

07  
BŘEZEN  
20  
23

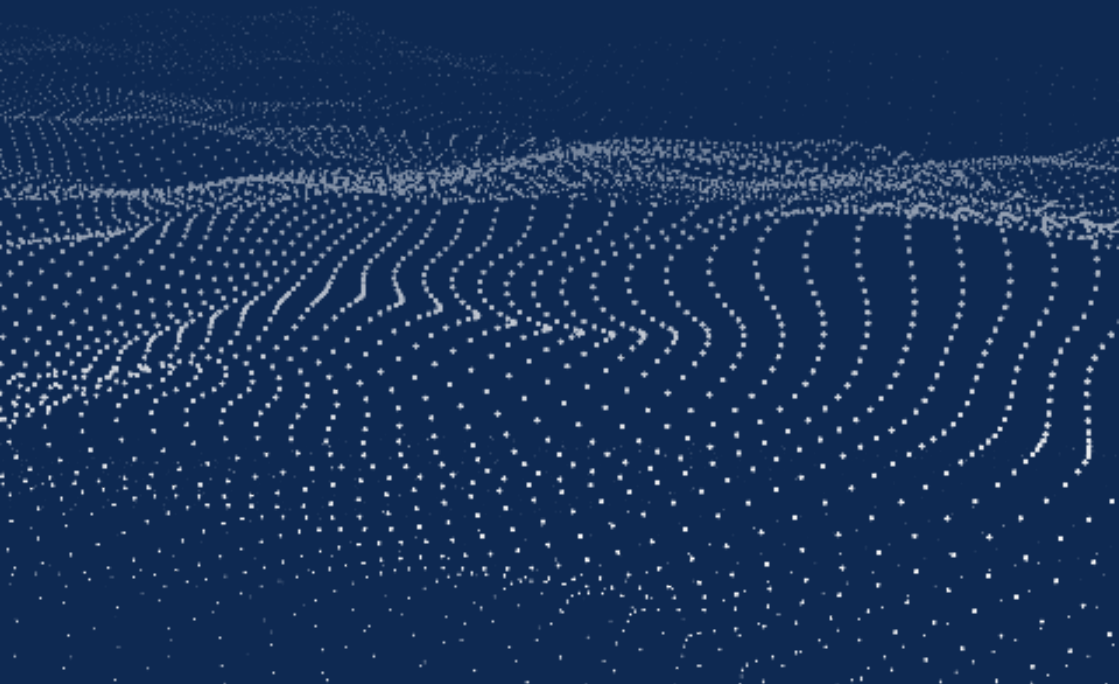
GROHE X  
SUMMIT 2023  
CARING FOR  
WATER

09  
BŘEZEN  
20  
23

PROGRAMOVÝ PRŮVODCE

# GROHE X Summit 2023 Caring for Water

Přidejte se k nám virtuálně ve dnech  
7.–9. března na [grohe-x.com](https://grohe-x.com). Vyberte si akce  
z našeho nabitého programu a [zaregistrujte se!](#)



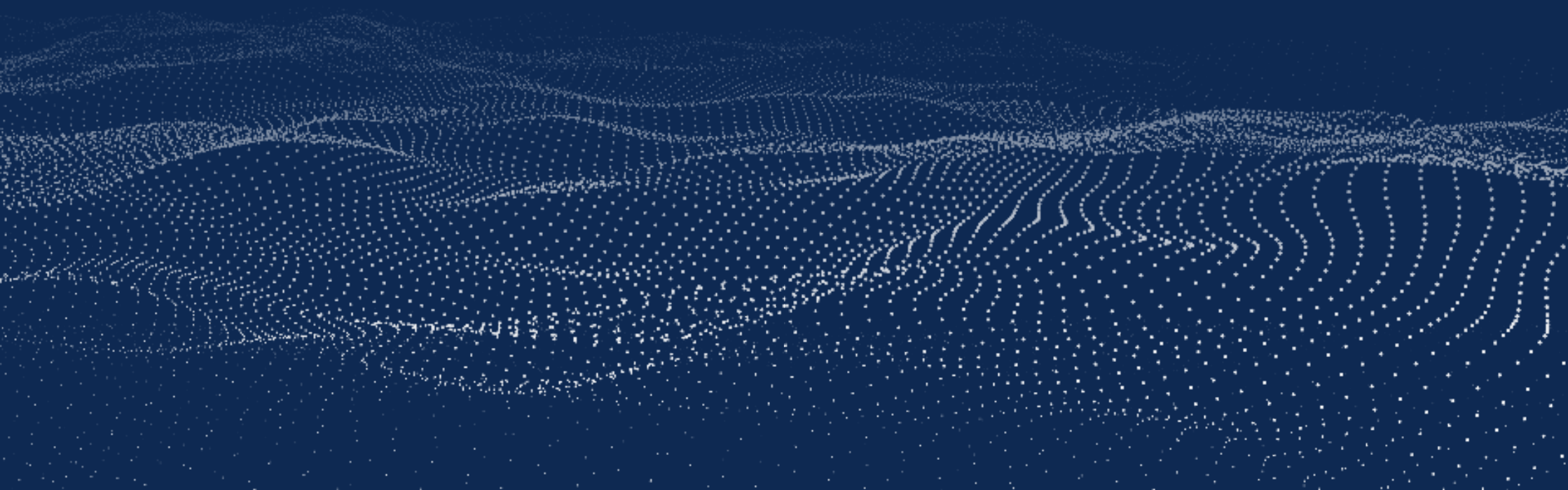
Pojďme se setkat, diskutovat a spolupracovat!

Dnes je důležitější než kdy jindy sdílet znalosti a vzájemně se inspirovat novými nápady. Jen tak můžeme najít způsoby, jak vyřešit stále naléhavější sociální a environmentální problémy. A proto jsme se rozhodli uspořádat GROHE X Summit 2023, který se bude konat na naší digitální zážitkové platformě [GROHE X](#) ve dnech 7.–9. března 2023.

