



# SZÉP ÚJ VILÁG!

## Valencia, CEVISAMA 2014

Szöveg

**Bojár Iván  
András**

Fotó:

**CEVISAMA  
2014, Marcos  
Soria, Bojár  
Iván András**

ÉVEK ÓTA VISSZA-VISSZATÉRVE A BOLOGNAI CERSAIE, VAGY A NAGY KONKURENS VÁSÁR, A VALENCIAI CEVISAMA FORGATAGÁBA, SZÉPEN KIRAJZOLÓDIK A JELENKOR TENDENCIÁJA: AZ ÉPÜLETKERÁMIA FRONTJÁN MEGSZÜNNI LÁTSZIK AZ EMBERRÉ VÁLÁS ÓTA CIVILIZÁCIÓNKAT GAZDAGÍTÓ ALAPKÉPLET, MELY SZERINT A KERÁMIA A FÖLDBŐL ÉS VÍZBŐL A LEGUTÓBBI IDŐKIG EMBERI KÉZZEL GYÚRT, S A TŰZ ÁTLÉNYEGÍTŐ EREJÉVEL VÉGSŐ FORMÁT NYERŐ ANYAG.

Az idei Cevisama minden korábbinál sokrétűbben mutatta az eltávolodást a hagyományos kerámiától a kerámiaiparban született fejlesztések termékei felé. Azok a két-három négyzetméteres, pármilliméter vastagságú úgynevezett kerámia burkolóelemek, gres-táblák ugyanis, amelyek bár a kerámiaipar üzemeiből kerülnek a piacra, valójában kompozit szerkezetű tárgyak, melyeket a korábbi kerámiaiparhoz tartozó épületburkolási problémák megoldásának optimalizációja

érdekében fejlesztettek ki. A pillanat, amikor mindezek már végérvényesen ellépnek a kerámia világától akkor érhető tetten, amikor a gres világának új esztétikája kibontakozik. Olyan díszítő, alkalmazási metódusok születnek, melyeknek érdemben immáron semmi közük a hivatkozási alaphoz, a kerámia esztétikájához, legfeljebb funkcionális értelemben töltenek be hasonló szerepet, ugyanakkor megvan a saját érvényességük, kibontakoznak saját értékeik. És ez a pillanat most van!

Valencia idén 80 %-ban a fotótechnológiával modellált felületű gres alkalmazási lehetőségeiről szólt. Tüppontosan perfekt, a szíke metszésének élességével vágott szürke, szinte egyetlen anyagsűrűségűnek tűnő hatalmas, rugalmas, hajlékony lapok ezek. Semmiben sem egyeznek a tűz vörösét emlékként a testükben őrző téglaszínű porózus anyagokra, melyekkel az emberiség az elmúlt százezer évét összekötötte. Ha háztető cserép, ha burkoló mázas cseréppikkely,





ha edény, ha figurális domború öntvény volt, ez a megkeményedett húshoz hasonló, földből vett jellegét sosem veszítő organikus és meleg hatású anyag mindig és minden kultúrában jelen volt. Mindennek vége. A hajdani alapvető földpátok - behatárolt színekészlettől messze elrugaszkodva - akár pink, vagy neonzöld színek bármilyen árnyalatban, akár egymás átfedésében, lazúrosan is megjelenhetnek a nagy kiterjedésű gres homlokzati felületeken. Bármilyen minta és bármilyen kép: festmény vagy fotó, és bármekkora méretben burkolhat házakat ezentúl. Mostantól kezdve egy épület megújításának nem csak szerkezeti, műszaki, de tartalmi okai is lehetnek, például, ha a homlokzatra hordott képek kimennek a divatból.

Természetesen nem pusztán gres, da a műfaj kereteinek széléig sorakozva sokféle burkolóanyag és burkolati rendszer, valamint a hozzájuk tartozó technológiák is ott sorakoznak a standokon: márvány, cementlap bőségesen, de még valódi kerámia is feltűnik hébe-hóba. Jellemző trend azonban, hogy a pár éve még Bolognában, valamint itt Valenciában jó néhány családi manufaktúrával, személyre szabott műhellyel reprezentált tradicionális kézműves burkolókerámia, majolikacsempe szinte teljesen kitért a képből. Ebben a szegmensben is ma már

