

INTERIÉR

design ▾ materiály ▾ projekty



Víte, co je
kitschens?

Biophilic design

Hledejte klienty
v zahraničí

01/2024
Cena: 199 Kč / 7 €

ČASOPIS PRO DESIGNÉRY,
ARCHITEKTY A PROFESIONÁLY
Z OBORU INTERIÉRŮ



Foto: BVV, fotograf Zach

Editorial

Právě držíte v ruce 25. vydání magazínu INTERIÉRY, který vydáváme od roku 2016. Startujeme tedy devátý ročník, se kterým přinášíme novou podobu. Časopis má více stran, větší formát a novou grafiku. Sice se říká, že co funguje, se nemá měnit, ale inovace a vývoj jsou v současné době nezbytnými součástmi snad všeho kolem nás.

Magazín bude nově vycházet dvakrát ročně. První letošní číslo držíte právě v ruce a na to druhé se můžete těšit, to vyjde jako vždy ke konferenci INTERIÉRY, jež se bude letos konat již po třinácté.

Co zůstává? Samozřejmě je to obsah plný novinek, rozhovorů a autorských textů zaměřený přímo na profesionály z oboru interiérů. Ve druhé části, tedy ve speciálu, se dočtete o novinkách a trendech z letošních zahraničních veletrhů, jako je Heimtextil, IMM a Salone del Mobile.

Tak pěkné čtení a hodně inspirace do další tvorby!

Ing. Iva Bastlová, DiS.
designérka a trend specialista
vydavatelka magazínu Interiéry

Obsah

Editorial	3
Rozhovor s Elisabettou Rizzato	4
Vertikálně, nebo horizontálně?	6
Co je to trend?	8
Nová definice matu	10
V hlavě odborníků na barevné trendy	12
Materiály pro modely do showroomu	16
Nová kniha Nordic home	18
Ostermann má skladem hrany, které ladí	22
Nevhodně zvolené materiály při výrobě nábytku	24
Úchytka jako fenomén	28
Jak dobře vybrat LED pásek, který vydrží roky	30
Rozhovor s Peterem Fritschem	32
Odlište se značením	36
Soutěž o nejlepší interiér	38
Novinky v sortimetu Démos trade	40
Chartreuse není jen likér	42
Expozice Hettich v Praze	44
Biophilic design	46
Sjednoťte podlahu	48
Inspirace z holandského Keukenhofu	50
Mějte vizualizace zase rádi	54
Kitschy – kýč na scéně	56
Do Londýna za bezplatnou inspirací	58

Odborný magazín INTERIÉRY

Vydavatel: Ing. Iva Bastlová, DiS.
e-mail: iva@ivabastlova.cz
tel.: 604 865 883
IČ: 869 596 38
Adresa: Svatojánská 59
Srbsko 267 18
Registrace: MK ČR E 22441, ISSN 2464-7047

Redakční rada:

Ing. Iva Bastlová, DiS., MgA. Veronika Loušová,
PhDr. Lenka Žížková, doc. Ing. arch. Boris Hála, Ph.D.,
doc. akad. arch. René Baďura, Ing. Jan Opitz,
Ing. Milan Vrbík

Spolupracovníci redakce:

MgA. Veronika Loušová, Ing. Jana Pěkná,
Ing. Markéta Štěpáníková, Ing. Klára Davidová,
Ing. Michal Háp, Ing. arch. Peter Fritsch

Zahraniční spolupracovníci:

Elisabetta Rizzato, Judith van Vliet, Anja Bisgaard Gaede,
Stefan Nilsson

Grafické zpracování: Petr Císař
Jazyková korektura: Milena Kočíšová

25. vydání, ročník 2024
Datum vydání: 3. 6. 2024

www.casopis-interiery.cz
Na této webové adrese se lze přihlásit k odběru dalšího vydání.

Trendy integrujte do projektů promyšleně



Foto: Jessica Speziale

Elisabetta Rizzato je italská interiérová designérka, která se specializuje na sledování a vyhodnocování trendů v oblasti interiérového designu. Její instagramový profil zaměřený na tento specifický obor sleduje přes 32 tisíc lidí a její tvůrčí činnost jsme mohli vidět například na expozici Inspiration Circles Supernatural na letošním veletrhu IMM v Kolíně nad Rýnem. Možná si na ni vzpomínáte, když přednášela na konferenci Interiery v roce 2022.

S Elisabettou jsme stále v kontaktu, a tak není náhoda, že jsme se jí zeptali na detaily ohledně její profesní dráhy.

Kdy jste se rozhodla pro obor interiérového designu?

Už od dětství jsem toužila po kreativní práci zahrnující obor interiérů. V teenagerském věku jsem se rozhodla stát se architektkou. Ale během prvních několika let studia architektury jsem zjistila, že zahrnuje mnoho jiných oblastí víc než jen kreativitu. Proto jsem se tedy rozhodla zaměřit spíše na interiéry.

Jakou školu jste si vybrala a co nejdůležitějšího Vám studium přineslo?

Chtěla jsem studovat umění na střední škole, ale skončila jsem ve vědeckém programu, z čehož stále viním hlavně své rodiče! Nebylo to ale na škodu. Překvapivě mi to vlastně později pomohlo se získáním titulu na architektuře, kde mi matematika přišla vhod. Skutečným přelomem byl však můj postgraduální kurz interiérového designu na Central Saint Martin's College v Londýně.

Kdy jste se začala zajímat o trendy?

Od svých teenagerských let jsem se vždy aktivně zajímala o trendy, stejně jako mnoho jiných v mém věku. Moje opravdová vášeň pro výzkum trendů však opravdu nastartovala během mého pobytu v Londýně. Právě tam jsem měla možnost proniknout hlouběji do tohoto oboru, což ještě více podpořilo mou zvědavost. Tato vášeň mě nakonec přivedla k tomu, že jsem v roce 2013 založila svůj blog italianbark.com.

Váš instagramový profil má velkou sledovanost. Jak vznikl vůbec tento nápad?

Vytvoření profilu na Instagramu mi připadalo jako přirozené rozšíření mého blogu, které poskytuje cestu ke sdílení mých zájmů za hranicemi psaných příspěvků. Přitahovala mě myšlenka spojit se s ostatními. Zpočátku byl Instagram místem autenticity a inspirace a trávila jsem tam čas naplno. Všimla jsem si však posunu v průběhu času a cítím nostalgii po nefalšované atmosféře, kterou to mělo v počátcích.

Věnujete se ještě projektům – návrhy interiérů?

Před dvěma lety jsem stála před rozhodnutím, jestli se zaměřím na projektovou práci, nebo se budu věnovat výzkumu trendů a poradenství. Vyvážit obě cesty profesionálně a efektivně se stalo náročným. Nakonec jsem si vybrala to druhé, protože mám opravdovou vášeň pro výzkum. I když mě práce na projektech baví, mnohostranná povaha interiérového designu zahrnuje úkoly, které nejsou v souladu s mými přednostmi a preferencemi. Navíc to může být někdy i hodně stresující a časově náročné. Vzhledem k tomu, že můj manžel je architekt zaměřený na projekty, diverzifikace našeho profesního snažení se pro naši rodinu zdála jako moudré rozhodnutí.

Odkud čerpáte informace o trendech a jak s nimi dále pracujete?

Když pracuji s trendy, čerpám z pestré škály zdrojů. Zpočátku spoléhám na cestování, veletrhy a designové akce, abych shromáždila nejnovější zprávy a postřehy o trendech v oboru. Kromě toho rozsáhle prozkoumávám webové stránky, platformy sociálních médií a různé trendy platformy v různých odvětvích. Nakonec si vyměňuji názory a nápady s kolegy, abych dále obohatila svůj pohled na téma.

Co vidíte jako hlavní důvod ke sledování trendů pro výrobce a pro interiérové designéry?

Navzdory obecnému názoru naznačujícímu opak, být informován o trendech může být pro výrobce nábytku vysoce udržitelnou volbou. Uvědomění si trendů se skutečně rovná porozumění preferencím a potřebám lidí. Tak lze efektivně řídit úsilí v oblasti designu a výroby. Předvídání nadcházejících trendů vám umožňuje činit racionální rozhodnutí týkající se vývoje produktů, marketingových strategií a alokace zdrojů. Pro interiérové designéry nabízí sledování trendů další inspiraci a nápady na projekty. Je však nezbytné nesledovat trendy slepě, ale spíše je promyšleně integrovat do svých projektů.

Kdo jsou nyní Vaši hlavní klienti?

Moji klientelu tvoří společnosti v oblasti výroby nábytku, bytových dekorací, materiálů a odvětví souvisejících s designem a také profesionálové v oblasti designu. Kupují mé trendbooky, aby drželi krok se současnými i budoucími trendy.

Jak byste popsala hlavní globální trend v oblasti interiérů – design a barevnost?

Pokud se budeme držet skutečné definice slova „trend“ jako posunu nebo progresu v širším směru, pak tomu nepochybně odpovídá udržitelnost.

Co připravujete do dalšího období?

Pracuji na mém dalším Trendbooku – knize *Colour Trends 2025*!

Vertikálně, nebo horizontálně?



Motiv PD 45

Proužky, pruhy, linky jsou populární posledních několik let. Nejde jen o tak často viděné lamelové obložení, které masově ovládlo moderní interiéry. Pruhy jsou k vidění i na tapetách a bytovém textilu. Dalším velmi významným prvkem v designu nábytku je proužkované profilování čelních nábytkových ploch. To se stává stále oblíbenějším, o čemž svědčí i mnoho nových solitérů s tímto detailem prezentovaných na mezinárodním veletrhu Salone del Mobile.

Jak realizovat?

Nejlepším způsobem je zvolit již typizované profilování, které nabízí například PROFORM (SMAKO) v produktové řadě dekoračních panelů MODULOFORM.

Co je na výběr?

Volit lze horizontální nebo vertikální směr, různé hloubky frézování i šířky proužku. Celkem je v nabídce 16 vzorů, které mají různý vizuální dojem. Některé jsou jemné a decentní, jiné výrazné a dominantní. Co se týče barevnosti, lze mít dvířka fóliovaná dekorační fólií dle posledních trendů nebo lakovaná dle vzorkovníků RAL nebo NCS, takže se nemusíte vůbec omezovat v barevnosti. Totéž platí o rozměrech.



Motiv PD 43



Motiv PD 51



Motiv PD 35



Motiv PD 34



Motiv PD 36



Motiv PD 50

Technická data

Nosná část je vyrobena z HDF desky nejvyšší kvality. Povrchová úprava je možná jak 3D PVC fóliováním, tak lakováním polyuretanovým lakem v hladkém nebo strukturálním povrchu dle již zmíněných barevností dle RAL nebo NCS.

Formáty u fóliovaných typů jsou 2500 × 1250 mm, u lakovaných druhů 2700 × 1250 mm.

Proč pruhy a linky?

Pruhy byly vždy základem módy a interiérového designu. Symbolizují eleganci, sofistikovanost a klasický styl. Pruhy mají moc ovlivnit vnímání a náladu. Pruhy mohou být výrazným prvkem místnosti, přitahovat pozornost a udávat tón nebo mohou působit jako jemné akcenty, které dodávají hloubku a zajímavost, aniž by zahltily prostor. S pruhy jde experimentovat jak v různých měřítcích, barvách, tak i texturách. Hodí se do velkého množství stylů a tím potvrzují svou univerzálnost od minimalismu po maximalismus.

Dvířka, resp. čelní plochy nebo obklady lze objednávat od jednoho kusu. Termín dodání je 3–6 týdnů podle zvoleného provedení.

Více informací najdete na www.smako.cz nebo na telefonu +420 777 718 007.

Co je to trend?



Kuchyně navržena v trendové paletě NCS Colours dle Stefana Nilssona pro finského výrobce kuchyní Puustelli.

Trendy jsou pro výrobce i designéry speciální téma. Někdo je sleduje s velkou bedlivostí, jiný je zcela odmítá, respektive se domnívá, že jej při tvorbě vůbec neovlivňují. Co to trend vlastně je? Na to jsme se zeptali tří světových odborníků, jejichž hlavní náplní práce je trendy sledovat a také vyhodnocovat.

Stefan Nilsson

Populární skandinávský trend hunter a designér

Co je to trend?

Trend je změna. Je to něco, co děláme a co je nové nebo co jsme už dlouho nedělali. I nová technologie může být trendem, stejně jako nové chování jako je například „vintage hunting“.

Když se tím řídí hodně lidí, je trend velký a naopak, když se tak chová jen úzká skupina lidí, je trend úzce profilovaný.

Mým úkolem jako lovce trendů neboli trend huntera – specialisty na trendy, je shromáždit tato nová chování a pokusit se zjistit, zda mají společné vlákno. Mým úkolem je také předvídat, kdy se toto nové chování prosadí a stane se komerčním, aby značky, respektive firmy mohly pracovat s trendy.

Jak jste se k oblasti trendů dostal?

Vždy mě zajímalo chování lidí a jejich rozhodování. Proč se nám něco „líbí“. Na začátku své kariéry jsem byl na večeri s jednou dámou. Povídali jsme si o životě a o tom, jak zvláštní je náš svět. Řekla: „Musíš přijít do mé práce“ a to bylo náhodou švédské státní rádio. Jednou týdně jsme seděli a mluvili o vybraném tématu. Takže jsem v podstatě prozkoumával svět trendů zároveň s tím, jak jsem se o něm učil mluvit před publikem. Mnoho trendových expertů, kteří začali pracovat kolem roku 2000 (jako já), se dotklo této oblasti. Někdo má třeba na pozadí oblast fashion.

Když jsem šel na univerzitu, studoval jsem historii a politologii. Po práci ve švédském státním rádiu jsem začal pracovat ve Švédské společnosti řemesel a designu „Svensk Form“. Měl jsem na starosti galerii designu, dělal jsem žurnalistiku atd.



Judith van Vliet

Specialistka na barvy a trendy známá pod značkou „The color authority“

Co je to trend?

Trend lze označit jako specifický pohyb nebo změnu chování v určité skupině lidí, na konkrétním trhu nebo v odvětví. Je možné jej charakterizovat také jako přednost před konkrétním produktem, službou nebo v mém případě před konkrétní barevností. Trendy jsou vždy spojené s potřebou nebo hodnotou této skupiny spotřebitelů a jsou silně ovlivněny vnějšími faktory. Trendy lze rozdělit také dle různých časových úseků a důležitosti na mega trend (nad 10 let) makro (5–10 let) nebo mikro (od 1 do 5 let).

Jak jste se k oblasti trendů dostala?

Měla jsem velmi zajímavou a nečekanou cestu k barvám. Pracovala jsem na pozici „product planning“ ve společnosti Kawasaki Motors Europe v Nizozemsku. V rámci této práce jsem se zúčastnila evropské konference Color Marketing Group v Berlíně v roce 2007. To byl okamžik, kdy jsem „potkala“ barvy v plném měřítku a věděla jsem, že se chci naučit vše o této oblasti.

Anja Bisgaard Gaede

Dánská expertka na trendy a zakladatelka agentury Spott

Co je to trend?

Jednoduše řečeno – trendy jsou zrcadlení společnosti.

Jak jste se k oblasti trendů dostala?

Móda a spotřebitelské chování mě vždy zajímaly. Nemůžu si pomoci a pozoruji lidi a jejich chování. Vystudovala jsem tedy komunikaci a mám magisterský titul v tomto oboru, kde jsem se specializovala na spotřebitelské chování v maloobchodě. To se stalo mou vstupenkou do práce v dánské trendové agentuře, kde jsem přes 7 let získávala jakousi mistrovskou výuku v předpovídání trendů.



Nová definice matu



Výrobci kuchyní, designéři nábytku, architekti a spotřebitelé se shodují: mat je nový lesk.

Matné povrchy nevšedně kombinované s vysoce kvalitními kontrastními materiály přináší nadčasovou eleganci do trendových interiérů. S kolekcí **Edelmatt** se značka **REHAU** trefila přesně do černého. A jde ještě o krok dále, protože optimální kombinace povrchu, hrany a úložného prostoru umožňuje truhlářům a designérům vytvářet nábytek a prostory jako jednotlivý kompaktní celek. Kolekce vychází pod heslem „The touch of beauty“, protože krásný vzhled je doprovázen příjemným, sametovým pocitem při dotyku. Samozřejmě s měkkým dotykem „Soft Touch“ a ochranou proti ulpívání otisků prstů „Anti-Fingerprint“ která je po praktické stránce klíčová.

