad stand or the fish block described above? The statement does, however, also well apply for the whole exhibition concept. The idea of the cycle of material refers to the readymade principle and clearly shows why this has become a central topos of art. If everything can once again become a starting material for new transformations, if everything can become a raw material again, there is no artistic creation ex nihilo and the modern phantasm of the blank canvas is lifted. This points up the tragedy of the avant-garde of the modern age, which repeatedly propagated an anti-art, a fusion of art and life in order ultimately to subject everything to an art dictatorship by pairing the sublime with the everyday. Just like King Midas, at whose touch everything turned to gold, the artist is cursed with having to turn everything he touches into art.

Nobody understood this curse sooner or felt it more strongly than Marcel Duchamp, whose work unavoidably appears as a film over the installation "Global Street Food": "I did not actually plan to make a work of art out of it. The expression 'readymade' first emerged in 1915, when I went to America. It intrigued me as a word, but when I mounted a bicycle wheel on a stool with the fork on the bottom, in so doing I did not think either of readymade or of anything else…" Even when Duchamp's statement is a little coquettish, the artist's Midas experience is expressed in the story of the unintentional emergence of the "Bicycle Wheel" as the first readymade in art history.

But it was first with Duchamp's "Fountain" (1917) that the modern "interlacing of production and exhibition" in its purest form saw the light of day, or better said, the light of the museum, because, as Sloterdijk further points out, "without the work's exposure in a display space, the self-revelation of creative power cannot take place". Admittedly, what we see can be understood not only under material or art aspects. That would be putting it too simply: "Exhibition no longer denotes merely the immediate products of the creation's magnificence; it also covers the raw materials, the aids, the preforms, the intermediate stages, the waste. In Marxist language, this would mean: it is not only products that are exhibited, but also the means of production and ultimately even the conditions of production." Only then does the expansion of the concept of art become clear. In the end, the things that we see also always tell of the cultural and social conditions under which they were produced. Thus, each in its own way, the objects from "Global Street Food" also tell of the social circumstances of their former owners, of the global battle for everyday survival, but also of the dignity and the firm cultural roots of individual people – even if the barque from Vietnam offers the most globalized product ever: you can get the entire Coca Cola range there.

Bibliography: Peter Sloterdijk, Der ästhetische Imperativ (The Aesthetic Imperative), ch. VII: Kunstsystem (Art system), p. 400 et seq., Hamburg, 2007.

"Why at the end of the twentieth century are we experiencing an inflation in the exhibitable?"

Peter Sloterdijk

"Adesso si espongono anche cucine mobile con tutto pronto!" Il mio vicino – all'apparenza evidentemente un visitatore di fiere professionista – sembrava un po' irritato. Nel White Cube improvvisato e sovraffollato della "Factory" di Meiré und Meiré durante l'imm Cologne 2009 prevaleva un pubblico poliglotta e di tendenza, di quelli che onorerebbero qualsiasi inaugurazione espositiva al centro di Berlino.

La mostra esponeva una selezione di cucine operative, chioschi e fast-food di tutto il mondo, tutti non fissi e più o meno improvvisati: una barca dal Vietnam ovvero un chiosco flottante che senza alcun dubbio serve quotidianamente visitatori e commercianti di un mercato galleggiante; un grill per carne di capra dall'Uganda, la cui struttura stravagante ricorda la "Ruota di bicicletta" (1913) di Marcel Duchamp; a una parete poggia un bancone Lollipop dall'Argentina che ricorda una scultura d'arte minimalista e che nella sua seducente semplicità formale e funzionale fa pensare a un altro ready-made di Duchamp: la pala da neve "Anticipo per un braccio rotto" del 1915.