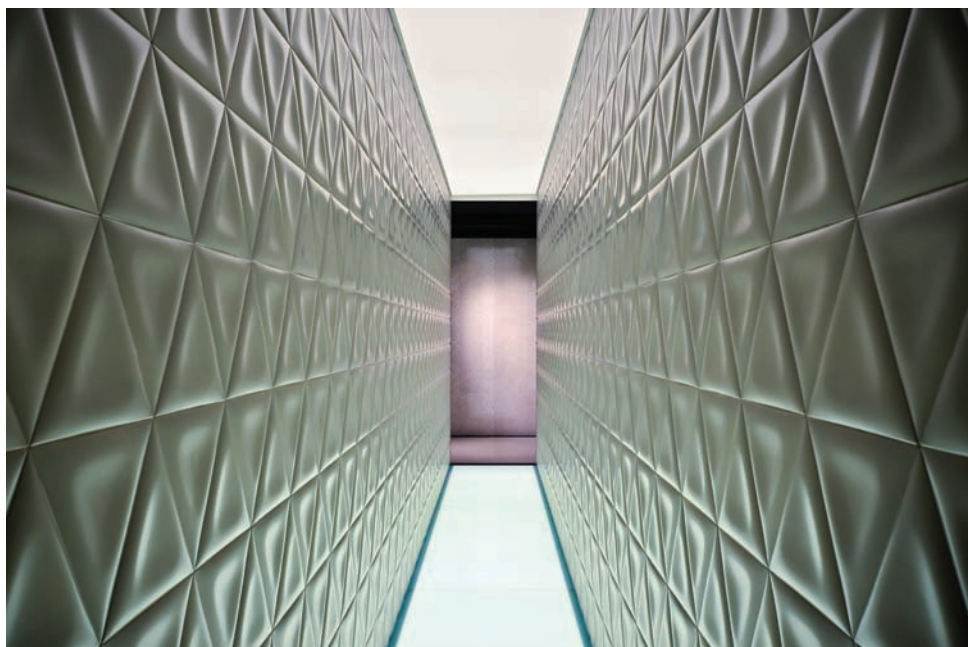
a nagyon olcsó munkaerővel dolgozó távolkeleti, elsősorban kínai vállalkozások tudnak érvényesülni, vagy a csempékre fotótechnológiával fölvitt kézi festésűnek látszó minták alkalmazását kínáló átmeneti cégek. Sajátos élmény végignézni, hogy éppen abban a Valenciában zajlik mindez, amelynek vidékén a kerámia hétszáz éve töretlenül magas szinten gyakorolt ipari tevékenysége, s amelynek a Cevisama a jelenlétét is köszönheti. Valencia ma már külvárosi kerületének számító Paterna és Manises voltak azok a települések, ahol a XII-XIII. századi mór majolikaművesség apránként elvesztette iszlám jellegét, átalakult, kialakult keresztény eszmeiségű alkalmazása. A híres itáliai kézműves kerámia, az imádnivaló portugál épületkerámia, de még a mexikói is a gyökereit itt találja meg, ez a tárgykultúra innen sugárzott szét, s közvetlen hatását még Mátyás király Budáján is érezni lehetett. Nem véletlen az sem, hogy a városban – ahogy Spanyolországban sokfelé – majd minden épület, régebbi üzletportál, templom homlokzatán feltűnnek a majolika szentképek, figurális ábrázolások, utcanévtáblák és házszámok – alapvetően meghatározva a város arculatát. Ezért van itt a hispán félsziget egyik legszebb és leggazdagabb kerámiatörténeti múzeuma is.





Egy-egy ilyen vásári parádé kiváló alkalom arra, hogy elámuljunk, micsoda sokrétű felhasználási módja van akár a megszokott cementlapoknak! A minták terén általános tapasztalat: minden megy. Ornamentális, geometrikus, virágmintás, figurális. A hűvös minimalizmusnak leáldozott, most a szertelen tobzódás a menő. Lényegében bármi, amit a majolika- és cementpadló-művesség az elmúlt századokban felhalmozott. Sőt, gyakran a mintájukban szeszélyes összevisszasággal alkalmazott padlólapok esetében már a textil, a patchwork-szerkezetű és hatású szövetek mintavilága is megjelenik.

A vásár mindezen változások mellett, sikeres volt. A válság miatt megtépzott építőipar és a Spanyolországban komoly állami programmal támogatott, valamint az épületkerámia-iparba tömörült vállalatok szakmai szervezetei révén indult kreatív fejlesztések, technológiai innovációk eredményei lassan beérnek. Az építészek értik, szeretik, használják épületeiken az újfajta burkolati rendszereket. A hirtelen kitáguló technológiai lehetőségek révén a Valenciában tradicionális módon megszokott képgazdagsággal, de a holnap épületein a mainál sokkal intenzívebben, közvetlenebb módon tudnak



majd az utca emberével kommunikálni, hiszen a házak felületei szinte olyan módon képszerkeszthetők ma már, akár egy webpage vagy egy magazinoldal. Bármikorára nagyítható fotók, ikonikus figurák, hősök, sztárok jelenhetnek meg ott, de hűvös és szertelen, akár optikai csalást előidéző mintázatok is.

A kortárs épületkerámia már nem a régi, de még nem is teljesen az új. Izgalmas, olykor meglepő, vagy reménykeltő innovációk révén ötletes termékek mutatják meg magukat a piacon, de hogy alkalmazásuk mennyire és milyen módon lesz tartós, azt majd a megrendelők és építészek együttműködése az elkövetkező években eldönti.