Třídenní akce s hlavním tématem „Caring for Water“ se koná pod taktovkou tří klíčových trendů dnešní doby – urbanismu, udržitelného rozvoje a péče o duševní a fyzické zdraví. Představí přední odborníky z různých oborů a v různých formátech – od inspirativních přednášek až po podnětné panelové diskuse a vzdělávací akce – a bude zkoumat, jaké odpovědi musí sanitární průmysl najít na výzvy dnešní doby, jak profitovat z udržitelné výstavby a jakou roli v tom všem hraje voda.

Na dalších stránkách vám představíme pestrý program našeho prvního Summitu. Na akce se prosím registrujte předem.

Těšíme se na setkání na GROHE X Summitu 2023.



# Kdy můžeme místo nazvat domovem? A jak se to v budoucnu změní?

Svět se mění stále rychleji a s ním i způsob, jakým chceme a potřebujeme žít. Co ale zákazníci skutečně očekávají od svých domovů? A jak můžeme my, odborníci ve svých oborech, pomoci utvářet budoucnost bydlení?

REGISTRACE

11:00–11:25	<b>PŘIVÍTÁNÍ A ÚVODNÍ PŘEDNÁŠKA</b> BUDOUCNOST BYDLENÍ
11:30–12:00	<b>PŘEDNÁŠKA</b> TŘI KLÍČE K ÚSPĚŠNÉ BUDOUCNOSTI: PŘEDVÍDAVOST, INOVACE A KOMUNIKACE
13:00–13:30	<b>PANELOVÁ DISKUSE</b> ŽIVOT V NEUSTÁLE MĚNÍCÍM SE SVĚTĚ: JAK SI PŘEDSTAVIT DOMOV BUDOUCNOSTI?
13:35–13:50	<b>MASTERCLASS</b> PŘIZPŮSOBENO NAŠIM POTŘEBÁM: DESIGN INTERIÉRU A PRODUKTY PRO NOVÉ PROSTORY
13:55–14:05	<b>FACT SNACK 1</b> VZTAHY S LOAJÁLNÍMI ZÁKAZNÍKY: SERVIS JAKO UDRŽITELNÝ OBCHODNÍ MODEL
14:10–14:20	<b>FACT SNACK 2</b> ZMĚNA OD ZÁKLADŮ: INOVACE ZALOŽENÉ NA POZNÁNÍ
14:25–14:37	<b>FACT SNACK 3 A ZAKONČENÍ</b> KVALITA VE VÝROBĚ: NOVÉ BARVY A POVRCHOVÉ ÚPRAVY

## Úvodní přednáška

V dnešní rychle se měnící době má domov zcela nový význam. Ještě nikdy nebylo tak důležité mít útočiště, kam bychom se mohli schovat před rušným světem kolem nás. Ani naše domovy však nejsou imunní vůči změnám. Rychle se vyvíjí způsob, jakým je používáme, a co od nich očekáváme. Jako značka se silným postavením a dlouhou historií v našem oboru má GROHE dobré předpoklady k tomu, aby pomohla svým obchodním partnerům a koncovým zákazníkům přizpůsobit se době a co nejlépe využít příležitostí, které přinášejí historické zlomy. Máme šanci představovat kontinuitu a důvěru. Nesmíme však stát na místě. Důvěru našich zákazníků si musíme získávat každý den tím, že je stavíme do středu všeho, co děláme, a všechny naše kroky a produkty směřujeme k jejich prospěchu. A musíme dostát záměru společnosti LIXIL „Měnit domácnosti k lepšímu. Pro všechny, všude.“.

V úvodním projevu představil vedoucí LIXIL EMENA Jonas Brennwald téma třídenního summitu, kterým je „Caring for Water“, tedy péče o vodu, a téma, kterému se bude první den věnovat, tedy „Budoucnost bydlení“. Společnost GROHE má velký podíl na tom, jak se budeme přizpůsobovat měnící se době. Jonas však zdůrazňuje, že tento okamžik pochopíme pouze tehdy, když si uvědomíme, jak jsme vzájemně propojeni, a když budeme spolupracovat. Doufáme, že akce, jako je tato, budou součástí tohoto procesu.



**JONAS BRENNWALD**  
LEADER LIXIL EMENA

Jonas nastoupil do společnosti GROHE v roce 2012. Od roku 2020 zastává pozici Leader LIXIL EMENA, kde je zodpovědný za všechny obchodní aspekty značky GROHE.



**YASMINE BLAIR**  
MODERÁTORKA

Yasmine se narodila v Los Angeles a jako dítě se přestěhovala do matčina rodného města, Vídně. Svou televizní kariéru zahájila v roce 2006 a v roce 2009 se přestěhovala do Berlína. Uvádí řadu živých pořadů a firemních programů a zároveň pracuje jako překladatelka a koučka.

## Přednáška

Předvídat budoucnost je víc než pouhá spekulace. Jak prozradí futuristka Elina Hiltunen, tři klíčové faktory k budoucímu úspěchu – předvídavost, inovace a komunikace – mohou být cílenými aktivitami a základem strategie plánování budoucnosti organizace.

I když nemůžeme předvídat budoucnost, díky pochopení určitých jevů, jako jsou megatrendy, divoké karty a slabé signály, můžeme vytvořit scénáře, které nám ukazují možné budoucnosti a navrhuji potenciální cesty rozvoje. Musíme si také uvědomit, že budoucnost můžeme ovlivnit. Naše dnešní inovace ovlivní budoucnost v dobrém i zlém. A my můžeme sdělovat naše vize a zároveň naslouchat širší konverzaci, abychom lépe porozuměli tomu, kam chtějí naši zákazníci směřovat. Ve své přednášce o budoucnosti zastavěného prostředí Elina přiblíží tyto techniky a využije všechny své znalosti k tomu, aby odpověděla na otázku, jak budou vypadat naše domácnosti v budoucnu.



**ELINA HILTUNEN**  
FUTURISTKA

Elina již více než 20 let poskytuje organizacím poradenství v oblasti myšlení o budoucnosti. V současné době studuje doktorské studium na finské Univerzitě národní obrany.