REHAU vyvíjí kreativní řešení pro interiérový design již více než 70 let. Nejnovější interiérový sortiment se rozprostírá napříč různými produktovými řadami a umožňuje truhlářům a interiérovým designérům vytvářet jednotlivý, stylový nábytek a prostory.

Vzhled, příjemný na dotyk a kvalita v nejvyšší třídě

Jednotlivé komponenty kolekce **REHAU Edelmatt** jsou propojeny trojicí: krásný vzhled, příjemný na dotyk a vysoká kvalita. Dokonce i z plochého úhlu nedochází k téměř žádným odrazům světla. Barevná paleta sahá od jasně bílé až po temně černou. Díky zpracování s úpravou proti ulpívání otisků prstů a jemností na dotyk je každý dotyk povrchu pastvou pro smysly. Komponenty navíc splňují nejvyšší standardy kvality: materiály jsou odolné vůči teple, vlhkosti, poškrábání, mikroškrábancům a nárazům. Vysoká úroveň ochrany již od začátku minimalizuje potřebu následných oprav. Kolekci lze proto používat téměř ve všech prostředích a zaujme svým designem a odolností.



REHAU má také řešení pro prostředí, kde jsou vyžadovány nejvyšší hygienické standardy: jako členové rodiny REHAU health.protect jsou povrchy kolekce Edelmatt standardně **k dispozici s antibakteriálními vlastnostmi**. Nábytkové hrany lze volitelně objednat také jako Health.protect variantu. Díky tomu je kolekce vhodná zejména do prostor citlivých na hygienu, například lékařské ordinace.

Stavební kameny kolekce Edelmatt

Kolekce Edelmatt se skládá z pěti různých komponentů – nových i osvědčených řešení z portfolia REHAU: V centru pozornosti stojí povrchový materiál RAUVISIO noir. Hedvábně matná povrchová úprava oživuje povrch a vytváří dokonalou rovnováhu mezi designem a funkcí. Barevná paleta 20 trendových tónů nabízí inspiraci kolem nezapomenutelného stylu filmu noir, který dnes utváří design a módní svět stejně jako tenkrát. RAUVISIO noir je extrémně odolný proti poškrábání, vodě a teplu, a proto je vhodný **pro horizontální i vertikální použití na pracovní desky vystavené intenzivnímu provozu**.



Perfektním společníkem RAUVISIO noir je RAUVISIO brilliant Edelmatt.

Povrchový materiál, který také nabízí vynikající pocit při dotyku a design, hodí se pro základní použití. RAUVISIO brilliant Edelmatt je skutečnou alternativou pro interiérové designéry a truhláře, zejména **při vertikálním použití**: 20 sladěných barev nabízí širokou škálu možných variací.



U dokonalých komponentů je kromě povrchů potřeba i dokonalé ohranění. S nábytkovými **hranami RAUKANTEX** vyvinula společnost REHAU před téměř 50 lety řešení, které z firmy udělalo důvěryhodného partnera v nábytkářském průmyslu. Rodina RAUKANTEX Edelmatt již mnoho let úspěšně kombinuje tuto důvěryhodnou kvalitu s jedinečným vzhledem elegantních matných povrchů. S RAUKANTEX pro se povrchy a nábytkové hrany stávají jednotlivými komponenty – **díky nulové spáře při olepování**, jak ve funkci, tak i vzhledu.

RAUKANTEX Edelmatt je k dispozici pro všechny barvy a formáty RAUVISIO noir a RAUVISIO brilliant Edelmatt – a je také k dispozici v téměř 400 barvách a barevných variacích.

Kromě trendu matného vzhledu jsou velkým tématem interiérového designu „Small Spaces“. Prostor, který je k dispozici, je třeba využít chytře, pokud možno bez velkých kompromisů. **Roletkový systém RAUVOLET Edelmatt** pro rychlý přístup k obsahu skříně nabízí **optimální využití prostoru** s materiálovým vzhledem, který se dokonale začlení do moderního matného nábytku – bez materiálových nebo barevných zlomů a se snadným chodem. **Rolety RAUVOLET Edelmatt jsou k dispozici ve 12 odpovídajících barvách noir a brilliant Edelmatt.**



REHAU

www.rehau.cz

V hlavě odborníků na barevné trendy

Ing. Jana Pěkná



Na letošní konferenci MATERIÁL + TREND vystoupily mimo jiné dvě významné zahraniční osobnosti zabývající se barevnými trendy. Byl to švédský trendhunter Stefan Nilsson alias Trendstefan a holandská odbornice na barvy Judith van Vliet. A bylo moc zajímavé vidět, jak tito dva odborníci nad trendy přemýšlejí, jaké mají – shodné i odlišné – přístupy, jak pracují s barvami a jak vytvářejí trendové barevné palety. Pojďme si tedy jejich práci porovnat.

Obecně × konkrétně

Hlavním rozdílem mezi oběma odborníky je to, že Stefan sestavuje trendy řekněme obecně platné pro celou společnost a její aktuální nálady a potřeby. Na rozdíl od toho Judith pracuje výhradně jen pro konkrétní firmy. Její prezentace nám odhalila, jak například vybírala barevnost pro kolekci vláken firmy Trevira.

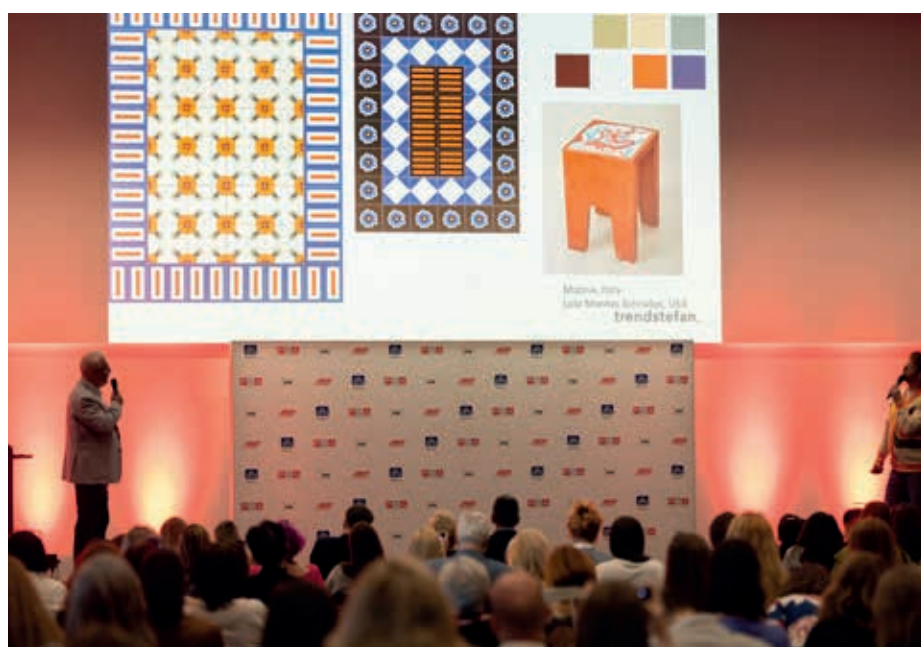
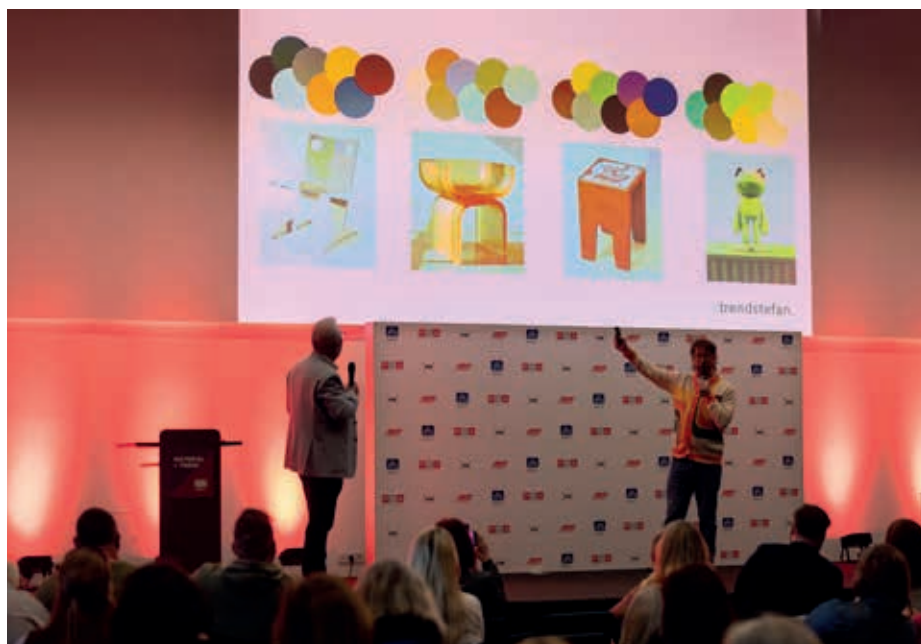
A tento rozdíl je poměrně zásadní. Obecné trendy a tendence jsou samozřejmě zajímavé a platné. Ale aplikace na konkrétní projekt nebo produkt má mnohá specifika, která už musí pracovat nejen s obecnými trendy, ale také s filozofií dané firmy, pro kterou jsou barvy vybírány. Dotýká se jejích zákazníků, kteří budou produkty nakonec kupovat. Ale také souvisí s tím, v jakých odstínech je třeba vůbec možné daný konkrétní produkt vyrobit.



Jak se hledá trend

Stefan nám prozradil čtyři hlavní oblasti, kterými se zabývá proto, aby byl schopný stanovit, jaké barvy budou trendy.

- Statistiky. Všechny možné druhy – jak se hýbeme, kolik máme mazlíčků, co kupujeme, co jíme, kam jezdíme na dovolenou...
- Rozhovory a diskuze s důležitými osobnostmi z různých oborů, influencery i s obyčejnými lidmi. Ptá se třeba, co byste udělali s 50 eury, které byste měli navíc.
- Historie. Stefan vystudoval historii a myslí si, že historické kontexty jsou důležité – jestli jsme se něco naučili nebo jestli se něco opakuje. Nedávno jsme například měli pandemii. Pandemie byla ale i ve 20. letech minulého století. Co je podobného a co se liší?
- Pozorování všeho kolem sebe. Navštěvuje kolem dvaceti veletrhů ročně po celém světě, navštíví desítky měst – Paříž, Milán, New York... A sleduje, co se tam děje. Navštěvuje také designové hotely a restaurace, nakupuje v designových obchodech a všímá si stylů i barevnosti.





A tady se s Judith poměrně shodne. I ona zkoumá různé zdroje informací (konkrétně zmínila třeba magazíny Dezeen nebo Designboom). Sleduje novinky, dívá se po obchodech, kavárnách, restauracích a mluví s lidmi (a to dokonce formou vlastního podcastu Color Authority, který si můžete také pustit).

Kolik je trendů?

Když se vrátíme ke konferenci loňské, možná si vzpomínáte na vystoupení Anji Bisgaard Gaede. Ta dělila populaci a tím i trendy do 4 skupin podle věku, zájmů, ale hlavně podle tzv. emoční segmentace. A i Stefan prezentoval 4 trendy, které se budou zamlouvat různým skupinám lidí s různými potřebami a náturami.

Není to totiž o tom, určit nějakou jednu barvu roku. To je spíš marketingový tah výrobců náterových hmot, o kterých se v souvislosti s vyhlášením barvy roku mluví. V praxi je to spíše o celých barevných paletách a kombinacích barev. Není jedna univerzální barva, která by se líbila a vyhovovala všem. A i v rámci jednotlivých skupin lidé budou tihnout jen k některým z odstínů daného trendu.

Stefan tak stanovil pro letošek trendy s názvy Pinstripe Poser, Dapper Dreamer, Sincere Scenery a Kool Kermit a každý trend obsahuje osm konkrétních odstínů.

Práce Judith ale probíhá trochu jinak. Barevné trendy, tak jak je přestavil Stefan, jsou podle ní inspirací, ale musíte je nakonec umět interpretovat a vědět, jak je použít pro konkrétní firmu a její produkty.



Co se týče procesu práce Judith, vlastně bychom mohli říct, že v mnohém je postup její práce podobný práci interiérového designéra. Začíná totiž důkladnou analýzou přání a potřeb svého klienta, kterého musí vyzpovídat, zjistit co přesně po ní žádá, jaké jsou jeho cíle, jaké jsou jeho hodnoty, do kdy má být hotovo a jaké jsou materiály, pro které má barvy vybrat.

Další specifikum výběru barev pro produkty spočívá v tom, že se výsledné kolekce nedají jen tak měnit – nemůžete to dělat každého čtvrt roku, nebo ani každý rok, protože je to velmi drahé. Jak z hlediska procesu samotného výběru barev, tak i potom při zavedení do výroby a testování.

Proto se tyto barevné palety vytvářejí na delší období – například dvou let. Z toho ovšem plyne, že v takové kolekci barev, jako třeba právě pro vlákna značky Trevira, musí být odstíny s určitou nadčasovostí, nejen ty vyloženě trendy, které se brzy okoukají. Zároveň by tam ale dle Judith mělo být i něco, co nás nadchne.

Po důkladné analýze začíná Judith vybírat konkrétní odstíny. Je to proces, který nějakou dobu trvá. Zhruba 70 % odstínů, které napoprvé intuitivně vybere, už v paletě zůstane. Zbýlých 30 % ale většinou několikrát změní, než je výsledek dokonalý.



Důležitý je příběh

Oba odborníci pracují s barevným systémem NCS. Ale jak řekla Judith, není ani tak důležité, jaký systém použijete, ale důležité je, abyste se svým klientem mluvili stejnou řečí a používali systém shodný.

Oba odborníci k vybraným odstínům také vytvářejí moodboardy. Storytelling je opravdu velmi důležitý jak v komunikaci samotných trendů, tak i ve vývoji produktů a v celém procesu marketingu a prodeje výsledných produktů. Lidé dnes chtějí vědět, proč byla použita konkrétní barva. Každá firma potřebuje nějaký příběh v pozadí. Potřebuje verbální popis, potřebuje, aby barva vyvolávala nějaké emoce, a to si nejlépe představíme díky kolážím z obrázků a inspirativních fotografií.

Určením barevných trendů práce Stefana prakticky končí. A názvy barev podle něj nejsou tak důležité.

Naopak Judith svým zvoleným barvám dává jména, protože podle ní to lépe pomáhá vyjádřit emoce a náboj vybraných odstínů. Vychází přitom z psychologie barev, a jak říká: „Mluvím šesti jazyky a tím sedmým, a vlastně nejdůležitějším jsou barvy“.

Jak se stát odborníkem na barvy?

Zajímavé bylo, že Judith řekla, že škola pro „designéry barev“ neexistuje a že všichni, které potkala ve své kariéře, byli stejně jako ona samouci. K výběru barev se dostali až během praxe a časem se vypracovali na odborníky v tomto oboru. A je to rozhodně zajímavá a lákavá kariéra!

Materiály pro modely do showroomu



Kombinace probarvené MDF, kompaktu a laminátu na ostrůvkové kuchyni.

Expozice v novém showroomu firmy Blum je rozdělena na dvě části – sortimentní, pro prezentaci jednotlivých výrobků, a inspirativní, kde se prezentuje použití kování na nábytkových modelech. Této části se říká **Blum inspirations** a najdete zde velkou ostrůvkovou kuchyň, model pro obývací pokoj, sedací soupravu a konferenční stůl. Dále pak domácí kancelář, předsíňovou sestavu, kuchyň do malých prostor, technickou místnost a koupelnu.

Richard Sajdl k vývoji těchto modelů dodává:

Po dohodě s mateřskou firmou jsme se rozhodli, že modely nábytku v inspirativní části zadáme k výrobě české firmě. Jednak abychom podpořili místní výrobu a také jsme chtěli prezentovat řešení, o kterých jsme přesvědčeni, že osloví zákazníky v Česku.



