

MADE

MAGAZIN FÜR ARCHITEKTUR & DESIGN
Juli 2013



- PORTRÄT – Die Kristallmanufaktur Theresienthal zwischen Tradition und Zukunft
- DACHAUFBAUTEN – Gelungene Räume mit Ausblick
- INTERVIEW – Martin Roth, der Museumsdirektor des Londoner Victoria and Albert Museums im Gespräch

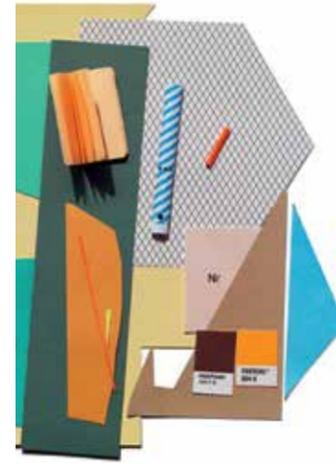
**Zentrale Steuerung mit den Gira Control Clients**

Licht, Heizung und Jalousien automatisch steuern, Musik in alle Räume verteilen, sämtliche Elektrogeräte mit nur einem Tastendruck ausschalten: Der Gira HomeServer macht Gebäude komfortabler, sorgt für mehr Sicherheit und hilft gleichzeitig beim Energiesparen. Er steuert alle Funktionen der KNX/EIB Installation und integriert Türsprechanlagen, Multimedia-Systeme, Kameras, Haushaltsgeräte und vieles mehr nahtlos in die Gebäudesteuerung.



Als zentrale Bediengeräte für den Gira HomeServer dienen die Gira Control Clients. Über brillante Touchdisplays ermöglichen sie eine komfortable Steuerung der gesamten Gebäudetechnik mit nur einem Finger. Die intuitiv verständliche Benutzeroberfläche, das Gira Interface, sorgt dabei für einen schnellen Zugriff auf sämtliche Funktionen.

Abb. links: Gira Control 19 Client, Glas Schwarz/Aluminium,
Abb. rechts: Gira Control 9 Client, Glas Schwarz/Aluminium



MADE

Liebe Leserinnen und Leser,

uns begeistern Menschen, die ungewöhnliche Ideen haben, mutig ihren Weg verfolgen und anderen durch ihr Engagement Zugang zu Design, Architektur, Kunst, ja unterschiedlichen Kulturformen geben, die uns inspirieren und die uns anders denken und leben lassen. In dieser Ausgabe haben wir solche Persönlichkeiten getroffen und einen Einblick in deren Schaffen bekommen:

Da ist zum Beispiel Maximilian Freiherr von Schnurbein, ein ehemaliger Banker, dessen Liebe zum Glas und zu seiner Heimat die marode Manufaktur Theresienthal wieder auferstehen ließ. Oder Andreas Schmidt, der dank seiner ungewöhnlichen Begrüpfungsideen Innenräume in Indoorgärten verwandelt. Oder Martin Roth, der als neuer Direktor und erster Deutscher das Londoner Victoria and Albert Museum, eines der bedeutendsten Designmuseen der Welt, leitet und sich über Rekordbesucherzahlen freuen darf.

Auch Menschen, die in ihrem alltäglichen Leben völlig abseits von Kunst und Kultur ihr tägliches Brot verdienen, deren Herz aber für Kultur so laut schlägt, dass sie dies öffentlich machen und fördern, begeistern uns – auch von ihnen erzählen wir in diesem Heft.

Die Carte blanche für die Gestaltung des Covers haben wir in dieser Ausgabe übrigens nach Stockholm gespielt. Dort hat die Grafikdesignerin Clara von Zweigbergk, die wir in der Rubrik Up & Coming vorstellen, eine „MADE-Collage“ gestaltet und ihr Plädoyer für das Handgemachte verfasst. Worum es außerdem geht, wohin Sie unbedingt in diesem Jahr reisen sollten und was Sie zum genussvollen Tagesausklang hören können – das erfahren Sie auf den kommenden Seiten.

Viel Vergnügen und jede Menge Begeisterung wünscht Ihnen

Ihre MADE-Redaktion

**Mobile Bedienung per Smartphone und Tablet**

Mit der Gira HomeServer/FacilityServer App kann die gesamte Gebäudetechnik bequem und mobil bedient werden – per iPhone, iPad, iPod touch und jetzt auch mit Android-Geräten. Die Bedienoberfläche im einheitlichen Gira Interface-Design bietet eine leicht verständliche sowie intuitive Menüführung und zeigt alle



Funktionen auf einen Blick. Die Gira HomeServer/FacilityServer App ist im Apple App Store und bei Google Play erhältlich.

Abb. links und rechts: Gira HomeServer/FacilityServer App auf dem iPad und dem iPhone



Designauszeichnungen:
Plus X Award 2011, red dot award 2011, interior innovation award 2011 [Gira Control 19],
Plus X Award 2011, iF award 2011 [Gira Control 9], red dot award 2011, Plus X Award 2009,
iF gold award 2008 [Gira Interface, Interface Konzeption/Design: schmitz Visuelle Kommunikation]

Jetzt aktuellen Gira Kinospot ansehen

Made in Germany



Intelligente Gebäudetechnik von Gira

MEHR RAUM FÜR INDIVIDUELLE GESTALTUNG.

norament® 926 satura: Elegantes Ton-in-Ton-Design für kreativen Spielraum.

www.nora.com/de



Farbe pur – das ist der visuelle Eindruck von norament® 926 satura. Der neue Kautschuk-Bodenbelag eröffnet gestalterische Freiheiten, um Räume individuell zu inszenieren. Basis dafür ist ein wirkungsorientiertes Farbkonzept. Die hohe Farbsättigung lässt den Eindruck purer, klarer Farbe entstehen. Ob ruhige Eleganz oder farbenfrohe Akzente: Mit dem ausgewählten Farbspektrum kann die gewünschte Raumwirkung ganz gezielt erreicht werden. Erfahren Sie mehr auf www.nora.com/de.

nora®



Inhalt



PORTRÄT THERESIENHAL
S. 16

- 06 BRANCHEN-INSIGHTS
Begegnung und begeistert
- 09 SCHAUFENSTER
Unsere Lieblingsdinge
- 16 PORTRÄT
Der Herr der Gläser – Ein persönlicher Besuch
in der Kristallmanufaktur Theresienthal
- 26 DRUMHERUM
Sehenswertes in Theresienthal und im Bayerischen Wald
- 29 UP & COMING
Designer, die Sie im Auge behalten sollten:
Alexander Taylor, Clara von Zweigbergk, Anderssen & Voll
- 38 BESTE BAUTEN
Oben drauf – Gelungene Dachaufbauten als Lösung für
urbanes Leben
- 48 HEREINSPAZIERT
Die grüne Welt: Der Experte für Innenraumbegrünung
Andreas Schmidt im Gespräch
- 54 BOOKS
Feinste Leseware



BESTE DACHAUFBAUTEN
S. 38

- 56 MAKING OF
Betreten erwünscht: Jeanet Hönigs Kunst der Bodengestaltung
- 62 AUSPROBIERT
Ein Tag mit ALINE – Der Bürostuhl von Wilkhahn im Praxistest
- 64 INTERVIEW
Martin Roth, der Direktor des Londoner
Victoria and Albert Museums im Gespräch



HALTEPUNKTE MARSEILLE
S. 70

- 70 HALTEPUNKTE
Die besten Tipps für die Kulturhauptstadt
„Marseille-Provence 2013“
- 76 DESIGNER KOCHEN
Frisch Gepresstes von und mit Quentin de Coster
- 78 NACHGEFRAGT
In bester Unordnung – Eine Kolumne von Sebastian Pranz
- 80 GOOD TO SEE YOU
Unsere Web- und Designtipps
- 82 AUSKLANG
Musik und Genuss – Dieses Mal: für Herz und Seele

B egegnet und begeistert



HENNING WEISS

Der 34-jährige Hotelmanager weiß, was er tut, wenn er seine Gäste auf wackelige Bretter zum Sightseeing via Stand-up-Paddling in das Hamburger Hafenbecken lockt, denn er paddelt selbst mit. Für Projekte, die Mut erfordern, ist der geborene Cuxhavener offen. Für seine Gäste übrigens auch. Schließlich ist er in einem kleinen familiären Hotel direkt Tür an Tür mit den Gästen groß geworden und hat durch seine Ausbildung bei erstklassigen Adressen (Louis C. Jacob, Savoy und Kempinski) das Handwerk von der Pike auf gelernt. Doch statt dort Karriereleitern hochzuklettern, springt er 2006 ins kalte Wasser – und landet bei der jungen, damals unbekanntem Hotelmarke 25hours. Inzwischen hat der bald zweifache Familienvater die operative Verantwortung für die gesamte Gruppe übernommen – und steht dennoch zum Stehpaddeln immer bereit.

→ www.25hours-hotels.com



LARISSA BRAUN

Mitten in der Finanzkrise von 2008/09 überzeugte die aufgeweckte Rothaarige die Vorstandsriege der Audi Ag davon, dass die Zukunft in der Architektur und Stadtplanung liegt und rief 2010 die „Audi Urban Future Initiative“ ins Leben. Damit hat die studierte Politikwissenschaftlerin die Zeichen der Zeit erkannt und ein völlig neues Denken in die bislang eher verschlossene Automobilindustrie gebracht. Inzwischen hat dieser Ansatz die ganze Branche erfasst. Heute leitet Larissa Braun die Abteilung Kommunikation, Kultur & Trends des Unternehmens und bringt Audis Engagement bei Sommerkonzerten, Poloturieren, Designikonen und Spukforschern unter einen Hut.

→ www.audi-urban-future-initiative.com/initiative



ASTRID KROGH

2006 war die Dänin als Designerin ausgewählt, das „Ideal House“ auf der Kölner Möbelmesse zu bespielen – ihre Mitstreiter damals: Stefan Diez, noch Assistent von Konstantin Grcic, sowie Jungdesigner Joris Laarman. Während Diez inzwischen namhafter Möbeldesigner ist, Laarman visionäre Installationen realisiert, hat sich die Kopenhagenerin Krogh zu einem Geheimtipp in Sachen Licht entwickelt – und zwar für Sammler. Die studierte Textildesignerin zaubert mit Licht, spielt mit Mustern, verwandelt Räume und ganze Architekturen. Und verückt beispielsweise mit ihrem „Light Tapestry“, einem selbstleuchtenden Wandteppich, nicht nur Designsammler auf der Design Miami, sondern auch uns.

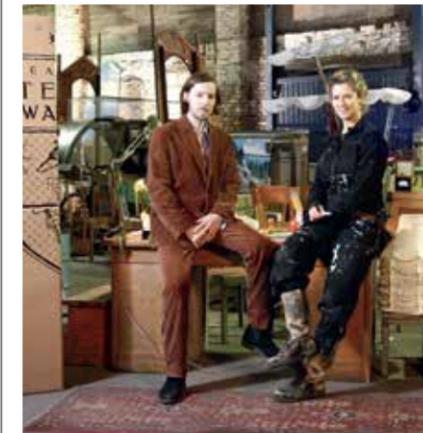
→ www.astridkrogh.com



GESCHE JOOST

Wer hätte gedacht, dass Designer je Politiker beraten werden? Und erst recht nicht nüchtern kalkulierende Finanzexperten, schließlich ist Design im Volksmund viel Marketing, wenig funktional und vor allem bunt und hübsch anzusehen. Die 38-Jährige hat es aber offenbar erreicht, sie ist seit 2006 im Beraterteam von Peer Steinbrück – und nun auch in dessen wahlkämpfendem Kompetenzteam. Damit scheint der promovierten Gestalterin zu gelingen, wovon viele Designer bislang träumten, jedoch kläglich scheiterten: nämlich die allgemeine Bevölkerung von der kreativen Lösungskompetenz der Disziplin Design sowie der Tatsache, dass Designer denken und nicht nur pinseln können, zu überzeugen.

→ www.design-research-lab.org



JENS GOTTSCHAU UND PETRA SOMMER

Mitte Mai 2013 haben die beiden Kreativen die HMV Hanseatische Materialverwaltung gGmbH gegründet – und gleich Besuch von der Hamburger Kultursenatorin bekommen. Hinter dem etwas sperrig klingenden Namen versteckt sich eine Art Netzwerkidee: Unternehmen, die einst nach Messen, Filmdrehen oder Events ihre Kulissen als Müll entsorgt haben, können die Materialien nun bei der HMV abgeben. Diese werden an Kultureinrichtungen und andere öffentliche Einrichtungen kostenlos vermittelt, damit Projekte realisiert werden können, die sonst an Geld oder Materialmangel scheitern. Gutes tun die beiden Hanseaten damit auch für die Umwelt, die auf die Verschrottung der hochwertigen Materialien angesichts des zunehmenden Ressourcenmangels und Müllaufkommens gut verzichten kann.

→ www.hanseatische-materialverwaltung.de



HANS-JULIUS AHLMANN

Wer den Geschäftsführer der Aco Severin Ahlmann GmbH & Co. KG trifft, kommt aus dem Staunen nicht mehr heraus. Mit leuchtenden Augen erzählt der bodenständige Norddeutsche, dessen Unternehmen sich weltweit einen Namen mit Entwässerungsrinnen gemacht hat, von seinem Engagement in Kunst und Kultur. Auf dem Gelände der ehemaligen Eisengießerei der Carlshütte in Büdelsdorf bei Rendsburg findet seit 1999 jedes Jahr eine der größten Ausstellungen zeitgenössischer Kunst in Europa – die NordArt – statt. Doch damit nicht genug: Als 2010 die Landesregierung dem renommierten Schleswig-Holstein Musik Festival die Spielstätte entzog, handelte Ahlmann und ließ auf eigene Kosten eine Halle für die Musiker sanieren. Und wer um die Haltung von Kultur in Schleswig-Holstein weiß, dem bleibt nur die Ehrfurcht.

→ www.kunstwerk-carlshuette.de

Lieblingsdinge



(ca. 70 Euro)

KOMPOTTI SATSUMA

→ www.marimekko.com

In den Mustern der aktuellen Kollektion von Marimekko ist reichlich Obst und Gemüse zu finden. Und so trägt dieses runde Kissen den wohlklingenden Namen „Kompotti Satsuma“, seine Form und das gepunktete Retromuster der jungen finnischen Designerin Aino Maija Metsola erinnern an eine sommerreife Erdbeere.

ANZ
Goldbach
Kirchner
raum
concepte

GEHSTELL

→ www.magazin.com

Die beiden Linzer Gestalter Christoph March und Marek Gut machen der guten alten Bierbank Beine. Mit ihrem wohlgestalteten Bausatz liefern sie lediglich ein intelligentes Bügelsystem, aus dem in wenigen Handgriffen und ohne Werkzeugeinsatz ein Do-it-yourself-Möbel entsteht. Der Purist ergänzt die Gestelle mit einfachen Spanplatten, der Nostalgiker verarbeitet alte Dielen oder Fundstücke, die mittels der bügelähnlichen Gestelle in der Waagerechten verspannt werden.



(Set ab 130 Euro)



(ca. 16.800 Euro)

OCEAN

→ www.rugstar.com

Der Berliner Designer Hermann August Weizenegger beschäftigt sich seit einiger Zeit mit dem Prinzip der Schichtung und Rotation. Auch bei diesem in Nepal handgeknüpften Teppich fallen beim näheren Betrachten unregelmäßige Schichtungen auf, ähnlich tektonischen Platten bei Meeresdarstellungen auf Weltkarten. Die besondere Farbgebung und atmosphärische Optik sind vom Ozean und dessen Schattierungen inspiriert. Bewegt man sich um den Teppich, verändert er seine Farben und Nuancen wie das reale Meer. Die glänzende Seide und eine spezielle Einfärbung des Garns in neun Farbabstufungen machen die ungewöhnliche, an Meerwasser erinnernde Optik möglich.

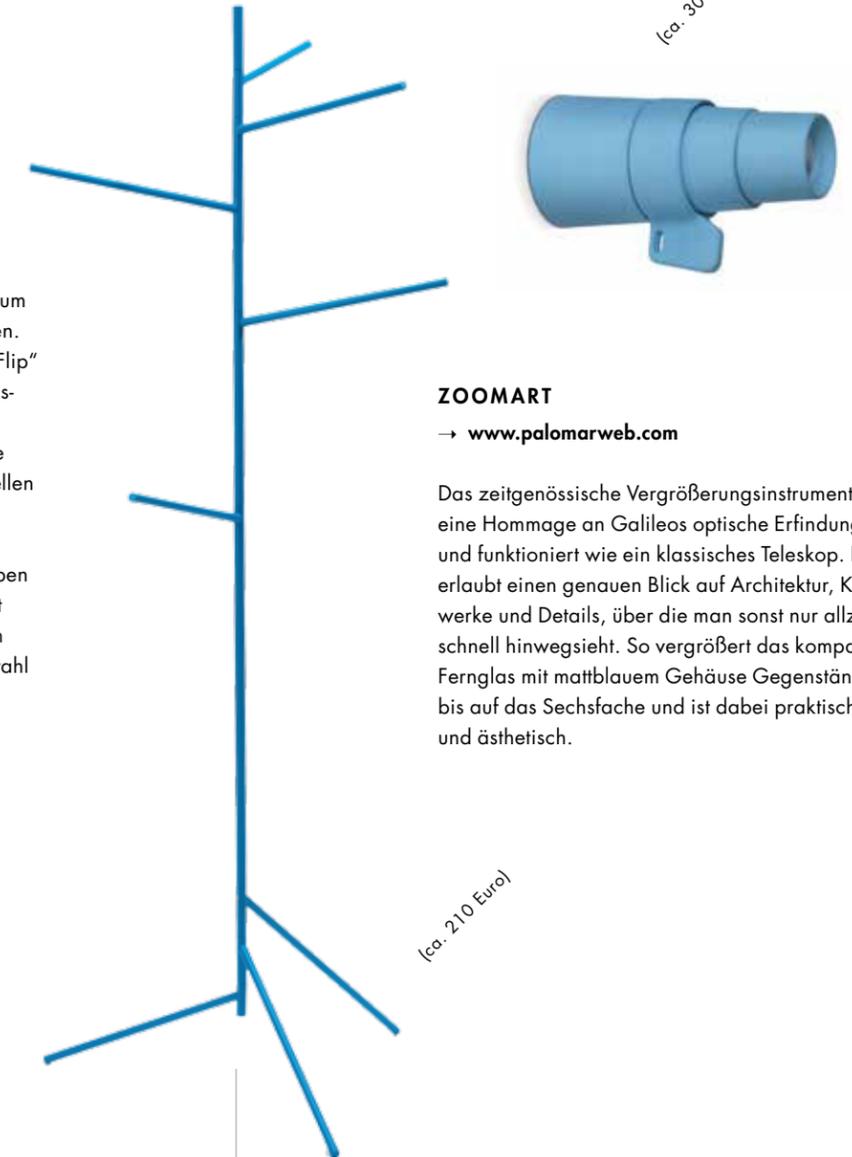
FLIP

→ www.normann-copenhagen.com

Nach oben, nach unten und einmal rundherum lässt sich dieser schlichte Tischspiegel drehen. Der Fuß in Form eines Tablett verwandelt „Flip“ in ein Objekt mit praktischer Aufbewahrungsfläche für kleine Dinge. Als funktionale Ausgangsidee orientierte sich der spanische Designer Javier Moreno an einem traditionellen Frisiertisch, an dem man einen Blick in den Spiegel wirft und gleichzeitig Dinge aufbewahren kann, die man schnell zur Hand haben möchte. Formal verzichtete Moreno bewusst auf strenge Geometrien, um einen optischen Kontrast zu den verwendeten Materialien Stahl und Glas zu schaffen.



(ca. 95 Euro)



(ca. 30 Euro)

ZOOMART

→ www.palomarweb.com

Das zeitgenössische Vergrößerungsinstrument ist eine Hommage an Galileos optische Erfindungen und funktioniert wie ein klassisches Teleskop. Es erlaubt einen genauen Blick auf Architektur, Kunstwerke und Details, über die man sonst nur allzu schnell hinwegsieht. So vergrößert das kompakte Fernglas mit mattblauem Gehäuse Gegenstände bis auf das Sechsfache und ist dabei praktisch und ästhetisch.

(ca. 210 Euro)

FIR

→ www.ex-t.com

„Fir“ wirkt wie ein grafischer, abstrahierter Baum, dessen miteinander verbundene Wurzeln und Äste die unterschiedlichsten Dinge tragen können. Von dem Münchner Designer Hannes Gump als Kleiderständer und Handtuchhalter konzipiert, ist er praktischerweise auch faltbar – und in drei unterschiedlichen Farben erhältlich.



(ca. 340 Euro)
limitierte Edition

INSIDE OUT

→ www.fermob.com

Erst im Januar dieses Jahres ist die Grande Dame der Innenarchitektur im Alter von 87 Jahren gestorben. Nun erscheint eine federleichte Außenmöbel-Serie, die Andrée Putmans Tochter Olivia in ihrem Sinne fortgeführt hat. „Inside Out“ ist in vielerlei Hinsicht eine Hommage an das Werk der Französin: Die Sitzfläche ist aus Sicherheitsgurten geflochten, ein Wink an die Luffahrt und gleichzeitig eine Erinnerung an die Innenausstattung der Concorde, die Putman 1992 konzipierte. Die Beine deuten die Bank „Eléphant“ an, die die Designerin vor 25 Jahren entwarf. Und auch diese Materialien stammen aus dem Flugzeugbau: Der Stuhl steht auf legierten Aluminiumfüßen. „Du schnallst dich an und los geht's“, sagte Putman zu ihrem unkonventionellen Projekt.

RINGS

→ www.artek.fi

Diese Interpretation des legendären „Stool 60“ von Alvar Aalto ist vom Querschnitt eines Baumes inspiriert. Anlässlich des 80-jährigen Jubiläums des Hockers hat die New Yorker Designerin Nao Tamura den Querschnitt eines exakt 80 Jahre alten Baumes per Siebdruckverfahren auf die Sitzfläche gedruckt. Durch den Kontrast von klarer Geometrie und organischer Grafik will Tamura den Zeitlauf und die Unregelmäßigkeit der Natur verdeutlichen.