## Panelová diskuse

V poslední době by se dalo říci, že jedinou konstantou v našem životě je změna. Práce, rodina, cestování, volný čas – zdálo se, že bude třeba přehodnotit všechny aspekty každodenního života. Dokonce i představa domova, který tradičně představuje útočiště a únik před světem, se změnila. Ke zmatku přispívá i to, že mnohé základní trendy se zdají být protichůdné. Města se zvětšují, ale zároveň dochází k přesunu na venkov a k bydlení na samotě. Chceme se doma cítit v bezpečí a chráněni před okolním světem, přesto ho stále častěji zveme dovnitř prostřednictvím práce a učení na dálku. Technologie se neustále vyvíjejí a zároveň jsme svědky trendu retro stylu a minimalismu.

Náš panel vnese do rozhovoru své různé pohledy a zkušenosti. Společně se pokusí oddělit pomíjivé trendy od trvalých faktorů, které budou určovat, jak budou vypadat a působit domy zítřka. Pocházejí ze světa retailového prodeje, který se stará o každodenní pohodlí a komfort zákazníků. Z pohledu kutilů se podíváme na lidskou touhu vylepšovat své domovy. A z našeho pohledu jako lídra v oblasti sanitárního průmyslu se můžeme podívat na to, jakou roli bude voda i nadále hrát při přeměně čtyř stěn v domov.



**JONAS BRENNWALD**  
LEADER LIXIL EMENA

Jonas nastoupil do společnosti GROHE v roce 2012. Od roku 2020 zastává pozici Leader LIXIL EMENA, kde je zodpovědný za všechny obchodní aspekty značky GROHE.



**KATRIN FRANZEN-LÖHNIG**  
LEADER MARKET RESEARCH LIXIL EMENA

Katrin nastoupila do společnosti GROHE teprve nedávno, v červnu 2022. Dříve pracovala v retailovém sektoru v Německu, kde mimo jiné vedla tým pro průzkum trhu pro známý německý maloobchodní konglomerát.



**GUDY HERDER**  
FUTURISTKA  
INTERIÉROVÝ DESIGN  
A LIFESTYLOVÉ TRENDY

Gudy Herder přednáší o trendech v oblasti interiérového designu a životního stylu na mezinárodních veletrzích, designových akcích a online konferencích. Její přednášky jsou plné společenských a kulturních poznatků, vzorců spotřebitelského chování a revolučních postřehů.



**STEVE COLLINGE**  
GENERÁLNÍ ŘEDITEL IINSIGHT  
RETAIL GROUP

Steve se celou svou kariérou věnuje kutilství a zahradnictví. V roce 2010 založil společnost Insight Retail Group Limited a v následujícím roce spustil webové stránky Insight DIY.

## Masterclass

Hlavním úkolem každého designéřského týmu je pochopit síly, které určují měnící se vkus zákazníků, aby produkty, které vytváří, tyto křivky předvídaly, a ne je následovaly. Ještě předtím, než začnou vizualizovat určitý produkt, věnují mnoho času výzkumu chování lidí a jejich interakce s širším sociálním, kulturním a ekonomickým prostředím. Při navrhování předmětů, které budou lidé používat každý den, je zkrátka nutné vědět něco o všem.

Jedním ze způsobů, jak tento úkol v našem oboru zvládnout, je zaměřit se na hlavní velké trendy, které ovlivňují to, jak si lidé představují a zařizují své domovy. My se zaměřujeme na tři klíčové tzv. megatrendy: urbanizaci, fyzické a duševní zdraví a udržitelnost. Mnoho současných trendů v interiérovém designu lze vysledovat v působení těchto sil.

S rostoucí urbanizací, kdy se stále více lidí stěhuje do měst, je prostor omezen, takže domy musí být kompaktnější. Vnitřní prostory se vzájemně prolínají, takže vybavení, jako jsou baterie a sprchy, je nyní viditelné. Což znamená, že musí být estetické a musí se přizpůsobit celkovému designu domácnosti. Zvýšené povědomí o fyzickém a duševním zdraví znamená, že zákazníci chtějí, aby jejich domácí koupelna byla spíše jakýmsi wellness centrem než jen funkčním prostorem s odpovídajícím vybavením. Je jasné, že způsob, jakým využíváme vzácné zdroje, jako je voda a energie, bude mít velký vliv na udržitelnost naší domácnosti a že produkty do koupelny a kuchyně, které si vybereme, budou hrát důležitou roli.



**PATRICK SPECK**  
LEADER LIXIL GLOBAL DESIGN  
EMENA

Patrick je součástí týmu GROHE od roku 2006. V oddělení designu zastával různé vedoucí pozice a v roce 2018 se stal viceprezidentem pro transformaci designu. V roce 2020 byl Patrick jmenován do své současné funkce.



**CARINA BUHLERT**  
LEADER LIXIL GLOBAL DESIGN  
BRAND ENVIRONMENT

Německo-venezuelská designérka Carina začala svou kariéru jako návrhářka interiérů a poté se začala věnovat muzejnímu a výstavnímu designu. Do společnosti GROHE nastoupila v roce 2018 a na své současné pozici působí od prosince 2020.

## Fact Snack 1

Nejdůležitější osobou v každém podniku je zákazník. Pokud vás vaši stálí zákazníci začnou opouštět, má vaše firma velké problémy. Z toho vyplývá, že prioritou musí být podpora loajality zákazníků vůči vaší společnosti. Pro výrobní firmu, jako je GROHE, je však samotný koncept zákazníka rozdělen. Máme své koncové uživatele, pro jejichž spokojenost jsou naše produkty vytvářeny. Musíme si však přiznat, že většina majitelů domů, správců objektů nebo hoteliérů netráví mnoho času studiem obchodních katalogů, aby si vybrali ty nejlepší sanitární produkty. Tuto práci zadávají svým instalatérům. A právě o tuto komunitu musíme pečovat, pokud chceme, aby naše produkty doporučovala svým klientům.