A közel budapestnyi lakossal rendelkező Valencia minden nagyvárosiassága, hat hétemeletes belvárosi, eklektikus palotái, hozzánk képest minden válság ellenére is érzékelhető gazdagsága, és főleg a város szülötte, Santiago Calatrava tervezte hatalmas épületei ellenére máig megőrzött valami provinciális báját. Belvárosának középkori utcaszerkezete és érintetlensége az egymásra rétegződő évszázadok megnyugtató érzését sugározzák. A házfalakra



egymásra rakott kövek, az utóbb felületeikre tapasztott festett majolikaképek békén a helyükön vannak a keletkezésük pillanatától egészen mostanig. Az így egymásra halmozódott szentképek, figurális portáldíszek látványsűrűséget, jellegzetes formai intenzitást adnak a városnak. Mintha egy darabjaira szórt történet képkockái közt, egy mesekönyv lapjaiban járnánk. Valencia a képei által és a képeiben él. Nyitott könyv. Manapság, a hagyományos majolika kerámia kul-



túra elcsendesedése idején a várost – egy immár évszázadok alatt kinevelődött képígyényt kielégítendő – újfajta képek, graffitik lepik el. Nem is akármilyenek. A nagyváros művészeti egyeteme ontja magából a street art kitűnő névtelen alkotóit, kiknek munkái ma már éppannyira hozzátartoznak Valencia látványához, mint a bikaviadatok arénája, Calatrava hídja és operaháza, vagy a meglepően jó színvonalú tradicionális kerámiákat kínáló szuvenir árusok boltjai. (BIA)





## MAGYAR TÁRGY

A Palmetta Design és Textilművészeti Galéria, Budapesten, május 3-ig megtekinthető kiállításával azon tehetséges és kreatív formatervezőkre fókuszál, akik számos hazai és nemzetközi fórumon bizonyították, hogy tárgyaik élenjáróak és alapjai lehetnének a szellemi értékekre és kreativitásra épülő iparosodásnak. A designtárlat egyben fórum is, ahol egymásra találhat felhasználó és tervező.

Résztevő designerek: *Anagraphic* (Farkas Anna, Batisz Miklós) / *Architecture uncomfortable WORKSHOP* / *Artica* (Gyimóthy György) / *Atelierarchitects* (Kiss-Gál Gergely) / *Cocodice* (Nagy Richárd Márk) / *Codolagni* (Kodolányi Gábor) / *Design Studio Mika&Heni* / *Herdsmen* (Gulyás Péter) / *PAISPANNI* (Pais Panni) / *Paq Chair* (Csire Géza) / *Plümo* (Pongrácz Farkas) / *Tervhivatal* (Lakos Dániel) / *TO.P* (Toronyi Péter) / *Woody* (Kiss Zsombor).

[www.octogon.hu](http://www.octogon.hu)

## BULDÓZERRE FEL!

1987-ben indult újjára a *Diotoys*, magyar családi manufaktúra, amelynek alapítói természetes anyagból, jellemzően cseresznyefából készítenek minőségi, kézbe simuló gyerekjátékokat. A hagyományos – s talán ismertebb – állatfigurák mellett, például zenedobozokat, valamint összetett mechanikájú guruló-pörgő-billenő stb. járműjátékokat is készítenek, köztük szokatlan mód buldózereket, billencseket, sőt, „áramszedős” villamost is találunk (lásd még a [diotoys.com-on](http://diotoys.com-on)). Hovatovább még olyan mesés-festői repülő-szerkezeteket, melyek formai forrásvidékét valahol Leonardo rajzai vagy Kondor Béla repülőgép-modellei között kereshetjük.

[www.octogon.hu](http://www.octogon.hu)



## FOLYT.KÖV.

Folytatódik a Vitsoe Rams-programja, melyet a kortárs design doyenje, Dieter Rams 80. születésnapja alkalmából, 2012-ben indított újjára a cég. A tervező klasszikus bútorkollekcióit újrazó program elsői, avagy a tavaly debütáló 620 Chair Programme, valamint a 606 Universal Shelving System után márciusban kerül forgalomba (csupán a Vitsoe honlapjáról lehet majd megrendelni) az üvegszálás poliészterből való 621 *Side Table*, mely egybetolható kisasztalcsalád eredetiét Rams 1962-ben tervezte.

[www.octogon.hu](http://www.octogon.hu)