(ab ca. 175 Euro)

THALIE

→ www.artecnicainc.com

Für den Entwurf ihrer Schalenserie „Thalie“ ließ sich die junge Schweizerin Julie Richoz, Absolventin der renommierten ECAL, von altbewährten textilen Handarbeitstechniken wie Stricken und Häkeln inspirieren. Daraus entstanden technisch anmutende, präzise wie filigrane Konstruktionen aus Metallstreifen, welche durch einen Metalldraht verbunden sind und in Form gehalten werden.



(ab ca. 25 Euro)



(ab 29 Euro)

SCHATTENWURF

→ www.iserlohner-haken.de

Es sieht aus, als werfe dieser schlichte Metallhaken einen Schatten an die Wand. Doch tatsächlich verbirgt sich hinter ihm ein weiterer Haken mit zusätzlichem Nutzen. Dieser bildet einen reizvollen Kontrast zum vorderen Hakenteil. Entstanden ist er im Rahmen des Projektes „Iserlohner Haken“, bei dem der 150 Jahre alte Iserlohner Beschlägehersteller Hermann Schwerter zehn internationale Designer und Architekten einlud, sich mit dem gestalterisch vernachlässigten Wohndetail „Haken“ auseinanderzusetzen.

THECA

→ www.magisdesign.com

Mit dem „Theca“ schließen die Bouroullec-Brüder unmittelbar an ihr letztes Projekt, den „Magis Steelwood Chair“, an, bei dem dünne Metallplatten in Form gepresst und dadurch versteift werden. Der Reiz liegt in der Anwendung dieses Verfahrens für ein Möbel – eigentlich werden damit Industrieteile hergestellt.



(ab ca. 850 Euro)



(ca. 11 Euro)

LE BAIGNEUR→ www.lebaigneur.fr

Genau drei unterschiedliche Seifen stellt das kleine Pariser Label „Le Baigneur“ her. Dies dafür mit höchstem Qualitätsanspruch, gestalterischem Feingefühl und sozialer Verantwortung. Die Männer-Pflegeserie wird in Corrèze, im Süden Frankreichs, in einem komplexen Kaltschöpfverfahren von Hand hergestellt, alle Inhaltsstoffe sind biologisch angebaut. Für das minimalistische Grafikdesign sorgt das ebenfalls in Paris beheimatete „Atelier Muesli“. Die Verpackung und der Versand der Seifen erfolgen in einem Zentrum für Menschen mit Behinderung.

RAPHIA→ www.casamania.it

Das norditalienische Designerduo Paolo Lucidi und Luca Pevere hat sich für dieses Stuhlprojekt intensiv mit der beinahe in Vergessenheit geratenen Handwerkskunst der Rattanflechterei beschäftigt. Mit ihrem Entwurf bringen sie traditionelle Herstellungsmethoden, für die der Norden Italiens bekannt ist, mit einer zeitgenössischen Formensprache zusammen. So umweben sie ein minimalistisches Rohrgestell auf intelligente Art und Weise mit einem Rattangeflecht.



(ca. 580 Euro)



(ca. 110 Euro)

COUNTDOWN CLOCK→ www.mrjoneswatches.com

Wann beginnen endlich die Ferien? Hilfe, wann war nochmal mein Hochzeitstag? Ist denn schon wieder Weihnachten? Diese intelligente Uhr hilft, die Tage bis zum kommenden Ereignis zu zählen – damit der große Tag garantiert nicht vergessen wird. Verantwortlich für Form und Funktion der Wanduhr ist Crispin Jones. Der Londoner Designer entwirft am liebsten Uhren mit Sinn und Verstand. In der Tat kann die „Countdown Clock“ eine ganze Menge: 34 Ereignisse stehen für den Countdown zur Auswahl, zu denen maximal 999 Tage heruntergezählt werden können. Aber wer plant schon gerne so weit voraus ...?

Pfleiderer – eine starke Marke, viele Vorteile.

Pfleiderer ist der Partner Nummer eins von Industrie, Handel, Handwerk, Planern und Architekten – mit einem führenden Sortiment und einem individuellen Service-Angebot. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Ideen. Nutzen Sie die gebündelten Kräfte von Pfleiderer für Ihren Erfolg!

Pfleiderer Holzwerkstoffe GmbH · Ingolstädter Straße 51
D-92318 Neumarkt · info@pfleiderer.com · www.pfleiderer.com

PFLEIDERER

DUROPAL

wodego

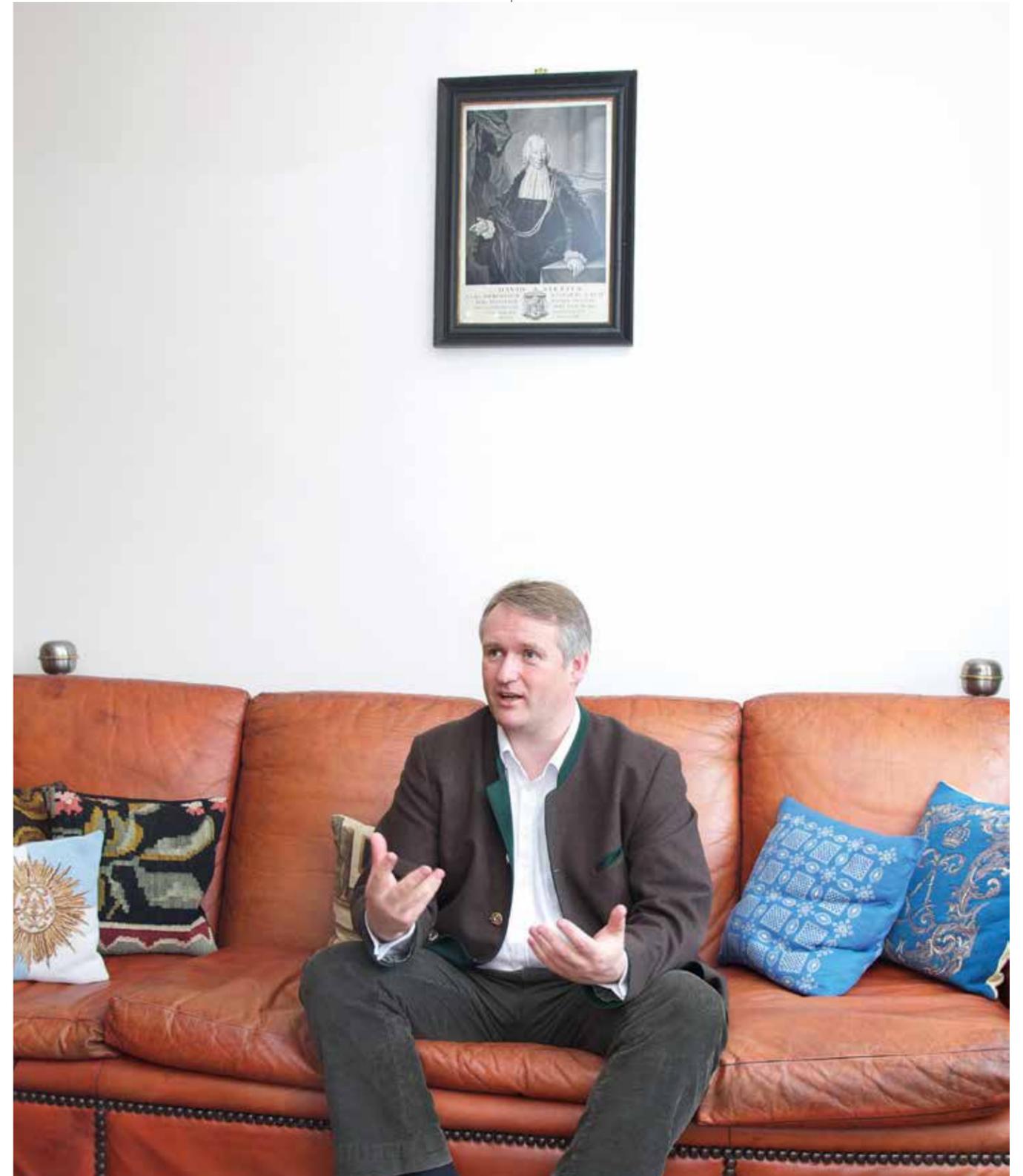
thermopal

Der Herr der Gläser

TEXT
KATHARINA ALTEMEIER

FOTOS
ELMAR HAARDT

Die Kristallmanufaktur Theresienthal hat eine lange, bewegte Geschichte: Seit 1836 stellt sie im niederbayerischen Zwiesel hochwertige, luxuriöse Gläser, Becher und Kerzenständer her. Vor ein paar Jahren sah es noch so aus, als sei diese Geschichte endgültig zu Ende, als der Ofen plötzlich aus war. Der Grund: Insolvenz – und zwar schon die zweite. Lange war nicht klar, wie es weiterging. Zuerst förderte eine Stiftung den Erhalt der Manufaktur. Dann kam Maximilian Freiherr von Schnurbein. Seit 2006 ist er der Eigentümer von Theresienthal. Sein Ziel: den Traditionsbetrieb modern zu gestalten. MADE war vor Ort im tiefsten Bayerischen Wald, um zu sehen, wie man dort Handwerk und Design zusammenbringt.





In der Kristallglasmanufaktur Theresienthal (links) werden pro Tag etwa 200 Glasprodukte per Hand hergestellt.
Rechts: Maximilian Freiherr von Schnurbein

Maximilian Freiherr von Schnurbein – was für ein Name! So jemand kommt bestimmt in einem Sakko mit Wappen und Goldknöpfen, Reiterstiefeln und Einstecktuch daher; zumindest müsste er einen dicken Siegelring am Finger tragen, denkt man. In Wirklichkeit ist alles ganz anders. Zum Glück.

Maximilian Freiherr von Schnurbein, Mitte Vierzig, hat einen feinen, dunklen Trachtenjanker an, der kaum schlichter sein könnte. Dazu ein weißes Hemd, Hose und Schuhe fallen nicht weiter auf. Kein Einstecktuch, kein Siegelring. Und auch die Gegend zwischen Deggendorf und Zwiesel hat mit bayerischer Postkartenromantik nichts zu tun. Kein Alpenpanorama in Sicht, kein blauer Himmel, raue Häuserfassaden, alles andere als niedlich. Selbst die an das historische Firmengelände von 1836 angrenzenden Büroräume von Theresienthal sehen so gar nicht nach Glamour aus. Eine Umgebung, in der Computer wie Fremdkörper wirken. Man hat das Gefühl, hier sei die Zeit stehen geblieben. Im Besprechungszimmer fällt der Blick zuerst auf eine üppige rostbraune Ledercouch, dann auf die historischen Porträts an den Wänden, ein Sideboard aus den Fünfzigerjahren, ein Bücherregal, in dem historische Wälzer neben aktuellen Designbüchern stehen. Erstaunlich, dass in solch einer unpräzisen Umgebung Luxusprodukte entstehen.

Im Gespräch mit dem Freiherrn wird schnell klar, dass dieser Mann einen gewissen Background hat. „Ich bin mit Kristallglas von Theresienthal aufgewachsen“, sagt er zu Beginn. Er ist gebildet und bodenständig. Ein zünftiger Typ, der seine adelige Herkunft aber nicht zur



Schau stellt. Dass von Schnurbein ein „Woidler“ – auf Hochdeutsch ein Einheimischer im Bayerischen Wald – ist, merkt man erst, wenn er im Gespräch mit Mitarbeitern plötzlich vom Hochdeutschen ins Niederbayerische wechselt. Für Außenstehende ist das ziemlich amüsant. Und selbst wenn man des Bayerischen einigermaßen mächtig ist, versteht man nur noch „Bahnhof“.

„Ich bin mit Kristallglas von Theresienthal aufgewachsen.“

Dass er die Sprache seiner Leute spricht, ist viel wert. Das hat ihm vor sieben Jahren, als er die Kristallglasmanufaktur rettete, vieles erleichtert. „Aus der Finanzwelt war ich es gewohnt, viele englische Ausdrücke zu verwenden. Das kommt hier nicht so gut an, da denken sich die Leut’, was is’n des für oaner?““, sagt von Schnurbein und lacht. „Die Angestellten finden es super, wenn sie sich mit dem Chef in ihrer Muttersprache unterhalten können, auch weil das zuvor viele Jahre nicht der Fall war.“ Vor allem gelang es ihm auch dadurch, das Vertrauen der Theresienthal-Mannschaft zu gewinnen. In der Zeit von 2001 bis 2004, als die Manufaktur stillstand, waren die meisten Mitarbeiter arbeitslos. Viele hatten schon seit Jahren und über Generationen



Zeitgenössische Formen des Münchener Designers Christian Hass im Schaufenster. Hergestellt werden sie im Rückgebäude der Kristallmanufaktur – auf traditionelle Art und Weise.



Traditionell wird die Schmelze aus Sand, Pottasche, Bleioxid und Kalk über Nacht im 1500 Grad heißen Ofen hergestellt. Um fünf Uhr dreißig fangen dann die Glasmacher mit ihrer Arbeit an.

hinweg für die Glasmanufaktur gearbeitet. So musste der Freiherr kaum Motivationsarbeit leisten, als er anfang. Alle seien froh gewesen, dass es weitergeht. Gleichzeitig gibt von Schnurbein zu, dass es ihm anfangs nicht leicht fiel, wieder ins Bayerische reinzukommen.

Kein Wunder, denn seine Heimat hatte er schon mit 13 Jahren nach dem Tod seiner Mutter verlassen. Internat, Bundeswehr in Schleswig-Holstein, Forstwissenschaft-Studium in Freiburg und Weihenstephan, danach Berlin und einige Jahre Frankfurt, wo er als Analyst für europäische Chemiekonzerne tätig war. 2006 entschied sich der damalige Banker gegen ein attraktives Jobangebot in London. Stattdessen schlug sein Herz für Theresienthal und für die Provinz, seinen Geburtsort Zwiesel, ein kleines Städtchen mit rund 10.000 Einwohnern in Ostbayern, bekannt für seine Glasindustrie und nur 15 Kilometer von der tschechischen Grenze entfernt. „Meine Frau dachte erst, ich mache Witze, und als sie merkte, wie ernst es mir war, zeigte sie mir nur noch 'nen Vogel.“ Von Schnurbein erzählt, dass er nicht einmal lange überlegen musste, als die Eberhard-von-Kuenheim-Stiftung – eine Stiftung der BMW AG und damaliger vorübergehender Eigentümer zur Rettung von Theresienthal – ihm damals das Angebot machte. Für ihn stand sofort fest: Das ist die perfekte Herausforderung! Wenn es ihm gelänge, Theresienthal wieder aufzubauen und zu internationalem Ansehen zu verhelfen, hätte er nicht



Bonbonniere aus der Serie PAGODE von Hermann August Weizenegger, 2013

nur für das Unternehmen, sondern auch für den Ruf der Region, seiner Heimat, etwas Gutes getan. Eine schmeichelhafte Vorstellung.

Heute leitet von Schnurbein seit sieben Jahren die Kristallglasmanufaktur Theresienthal. Er beschäftigt insgesamt 32 Mitarbeiter, darunter auch wieder 5 Lehrlinge. Der Freiherr ist wie zu seiner Zeit als Analyst immer noch viel unterwegs. Zum einen pendelt er oft nach München, wo seine Frau und die Kinder leben. Zum anderen reist er schon mal nach Asien, denn „China ist gerade schwer im Kommen.“ Stolz erzählt er, dass es seit kurzem einen Theresienthal Showroom in Peking gibt. Und wenn er glaube, auch nur ein Glas in Neuseeland verkaufen zu können, fliege er auch dort persönlich hin. Von Schnurbein gefällt es, daheim zu sein und sich gleichzeitig in der großen weiten Welt zu bewegen. Das Glas bzw. Theresienthal sei für ihn der Schlüssel für diese reizvolle Kombination gewesen. Der Grund, warum er sofort von dem Job überzeugt gewesen sei. Und natürlich das Produkt an sich, von dessen Produktion er bis dato eigentlich nicht viel wusste. „Ich habe das Glück, dass ich mich schnell in fremde und komplexe Themen einarbeiten kann“, sagt von Schnurbein. Fragt man ihn nach seiner Vision für Theresienthal, antwortet er, dass ihm der Begriff Vision viel zu groß sei. Zunächst mal sei es darum gegangen, die Firma überhaupt wieder auf die Beine zu stellen. 2009 war für den Freiherrn bisher das schlimmste Jahr. ☞

78.000 Stunden still sitzen? Sie haben Besseres verdient. ON®

So viel Sitzzeit wird dem Körper im Laufe eines Büroarbeitslebens zugemutet. Setzen Sie deshalb auf mehr und natürliche Beweglichkeit. – Setzen Sie (sich) auf den ON. Von führenden Experten weltweit als bester Bürostuhl empfohlen. Für mehr Gesundheit, mehr Lebensfreude, mehr Leistung. ON. Made for motion.

Wilkhahn



Mehr darüber unter www.wilkhahn.de/on



1



2



3



4

- 1 Teamgeist wird hier großgeschrieben!
- 2 Glasmuster in der Schleiferei
- 3 Serie „Orsini“
- 4 Königliches Logo von Theresienthal
- 5 In der Schleiferei werden die Produkte erst grob und dann fein geschliffen
- 6 Einschleifen der Bodenkugel in ein Überfangglas
- 7 Die Glasmacherei in dem Gebäude von 1836

Die Finanzkrise habe ihm gezeigt, dass Kristallglas nicht so krisenfest sei wie angenommen. In Zeiten wie diesen musste auch von Schnurbein unpopuläre Entscheidungen treffen. Er verkleinerte die Kollektion und musste auch Mitarbeiter entlassen. „Wenn man das nicht kann, ist man für diesen Job nicht geeignet.“

„Zugeständnisse bei der Qualität kommen für uns nicht infrage.“



5



6



7

Aber wie bringt man ein von Krisen geschütteltes Traditionsunternehmen wieder zu neuem Glanz? Eines war dem Freiherrn von Beginn an klar: Er durfte nicht in die gleiche Falle wie seine Vorgänger tapen. Weil sich die teuren Gläser nicht leicht verkaufen ließen, wollten sie die Zielgruppe erweitern, auch die Mittelschicht erreichen, indem sie die Produkte zu niedrigeren Preisen verkauften. „Das geht nur, wenn man Zugeständnisse bei der Qualität macht“, so von Schnurbein. So schnitt man sich aber genau den Ast ab, auf dem man saß. Denn Theresienthal steht seit jeher für Qualität. Seit das Unternehmen 1836 vom Würzburger Glashändler Franz Steigerwald gegründet wurde, um den bayerischen König Ludwig I. mit Tafelglas aus Bayern zu versorgen, wurden hier anspruchsvolle Kelche, Gläser, Vasen oder Kerzenständer gefertigt. Nicht für jedermann. Wer etwas auf sich hielt und es sich leisten konnte, hatte das Glas mit der Krone, dem Logo von Theresienthal.

Anders als seine Vorgänger, konzentriert sich Freiherr von Schnurbein wieder mehr auf die Tradition. Aber nicht nur das. Sein Anliegen ist es, Geschichte und Gegenwart in Einklang zu bringen. Und kein Bild könnte das besser auf den Punkt bringen als die Ansammlung von Zeitschriften und Zeitungen auf einem Tisch im Showroom. Hier liegt das internationale Designmagazin Wallpaper direkt neben dem Bayerwald-Boten, der regionalen Tageszeitung. Sofort witzelt von Schnurbein auf Bayerisch und grinst: „Des is doch die perfekte Mischung.“ Zurück zum Ernst der Sache, in Hochdeutsch natürlich. Von Schnurbein will Handwerk und Design zusammenführen. Er ist davon überzeugt, dass Spitzenqualität einen Spitzenpreis haben muss. ☞



„Wir haben unsere Zielgruppe noch mal geschärft, indem wir die positiven Attribute unseres Produkts auf die Spitze treiben“, sagt von Schnurbein.

Um zu erklären, was das genau bedeutet, zitiert der Geschäftsmann gerne eine deutsche Designikone, mit der man in diesem Zusammenhang so gar nicht rechnet: Dieter Rams, langjähriger Braun-Designchef und Meister des Minimalismus. „Gutes Design ist konsequent bis ins letzte Detail.“ Im Bezug auf Theresienthal heißt das: Was aussieht wie Gold, ist auch Gold. Was sich als Handwerk ausgibt, ist auch Handwerk. Keine Selbstverständlichkeit, denn wie von Schnurbein erzählt, gibt es gerade in unseren Zeiten, in denen Handwerk als authentischer Gegenentwurf zum unpersönlichen Massenprodukt gefeiert wird, unendlich viel „Pseudo-Handwerk“, wie er es nennt. Während andere Hersteller zum Beispiel ihre Glasstängel maschinell pressen, sind die von Theresienthal alle von Hand geschliffen.

Was die Produkte außerdem von der Konkurrenz unterscheidet: Sie sind nicht säure-, sondern handpoliert. Dadurch fühlen sie sich außergewöhnlich gut an, sagt von Schnurbein. Der Grund: Die Glasmacher blasen den sogenannten Kölbl, sprich heiße Glasmasse in Kugelform, in vorgeformte Holzformen, die wiederum mit Wasser getränkt sind. Dadurch verdampft das Wasser, und zwischen Holz und Wasser entsteht so eine spezielle Oberfläche. Würde man das Glas anschließend in ein Säurebad geben, ginge dieser Effekt verloren – ein absolutes No-Go für den Chef: „Wenn es perfekt geblasen und graviert worden ist, muss es auch perfekt poliert, das heißt per Hand poliert werden – schließlich hat man es ständig in der Hand und am Mund.“

Wenn es um Qualität geht, spielt Design eine bedeutende Rolle. Bereits die Frau des ersten Manufakturbesitzers und Lenbach-Schülerin Henriette von Steigerwald entwarf Becher wie „Bacchus“, die immer noch produziert und gut verkauft werden. Und so greift Schnurbein auch heute auf einen wertvollen Formenfundus mit Schnitten aus den letzten zwei Jahrhunderten zurück. Etliche dieser schablonenhaften Entwürfe aus Papier hängen an den Wänden im Bürogebäude hinter Glas. „Die wurden alle aufbewahrt“, sagt von Schnurbein.