Ve své prezentaci se Doreen Radis bude zabývat problémy, s nimiž se potýkají instalatéři, a nastíní některé způsoby, kterými se jim jako značka snažíme usnadnit život. Ve světě rostoucí konkurence, a tedy i stále složitějších informací o produktech, je platforma GROHE X neuvěřitelně užitečným nástrojem pro šíření přesných, podrobných a včasných informací, stejně jako pro umístění přehledných výukových videí o široké škále produktů. Vzhledem k tomu, že dodavatelské řetězce jsou pod tlakem, náš věrnostní program GROHE+ zajišťuje, že instalatér má kontakt na společnost GROHE, která mu vždy odpoví. V době celosvětového nedostatku kvalifikovaných pracovníků, který postihuje řemeslníky všude na světě, oslovuje náš vzdělávací a školicí program GIVE studenty technických oborů po celém světě a vytváří novou generaci kvalifikovaných instalatérů.

To jsou jen některé ze způsobů, kterými dáváme komunitě instalatérů najevo, že chápeme jejich postavení, že nám na něm záleží a že si vážíme jejich loajality.



**DOREEN RADIS**  
LEADER CRM & LOYALTY  
LIXIL EMENA

Doreen od ukončení studia na univerzitě úspěšně pracuje v oblasti prodeje a vztahů se zákazníky. Od roku 2020 vede tým řízení vztahů se zákazníky a věrnostní tým společnosti GROHE.

## Fact Snack 2

Některé produkty přesahují rámec pouhé funkčnosti a navazují s uživateli hluboký kontakt. Právě ty se většinou uchytí a stanou se součástí designového prostředí, které obýváme a vstřebáváme téměř bez přemýšlení. Ačkoli se zdá, že existují na podprahové úrovni, jejich vynalézání je záměrné a vyžaduje velké soustředěné úsilí. Vytváření produktů, které prostě „fungují“, je konečnou cílem dobrého designu.

Jedním z takových výrobků, který hrdě označujeme za svůj, je baterie GROHE Eurosmart. Od roku 1999 dělá naše koupelny chytřejšími a uživatelsky přívětivějšími. Důvodem, proč je na trhu tak dlouho, je to, že se mění s dobou a přizpůsobuje se potřebám uživatelů. Jedním z lidí zodpovědných za tento proces pozorování, výzkumu a přizpůsobování je senior designér Jungbeom Han, který se dnes ve své přednášce bude zabývat významem uživatelských poznatků při vymyšlení úspěšných produktů a tím, že inovace nemusí vždy znamenat začít od nuly.



**JUNGBEOM HAN**  
SENIOR DESIGNER LIXIL GLOBAL  
DESIGN EMENA

Jungbeom je strategický designér. Narodil se a vyrostl v Jižní Koreji, v roce 2015 se přestěhoval do Německa. V divizi LIXIL Global Design vede jako senior designér řadu inovativních projektů.

## Fact Snack 3 a zakončení

Jedním z hlavních témat tohoto summitu je, jak budeme žít v budoucnosti. Studium trendů v chování spotřebitelů chceme předvídat poptávku a být připraveni na správné produkty. Jedním z trendů, který je v současné době zřejmý a který ovlivňuje očekávání našich zákazníků, je rostoucí poptávka po produktech, které nám umožňují přizpůsobit si domov podle vlastního vkusu. Lidé chtějí rozmanitost a chtějí ji hned.

Pro výrobní podnik, který vyrábí přesné konstrukční prvky pro domácnost, není jednoduché na tuto poptávku reagovat. Výrobní procesy vyžadují velké investice a je obtížné je rychle přizpůsobit. Naštěstí pro nás pracují lidé, kteří mají na takové věci talent. Náš vedoucí oddělení kategorií Benjamin Kraus nám přiblíží, co obnáší například nabídka našich výrobků v řadě ultramoderních, stylových barev a povrchových úprav.



**BENJAMIN KRAUS**  
LEADER CATEGORIES  
LIXIL EMENA

Benjamin nastoupil do společnosti GROHE v roce 2014 jako seniorní projektový manažer. Sídlí v Düsseldorfu a od července 2021 zastává svou současnou pozici Leader Categories LIXIL EMENA, kde je zodpovědný za sortiment výrobků GROHE.



**YASMINE BLAIR**  
MODERÁTORKA

Yasmine se narodila v Los Angeles a jako dítě se přestěhovala do matčina rodného města, Vídně. Svou televizní kariéru zahájila v roce 2006 a v roce 2009 se přestěhovala do Berlína. Uvádí řadu živých pořadů a firemních programů a zároveň pracuje jako překladatelka a koučka.

# Jak stavět ekologičtější budovy?

Téma udržitelnosti je všudypřítomné, a přesto není konec klimatické krize na dohled. Jak můžeme podporovat udržitelnost jako odvětví i jako jednotlivci? Podívejme se na řešení a projekty, které mají dopad a ukazují, jak lze řešit změnu klimatu.

REGISTRACE

11:00–11:15	<b>ÚVODNÍ PŘEDNÁŠKA</b> SPOLEČNÉ UTVÁŘENÍ UDRŽITELNÉ BUDOUCNOSTI
11:20–11:50	<b>PŘEDNÁŠKA</b> KDYŽ SE LED MĚNÍ VE VODU
12:50–13:20	<b>PANELOVÁ DISKUSE</b> PLANETA V NOUZI: JAK STAVĚT PRO UDRŽITELNÝ ZÍTŘEK?
13:25–13:40	<b>MASTERCLASS</b> UDRŽITELNÁ DOMÁCNOST: MALÉ ZMĚNY, KTERÉ MAJÍ VELKÝ VLIV
13:45–13:57	<b>FACT SNACK A ZAKONČENÍ</b> PRŮKAZ UDRŽITELNOSTI: POSUZOVÁNÍ VLIVU BUDOV NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

## Úvodní přednáška

Druhý den GROHE X Summitu se přesuneme od budoucnosti domů a bydlení k velmi souvisejícímu tématu udržitelnosti. Jonas se s vámi podělí o poznatky o tom, jak značka GROHE bojuje se změnou klimatu tím, že staví své podnikání na hodnotovém řetězci šetřícím zdroje. Kromě toho se blíže seznámí s tím, jak může výrobce podporovat ekologičtější životní styl, a odhalí novou technologii výrobků, která je hnacím motorem zelené transformace portfolia GROHE. Jako vždy bude kladen důraz na způsoby, jak dosáhnout skutečné změny a pozitivních výsledků.