## TÜKÖN ÜL



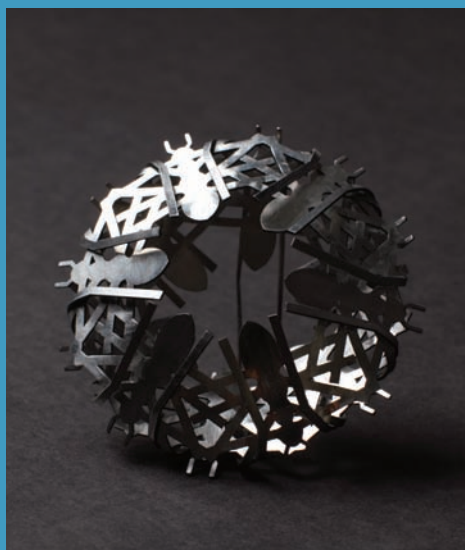
„Egy napsütéses reggelen miközben átsétáltam az osztálytermen új szépséget pillantottam meg: egy tükkel tűzdelt tőpárnát. Ez volt számomra az első benyomás. Azt mondtam magamnak rögvest, hogy ebből, ezzel dolgozni kell.” – Emlékszik vissza aha-élményére Fogarasi Demeter, a MOME végzős bútortervező (MA) szakos hallgatója a *Pinsofa 1* néven futó szőfa születésével kapcsolatban. A nemzetközi sajtók által már üdvözölt hallgatói munka jelenleg még csupán bútorkoncepció, melynek prototípusa a Royal Danish Academy of Fine Arts/The School of Design futó „The New Textile Furniture” projektje keretében készült el – a jelenleg Erasmus-ösztöndíjjal Koppenhágában tartózkodó alkotó saját kezétől, ott, a messzi Dániában.

[www.octogon.hu](http://www.octogon.hu)

## TALÁLKOZÁSOK2

Fiatall cseh, lengyel, szlovák és magyar ékszertervezők munkáiból nyílik kiállítás az Eventuell Galériában. Második alkalommal rendezi meg a galéria, a Visegrad Fund támogatásával a fiatal ékszertervezők találkozóját, kiállítását és prezentációját. Május 15-én, 19 órakor Petra Arbetova (AFAD, Pozsony), Jessika Hoffmeister (AAAD, Prága), Joanna Wawrzynczak (Képzőművészeti Egyetem, Varsó) és Fazekas Veronika (MOME, Budapest) prezentációt tartanak a munkáikról és egyetemeikről, majd a Góbi Rita Társulat táncosai egy táncetüddel elevenítik meg az ékszereket. A tárlat megtekinthető május 13. és 17. között. További részletekről a galéria [www.eventuell.hu](http://www.eventuell.hu) honlapján tájékozódhatnak.

[www.octogon.hu](http://www.octogon.hu)



## HOMMAGE À ZEISEL

Az idei frankfurti Abientén mutatták be, majd rögvest Golden A' Design Awarddal jutalmazták a kínai-skandináv gyökerű, hawaii születésű, jelenleg Barcelónában élő Maia Ming Fong formatervező teáskészletét, az EVA-t. Az anyagában hófehér (fémfestett részekkel hangsúlyozott), illetve feketemázás teáskészlet formailag sajátos ötvözete a keleti és nyugati kultúrának. Mindenezen fölül, mint azt az alak és terméknév egyaránt sugallja, a készlet Zeisel Éva/Eva Zeisel művésze előtti tiszteletadás.

[www.octogon.hu](http://www.octogon.hu)



Szöveg:  
Molnár Szilvia

# CSENDES ÉVFORDULÓ

## Moholy-Kozma ösztöndíjasok az Iparművészetben

Ebben az évben 25 éves a Moholy-Nagy László Formatervezési Ösztöndíj, melynek – eleddig csupán webes formátumban feltehető – katalógusa szép visszatekintést nyújt az eltelt évtizedekre: aktuális ösztöndíjasok villáminterjút éppen úgy olvashatjuk, mint visszatekintéseket, ünnepi szavakat. Ám ünnepi hangulatnak nyoma sem volt az idén kilencedik alkalommal az Iparművészeti Múzeumban megrendezett, Kozma Lajos kézműves iparművészeti ösztöndíjasokkal közös beszámoló-kiállításon (2014. február 21 - április 6.). Szokásos mód – tárgy/prototípus, portfólió (már akinek van), tárgyleírás, tervdokumentáció – installált tárlat az Iparművészeti földszinti fél-karéjban, az eltelt 25 évből, „csupán” az utolsó évek, a jelenlegi ösztöndíjasok látszanak. Megjegyezném, hogy – és persze ez is hagyományosnak mondható – arról, hogy ezek az ifjú emberek milyen körülmények, milyen anyagi lehetőségek között készítik ösztöndíjas éveik alatt a vállalt tárgyat, grafikát stb. szintén nem tudunk. Pedig a mai technikai lehetőségek mellett nem lenne olyan komoly feladat videón rögzíteni egy-egy fázisát a készülő műnek, megmutatni műhely-körülményeket, megszólaltatni a fiatal alkotókat. Ha már videó és 25 év, bizony érdekes lett volna legalább néhány egykori Moholy ösztöndíjast felkeresni és megszólaltatni. Persze lehet, hogy sokat kívánunk, ezen ösztöndíjak kezelői, adományozói és a szokott kiállítás rendezői számára jó minden úgy, ahogyan van. Mindegy is, a látottak, a művészek munkái kárpótolnak a fent sorolt hiányokért.