- 1+2** Die filigranen Gravuren erfordern nicht nur Fingerspitzengefühl, sondern auch körperliche Fitness
- 3** Das Firmengebäude im niederbayerischen Zwiesel von außen
- 4** Porträt von Henriette von Steigerwald, Lenbach-Schülerin und erste „Designerin“ von Theresienthal
- 5** „Focus the Unknown“ – Serie aus 4 Glasobjekten von Christian Haas

Heute arbeiten Gestalter wie Christian Haas, Gottfried Palatin oder Hermann August Weizenegger mit dem Unternehmen aus Zwiesel. Oft wohnen die Designer für mehrere Wochen in einem Atelier nahe der Manufaktur. Sie arbeiten im Rahmen der Entwicklung nicht nur eng mit Freiherr von Schnurbein, sondern auch mit den Handwerkern vor Ort zusammen. Dazu zählen ein Drechsler, der die Holzmodelle macht, ein Glasmacher-Team, Schleifer, Graveure und Glasmaler.

Die Designer erweitern die Kollektion um zeitgemäße Produkte. Eine aktuelle Serie von Christian Haas heißt „Focus the Unknown“. Sie besteht aus fünf Glasaccessoires mit aufwendigen Gravur- und Schlibbildern. Darunter eine grüne Vase mit filigran gravierten Bäumen und Pflanzen, dazwischen ein Orang-Utan, der an einem Ast baumelt. Eine Serie, die künstlerisch wirkt und Objektcharakter hat. Doch: „Am Ende müssen die Entwürfe als Gebrauchsgegenstände überzeugen“, sagt der Theresienthal-Chef. Dem Freiherrn ist das Produkt immer wichtiger als die Marke. Auf einem Schild in der Glasmacherei steht groß „Qualität = Existenz“. Ein Appell, der aus den Achtzigerjahren stammt, als Theresienthal kurzzeitig zur Porzellanfirma Hutschenreuther gehörte und von dem damaligen Chef Horst Enzensperger geleitet wurde. „Ein knallharter Geschäftsmann, ohne den es uns aber heute so nicht gäbe“, sagt von Schnurbein. Denn die Hutschenreuther AG habe viel in das Glasunternehmen investiert. Dennoch: So einen Zeigefingerspruch hätte von Schnurbein vermutlich nicht an die Wand gehängt. Wahr ist er trotzdem, und deswegen lässt er ihn auch hängen. Wenn man sieht, mit welcher Hingabe und Leidenschaft die Gläser von A bis Z in der Manufaktur produziert werden, wird deutlich, dass Schnurbeins größtes Kapital seine Mitarbeiter und deren handwerkliche Fähigkeiten sind. Er veranstaltet keine große Show in Zwiesel. Das muss er auch nicht. Denn das feine Logo steht trotz aller Höhen und Tiefen der Manufaktur für sich. 

MAX VON SCHNURBEIN EMPFIEHLT: 

Theresienthal & Bayerischer Wald

In der unmittelbaren Umgebung der Glasmanufaktur gibt es jede Menge Interessantes: Historisches im Glasmuseum, zeitgenössische Architektur im Wald und einen Ausflug auf den höchsten Berg Ostbayerns.



GLASMUSEUM THERESIENHAL

Das private Glasmuseum im kleinen Schlösschen Theresienthal beherbergt und zeigt im wunderschönen Rahmen einer alten Jugendstilvilla zahlreiche historische Gläser der Glashütte Theresienthal, die hier im Laufe der Jahrhunderte geschaffen wurden. Unter den ausgestellten Exponaten in sieben Räumen im Erdgeschoss finden sich u.a. auch Entwurfsarbeiten und Musterstücke für den Zarenhof, die französischen Fürstenhäuser und König Ludwig II. Das Museum informiert aber auch über die wechselvolle Geschichte der Theresienthaler Manufaktur.

Theresienthal 15, 94227 Zwiesel
Tel. 09922 1030

Öffnungszeiten:
ganzjährig
Montag bis Freitag 10:00 – 14:00 Uhr

→ www.theresienthaler-glasmuseum.de

CAFÉ IM THERESIENHAL LAGERVERKAUF

Hier kann man umringt von glitzernden Kristallgläsern und mit Blick auf die Glashütte einen Cappuccino oder Espresso und ein Glas Wasser aus Theresienthaler Glas zu sich nehmen. Und natürlich das feine Kristallglas auch erwerben.

Theresienthal 27, 94227 Zwiesel
Tel. 09922 500930

Öffnungszeiten des Lagerverkaufs:
Montag bis Freitag 10:00 – 17:00 Uhr
Samstag 10:00 – 16:00 Uhr

→ www.theresienthal.de



ARBERSCHUTZHAUS

Hinauf zum höchsten Berg Ostbayerns: Vom Arberschutzhaus in 1358 Metern Höhe hat man einen hervorragenden Blick über die sanften und die rauen Seiten des Arbergebietes. Entweder fährt man gemütlich mit der Gondelbahn zum Berggasthaus und genießt die gute bayerische Küche. Oder ambitionierte Wanderer erkunden auf dem Goldsteig, Deutschlands längstem und vielfältigstem Wanderweg, die Gegend. Auf der 16 Kilometer langen Königsetappe sind acht 1000er-Gipfel zu überqueren, und bei idealem Wetter kann man Weitsichten bis in die Alpen erleben. Wer gerne eine Hüttenübernachtung am Goldsteig genießen möchte, kann dies ebenfalls im Schutzhaus tun – samt bayerischem Frühstück.

Arber-Steig 4, 94252 Bayerisch Eisenstein
Tel. 09925 904010

→ www.arberschutzhaus.de



HAUS ZUR WILDNIS

Von Ludwigsthal in der Gemeinde Lindberg wandert man in circa einer Stunde vorbei an Wildgehegen mit heimischen und ehemals heimischen Tieren – sogar Wölfen – bis zum Haus zur Wildnis. In diesem Freizeitzentrum, welches auch architektonisch sehr interessant ist, kann man viel über die Natur und Umweltpolitik lernen. Zudem gibt es eine gute Gastronomie und Kinderspielplätze.

Ludwigsthal, 94227 Lindberg
Tel. 09922 50020

→ www.nationalpark-bayerischer-wald.de



HOTEL & RESTAURANT ZUR WALDBAHN

Das von der Familie Hesse geführte Haus liegt direkt am Zwieseler Bahnhof und ist nach der dort abfahrenden Waldbahn benannt. Mit schönen Zimmern und einem sehr urigen, regionaltypischen Wirtshaus, viel Stammkundschaft, Schafkopfrunden und hervorragendem Bier aus der 1. Dampfbierbrauerei Zwiesel. Theresienthal bucht hier übrigens immer seine Designer ein. Nach getaner Entwicklungsarbeit, so hat es sich eingebürgert, werden im Gasthaus die neuen Glasentwürfe erst einmal „probegetrunken“.

Bahnhofsplatz 2, 94227 Zwiesel
Tel. 09922 8570

→ www.zur-waldbahn.de



PH. ANDREA FERRARI

Marazzi. Dein Raum.

SistemN, neue Formate und neue Oberflächen für Feinsteinzeug von zeitloser Schönheit. Eine gelungene Synthese aus Design und Hightech von Marazzi.

www.marazzi.it

MARAZZI 

Up & Coming

VON
KATJA NEUMANN



— ALEXANDER TAYLOR —

SEITE
30



— CLARA VON ZWEIFBERGK —

SEITE
32



— ANDERSSEN & VOLL —

SEITE
34



Alexander Taylor

Wer im vergangenen Jahr bei den Olympischen Spielen die Sportschuhe einiger Athleten genauer unter die Lupe nahm, kam in den Genuss einer echten kleinen Design-Sensation: Adidas hat das Oberflächenmaterial seines Schuhs „Primeknit“ aus nur einem Stück gestrickt und nicht wie sonst üblich zusammengeklebt. Das soll den Sportlern eine besonders gute Passform bieten. Verantwortlich für das Design dieser Sportschuh-Innovation ist Alexander Taylor. Der britische Designer mit eigenem Studio in London arbeitete gemeinsam mit dem Designteam von Adidas mehr als drei Jahre an der Entwicklung des Sportschuhs. Die ‚Primeknit‘-Zusammenarbeit war das Ergebnis einer Projektarbeit, für die ich von Adidas eingeladen wurde. Es ging darum, für die Olympischen Spiele ein Produkt mit einer komplett neuen Technologie zu entwickeln“, erklärt der 1975 in Durham geborene Designer. „Schon zu Beginn des Projekts war klar, dass die Herausforderung darin bestehen würde, einen Schuh aus einem einzigen Stück und einem einzigen Material zu entwerfen. Keine zusätzlichen Teile.“

Der Schuh war jedoch nicht der erste große internationale Erfolg des Designers. Nach seinem Designstudium an der Nottingham Trent Universität arbeitete Alexander Taylor zunächst bei den Architekten Procter:Rihl und machte sich bereits 2002 mit einem eigenen Studio in London selbstständig – im Alter von gerade einmal 27 Jahren. Der internationale Durchbruch stellte sich für den jungen Designer zwei Jahre später ein, als er in Mailand den Mantelhaken „Antlers“ präsentierte, produziert von dem englischen Hersteller Thorsten van Elten: Der Haken wurde von der Zeitschrift Elle Decoration zum Accessoire des Jahres gewählt. Nach weiteren Entwürfen und einer Ausstellung des British Council in Tokio kürte Elle Decoration Alexander Taylor ein Jahr später bereits zum Jungdesigner des Jahres. Fortan wurden die großen Designhersteller auf den Briten aufmerksam, es folgten Arbeiten für Classicon, Zanotta, Alexander McQueen und Established & Sons. Für Letztere entwarf er „Fold“, eine ikonografische Tischleuchte, die 2006 in die Sammlung des Museum of Modern Art in New York aufgenommen wurde und bis heute zu Alexander Taylors persönlichen Lieblingsentwürfen zählt.

Vielleicht ist es die scheinbare Einfachheit seiner Produkte, vielleicht das intelligente Understatement, das sich erst auf den zweiten Blick

offenbart, vielleicht die Leichtigkeit, die seine Produkte ausstrahlen – das Geheimnis guter Gestaltung führt Alexander Taylor auf ganz basale Grundlagen zurück: „Design sollte einfach sein, ehrlich und einen Charakter besitzen, der die Nutzer auffordert, selbst etwas zu erschaffen. Ich selbst sehe es als eine Mischung aus Originalität und dem Angebot, das bereits Existierende aus einem neuen Blickwinkel zu betrachten.“

Ein gelungenes Beispiel für diesen Designanspruch ist die Taschenlampe „Grip“, die Taylor für den Hersteller Praxis in Hongkong gestaltete: Inspiriert von den Griffen eines BMX-Rads besteht die LED-Lampe aus einem Silikongriff und wirkt wie ein allzeit bereiter Helfer aus einem Guss, den man gerne anfassen mag. Die einfache Handhabung und viele verschiedene Farben machen so aus einem schönen Gebrauchsgegenstand ein Produkt mit Charakter – eben typisch Alexander Taylor. „Manchmal“, erklärt der 38-Jährige, „ergibt ein Design einfach Sinn. Es gibt keine tiefere Bedeutung, Ideen können aus einer einfachen Denkweise entstehen oder auch durch den Blick auf neue Technologien und Innovationen. Wenn man auf eine natürliche Art denkt und seine Arbeit irgendwo stets im Kopf hat“, resümiert er, „dann werden die Ideen kommen.“

Besonders die Sportbranche bietet viele Möglichkeiten für kreativen Input, erklärt der Designer. Schließlich arbeitet Alexander Taylor für Adidas auch als Berater. „Design kann für eine Marke wie Adidas auf der höchsten Wettbewerbsebene den Unterschied zwischen Gewinnen und Verlieren bedeuten. Es ist heute so wichtig, dass Unternehmen Verantwortung zeigen, innovativ zu sein, effizient, intelligent.“

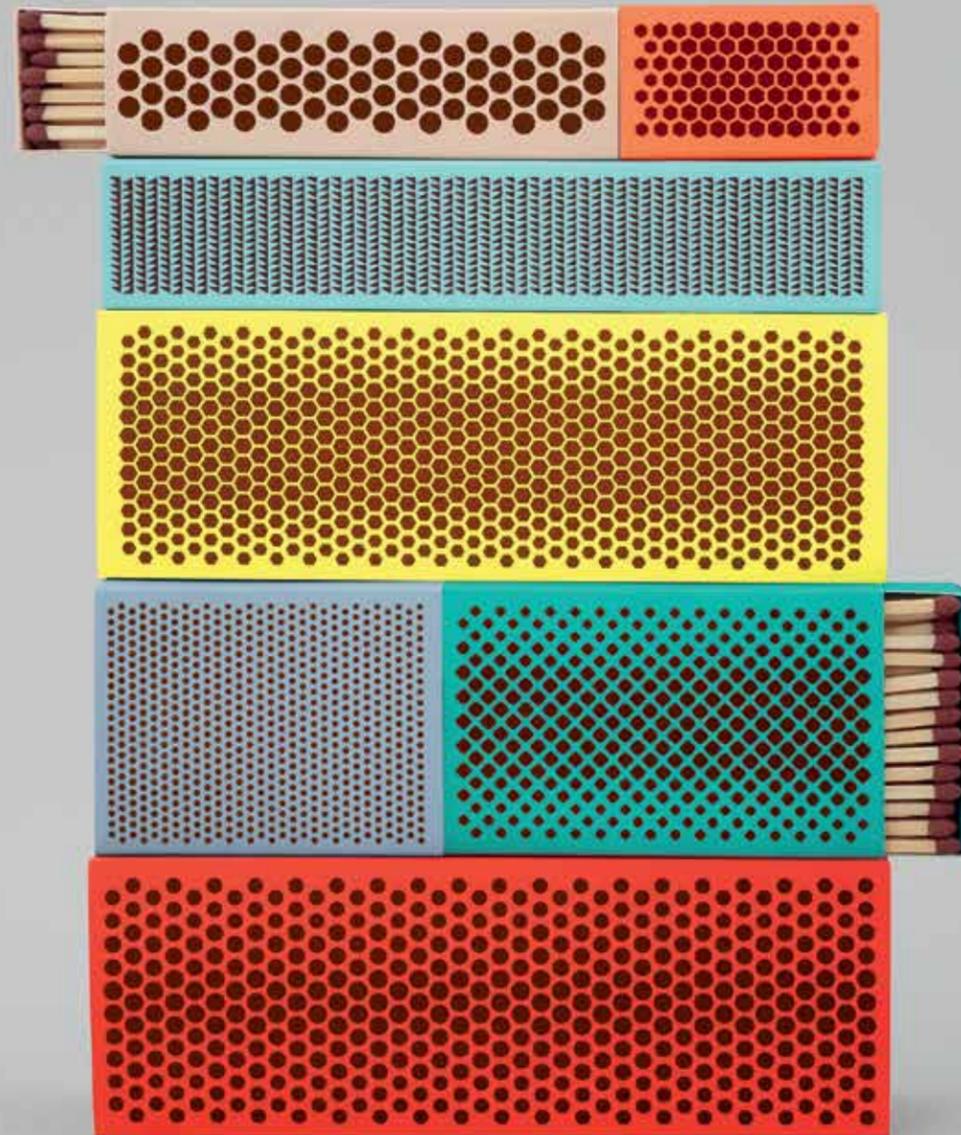
Die Zusammenarbeit mit dem Hersteller aus Herzogenaurach setzt Alexander Taylor aktuell fort, ebenso eine Reihe weiterer Projekte: Im Herbst dieses Jahres wird eine neue Leuchtenfamilie auf den Markt kommen sowie ein Glasgeschirr. „Diese Projekte bieten mir große Möglichkeiten für neue Gedanken und praktische Innovationen“, sagt Taylor. „Das Design von Glasobjekten steht in absolutem Kontrast zu meiner bisherigen Arbeit, aber genau diese Vielfalt ist das, was ich mir immer für mein Studio gewünscht habe.“

→ www.alexandertaylor.com





Clara von Zweigbergk



Streichholzschachteln „Strike“, Hay, 2013

Geometrische Formen, bunte Farben und Papier sind die Elemente, die die Arbeiten der schwedischen Designerin Clara von Zweigbergk in aller Kürze beschreiben. Die Klarheit ihrer Objekte und Produkte scheint viele Worte schlichtweg überflüssig zu machen. Und doch: Bei genauerem Hinsehen ist da so viel mehr, was die Gestaltung von Zweigbergks ausmacht. Ihre Papierarbeiten, Grafiken und Produkte spiegeln eine sehr persönliche Haltung wider, eine Liebe für Formen und Farben, eine Hinwendung zum Entwerfen von Hand. „Ich bin in einem Haus aufgewachsen, in dem in jedem Raum starke Farben vorherrschten“, erklärt die Designerin den Grund für ihr ausgeprägtes Farbempfinden. „Farben sind ein wichtiger Teil meiner Arbeit – und in meinem Leben. Ich habe zum Beispiel eine starke Erinnerung daran, dass ich als Kind die Kombination von Grün und Pink liebte. Bis mir Erwachsene sagten, dass das absolut nicht okay sei“, erzählt von Zweigbergk lachend. Auch heute noch sei sie manches Mal selbst überrascht über die Farbkombinationen ihrer Arbeiten.

Dementsprechend ist der „von-Zweigbergk-Stil“ unverkennbar, eigenständig und mit hohem Wiedererkennungswert, wie unter anderem das Mobile „Themis“ für Artecnic oder die polygonalen Tablets „Kaleido“ für den dänischen Hersteller Hay zeigen. Die geometrische Formsprache ihrer Entwürfe lässt sich mit den grafischen Wurzeln der Designerin erklären: Sie studierte Grafikdesign und Illustration in ihrer Heimatstadt Stockholm und später am Art Center College of Design in Kalifornien. Nach ihrem Abschluss arbeitete von Zweigbergk zunächst für verschiedene Agenturen und Designer in Los Angeles, bevor sie nach Schweden zurückkehrte und dort Mitbegründerin der Agentur Riveran Design Studio wurde. Durch die interdisziplinäre Ausrichtung ihrer Agenturpartner erhielt von Zweigbergk auch Einblicke in andere Arbeitsbereiche wie Mode, Architektur, Produktgestaltung oder Möbeldesign. Nach fünf Jahren zog es die Designerin zurück in die USA, anschließend ging sie nach Italien und arbeitete als Art-Direktorin für Lissoni Associati in Mailand. 2006 eröffnete Clara von Zweigbergk ihr eigenes Studio in Stockholm, wo sie über die Gestaltung mit ihrem Lieblingsmaterial Papier zunehmend auch das Produktdesign für sich entdeckte.

Für die Arbeit in den verschiedenen Disziplinen musste die Designerin auch ihren Entwurfsprozess anpassen: „Beim Grafikdesign arbeitet man eng mit dem Kunden zusammen, es wird viel über die Firmen-

identität gesprochen. Daher gehe ich hier auch deutlich methodischer und organisierter vor“, sagt von Zweigbergk. „Wenn ich Produkte gestalte, weiß ich weniger über die ‚Tabus‘, das Briefing ist meist offener und so mache ich einfach ziemlich genau das, was ich machen möchte.“ Sogar die Tabletserie für Hay findet ihren Ursprung im Grafikdesign: Clara von Zweigbergk hatte zuvor einen Katalog für das Unternehmen gestaltet, als Mette Hjort Hay 2011 auf sie zukam mit der Bitte um eine Idee für ein neues Accessoire. „Ich schickte ihr ‚Kaleido‘“ sagt von Zweigbergk knapp, so, als bedürfe dies keiner weiteren Erklärung. Aus der Kooperation sind mittlerweile drei Kataloge und eine Reihe weiterer Produkte entstanden, wie unter anderem die bunten Streichholzschachteln „Strike“, die von Zweigbergk gemeinsam mit ihrem Ehemann, dem amerikanischen Designer Shane Schneck gestaltete: Dort, wo die Zündfläche normalerweise an der Seite positioniert ist, weiteten die Designer diese einfach in Form kleiner Punkte auf alle Seiten der Schachtel aus und bewiesen damit wieder einmal, dass eine unkonventionelle Gestaltungsidee selbst im Kleinsten ein ausdrucksstarkes und kluges Produkt hervorbringen kann.

Neben dem interdisziplinären Ansatz mag Clara von Zweigbergk vor allem eines: analoge Handarbeit. So nimmt die Schwedin bei jedem neuen Projekt erst einmal Papier zur Hand. Sie zeichnet, faltet und formt es, ganz gleich, aus welchem Material das zu fertigende Produkt schließlich sein wird. Erst am Ende dieses Prozesses überträgt von Zweigbergk ihre Ideen in die digitale Ebene – auf den Computer, sogar beim Grafikdesign.

Clara von Zweigbergk scheint nun dort angekommen zu sein, wo sie sich immer gesehen hat: in den verschiedenen Disziplinen, und das erfolgreich. Grafik- und Produktdesign dienen als einander ergänzende Gestaltungsansätze, die sie in der ihr eigenen Art und Weise über Formen, Farben und durch Handarbeit zum Ausdruck bringt. Eben diese Kombination möchte sie fortführen und ausbauen. Und es wird spannend zu verfolgen sein, wie von Zweigbergks grafischer Blick die Gestaltung ihrer aktuellen Projekte beeinflussen wird – neben weiteren Papierprodukten arbeitet sie derzeit an neuen Objekten aus Glas, Keramik und Holz. 🖱️

→ www.claravonzweigbergk.com



Leuchte „Yoko“, Foscarini, 2013



Anderssen & Voll

Skandinavisches Design – ein Stichwort, das Menschen rund um den Globus ins Schwärmen geraten lässt. Die Länder am nördlichen Rand Europas haben eine Vielzahl großer Gestalter und zeitloser Objekte hervorgebracht: Claesson Koivisto Rune, Alvar Aalto, Finn Juhl – um nur einige Designikonen aus Schweden, Finnland und Dänemark aufzuzählen. Doch beim Thema Design und Norwegen muss man erst einmal nachdenken. Das im skandinavischen Design eher unterrepräsentierte Land international zum „Sprechen“ zu bringen, gelang um die Jahrtausendwende plötzlich einem Designstudio: Norway Says. Nach knapp zehn Jahren Zusammenarbeit der drei Gründer war allerdings Schluss – man hatte sich in unterschiedliche Richtungen entwickelt. Daher atmeten Liebhaber skandinavischen Designs 2009 erleichtert auf, als sich Torbjørn Anderssen und Espen Voll, zwei der drei Norway-Says-Gründer, entschlossen, noch einmal gemeinsam ein neues Büro zu gründen: Anderssen & Voll war geboren.