Nonostante l'altezza di caduta tra gli oggetti "autentici", provvisti di molta patina e tracce d'uso, e il pubblico non potesse essere maggiore, lo scenario era stranamente familiare. L'"imperativo estetico" del setting dello "White Cube" trasformava subito tutto in opere d'arte. Ma l'esternazione del mio vicino implicava una domanda da non ignorare sulla filosofia dell'arte: Cosa rende questi oggetti quotidiani opere da esposizione? O per dirla alla Peter Sloterdijk: "Perché sul finire del XX secolo sperimentiamo un'inflazione di oggetti da esposizione?" Perché, e ciò vale specialmente per l'inizio del XXI secolo, "c'è un'inflazione parallela di oggetti fabbricabili", spiega Sloterdijk. "Porzioni sempre maggiori di realtà si trasformano in materie prime per produzioni – in materiali di partenza per riproduzioni, relazioni, trasformazioni. Tutto ciò che era prodotto finito può tornare materia prima per memorizzare di nuovo gli effetti del lavoro sotto forma di materiale passivo".

Questa teoria del ciclo dei materiali sembra proprio coniata sugli oggetti in mostra, perché esiste forse un'immagine più significativa per la tesi di Sloterdijk di quella rappresentata dal chiosco di macedonia o dal banco del pesce sopra descritti? L'asserzione però vale solo per il progetto espositivo nel suo insieme. L'idea di ciclo dei materiali rinuncia al principio del ready-made e chiarisce perché è stato uno dei topos centrali dell'arte. Se tutto può tornare materia di partenza da trasformare, ovvero materia prima, allora non c'è un'opera creativa ex nihilo e il fantasma moderno della tabula rasa è abolito. Questo punto spiega la tragicità dell'avanguardia dei moderni che propagandavano sempre un'anti-arte, una commistione tra arte e vita per sottomettere

Global Street Food, imm international furniture fair / Passagen, Cologne 2009
"Floating market", Ho Chi Minh City, Vietman / "Fruit salad stand", Buenos Aires, Argentina / "Cheese and sausage stand", Buenos Aires, Argentina

Global Street Food, imm international furniture fair / Passagen, Cologne 2009
“Grill”, Kampala, Uganda

tutto, alla fine, al diktat dell’arte nell’accoppiamento tra sublime e quotidiano. Come re Mida, nelle mani del quale tutto diventava oro, l’artista è condannato a trasformare in arte tutto ciò tocca.
Nessuno ha capito prima questa condanna e nessuno l’ha avvertita in modo più coinvolgente di Marcel Duchamp, la cui opera si estende inevitabilmente come una pellicola sopra all’installazione “Global Street Food”: “Non ne volevo fare affatto un’opera d’arte. L’espressione ‘ready-made’ è affiorata solo nel 1915, mentre andavo in America. Mi interessava come vocabolo, ma quando assemblai una ruota di bicicletta su uno sgabello con la forcella rivolta in basso, non pensai né a un ready-made, né a qualcos’altro …” Anche se le parole di Duchamp non sono del tutto prive di civetteria, trova comunque espressione l’esperienza di re Mida dell’artista con la narrazione della nascita non intenzionale della famosa ruota di bicicletta, primo ready-made della storia dell’arte. Ma solo con “Fontana” (1917) di Duchamp viene alla luce o, meglio, fa il suo ingresso sotto le luci dei muse il moderno “accavallamento tra produzione ed esposizione” nella sua forma più pura, infatti, continua Sloterdijk, “senza lo scoprimento dell’opera in uno spazio espositivo non si può completare il palesamento della forza creativa”. In ogni caso è ciò che vediamo, non solo la sua interpretazione sotto l’aspetto dei materiali o dell’arte, che andrebbe afferrato al volo: “l’esibizione non comprende più solo i prodotti diretti della potenza artistica; riprende anche la materia prima, gli strumenti ausiliari, le preforme, le fasi intermedie, gli scarti. Nel inguaggio di Marx: non si espongono solo prodotti, ma anche mezzi di produzione e alla fine perfino rapporti di produzione.” Solo così l’estensione del concetto d’arte diventa significativa. Alla fine le cose che vediamo raccontano anche sempre le condizioni culturali e sociali, in cui sono state realizzate. E anche oggetti come “Global Street Food” parlano a modo loro dei rapporti sociali del loro proprietario di un tempo, della lotta globale per la sopravvivenza quotidiana, ma anche della dignità e delle radici culturali degli individui – anche se la barca del Vietnam mette in vendita il prodotto più globalizzato: vi si può infatti acquistare l’intero assortimento della Coca Cola.