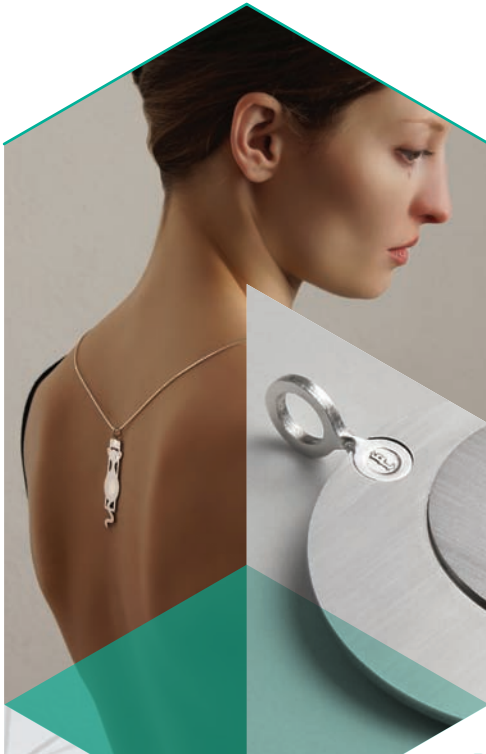
### ADAMLAMP

Juhász Ádám, a LED világítástechnika lehetőségei kutatva fejlesztte egyszerű geometriai elemekből építkező függőlámpáinak sorozatát (fotó: Juhász Ádám).

### WEÖRES25

Somogyi Éva, grafikus Weöres Sándor 25 rövid verset tartalmazó ABC-jét dolgozta fel egyedi könyvként, hagyományos kézi és modern eljárásokat ötvözve (fotó: Fabinyi Nóra)





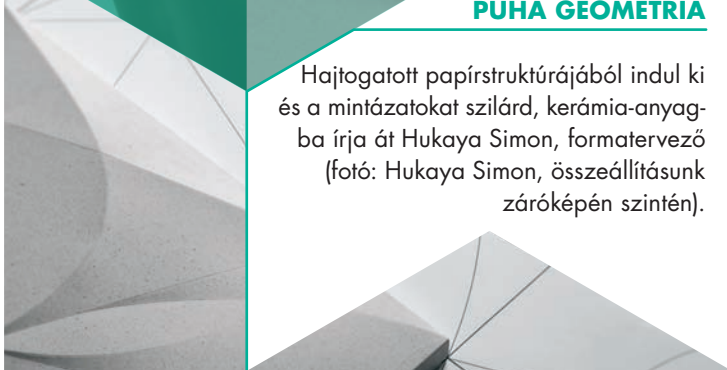
**ÉKSZER KÉPEK**

Németh Krisztina a nagy múltú intarzia díszítőtechnikát alkalmazta 12 darabos „intarzia ékszerképekből” álló, grafikai motívumokból építkező fém ékszersorozathoz (fotó: Püspöki Apor).



**PUHA GEOMETRIA**

Hajtogatott papírstruktúrájából indul ki és a mintázatokat szilárd, kerámia-anyagba írja át Hukaya Simon, formatervező (fotó: Hukaya Simon, összeállításunk záróképén szintén).



**ZÖLD PONT**

„A design és az ökológia szoros kapcsolatából, az ember és a birtokában lévő tárgy életének összefüggéséből indult ki a hasznónövények nevelésére, fogyasztására, tárolására alkalmas termékcsalád terve” – írja az Alföldi Porcelán Edénygyár Zrt. kivitelezésében készült sorozatáról Lantos Tímea (fotó: Sziráki Lili).



**URBAN LEGEND 2014. TAVASZ/NYÁR**

Geréby Zsófia öltözképző kollekciónak a profi sportruházat tulajdonságait ülteti át az utcai viseletre, öltözékei a biciklit városi közlekedésre használók kedvencei (fotó: Rév Marcell).





## PLIÉ BY ATELIER

Kiss-Gál Gergely kül- és beltéren egyaránt használható, flexibilis design-kommunikációs elemrendszere már az idei Kölni vásáron is látható volt (fotó: Kiss-Gál Gergely).