Mit den Referenzen und Erfahrungen von Norway Says im Gepäck ließen auch diesmal die Erfolge nicht lange auf sich warten: Eines der ersten Objekte, die aus der neuen Konstellation entstanden, war der „Eva Chair“ für den norwegischen Hersteller Hjelte. Mit einem Grundgestell aus Holz und bunten Bezugsstoffen zeichnet sich der ungewöhnlich geformte Sessel vor allem durch seine Beweglichkeit aus: Er lässt sich drehen und sogar kippen. Mit dem Designpreis 2010 der Messe Technoport in Norwegen flatterte auch gleich der erste Preis in das neue Büro der Designer. Weitere sollten folgen, wie unter anderem der Wallpaper* Design Award und der iF award.

Der Schwerpunkt von Anderssen & Voll liegt zwar im Möbeldesign, doch auch Leuchten, Textilien und technische Produkte gehören zum Repertoire des Duos. Der Wechsel zwischen den Kategorien bedeute „Veränderung in der Größenordnung, im Prozess und im Material“, sagt Torbjørn Anderssen. „Und weil ein gutes Produkt im Kern auf einer guten Idee beruht, kann der geistige Abstand zwischen dem Entwerfen eines Stoffs und eines Tisches manchmal tatsächlich kleiner sein, als wenn man zwei neue Sofas kreiert, die ganz unterschiedlich sind.“

Eine wahre Herausforderung war für die Designer jedoch die Entwicklung eines Kommunikationsgeräts für Kinder für den Hersteller Evado Filip. Das Gerät erscheint zunächst wie eine digitale Armbanduhr, ist jedoch ausgestattet mit GPS und Wi-Fi. Sollten sich Kinder und Eltern in der Öffentlichkeit, z.B. einer Menschenmenge, verlieren, kann der Kommunikator unter anderem voreingestellte Telefonnummern per Knopfdruck anwählen, es gibt einen Notfallknopf, und per GPS kann das Kind lokalisiert werden. „Es war nicht leicht, all diese Technologie in etwas hineinzupacken, das tatsächlich am Handgelenk eines Kindes getragen werden kann“, sagt Espen Voll. „Dabei haben wir viel mit Ingenieuren in den USA zusammengearbeitet, das war auch für uns ein guter Lernprozess.“

Eine lange Entwicklungsarbeit ging auch der Leuchte „Yoko“ für Foscarini voraus, die in diesem Frühjahr erstmals zur EuroLuce in Mailand vorgestellt wurde. Sie besteht aus einem dezent gestalteten Fuß, auf dem eine filigrane Blase aus Plexiglas ruht. Beleuchtet erzeugt das Material pastellene Töne, Reflexionen und Schattierungen, die an Nordlichter erinnern sollen. Um die Kunststoffolie so perfekt in Form zu bringen, erstellten Anderssen & Voll im Vorfeld unter anderem zahllose Formstudien zur Krümmung der Silhouette.

Aktuell steht den Designern eine weitere Herausforderung ins Haus – diesmal jedoch in eigener Sache: „Wir renovieren gerade einen alten Bauernhof aus dem 17. Jahrhundert in Oslo – direkt am Fluss“, schwärmt Espen Voll von der neuen Arbeitsstätte der Designer und ihrer sechs Mitarbeiter. „Er liegt in einem Ort, an dem Nahrungsmittel noch lokal hergestellt werden. Es gibt eine kleine Brauerei, eine Bäckerei, eine Schlachterei und eine Schnapsbrennerei.“ Von diesem idyllisch klingenden Ort aus werden also künftig neue Objekte die Welt des Designs erobern – bestes skandinavisches Design, diesmal aus Norwegen. 📍

→ www.anderssen-voll.com

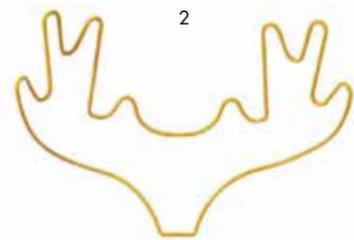


Alexander Taylor

- 1 LEUCHE „TANK“ [Established & Sons]
- 2 MANTELHAKEN „ANTLERS“ [Thorsten van Elten]
- 3 LEUCHTEN „PORT“ [David Gill Galleries]
- 4 LEUCHE „FOLD“ [Established & Sons]
- 5 TASCHENLAMPE „GRIP“ [Praxis]



1



2



3



4



5



Clara von Zweigbergk

- 1 MOBILE „THEMIS“ [Artecnica]
- 2 NOTIZBÜCHER „INK“ [Hay]
- 3 TABLETS „KALEIDO“ [Hay]
- 4 MOBILE „THEMIS MONO“ [Artecnica]
- 5 ORDNER UND CLIPBOARDS „SPINE“ [Hay]



1



2



4



3

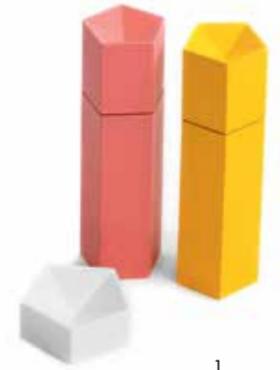


5



Anderssen & Voll

- 1 SALZ- UND PFEFFERMÜHLE „ORI“ [Produktion Herbst 2013]
- 2 COMMUNICATOR FÜR KINDER [Evado Filip]
- 3 SESSEL UND HOCKER „EVA“ [Hjelle]
- 4 SOFA „OSLO“ [Muuto]
- 5 TISCH „CARD“ [Asplund]



1



2



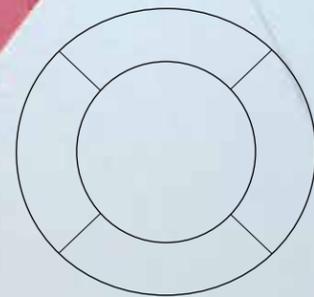
3



4



5



oben drauf

VON
HANNAH BAUHOFF

Wohnraum in Innenstädten ist heiß begehrt – und sehr teuer. Um die wachsende Nachfrage zu decken, wird angebaut, umgenutzt und aufgestockt. Dachaufbauten sind besonders populär, denn so kann 10 bis 20 Prozent mehr Wohnraum geschaffen werden. MADE stellt gelungene Dachräume vor – samt Rück- und Ausblick.

„From time immemorial man has wanted to get up onto the roof.“

Le Corbusier

Wer in diesen Tagen unten auf der Straße verzweifelt nach einer Wohnung sucht, blickt nicht selten nach oben. Zumindest schielt, neben stillen Gebeten zum Allmächtigen, ein Auge nach freien Plätzen auf Häusern. Ein freier Dachboden, ein leer stehendes Penthouse, ein unbebautes Flachdach – egal, es geht um irgendeine Möglichkeit, hoch oben die Wohnung aller Träume zu finden.

Dabei ist die Idee, auf Dächern zu wohnen, in unseren Breitengraden erst gute 150 Jahre alt. Galt zuvor der erste Stock als Beletage und damit als die beste Lage für Wohnungen, die nur Reichen und Gutsituierten vorbehalten war, änderte sich das langsam ab 1850 mit Beginn der Industrialisierung. Schließlich machte erst der Aufzug – 1857 auf der Crystal-Palace-Ausstellung in New York vorgestellt – aus den dunklen, stickig-heißen Dachmansarden ohne fließend Wasser einen attraktiven Ort zum Wohnen. Auch andere technische Entwicklungen wie Erhöhung des Wasserdrucks dank neuer hypnopneumatischer Systeme, Beton und teerhaltige Dachpappe veränderten den Umgang der Architekten mit dem Dach – es war endlich dicht und belastbar.

Dessen Erschließung brachte ungeahnte Vorteile: ruhiger, sauberer, bessere Luft, heller und sonniger. Und herrliche Ausblicke – wie bei Ozeandampfern. Diese jedenfalls waren für viele Architekten Vorbild, wenn es um den Ausbau von Dächern ging. Le Corbusier zum Beispiel hat bei seiner Marseiller „Wohnmaschine“ eine Sportanlage mit Pool und Laufbahn geplant, wie bei den Luxuslinern, die dort im Hafen lagen (zu sehen in der Rubrik Haltepunkte auf S. 70). Dacharchitekturen waren jedoch nicht nur als Luxusbauten geplant, auch öffentliche Gebäude wie Schulen, Krankenhäuser und Sanatorien nutzten ihre Dächer zur Regeneration und zur Leibeserziehung. Das Dach der Fabrik von Fiat im Turiner Stadtteil Lingotto plante der Ingenieur Giacomo Mattè-Trucco sogar als Rennbahn, sodass auf dem Dach der Fertigungsstraßen von 1915 bis 1921 tatsächlich Testfahrten mit den vierrädrigen Prototypen stattfanden.

Der neue Blick von oben nach unten war es auch, der den Deutschen Ludwig Hilbesheimer auf die Idee der „vertikalen Stadt“, ein völlig neues Verständnis von Stadt brachte. Städtebauliche Planungsmodelle der „Großstadtarchitektur“, der „New City“ von Hilbesheimer oder auch die Idee der „multilayered city“, also der Stadt mit verschiedenen Ebenen, waren die planerische Konsequenz dieser neuen Perspektive. Futuristen wie Antonio Sant’Elia, dessen Zeichnungsserie „La Città Nuova“

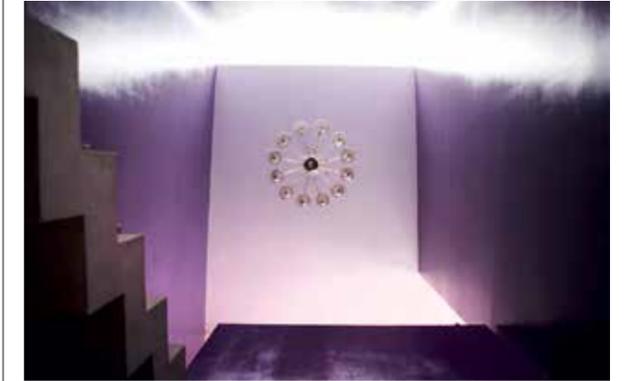
viele Architekten der Moderne beeinflusste, und Funktionalisten wie Hilbesheimer hatten zwar unterschiedliche Ansätze, verfolgten jedoch ähnliche Ziele: Es entstanden dreidimensionale Städte mit verschiedenen Ebenen für die unterschiedlichen urbanen Funktionen und Verkehrsströme, ohne dass private Vehikel, Eisenbahnen oder Fußgänger direkt aufeinanderstießen. Zumindest auf dem Reißbrett funktionierte die These, jeder Funktion ihre eigene Ebene.

Als Ausgleich zum industrialisierten städtischen Hochhausleben verfolgte der Engländer Ebenezer Howard die Idee der Gartenstadt, wobei es ihm nicht allein um die Gestaltung der Dächer als Landschaftsbegrünung ging, sondern auch um die Einbindung der Natur in städtisches Leben. Der Architekt und Stadtplaner Ernst May griff die Idee der individuellen Nutzung der Dächer bei seinem Entwurf des „Neuen Frankfurt“ auf und ließ großflächige Dachterrassen anlegen, eine privatisierte grüne Idylle für die Familie. Grünflächen mit Erholungszonen für die gemeine Öffentlichkeit dagegen entstanden auf dem Dach des „Museum Oakland Kalifornien“ im US-amerikanischen Oakland, gebaut 1961 von Kevin Roche und John Dinkerloo und 1969 eröffnet, gilt es bis heute als eines der wegweisenden Gebäude in Sachen Museumsarchitektur und „Urban Landscaping“.

Villen und private Häuser erscheinen wie ein wahres Plädoyer für die Dachnutzung – allerdings in erster Linie als Terrasse. Auch heute scheint die Dachterrasse – neben der Dachbegrünung – das populärste Beispiel für die Nutzung von Dächern. Denn strenge städtebauliche Verordnungen in Bezug auf die Fassadengestaltung und auf Bauhöhen verhindern oft eine sinnvolle Nutzung der himmelnahen Flächen. Nicht verwunderlich daher, dass ab den 1980ern „Dachparasiten“, also ungewöhnliche Aufbauten, gerne auch als temporäre Installationen gedacht, welche sich von der Architektur des Hauses abheben, en vogue waren.

Bis heute hat sich der Umgang mit dem Thema Dach seitens der Städte und Kommunen nicht verändert – auch wenn der Hamburger Bürgermeister Olaf Scholz erst kürzlich ein wahres Plädoyer für das Potenzial von Wohnraum in der Höhe gehalten hat. Allerdings meint er damit wohl den Neubau von Hochhäusern und nicht die Umnutzung von Dächern. Vermutlich weil er mit der Elbphilharmonie von Herzog & de Meuron eine der spektakulärsten, aber auch teuersten Dachnutzungen unserer Zeit zu verantworten hat.

DASS ES AUCH GÜNSTIGER UND SCHNELLER GEHT, ZEIGEN DIESE 5 BEISPIELE: 



In Condesa, einem lebendigen Stadtteil mitten in Mexico City, gibt es auf einem dreistöckigen Gebäude einen Dachaufbau, der es in sich hat: Überhänge, eine interessante und kluge Raumabfolge, Öffnungen und jede Menge Schrägen. Das Penthouse des mexikanischen Künstlers Yoshua Okon strahlt mit seinen zwei Terrassen und dem einzigartigen Blick über die Dächer der Nachbarschaft trotz der ungewöhnlichen Winkel und Ecken eine unglaubliche Ruhe aus. Überhaupt denkt man an Japan, wenn man die origamigleiche Ausgestaltung des Apartments betrachtet – nur mit den knallpinken bzw. violetten Wänden zur Treppe und zum Innenhof assoziiert man Mexiko – der Architekt Luis Barragán lässt grüßen. Die Außenfassade aus Corianplatten in Perlgrau bildet dazu einen passenden Kontrast.

→ www.architectscollective.net

→ www.at103.com

→ www.yoshuaokon.com



Architekten: Architects Collective und at103 / Wien und Mexico City
Kurt Sattler, Julio Amezcua, Francisco Pardo

OZULUAMA RESIDENCE

Mexico City

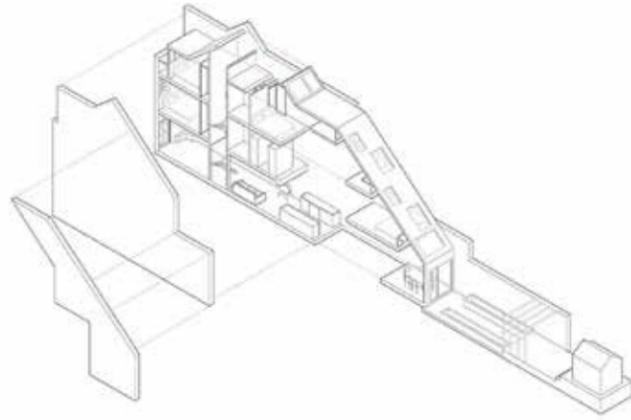


SLIM HOUSE

London

Welch Herausforderung! Ein Dachaufbau mit nur 2,3 Metern Breite, dazu ein kleines Budget. Die Architektengemeinschaft alma-nac nahm die Herausforderung im Londoner Stadtteil Clapham an und organisierte die gesamte Raumabfolge über die vier Stockwerke neu – damit in dem schmalen Haus trotz Dachnutzung viel Licht ins Innere gelangt. So entstand eine Konstruktion aus Schiefer, die das komplette Haus im Blick hatte und die maximale Hausbreite sogar auf 2,5 Meter vergrößert.

→ www.alma-nac.com



Architekten

alma-nac – collaborative architecture: Chris Bryant, Caspar Rodgers, Tristan Wigfall



PFARRHAUS ST. JOSEF

Zürich

Zwischen behutsamer Rekonstruktion und radikaler Neuinterpretation liegt dieser Dachaufbau, der den Wohnsitz eines Züricher Pfarrers energetisch optimiert und behindertengerecht macht. Wer von außen auf die hundertjährige „Pfarrersvilla“ blickt, kann nur an der spitzwinkligen Dachgaube und an der eingepassten Haupteingangsfassade den Umbau erkennen. Der Bestand soll wirken. Der Clou: die neu ausgebaute Wohnung des Pfarrers, für die ein Teil der Dachterrasse geopfert wurde. Der Würdenträger hat dank einer geneigten Innenwand einen fünfeckigen Wohn- und Essbereich und aus der Lukarne einen unverstellten Blick auf seine Kirche.

→ www.freisaarinen.ch



HOTEL EVERLAND

Burgdorf

Ein temporärer Dachparasit par excellence ist bzw. war dieser Dachaufbau. Hotel Everland nannte das Schweizer Künstlerpaar L/B (Sabina Lang und Daniel Baumann) seinen Beitrag zur Expo 2002 in der Schweiz. Das temporäre Einzelzimmer mit Bad, Doppelbett und Lounge wirkte von außen wie eine blaugrüne Raumkapsel. Der großzügig bemessene Raum, eher eine Suite, landete nach Ende der Landesausstellung auf Dächern in Leipzig und Paris. Auch an ein Mitbringsel hatten die Künstler gedacht: Die goldbestickten Handtücher sollten geklaut werden. Alle Everland-Gäste wurden (so) Teil des Kunstwerkes, das von 2002 bis 2009 als Hotel diente und jetzt in der Schweiz im Ruhestand ist.

→ www.everland.ch



Frei + Saarinen Architekten
Barbara Frei, Martin Saarinen; Nicolaj Bechtel, Stefan Wülser, Corina Trunz, David Winzeler, Bastien Turpin



WOHNQUARTIER TREEHOUSES, BEBELSTRASSE

Hamburg

Sechs Wohnblöcke aus dem Jahr 1959 im beschaulichen Hamburger Stadtteil Alsterdorf wurden von den Hamburger blauraum architekten im Zuge einer energetischen Sanierung um eineinhalb Geschosse aufgestockt. Ziel der Baumaßnahme: Verdoppelung der Wohnfläche bei zeitgleicher Halbierung der gegenwärtigen CO₂-Emissionen und Bewahrung der Identität der bestehenden Zeilenbebauung. Es entstanden 47 neue Zwei- bis Vierzimmerwohnungen von 90 bis 140 Quadratmetern sowie 104 Ein- bis Dreiraumwohnungen in der Größe von 40 und 70 Quadratmetern, alle ausgestattet mit großzügige Loggien und

Dachterrassen – eine kluge, massentaugliche Lösung für Wohnblöcke. Die Konstruktion konnte aufgrund einer Mischbauweise aus Massiv- und Holzkonstruktionen vorgefertigt werden und wurde vor Ort nur noch zusammengesetzt.

Als Verkleidung wählten die Architekten helle Alaskazedernholz-Schindeln. Diese sollen sich nach und nach aufgrund der Witterungseinflüsse verfärben und dadurch dem Sichtmauerwerk des Bestands aus gelbem Klinker optisch annähern.

→ www.blauraum.eu





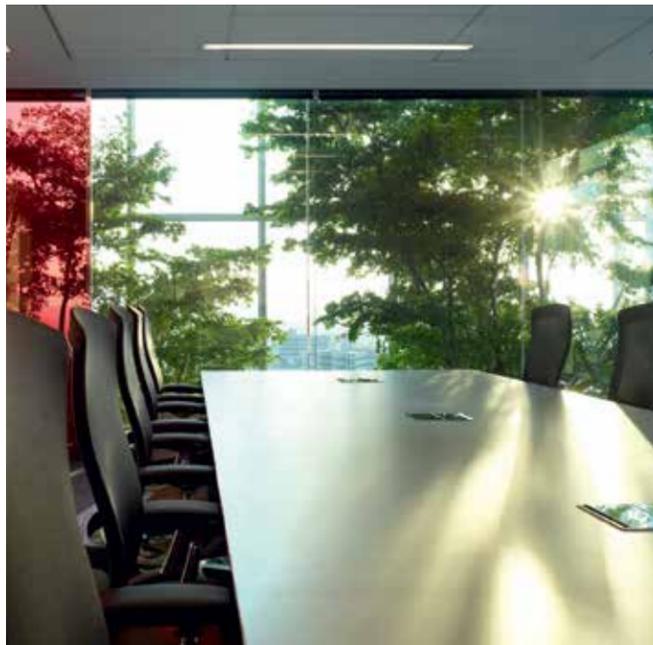
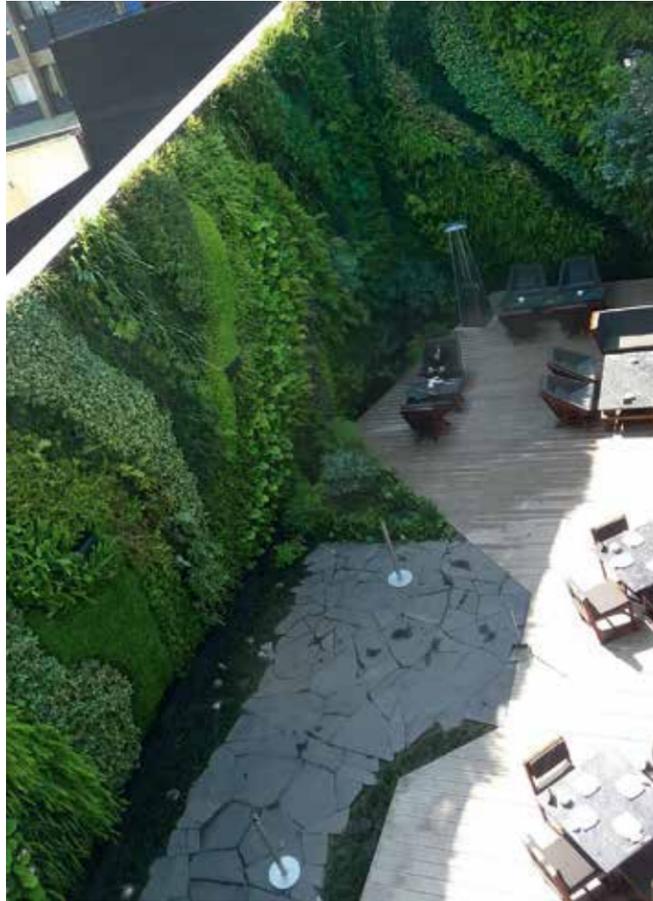
Evolutionäre Überlegenheit heißt nicht automatisch, über die größte Kraft zu verfügen.

