

100% office

журнал 100% OFFICE [100% ОФИС] 5/2008

интерьер
+ д у з а ъ н

офис будущего

тренды, прогнозы, сценарии

корпорации-бренды

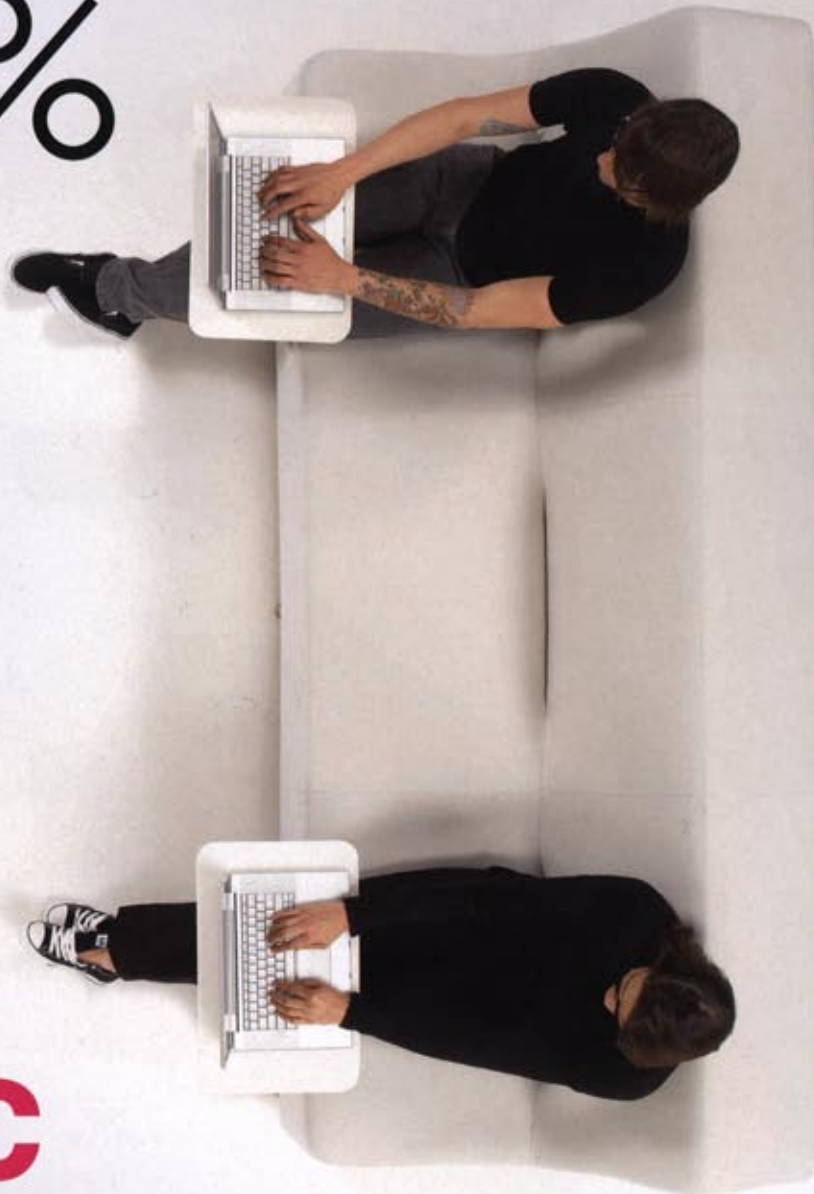
Virgin Mobile, Engine Group, WGV

кабинет руководителя

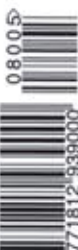
5 героев нашего времени

модно и вкусно

11 вариантов дизайна кафе



ISSN 1812-9390



9 771812 939000



WGV INSURANCE GROUP

проект Ippolito fleitz group
архитекторы Гунтер Флейц,
Петер Ипполито
заказчик WGV insurance
group
площадь 1000 кв. м
реализация 2008

authors Ippolito fleitz group
architects Gunter Fleitz,
Peter Ippolito
client WGV insurance group
total area 1000 sqm
completed 2008



В зале для работы с клиентами нет перегородок. Их функцию выполняют столы из крашеного гипсокартона, обтянутые перфорированной кожей, сделанные по эскизам архитекторов компанией Baierl & Demmelhuber. Специальные акустические панели обеспечивают звукоизоляцию в помещении. Кресла Sedus.