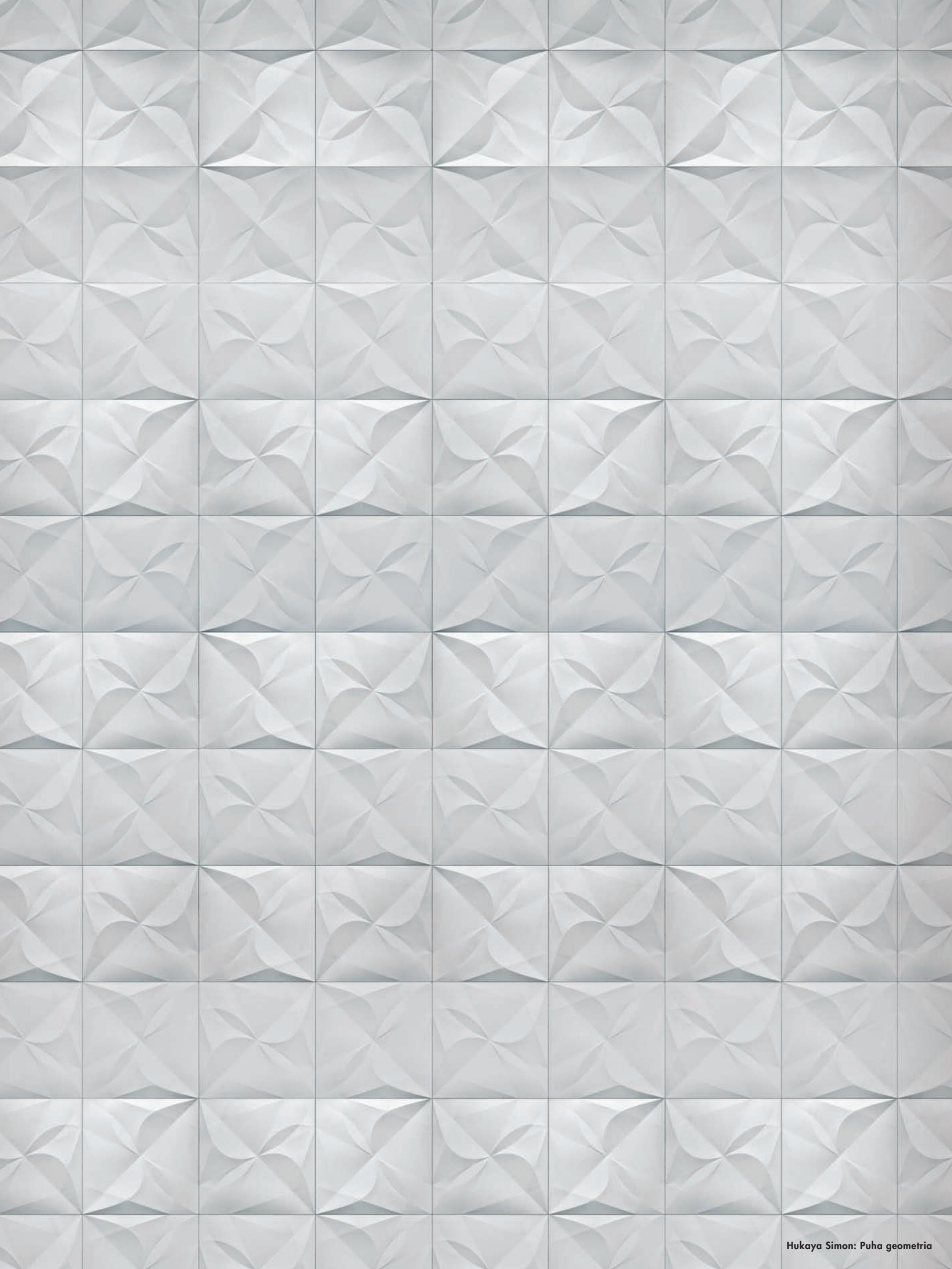
## VÍZBE DOBOTT KŐ

A multifunkcionális porcelán étkezéslet tervezése során Giba Ágnes folyamatosan támaszkodott Herend (a kivitelező) hagyományaira, formavilágára, s ezzel egyidejűleg a ma már elengedhetetlen, alapos marketingelemzésekre. (fotó: Bak Zsolt, Giba Ágnes).

## ÁTALAKULÓ

Jani Zsuzsanna divat- és textiltervező programjának célja, egy 12-15 daraból álló női kollekció elkészítése volt, változatos technikák és anyagok használatával. Egyes elemei könnyen variálhatók és átalakíthatók (fotó: Kovács Tamás).







# 2014 DESIGN DAYS



Fotó: Darabos György

## Gótikus csobogás

A TAVALYI SIKERRE VALÓ TEKINTETTEL A CARACALLA IDÉN IS MEGNYITOTTA POP-UP SHOWROOMJÁT, AMINEK A VIZUÁLIS MEGJELÉNÉSÉT BOGÁR RÓBERT BELSŐÉPÍTÉSRE BÍZTÁK. IDÉN BŐVÜLT A SZAKMAI RENDEZVÉNY: A DESIGN VILÁGÁNAK HÁROM MEGHATÁROZÓ CÉGE KÜLDTE EL A MEGNYITÓRA KÉPVISELŐIT. ELŐADÁSAIK UTÁN MARTINKÓ JÓZSEF KÉSZÍTETT VELÜK INTERJÚT.

KALDEWEI  
SUPERPLAN PLUS

AXOR LAMPSHOWER  
DESIGNED BY NENDO

AXOR CITTERIO  
KÁDCSAPTELEP



## Andreas Enslin, a Miele design központ vezetője

Előadásában elsősorban az ipari formatervező feladatairól beszélt. Ennek a feladatnak, szerepnek a pontos megértését nagyon fontosnak tartom. Igyekeztem előadásomban rávilágítani arra, hogy hogyan is dolgozik a tervező, a designer. Létezik néhány szabály a tervező munkája során, sarokpontok, amiket nem is annyira egyszerű felismerni. Ráadásul nem is biztos, hogy elegendő a felismerés, mert az egyszerű szabályokra a legnehezebb fókuszálni az adott tervezési munka ideje alatt. Tovább megyek, személy szerint, férfiként egyébként is képtelen vagyok egyszerre figyelni minden apró részletre, ez nekem, mint férfinak megoldhatatlan feladat. Irányokat kell kijelölni, világos irányokat. Ezt mint tervező tudatosítanod kell, fel kell ismerned. Különben hibázni fogsz.