Das ErgoSystem® mit seinen über 400 Produkten ist ein Garant für Flexibilität und passt sich wandelnden Anforderungen perfekt an. Es sorgt für mehr Komfort und wird von jedermann geschätzt, für den sicheres Greifen einen besonders hohen Stellenwert hat. Basis ist ein umfangreiches Griffprogramm mit diagonal-ovalem Griffquerschnitt für optimale Ergonomie und verringerten Kraftaufwand beim Zugreifen. Zur ganzheitlichen Lösung wird das ErgoSystem® durch vielfältige Accessoires, die sämtlichen Anforderungen gerecht werden. Schön, wenn so gute Ideen dann auch noch so gut aussehen. www.fsb.de/ergosystem



FSB

Sie haben es in der Hand.



Die grüne Welt

VON
KATJA NEUMANN

Der Spezialist für Innenraumbegrünung und Inhaber der Agentur indoorlandscaping Andreas Schmidt im Gespräch über Pflanzenwände, Teamwork und den Einzug der Natur in die Architektur.

Herr Schmidt, Grün scheint das neue Schwarz zu sein. Gilt das auch für die Innenraumbegrünung?

Ich selbst bin gerade eher von Cyan angetan (lacht). Aber es stimmt: Die Natur hält Einzug in die Büro- und Wohnräume. „Green is the new black“ hieß es in unserem Bereich jedoch schon 2007, zumindest in den USA, wo ich just zu dieser Zeit gearbeitet hatte. Wir realisierten ein Konzept in der Bank of America in Charlotte, North Carolina.

Wie kam es dazu?

Zu dieser Zeit begann es gerade, dass Architekten die Innenraumbegrünung in ihre Konzepte einplanten, da besonders bei modernen Glasbauten etwas Lebendiges fehlte. Und Glasbauten bieten viel Licht, sie sind damit ideal für Pflanzen. Die Architekten Perkins & Will in Chicago kamen damals auf mich zu, um in das neue Gebäude der Bank of America ein grünes Konzept zu integrieren. Ich sah mir vor Ort den damaligen

Planungsstand an, wir entwickelten ein Konzept. Anschließend flog ich nach New York zu den Lichtdesignern, um deren Lichtkonzept nach pflanzenphysiologischer Sicht zu optimieren. Schließlich wurde ich mit der Aufgabe betraut, nach Florida zu reisen, um dort in Baumschulen die Bäume auszusuchen, die dann zur Fertigstellung 2010 dort eingepflanzt wurden.

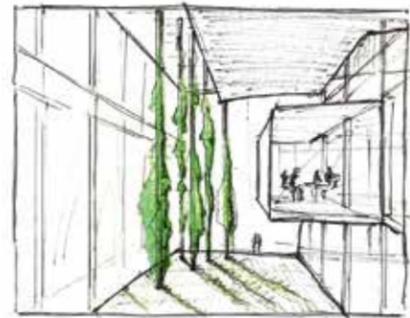
Neben Bäumen und Pflanzen konzipieren Sie auch vertikale Wandbegrünung. Wie funktioniert das?

Bei den Pflanzenwänden gibt es mehrere Systeme. Das einfachste und bekannteste: Kletterpflanzen begrünen Wände. Allerdings ist das Wachstum im Innenraum langsamer.

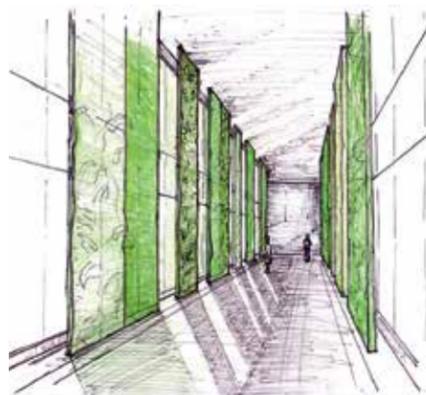
Weniger Tageslicht im Innenraum reduziert den Stoffwechsel der Pflanzen erheblich. Deshalb gibt es für Innenräume seit einigen Jahren Pflanzenwände, bei denen die Pflanzen in ein textiles Vlies eingepflanzt und automatisch bewässert werden. Dort können fast alle gängigen Zimmerpflanzen eingesetzt werden. Bei Pflanzenwänden wie beispielsweise dem „Grüne Wand® System“ werden die Pflanzen in einem Phenolharzschäum kultiviert und auf der Baustelle fix und fertig montiert. Der Schaum besteht im Wesentlichen aus Luft. Er ermöglicht so die Verdunstung von Wasser und führt damit zur Erhöhung der Luftfeuchte – und dies hat in Abhängigkeit von der Raumtemperatur wieder einen Effekt auf das gesamte Raumklima. Das physikalische Prinzip nennt sich passive Kaltverdunstung, der Effekt adiabatische Kühlung. Die tägliche Bewässerung ist automatisiert, die Pflege erfolgt durch einen erfahrenen Gärtner.

Wie wirken diese Effekte auf die Menschen, die in den Gebäuden arbeiten?

Es ist immer schwierig, die Wirkung einer Begrünung in Messdaten auszudrücken. Vielfach geht es um gefühlte Aspekte. Wir Menschen neigen dazu, uns mit Grün zu umgeben, es ist etwas Lebendiges, wir erfreuen uns an den Farben und am Duft. In begrünten



Planungsskizzen für die Innenraumbegrünung der Bank of America in Charlotte, USA



Bürogebäuden kann man konkret beobachten, dass die Menschen es vorziehen, sich unter einen Baum zu setzen. Ein Versuchsprojekt in der HypoVereinsbank, bei der wir Bonsai-Stelen einsetzten, um die sich die Mitarbeiter anschließend kümmern sollten, war auch sehr interessant: Nach einigen Wochen sagten etwa zwei Drittel, es sei schön, etwas am Leben zu halten, und sprachen sogar von „ihrem“ Baum.

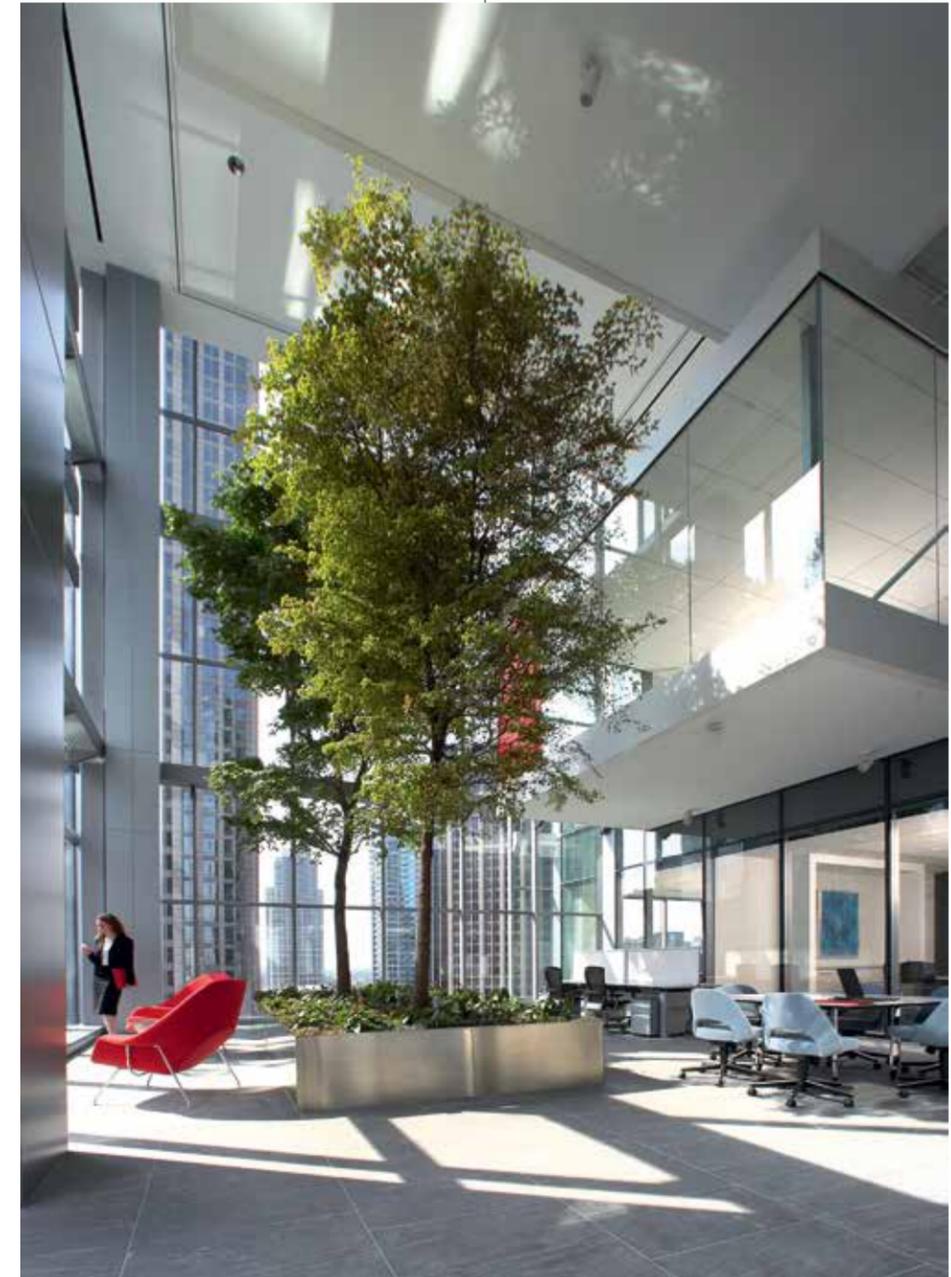
Das ist aber sicher bei jedem Projekt unterschiedlich ...

Um bestimmte Effekte zu erzielen, setzen wir einen Fragebogen ein, den wir bei jedem Projekt gewissenhaft abfragen, ausarbeiten und der eine Grundlage unserer Planungen des funktionalen Grüns bildet.

Funktionales Grün?

Ja, in unserer Arbeit geht es ja neben dem Gärtnerischen auch um das Klimatechnische. Wir berechnen den Einfluss der Pflanzen, werten Fragebögen aus und schauen, inwieweit wir mit Pflanze X Effekt Y erzielen. So verändert sich z.B. durch Pflanzen automatisch die Akustik im Raum. Oder Moose binden Staub, sie absorbieren und verstoffwechseln ihn. Aber Moose sind im Innenraum schwer zu realisieren, da sie eine Luftfeuchte von 60 Prozent brauchen.

Uns geht es in erster Linie um die Gestaltung mit Pflanzen, um die Belebung und die Aktivierung von Räumen. Wenn wir mit dem Schaumsubstrat der Pflanzenwand arbeiten, können wir berechenbare Luftfeuchte steuern. Dann sind es letztendlich aber nicht die Pflanzen, die die Performance bringen, sondern das Substrat. Man kann auch eine Pflanzenwand mit einer Akustikwand kombinieren oder eine Lehmwand hinzufügen und darüber die Luftfeuchte passiv steuern. Es gibt eine Reihe baubiologischer Tricks, die wir anwenden, zusammengefasst geht es um die Wechselwirkung zwischen der humanen und der floralen Welt – und dem Gebäude. ☺



Offen, hell und freundlich: Die Bäume für die Lobby der Bank of America suchte Andreas Schmidt persönlich in Baumschulen in Florida aus.



Oben: „Grüne Wand® System“ von art aqua in der Raiffeisenbank in Chur, Schweiz

Unten: 220 Quadratmeter Pflanzenwand im urbanen Innenhof von Nike Sportswear 1902 in Condesa, Mexiko



Sie studierten eigentlich Chemie. Wie kamen Sie zur Raumbegrünung?

Im Chemiestudium lernt man, sehr analytisch und vernetzend zu denken. Es geht um viele Prinzipien, um chemische, biologische und physikalische. Die habe ich schon immer schnell verstanden. Außerdem war mein Großvater Friedrich Gärtner. Er hat mir in meiner Kindheit viel beigebracht, damit bin ich groß geworden. Und dann hatte ich schon immer eine Vorliebe für schöne Dinge. Aus diesen drei Sachen ist mein Berufsbild entstanden. Das habe ich mir sozusagen selbst entwickelt.

Wie eigneten Sie sich Ihr Pflanzen-Know-how an?

Ich habe schnell festgestellt, dass ich allein nicht alle Kompetenzen haben kann, und bin früh dazu übergegangen, mit Spezialisten aus den verschiedenen Teilbereichen zu arbeiten. Denn Raumbegrünung ist im Kern eine komplexe Sache, bestehend aus vielen verschiedenen Gewerken. Das erfordert viel Kommunikation. Eigentlich bin ich der Kommunikator für die Pflanzen, der Koordinator für das grüne Projekt.

Aus welchen Experten besteht Ihr Team?

Im Kernteam sind etwa zehn bis zwölf Spezialisten wie unter anderem der Innenarchitekt Bjorn Buchholz aus Köln oder der Berliner Grafikdesigner Bensch Lüdiger. Bernhard Häring sorgt für das Gartenbautechnische, Philipp Stegmüller fürs richtige Licht. Darüber hinaus habe ich in den vergangenen 15 Jahren ein großes Netzwerk aufbauen können, was der eigentliche Wert meiner Firma ist. Es gibt an die 300 Leute, auf die ich bei bestimmten Fragen oder Projekten zurückgreifen kann.

Aufteilen kann man das Team grob in zwei Bereiche: Die Gestaltung und „die grüne Welt“, wie ich sie nenne. Dazu gehören Gartenbauingenieure, Biologen oder der Moosexperte. Der Ansatz, den ich bei der Gründung hatte, war, Design und grünes Know-how zusammenzuführen. Für jedes Projekt haben wir also die Aufgabe, das Team zusammenzustellen, kurz: die richtigen Menschen für die beste Lösung der Aufgabe.

Sie arbeiten auch mit einem Team in Mexiko. Wie kam es dazu?

2007 haben wir dort einen Ableger gegründet. Mit „verde 360“ entwickeln wir vertikale

Begrünungen im Außenraum und Stadtbegrünungskonzepte. Es gibt viele Bereiche in Mexiko Stadt, in denen der Beton überhandgenommen hat, und hier eröffnet sich ein riesiges urbanes Spielfeld für uns. Zusammen mit den entsprechenden Auftraggebern wie Kommunen oder Firmen und Restaurants, die einfach wieder ein Stück mehr Grün in den Städten etablieren wollen. Das macht sehr viel Spaß.

Gibt es ein Traumprojekt, das Sie gerne realisieren würden?

Alle meine bisherigen Projekte waren Traumprojekte, es ist einfach eine schöne Aufgabe. Letztendlich muss sich alles entwickeln, so wie es sich in den letzten 15 Jahren auch entwickelt hat. Ich habe mir in dieser Zeit nie konkret etwas gewünscht, sondern mich auf die Projekte eingelassen. Man bekommt immer die richtigen Bauherren zur richtigen Zeit, das ist ein natürliches Prinzip ... einfach wachsen lassen.

Herr Schmidt, vielen Dank für das Gespräch. 🙌

→ www.indoorlandscaping.com

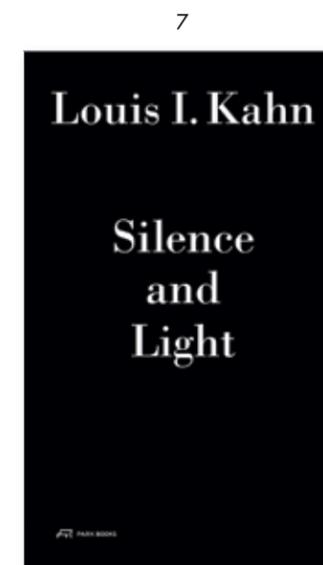
→ www.verde360.com.mx

ZUR PERSON



Andreas Schmidt, 1973 in Trier geboren, studierte Chemie und Toxikologie an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster, bevor er 1996 als freiberuflicher Florist arbeitete. 1998 gründete er mit dem Hamburger Andreas Schröder die Agentur indoorlandscaping. Bereits ein Jahr später beschäftigte er sich mit vertikalen Begrünungen für den Innenraum und gab schließlich den gestalterischen Impuls für die Entwicklung des Pflanzenwandsystems „Grüne Wand®“, welches 2008 mit dem internationalen Designpreis „Focus Green Gold“ des Design Centers Stuttgart ausgezeichnet wurde. Seit Beginn seiner Tätigkeit im Bereich Innenraumbegrünung arbeitet Andreas Schmidt in Form einer virtuellen Netzwerk- und Bürostruktur mit internationalen Spezialisten zusammen. Er lebt und arbeitet in Trier und Mexiko Stadt.

Feinste Le seware



— **1** THE BERLIN DESIGN GUIDE Architekturführer, Lifestyle-Guides und Apps über Berlin gibt es wahrlich genug. Was bislang fehlte, ist ein Buch, das interessante Orte und Macher aus allen Bereichen des Designs vorstellt und diese in einen Zusammenhang bringt. Vom Buchstabenmuseum zum Mauerpark, von den Bonanza Coffee Heroes zum Gestalten Space wirft der handliche Berlin Design Guide einen Blick hinter die kreativen Kulissen und zeigt die ansteckende Dynamik der Hauptstadt. Und da er für eingesessene Berliner, Neuankömmlinge und Reisende gleichermaßen konzipiert ist, erscheint der Führer auf Englisch. (e) *Alphabet Press* — **2** DIE HOCHHAUSSTAPLER Gerade die Architektur veranschaulicht in diesem Buch, dass das Glück nun mal unbestechlich ist. Die Geschichte ist denkbar simpel: Zwei betuchte Herren überbieten sich gegenseitig im Aufrüsten ihrer Villen. Sie türmen sie bis in schwindelerregende Höhen mit goldenen Haustüren und diamantbesetzten Marmorsäulen auf. Bis am Ende alles in sich zusammenbricht. Das charmant illustrierte Bilderbuch ist eine humorvolle Parabel auf den menschlichen Größenwahn – für groß und klein. (d) *Sanssouci Verlag* — **3** GEHEIMREPORT DEUTSCHES DESIGN Dieses Buch liest sich wie ein Krimi: 1946 flog eine Gruppe des britischen

Militärgeheimdienstes im Auftrag des Handelsministeriums in das zerstörte Deutschland, um dessen Konsumgüterindustrie auszuspionieren. 92 Firmen und 22 Ausbildungsstätten wurden mit nur einem Ziel besucht: herauszufinden, wieso deutsche Hersteller in Sachen Formgebung den britischen und amerikanischen so überlegen waren. Anne Sudrow, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Potsdamer Zentrum für Zeithistorische Forschung, hat den Geheimbericht zufällig entdeckt und nun veröffentlicht. Dank ihres aufschlussreichen Vorwortes merkt man beim Lesen: Hier gibt es ungeahnte Einblicke in die Realität der Konsumgüterproduktion im Nachkriegsdeutschland. (d + e) *Wallstein Verlag* — **4** URBAN CATALYST Um mit dem rasanten Wachstum unserer Städte mitzuhalten, bedarf es neuer Ansätze in der Stadtplanung. Das Forschungsteam „Urban Catalyst“ hat sich in fünf europäischen Städten mit Veränderungsprozessen beschäftigt, ihre Logik analysiert und Szenarien entwickelt, mit denen informell auf den Städtebau Einfluss genommen werden könnte. Anhand vieler bebildeter Praxisbeispiele dokumentieren die Autoren, was Stadtplaner von kreativen Zwischennutzungen lernen können. (d) *DOM publishers* — **5** INDIVIDUELLER INNENAUSBAU MIT MÖBELN Wer Möbel als raumbildende

Elemente begreift und Anregungen sucht, wie Raum und Einrichtung miteinander zu einem harmonischen Gesamtkonzept verschmelzen, kann in diesem bildreichen Schmöcker fündig werden. Das 160 Seiten dicke Buch bietet kurze Einleitungstexte in die räumliche Situation der Gebäude, zahlreiche Fotos und Detailzeichnungen, die mit den Farbfotografien korrespondieren und anhand derer die Objekte geplant wurden. (d) *Deutsche Verlags-Anstalt* — **6** DESIGN IST UNSICHTBAR Den Klassiker der Entwurfstheorie des Schweizer Soziologen und Planungstheoretikers Lucius Burckhardt gibt es nun als Taschenbuch. 360 Seiten geht es um den sogenannten erweiterten Designbegriff. Was Burckhardt damit meint, zeigt dieses vielzitierte Beispiel: Was nutzt die schönste Straßenbahn, wenn sie nachts nicht fährt? Nichts. Daher plädiert Burckhardt dafür, soziale Zusammenhänge, Lebensformen und Handlungsweisen in den Entwurfsprozess von Anfang an miteinzubeziehen. (d) *Martin Schmitz Verlag* — **7** LOUIS I. KAHN – SILENCE AND LIGHT 1962 fand die erste umfassende Ausstellung des amerikanischen Architekten in Europa statt. Zur Eröffnung kam L. I. Kahn persönlich und hielt seinen inzwischen legendären Vortrag „Silence and Light“. Dieser kann jetzt im englischen Original nachgehört werden, denn dem hochwertig

gestalteten Buch mit Schwarz-Weiß-Fotografien liegt eine Audio-CD bei. Der Vortragstext wurde zudem in fünf Sprachen übersetzt und abgedruckt. Interessant: das persönliche Vorwort des indischen Architekten Balkrishna Doshi, der mit Kahn arbeitete. (d + e + f + i + s) *Park Books* — **8** HANDBUCH TECHNISCHES ZEICHNEN UND ENTWERFEN, MÖBEL UND INNENAUSBAU Der Klassiker für Anfänger und Profis der technischen Zeichnung ist aktualisiert. Mit seinen DIN-Vorschriften, Bemaßungstabellen und Zeichenanleitungen wie etwa für Beschlüsse ist das kompakte Buch sowohl Nachschlagewerk für Fertigungszeichnungen als auch Ideengeber für Entwurfszeichnungen. (d) *Deutsche Verlags-Anstalt* — **9** MEILENSTEINE DESIGN stellt die bahnbrechenden Ideen und Wendepunkte der Designgeschichte in den Mittelpunkt. Anstatt chronologisch vorzugehen, widmet sich jedes der insgesamt 20 thematischen Kapitel einem Objekt, das eine neue Stilrichtung begründet, neue Gestaltungsformen ermöglicht, Materialwelten aufgetan oder Funktionen von Design neu definiert hat. Demgegenüber stehen Objekte, die diese Grundideen aufgreifen und weiterdenken. Herausgekommen ist ein aufschlussreicher und umfassender Überblick über die bedeutenden Innovationen des Produktdesigns. (d) *Prestel Verlag*



Betreten erwünscht

VON
KATJA NEUMANN

„Floor Art“ nennt sich die Kunst der Bodengestaltung, die die in der Schweiz lebende Deutsche Jeanet Hönig in den letzten rund 15 Jahren zur Perfektion gebracht hat. Ihr Arbeitsmaterial ist Polyurethan, kurz PU, ein Zweikomponenten-Gießharz, das vorwiegend für stark beanspruchte Industrieböden verwendet wird. Dementsprechend strapazierfähig ist das Material, ebenso fugenlos, farbkonstant, feuchtigkeitsundurchlässig und leicht zu pflegen. Von Jeanet Hönig gestaltete Böden zieren Entrees, Lobbys, Einkaufszentren und Bürogebäude in aller Welt.