In the room for working with clients there are no partitions. Their role is played by tables of painted plasterboard lined with perforated leather, specially made to designs by architects at Baierl & Demmelhuber. Special acoustic panels ensure that the room is properly soundproofed. The chairs by Sedus.



Переговорные — важная составляющая работы с клиентами. Нужно было оставить их в едином пространстве и вместе с тем изолировать. Так в офисе появились «острова»: круглые кабины с раздвижными панелями из перфорированного акрилового стекла.

The meeting rooms are an important part of working with clients. The brief called for them to be in the same room and yet separate from one another. The solution was these 'islands' — circular cabins with sliding panels of perforated acrylic glass.

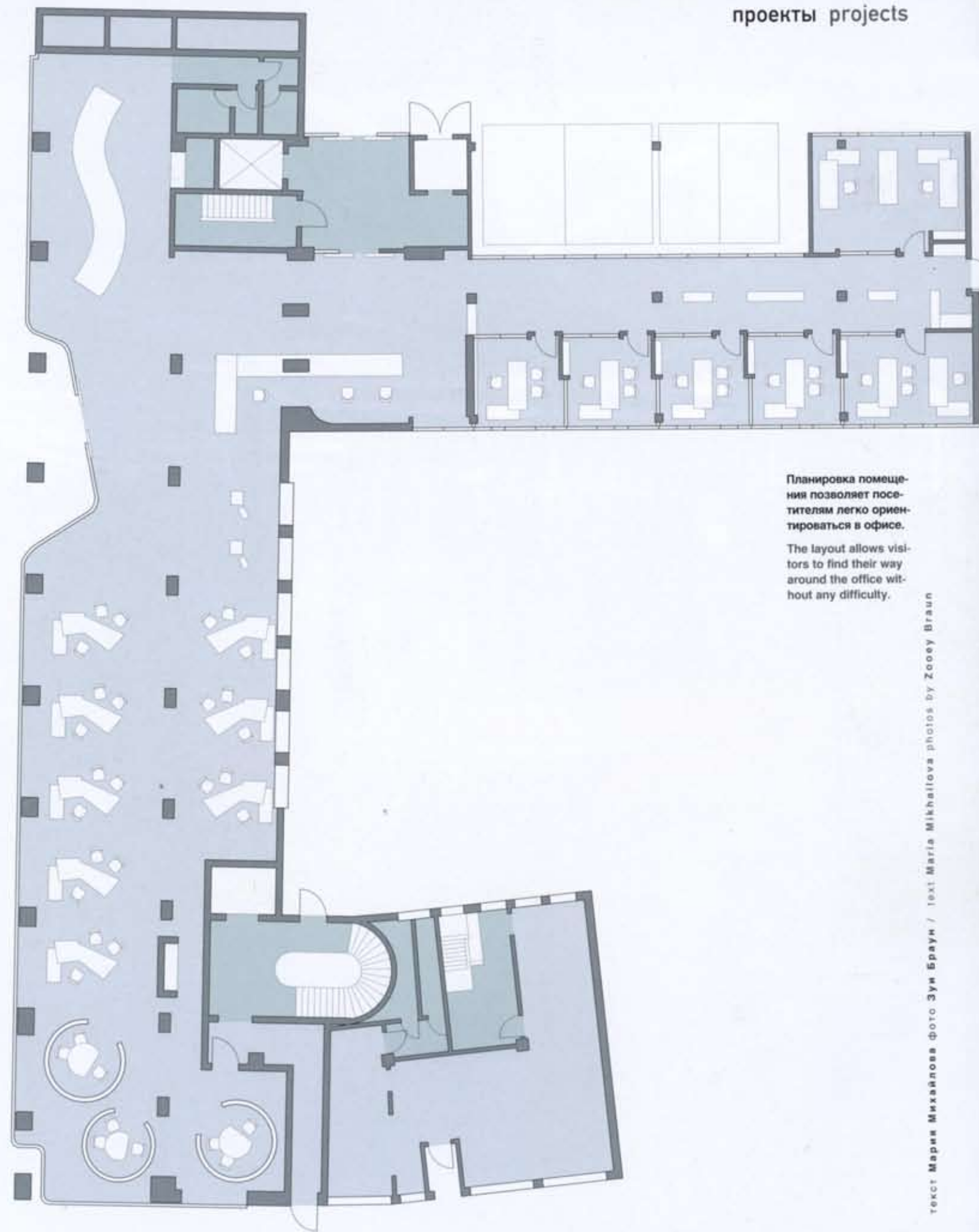


Страховая группа WGV полностью обновила свою штаб-квартиру в Штутгарте. Весь первый этаж площадью 1000 кв. м был отдан под центр обслуживания клиентов. Перед архитекторами стояла задача сделать его максимально открытым городу. И создать необычный имидж, способный привлечь внимание проходящих мимо людей. Наружные стены заменили стеклом: то, что происходит в офисе, теперь видно и с улицы. Такое решение символизирует прозрачность бизнеса, его открытость новым контактам. Просматриваются и оригинальной формы столы, выполненные на заказ, и круглые. Внутри все постарались сделать функциональным и удобным, продумав каждую зону до мелочей. Расположили в зоне ожидания большой диван, сделали удлиненные переговорные.