Detail dvířek z probarvené MDF a detail pracovní desky z kompaktu s nalisovaným laminátem

Nyní se, v souladu s trendy, změnila barva na tmavé a jako materiál používáme probarvenou MDF. Povrchovou úpravu tvoří pouze přebroušení a lehké přelakování, aby se povrch nešpinil. To platí nejen pro plochy, ale také hrany. Zajímavostí a překvapením je, že přestože mělo jít o neutrální materiál, je probarvená MDF natolik zajímavá, že neustále odpovídáme na otázky, co to je a kde se to dá koupit. Lidem se to prostě líbí.

Protože se jedná o MDF desky, je zpracování jednoduché a použití kování je zcela bez problémů. To, že se nemusí opatřovat hranou, umožňuje vytvářet nestandardní řešení, které na inspirativních modelech ukazujeme. Například integrované věšáky na prádlo, kde je v kombinaci s rámem z MDF použit výsuv TANDEM s aretací a hliníkové tyče, které standardně slouží jako synchronizační hřídele.

Modely jsme koncipovali tak, aby odpovídaly korporátnímu pojetí showroomů, použili jsme tedy materiály, které se při realizaci nových předváděcích místností v rámci skupiny Blum používají. Protože naším cílem je, aby se zákazník soustředil na naše kování a neřešil použité materiály korpusu a čelních ploch, snažíme se používat materiály neutrální, tak, aby neodváděly pozornost. V minulých letech jsme používali bílou barvu, všechny naše modely byly leskle bílé.



Kombinace laminátu a probarvené MDF na kuchyni. Výsuvné police s aretací v otevřené poloze



Řešení integrovaných věšáků na prádlo – rám z probarvené MDF, čelo z kompaktu, výsuvy TANDEM s aretací v otevřené poloze. Na čelních plochách z kompaktu jsou vidět výřezy, které umožňují otvírání.



Domácí kancelář, obývací pokoj a konferenční stůl s úložným prostorem. Kombinace světlé a tmavé MDF

Na některých modelech je MDF kombinovaná s kompaktními deskami, ať už jde o čelní plochy v technické místnosti, nebo o pracovní desku na ostrůvku v kuchyni. Na té je navíc nalisován laminát s povrchem připomínajícím rez, což koresponduje s bočnicemi výsuvů LEGRABOX special edition, které jsou v celé kuchyni osazeny. Stejný laminát je použit také na protější části kuchyně, kde jsou výsuvné police, na kterých jsou umístěny spotřebiče. Díky aretacím v otevřené poloze slouží také jako rozšíření pracovní plochy. Navíc tato část slouží jako výrazný dekorativní prvek, ať už svým tvarem, nebo také zajímavou barevnou kombinací s černou barvou probarvené MDF. Samotná MDF bez povrchové úpravy není kvůli snížené odolnosti proti poškození vhodná do kuchyně, ale v ostatních místnostech může najít své uplatnění.

Čelní plochy z kompaktu dobře vypadají a navíc odolávají zvýšené vlhkosti, což se hodilo v případě modelu technické místnosti. Kompakt navíc umožňuje na čelech vyfrézovat otvory, které slouží jako úchop, a není tak potřeba řešit úchytky. Pro použití čelních ploch z tenkých materiálů máme speciální kování s montážní technikou, které říkáme EXPANDO T. Díky systému krátkých kotev o průměru 10 mm je možné pro čela použít různé materiály od tloušťky 8 mm.

Všechny materiály použité na modelech Blum inspirations v showroomu jsou dostupné v ČR.

Nová kniha NORDIC HOME od české autorky



Jedná se o knihu, která popisuje vášně pro harmonii v interiéru, dokonalý soulad barev, materiálů a kvalitní design, jež jsou přirozenou součástí domova u samotné autorky známé pod jménem **@kajastef**.

Kajastef je internetová přezdívka české designérky, fotografky, grafičky a influencerky **Klára Davidové**, kterou na Instagramu sleduje přes 250 000 lidí z celého světa a jejíž účet patří k největším se zaměřením na skandinávský design v naší zemi. Svou stránku původně založila v roce 2016 jako vlastní galerii nápadů na interiérové dekorace, nakonec se ale se svými fotografiemi stala inspirací pro mnoho domovů po celém světě. Na sociálních sítích, Instagramu a Facebooku, sdílí fotografie svého bydlení ve skandinávském stylu a společně s tipy na dekorování a zařízení domácnosti inspiruje denně své sledující.

Napadlo vás, proč právě Kajastef? „Kája“ je její přezdívkou z dětství a „Štef“ zase symbolem rodného příjmení, které svatbou zaniklo. Její „nickname“ se sice čte bez diakritiky, ale propojení s rodinnými kořeny je z něj zcela patrné. Klára vystudovala marketing a management na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Oboru se profesně věnovala po ukončení vysokoškolského studia deset let, pak se ale její cesta začala ubírat zcela jiným směrem, nicméně ten byl, a stále je, s prvky marketingu úzce propojen.

Klářino působení na poli interiérového designu začalo v lednu 2015. Tehdy společně s manželem Ondřejem podepsali smlouvu na koupi hrubé stavby menšího funkcionalistického domu na periferii Zlína, do kterého se i se synem Kryštofem o půl roku později nastěhovali. Těchto šest měsíců dotváření a zvelebování nového interiéru dalo vzniknout základním obrysům, jež jsou, i přes množství neustále probíhajících změn, v jejich bydlení patrné dodnes.

Při hledání inspirace tehdy zakotvila u severského minimalismu, který ji svou jednoduchostí a strohostí natolik pohltil, že mu realizaci vlastního domova zcela podřídila. Ovlivnil ji natolik, že se dnes návrhům interiéru ve skandinávském stylu věnuje naplno, pracuje také jako grafička a fotografka a každoročně vydává kolekci minimalistických kalendářů, z jejichž výtěžku přispívá české nadaci Dobrý anděl.

Ptáme se Kláry:

Kdy a jak vznikl nápad na knihu?

Nápad na knihu se v mé hlavě zrodil už před dvěma lety. Chtěla jsem vytvořit něco reálného, hmatatelného, co by působilo jako kontrast vůči virtuálu, ve kterém se už 9 let pohybuji. Pro mě je interiérový design skutečný, pro lidi, kteří mě sledují, je to jen vyladěná fotografie nebo video a pár mých slov k tomu. Snažím se, aby vedle inspirujícího obsahu byly mé posty také edukativní a přinesly publiku malou osvětu, vlastní nápad nebo myšlenku. Kniha mi dala možnost vydat ucelený sborník takových rad a tipů doprovazený mými fotografiemi, v kterém lze komplexně prezentovat základní pravidla pro vytvoření harmonického interiéru, jenž ctí zásady skandinávského designu. Doba mému nápadu nepřála a krize v knižním průmyslu způsobená covidem a ekonomickými vlivy odsunula jeho realizaci až na duben roku 2024. O to víc si důvěry nakladatelství v mé dílo vážím, protože odsouhlasilo vydání NORDIC HOME v období, kdy se publikovaly jen přeložené bestsellery od zahraničních autorů, u kterých se daly předpokládat zaručené prodeje. Z hlediska obsahu je kniha rozdělena na dvě hlavní sekce – první obsahuje bazální informace o skandinávském designu, jeho historii a základní specifika, druhá pak případovou studii našeho domu. Díky již realizovaným online postům jsem měla z čeho čerpat, jak textově, tak obrazově, protože v „šuplíku“ jsem měla schováno více než 5000 fotografií.



Napadlo Vás při založení účtu na Instagramu, jaký to vezme během let vývoj?

Nenapadlo. Hledala jsem jistou formu realizace v období mateřské a přidávala fotografie stylingů (jestli se to tehdy tak dalo nazvat) na svůj osobní Facebook – jen tak, pro radost. Ale jak už to bývá, a co je českému člověku vlastněji víc než kterémukoliv jinému národu, neobešlo se to bez jízlivých poznámek. Takže jsem začala hledat nějakou platformu, která by mému koníčku byla více nakloněna, a vyloupl se Instagram jako nový fenomén. Vzhledem k tomu, že v té době ještě něco jako algoritmus neexistovalo a dobře hodnocené byly jednoduše hezké a kvalitní fotografie, bylo mi jasné, že pokud se chci někam posunout, musím na sobě po obsahové stránce pracovat. Následovaly kurzy fotografie, nákup foto hardwaru nebo hodiny práce s editačními programy a vedle toho také hodiny trávené na sociální síti komentováním a reakcemi na dotazy. Po 3 měsících můj účet naskočil na 1000 sledujících, po dalším půlroce jsem dosáhla 100 000 a za další 3 měsíce 200 000 sledujících.

Takže to mohu hodnotit tak, že čas investovaný do sebe se bez pochyby vrátil. Díky kvalitě mých výstupů mě dnes oslovují designové značky s nejvyšším designovým renomé, žádají mě o produktové fotografie a musím přiznat, že i dnes je značně vnitřně uspokojující vidět vlastní fotky u top produktů ve fotobankách nebo na webech známých brandů.



Byl to cílený záměr mít tolik sledujících, nebo se to organicky rozvinulo?

Cílený záměr to určitě nebyl. Já v těch začátcích ani netušila, jaký potenciál může Instagram mít nebo co může nabídnout. A myslím, že to v té době nevěděl ani Instagram samotný:) Jen jsem zkrátka postovala vlastní fotky a bylo moc fajn číst pozitivní hodnocení a komentáře, což mě nabíjelo a hnalo dopředu. Jak jsem do toho pronikala, začínali se ozývat PR manažeři, nabízeli spolupráce a já nevěřila vlastním očím. V něco takového jsem ani nedoufala a bylo to jako droga. S jídlem prostě roste chuť:) Celý můj účet je vytvořený čistě organicky, placenou reklamu jsem nikdy nepoužila.

Pomáhá Vám tak široká základna sledujících na sociálních sítích k získávání nových klientů na projekty?

Jistý vliv to dozajista má, ale myslím, že kvalita výstupu samotného (po textové i obrazové stránce) a fakt, že své jméno od počátku stavím za kvalitní design, je daleko důležitější. Odmítla jsem za těch 9 let desítky spoluprací, když se jednalo o produkty mimo rámec skandinávského minimalismu, produkty, které se mi nelíbily, nebo o nekvalitní kousky. Když mám něco garantovat svým jménem, musí to prostě stát za to. Proto se také ani dnes nesnažím před foťákem dělat kašpárka, i když k tomu Instagram nabádá, ale zaujmout seriózní prací.

Pokud se nad tím zamýšlím, neméně důležité bylo asi i to, že jsem od počátku nebrala Instagram jako formu výdělků, ale jako formu zábavy, takže jsem si v průběhu prvních 5 let nikdy neřekla o peníze za spolupráci, vždy to byl jen barter za produkty, což pro firmy bylo jistě zajímavé. Po těch cca 5 letech jsem začala spolupráci fakturovat e-shopům, protože mi přišlo fér mít něco z jejich profitu, který získávají díky mé práci. Dnes to je asi mix všeho zmíněného. U značek převažuje stále barter, ale tvorbu fotogalerie fakturuji, i když to tvoří jen malou složku mého výdělků. Živí mě především grafický design, návrhy interiérů a správa sociálních sítí.

Doporučila byste i jiným designérům se věnovat ve větší míře sociálním sítím pro zvýšení zájmu ze strany klientů?

Pro prezentaci své práce určitě. Pokud někdo chce znát reference, podívá se primárně na webové stránky a pak hledá na sociálních sítích. Není to špatné ani z hlediska zpětné vazby pro kreativce samotného. Problém vidím ale v tom, že v dnešní době je zviditelnění se prostřednictvím sociálních sítí daleko těžší, než tomu bylo, když jsem začínala já. Instagram je dnes moloch, továrna na peníze a velký počet lajků nutně neznamená kvalitní výstup. Instagram očekává, že do něj budete lít peníze, a když mu je dáte, upřednostní vaše fotografie před ostatními. Ovšem když platit nebudete, nemilosrdně upadnete v zapomnění a bude vás znovu nutit otevřít peněženku. Být úspěšný na Instagramu je dnes neuvěřitelná chemie – velké účty potlačuje, malým dává šanci, ale tlačí je do plateb, na chvíli vás vystřelí na výsluní, aby vás vzápětí zase potopil. Musíte sledovat traffic, postovat pravidelně, ideálně být stále na drátě..., pokud to není jediná nebo primární forma vaší obživy, je cestou najít si na to člověka, abyste se mohli věnovat své „skutečné“ práci. Někdy je to opravdu na palici:)))



Jaké máte plány do dalšího období?

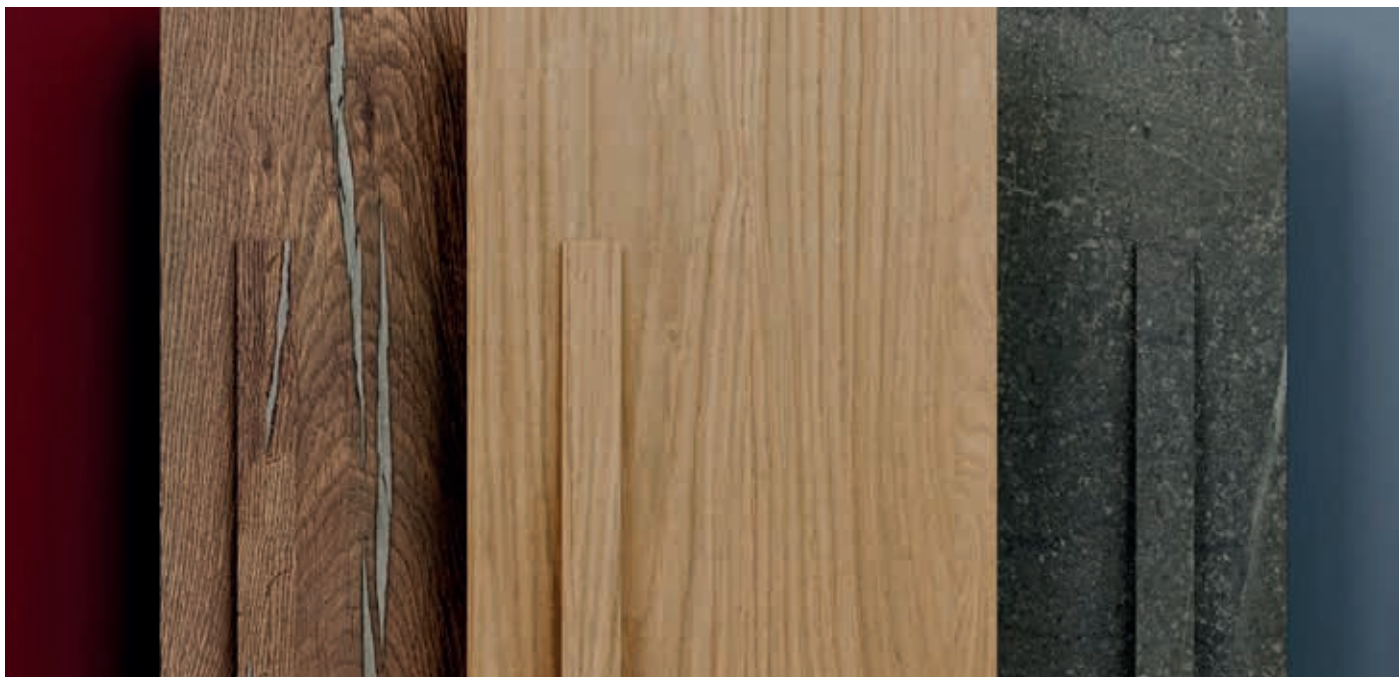
Milníkem letošního roku bylo určitě vydání knihy, to už mám splněno, a teď mě čeká prezentace kolekce vlastního nábytku a doplňků v duchu skandinávského minimalismu, na které pracuji už přes půl roku. Dají se očekávat kousky z přírodních materiálů, které doplní nejen interiéry, které navrhují, ale pevně věřím, že se budou líbit i lidem, kteří mě sledují. Samozřejmě v září vydám další kolekci svých minimalistických kalendářů, díky kterým přispívám nadaci Dobrý anděl, a pokud vše dopadne, ráda bych navázala pokračováním své knihy s tématy, která jsem ještě nezmínila, ale to je zatím ve hvězdách. Každopádně budu jistě pokračovat v tom, co dělám pro svou obživu denně, protože to dělám ráda a i po těch letech mě to naplňuje.