VILLEROY&BOCH  
AMADEA ROYAL

KARTELL BY LAUFEN

GRAPHIC CONCRETE BY VTCS

KARTELL BY LAUFEN WC

VILLEROY&BOCH  
SQUARO KÁD  
DORNBRACHT MEM  
ÁLLÓ KÁDCSAPTELEPPPEL

DURAVIT DURASTYLE  
RIMLESS WC

DURAVIT DURASTYLE  
MOSDÓ

GEBERIT MONOLITH  
PLUS ÉS GEBERIT AQUA  
CLEAN SELA WC

DURAVIT HAPPY D.2 MOSDÓ,  
GEBERIT MOSDÓ MONOLITH,  
EMCO TÜKÖR MONOLITH

## Hogyan teremt egyensúlyt a tradíció és az innováció között? A Miele lassan 120 éves cég.

Ez relatív könnyű feladat. Úgy hisszük, hogy az emberek nagyjából tisztában vannak a Miele brand, a márka történetével, múltjával. Tudják kik vagyunk, honnan jövünk. Nekünk ezt kell transzformálni a jövőbeli fejlesztésekkor. Amikor új termeket tervezünk, akkor lényeges cél, hogy egy leheletnyivel többet, mást adjunk a tárgyhoz, mint amit a vásárló a hagyományainkból kiindulva elvárna. Lepd meg őt! Olyan dologgal, olyan aprósággal, gesztussal, amire nem is gondolt, nem is számított, amiről esetleg nem is feltételezte, hogy lehetséges. Ezek az apróságok roppant érdekessé, izgalmassá teszik az adott termék fejlesztését. Végeredményben a lényeg az, hogy amikor a vásárló összeveti a konkurencia termékével a mi gyártmányunkat, akkor ezek a pluszok, „okosságok” rendkívüli módon felerősödnek. Az apróságok

teszik izgalmassá a markát! Többet adunk, mint amit egy ilyen tradicionális cégtől elvárnak.

## Ma globális a piac, a felhasználók más-más kulturális háttérrel rendelkeznek. A designer hogyan reagál erre?

Nagyon fontos, hogy a tömegtermékek esetében is megértsük a különféle kultúrák elvárásait. Mondok egy példát. Van olyan sütőnk, amit nyelv-választó programmal láttunk el. Úgy terveztük meg, hogy más-más nyelv beállításával a programozott receptek is változnak. Például háromféle németnyelv-változaton (német, osztrák, svájci), három különböző receptet adunk ugyanahhoz az ételhez, mert a három kultúra eltérő módon készíti el az adott fogást. Más és más a felhasználói ízlés ugyanazon étel elkészítésénél, ezért más a hőmérséklet, a sütési idő-beállítás, amit a gép javasol. Apró gesztus, de rendkívül pozitív visszajelzéseket kapunk.





ALAPE MOSDÓTÁL,  
DORNBRACHT DEQUUE  
CSAPTELEP

ANTRAX SATURN  
RADIÁTOR

MIELE W1 SZÁRÍTÓGÉP

MIELE T1 MOSÓGÉP

DURAVIT HAPPY D.2  
SZABADON ÁLLÓ KÁD

ALAPE SZABADON  
ÁLLÓ MOSDÓ,  
DORNBRACHT  
ELEMETAL SPA  
CSAPTELEP



Vízfelhasználás automatikus programon 0,5 liter

Frissvízes mosogatás

30. évfeszítő mosogatás funkció

BrilliantLight világítás

36 dB zajszint

Miele







## Felicitas Albring, az Axor Brand Communication képviselője

Őszintén mondom, hogy meglepett. Évek óta látok előadásokat a Hansgrohe-Axor designereinek munkájáról. De valójában soha sem engedtek betekinteni az érdemi munkájukba.

*Igen, ez egy új módja a design fejlesztések bemutatásának. Fő szempont, hogy ne a termékekről beszéljünk, hanem a tervezés folyamatáról. Szerintem az embereket igazából az érdekli, hogy mi van a háttérben. Néhány dolog persze üzleti titok, van, amiről még nem beszélhetünk, mert épp dolgozunk a projekten.*

**Előadásában szó esett a termék és a koncepció közötti különbségről. Miért annyira fontos az Axor számára a kísérletezés fázisának bemutatása?**