Bibliografia: Peter Sloterdijk, Der ästethische Imperativ (De esthetische imperatief), cap. VII: Kunstsystem (sistema di arte), pag. 400 e ss., Amburgo 2007.

“In the end, the things that we see also always tells of the cultural and social conditions under which they were produced.”

“¡Ahora incluso se exponen friterías!” Mi vecino (que parece ser un visitante habitual de las ferias) parecía un poco irritado. En el abarrotado e improvisado White Cube en la “Factory” de Meiré und Meiré, durante la imm Cologne 2009, dominaba un público moderno y políglota que habría hecho honor a la inauguración de cualquier exposición en el centro de Berlín. La exposición presentó una selección de friterías móviles, puestos de venta y de fast food más o menos improvisados, de todo el mundo: una barca de Vietnam que, como un kiosco flotante, por lo visto sirve a diario a los visitantes y comerciantes de un mercado flotante, una barbacoa para carne de cabra de Uganda, cuya arriesgada construcción recuerda a la “Rueda de bicicleta” de Marcel Duchamp (1913); apoyada en una pared hay un soporte de piruletas de Argentina que recuerda a una escultura minimalista, y cuya seductora sencillez formal y funcional nos hace pensar en otro Ready-made de Duchamp: la pala de nieve “In Advance of the broken Arm” de 1915.
Aunque la distancia entre el público y los objetos “auténticos”, con mucha pátina y huellas de uso, no podía haber sido mayor, las escenas tenían una familiaridad desacostumbrada. El “imperativo estético” del “White Cube Setting” transformó todo indistintamente en obras de arte. Sin embargo, la frase de la persona que estaba a mi lado contenía una cuestión artística-filosófica nada descabellada: ¿qué es lo que convierte a estos objetos cotidianos en objetos de exposición? O, si lo formulamos con Peter Sloterdijk: “¿Por qué hacia finales del siglo veintiuno experimentamos una inflación de lo que se puede exponer?” Porque, sobre todo a principios del siglo XXI, según Sloterdijk “existe una inflación paralela en lo que se puede fabricar”. “Partes cada vez mayores de la realidad se transforman en materia prima para las producciones, en materia de partida para ilustraciones, relaciones, transformaciones. Todo lo que era producto puede volver a convertirse en materia prima para, como materia pasiva, volver a almacenar los efectos del trabajo”.
Esta teoría de la circulación de los materiales parece acuñada precisamente para los objetos expuestos, porque ¿hay una imagen más evidente de la tesis de Sloterdijk que el puesto de macedonia descrito o el bloque de pescado? Aunque la idea es aplicable a todo el concepto de la exposición. La idea de la circulación de los materiales hace referencia al principio de Ready-made, poniendo de manifiesto por qué se ha convertido en una categoría central del arte. Si todo puede convertirse en materia de partida para transformaciones, si todo puede ser de nuevo materia prima, no hay ninguna creación ex nihilo, y el fantasma moderno de la “tabula rasa” queda anulado. Este punto deja clara la tragedia de los vanguardistas de la modernidad, que propagan continuamente un anti-arte, una fusión del arte y la vida para, finalmente, al emparejar lo sublime con lo cotidiano, someterlo todo a los dictados del arte. Como el Rey Midas, cuyas manos convertían todo en oro, el artista está condenado a transformar en arte todo lo que toca.