Ostermann má skladem hrany, které ladí

ABS hrana Dub Casella přírodní světlý dřevěný pór

Se zahájením prodeje nové kolekce firmy Egger začal Ostermann nabízet všechny sladěné hrany. A to v jakékoli požadované šířce až do 100 mm a s osvědčeným rychlým servisem dodání.

Deskami z kolekce dekorativních materiálů 24+ firmy Egger se odborníci Ostermann jako vždy intenzivně zabývali: Pro tuto nejnovější kolekci jsou charakteristické elegantní a decentní dřevodekory, matné a nadmíru sametově hebké uni, ale i klasické imitace materiálů, které okouzlují svými přesvědčivě realistickými povrchovými strukturami. Zvláštní pozornost je zaměřena na udržitelnost při použití: Všechny dekory se dají vzájemně harmonicky kombinovat, a proto i dlouhodobě vyhovují neustále se měnícím požadavkům. Kolekce samozřejmě také zahrnuje velké množství lakovaných desek PerfectSense s dřevodekory a uni dekory. Desky jsou od teď k dostání – připravené, aby se pod rukama truhlářů/stolařů mohly proměnit v jedinečný nábytek.



Ostermann dodává truhlářům/stolařům všechny hrany k nové kolekci dekorativních materiálů 24+ firmy Egger do 48 hodin

Aby se tohle podařilo, zahájila firma Ostermann včas práce na vzorování všech vhodných nábytkových hran a vytváření kombinací. Díky tomu tak teď může ke všem barvám a dekorům představit hrany, které ladí. Ty jsou skladem ve standardních rozměrech 23, 33, 43 a 100 × 1 a/nebo 2 mm. Odesílají se už od 1 metru. Každou ABS hranu širokou 100 mm je na přání možné nařezat i na individuální šířky. Provozy, které pracují s bezspárovými technologiemi, dostanou pro své stroje využívající metody laseru, Airtec nebo Infratec hrany opatřené funkční vrstvou TPU. Pro zpracování horkovzdušnými přístroji máme všechny varianty také s vrstvou tavného lepidla. Kdo by se chtěl na naše novinky rovnou podívat, najde je po zadání výrazu „#Highlights02“ do vyhledávacího řádku na webové stránce www.ostermann.eu.

Elegantní dřevodekory

V kolekcích Egger se pořád objevují vysoké počty klasických dřevodekorů. Při pohledu na druhy dřevin je jasné, že dominantní je stále dub. Vzhled dekorů je znovu méně dynamický. Mnoho tmavších dekorů napomáhá vytvořit klidné, a přesto honosné interiéry. Určitě musíme zmínit povrchy Feelwood. Jejich autentický, nádherný půvab vychází z povrchu, který je na dotek k nerozeznání od přírodního materiálu. U firmy Ostermann k nim najdete vhodné dřevodekory, které mají harmonicky sladěný vzhled dekoru a povrchové struktury.

Matné a sametově hebké uni

V případě uni je výrazná rozmanitost u žádaných neutrálních barev od bílé přes béžovou a šedou až po hedvábně matnou černou. Významnou roli v barevném spektru zaujímá i trendová zelená. Ta je doprovázena řadou odstínů modré, které lze díky jejich nevtíravé barevnosti dobře kombinovat s většinou dřevodekorů. I křiklavější barvy jsou spíš matnější a dodávají nevtíravé akcenty. Hrany Ostermann jsou k dispozici ve stejných barvách ladících s povrchy.

Reprodukce materiálů realistické na dotek

V porovnání s počtem dřevodekorů a uni je výběr dekorů v imitaci textilu, kamene a kovu podobně přehledný. Nicméně materiály jako len, železo nebo mramor se pyšní moderními nadčasovými designy. Dekory s imitací kamene mají jemně kovové akcenty. Při výrobě vhodných hran firma Ostermann kladla důraz speciálně na to, aby povrch ladil i na dotek. Proto i u imitací materiálů desky a hrany vypadají jakoby ulité z jednoho kusu.

Servis od A do Z

Výhodou u firmy Ostermann jsou objednávky z jedné ruky. Pro svůj projekt si tu můžete objednat všechny materiály najednou: šetříte si tím spoustu drahocenného času, který můžete využít na poradenské služby zákazníkům a výrobu.



ABS hrana Indigo modrá Perfect Mat

Ostermann Česko spol. s r. o.

T: +420 255 717 371
E: PRODEJ.CZ@OSTERMANN.EU
I: WWW.OSTERMANN.EU



Ne vždy vhodné zvolené materiály na bázi dřeva v proměnném prostředí

Ing. Michal Háp



Nevhodně použitý materiál pro výrobu obložení prodejny – truhlářská spárovka, určená pro interiérové aplikace degradovaná abiotickým vlivem

Odolnost materiálu v exteriéru

Současný trend v architektonické výstavbě nebo zatraktivnění exteriérového prostředí v bezprostřední blízkosti obytných budov je využití přírodního materiálu na bázi dřeva především pro jeho vizuální požadavek přirozeného vzhledu dřeva v kombinaci s ostatními materiály. Textury a přirozenost dřeva se velmi často v dnešní době využívají jako obložení stěn budov, rastrové designové stěny oddělující dva prostory nebo výplně stavebních otvorů, jako jsou dveře nebo okenice. Časté využití je i pro umělecká díla nebo designové doplňky stavebních konstrukcí. Problém ve většině případů nastává při nevhodné povrchové úpravě. Často vidíme obklady stěn budov po relativně krátké době zešedlé nebo zčernalé. Někdy bývá i viditelná konstrukční destrukce vlivem nedostatečně vysušeného vstupního materiálu určeného pro venkovní prostředí. Dřevo může být ve venkovním prostředí poškozeno abiotickými a biotickými faktory. Abiotické faktory zahrnují sluneční záření, korozi, oheň a mráz, zatímco biotické faktory jsou dřevokazné houby a hmyz. Přirozená trvanlivost dřeva se týká jeho odolnosti proti těmto biotickým faktorům. Některé druhy dřeva jsou odolnější, a pokud existuje riziko napadení, je třeba vybrat dřevo s vyšší přirozenou trvanlivostí nebo použít chemickou ochranu. Další důležité aspekty při výběru dřeva zahrnují impregnovatelnost, což je schopnost dřeva absorbovat kapaliny. Dřevo s nízkou absorpční schopností má menší riziko napadení houbami v podmínkách zvlhčení. Naopak dřevo snadno impregnovatelné může být lépe chráněno pomocí chemických prostředků. Je tedy velmi důležité si na počátku v rámci architektury nebo designu plánování budoucího prostředí za využití přirozeného dřeva rozhodnout o typu dřeviny, její vstupní vlhkosti pro samotnou montáž a následně zvolit vhodnou povrchovou úpravu. Exotické dřeviny mají tu výhodu, že jsou již přirozeně impregnovány vlastními látkami, proto mají dobrou rozměrovou stabilitu a pružnost, díky které pak exotické dřevo není náchylné na sesychání a bobtnání a nereaguje na změny teploty v prostředí, kde je instalováno. Současně mají výborné mechanické vlastnosti, vysokou trvanlivost a odolnost proti biotickým činitelům. Nevýhodou je jejich vyšší vstupní cena.



Nedostatečná nebo nevhodně zvolená povrchová úprava dřeva, následný nežádoucí vizuální vjem

Agresivní prostředí

Ne každý nábytek vyráběný standardním způsobem, ze standardních materiálů určených do interiéru se hodí do každého prostoru. Nadměrná vlhkost například u zimních stadionů způsobuje dva specifické jevy. V přechodovém období se nad ledovou plochou tvoří mlha. Dalším jevem je zvýšená kondenzace vodních par na stavebních konstrukcích, zvláště pak na konstrukci střechy. Stejně tak pára kondenzuje na všem ostatním vč. nábytku. Hlavní příčinou obou jevů, kterou se tyto stavby liší od ostatních halových objektů, je přítomnost velice chladné ledové plochy s povrchovou teplotou cca -5 až -8 °C, která sdílí teplo s okolními plochami stavební konstrukce především sáláním.

Další agresivní prostředí je například prostředí vinného sklípku. Při výrobě a dodávce masivních dveří do prostředí s výskytem sklepních plísní je nutné používat kvalitní kování s antikorozií úpravou a dřevěné plochy opatřit kvalitní povrchovou úpravou. Sklepní plíseň ve vinných sklepech udržuje vlhkost v prostředí, která má negativní vliv na korozivní materiály.

Obdobně je tomu v interiérech laboratoří, kde dochází ke styku agresivních látek s povrchem především pracovních ploch nábytku. Pro tyto účely jsou vyvinuté specializované desky, které poskytují dobrou odolnost při užití vysoce koncentrovaných kyselin, jako je kyselina dusičná nebo kyselina chlorovodíková, a nezpůsobují žádné změny na povrchu na rozdíl od všech ostatních pracovních ploch.

Často vidáme poškozené a poleptané pracovní plochy, protože byly vyrobeny z běžného vysokotlakého laminátu (HPL), který pro tyto povrchy není vhodný.



Skříň nevhodně umístěná vedle ledové plochy zimního stadionu



Na snímku je koroze kování dubových dveří ve vinném sklípku po 10 letech provozu



Bočnice kuchyňské linky ve styku s podlahou. Důsledek vlivu vlhkosti



Nedostatečné odizolování dřeva od přímého styku s vodou

Nežádoucí styčná místa

Především v minulosti bylo běžné využívat bočnice u úložného nábytku jako nosný prvek až k zemi. Běžně byly opatřeny kluzáky, které se mohly vlivem stěhování odlomit a docházelo pak k přímému styčnému spoji mezi dřevem a podlahou. Dochází pak, především na nesavých površích, ke vztlínání vlhkosti do dřevěného materiálu. Běžné je i v dnešní době, že z důvodu úspor na materiálu se neviditelné hrany deskového materiálu vyrobeného z laminovaných dřevotřísek u hotových výrobků např. výše zmíněného úložného nábytku neopatřují lamino nebo plastovými hranami. Vlhkost má pak možnost přirozenou sorpcí nebo vztlínáním (styk materiálu s vlhkými zdmi) vnikat do jádra materiálu a způsobit tak bobtnání, které je neopravitelné. Je tedy třeba, pokud je vertikální prvek z hlediska designu požadován až k zemi, jej opatřit u dřeva kvalitními povrchovými úpravami, především u pórovitých materiálů, jako je dub, a styčnou plochu maximálně zabezpečit proti zatečení nebo mechanickému namáhání. U jiných materiálů povrchem takovým, který odolá mechanickému nebo vlhkostnímu namáhání např. při úklidu.

Vstupní a výstupní parametry materiálu

Na základě výše zmíněných pár příkladů z běžné praxe, a mohli bychom takto popisovat další obdobné, je třeba mít na paměti při výběru vstupního materiálu, především dřeva, jeho vstupní a následně výstupní parametry. Nejdůležitějším parametrem je vlhkost dřeva, které bude pro dané prostředí určeno. Pokud se materiál bude využívat v interiérech, jeho vstupní vlhkost by měla být v rozmezí 12–16 % v nevytápěných prostorách, 9–13 % ve vytápěných budovách s teplotami od 12 do 21 °C a 6–10 % ve vytápěných budovách s teplotami přes 21 °C.



Nedostatečně vysušený materiál pro výrobu interiérových dveří. Materiál kazety byl před výrobou vlhký, po povrchové úpravě a instalaci v interiéru dřevo začalo sesychat

Pro venkovní prostředí by měla být vlhkost dřeva v rozmezí 12–19 %. Dalším důležitým parametrem je kvalitní povrchová úprava. Je třeba mít na paměti, že i přes kvalitní povrchovou úpravu bude dřevo nadále absorbovat vlhkost. Pro venkovní prostředí je vhodné aplikovat před samotnou povrchovou úpravou i impregnaci, která zvýší odolnost proti působení biotických a abiotických činitelů. V neposlední řadě je důležité při návrhu velkých dřevěných ploch mezi dvě pevné překážky (např. dřevěná podlaha nebo obklady mezi stěny), především ve venkovním prostředí, počítat s jistou dilatací v příčné rovině. Dřevo je hygroskopický materiál, tzn. že neustále přijímá a odevzdává vlhkost v závislosti na proměnné relativní vlhkosti vzduchu, tím je způsobeno bobtnání nebo sesychání materiálu. Nábytek či jiné výrobky s vyšším obsahem vlhkosti v materiálu se postupem času přizpůsobují vlhkostním podmínkám okolního prostředí. Během tohoto procesu dochází k vysychání materiálu, což se projevuje například borcením ploch, otevíráním spojů a spár. S poklesem vlhkosti souvisí také výskyt sekundárních vad, jako je uvolnění konstrukčních spojů, uvolnění lakového filmu od povrchu apod. Uvedený proces může probíhat i v opačné rovině, pokud je nábytek nebo výrobek určený pro suché prostředí vystaven vlhkému prostředí.

Úchytka jako fenomén

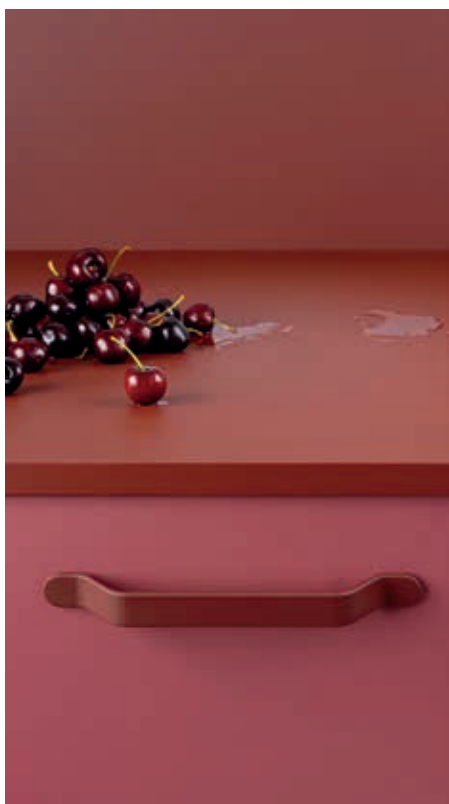


Kvalitní nábytek se vyznačuje nejen skvělým materiálem, perfektním zpracováním a designem, ale také detaily, jako je úchytka.

Úchytka je poslední šperk, který vkládáte na nábytek, než ho nabízíte a prezentujete klientovi.

Pojďme se podívat **na značkové úchytky** Vief, jejichž hlavní myšlenka je schopnost upoutat. A slova jako nevšední, zajímavý, tvořivý a barevný jsou to, co by mělo charakterizovat poslední kolekce těchto úchytěk. Mezi řadami vynikají hlavně typy Belt, Riss mini a Riss big.

Celá kolekce **Belt** je inspirovaná stylem obyčejného pásku, který tak jednoduše doplňuje naše oděvy. Její charakteristická silueta se zaobleným povrchem je velmi vyhledávána pro návrhy kuchyní, ale i předsíní a dětských pokojů. V kolekci najdete úchytku, knopku, a dokonce i velmi povedený háček. Dodává se v šesti různých povrchových úpravách, mezi nimiž opravdu vynikají relaxační lesní zelená, mechově šedá, elegantní sopečná červená a sofistikovaná moka hnědá, což do této doby nebylo v designových úchytkách k vidění. Tyto nevšední barvy doplňují základní matná bílá a matná černá, které by neměly nikdy chybět.



Typy, jako je **Riss mini**, jsou úchytky, které mají inspiraci ve svém názvu. Riss znamená v němčině „trhlina“. Koncept je založen na lineárních štěrbinách přítomných v přírodě. Puristický design se vyznačuje svislými liniemi, které se vzájemně kombinují v dokonalé rovnováze a dodávají úchytkce inovativní vzhled umocněný různými verzemi v módních barvách. Tento typ má stejné barvy jako kolekce Belt, ale k těmto přibyla ještě velice odvážná půlnoční modrá. Barvy jsou navrhované tak, aby se daly dát dobře do kombinací s aktuálními trendovými dřevodekory, ale i jinými základními barvami. Koncept trendových barev počítá i s doplněním nábytku se stejnou barvou, jako má úchytky. Po této kombinaci bude vynikat její ladný vroubkovaný tvar.