*Mi mindig az adott termék mögötti filozófián dolgozunk. Erre fókuszálunk elsősorban. A designer víziója után meg kell találnunk a megfelelő technológiát, majd azt a módszert, ahogyan mindez a különféle fürdőszobai környezetbe integrálható. Fontos, hogy az Axor termékek innovatívak legyenek technológiailag, ugyanakkor az enteriőrökben is megtaláljuk a helyüket. Az Axor erre nagyon figyel. Ezért dolgozunk neves belsőépítészekkel, vagyis a csapatunkban nem csak terméktervező designerekkel, hanem enteriőrtervezőkkel is együttműködünk. Sokszor a belsőépítészek azok, akik felvetnek olyan megközelítéseket, amik új termékekhez vezetnek. Ebből a gondolkodásból következik, hogy a fürdőszobát egészen máshogyan képzeljük ma el, mint egy évtizeddel ezelőtt. 2005-óta az Axor WaterDream különböző kollekcióiban mutatunk rá a jövő fejlesztési irányaira. A budapesti CDD-installációban látható Axor Nendo a világhírű tervező, a japán Oki Sato víziójának gyümölcse. Rendkívül izgalmas a japán kultúrára a közös munka folyamán rálátni. Izgalmas, de nem mindig könnyű.*

**Mi a szerepe Philippe Grohénak az Axor WaterDream mindennapjaiban?**

*Kulcsszerepe van, ez az ő egyik „gyereke”. Ő találja meg a tervezőket, ő lép kapcsolatba velük és kapcsolja be őket az adott projektbe. Meglátja, hogy az adott tervezőnek a személyisége illik-e az Axor márkához. Philippe Grohe nem klasszikus menedzser. Amikor valakit meg szeretne nyerni a cég egyik munkájára, akkor családtagként képes viszonyulni a felkért tervezőhöz.*

**Sokat beszélt előadásában a humorról. Hogy kell ezt elképzelni a munkájukban? Mi ennek a szerepe? Németekről, már megbocsásson nekem, a német designról nem ez az első, ami beugrik.**

*Igaz. A humor szerepe mindig a csapattól függ. Több dán meg francia tervező vesz részt a tervezésben, és a franciák, mint Starck, mindig készek a tréfára. Ők spirituszt hoznak a csapatba. Jót tesz, ha helye van a humornak, amikor jól érezzük magunkat a projektben, az mindig meglátszik a végeredményen is.*

## Christian Sieger, a Sieger Design alapító tervezője

**Előadásában a fürdőszoba kapcsán hat különböző témáról beszélt, hogyan áll ez össze egységes szemléletű?**

*Általánosságban a stúdióink a fürdőszobát építészeti szempontból közelíti meg. Ugyanakkor szükség van ehhez a munkához valamiféle sajátos, új stílusra, ami nem valamiféle „primadonna stílus”, vagyis interakcióba kell kerülnünk az épített emberi környezet, illetve a tágabb természeti környezet egészével. Legyen szó a Duravitnek, a Dornbrachtnak, vagy az Alapének tervezett tárgyainkról, általános alapelvünk, hogy esélyt kell adni a tárgyak használóinak. A fürdőszobában lehetőséget kell biztosítani a rekreációra, a regenerálódásra. Mindennapi életünk egyre feszesebb és a fürdőszoba lehet tipikusan az a szoba/tér ahol a relaxáció megvalósulhat. A kutyuk helyett a fürdőszobában vizet kell, hogy találj! Meleget és hideget a lehető legtermészetesebb formában.*

**Ebben a vágyban van különbség a különféle kultúrák között?**

*Jellemzően azon a szinten ahova mi dolgozunk (tervezünk, forgalmazunk, stb.) magas életszínvonalon élnek a vásárlóink. Furcsa látni, hogy az ezen a szinten élő emberek minden kultúrában egyre inkább azonos módon élnek: azonos márkájú ruhákat hordanak, ugyanolyan kocsit vezetnek, ugyanazokat a luxusmárkákat használják az életük minden terén. A globalizáció ezen a nívón majdhogynem teljes. Szokásaik, munkájuk, az otthonuk és annak berendezései is nagyon hasonlóak. A mi szempontunkból tulajdonképpen könnyebb dolgunk van, hiszen a célcsoportunk a világon mindenütt homogén.*

**Mondana valamit a kedvenc márkájáról?**

*Az emberek egyre kevésbé vesznek meg valamit „csupán önmagáért”, azért amiből készült, amire használható stb. Sokkal inkább azért választják az adott terméket, amit képvisel, a sztorijáért, a filozófiáért. Ezt akarják megvásárolni maguknak, nem más. Egyre többeknek fontos az, hogy hogyan kezdődik a napjuk, milyen zuhanyt vesznek reggel, azaz milyen a fürdőszobájuk, mert ez fontosabb mint az, hogy valami olyanra költsenek, ami a külvilágnak szól, ami látható, megmutatható a barátoknak vagy az üzletfeleknek. A vásárlói célcsoportunk megfeszített életet él, felelősség van rajtuk, vagy vezető beosztásúak, akiknek már fontosabb az, hogy zuhanyozáskor, otthon mennyire tudnak ellazulni. A hétköznapi tárgyaik, a tevékenységeik olyan területekre irányulnak, amit a külvilág nem is lát. Vagyis nem a presztízsérték az elsődleges, hanem valódi, személyes értékek megtalálása.*

**Fotó: Darabos György**

