

treść content

AMSTERDAM INTRO 4

HOTELE HOTELS	H	14
RESTAURACJE, KAWIARNIE RESTAURANTS, CAFÉS	R	20
SKLEPY STORES	S	30
BARY, KLUBY BARS, CLUBS	B	38
SZTUKA/ARCHITEKTURA ART/ARCHITECTURE	A	46

CENTRUM

INTRO		56
RESTAURACJE, KAWIARNIE RESTAURANTS, CAFÉS	R	58
SKLEPY STORES	S	64
BARY, KLUBY BARS, CLUBS	B	80
SZTUKA/ARCHITEKTURA ART/ARCHITECTURE	A	84

JORDAAN WESTERPARK

5

INTRO		96
HOTELE HOTELS	H	98
RESTAURACJE, KAWIARNIE RESTAURANTS, CAFÉS	R	104
SKLEPY STORES	S	112
BARY, KLUBY BARS, CLUBS	B	122
SZTUKA/ARCHITEKTURA ART/ARCHITECTURE	A	128

OULD ZUID OULD WEST DE PIJP OOST

9

INTRO		134
HOTELE HOTELS	H	136
RESTAURACJE, KAWIARNIE RESTAURANTS, CAFÉS	R	140
SKLEPY STORES	S	146
BARY, KLUBY BARS, CLUBS	B	150
SZTUKA/ARCHITEKTURA ART/ARCHITECTURE	A	156

NOORD EASTERN DOCKLANDS WESTERN DOCKLANDS KNSM

130

+ 161

i 167

INDEX 168

PLUSY

16

 **BARCELONA**
 **PRAGA**
 **MEDIOLAN**
 **PARYŻ**
 **AMSTERDAM**
BRUKSELA
ANTWERPIA
BERLIN
MARRAKESZ
MADRYT
TEL AWIW
STAMBUŁ
BUDAPESZT
RZYM
LIZBONA
WIEDEŃ

Lubię przewodniki turystyczne. Są za-
powiedzią i obietnicą nowej przygody.
Dlatego nie mogą być czysto informa-
cyjne, techniczne, beznamienne. Muszą
przedstawiać świat pełen życia, emocji,
cudzoziemskiej ekspresji. „In” to ma, na
dodatek w bardzo atrakcyjnej formie,
która nie gubi swojej funkcji.

I'm fond of guidebooks. They are the
harbinger and promise of a new adven-
ture: that's why they can't just be infor-
mational, technical and unemotional.
They have to depict a world which is full of
life, emotions and foreign expression. „In”
has all of this, plus a very attractive format
which manages to retain its function.