Global Street Food, Vitra Design Museum, Weil am Rhein 2009
Installation view

Nadie antes ha comprendido y sentido esta maldición como Marcel Duchamp, cuya obra cubre irremediablemente la instalación “Global Street Food”: “En realidad yo no quería hacer de ello una obra de arte. La expresión “Ready-made” no apareció hasta el año 1915, cuando fui a América. Me interesaba como palabra, pero cuando monté una rueda de bicicleta con la horquilla hacia abajo en un taburete, no estaba pensando en un Ready-made ni en ninguna otra cosa…” Aunque las palabras de Duchamp no están exentas de coquetería, la experiencia Midas del artista se expresa en la historia a través de la creación no intencionada del primer Ready-made conocido en la historia del arte, la Rueda de bicicleta. No obstante, fue con la “Fountain” (1917) de Duchamp que la moderna “interconexión entre fabricación y exposición” en su forma pura salió a la luz del día o, mejor dicho, de los museos. Porque, citando de nuevo a Sloterdijk, “sin la revelación de la obra en una sala de exhibiciones no se puede alcanzar la autorevelación de la fuerza creadora”. Sin embargo, lo que vemos no debe contemplarse únicamente desde el aspecto de lo material o del arte, eso sería quedarse corto: “la exhibición ya no incluye únicamente los productos inmediatos de la magnificencia de la obra; incorpora también las materias primas, los productos auxiliares, las preformas, los estados intermedios, los productos de desecho. En lenguaje marxista: no sólo se exponen productos, sino también medios de producción y, finalmente, incluso relaciones de producción”. Sólo así se pone en evidencia la extensión del concepto de arte. Al fin y al cabo, las cosas que vemos nos hablan siempre de las condiciones culturales y sociales bajo las que han sido fabricadas. Al igual que los objetos de “Global Street Food”, cada uno a su manera, narran las condiciones sociales de sus antiguos propietarios, la lucha global por la supervivencia diaria, pero también la dignidad y las raíces culturales de los individuos... aunque la barca de Vietnam ofrece el producto más globalizado de todos: en ella se puede comprar toda la gama de Coca Cola.

Literatura: Peter Sloterdijk, “Der ästhetische Imperativ” (El imperativo estético), Cap. VII: “Kunstsystem” (sistema de arte), pág. 400 ss., Hamburgo 2007.

The architect Anh-Linh Ngo is the editor of ARCH+, the international magazine for architecture and urban development. He lives and works in Berlin. The article is a revised version and first appeared in “ARCH+191/192, Schwellenatlas”.

The exhibition project “Global Street Food” was first presented as part of the Passagen 2009 show on the occasion of the imm cologne and could be seen in July 2009 at the Buckminster Fuller Dome on the Vitra Campus during the Art Basel show.

Anh-Linh Ngo, architetto, è redattore per ARCH+, la rivista internazionale di architettura e urbanistica. Vive e lavora a Berlino. Il contributo è una versione rimaneggiata e pubblicata per la prima volta su “ARCH+191/192, Schwellenatlas”.

Il progetto espositivo “Global Street Food” è stato presentato in anteprima nell’ambito dei Passagen 2009 in occasione dell’imm Cologne e allestito poi nel luglio 2009 presso il Buckminster Fuller Dome sul Vitra Campus durante la manifestazione Art Basel.

Anh-Linh Ngo, arquitecto, es redactor de ARCH+, la publicación internacional de arquitectura y urbanismo. Vive y trabaja en Berlín. Su artículo es una versión revisada y se publicó por primera vez en “ARCH+191/192, Schwellenatlas”.

El proyecto de la exposición “Global Street Food” se presentó por primera vez dentro de los “Passagen 2009” con motivo de la imm Cologne, y se pudo visitar también en julio de 2009 en el Buckminster Fuller Dome, en el Vitra Campus, durante la feria “Art Basel”.