Riss big je masivnější bratr s průměrem 20 mm a větší délkou: 502 mm a 982 mm. S délkou 982 mm se zařadil mezi skupinu dlouhých úchytek, která **začíná na 800 mm a končí na 1800 mm**. Za pozornost také **stojí lakovaná úprava, která je měkká na dotek** a poskytuje velmi příjemný úchop. V první chvíli máte při uchopení pocit, že držíte například gumovou úchytku. Nejvýraznější je barva matná bílá, kde jde o první bílou masivní dlouhou úchytku. A naše očekávání plní též půlnoční modrá, která je pro odvážné a inovativní designéry.

Na pohled elegantní a zároveň esteticky dotvarovaná kolekce úchytek **Point** vyniká svou tečkovanou texturou pro lepší uživatelský zážitek a pohodlí. Jeho reliéf je inspirován architektonickými fasádami současných budov „perforovanými“ kruhovými tvary, které poskytují zdroj světla. Základní tvar „T“ je v industriálním stylu vysoce univerzální, a to jak z hlediska velikosti, tak i její schopnosti zapadnout do různých prostředí a stylů nábytku. Barevně je dostupný v titanově černé, kartáčované černé a kartáčované mosazi cava. Obzvláště při pohledu na titanově černou barevnou úpravu je patrný jemný přechod kontury mezi úchytkou a podkladem.

S barevnými kombinacemi, vzorováním a dodáním vám rádi pomůžeme u nás ve firmě OCADIA s.r.o., jakožto výhradního zástupce firmy VIEFE pro Českou republiku.



OCADIA

www.ocadia.cz

Foto: archiv firmy

Za hranice základních informací Jak dobře vybrat LED pásek, který vydrží roky

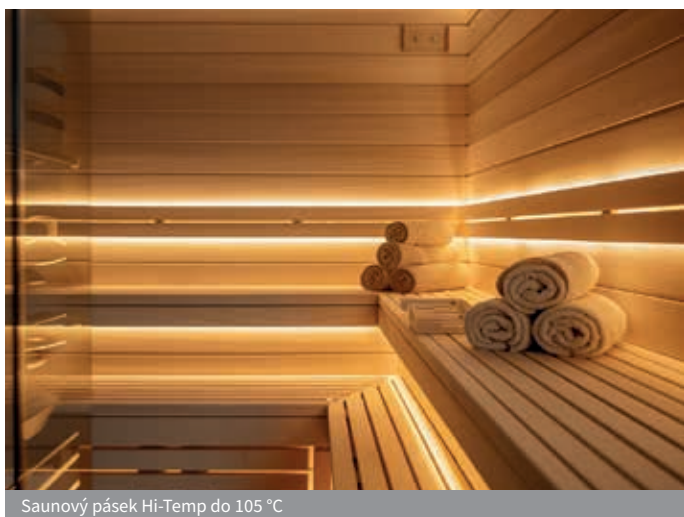


LED pásek odolný proti vlhkosti

Při návrhu interiéru a konkrétně svítidel věnujeme velkou pozornost pohledovým lustrům a různým lampám. S výběrem světelných prvků, které nejsou vidět, jako například LED pásky, si už ale nelámeme hlavu. Sázka na levné pásky se může vymstít a vybrat si daň v následných opravách nebo výměnách, které jsou často technicky náročné a finančně nákladné. Nahlédněte s námi za hranice základních informací, které vám pomohou se těmito problémům vyhnout.

Stačí pouhý dotek

Věděli jste, že stejně jako pouhým dotykem odhalíme nekvalitní tkaninu, tak i pouhým dotykem dokážeme odhadnout kvalitu pásky? Jedním z parametrů, který výrazně ovlivňuje jeho životnost a kvalitu, je síla měděné vrstvy. Pásky se standardní tloušťkou měděné vrstvy (10z) jsou velmi ohebné, tenké a křehké. Takový pásek se vzhledem k nižší vodivosti více zahřívá, je méně odolný proti ohybům a má výrazně kratší životnost. Proto doporučujeme se před nákupem ujistit o tloušťce měděné vrstvy a volit pásky s minimální tloušťkou mědi 20z. LED pásky ElmetLight mají tloušťku měděné vrstvy trojnásobnou oproti standardům na trhu a poznáte to hned na první dotek.



Saunový pásek Hi-Temp do 105 °C



Kuchyňský bezbodový LED pás



Interiér s dodržanou světelnou image

Nenarušte světelnou image

Znáte pojem „není bílá jako bílá“? To platí i o barvě světla. Proto při výběru LED pásku často klademe důraz na uváděné parametry spotřeby, světelného toku a právě barvy. V České republice prozatím nemáme žádný povinný standard pro měření těchto parametrů. Můžeme se tak na vlastní kůži přesvědčit, že ne každý pásek s určitým výkonem svítí stejně a ani pásy s totožnou barvou nesvíí vždy shodně, což může výrazně narušit design interiéru. Řešením je standard LM-79, který určuje přesné postupy měření a zajišťuje správnost udávaných parametrů. Splňují všechny pásy na trhu tento nepovinný standard? Prozatím ne. Než si vyberete ten svůj, ujistěte se, že váš favorit tento standard splňuje. Tím se vyhnete komplikacím do budoucna a daleko snáz vytvoříte jednotnou světelnou image bez jakýchkoliv narušení.

LED čip – srdce LED pásku

Asi nás nepřekvapí, že jednou z nejdůležitějších částí LED pásku je samotný LED čip. Pouhým okem nejsme schopni rozeznat téměř žádné rozdíly mezi čipy různé kvality. Podobně jako v každém odvětví i zde můžeme rozlišit mezi známým a neznámým výrobcem. Mezi známé a ověřené výrobce čipů patří San'an, Epistar nebo Samsung. Proč trvat na čipech od těchto výrobců? Vyhneme se tomu, že vám po krátké době čipy v částech pásku přestanou svítit nebo výrazně poklesne jejich jas. Není nic horšího, než po 2 měsících vysekávat z kachlíček v koupelně zapuštěný profil s vadným LED páskem.

Trvalá instalace

Poslední parametr, který může uniknout naší pozornosti, je kvalita oboustranné pásky. Odlepené konce pásky nebo viditelně zdeformovaný pásek v podhledu žádnému interiéru nesluší. Pásy se zpravidla montují do hliníkových lišt s cílem účinně odvádět teplo. Pokud se pásek z hliníkové lišty odlepí, nedochází již ke chlazení pásku, ale naopak se volný pásek v uzavřeném profilu o to více zahřívá. Abychom tomu předešli, ujistěte se, zda je LED pásek podlepený značkovou oboustrannou páskou vyšší kvality. Také ověřte, zda parametry LED pásku a jeho určení se shodují s parametry oboustranné pásky.

Podtrženo sečteno, není všechno zlato, co se třpytí. Pokud se chcete vyhnout komplikacím a zároveň navrhnout krásné interiéry s dlouhou životností, vzpomeňte si na těchto pár tipů a překvapte několika dotazy svého dodavatele elektromateriálu. V případě potřeby můžete využít našich konzultací, kdy vám velmi rádi doporučíme vhodné pásy do vašeho interiéru a nabídneme prvotřídní produkty pro tvoření osvětlení.

Společnost ElmetLight spadá do skupiny ElmetGroup, která zajišťuje chod i dalších společností. ElmetLight se zaměřením na LED osvětlení a ElmetFire na infrazářiče.



www.elmetlight.cz

Hledejte klienty v zahraničí



Máte nedostatek klientů na projekty nebo vám vaše současná klientela nevyhovuje, dává velké mantinely nebo jiné velké překážky? Co zkusit jinou klientelu za hranicemi naší země? Dobrá rada, která se velmi snadno vysloví, ale těžce realizuje. A jde to vůbec? Jde! O tom vás přesvědčí architekt Peter Fritsch, který cílí na rakouské zákazníky.

Jak to začalo?

Spolu s manželkou jsme po ukončení studia architektury začali s praxí – zaměstnáním se v rakouských ateliérech ve Vídni, kde jsme nasbírali zkušenosti, i mezinárodní zkušenosti s velkými projekty. Po 4 letech v ateliérech jsme se osamostatnili a založili si vlastní studio. Aktuálně máme projekty na Slovensku, v Rakousku, Německu i v Maďarsku. Specializujeme se na návrh a realizaci interiérů – rezidenční bydlení, kanceláře, komerční objekty atd. Detailně pracujeme s materiály a truhlářskou výrobou na míru, což nám umožnilo adaptovat se i na rakouském trhu.



Jak byste popsal rakouský trh?

Tento trh je velmi specifický v naší sféře – na rozdíl od slovenského a českého trhu se tu klade velký důraz na přírodní a ekologické materiály, na haptiku a pocit z interiéru, protože lidé tam mají velmi blízko k přírodě a udržitelnosti.

Trh a klienti mají jinou dynamiku než na Slovensku. Zatímco na Slovensku trvá proces cenotvorby někdy i měsíce a spekuluje se, v Rakousku je klient velmi přímý. Od začátku řekne, co od spolupráce očekává a rychle schvaluje návrhy, při výběru firem dává hodně na reference a portfolio. Důraz na detaily a čistý proces je velmi důležitý. Zatímco malíř si koupí plátno, barvy a maluje, architekt je navázaný na rozpočet a představu klienta. Silná ekonomická vyspělost Rakouska umožňuje při práci širší výběr a paletu barev a častokrát detailnější výsledek při práci a realizaci projektů.

Jak jednotlivé klienty v zahraničí získáváte? Je to hlavně přes reference, nebo i jinou cestou?

Je to výlučně přes reference. Jak už bylo řečeno, zkušenosti s prací v Rakousku jsme získali prací v rakouském ateliéru, než jsme se osamostatnili. První zakázky se však rodily těžko, ale po úspěšné realizaci a dobrých referencích nás klienti doporučili dále.



Nepocitujete jazykovou bariéru, například při projektech v Maďarsku?

Hodně z našich klientů v zahraničí jsou Slováci. Avšak němčina není pro nás žádnou bariérou, když jsme tu působili pracovně a žijeme tu už 12 let.

Zakázkovou výrobu řešíte lokálně, nebo slovenskými osvědčenými výrobci?

Vždy je to podle situace, ale rádi se spoléháme na ověřené firmy, s kterými dlouhodobě pracujeme, u kterých víme, že výsledek, práce a termín budou podle požadavků nás a klienta. Máme více partnerů, se kterými rádi spolupracujeme například při stavebních činnostech, návrhu, dimenzování a realizaci osvětlení, truhlářských prvcích na míru anebo výběru mobiliáře do našich projektů.

Při realizacích jste v poloze dodavatele, nebo jen dozoru?

To se taktéž může klient od klienta lišit. Nejlepšího výsledku však umíme dosáhnout tak, že dodáváme dílo jako celek – od první skici až po realizaci.

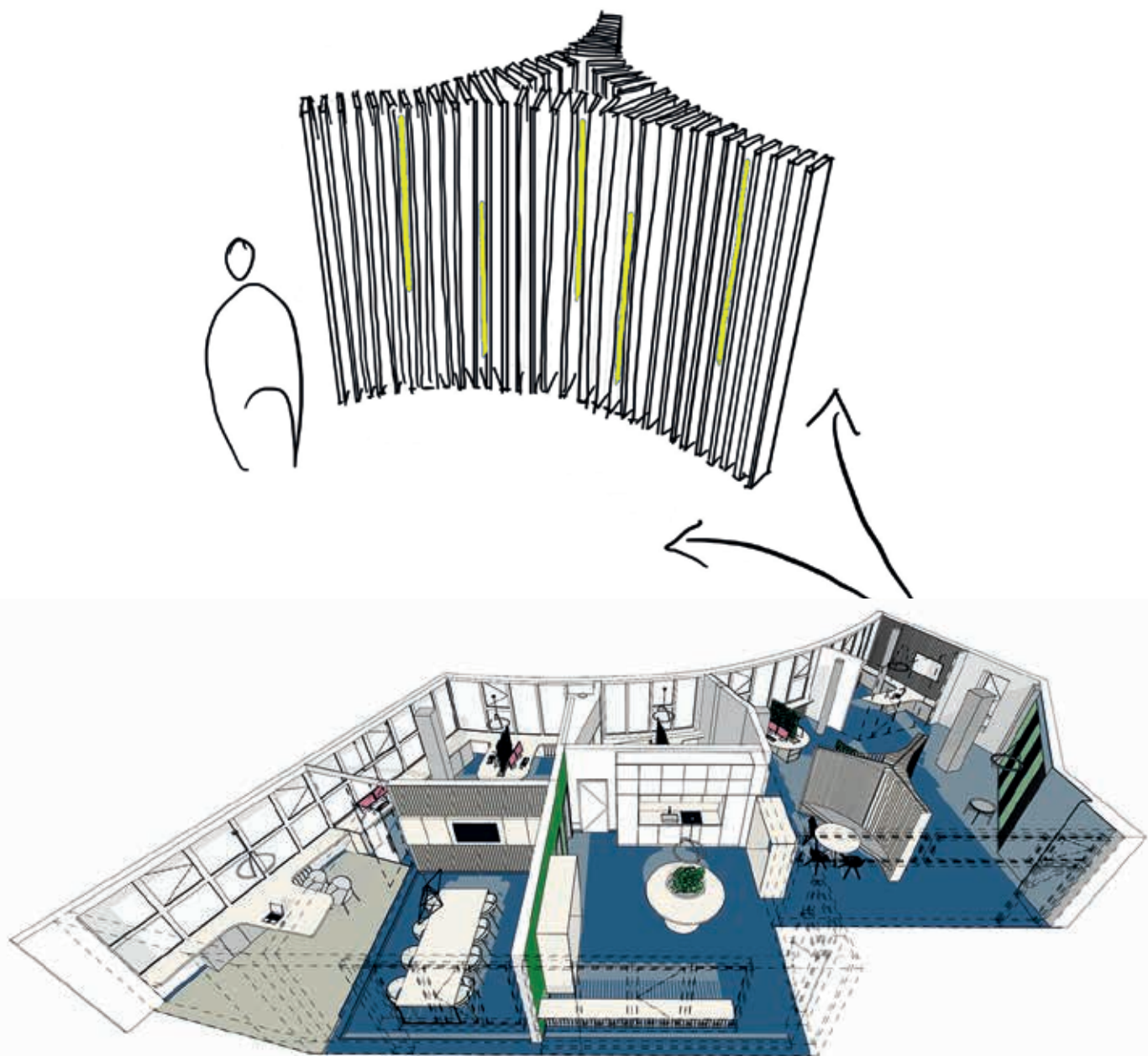
Jak často a jak daleko za klienty dojíždíte?

Na stavby na kontrolní dny cestujeme pravidelně 1krát do týdne. V případě vzdálenějších projektů, jako je například Německo, tak máme na místě lokálního partnera.

Považujete rozhodnutí zaměřit se na zahraniční klientelu zpětně za to nejlepší?

U nás nešlo o strategické rozhodnutí zaměřit se na zahraniční klienty, spolupráce vznikly přirozeně vzhledem k našemu působení v Rakousku před založením ateliéru. Myslíme si, že rakouský trh má velký potenciál a vznikají tam zajímavé realizace a klienti dávají architektům prostor a nechají si poradit.





Autoři: Ing.arch. Peter Fritsch, DI. Silvia Mládenková Fritsch
Ateliér: Create Space (www.createspace.sk)

Odlišťe se značením!



Nábytkáři společně s designéry interiérů řeší velmi často otázku jedinečnosti nábytku a interiérových doplňků. Proto si jako jeden z odlišovacích prvků získává oblibu designové značení, které musí dokonale ladit s celkovým vzhledem moderních obydlí. Načerpejte inspiraci pro svůj projekt a odlišťe se.

V dnešní technologicky pokročilé době je možné vyrobit značení z širokého spektra materiálů. K nábytku z masivu si zákazníci nejčastěji vybírají různé druhy kovových štítků. Ten, kdo sází na udržitelnost, pak jistě sáhne po opracovaném štítku z korku nebo lisovaného dřeva. A u interiérových doplňků z kompozitu je vhodnější zvolit decentní plastový emblém. Zásadní rovněž je místo připevnění. Rozdíl bude mezi značením pohovky, nočního stolku nebo skříně s poličkami.