**JONAS BRENNWALD**  
LEADER LIXIL EMENA

Jonas nastoupil do společnosti GROHE v roce 2012. Od roku 2020 zastává pozici Leader LIXIL EMENA, kde je zodpovědný za všechny obchodní aspekty značky GROHE.



**YASMINE BLAIR**  
MODERÁTORKA

Yasmine se narodila v Los Angeles a jako dítě se přestěhovala do matčina rodného města, Vídně. Svou televizní kariéru zahájila v roce 2006 a v roce 2009 se přestěhovala do Berlína. Uvádí řadu živých pořadů a firemních programů a zároveň pracuje jako překladatelka a koučka.

## Přednáška

Tématem Børge Ouslanda je změna klimatu. Tato dnes již přežitá a poněkud ošepaná fráze však nevystihuje dramatičnost toho, čeho byl Børge svědkem – a o čem vám chce vyprávět. Celý život strávil v nejdlehlších a nehostinných oblastech naší planety, kde pozorně sledoval změny životního prostředí způsobené globálním oteplováním a jejich dopady na lidi a zvířata, kteří tam žijí. Jeho snaha podat svědectví o tom, co nazývá „jedinou obyvatelnou planetou, o které víme, že existuje“, v okamžiku jejího ohrožení, dodává jeho příběhům naléhavost. Pokud mu na tom tolik záleží a vystaví se takovému nebezpečí, aby rozšířil své znalosti, nemělo by nám na tom záležet natolik, abychom jednali?

Børge realisticky hodnotí způsobené škody a nebezpečí, kterým čelíme. Nepropadá však panice. Jeho práce, kterou nás upozornil na dopady klimatických změn, je jistě varováním. Pokud však vyslyšíme varování a budeme se jím řídit, pak je tu jistá naděje...



**BØRGE OUSLAND**  
POLÁRNÍ PRŮZKUMNÍK

Børge je posledním z dlouhé řady neohrožených objevitelů, kteří jsou ve svém rodném Norsku oslavováni jako národní hrdinové. Časopis National Geographic označil jeho nedávnou výpravu za „nejdůležitější polární expedici moderní doby“.



## Panelová diskuse

Stavebnictví se ocitá v centru všech diskusí o udržitelnosti z toho prostého důvodu, že se na něm podílí přibližně polovinou celosvětové těžby zdrojů. Protože je tak velkou součástí problému, má zásadní význam pro jakékoli možné řešení. Vzhledem k obrovskému rozsahu tohoto problému je jasné, že změna bude muset být mnohostranná. Obecně řečeno, projektanti a architekti budou muset rozšířit své vize, dodavatelé a inženýři budou muset provést revoluci v materiálech a metodách a tvůrci politik budou zodpovědní za vytvoření účinných regulačních a certifikačních systémů.

Pro dnešní přednášku jsme shromáždili odborníky, kteří jsou schopni poskytnout informované názory ze všech těchto úhlů pohledu. Jejich zkušenosti z různých oborů by jim měly umožnit vytvořit realistický obraz toho, jak budou vypadat a vznikat budovy budoucnosti. Zdá se, že v oblasti architektury a designu bude muset dojít k celkové změně uvažování. Jak to bude vypadat? A podaří se díky alternativním stavebním metodám a důrazu na optimalizaci zdrojů a oběhové hospodářství dosáhnout potřebných úspor?



### GERHARD STURM

LEADER COMMERCIAL  
DEVELOPMENT LIXIL EMENA

Gerhard nastoupil do společnosti GROHE v roce 2016 na pozici marketingového ředitele a předtím sbíral zkušenosti v marketingových a manažerských pozicích u předních světových značek. Má na starosti všechny aspekty marketingu společnosti GROHE, od produktového portfolia až po prodejní akce.



### PAULINA GODFREY

SENIOR DIRECTOR PRO OBLAST  
ENERGETIKY A ŽIVOTNÍHO  
PROSTŘEDÍ – EVROPA, STŘEDNÍ  
VÝCHOD A AFRIKA

Paulina se stará o část „E“ ze skóre ESG, které vyjadřuje udržitelnost firmy, pro řetězec hotelů Hilton v regionu EMEA. Paulina připravuje celou firmu na přechod k uhlíkové neutrálnímu provozu a její vášní je motivace jednotlivých zaměstnanců k udržitelnějšímu jednání.



### THOMAS RAU

ARCHITEKT A ZAKLADATEL  
TURNTOO AND RAU

Amsterdamský architekt Thomas Rau je známý svým odvážným myšlením a inovacemi. Lidstvo považuje za dočasnou přítomnost na naší planetě, kterou je však třeba usnadnit promyšleným designem.



### ANNA-VERA DEINHAMMER

VEDOUcí ODDĚLENÍ  
MEZINÁRODNÍCH ZÁLEŽITOSTÍ  
A OBCÍ, OGNI

Anna-Vera je odbornicí na ekologické stavebnictví a oběhové hospodářství. Jako ředitelka pro cirkulární města a regiony v rakouském Fóru pro cirkulární ekonomiku se zaměřuje na vytváření zdravého a obyvatelného zastavěného prostředí.

## Masterclass

Ovlivnit chování veřejnosti není snadné. Protože jakákoli výzva ke změně našich zvyklostí se vždy setká s podezřením, že naše úsilí je zbytečné, pokud se k němu nepřipojí všichni. Jak vědí úspěšní designéři jako Patrick a Duarte, aby nápad nebo produkt změnil pravidla hry, musí se objevit v okamžiku, kdy dostatečný počet lidí identifikuje potřebu, a musí být dostatečně atraktivní, aby je přiměl k pozitivní akci.