Von der Shopping Mall in der Türkei über einen Showroom in den USA bis zur Kantine in den Niederlanden – die Entstehung der ausgefallenen Bodenkunstwerke von Jeanet Hönig ist knochenhartes Handwerk. Zunächst verteilt Jeanet Hönig eine zähflüssige Masse, die in ihrer Konsistenz ein wenig an Joghurt erinnert, auf einen Betonboden. Anschließend gießt ein Mitarbeiter ihres Teams die gleiche Masse in einer anderen Farbe daneben, die Flüssigkeiten berühren sich, sie stoppen ihren Fluss, bleiben liegen, Kante an Kante, ohne sich zu vermischen. Mit einem Spachtel wird nun die halbflüssige Masse auf dem Boden ausgestrichen. Jeanet Hönig schlüpft in ihre „Nagelschuhe“, Arbeitsschuhe, deren Sohlen aus zahllosen Nägeln bestehen, und läuft mit einer Gießkanne in der Hand mitten in die Masse hinein. Sie holt Schwung, aus der Gießkanne fließt in feinen Linien farbige Flüssigkeit, die sich auf dem Boden verteilt. Nach kurzer Zeit läuft die Künstlerin aus der Bodenmasse heraus, die kleinen Löcher, die ihre Nagelschuhe hinterlassen haben, schließen sich langsam. Zurück bleibt eine plane Fläche in verschiedenen Farben, verziert mit Linien und Ornamenten – Kunst auf dem Boden. 🐾



Flächenbündige Türen mit Aluminiumzargen

Türen aus Holz, Glas und Aluminium, bandseitig oder bandgegenseitig flächenbündig sind in Kombination mit Aluminiumzargen geradlinig und schnörkellos, mitunter scharfkantig und schlank, ausdrucksstark und individuell, nachhaltig und dennoch attraktiv.



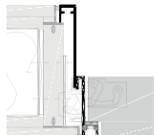
Maas und Partner Architekten, Münster | Lueb & Wolters Stilwerk, Düsseldorf



Modell USBV-G



Modell FZS



Modell LZBS



Knaus Meres Architekten, Stuttgart | Zeeb Innenausbau, Stuttgart



Aluminiumrahmentür ART in Glaswand



Der Boden als „Leinwand“ – für Jeanet Höinig nur eine logische Konsequenz: „Boden, Wand und Decke sind für mich eins, sie bilden die Gesamtheit eines Raums“, sagt die 48-jährige Künstlerin. „Unsere optische Wahrnehmung ist nicht nur auf ein ‚vor uns‘, auf Wände oder Objekte in Augenhöhe beschränkt. Unser Sichtbereich umfasst 360 Grad.“ Auf das Material Polyurethan und die Möglichkeit der Bodengestaltung stieß sie erstmals in Rotterdam, wohin es sie nach ihrem Designstudium in Paris und Tokio verschlug. Mitte der Neunzigerjahre begann sie, mit der Gestaltung von Fußböden zu experimentieren. Seitdem hat Jeanet Höinig mehr als 200 Projekte in aller Welt verwirklicht, das größte waren 6000 Quadratmeter Bodengestaltung bei T-Online in Darmstadt. Wider gängigen Vorurteilen eignet sich die Kunst am Boden bestens für große und stark frequentierte Flächen, denn der PU-Boden ist weder empfindlich noch unerschwinglich. Haptisch lässt er sich am ehesten mit Parkett vergleichen. Und mit rund 150 bis 200 Euro pro Quadratmeter liegt die individuelle „Floor Art“ etwa im gleichen Preissegment wie hochwertiges Parkett oder Marmor.

Jeanet Höinig bezeichnet sich selbst als „Künstlerin mit einem Hang zum Design“. Der Unterschied zu „herkömmlicher“ Malerei liegt jedoch darin, dass ihre Tätigkeit nicht nur Kreativität und handwerkliches Geschick erfordert, sondern auch körperliche Kraft und vor

allem eines: Nervenstärke. Denn innerhalb von 30 Minuten muss ihr Kunstwerk fertig sein, sonst härtet das Material aus und dann lässt sich nichts mehr verändern. Um derart große Flächen zu realisieren, erstellt Höinig im Vorfeld ein Konzept, in dem sie die Gesamtfläche in Teilbereiche aufteilt. „Die Nutzung des Raums – also seine Funktion, verschiedene Zonen, absehbare Laufwege, Möblierung und Farb-

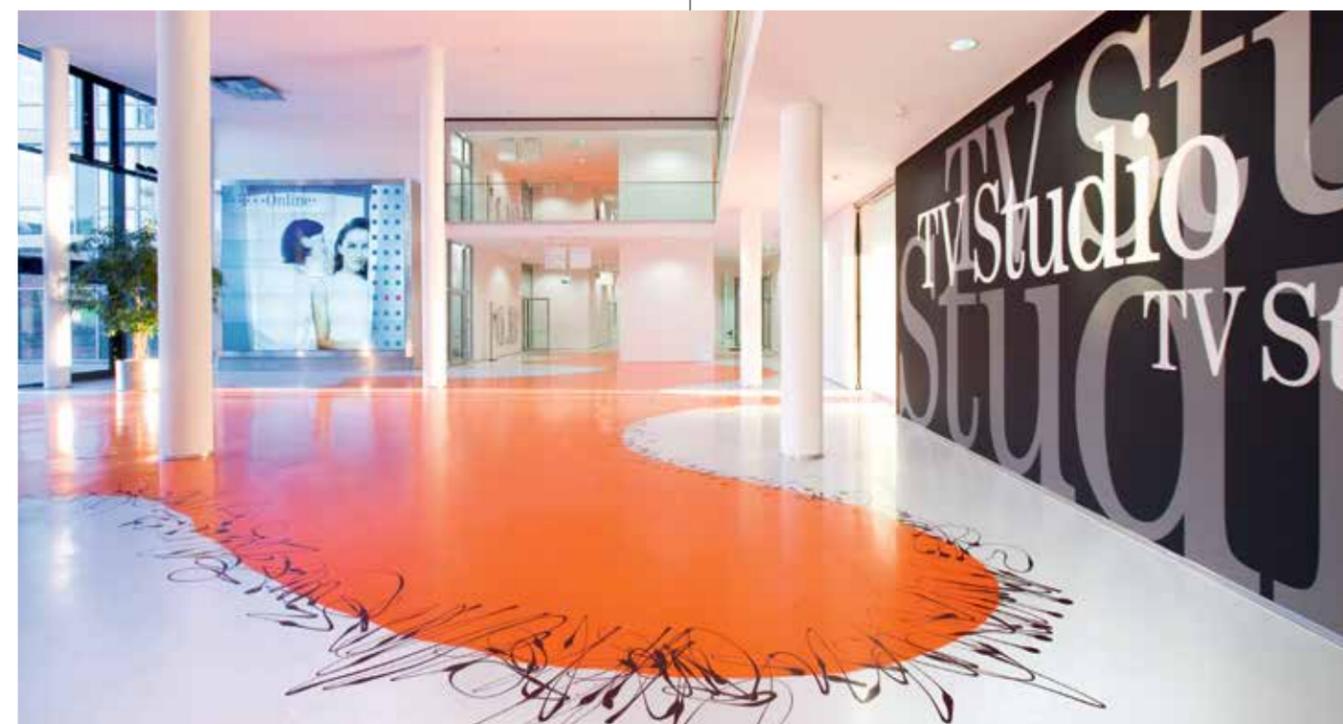
konzept bis hin zum Lichteinfall – all das ist in mein Konzept mit einbezogen“, erklärt die Künstlerin. Darauf basierend bestellt Jeanet Höinig das erforderliche Material – angesichts der Mengen eine logistische Herausforderung. „500 Quadratmeter ergeben leicht 1500 Kilo Polyurethan in verschiedenen Farben, die palettenweise an die Baustelle geliefert werden“, erklärt Höinig. Da es

sich um ein Zweikomponenten-Gießharz handelt, wird das Material erst vor Ort kurz vor der Verarbeitung gemischt. Mit einem Stift, der an einer Art verlängertem Arm angebracht ist, zeichnet die Künstlerin zunächst die konzipierten Flächen und deren Farben auf den Boden. „Wir beginnen meist in einer Ecke mit der Grundfarbe“, verdeutlicht Jeanet Höinig. „Die Farben kommen in großen 25-Kilo-Gebinden. Diese werden gemischt und dann haben wir etwa 30 bis 40 Minuten Zeit zur Verarbeitung. Wenn wir einmal angefangen haben, hören wir nicht mehr auf, bis alles aneinandergelegt und die Fläche fertig ist. Das ist Stress pur“, lacht Höinig. „Am Ende eines solchen Tages fallen alle um.“

„Boden, Wand und Decke sind für mich eins, sie bilden die Gesamtheit eines Raums.“



Oben links: Showroom der Handwerkskooperation WERK9 in Fulda. Oben rechts: Verlag Maison des Arts in Brüssel, Belgien.
Unten: „Floor Art“ auf 6000 Quadratmetern bei T-Online in Darmstadt





„Floor & Wall“ bezeichnet Jeanet Hönig Konzepte, bei denen Boden- und Wandgestaltung kombiniert werden.

Dazu kommt der kreative Part, in dem die Künstlerin die Feinheiten mit der Gießkanne auf den Boden „malt“. Neben dem nicht unerheblichen Gewicht des Materials und dem Zeitdruck kommt ein weiterer Faktor hinzu, durch den sich „Floor Art“ grundlegend von herkömmlicher Malerei unterscheidet: „Ich stehe mitten in meinem Bild“, erzählt die Künstlerin. „Das ist eine ganz andere Perspektive. Ich habe das Konzept im Kopf, aber das Kunstwerk entsteht in jenem Moment direkt auf der Fläche.“

Natürlich passiert es hin und wieder, dass etwas nicht so läuft, wie geplant. „Gerade auf der Baustelle geschehen manchmal unvorhergesehene Dinge. Da muss man extrem schnell reagieren“, sagt Jeanet Hönig. „Es ist zum Beispiel schon vorgekommen, dass Styroporplatten von der Decke herab und in die Bodenmasse fielen. Daraufhin habe ich den Entwurf spontan geändert.“ Auf der Baustelle muss Hönig nicht nur flexibel sein – Kunst am Boden stößt häufig sogar auf Vorurteile: „Manchmal heißt es im Vorfeld: Herrje, jetzt kommt gleich die schwierige Künstlerin. Aber das legt sich schnell, ich bin nämlich ganz und gar baustellentauglich“, erzählt sie lachend. „Der schönste Moment ist für mich außerdem, wenn sich alles noch im Rohbau befindet, der

Boden aber gerade fertig ist: Vorher ist es grau, und mit einem Mal gibt der farbige Boden enorm viel Input in die Architektur hinein – da läuft tatsächlich jedes Mal die ganze Baustelle zusammen“, schwärmt die Hönig, die mittlerweile ihre Art der Bodengestaltung weiterentwickelt hat:

So bietet sie eigens gestaltete „Floor Tattoos“ an – Folien und Schablonen für den Boden – sie gestaltet Wände, entwickelt ganzheitliche Raumkonzepte. „Derzeit arbeite ich unter anderem an einer Idee für die Kids’ Street im Canyon Shopping Center in Istanbul“, erklärt die Künstlerin. Das Konzept beinhaltet Ideen zur Gestaltung von Boden, Wand, Decke, Säulen, Wegweisung und Spielelementen. Neben mehreren „Floor

Art“-Arbeiten entwickelt Jeanet Hönig zudem ihr ambitioniertes Kunstprojekt „We only see what we believe is possible“ weiter. Dabei soll in großen öffentlichen Räumen ein Bild raumumgreifend in Boden, Wand und Decke integriert werden. Der Effekt: Der Betrachter kann das Bild lediglich aus bestimmten Blickwinkeln erkennen. Ein Spiel mit den Sinnen, getreu dem Arbeitsmotto der Künstlerin: „In einem Raum ist alles bereits vorhanden – nur die Art der Verbindung ist neu.“

→ www.jeanet-honig-design.com

„Mit einem Mal gibt der farbige Boden enorm viel Input in die Architektur hinein.“

H.O.M.E.

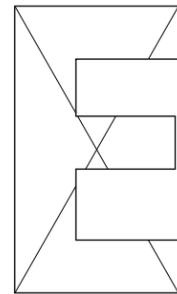
Im modernen Leben zu Hause

Das Designmagazin zum Wohlfühlen, 10 Mal im Jahr, mit Wohnen, Design, Architektur, Modern Art, Media und Mobilität. Erhältlich am Kiosk, als ePaper auf iKiosk oder als iPad App auf iTunes



Seven markets - one H.O.M.E. H.O.M.E. ist in sieben Märkten Zentraleuropas präsent. H.O.M.E. ist Partner des Designpreises der Bundesrepublik Deutschland.

Sichern Sie sich Ihr Vorteilsabo mit Designprämie unter www.home-direkt.de



in Tag mit ALINE

TEXT
HANNAH BAUHOFF

FOTOS
ODILE HAIN

Stylish, aber irgendwie unpraktisch – so werden Gegenstände aus Designerhand im allgemeinen Sprachgebrauch schnell kommentiert. Design beinhaltet aber jede Menge mehr. Wir wollen wissen, welches ausgeklügelte Prinzip hinter den Dingen steckt. Daher verbringen wir ganz bewusst einen Tag mit ausgewählten Gegenständen und dokumentieren unsere Erlebnisse.



🕒 **6:30 Uhr – Es klingelt.** Wecker oder Tür? Tür. Ein riesengroßer Pappkarton steht in meinem Hausflur. Das kann nur ALINE sein.

Mit dem Messer entlang den Kanten – drei Schnitte – und ALINE ist ausgepackt. Schlicht und zurückhaltend steht sie vor mir – in strahlendem Weiß. ALINE ist ein Stuhl, den ich einen Tag lang aufmerksam besitzen werde.

Denn: Ich habe ein Problem mit Stühlen, vielmehr ein Problem mit Bürostühlen. Ein herkömmlicher Bürostuhl wirkt häufig wuchtig und stört meinen Blick auf die Dinge. Ich möchte beim Betreten meines Arbeitszimmers nicht nur ein Sitzobjekt und Büromobiliar sehen, sondern Bilder, Bücher, ja die ganze Einrichtung erblicken. Ein Stuhl soll für mich ein freundlicher, zurückhaltender Helfer sein, der mich stützt und mir erlaubt, in Ruhe zu arbeiten. Den ich auch als Ablage für Bücher und zum Entspannen nutzen kann. Ich brauche einen Stuhl für alle Fälle.

Das alles kann ALINE, behauptet der Hersteller Wilkhahn. Schließlich sei ALINE ein sogenannter Mehrzweckstuhl für die „In-between-Bereiche“, die zwischen informellem Kontext und professioneller Nutzung angesiedelt sind“. Aha.

Die erste Sitzprobe, noch im Morgenmantel. Sitzt sich federleicht. Nur meine nackten Beine wundern sich beim ersten Hautkontakt über das kühle Sitzgefühl, welches das Polyestergewebenetz auf der Sitz- und Rückenfläche hinterlässt.

Trotz der Rollen will ich ALINE einmal tragen. Das Anheben ist eine Freude und überhaupt kein Kraftakt. Es geht in die Küche, dort trinken wir jetzt erst einmal einen Kaffee ...

Der Espresso brodelt, der Milchschaumer rotiert, der Ofen voller Frühstücksgebäck piepst – nur ALINE steht weiß und still neben dem bunt gemischten Stuhlsammelsurium am weißen Tisch. Sie sieht genauso aus wie im Katalog: filigraner Sitzrahmen, fünfarmiges Fußkreuz aus Aluminium, schwarz-graue Rollen. Der Sitz aus weißem Gewebe wirkt im ebenfalls weiß durchgefärbten, glasfaserverstärkten Polyamidrahmen fast durchsichtig. Der Check: Realität und Pressefoto stimmen überein. In real sieht ALINE noch unpräziser aus. Zurückhaltender. Das gefällt mir.

🕒 **9:00 Uhr – Der Langstreckentest beginnt:** Ich sitze, telefoniere, zappele, rolle vom Regal zum Schreibtisch und wieder zurück. ALINE bewegt sich widerstandlos mit ihren Parkettrollen hin und her. Hinter mir höre ich die Fotografin, die meinen Tag mit ALINE dokumentiert – mit Schwung drehe ich mich um die

eigene Achse. „Du machst ja richtig Wind“, kommentiert Odile meinen Move. „Eignet sich wohl zum Abkühlen nach heiklen Aufträgen, deine ALINE“, grinst sie. Ganz so drastisch würde ich es nicht formulieren, denn gefühlt ist eine Drehung auf ALINE eher wie langsames Gondelfahren auf der Alster und nicht wie ein Kettenkarussellschwung auf dem Hamburger Dom.

Odile will ALINE auch besitzen und verstellt die Sitzhöhe. Sie greift links unter sich nach dem Hebel mit Griffmulde, zieht ihn hoch und ALINE sinkt. Wir messen. Die minimale Sitzhöhe liegt bei 43,5 Zentimetern, die maximale bei 57. „Passt für kleine und große Menschen“, witzelt Odile, die gefühlte einhundert Mal ALINE hoch und runter fahren lässt. Beim Besitzen gibt ALINE nach. Sie schmiegt sich förmlich an den Körper. „Sitztiefenfederung heißt das“, lese ich Odile vor. „Soso“, sagt sie und rollt zu ihrer Kamera.

„wie langsames Gondelfahren“

Wir besprechen den Tag. Rollen ALINE von rechts nach links durch den Raum, stapeln Zeitschriften auf ihr, hängen volle Taschen an ALINEs kurze Arme, welche wie die Seitenrahmen ebenfalls weiß sind. Irgendwann liege ich matt auf dem Boden und positioniere meine Füße auf ALINE. Die Beine immer schön im rechten Winkel ablegen, kommentiert Odile wie eine Sporttrainerin meine Lage und fummelt schon wieder an der Sitzhöhenstellung.

🕒 **19:00 Uhr – Es klingelt.** Lotta, die 7-jährige Nachbarstochter, steht vor der Tür. Ob ich ihr einen Stuhl leihen könne, fragt sie. „Klar“, sage ich, „das ist ein Fall für ALINE!“ Ich setze Lotta auf meine neue Allzweckfreundin und schiebe sie an der Rückenlehne durch den Hausflur. Praktischerweise hat ALINEs Rücken eine Griffmulde, die offensichtlich genau für solche Aktionen gedacht ist. Lotta juchzt, drückt ihren Kopf fest ins Gewebe und ruft: „Schneller!“ Auf dem Laminatboden nimmt ALINE an Tempo auf und rast förmlich über die flache Türschwelle in die Wohnung gegenüber.

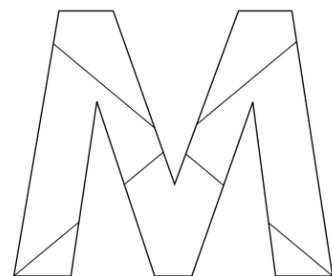
„Wo ist denn Lotta“, begrüßt mich Per, Lottas Vater, verwundert. Ich deute auf den Stuhl, wo sich seine Tochter versteckt hat, denn Lottas Kopf reicht noch nicht einmal bis zum oberen Ende von ALINE. Ganz anders bei Per. Mit seinen 1,90 Metern fehlt ihm im oberen Rücken die Lehne. Kann ich nachvollziehen. Mir allerdings reicht die Unterstützung im mittleren Rückenbereich, aber ich bin auch 35 Zentimeter kleiner und genieße, dass ich beim Zurücklehnen nicht hinter riesigen Seiten- bzw. Rückenlehnen verschwinde. Ist einfach kommunikativer. Und man hat das Geschehen besser im Blick. Doch Pers ungeschicktes Hantieren mit einer Rotweinflasche habe auch ich zu spät bemerkt. Ein paar Tropfen fallen auf ALINEs Arme. Rotweinflecken – gehen die raus? Wir machen den Test. Bei einer schnellen Reaktion mit einer Serviette gibt es keine Spuren. Nach zehn Minuten alles unverändert. Trotzdem holt Per einen Lappen mit Scheuermilch und reibt ALINE sauber. Keine Kratzer und auch kein Fleck bleiben zurück.