Prim hraje kov

Každý materiál má totiž svá specifika. Oblíbené 3D hliníkové štítky jsou díky možnostem povrchového zušlechťení výjimečně elegantní. Ať už si pro svůj label vyberete embosování, kartáčování, diamantové broušení, či mikrotisk, tak výsledný trojrozměrný vzhled zajistí dokonalou odlišnost od konkurence. Příkladem může být velmi vkusný a s materiálem nábytku dokonale splývající štítek firmy WW Table. Ražené logo ve zlaté barvě vystupuje z černého pozadí štítku se strukturálním lakem a krásně doplňuje tmavé tóny stolu z masivního tureckého ořechu. Důležitým benefitem značení z hliníku je možnost jeho výroby v konvexním tvaru, aby skvěle padnul na zakřivené povrchy ohýbaného nábytku. To bez výjimky splňuje produkt Aluminium Label, vyrobený z 0,3 mm tenkého hliníku, který lze po nalepení vytvarovat podle zakřivení produktu. I přes relativní tenkost tohoto materiálu je možné na něj razit jemné detaily. Pokud má být značení vystaveno skutečně náročným podmínkám kuchyní či koupelen, tak je lepší se spolehnout na 3D štítky z ušlechtilé nerezové oceli, odolávající korozi, soli či pokrmovým kyselinám.



Jemné kovové nápisy

Zkušený designér ví, že masivní a přeplácené značení je rušivým elementem. Důležitá je lehkost a nadčasovost návrhu. Nevtrávnou, nepřehlédnutelnou a rovněž neoddělitelnou komponentu výrobku může tvořit i volně stojící nápis z malých písmen. Nejjemnější detaily, ostré rohy, zajímavá struktura a výběr ze široké palety metalických barev. Pouhých 0,05 mm tenký chromovaný kov z kategorie značení Finochrom® ocení především výrobci kuchyňského a koupelnového nábytku. Příkladem mohou být interiérové židle od firmy Sádlík nebo koupelnové skříňky vítěze Nábytku roku, značky LeBon. V obou případech byl použit stříbrný lesklý nápis.



V kurzu je udržitelnost

Zejména u designového nábytku bychom měli ke značení přistoupit jako k neoddělitelné součásti výrobku. Trendem současné doby je jednoznačně používání udržitelných materiálů. Mezi nejnovějšími materiály designového značení se tak objevují štítky z korku nebo lisovaného dřeva. Oba zmíněné materiály lze povrchově zušlechtit ražbou či laserovým gravírováním a samozřejmě potisknout odolnými barvami. Takto vznikl povedený štítek s motivem medvídky od výrobce dětského nábytku Paidi.

Na co si dát pozor

Mnoho firem se při navrhování značení drží hodně při zemi s kombinací barev, využíváním zušlechtění povrchu a vlastního tvaru, kde se kreativita nemusí omezit jen na obdélníky a kolečka. Výrobce interiérových doplňků Goda vsadil na 3D plastový štítek Royalplast® ve tvaru pečeti, který příjemně ladí se skleněným materiálem, na němž je připevněn. Nevhodný je ovšem i opačný extrém se snahou umístit na jeden štítek téměř vše, co je u zušlechtění možné. Takový label pak působí přepláceně. Důležitá je zkrátka vyváženost.

Kromě vizuální stránky má designový štítek připomínat svému uživateli, kde nábytek pořídil. Ať už je to doma v obývací, v oblíbené kavárně, nebo třeba v kanceláři, mělo by značení vydržet po celou dobu životnosti nábytku, aby fungovalo jako vodítko pro příští nákup.

Přemýšlíte, kde si nechat takové kvalitní značení navrhnout a vyrobit?

Oslovte společnost Rathgeber, která v České republice působí již 30 let a jejíž práci oceňuje přes 10 000 zákazníků napříč Evropou.



Foto: archiv firmy

Soutěž o nejlepší interiér

MgA. Veronika Loušová



Dvě stě dvacet dva přihlášených realizací interiérů v soutěži Czech Interior Award otevírá široké pole inspirace a kreativity. Při mé první prohlídce přihlášených projektů jsem pociťovala radost z rozmanitosti a nápadů, které se v nich odrážely. Nicméně bližší zkoumání z pohledu porotce přináší mnoho otázek a aspektů, které je třeba zvážit. Jaké je to za rohem?

Nově zavedená soutěž zaměřená na interiérový design přináší pozitivní impuls pro tvůrčí scénu. Ocenění práce za navrhování, podpora profesionálů a obecná diskuze nad tématem národa kutilů „proč oslovit odborníka a platit za návrh“ je stále aktuální. Jako dobře nakročený směr kvitují kategorii „Jednotlivé místnosti“. Tato kategorie dává šanci ukázat práce menších studií, začínajících, designérek na mateřské. Nechat si navrhnout jen jednu místnost je totiž nesmírně důležité. Mít na své straně profesionála i na tak malou zakázku má pro klienta kvalitní výsledek, a přihlášené práce to potvrzují.

V obou kategoriích pro soukromé interiéry se často objevují dětské pokoje. Nejsou jen pouhým výběrem barev, ale reflektují širší záběr zón pro hraní, učení a odpočinek. Zajímavým prvkem je přístup k pracovním stolům, které jsou často integrovány do nábytkových stěn. Ale malé hloubky stolů bez výškového nastavení, absence ergonomických hran i židlí mohou být problematické, zejména v kontextu rostoucích a rozvíjejících se dětí. Proč tyto prvky designéři přehlížejí?



Malé dítě se tu učí psát. V pubertě sní o herním stole a jednou se tu nejspíš bude učit na maturitu, nejspíš ještě se sešity a knihami. Možná se rodiče dnes příliš spoléhají na malé tablety, ale je důležité, aby prostředí pro děti podporovalo jejich zdravý rozvoj, ne pouze vkus.

V kategorii „Propojený prostor“ se představilo celkem 123 úžasných projektů. Při jejich procházení jsem měla často dojem, že se ocitám spíše v showroomu než v domově. Přestože dubové podlahy, bílé kuchyně a šedé sedačky jsou elegantní a moderní, chybí zde ta zásadní esence, která dělá z domova skutečné útočiště. Kde je energie, detaily a barvy?

Chybí mi skříň po pradědovi, generační poklady, co se daly pryč pro moderní bydlení v jednotném stylu a liniích. Chybí mi to místo, kde bych mohla trávit svůj volný čas, s vášní vařit a být doma v každém smyslu slova: v dobrém i zlém. Je opravdu těžké navrhout prostor, který odráží osobnost klienta? Možná se klienti bojí vyjádření sama sebe v interiéru a raději se drží představ z časopisů. Možná je to vliv minulosti, který stále těžce doléhá na naše chápání vkusu a stylu. Designér je i psycholog, ale není jeho povinností napravovat několikagenerační nevkus a neodvahu. A právě proto jsou soutěže tak důležité, aby ukázaly kvalitní bydlení na míru s interpretací emocí a identit.

Zajímavý pohled také poodhalují koupelny. Jednoduchý minimalismus spojený s důrazem na řemeslnou kvalitu. Velkoformátové obklady, bílé dlaždice a stěrky vytvářejí prostředí, které je nejen stylové, ale také funkční. Patřičná pozornost je věnována odkládacímu a úložnému prostoru. Ale v honbě za úsporností v designu se zapomíná na madla. Madlo může být spojováno s omezenou pohyblivostí, úrazy a stárnutím. Patří do běžného interiéru aktivní rodiny? Možná je čas přehodnotit tento stereotyp. Takové vodorovné madlo, jednoduchá linie, minimalisticky elegantní a praktické zároveň. Ačkoli můžeme namítat, že protiskluzová úprava ve sprchovém koutě a vaně zajistí bezpečnost, někdy je potřeba další „pocit“ jistoty. Po nemocích, během těhotenství nebo pro děti, které potřebují oporu při stání ve vaně. Jde o malý detail, který může udělat velký rozdíl v bezpečnosti a vnímání komfortu.

Napříč kategoriemi převažují projekty architektů zabývajících se novostavbami nebo komplexními rekonstrukcemi. Lze ale fotografiemi, popisem a půdorysem ukázat vytvořené pohodlí domova nebo obsáhnout záměr atmosféry v restauraci? Ve většině jsou projekty, které se nebojí ukázat celý interiér a tvůrci prezentaci připravili pro interiérovou soutěž. Přesto to občas víc svádí k hodnocení architektury. Okno s pohledem do krajiny vypadá jako zarámované fotografie, u schodiště vykukuje solitér lahodící oku. Kde je ale místo pro život? Kam si dávají šaty a kde asi spí? Raději bych se dozvěděla o použitých materiálech pro nábytek, ale místo toho si čtu o konstrukci střechy a zasazení domu do terénu.

Soutěže jako Czech Interior Award jsou důležité nejen pro oceňování excelentní práce v oboru, ale také pro podporu různorodosti a inovace v oblasti bydlení. Skrze tyto platformy můžeme objevovat širokou škálu možností, které nám design nabízí, a inspirovat se.

Vítězové jste všichni, kdo jste své návrhy dovedli až do realizace a vytvořili prostor svým klientům k dobrému užívání. Vaše práce není jen o tvorbě konceptů, ale o skutečném přeměňování vizí na život.

Práce vašich kolegyní a kolegů, které se účastnily soutěže Czech Interior Award, si můžete prohlédnout na oficiální stránce soutěže www.interioraward.cz. Vyhlášení vítězů v pěti kategoriích a udělení dvou speciálních ocenění proběhlo dne 11. 4. 2024 v prostorách PVA Letňany v době konání Konference Materiál+Trend, veletrhu Design Shaker a For Interior. O výsledcích rozhodovala devítičlenná porota složená z odborníků z různých oblastí designu a architektury.

Novinky v sortimentu Démós trade



Všichni víme, že v sortimentu společnosti Démós je řada zajímavostí, které je dobré znát. Mohou se hodit do kteréhokoli projektu.

A protože se produktová nabídka stále rozrůstá o novinky dle aktuálních trendů, hodí se znát, co nového v Démosu mají k dispozici.

Dřevěné úchytky Tulip Xin, Rail a Lines označují typy dřevěných úchytek, knopek a věšáků, které jsou řemeslně vyráběné z kvalitního dubového nebo ořechového dřeva v Beskydech. Tento typ úchytek seženete exkluzivně v Démosu.

Do moderních interiérů jsou jako dělané. Příjemné na pohled i dotek. Voňavé, a hlavně dobře padnoucí do ruky. K dostání jsou v mnoha rozměrech, aplikovatelné pro jakékoliv řešení. Řada Xin je navíc k dispozici v nejrůznějších povrchových úpravách i s HPL dekorací Fenix. Můžete tak hravě sladit interiér do maximálního detailu.

Nejen dřevěné, ale i další úchytky najdete v katalogu Tulip od firmy Démos.



Používáte rádi ve svých realizacích PerfectSense od značky Egger? Nyní najdete čtyři dekory v prémiové úpravě PerfectSense nad rámec standardní nabídky z kolekce Egger EDC24+ výhradně jen v nabídce Démosu. Vybrány byly s ohledem na trendy oblíbené přírodní odstíny, které navíc tvoří dokonalý podklad pod dřevěné úchytky Tulip.

Exkluzivní dekory Egger PerfectSense:

U156 Pískově béžová

U201 Oblázkově šedá

U211 Mandlově béžová

U960 Onyxově šedá

Znáte Conero?

Zaslouží si vaši pozornost! Proč? Jde o speciální kování pro zásuvky vyvinuté firmou Kesseböhmer. Jednoduchá, efektní i efektivní skládačka dovolí vytvořit celou škálu různých zásuvek, do kterých uložíte oblečení a doplňky. Kombinuje skleněné bočnice s plným dnem (např. z materiálu PerfectSense). Jako čelo můžete opět použít sklo nebo nechat prostor volný.

Se systémem Conero vytvoříte skutečně luxusní šatny a skříně.



Více informací najdete na webu největšího dodavatele komponentů v ČR:
www.demos-trade.com.

Skvělé na tom je, že vše uvedené seženete na pár kliknutí na našem portálu
www.demos24plus.com



Démos

Vše pro výrobu nábytku

Chartreuse není jen likér



Foto: Benjamin Moore

Znáte tu výraznou a signální žlutozelenou a nevíte, jak ji pojmenovat? Teď už ano.

Barvu s názvem „chartreuse“ lze charakterizovat jako výraznou kombinaci syté žluté a zelené barvy. Není to však jen jeden konkrétní odstín, ale je jich více. Některé lze popsat jako jablkově zelenou, limetkovou, světle trávově zelenou, světle zelenou s nádechem žluté a zářivou žlutozelenou atd. Chartreuse je v podstatě mix teplých a studených barev, zelenější odstíny chartreuse působí svěžím jarním dojmem a mohou být tak trochu retro 60. let. Žlutější chartreuse je energická barva, kde je hřejivost kompenzována kapkou zelené. Celkově je to barva plná optimismu, energie, hravosti a svěžesti.

Na někoho však může působit odvážně, nepředvídatelně až přelétavě a dobrodružně. Lze ji popsat také jako barvu výstřední a fantazijní, barvu dětinskou a mladistvou. Je to barva na pomezí přírody a digitálního světa – proto se nyní dostává do popředí. Odborníci na trendy dodávají, že požadavek na ostré, čisté barvy roste díky našemu neustálému online životnímu stylu.

Nyní začínají být tyto odstíny velmi populární, což predikovala i agentura WGSN, která pro letošní rok vybrala mezi 5 hlavních odstínů právě i výraznou žlutozelenou, jež nese název Cyber lime. Výrazná, téměř neonově jasná dopaminová barva, která dodává energii tělu i mysli, je vnímána jako genderově inkluzivní a znamená silné spojení mezi přírodou a technologií. Vidět byla na řadě expozic v rámci veletrhu Salone del Mobile, ale najdete ji i na módních molech známých značek, v moderní grafice i na obalech.

Odkud se název vzal?

Chartreuse je název likéru, který kartuziánští mniši vyrábějí od 17. století. Ti si ho ale nevymysleli náhodně. Klášter se totiž nachází v pohoří Chartreuse, v Grenoblu ve Francii. Za zmínku stojí i fakt, že existují dvě různé odrůdy likéru. Jeden je žlutý a druhý zelený. Oba jsou vyrobeny z bylin a rostlin macerovaných v alkoholu.



Foto: loliving.co.uk



Foto: Metrotexilesnyc.com



Foto: Lime Lace



Foto: Lisa_Tharp

Aplikace

Vzhledem k tomu, jak neobvyklá je to barva, není práce s ní zcela jednoduchá a rozhodně není vhodná do každého interiéru.

Akcenty

Zcela nejvhodnější je použít barvu v akcentech, tzn. na drobných doplňcích, které se dají jednoduše obměnit. Lze s ní však pracovat i v rámci detailů, jako jsou například paspule na čalouněném nábytku, bordury a podobné detaily.

Solitéry

Tato barva si vyloženě žádá aplikaci na čalouněném nábytku, jako jsou křesla nebo židle. Nyní je v nabídce výrobců potahových látek dostatečný výběr. Hodí se také na kusové koberce, závěsy a další typy bytového textilu.

Plochy

Výmalba nebo tapeta s odstínem chartresuse je opravdu pro odvážné, protože je velmi silná a dominantní. Pokud se pro ni rozhodnete do privátního interiéru, dobře vyberte konkrétní odstín a nechte vše odsouhlasit klientem. Zajímavá však bude do různých typů veřejných interiérů, kde naopak přitáhne pozornost, která je v konkrétním prostoru žádaná.

Kombinace

Jednou z variant je kombinování s teplými a zemitými odstíny, jako je například hnědá. Tím však evokujeme spíše retro styl než moderní pojetí. Velmi ostrý kontrast vznikl s černou nebo antracitově šedou, který však není vždy žádoucí. Naopak s bílou nebo krémovou bude celek působit jasně, vzdušně a velice optimisticky – jako velká vitamínová bomba. Zajímavě a trendově se kombinuje s fialovou. Se sytou fialovou se bude jednat o extrém, který je nutné ztlumit neutrálem. S jemnou lila fialovou bude něžnější a přijatelnější ve větší ploše. Místo lila lze použít i různé odstíny pudrové růžové, která dodá ženský styl. Kombinovat jde i se žlutou nebo zelenou, čímž se vytvoří paleta analogických barev.

Důvodem, proč je barva chartreuse nevysvětlitelně atraktivní a fascinující, je to, že ji kolem sebe často nevidíme, ačkoli nám připomíná něco přirozeného, organického a svěžího.