WGV insurance group has completely renovated its headquarters in Stuttgart. The 1000 m² ground floor has been given over for use as a service centre for clients. The architects were asked to make this area as open as possible to the city — and to create an image that would attract the attention of passers-by. The outer walls have been replaced with glass. This design approach symbolizes the transparency of the business. From the outside it is possible to see the circular tables of original design. Inside, the priority was maximum comfort; each zone has been thought out down to the last detail. The waiting area features a large sofa. There are also secluded meeting rooms.

Входная зона. Стена с подсветкой за стойкой рецепции окрашена в корпоративные цвета. Клиенты могут уточнить необходимую информацию на компьютерах. Светильники Selux.

The entrance area. The wall behind reception desk is in WGV's corporate colours. Clients use the computers to seek some info. The lamps are by Selux.



Планировка помещения позволяет посетителям легко ориентироваться в офисе.
The layout allows visitors to find their way around the office without any difficulty.

текст Мария Михайлова фото Зуи Браун / text Maria Mikhailova photos by Zooey Braun

WGV INSURANCE GROUP/ENGINE GROUP



Федор Ращевский, главный архитектор проектов департамента интерьеров, ABD architects.

Fedor Rashchevsky, Senior Interior Designer, ABD architects.

WGV Insurance Group Функционально офис разделен на две зоны — клиентскую и рабочую — с применением эффектного приема interiorscape: создан подиум-галерея, откуда можно войти в немногочисленные кабинеты. Interiorscape (по аналогии с landscape) — один из самых актуальных и грамотных способов зонирования офисного интерьера, который, несмотря на свою простоту, у нас, к сожалению, не очень востребован. Большая часть полезной площади — пространство взаимодействия. Рабочие места по-настоящему «трехмерны»: в прямом смысле слова вырастают из пола и врастают в потолок, выполняя не только функцию рабочей поверхности, но и ширмы, отделяющей работника от остекленного фасада. Если говорить о форме, то чувствуется органическая тенденция, которую уравновешивают простыми объемами. В данном случае это выделенные темным материалом колонны и круглые подиумы с переговорными местами. Колористика интерьера сдержанна и графична, что позволяет ему сохранять строгость и рациональную деловитость при всем буйстве «органических» форм. Архитекторы блестяще справились с задачей объемно-пространственными средствами выразить ключевые идеи современной компании, показать высокий статус и престижность. И это было сделано без использования традиционных для отечественного заказчика материалов: дерева (орех, дуб), мрамора, гранита. На Западе, особенно в США, кстати, такие консервативные материалы характерны в основном для офисов юридических компаний, старающихся подчеркнуть свою историю и надежность. Россия не исключение. Однако у нас эти семена упали на благодатную почву ностальгии по «горкомовским» интерьерам. Вот и доходит до абсурда: в суперсовременном офисном здании возникает такой дубово-филенчатый имплант...

Engine Group Архитекторы применили так называемое вертикальное функциональное зонирование: рабочие зоны сконцентрированы на одном этаже, а клиентские — на другом, что позволяет грамотно распределить потоки посетителей и сотрудников. Планировка рабочего этажа проста и функциональна: ядро здания максимально насыщено вспомогательными помещениями, а периметр освобожден для открытого офиса, разделенного островками из систем хранения. Как и в первом проекте, снова использован прием interiorscape. Клиентский этаж на 40% отдан под кафе-бар, где, в свою очередь, выделены зоны переговоров и командной работы. Они находятся на круглых подиумах, поднятых над общим уровнем пола. Как стандарт в современных западных клиентских зонах присутствуют многофункциональные переговорные комнаты, разделенные мобильными перегородками.