🕒 **23:30 Uhr – Es ist spät.** Müde stütze ich mich auf ALINE und schiebe sie langsam wieder zurück in meine Wohnung. Einmal noch Platz nehmen und den Tag Revue passieren lassen. Ich sinke auf ALINE, greife nach dem Prospekt und entdecke, dass sie Teil einer großen Stuhl- und Tischfamilie mit Kufen und Barhockern ist. Vielleicht ist das der Grund für ALINEs unaufdringliches Dasein? ALINE ist keine Solistin, sie fügt sich ein und ist stets zur Stelle, wenn man sie braucht. Das qualifiziert sie als neues Familienmitglied. 🐾



Designer: Andreas Störko
Hersteller: Wilkhahn
Preis: ab 499 Euro

→ www.wilkhahn.de/aline



artin Roth

INTERVIEW
EVA STEIDL

Das Londoner Victoria and Albert Museum ist eines der weltweit größten Museen für Design, Malerei und Kunsthandwerk. Vom Deutschen Prinz Albert im Jahre 1851 mit Exponaten der Weltausstellung gegründet, ist das V&A heute wegen seiner zeitgemäßen Ausstellungsthemen für Gestalter und Designinteressierte eine der wichtigsten Adressen. Seit 2011 leitet der deutsche Museumsexperte Martin Roth das Haus – als erster Nicht-Brite. MADE hat ihn in seinem Büro in Kensington besucht.



Das Victoria and Albert Museum liegt an der Cromwell Road im Londoner Stadtteil Kensington.



Herr Roth, vor knapp zwei Jahren haben Sie das Victoria and Albert Museum, eines der wichtigsten Museen Großbritanniens, als Direktor übernommen. Inwiefern knüpft dieser Posten an Ihre langjährige Erfahrung in der Museumswelt an?

Vom Thema her ist mir das tatsächlich ziemlich auf den Leib geschrieben. Denn mich hat im Prinzip immer interessiert, wie man komplexe Themen vermittelt – von der kleinsten Ausstellung im Heimatmuseum bis zur großen Weltausstellung. Das Deutsche Hygiene-Museum in Dresden, dessen Direktor ich war, ist ja auch ein „Offspring“ einer Weltausstellung, die Prinz Albert 1851 erfunden hat. In Dresden habe ich aus diesem Grund das Museum selbst zum Ausstellungsobjekt gemacht, habe gesellschaftliche Themen, Naturwissenschaften, Geisteswissenschaften und die Künste miteinander sprechen oder auch streiten lassen. Denn was mich immer interessiert hat, sind diese Crossover-Themen. Und jetzt komme ich sozusagen an den Ursprungsort dieser Idee, das Prinzip der Weltausstellung, zurück.

Was meinen Sie mit Crossover-Themen genau?

Wir sitzen hier in einem Thinktank, der seit 160 Jahren existiert und aus V&A, Royal College of Art, Science Museum, Imperial College und vielen anderen Institutionen besteht, die interdisziplinär miteinander arbeiten. In Bezug auf das V&A direkt meine ich damit den Ansatz des „Museum für jedermann“ und die Herausforderung, Objekte der verschiedenen Sammlungen aus dem Kontext zu nehmen und auf jeweils andere, neue Weise zu präsentieren. Egal ob das eine Madonna aus dem 15. Jahrhundert, ein iPhone oder ein Stück Textil ist, das morgen erfunden wird.

Hintergrund der V&A Sammlungen ist weniger der klassische kulturpädagogische Ansatz; vielmehr sollte das Museum und seine Ausstellung bei der Gründung durch das damalige Königspaar Victoria und Albert Handwerkern Ideen liefern, Kunst in Alltagsgegenstände und Gebrauchsgüter einzubringen.

Sind Sie mehr Kaufmann oder Kurator?

Wir müssen mittlerweile extrem gute Kaufleute sein und gleichzeitig absurderweise versuchen, dieses Thema der Wirtschaftlichkeit immer wieder zu verdrängen. Sonst würden wir riskante und unpopuläre Themen einfach überhaupt nicht mehr anpacken. Das heißt, man muss viel wissen und gleichzeitig Mut haben und das Risiko eingehen, das Wissen zu konterkarieren und oder ignorieren. Diese Schizophrenie ist vielleicht momentan die größte Herausforderung in meinem Job.

Die Figur des Kurators ist heute populärer und sichtbarer denn je. Warum?

Das habe ich kürzlich sogar in diversen Medien gelesen – Kurator ist zurzeit der beliebteste Beruf weltweit. Da gibt es ja auch einige Role Models, die sich selbst zum Objekt des Ganzen machen. Ich kann mir vorstellen, dass es dieses Glamouröse ist, überall auf der Welt zu Hause zu sein. Das hat etwas Hedonistisches, etwas Libertinäres, zum Teil Elitäres, das macht sich immer gut in Zeiten der



- 1 Die restaurierte Terrakotta-Fassade des V&A
 2+3 Die Ausstellung „Hollywood Costume“ sahen mehr als 250.000 Besucher.
 4 Das V&A besitzt die umfassendste Sammlung an Keramik weltweit.



Krise – man hebt sich ab und unterscheidet sich. Als ich in diesem Beruf angefangen habe, war Kurator sein so ziemlich das Unbeliebteste, was man sich vorstellen kann. Das war staubig, wurde mit Cordhosen und Kreppsohlen in Verbindung gebracht und mit Menschen, die hinter Regalwänden verschwinden.

Wie viel Gegenwart braucht das Museum?

Das Museum ist die Gegenwart pur – seit dem 16. Jahrhundert, als die ersten Museen entstanden sind. Ich hatte z.B. eine Besucherin aus der Nachbarschaft hier, sie dürfte 84 sein, die mir erzählte, dass sie seit ihrem 7. Lebensjahr jeden Sonntagmorgen hierherkommt. Und immer fasziniert davon war, dass es hier um das Heute, das wirkliche Leben ging, weil das Museum ein Spiegel der Gegenwart ist. Das finde ich eine treffende, gute Beobachtung. Denn selbst wenn Sie ein Textil aus dem 8. Jahrhundert haben, hat es immer damit zu tun, was die Leute zu dieser Zeit gemacht und getragen haben. Denn selbst wenn wir mal etwas Abseitiges machen, hat es trotzdem immer mit dem wirklichen Leben zu tun. Ganz im Sinne der Londoner Kunsthistorikerin Evelyn Welch zum Beispiel, die Themen wie „Shopping in the Renaissance“ bearbeitet hat.

Kann solch ein großer Tanker wie das V&A mit einer immensen Sammlung Kurs halten beim Tempo des globalen Kunstbetriebs?

Natürlich ist das Museum so eine Art großer Tanker, der ab und an das Silber wieder aufpolieren und die Kronleuchter wieder neu arrangieren muss. Aber drumherum haben wir natürlich auch kleine Beiboote, die schneller unterwegs sind. Ein Museum ist aber in aller erster Linie eine Sammlung. Alles andere, was sich Museum nennt und keine Sammlung hat, ist in Wirklichkeit kein Museum, sondern eine Kunsthalle. Wir sind hier einfach eine Institution, die wissenschaftlich betrieben werden kann und muss, mit einer Sammlung, einer Forschungsabteilung, Restaurierung und Verwaltung, inklusive Marketing, PR etc. Wenn man diese vier Bereiche nicht aufweist, dann wird es auch schwierig, in problematischen Zeiten durchzukommen. Und ich glaube, da ist das V&A ganz gut aufgestellt.



Die größte Sammlung von Design weltweit – von frühchristlichen Devotionalien über Doc-Martens-Stiefel bis zu Gemälden von John Constable. Der Eintritt in die Dauerausstellung ist frei.

Das V&A arbeitet kuratorisch vor allem daran, seine Exponate unterschiedlichster Epochen im zeitgenössischen Kontext zu zeigen. Es verfügt über mehr als 140 Räume und zeigt auf 45.000 Quadratmetern eine Sammlung von etwa 4 Millionen Ausstellungsstücken.

Welche Sammlungen würden Sie gerne aus- und aufbauen?

Architektur, Urbanistik, Digital und den gesamten Bereich des Produktdesigns, den es eigentlich gar nicht als Sammlungsbereich gibt. Deshalb haben wir hierfür auch ein Kuratorenteam um Kieran Long angestellt. In der Stadt der Architekten und Designer dies nicht zu tun, ist Wahnsinn.

Was hat Sie bislang enttäuscht in Ihrem Arbeitsleben?

Ich habe meine Arbeit immer als eine sehr politische betrachtet, vielmehr betrachte sie immer noch als eine solche – man erreicht einfach unendlich viele Menschen. In den letzten 20 Jahren wurden Kunst und Kultur immer unpolitischer, auch die Art und

„Das Museum ist
 die Gegenwart
 pur – seit dem
 16. Jahrhundert.“



Hochgelobte zeitgenössische Ausstellungen: „Postmodernism“ in Design, Kunst und Architektur und „Power of Making“ über die Kraft handwerklichen Schaffens, 2012

Weise, Kunst zu präsentieren, die meiner Meinung nach immer weniger mit dem wirklichen Leben zu tun hat.

Wie stellt sich das für Sie dar?

Ich meine damit die Entfernung des Kuratorischen in der zeitgenössischen Kunst. Mir geht es darum, Dinge klar auszusprechen, selbst wenn sie politisch schwierig sind. Dass dies nicht mehr stattfindet, schreibe ich ein wenig dem glamourösen Theater unter den weltweit vagabundierenden Kuratoren zu. Wer sich nur um die Ästhetik und nicht um die Ethik kümmert, macht einen Fehler.

Sie fordern also mehr politisches Engagement im Museum?

Ich war immer ein großer Befürworter der Kulturdiplomatie, zum Beispiel auch der deutsch-deutschen. Meine Aufgabe in Dresden habe ich als identitätsbildende Maßnahme unter Deutschen gesehen, mit der Absicht, sich der gesamten Welt wieder anders zu stellen. Jetzt, 20 Jahre nach dem Mauerfall und der Wiedervereinigung, sehe ich das etwas anders. Aus

kurzfristigen kulturdiplomatischen Events müssen langfristige Kooperationen werden.

Wie wird das V&A an dieser Stelle aktiv?

Wir brauchen langfristige Beziehungen mit anderen Institutionen auf der Welt. Aber auch so etwas wie schnelle Einsätze, so brutal das klingt. So haben wir zum Beispiel eine Ausstellung in Tripolis und Bengasi gemacht in dem Moment, in dem das Schießen aufgehört hat. Und wir sollten auch darüber nachdenken, was wir tun, wenn in Syrien dieser

„Wir brauchen langfristige Beziehungen mit anderen Institutionen auf der Welt.“

Albtraum vorbei ist – denn das V&A hat mit Syrien auch vorher schon intensiv zusammengearbeitet. Und auch in Bezug auf Afghanistan müssen wir aktiv werden. Es gibt also auch ganz realpolitische kulturelle Aufgaben in einem globalen Zusammenhang.

Wenn Sie einen direkten Vergleich ziehen: Inwiefern unterscheidet sich die Museumskultur in Großbritannien von der in Deutschland?

Oh, da gibt es unendlich viel. Vordergründig sieht immer alles so aus, als ob es ähnlich wäre. Als ich hier am ersten Tag reinkam, dachte ich: „Ist ja wie zu Hause hier“. Und nach drei Monaten merkt man dann, wie sehr man sich getäuscht hat. Das fängt schon bei der Organisation an: Hier in Großbritannien gibt es ein Dreiecksverhältnis von Staat, Institution und Direktion, das sogenannte „Arms-length-Principle“, bei dem es immer ein ausgleichendes Element gibt. In Deutschland dagegen ist es zum Beispiel so, dass der Kulturminister Berlins gleichzeitig Geldgeber und Vorsitzender des Stiftungsrates ist. Das ist eigentlich eine Gleichschaltung der Institution.

Was bedeutet das für Ihre tägliche Arbeit?

Dieses Museum ist für London da – für eine Stadt, die aufregend ist und global und das auch immer war. Ich habe hier immer das Gefühl, wenn London funktioniert, dann ist Hoffnung. Wenn so viele Menschen aus so vielen Ländern relativ friedvoll zusammenleben, die Stadt mit großer Geschwindigkeit funktioniert, dann ist dies übertragbar. Dasselbe gilt für die Kultur: Wir können nur deshalb weltweit Ausstellungen machen, weil wir auch hier in London gut angenommen werden. Dazu kommt, dass im Moment goldene Zeiten für Museen in London herrschen – nicht finanziell natürlich, weil wir wie überall Budgetkürzungen haben. Aber das kenne ich. In den letzten 25 Jahren, in denen ich Direktor verschiedener Institutionen war, habe ich kein einziges Jahr erlebt, in dem ich nicht mit Kürzungen konfrontiert wurde.

Goldene Zeiten? Sprechen Sie u.a. von der aktuellen, sehr erfolgreichen David-Bowie-Ausstellung? Braucht es mehr solche Blockbuster-Formate?

Wenn Sie eine Blockbuster-Ausstellung machen, nur um aufzufallen, können sie es gleich vergessen – das wird meines Erachtens nie den gewünschten Effekt erzielen. Die Bowie-Ausstellung beispielsweise war zunächst als relativ kleine Ausstellung geplant. Ich sah die Planungen und dachte, das ist überhaupt nicht adäquat – als würden Sie zu Hause eine Party machen wollen, aber diese nur auf den Balkon beschränken. Dass Bowie aber solch ein Erfolg werden wird, damit habe ich überhaupt nicht gerechnet.

Man könnte fast sagen, David Bowie steht für diese Form der Authentizität, von der Sie in Bezug auf die Themenwahl für Ausstellungen sprechen ...

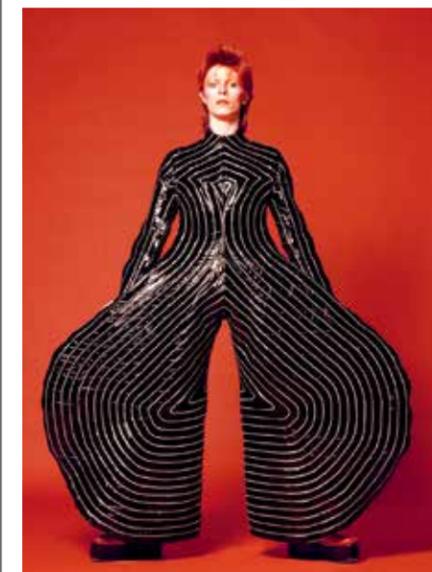
Bowie ist vielleicht deshalb so erfolgreich, weil er uns allen beigebracht hat: „Be what you want to be“. Das betrifft zwar vor allem meine Generation, der er das erzählt und uns damit auch ordentlich verstört hat. Aber die heutige Generation lebt das noch genauso, nur auf eine andere Art. Da schwingt viel mit, was subkutan, was unter der Oberfläche ist – ohne dass man da gleich sagen würde, das genau kann das V&A auslösen. ☞



Die Retrospektive „David Bowie is“ mit Exponaten aus Bowies 75.000 Objekte umfassenden Archiv ist momentan der Publikumsmagnet des V&A.



So einen Andrang hat V&A noch nie erlebt: Die David-Bowie-Ausstellung ist bis zum Ausstellungsende Mitte August nahezu ausverkauft – bereits vor der Eröffnung im März wurden mehr als 50.000 Tickets für die Blockbuster-Ausstellung der 66-jährigen Pop-Ikone gebucht.



Kulturhauptstadt „Marseille- Provence 2013“

—
TEXT
HANNAH BAUHOFF

FOTOS
ODILE HAIN
—

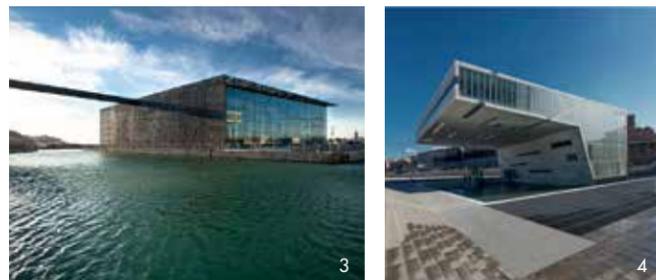
Von der Idylle der Provence mit ihrer heimlichen Hauptstadt Aix-en-Provence hat man schon gehört, von Marseilles Schönheit dagegen wenig. Wer einmal die älteste Stadt Frankreichs ganz im Süden besucht hat, ist ihrem Charme erlegen. Gerade in diesem Jahr lohnt sich der Besuch in der Gegend, die auf einer Fläche von 1620 Quadratkilometern die Kulturhauptstadt 2013 feiert. Uns lockte es von Marseille nach Aix-en-Provence, wo wir uns die zahlreichen (architektonischen) Attraktionen angesehen, Kulinarisches gekostet und die Gastfreundschaft der Südländer erprobt haben. Hier nun unsere persönlichen Tipps.

Der Blick auf Marseille vom
Dach der Unité de Marseille

Marseille



2



3

4

- 2 Täglich frischen Fisch morgens im Vieux Port
- 3 Das Mucem von Rudy Ricciotti
- 4 Die Villa Méditerranée von Stefano Boeri
- 5 Kindergarten, Freilufttheater und Sporthalle – der Dachaufbau der Unité von Le Corbusier
- 6 Das Interieur einer Wohnung der Unité – fast originalbelassen
- 7 Der Blick aus der Bar La Caravelle auf den Vieux Port und die Notre-Dame de la Garde, eine Marien-Wallfahrtskirche

Eines gleich vorweg – selten ist es die Liebe auf den ersten Blick, wer aber der zweitgrößten Stadt Frankreichs eine Chance gibt, der entdeckt eine seltene Mischung aus Orient und Okzident, Charme, Selbstbewusstsein, Laissez-faire und aufbrausendem Temperament – vor allem, wenn es um die geliebte Fußballmannschaft **Olympique Marseille (OM)** geht. Gepaart mit kulinarischen Spezialitäten aus (fast) allen Teilen der Welt, deren Duft der scharfe Mistralwind in jede Ecke bläst und der Kiter aus aller Welt anlockt, direkt in den Buchten vor der Stadt zu surfen – kurzum: Man kann Marseille nur lieben.

Die Stadt trägt ihre 2000-jährige Geschichte mit einem versteckten kämpferischen Stolz, denn Les Marseillais, also die Bürger dieser Stadt, kämpfen immer wieder gegen Armut, Arbeitslosigkeit, Korruption und stehen Versprechungen der Zentralregierung aus dem unbeliebten Paris grundsätzlich skeptisch gegenüber.

Doch Enttäuschungen hin, Versprechen her – in Marseille gibt es so viel, was den Bewohnern und Besuchern immer bleibt: das fantastische Meer mit seinen unglaublichen Sonnenauf- und -untergängen, den öffentlichen, kostenlosen Sandstränden wie dem **Plage du Prado**, das herrliche Kalkfelsenengebirge, der Nationalpark **Les Calanques** mit seinen zahlreichen versteckten Buchten, umgeben von wildem Thymian und Rosmarin – und nun auch die zahlreichen Kulturangebote der Kulturhauptstadt 2013. Denn mit diesem Ereignis wurden zahlreiche Bauprojekte der vergangenen Jahre fertiggestellt und eröffnet.

Musée des civilisation de L'Europe et de la Méditerranée (Mucem): Es ist das erste Nationalmuseum, das sich der Geschichte der Menschheit im Mittelmeerraum widmet. Am 7. Juni, dem ersten Höhepunkt des Kulturhauptstadtjahres, wurde der Bau des französischen Architekten Rudy Ricciotti eröffnet. Er liegt mit seinen 30.000 Quadratmetern Grundfläche direkt am zentralen alten Hafen, dem Vieux Port, gegenüber dem historischen Fort St. Jean, zu dem eine Fußgängerbrücke führt. Kunstausstellungen, Filme, Diskussionen, Konzerte, sogar Kochworkshops zur mediterranen Küche sind in dem Neubau geplant, der wie ein Würfel mit eigenartiger Fassade direkt am Meer liegt. Diese soll die Ost- und Südseite des durchgehend verglasten Baus und damit die Ausstellungsobjekte vor zu viel Lichteinstrahlung schützen. Gleichzeitig aber entstehen einzigartige Lichtspiele, die an die sich kräuselnde Oberfläche des Meeres bei Wind erinnern, um hier nur eine Besonderheit des 190 Millionen Euro teuren Baus hervorzuheben.

Ein Muss für alle Architekturliebhaber ist der Besuch der „Wohnmaschine“ von **Le Corbusier**, der **Unité d'Habitation de Marseille**, die mit ihrem Bau 1947 übrigens die erste der insgesamt fünf Unités des Meisterarchitekten weltweit war. Seine zentrale Idee zur Linderung des Wohnungsmangels nach dem 2. Weltkrieg: Wohnen und andere

Einrichtungen des täglichen Lebens wie Geschäfte, Schulen, Sporthallen sollten übereinandergestapelt und in einer Gebäudeeinheit vereinigt werden. Dies entsprach Le Corbusiers Leitbild der **vertikalen Stadt**.

Wer es wirklich wissen will, der bucht eine oder mehrere Übernachtungen im **Hôtel le Corbusier**, das seit 2003 im 3. und 4. Stock einige Zimmer fast im Originalzustand vorhält. Auch wenn das eine oder andere Detail von den Besitzern großzügig verändert wurde, das Erlebnis, in Modulmaßen, beispielsweise in den kleinen 16 Quadratmeter großen „Zellen“, zu nächtigen, ist ebenso wie der Ausblick vom Dach grandios. Wer früh morgens oder spät abends dort auf die flirrende Stadt blickt, kann den einen oder anderen Jogger beobachten, der – ganz wie Le Corbusier es sich dachte – auf dem Betonsportplatz seine Runden zieht. Wer noch Lust auf Interieur hat, der kann sich gegen ein paar Euro von einer Bewohnerin des Hauses ihr Apartment samt der vielen originalgetreuen Details zeigen und erklären lassen. Übrigens befindet sich die **Edition Imbernon**, die einzige Architekturbuchhandlung in ganz Marseille mit einer sehr guten Auswahl an Büchern u.a. über Le Corbusier sowie Publikationen im Eigenverlag, direkt im Haus, und zwar im 3. Stock.