Udržitelnost v domácnosti je dnes populární téma. Jestli někdy nastala doba, kdy lidé přemýšlejí stejně a chtějí, aby naše domácnosti byly efektivnější, úspornější a ekologičtější, je to právě teď. Naštěstí se na trhu již nějakou dobu objevují produkty, které na toto společné volání reagují. Naši designéři se zabývají vytvářením produktů, které způsobí revoluci v našich domácnostech, od koupelnových baterií, které ve střední poloze páky spouštějí jen studenou vodu, abyste nemuseli při každém čištění zubů zapínat bojler, přes splachovací nádržky, které snižují spotřebu vody, až po filtrační systémy, které eliminují plastovou balenou vodu a plastový odpad.

Veřejné chování je skvělé v tom, že jakmile se jednou začne šetřit, úspory budou obrovské – jak pro jednotlivé domácnosti, tak pro celou společnost – a pozitivní dopady dalekosáhlé.



### PATRICK SPECK

LEADER LIXIL GLOBAL DESIGN  
EMENA

Patrick je součástí týmu GROHE od roku 2006. V oddělení designu zastával různé vedoucí pozice a v roce 2018 se stal viceprezidentem pro transformaci designu. V roce 2020 byl Patrick jmenován do své současné funkce.



### DUARTE SALVADOR

LEADER LIXIL GLOBAL DESIGN  
– CREATIVE DIRECTION  
LIXIL EMENA

Duarte pracuje ve společnosti GROHE od roku 2014, začínal jako produktový designér a v roce 2018 se stal kreativním ředitelem designového studia GROHE. Jeho práce byla oceněna několika mezinárodními cenami za design.

## Fact Snack a zakončení

---

Mají-li se ekologické budovy stát široce rozšířenou realitou, musí být široce dostupné podrobné a přesné údaje o každém prvku, který je součástí jejich konstrukce. Velkým tématem dnešní doby jsou environmentální prohlášení o produktu (EPD). Jedná se o transparentní „průkazy“, které zveřejňují údaje o jednotlivých produktech od surovin použitých při jejich výrobě až po podrobnosti o způsobu likvidace nebo recyklace na konci životnosti. Ty významně pomohou architektům a projektantům při posuzování dopadu jejich projektů na životní prostředí, a to jak během jejich výstavby, tak po celou dobu jejich životnosti.

Na pozici Leader Commercial Regulation ve společnosti LIXIL EMENA je Tomas Kvillström zodpovědný za to, aby každý výrobek GROHE splňoval obchodní předpisy na všech trzích, kde prodáváme. Uznává, že je naléhavě nutné, aby celá architektonická a projekční komunita a její dodavatelé transparentně posuzovali celkový dopad svých budov na životní prostředí. Vzhledem k tomu, že stavební průmysl tvoří 40 % celosvětových emisí CO<sub>2</sub>, taková změna se nabízí. Pokud ve vaší zemi ještě nejsou EPD zákonným požadavkem, brzy se tak stane.



**TOMAS KVILLSTRÖM**  
LEADER COMMERCIAL  
REGULATION LIXIL EMENA

Během šesti let, které strávil ve společnosti GROHE, pracoval Tomas na technických vlastnostech našich výrobků a na získávání regulačních schválení. V současné době vede práci společnosti GROHE na environmentálních prohlášeních o produktech.



**YASMINE BLAIR**  
MODERÁTORKA

Yasmine se narodila v Los Angeles a jako dítě se přestěhovala do matčina rodného města, Vídně. Svou televizní kariéru zahájila v roce 2006 a v roce 2009 se přestěhovala do Berlína. Uvádí řadu živých pořadů a firemních programů a zároveň pracuje jako překladatelka a koučka.

# Voda jako cesta ke všímavosti?

Význam fyzického zdraví a duševní pohody roste. Jak ale můžeme vytvořit prostory, které na nás budou mít pozitivní vliv? A jakou roli v tom hraje voda?

REGISTRACE

11:00–11:15	<b>ÚVODNÍ PŘEDNÁŠKA</b> SÍLA VODY
11:20–11:50	<b>PŘEDNÁŠKA</b> ELIXÍR ŽIVOTA
12:50–13:20	<b>PANELOVÁ DISKUSE</b> VLIV PROSTŘEDÍ KOLEM NÁS: JAK POMOCI VYSTRESOVANÉMU SVĚTU POMOCÍ OZDRAVNÉ ARCHITEKTURY?
13:25–13:40	<b>MASTERCLASS</b> OSOBNÍ OKAMŽIKY BLAHA: DESIGN PRO VAŠE SMYSLY
13:45–13:55	<b>FACT SNACK</b> ZÁKAZNÍK V ROLI TVŮRCE: VODNÍ ZÁŽITKY NA MÍRU
13:55–14:05	<b>SHRnutí A ROZLOUČENÍ</b> ZÁVĚR GROHE X SUMMITU

## Úvodní přednáška

Poslední den summitu se celkové téma „Péče o vodu“ mění a my se podíváme na to, jak se voda stará o nás. Jonas se bude dále zabývat nehmotnými přínosy vody a zjistí, jaké druhy architektury mohou uklidnit naše unavená těla a neklidné duše. Voda samozřejmě vždy hrála roli v prostorách určených k duchovní a fyzické obnově, jak by tomu mohlo být v budoucnu? Společně se svým kolegou Karlem představí Jonas naši novou podznačku, která zahrnuje výrobky vyvinuté pro zlepšení pohody a pocitu sebe sama, protože domácí koupelna se mění v osobitě útočiště.

Domácí wellness a koupelny na míru spolu s produkty, které je vytváří, jsou již nyní středem našeho zájmu a jejich význam bude i nadále růst v souladu s rostoucím trendem zdraví a duševní pohody. S vodou samozřejmě souvisí i témata péče o nás samotné, o naše životní prostředí a o přírodu.