Expozice Hettich v Praze



Německá firma Hettich vyrábí prvotřídní nábytkové kování v České republice již 30 let. Mnoho výrobců nábytku již zná vzorkovnu ve Žďáru nad Sázavou se zázemím pro technická školení.

Hettich v Praze na Zličíně otevřel zcela novou vzorkovnu s jiným zaměřením. Na ploše 100 m² najdou inspiraci nejen profesionálové z řad návrhářů, designérů a výrobců nábytku, ale také jejich zákazníci – spotřebitelé.

Expozice představuje nápaditý nábytek do každé místnosti domácnosti. Je zde praktická předstíňová sestava s posuvným zrcadlem. Elegantní koupelna s úložným modulem, který se dá snadno posunout blíže ke sprchovému koutu. Kuchyňská sestava, nenápadně skrytá za skládanými dveřmi. Velkorysý prostor pro uschování potravin. Praktický ostrůvek s možností servírovat pokrmy z kuchyně do jídelny na výsuvném panelu. Variabilní a barevně odvázaná knihovna s posuvnými panely. Domácí kancelář zabudovaná za skládané dveře do multifunkční šatní skříň. Ostrůvek pro chvíle relaxu u hudby se sklenkou či doutníkem. Kompaktní a bezpečná skříň do dětského pokoje. Panoramatická šatní skříň se snadným přístupem k velkému úložnému prostoru. Luxusní šatní skříň se synchronizovaným pohybem posuvných dveří...

Všechny užitečné vychytávky rádi předvedou zástupci firmy Hettich ČR: kontakty jsou na <https://web.hettich.com/cs-cz/kontakt>. Nebo stačí napsat na hettich@hettich.cz.

A překvapení nakonec: expozici lze navštívit i bez objednání a bez doprovodu pracovníka Hettich. U vstupu může návštěvník svým mobilem naskenovat QR kód a pustit si tím videoprůvodce. Malá ochutnávka zde:





Expozice Hettich, K metru 186/4, Praha-Zličín, v blízkosti stanice metra B a parkoviště P+R Zličín I.

Technik für Möbel



Biophilic design



Foto: Erismann

„Biofilní“ design je inovativní přístup k architektonickému a interiérovému designu, který se snaží integrovat prvky přírody do prostředí a vytvářet prostory, které podporují hluboké spojení s přírodním světem.

Termín „biofilie“ znamená vrozenou lidskou náklonnost k přírodě a tento směr má za cíl uspokojit naši základní potřebu být v těsné blízkosti přírody a živých organismů, především rostlin. Lidé mají instinktivní a vnitřní pouto s přírodou a toto spojení hluboce ovlivňuje naši fyzickou, duševní a emocionální pohodu. Začleněním přírodních prvků, jako je vegetace, přírodní materiály, tekoucí voda a dostatek přirozeného světla, se snaží tento styl napodobit vzory, formy a procesy vyskytující se v přírodě. Jde také o propojování vnitřního a venkovního prostředí, začleňování výhledů do okolní krajiny nebo do vnitřních zahrad.

Cílem je vytvořit takové prostředí, které zlepší naše zdraví, produktivitu a celkovou kvalitu života. Studie ukázaly, že vystavení přírodě nebo přírodou inspirovaným prvkům může snížit hladinu stresu, zlepšit kognitivní funkce, zvýšit kreativitu, zlepšit náladu a podpořit celkovou pohodu.

Principy biofilního designu lze aplikovat na různé typy prostor, od domácností, kanceláří, zdravotnických zařízení, vzdělávacích institucí po veřejné interiéry.

Co nesmí chybět?



Foto: Divine Savages



Foto: Ella James



Foto: Marburg

Živé rostliny

Nezbytností je umístění pokojových rostlin nebo použití tzv. „živých stěn“. To jednoznačně přináší přírodu přímo do prostoru. Rostliny zlepšují kvalitu vzduchu, zvyšují vlhkost a vytvářejí uklidňující a osvěžující atmosféru. Poskytují také pocit vitality, omlazení a spojení s přírodou. O tom, kam a jakou rostlinu umístit, se raději poraďte s odborníkem, ať se rostlinám dlouhodobě daří.

Přirozené světlo

Světlo zvyšuje vizuální pohodlí, ale také reguluje naše cirkadiánní rytmy, podporuje lepší spánkový režim a celkovou pohodu. Výhled ven a dostatek přirozeného světla umožňují zažít měnící se dynamiku dne. Volte raději průsvitné zastínění a vyvarujte se v tomto stylu těžkých závěsů. Strategicky umísťujte zrcadla, která odrážejí světlo.



Foto: Thedesignsheppard.com



Foto: Komar

Přírodní materiály

Použití přírodních materiálů, jako je dřevo, kámen, bambus nebo korek, vytváří hmatový a smyslový zážitek. Tyto materiály mají organické textury, které navozují pocit autenticity, uzemnění a připomínají nám naše spojení s přírodním prostředím.

Přírodní motivy a vzory

Volte tapety, látky nebo umělecká díla s organickými vzory inspirovanými přírodou, jako jsou motivy listů nebo přírodní krajiny. Zvažte integraci uměleckých děl zobrazujících klidné přírodní scény nebo rostliny, abyste vyvolali pocity klidu, vitality a spojení s přírodou. Je prokázáno, že terapeuticky působí nejen samotný výhled do krajiny, ale i přírodní motivy.

Vodní prvky

Začlenění prvků, jako jsou interiérové fontány nebo kaskádové vodní stěny, vnese do prostoru uklidňující zvuk. Přítomnost vody může vytvořit pocit klidu, snížit hladinu stresu a zlepšit celkovou pohodu. Zvuk tekoucí vody může pomoci maskovat hluk na pozadí, podpořit relaxaci a vytvořit klidnou atmosféru. Kromě toho vodní prvky fungují jako přirozené zvlhčovače vzduchu, zlepšují kvalitu vzduchu přidáním vlhkosti do prostředí, což může být zvláště výhodné v suchém klimatu nebo během chladnějších měsíců.

Sjednotte podlahu, definujte technické parametry bez omezení



Stejně jako na nábytku můžete na některé části zvolit odolnější laminát a na některé jen lamino desky z důvodů finanční úspory a vše mít v jednom dekoru, totéž lze provést i s podlahovou krytinou. Tento systém nabízí značka **Cabbani**, která jej nazývá jednoduše „à la carte“.

Výběr do různých prostor celého obytného interiéru uděláte v 5 krocích:

1. Zvolte podle velikosti plochy, členitosti prostoru a navrženého stylu druh podlahy. Volit můžete mezi **prkennou podlahou** nebo **parketami**.

U prkenné podlahy lze ještě definovat délku a šíři lamel. Pro menší prostory je nejlepší zvolit úzká krátká prkna. Ve velkých prostorách se více uplatní široká dlouhá prkna. Vliv má také orientace lamel. Dlouhé lamely instalované po celé délce místnosti ji ještě více prodlouží. U parket je také na výběr. Buď lze vybrat pokládku pro menší místnosti: úzké krátké motivy Bâton S (rybina) a Chevron S (maďarská rybina), nebo velké široké motivy pro větší místnosti, jako je Bâton L a Chevron L. U Chevronu L je dokonce upraven úhel zařezání konců lamel, aby byl vzor více elegantní.



2. **Vyberte barvu!** Kolekce dřevěných podlah Cabbani obsahuje **35 barev rozdělených do 5 kolekcí** (2 kolekce v laku a 3 kolekce v oleji) včetně speciální kolekce DI LORENZO. Čím vyšší číslo kolekce, tím náročnější moření a komplexnější barva. Každá kolekce má své specifické vlastnosti a barevné varianty. Volit lze mezi lakovanou a olejovanou povrchovou úpravou, jež dodává dřevu přirozenější charakter, krásnou patinu a autentický vzhled. Je důležité zmínit, že výrobce **Cabbani umožňuje zkombinovat v interiéru podlahy jedné barvy s povrchovou úpravou lakem i olejem** (kolekce 1 a 2).

3. **Definujte rozměr.** Jak už bylo zmíněno v bodě 1, lze vybrat nejen typ pokládky, ale i rozměr dílců. K dispozici je **9 rozměrových variant** podlahových lamel, délky od 1185 do 1940 mm a šířky od 92 do 1950 mm. U parketového systému lze vybírat ze **4 rozměrových typů**.

4. Na výběr je také **třídění**. V závislosti na zvolené barvě a velikosti desky máte na výběr mezi dvěma styly třídění: **Select nebo Rustic**. Select nabízí výběrové dřevo s mírnými barevnými odchylkami, bez výrazných suků (pouze očka), jenž je dostupný v kolekcích 01 a 02. Třídění Rustic je k dispozici ve všech kolekcích. Vybrat si můžete mezi styly Rustic Light a Rustic Nature s více či méně viditelnými suký.

5. A teď to důležité: je třeba **vybrat střední vrstvu**. Určení střední vrstvy parket je posledním důležitým krokem při navrhování podlahy. CABBANI se spoléhá pouze na ty nejlepší materiály, a proto vyrábí lamely se středem z HDF nebo březové překližky.

Desky HDF neboli **High Density Fibre-board** se skládají z dřevěných třísek slisovaných pod vysokým tlakem. Vzniká tak kvalitní deska, která je mimořádně odolná proti velkému zatížení. Intenzivní stlačení také odstraňuje případné pnutí dřeva. Díky pevnému a tvrdému jádru je HDF vynikajícím základem pro parketové podlahy.



Březová překližka se skládá z tenkých vrstev březového dřeva, jež jsou vzájemně křížem spojeny voděodolným lepidlem a tvoří pevné jádro s optimálními vlastnostmi. Vzniká tak rozměrově mimořádně stabilní jádro, které navíc velmi dobře vede teplo. Jádro z březové překližky je tedy ideální pro parkety, které se instalují s podlahovým vytápěním.

Na výběr je také spoj, buď Unifit X, nebo standardní pero a drážka. Současně je možnost výběru mezi **4 tloušťkami nášlapné vrstvy: 0,6 – 2,5 – 3,2 – 5,5 mm**, v závislosti na zvoleném formátu prkna a jádru.

Výroba je připravena na objednávky, takže všechny rozměrové a materiálové kombinace má skladem v polotovarech. Proto výroba netrvá dlouho a tak do 6 týdnů je objednávka vyexpedována k zákazníkovi. Na našem trhu není jiná značka podlah, která by nabízela takovou flexibilitu v plnění požadavků nejnáročnějších zákazníků, a už vůbec ne v tak krátkém čase dodání.

Díky tomuto pětikrokovému systému lze tedy definovat každý parametr krytiny dle požadavků jednotlivých prostor a současně mít krytinu vizuálně propojenou v celém interiéru, což je v současné době velký trend, díky čemuž vypadá prostor opticky větší a ucelenější.

Informace o podlahách **Cabbani** najdete na stránce **dodavatele Parket koncept**, kde si můžete stáhnout i pdf katalog. Stojany se vzorky jsou už k dispozici v některých vybraných podlahových studiích, limitovaná síť prodejců se ale ještě stále doplňuje.

PARKET
KONCEPT

www.parketkoncept.cz/cabbani

Foto: archiv firmy

Ing. Iva Bastlová, DiS.

Inspirace z holandského Keukenhofu



Tentokrát jsme za trendovými barvami a styly vyrazili i do Nizozemska, přímo do Keukenhofu. Není to ale veletrh s designem, ale největší květinová zahrada v Evropě, která se každoročně otevírá v jarním období, od března do května. Byla založena poblíž městečka Lisse, necelou hodinu od Amsterdamu, již v roce 1949, a letos tedy slavila 75leté výročí.

Park se rozkládá na 32 hektarech a každoročně zde vykvete 6 až 7 milionů především cibulovitých květin, jako jsou krokusy, narcisy, tulipány, hyacinty, lilie a další. I když spatřit pole hyacintů patří k úžasným zážitkům (a to i po čichové stránce), pro nás byla důležitá návštěva vnitřních pavilonů, kde se nacházely velmi zajímavé květinové instalace spojené s různými interiérovými doplňky.

Určitě je třeba vyhodnotit, že barevné trendy z interiérového designu velmi úzce navazují na ty floristické. Nejde jen o obaly květináčů, doplňky a dekorace, ale dokonce i o květy (více o tom v komentáři floristy Jana Kopřivy na konci článku).

Také jsme se na místě setkali s průzkumem trhu, kdy se personál doptával návštěvníků, jaká květina, resp. její barevnost se jim líbí a proč, jak na ně působí a jaké vzbuzuje emoce. Je tedy vidět, že trendy, hlavně z pohledu barevnosti, mají velký význam i v tomto květinářském průmyslu.



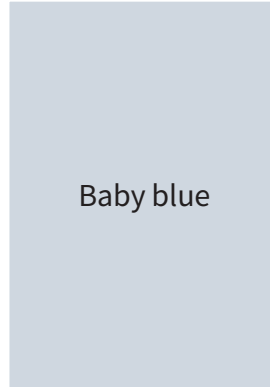
Jaké trendy a barvy byly tedy prezentovány?

Velké téma jsou cukrátkové barvy. Pestré a výrazné odstíny jsou kombinovány s pastely a strhávají maximální pozornost. Je to paleta živých energetických odstínů ve stylu „dopamin design“. Radost, hravost a úsměv z nich tryská na první pohled a někdy jsou až příliš maximální a dominantní.

Jednoznačně byla vidět jemná oranžová, takže odstín od Pantone Peach fuzz a jemu podobné nejsou v aranžmá rozhodně náhoda. Oranžová se používá nejen ve své jemné broskvové či meruňkové podobě, ale také v syté variantě například jako pomerančová. Často se kombinuje s lila odstínem à la „digital lavender“, který byl podle agentury WGSN definován jako barva loňského roku.

V paletě se nachází také výrazná fuchsiová, jež je trendy více než 2 roky a podle WGSN o ní uslyšíme i v dalším období. Tu umírňuje pastelová baby blue, která dodává klid a trochu jemnosti. Za zmínku stojí i odstín chartreuse, který celou dopaminovou paletu doplňuje. Jeho využití je na doplňky typu obalu na květináč ideální.

Téma lásky k planetě, k přírodě i mezi lidmi je nejskloňovanější. Proto nebylo žádným překvapením vidět instalaci „green love“ v zeleném i růžovém provedení, s hravostí a originalitou, doplněnou o trendové neonové osvětlení.





All you need is love!

Významné heslo nejen interiérových dekorací a květinové výzdoby, ale i globálních interiérových trendů. Podle odborníků bude mít červená velký význam nejen jako barva lásky, ale i barva stopky.

V případě instalací v Keukenhofu šlo však o první variantu.

Byla vidět prezentace červené a pastelové růžové v extravagantním pojetí ve stylu velkých oslav lásky, zamilovanosti a přichutě retra.

Zajímavá byla instalace v černo-bílé kombinaci, kde sehrála červená barva jen vedlejší roli, přesto by to bez ní nešlo. Zde navíc upozorňujeme na motiv očí, který je trendový od minulého roku a napříč trendy je vidět například i na tapetách nebo bytovém textilu.

Ani aranžmá vytvořené z amarylisů ve všech možných odrůdách neuniklo tématu lásky. Jednoduše řešený velký nápis LOVE dominoval uprostřed jednoho pavilonu a stal se z něj dnes oblíbený insta point. Za pozornost stojí nejen ten a nádherně rozkvetlé rostliny, ale i volba květináčů. Znovu se opakující kombinace červené a pastelové růžové v různých velikostech dodává dynamiku.



Komentář interiérového zahradníka

Ing. Jan Kopřiva

Rostliny a trendy

Na mezinárodních zahradnických výstavách, kde se můžete setkat s prezentací novinek a nových trendů, si určitě povšimneme podobných stylů a směrů jako u mezinárodních interiérových designových akcí. Trendy, které určují každoroční směřování vývoje nábytku a interiérového bydlení, jsou také inspirací pro marketingové společnosti, exportéry květin a výrobce květináčů. Kromě osvědčených bestsellerů přicházejí každý rok s novinkami, s vlastními trendy, kde pozorujete podobné prvky jako například na veletrhu Salone del mobile v Miláně.