WGV Insurance Group Functionally, the office is divided into two zones — for clients and employees — using the visually striking device of the interiorscape with a podium/gallery giving onto the small number of private offices. Interiorscape (by analogy with landscape) is one of the most fashionable and most effective ways of zoning an office interior, but, for all its simplicity, is regrettably little used in Russia. Most of the useable space is space for interaction and cooperation. The workplaces are truly 'three-dimensional': they literally grow out of the floor and merge with the ceiling, serving not just as work-surfaces but also as screens separating employees from the glazed facade. When it comes to shape, we sense an organic tendency balanced by simple shapes. In the present case, this is the columns picked out by dark material and the circular podiums used as meeting places. The colour scheme for this interior is restrained and graphic — which means that discipline and a businesslike atmosphere can be preserved in spite of the riot of 'organic' forms. The architects have coped brilliantly with the task of using three-dimensional means to express the key ideas of a modern company and show its high status and prestige. And this has been done without the use of materials that are traditional for the Russians — wood, marble, or granite.



Федор Ращевский показывает, как в корпоративном интерьере хорошая архитектура может подчеркнуть ценности бренда современной компании.
Fedor Rashchevsky shows how good architecture in a corporate office interior can underline the brand values of a modern company.

фото Зуи Браун / Гарет Гарднер / photo by Zooney Braun / Gareth Gardner



Стилистически офис выдержан в одном из самых трендовых на данный момент направлений мирового дизайна и архитектуры — Organic. Сразу вспоминаются формы олимпийского стадиона в Пекине, павильон «Гласкох» в Бад-Дрибурге и многие другие оригинальные объекты. Нерегулярность кривых, плавная пластичная поверхность как нельзя лучше символизируют динамичность, прогрессивность, подвижность, то есть те самые образы, которые большинство компаний заявляют в качестве своих ключевых! Несмотря на это, в проекте четко присутствует чувство меры в формотворчестве: изгибы уравновешены стабильными кольцами светильников и подиумов, разноцветными прямоугольниками диванов. Цветовое решение пространства так же логично и по-хорошему «модно»: нейтральный белый фон для ярких цветных пятен мебели. Грамотно именно то, что сложные формы сделаны в белом, а простые брутальные объемы диванов, наоборот, яркие и цветные, в гамме 1980-х! Рабочие зоны вовсе выполнены в черно-белой гамме с небольшими вкраплениями красных диванов в зонах неформального общения. Некоторое удивление в проекте, пожалуй, вызывают только хромированные колонны, более подходящие для дискотеки курортного отеля. В целом, как архитектуру интерьерных проектов, хочется отметить открытость, чистоту и функциональность обоих проектов. Приятно, что смелость и яркость образов и решений правильно восприняты клиентом и позволили сделать архитекторам прекрасные работы! Офисное пространство выглядит свежим, креативным, провоцирует положительные и творческие эмоции у сотрудников и посетителей, а не унылую уютную дремоту...

The Engine Group The architects have here employed so-called vertical functional zoning: the work areas are concentrated on one floor and the client areas on another. The layout of the work floor is simple and functional: the core of the building is packed with services spaces while the perimeter has been kept clear for an open-plan office, which is divided by islands consisting of storage systems. As in the first project, use has been made of the interiorscape approach. 40% of the floor for clients is accounted for by a cafe bar, in which, in its turn, there are specially delineated areas for meetings and teamwork. These are on round podiums that are raised above the general floor level. As you would expect to find in the client area of a modern Western office, there are multifunctional meeting rooms separated by mobile partitions. Stylistically, the office is an example of what is at the moment one of the trendiest styles in world design and architecture — Organic. The irregular curves and flowing plastic surface are an ideal symbol of dynamism, progressiveness, and flexibility. In spite of this, the design has a clear sense of proportion in its approach to form creation: the curves are balanced by the stable rings of the lamps and podiums and by rectangular sofas in different colours. The colour scheme is logical and 'fashionable' in exactly the right way: a neutral white background offsets bright spots of colour. What is especially well thought-out here is that the complex forms are in white while the simple shapes of the sofas are brightly coloured in shades from the 1980s! The work zones are in black and white with small inserts of colour. The only surprising part of this project is the chromed columns, which would be more appropriate in a disco in a seaside hotel. In general, I would like to draw attention to the openness, purity, and functionality of both designs. The clients have reacted in the right way to the boldness and brightness of the images and solutions and allowed their architects to create these beautiful projects! These offices look fresh and creative, and they will stimulate positive and creative emotions in employees and visitors ...

Зона ожидания для клиентов страховой компании WGV.
•Входная зона в офисе Engine Group.

The waiting area for clients at WGV insurance company. •The entrance area at the Engine Group office.