**JONAS BRENNWALD**  
LEADER LIXIL EMENA

Jonas nastoupil do společnosti GROHE v roce 2012. Od roku 2020 zastává pozici Leader LIXIL EMENA, kde je zodpovědný za všechny obchodní aspekty značky GROHE.



**KARL LENNON**  
LEADER GROHE SPA  
LIXIL EMENA

Jako Leader Projects Channel A & D spolupracoval Karl s architekty a projektanty na specifikacích více než šest let. Od ledna 2023 je zodpovědný za novou podznačku GROHE SPA.



**YASMINE BLAIR**  
MODERÁTORKA

Yasmine se narodila v Los Angeles a jako dítě se přestěhovala do matčina rodného města, Vídně. Svou televizní kariéru zahájila v roce 2006 a v roce 2009 se přestěhovala do Berlína. Uvádí řadu živých pořadů a firemních programů a zároveň pracuje jako překladatelka a koučka.

## Přednáška

Náš vztah k vodě jako živočišného druhu lze jen těžko přecenit. Často se poukazuje na to, že stejně jako planeta, kterou obýváme, jsme tvořeni převážně vodou. Příběh evoluce, jehož jsme poslední kapitolou, začal v mořích. V děložce se vznášíme v plodové vodě. Bez vody nemůžeme metabolizovat potravu ani přenášet kyslík v těle. Bez jídla vydržíme mnohonásobně déle než bez pití.

Náš vnější vztah k vodě je samozřejmě hluboký a složitý. Často se tak stále pohybujeme po naší planetě. Je zdrojem energie. Její přítomnost zůstává základní podmínkou pro zemědělství, které nás živí. Na oteplující se a vysychající planetě je to snad nejcennější zdroj, který máme.

Doktorka Healey chce ve své přednášce prozkoumat tuto lidskou závislost na vodě. Bude se také zabývat tím, jak jsme v moderním životě ztratili kontakt s vodou, stejně jako s jinými aspekty přírodního světa. Větší uvědomění si vody a jejích životodárných vlastností by přivedlo otázku životního prostředí více do centra našeho společného myšlení.



**DR. BETH HEALEY**  
VEDOUCÍ LÉKAŘ – BLUE ABYSS

Beth pracuje pro NHS ve Velké Británii jako lékař pohotovostní medicíny a zároveň jako člen lékařských a logistických podpůrných týmů výzkumných projektů na Sibiři a v Grónsku. Pro Evropskou vesmírnou agenturu pracovala jako doktorka výzkumu v rámci projektu „Bílý Mars“.

## Panelová diskuse

Většina z nás zažívá v určitých obdobích stres. Část stresu je sice důsledkem našich vlastních obav a myšlenkových pochodů, ale velkou část nám vnucuje naše okolí. V každodenním životě jsme vystaveni bezpočtu vizuálních a sluchových podnětů. Dokonce i pouhý pobyt ve veřejném nebo společenském prostoru byl donedávna důvodem k obavám. Může být tedy zastavěné prostředí navrženo tak, aby zmírnilo náš stres a podpořilo uzdravení?

Dnešní panelová přednáška vychází z možnosti skutečně ozdravné architektury. Veřejné prostory byly od nepaměti vytvářeny s ohledem na vznešené ideály. Vzpomeňte si na velké katedrály, které byly postaveny tak, aby v návštěvnicích vyvolávaly úctu a náladu rozjímání. Ale dalo by se říci, že jsou určeny k tomu, abychom se cítili dobře? Jak by měl vypadat prostor vytvořený pro posílení osobního naplnění?

Náš panel přistupuje k této otázce z hlediska svých vlastních odborných znalostí, ať už se zabývá vlivem správného druhu výrobků na naši pohodu, nebo se soustředí na estetický dopad určitého designového schématu. Budou se také zabývat pozitivními i negativními vlivy, které může mít naše okolí na naše zdraví. Bude se diskutovat o praxi všímavosti a o prostoru, který by mohl usnadnit stav všímavosti.

V architektuře a designu se nacházíme ve chvíli, kdy se lidé určitě více ptají na prostory, které obývají, a to jak veřejné, tak soukromé, a odpovědi budou zajímavé.



### KARL LENNON

LEADER GROHE SPA  
LIXIL EMENA

Jako Leader Projects Channel A & D spolupracoval Karl s architekty a projektanty na specifikacích více než šest let. Od ledna 2023 je zodpovědný za novou podznačku GROHE SPA.



### TINA NORDEN

PARTNER PRINCIPAL CONRAN  
A PARTNEŘI

Tina je interiérová designérka a architektka, jejíž portfolio zahrnuje mnoho oblastí, od designu hotelů a restaurací až po luxusní rezidenční a butikové maloobchodní projekty. Tina pracuje ve společnosti Conran and Partners od roku 1997 a v roce 2016 se stala členkou představenstva.



### DR. ALAN DILANI

DOKTOR ARCHITEKTURY /  
VEŘEJNÉHO ZDRAVÍ

Alan je světovou autoritou v oblasti interdisciplinárního výzkumu interakce mezi designem a zdravím. Je zakladatelem Mezinárodní akademie pro design a zdraví a časopisu World Health Design.



### LIONHEART

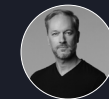
VŠESTRANNÝ UMĚLEC, BÁSNÍK  
A MODERÁTOR BBC RADIO  
LONDON

Rhael „LionHeart“ Cape Hon FRIBA je všestranný umělec, básník a moderátor londýnského rádia BBC. Byl jedním z prvních přidružených umělců Royal Albert Hall po více než 150 letech a také prvním rezidenčním básníkem v Saatchi Gallery. Je čestným členem Královského institutu britských architektů (RIBA) za přínos architektuře.