Nejinak tomu je i v parku Keukenhof v Nizozemsku, kde mezi záplavou tulipánů jsou výstavní prostory s prezentací současných trendů pomocí řezaných květin a hrnkových rostlin. Není to náhoda, za částí těchto akcí stojí Holandská květinová kancelář, která má za úkol propagovat rostliny a květiny široké veřejnosti. Tato organizace vytváří každoročně svoje trendy, kromě vybraných barev charakterizujících daný trend zmíní i odrůdy rostlin vhodných jak barvou, tak tvarem i velikostí. Výběr je dělán i s ohledem na dostupnost v daném roce. Vytvořené trendy jsou pak podpořené stylizovanými fotografiemi a jsou propagovány v médiích, v současné době pouze v západní Evropě. Reálná prezentace pak probíhá na veřejných akcích, kde pomocí květin, nábytku a doplňků jsou prezentované tyto trendy. Více se můžete dozvědět na stránkách www.flowercouncil.com.

Na trhu je široká škála barev květin řezaných, o něco méně květin kvetoucích hrnkových. Šlechtěním se každý rok dostává na trh celá řada nových odrůd s novými odstíny růžové, červené, žluté a fialové aj. Ovšem proces šlechtění a uvádění nových odrůd je zdoluhavý (i přes značné zrychlení v posledních letech), a tak nelze šlechtit nové rostliny každý rok podle trendů. Vzniklé trendy se musí pokrýt z aktuálně dostupných barev růží, orchidejí atd. Pokud je však zájem, dají se některé květiny „obarvit“, a tak vzniknou květy s barvami vhodnými pro daný trend. Hodně často se používá modré barvivo, které zcela nebo jen částečně obarví na několik měsíců květ do modra. Podle toho, zda se obarvuje bílý nebo např. růžový květ, se pak odvíjí konečný výsledek.

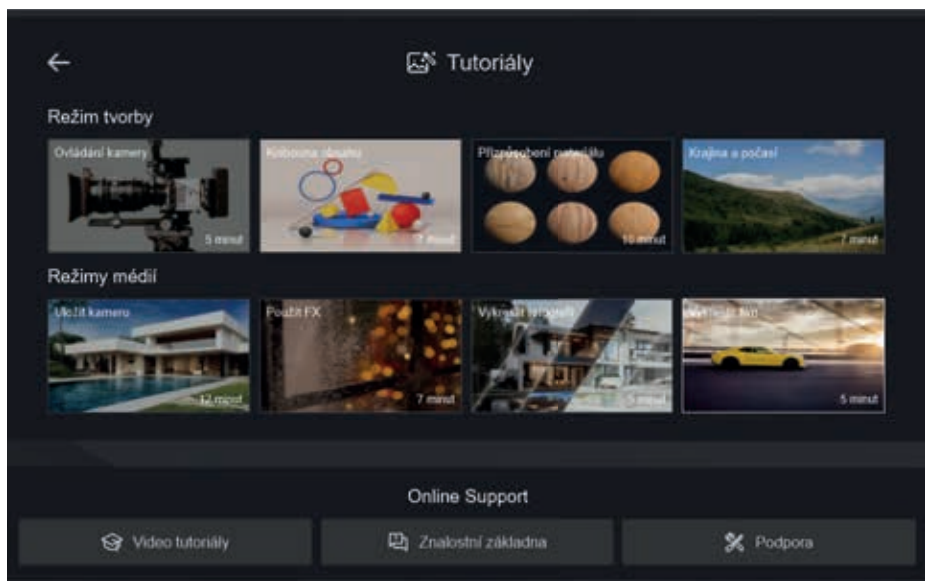
A kde se dají sehnat rostliny z daného trendu? Kde sehnat ten ideální odstín orchideje, hortenzie, růže, když v nabídce květinářství ani hobbymarketů nejsou? Vše se dá sehnat, jen je potřeba oslovit specializované zahradnické centrum či květinářství a požádat je o konkrétní rostlinu. Novinky a speciální odrůdy rostlin bývají dražší, a běžný květinář je proto nebere na sklad. Rostliny lze objednávat také v určitém minimálním množství, tak je potřeba počítat i s tím.



Mějte vizualizace zase rádi



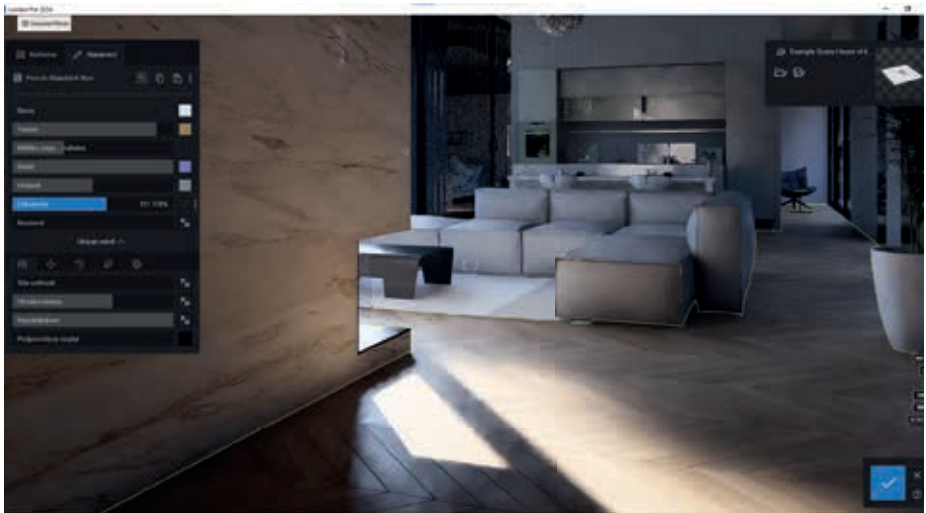
Nedávno se objevila nová verze SW Lumion, která přinesla zpět jednu z historicky nejdůležitějších vlastností tohoto programu. Jednoduchost a příjemné ovládání spolu s nerušeným pracovním postupem. Oproti předešlé verzi je program opět velmi intuitivní a práce s ním je – od prvních návrhů až po finální profesionální vizualizace – zase krásně plynulá. Není navíc ani třeba se bát začít s programem pracovat. Když jej totiž zapnete, najdete zde interaktivní tutoriál. Program vás sám naučí ho používat. Od toho, jak se otočit, až po tvorbu fotografií a videí. Máte tak jistotu, že základy programu uchopíte správně.



Nejdůležitější novinkou nové verze Lumion 2024 je bezpochyby dokončení Ray-tracingu, naroubovat ho na jádro programu nebylo vůbec jednoduché, ale o to lépe a kvalitněji je technologie zpracována. Pokud nevíte, co je Ray-tracing, tak jde o způsob výpočtů pohybů paprsků světla, který tak trochu propojil klasické vysoce kvalitní renderovací techniky s bleskovou rychlostí moderních herních grafických karet. Díky tomu tak můžete i na herním počítači za pár korun dělat profesionální rendery na nejvyšší úrovni fotorealismu. Nejlepší je, že to ani není složité, protože realismus je dán především světlem a to si řeší Lumion do velké míry zcela automaticky.

Můžete pracovat rovnou ve vizualizaci

Novější grafické karty v podstatě už všechny zvládají bez problémů pracovat v reálném čase s kvalitním náhledem, tak kvalitním, že jde téměř o výslednou vizualizaci samotnou. Až 8 odrazů „každého“ paprsku světla v reálném čase. Představte si to, že na render obrázku nečekáte. Kolik asi ušetříte času? Kolik ušetříte nervů? Konec pokusným renderům u běžných vizualizací. Postprodukce navíc probíhá ještě rychleji přímo na předrendrovaném náhledu. Něco se vám nedaří – stačí zavolat na podporu. To je to, jak funguje Lumion. Důvod, proč se stal i v jiných odvětvích standardem a proniká do interiérů a produktových vizualizací stále více.



Co je mezi dalšími novinkami?

Je jich spousta a stále přibývají, vývoj programu jde velmi rychle dopředu. Jedna taková uživatelsky příjemná novinka je, že kromě živého propojení s modelačním nástrojem můžete nyní používat i stejné ovládání kamery, jako máte ve SketchUpu, Revitu a nebo Rhinocerosu. Máte možnost hromadného importu, čímž se ještě více zjednodušují všelijaké animace (třeba nyní taková ta populární skákající křesla, sedačky a stolky), a zvláštní článek by si zasloužilo jen sklo/krytalový materiál a jejich možnosti. Takovou třešničkou na dortu může být pro interiérové vizualizace možnost skládání textury místo do čtverců do šestiúhelníků, čímž se elegantně řeší opakování materiálu bez nutnosti posílat svá data umělé inteligenci někam do Číny. Ne že bychom neměli rádi AI, první byla v Lumionu už v roce 2019, ale lokální uvnitř programu. Proč byste měli něco neustále někam posílat, že?

No nejlepší je si program zkusit (je to zadarmo), prostě stáhnout a zapnout. Pak už vás navede sám.

Kitschy – kýč na scéně



Foto: Sorbet Dreams

Pinterest zveřejnil své předpovědi trendů pro rok 2024 a asi nás všechny překvapí, že se očekává popularita kýčovitých interiérů, zejména u generace X. U kuchyní dochází i k novému pojmu a tím je „**kitschens**“ – neboli kýčovitá kuchyně. Slovo kýč vychází z německého jazyka a jde přeložit jako špatný vkus. Kýčovitý lze charakterizovat také jako křiklavý nebo nevkusný. Oxfordský slovník to definuje jako nevkus kvůli přemíře nebo sentimentálnosti. Je to maximalistický styl s neočekávanými prvky vrstvenými dohromady, jako je kombinace protichůdných barev, vzorů a textur. Tento styl oslavuje pocit rozmaru a nostalgie, který zpochybňuje minimalistickou a často monochromatickou estetiku, která v poslední době dominuje. Je to oslava individuality, pocta minulosti a odvážné prohlášení o tom, jaká může být výzdoba domova, když opustíme konvence.

Při navrhování kýčovitých interiérů neexistuje špatná barevná kombinace! Pokud tedy nejsou barvy příliš nudné. Mezi oblíbené varianty patří světlé růžová a baby modrá, sytější fialová a světlá zelená, žlutá a modrá atd. Čím vyšší kontrast, tím lépe.

Kýčovitý design je tedy barevný, má eklektický styl, který často zahrnuje retro nebo vintage prvky, výrazné vzory a nepředvídatelný dekor.



Foto: blog PMQ for Two od autorky Ariel Garneau



Jak vytvořit „kýčovitý interiér“?

1. Použijte dostatek barevných ploch a barvy kombinujte

Použijte například sladkou jablkově červenou v kombinaci s mátovou zelenou, slunečnou žlutou proti nebesky modré, nebo dokonce spektrum pastelů, které do místnosti přináší jemnou, ale hravou energii.

2. Míchejte vzory

Kombinování různých vzorů hraje v tomto trendu klíčovou roli. Puntíky, pruhy, květiny a geometrické tvary mohou harmonicky koexistovat. Nejčastěji se aplikují na bytový textil, tapety a doplňky. Když jsou vzory promyšleně smíchány, dodávají hloubku a zajímavost a vyprávějí příběh eklektické elegance. U tapet se hodí motivy, které odrážejí minulost, jako jsou květinové, ovocné nebo geometrické vzory připomínající 50., 60. nebo 70. léta, abyste vytvořili nostalgickou atmosféru.

3. Volte specifické doplňky

Hledejte doplňky, které podnítky radost a konverzaci. Může to být třeba vintage solníčka a pepřenka ve tvaru avokáda, sbírka kýčovitých konviček nebo dóz na sušenky. Tyto hravé předměty slouží nejen k funkčnímu účelu, ale také dodávají výzdobě vrstvu zábavy a rozmaru.

4. Zakomponujte retro prvky

V kuchyni to bude například barevná retro lednice nebo mixér. Do jídelny se hodí retro židle nebo lustr. Takto lze postupovat v každé místnosti.

5. Nezapomeňte na nástěnné dekorace

Výrazné vizuální dekorace na stěně dodají prostoru požadovaný styl. Ať už jde o odvážný pop art, retro reklamní postery, nebo hravé ilustrace, umění může přidat vrstvu sofistikovanosti ke kýčovité estetice. Důležité je nebát se kombinovat různé druhy umění, výsledkem má být hlavně osobitost. Neonové nápisy, ať už jde o vintage originály, nebo nové kousky inspirované retro designy, dodávají prostoru jasný a hravý nádech.



Foto: Superlover

Výraz „kýčovitá kuchyně“ zaznamenal na Pinterestu nárůst o +75 % a výraz „výstřední kuchyně“ o neuvěřitelných +160 %.

Kitschen design oslavuje radost z nedokonalosti a krásu přijetí individuálního stylu.

Do Londýna za bezplatnou inšpirací



Expozice designu ve Victoria & Albert muzeu

Metropole Londýn je bezpochyby místem mnoha zážitků a inspirací a jedna návštěva rozhodně nestačí. Vynechme teď gastronomické zážitky, nákupy i večerní zábavu a pojďme se podívat do muzeí!

Bezpatně!

Věděli jste, že v Londýně je vstup do řady muzeí zcela bezplatný?! A nejde jen o nevýznamná a malá muzea a sbírky, ale o ty nejzajímavější a nejrozsáhlejší. Vybíráme čtyři z nich, která stojí za návštěvu v rámci hledání inspirace pro obor interiérového designu.



British museum: expozice Starověku, vázy z oblasti Canosa, cca 300 let př. n. l.

British museum

Tady můžete strávit klidně celý den, jestli to tedy zvládnete. Nachází se zde egyptská část, kde je k vidění i nábytek ze starověku, sbírky ze starého Řecka a Říma, vidět lze slavnou Rosettskou desku i artefakty s klínovým písmem. Když vezmete prohlídku v rychlosti, nebo se spíš zaměříte jen na některou část, počítejte spíše se třemi hodinami času a také nějakou chvílí ve frontě dovnitř. I když budete mít on-line rezervaci, čekání se nevyhne.



Expozice o přírodních pigmentech z Natural history musea

Natural history museum

Dalším obřím místem s bezplatným vstupem, které nejde jen tak proběhnout, je přírodovědecké muzeum. Zde jsou velkou atrakcí kostry dinosaurů, ale to není vše. Velmi zajímavá je například část o přírodním pigmentu nebo o výskytu hmyzu v interiéru, která je demonstrována na reálné kuchyňské lince. Vidět lze i obří sekvoj nebo sbírku meteoritů. Atraktivní z pohledu interiéru by byla instalace „simulátor zemětřesení“. Ta byla bohužel v době naší návštěvy mimo provoz.



RPC2 chair, vyrobeno z plastového odpadu, design Jane Atfield, 1996



Sketch chair, design Studio Front, 2005



Shopping trolley chair, design Frank Schreiner, 1990

Victoria & Albert museum

Určitě nejde vynechat sbírky v tomto muzeu, stejně jako návštěvu místní kavárny. Zde platí totéž jako o předchozích místech – je lepší vybrat si určité sekce a ty si detailně prohlédnout. Jinak může dojít ke Stendhalovu syndromu, tzv. zahlcení z umění. Jestliže vás tedy zajímá nábytek a design, jděte rovnu za ním. K vidění jsou jak historické sbírky, tak i moderní a současná tvorba. Tento globální přehled stojí za to.

National gallery

Velkým trendem je inspirace uměním. To vidíme jak na tapetách, bytovém textilu i specifických solitérech. Kam tedy ještě zajít? Určitě do Národní galerie, kde jsou vystavené originály slavných jmen, jako je Vincent van Gogh, Claude Monet, Jan van Eyck, Paul Cézanne a mnoho dalších. Dobrou zprávou je, že galerie není tak velká jako předchozí muzea, takže na ni nepotřebujete celý den. A kdo by si chtěl odvézt zajímavý suvenýr, tak doporučujeme zajít i do místního shopu, kde můžete pořídit bytové i módní doplňky inspirované uměním.

Kam si koupit vstupenku?

Bezplatná není například prohlídka Frameless. Jedná se o moderní galerii, kde se slavná umělecká díla, tedy obrazy, pohybuji a promítají na stěny, stropy i podlahu. Ve čtyřech prostorách máte možnost vidět 42 pohyblivých obrazů doplněných o zvuk, což zážitek podtrhuje. Doporučujeme navštívit nejdříve tuto moderní verzi a následně jít až do Národní galerie, kde pak můžete obdivovat originály ve jejich statické podobě. Na prohlídku si vyčleňte přibližně 2 hodiny.