WWW.
CULTURE
PROJECTS
.COM

DORNBRACHT EDGES 2010, “REVOLVING REALITIES”
Installation Interpalazzo, Sound Marcus Schmickler and curated by Mike Meiré
Photography Tim Giesen

DORNBRACHT
the SPIRIT*of* WATER

The SPIRIT*of* WATER is a regular publication containing information about events and the latest news relating to “the spirit of water”. The next issue is dedicated extensively to the theme “Transforming Water – Ambiance Tuning Technique”, and documents the exhibition project “Revolving Realities”. In addition, current new products will be presented. Information relating to the *the* SPIRIT*of* WATER products can be obtained as a separate catalogue from specialist suppliers.

The SPIRIT*of* WATER è una pubblicazione regolare che verte su eventi e innovazioni concernenti il concetto di “spirit of water”. Il prossimo numero è dedicato specificamente al tema “Transforming Water – Ambiance Tuning Technique” e documenta il progetto espositivo “Revolving Realities”, presentando inoltre le ultime novità sui prodotti. Le informazioni specifiche sugli articoli illustrati in *the* SPIRIT*of* WATER sono riportate su un catalogo a parte disponibile nei negozi specializzati.

The SPIRIT*of* WATER es una publicación que se edita regularmente, y que incluye los acontecimientos y novedades que se producen en torno a la idea “spirit of water”. La próxima edición se dedica extensamente al tema “Transforming Water – Ambiance Tuning Technique” y documenta el proyecto de exposición “Revolving Realities”. Además se presentarán las novedades actuales en cuanto a productos. La información de productos para *the* SPIRIT *of* WATER se puede obtener en un catálogo aparte en el comercio especializado.

Authors
Thomas Edelmann, Oliver Herwig, Michael Kröger, Claudia Neumann, Anh-Linh Ngo, Kristina Raderschad, Ilka und Andreas Ruby, Gerhard Samulat, Petra Schmidt, Ingo Schweder

Photography
Filippo Bamberghi, Kerstin Braun, Wolfram Buck, Jesse Frohman, Tim Giesen, Lingnau/Schumacher, Mike Meiré, Hartmut Nägele, NEO NOTO, Volker Orthmann, Thomas Popinger, Alexander Schier, Simon Schmolling, Heji Shin, Uwe Spoering, Lutz Tölle

Illustrations
Manu Burghart, Maja Hollinger, Yves Netzhammer, Michael Pichler

Concept / Creation
MeiréundMeiré, Cologne

Printing
M+E Druck, Belm bei Osnabrück

Choose the Original
Choose Success!

Model, programme and technical modifications as well as errors are excepted. //
Con riserva di errore e di modifiche tecniche, di modifiche ai modelli e alla gamma prodotti. //
Nos reservamos el derecho a modificar modelos o colecciones, así como a realizar modificaciones de carácter técnico, y a haber incurrido en errores.

DORN
BRACHT

Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG
Köbbingser Mühle 6 D-58640 Iserlohn
www.dornbracht.com
www.cultureprojects.com

Tara.
Black Edition

DORN BRACHT

the SPIRIT *of* WATER

Never change a classic. Just refine it. You accompany the continuous evolution in its design, its architecture, its surfaces and its colours. TARA BLACK EDITION is the contemporary interpretation of the TARA design icon. Fittings and accessories were created by Sieger Design. // Un classico non lo si modifica. Lo si perfeziona. Accompagnandolo nella continua evoluzione del suo design, della sua architettura, delle sue superfici e colori. TARA BLACK EDITION è l'interpretazione in chiave moderna dell'icona del design TARA. Le rubinetterie e gli accessori sono opera di Sieger Design. // Un clásico no se modifica, sino que se refina. Se observa una evolución continua de su diseño, su arquitectura, sus superficies y colores. TARA BLACK EDITION es la interpretación actual del icono de diseño TARA. Las griferías y los accesorios han sido diseñados por Sieger Design.

Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG, Köbbingser Mühle 6, D-58640 Iserlohn, Telefon +49 (0) 2371 433-0, Fax +49 (0) 2371 433-232,
E-Mail mail@dornbracht.de, www.dornbracht.com