## Masterclass

Jednou z nejvýraznějších změn poslední doby je vnímání domova jako osobního útočiště. Místnost, která se musela nejvíce přizpůsobit nové roli wellness prostoru, je koupelna. Už to není sterilní, funkční místnost, ale jakési soukromé domácí lázně. V této mistrovské třídě se naši odborníci Patrick a Begüm zabývají tím, jak lze proces navrhování zaměřit na vytváření produktů, které se s uživatelem skutečně propojí na smyslové úrovni. Velkou část tohoto procesu samozřejmě tvoří vytváření produktů, které lze personalizovat a přizpůsobit specifickému vkusu a stylu zákazníka. Prostor nemůže být výjimečný a skutečně „váš“, pokud je příliš podobný prostoru ostatních.

S tím, jak se zlepšují technologie a naše výrobní procesy mohou stále hospodárněji uspokojovat poptávku po rozmanitosti a přizpůsobivosti našich výrobních řad, se takové personalizované výrobky, které jsou v současnosti považovány za luxus, dostanou na dosah stále většímu počtu spotřebitelů. Koupelnová revoluce je teprve na začátku.



### PATRICK SPECK

LEADER LIXIL GLOBAL DESIGN  
EMENA

Patrick je součástí týmu GROHE od roku 2006. V oddělení designu zastával různé vedoucí pozice a v roce 2018 se stal viceprezidentem pro transformační design. V roce 2020 byl Patrick jmenován do své současné funkce.



### BEGÜM TOMRUK

LEAD DESIGNER  
LIXIL GLOBAL DESIGN  
EMENA

Begüm pracuje ve společnosti GROHE od roku 2015 a v červnu 2021 byla povýšena do role vedoucího designéra. Má silné zázemí v oblasti průmyslového designu a zkušenosti s multidisciplinárními projekty.

## Fact Snack

V příštích letech bude naším motorem podnikání umožnění zákazníkům vytvářet si vlastní prostory. Viděli jsme, jak se domov mění v zónu sebevyjádření a péče o sebe. Kuchyně je stále častěji místem pro společné chvíle, zatímco koupelna je soukromým útočištěm, kde lze objevovat pečující sílu vody. Abychom využili rostoucí poptávku spotřebitelů po kreativě, budou muset být naše produkty pro kuchyně a koupelny schopny vyjádřit tuto estetickou potřebu, případně touhu po projektu, který vytvoří v prostoru pocit domova.

Je třeba brát ohled nejen na naše koncové zákazníky. Naši profesionální partneři chtějí produkty a služby, které odpovídají měnícím se potřebám jejich podniků a umožňují jim doporučit nás svým klientům s naprostou jistotou. Naše dvě expertky Dana a Emanuela nás seznámí s měnícím se trhem a podívají se na způsoby, jakými se vzájemně ovlivňují požadavky spotřebitelů a profesionálních zákazníků.



### KARL LENNON

LEADER GROHE SPA  
LIXIL EMENA

Jako Leader Projects Channel A & D spolupracoval Karl s architekty a projektanty na specifikacích více než šest let. Od ledna 2023 je zodpovědný za novou podznačku GROHE SPA.



### EMANUELA TAVOLINI

LEADER GROHE PROFESSIONAL  
LIXIL EMENA

Emanuela pracuje ve společnosti GROHE již dva roky. Má více než 20 let zkušeností s řízením prodeje a marketingu v oblasti luxusního designu a koupelen.



### DANA GÖTTE

LEADER GROHE QUICKFIX  
LIXIL EMENA

Dana zahájila svou kariéru ve společnosti GROHE v roce 2012 jako manažerka korporátního rozvoje. V průběhu let byla zodpovědná za klíčové zákazníky společnosti GROHE ve střední Evropě, zavedení organizace GROHE International Key-Account Management a také za implementaci nového systému CRM.

## Shrnutí a rozloučení

V uplynulých třech dnech jsme se věnovali našemu tématu „Péče o vodu“ z mnoha úhlů pohledu. Na vodu jsme se dívali jako na zdroj, který je třeba odvádět a spravovat prostřednictvím námi vytvořeného prostředí, protože náš způsob života se v průběhu času vyvíjí. Hodně jsme také přemýšleli a diskutovali o problémech udržení našeho přírodního prostředí, v němž jsou naše oceány a řeky původním zdrojem života, aby nás mohly udržet i v budoucnosti. A na závěr jsme se zaměřili na to, jak by mohlo pokračovat uznávání vody jako zdroje tělesné a duševní pohody a zároveň podporovat větší respekt k naší planetě a jejím zdrojům.

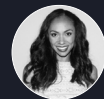
Na závěr summitu shrne Jonas Brennwald mnoho podnětných příspěvků, které jsme slyšeli, a nabídne své vlastní úvahy o tomto životně důležitém dialogu.



### JONAS BRENNWALD

LEADER LIXIL EMENA

Jonas nastoupil do společnosti GROHE v roce 2012. Od roku 2020 zastává pozici Leader LIXIL EMENA, kde je zodpovědný za všechny obchodní aspekty značky GROHE.



### YASMINE BLAIR

MODERÁTORKA

Yasmine se narodila v Los Angeles a jako dítě se přestěhovala do matčina rodného města, Vídně. Svou televizní kariéru zahájila v roce 2006 a v roce 2009 se přestěhovala do Berlína. Uvádí řadu živých pořadů a firemních programů a zároveň pracuje jako překladatelka a koučka.

Přednášky a panelové diskuse GROHE X Summit budou simultánně tlumočeny do němčiny, polštiny, češtiny, italštiny, francouzštiny, španělštiny, ruštiny, turečtiny, arabštiny a portugalštiny.

Pro poslech překladu doporučujeme použít druhé okno prohlížeče nebo druhé zařízení, například chytrý telefon nebo tablet. Otevřete odkaz v požadovaném jazyce. Odkazy najdete přímo pod videem.

Workshopy Masterclass a informativní Fact Snacks budou rovněž přeloženy do němčiny.

Kromě toho nabídneme pro workshopy Masterclass a informativní Fact Snacks titulky v následujících jazycích: němčina, holandština, polština, čeština, italština, francouzština, španělština, portugalština, ruština, arabština a turečtina.

Jazykové nastavení můžete změnit pomocí tlačítka „CC“ v pravém spodním rohu videopřehrávače.

REGISTRACE