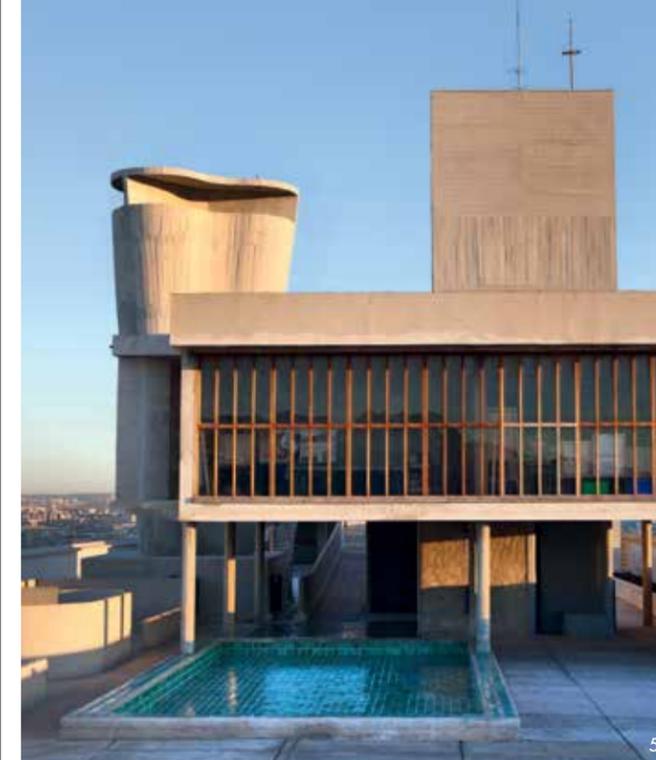
Ein Bau, der an ein überhängendes L erinnert – das neu gebaute und im März eröffnete Kulturzentrum **Villa Méditerranée** liegt knapp zur Hälfte unter Wasser und lockt mit einem 1.550 Quadratmeter großen Unterwasser-Auditorium und einem 2,25 Meter tiefen Wasserbecken. Das eher protzig wirkende Gebäude hat rund 70 Millionen Euro öffentliche Gelder der Région Provence-Alpes-Côte d'Azur verschlungen – so viel wie das Centre Pompidou in Metz von Shigeru Ban übrigens. Entworfen hat das 10.000 Quadratmeter große Ausstellungszentrum, dem es um die Gegenwart und Zukunft der Mittelmeeranrainer gehen soll, übrigens der italienische Architekt und Architekturprofessor Stefano Boeri.

Auch Stararchitekten wie Zaha Hadid haben sich in Marseille verewigt, und zwar mit dem 145 Meter hohen Glas- und Betonturm, übrigens der höchste Bau in Marseille und der zweithöchste in der ganzen Gegend bis rauf nach Lyon. Als Sitz der Reederei CMA CGM, der drittgrößten Reederei der Welt, befindet er sich direkt im neuen Hafen und soll mit einem Victory-Zeichen und damit einer positiven Aussage für die Wirtschaftsstadt Marseille assoziiert werden. 2700 Angestellte arbeiten auf sieben Ebenen und können eine eigens für den Turm gebaute Metrostation nutzen.

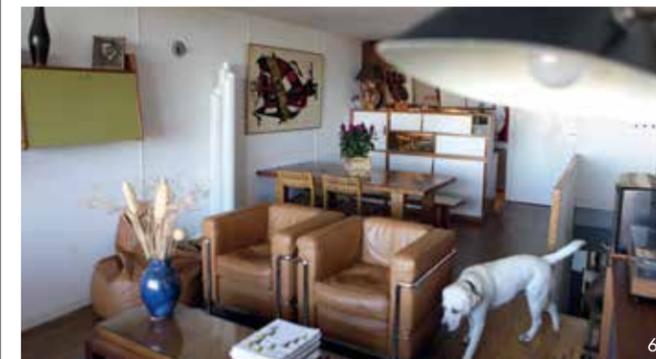
Abends noch auf ein Glas? Hier empfiehlt sich die schönste Bar am Hafen mit Seeräuber-Jazzflair und einem tollen Ausblick vom Balkon über den Vieux Port namens **La Caravelle**. Hier kann man übrigens auch sehr gut essen und brunchen.

Wer mehr als nur die Highlights der Kulturhauptstadt sehen will und Lust auf die Bewohner von Marseille in den Vororten hat, der sollte sich ein Zimmer in einer der Privatpensionen der Kooperative **Hotel Du Nord** aussuchen. Sie bieten auch Spaziergänge an – zum Beispiel durch eine Seifenfabrik – sowie selbst hergestellte Produkte. ☎

30 MINUTEN MIT DEM AUTO WEITER NÖRDLICH ...



5



6



7

LINKS

- www.mucem.org
- www.gerardin-corbusier.com
- www.editionimbernon.com
- www.lacaravelle-marseille-fr
- www.hoteldunord.coop
- www.villa-mediterranee.org

Aix-en-Provence

Sie ist für die Franzosen die Stadt mit der höchsten Lebensqualität und Hand aufs Herz: Wer könnte da angesichts des mediterranen Klimas ohne Mistral widersprechen? Man stelle sich Aix mit seiner prachtvollen Platanenallee, dem **Cours Mirabeau**, zahlreichen charmanten Boutiquen, hell geputzten Sandsteinen und den bunten Märkten voller reifer Früchte und gut duftender Leckereien wie täglich vormittags auf dem lauschigen **Place Richelme** vor. Überall gut gekleidete Menschen, die einen Apéro trinken und ein Frankreich wie im Bilderbuch repräsentieren – kein Wunder, dass der Maler **Cézanne** Zeit seines Lebens dort den guten Wein und das Licht genoss. Dazu viele Studenten, lange, laue Sommernächte bei Kir Cassis, Lavendelduft an jeder Ecke und mit dem Festspiel **Le Festival International d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence** unter freiem Himmel ein Beispiel für das hervorragende kulturelle Angebot.

Bewunderer des Malers **Paul Cézanne** kommen hier auf ihre Kosten. Zum einen können sie sein Atelier besichtigen, zum anderen gibt es fünf Wege, die den Besucher aus dem Stadtzentrum mit den Augen des Malers in die umliegenden Landschaften führen.

Doch in Aix gibt es auch architektonisch Spannendes – wie **Le Pavillon Noir**, das Zentrum für zeitgenössischen Tanz und experimentelle Kreation, gebaut von **Rudy Ricciotti**. Fast daneben steht das **Grand Théâtre de Provence**, ein neues Epizentrum für das kulturelle Leben der Universitätsstadt.

Absolutes Highlight ist die **Fondation Vasarely** am Stadtrand von Aix: Auch wenn das Gebäude etwas heruntergekommen ist – die etwa 40 kinetischen und/oder gemusterten monumentalen Kunstwerke des Malers erzeugen ein Täuschungsgefühl und verändern sich in der Wahrnehmung je nach Perspektive. Die Architektur stammt von Vasarely selbst, der das Gebäude nur für die Ausstellung seiner Werke entworfen und gebaut hat.

Lecker essen kann man im **L'Épicerie le Restaurant** auf dem idyllischen **Place des 3 Ormeaux** mit der kleinen Fontäne und danach in der Nachbarboutique die eine oder andere kulinarische Köstlichkeit – Tee, Wein, Gewürze – oder schöne Kochutensilien in hübscher Verpackung erstehen. Unser Gourmet-Tipp zum Mitnehmen: Ziegenkäse im Weinblatt.

LINKS

- www.preljocaj.org
- www.fondationvasarely.fr
- www.lestheatres.net
- www.lepicerie.pro
- www.atelier-cezanne.com



- 1 *Le Pavillon Noir* von Rudy Ricciotti
- 2 *Frisch eröffnet: das Grand Théâtre de Provence* von Vittorio Gregotti
- 3 *Restaurant und Laden: L'Épicerie*
- 4 *Einfach nur lecker: Ziegenkäse im Weinblatt*
- 5+6 *Kulinarische Köstlichkeiten täglich frisch auf einem der Märkte*
- 7 *Skulptur von Vasarely vor der Fondation Vasarely*
- 8 *Aix lockt mit zahlreichen Cafés und Restaurants*
- 9 *Ein Muss: die Fondation Vasarely*



Souvenirs & Bücher



SOUVENIRS

Echte **Marseiller Seife** – sie ist zu 100 Prozent aus Olivenöl, quadratisch, praktisch und entfernt nicht nur den Schmutz am Körper.

→ www.savonnerie-marseillais.com

Oh les beaux jours! – Sonderedition der Boule-Kugel, für die beliebteste Kugelsportart der Welt, entworfen vom französische Designertrio PAM für das Marseiller Familienunternehmen Les Boules Bleus.

→ www.laboulebleue.fr

Calissons d'Aix – Das süße Konfekt aus Mandeln, kandierten Melonen und Orangen in Form eines Weberschiffchens gilt seit 1473 als die Spezialität der Stadt. Sehr lecker zum Beispiel von der

Boulangérie & Pâtisserie Bécharde, 12 Cours Mirabeau, 13100 Aix-en-Provence

BUCHTIPPS

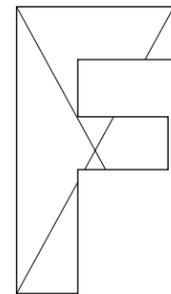
Günter Liehr erzählt in seinem just im Rotpunktverlag erschienenen Buch **Marseille. Porträt einer widerspenstigen Stadt** die wechselvolle Geschichte Marseilles. Sehr gut geschrieben, sehr informativ und vor allem auch differenziert: kurzum sehr empfehlenswert!

Die im letzten Jahr erschienene Publikation von Arthur Rüegg mit dem Titel **Le Corbusier. Möbel und Interieurs 1905–1965** ist ein Muss für Corbu-Fans, wie die Franzosen ihren verehrten Le Corbusier liebevoll nennen: Scheidegger & Spiess publiziert in acht Bänden das Gesamtwerk des Modernisten, das besonders im Zusammenhang mit einem Besuch der Unité in Marseille interessant ist.

→ www.marseille2013.com

→ www.provence.de

→ www.euromediterranee.fr



risch gepresst

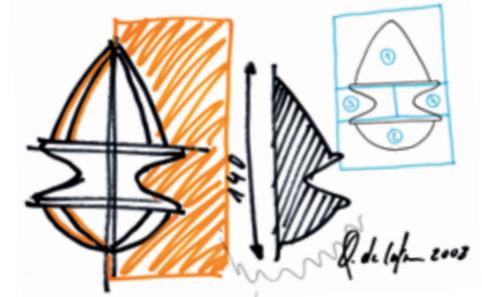


INTERVIEW
EVA STEIDL



Schon in frühester Jugend experimentierte der junge belgische Designer Quentin de Coster (24) mit Formen, verdrehte Dosen und kombinierte Gefäße miteinander, und direkt nach dem Abitur begann er in seiner Heimatstadt Lüttich an der ESA Saint Luc sein Industriedesign-Studium, welches er in Mailand fortsetzte und 2011 abgeschlossen hat. Seine Zitruspresse „Citrange“ gehört in vielen Küchen zur intelligenten Grundausstattung.

→ www.quentindecoster.com
→ www.royalvkb.com



Quentin de Costers Skizze für seine intelligente Zitruspresse, die direkt auf ein Glas gestellt werden kann

Quentin, wie bist du auf die Idee gekommen, eine Zitruspresse zu entwerfen?

„Citrange“ ist das erste Produkt, das ich je gestaltet habe, zumindest bewusst. Ich war ja gerade 18 Jahre alt, als ich in Lüttich begonnen habe, Design zu studieren. Die Aufgabe war, eine innovative Saftpresse zu entwerfen, die als Massenprodukt herstellbar ist.

Wie genau hast du deine Idee entwickelt?

Ich mache nie Skizzen, bevor ich nicht ein konkretes Konzept im Kopf habe. Also habe ich erst einmal über das Briefing nachgedacht und einen für mich relevanten Gedanken festgehalten: Ich wollte eine Saftpresse entwerfen, die die Menschen gerne in ihrer Küche herzeigen, anstatt sie im Schrank verschwinden zu lassen. Danach habe ich analysiert, welche Zitrusfrüchte am häufigsten konsumiert werden – das sind Zitronen und Orangen. Dann habe ich beschlossen, die Formen dieser beiden Früchte zu kombinieren und habe eine Art Tropfen gezeichnet. Herausgekommen ist ein interessanter Umriss, der ein bisschen aussieht wie ein Samenkorn. Anhand dieser Inspirationen habe ich schließlich eine dreidimensionale Form entwickelt. Die Saftpresse kann man deshalb auch beidseitig verwenden. Eine Seite ist speziell für das Auspressen von Zitronen, die andere für Orangen.

Was war die größte Herausforderung bei der Entwicklung?

Der Moment, in dem ich meine ursprüngliche Idee in ein industrielles Produkt mit perfekten Proportionen übersetzen musste.

Und wie kam es dann dazu, dass Royal VKB deine Saftpresse produzieren wollte?

Das ist eine tolle Geschichte. Bevor ich zu meinem weiteren Studium nach Mailand gezogen bin, wollte ich alle Projekte, die ich in Belgien begonnen hatte, dokumentieren. Also habe ich einen Prototypen angefertigt, diesen fotografiert und zusammen mit ein paar weiteren Infos an alle meine Kontakte geschickt. Viele Magazine und Blogs haben das Projekt dann veröffentlicht, sodass der Designchef von Royal VKB es wohl entdeckt und mich einige Wochen später kontaktiert hat. Er war so begeistert, dass er den ersten Flieger nach Mailand gebucht hat und nach einem gemeinsamen Abendessen mit meinem einzigen Prototypen zurück nach Holland geflogen ist, um zu prüfen, ob und wie meine Zitruspresse herzustellen ist. Und wenige Monate später – nach ein paar Dutzend Telefongesprächen und E-Mails – wurde „Citrange“ dann tatsächlich auf der Maison&Objet-Messe in Paris vorgestellt.

Welches Küchengerät eines anderen Designers gefällt dir besonders gut?

Ich mag den Pastatopf, den Patrick Jouin für Alessi entworfen hat, sehr gerne. Es ist ein schönes und sehr schlaues Produkt.

Und bei welchem Küchenhelfer gibt es deiner Meinung dringenden Optimierungsbedarf?

Ich finde, der Topfuntersetzer ist ein Produkt, das in vielerlei Hinsicht verbessert werden könnte. Im Moment arbeite ich übrigens gerade an einem ...

Stehst du selbst gerne in der Küche?

Wenn ich ehrlich bin: Im Alltag ist das nicht gerade meine große Leidenschaft. Ich esse sehr gerne, aber meistens habe ich weder Zeit noch Lust, zu kochen. So koche ich allenfalls für einen besonderen Anlass, zum Beispiel, wenn eine Familienfeier ansteht. All die Zutaten vorzubereiten und danach abzuspülen nervt mich meistens.

Verrätst du uns trotzdem ein Lieblingsrezept, bei dem „Citrange“ zum Einsatz kommt?

Ich trinke unheimlich gerne diesen Mojito, besonders an warmen Sommertagen.

MOJITO

Für einen Drink braucht man:

- 6 cl kubanischen Rum
(z.B. Clément, Goldener Bacardi oder Havana Rum)
- ½ frische Limette
- 1 cl (ca. 1 Esslöffel) Zuckerrohrsirup
- 8 Blätter frische Minze
- 4 Eiswürfel (ganz oder gecrushed)
- Champagner zum Auffüllen

Zuerst die Minzblätter in ein elegantes, aber robustes Glas geben. Dann die „Citrange“ Presse auf das Glas setzen und die Limette mit der Zitronenpresse-Seite ins Glas pressen. Anschließend den Zuckerrohrsirup darübergießen, den Rum und dann das Eis hinzugeben und umrühren. Zum Schluss nach Belieben mit Champagner auffüllen.

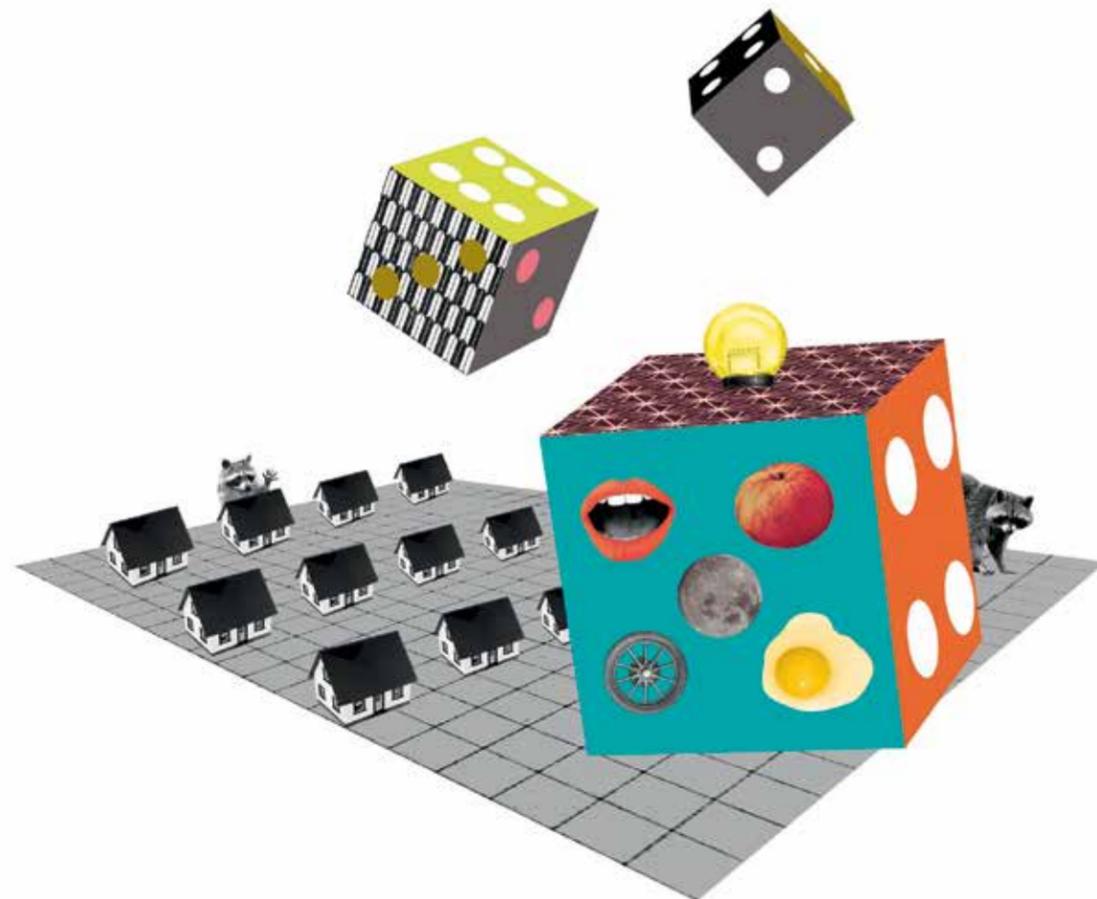




n bester Unordnung

VON
SEBASTIAN PRANZ

**Wie uns amerikanische Netzkünstler
und hessische Waschbären die Unordnung lehren.
Ein Plädoyer für den Zufall.**



In diesem Text geht es um etwas, das mir eigentlich fremd ist: die Ordnung. Dass ich kein ordnungsliebender Mensch bin, ist eigentlich erstaunlich, denn die erste Hälfte meines Lebens habe ich im nordhessischen Hinterland verbracht, wo alles seinen rechten Platz hat: In den Vorhöfen und Garageneinfahrten meines Heimatdorfes bildet das Knochensteinpflaster ein geometrisches Raster, an dem Blumenkübel und Gartenmöbel ausgerichtet werden können. Das Fachwerk wird meist hinter grauen Verkleidungen versteckt, die sich leicht mit dem Kärcher reinigen lassen. Die Menschen, die in der ersten Hälfte meines Lebens meine Nachbarn waren, fahren jeden Sommer in ein Naherholungsheim auf Sylt und machen im Winter Skiurlaub in Berchtesgaden. Samstag ist Wannenbad, montags kommt die Müllabfuhr. Sonntags suchen sie in ihren Gartenlauben und Garagen nach Dingen, mit denen man die Mülltonne auffüllen kann. So sind wir Nordhessen: Je mehr man zum Wegwerfen hat, desto ordentlicher wird es.

Mein Bedürfnis nach Ordnung ist jedoch ebenso gering wie meine Fähigkeit, Ordnung zu halten. Meine Dokumente verwahre ich nicht in Ordnern, sondern in Haufen, was die Kommunikation mit Ämtern erheblich erschwert, und wenn ich einen Tisch abwische, sieht man danach im Gegenlicht ein unregelmäßiges Muster aus Schlieren. Es gibt tatsächlich nur ein einziges Element in meinem Leben, in dem alles seinen rechten Platz hat: der Computer. Meinen ersten Computer bekam ich, als ich aus dem Dorf in die Stadt zog und zu studieren begann. Es dauerte eine Weile, bis ich mich mit der digitalen Ordnung vertraut gemacht hatte, denn sie passte nicht zu meiner Denkweise. Vor allem kreatives Arbeiten schien unmöglich: Normalerweise begannen meine Ideen in einem Gewirr aus Pfeilen und Stichworten, nun brauchte ich unglaublich viele Leerzeichen, um überhaupt ein Wort in der Mitte des Blattes zu platzieren. Alles, was ich dann schrieb, sah sofort druckfertig aus – keine Einfügungen, keine durchgestrichenen Worte, die dem Leser signalisieren: Das ist nur ein Entwurf! Aber nach wenigen Wochen hatte ich mich an die neue Ordnung gewöhnt. Ich steckte meine Ideen in Listen mit hübschen Aufzählungszeichen und richtete die Objekte auf meinem Schreibtisch am Raster aus. In Sachen Ordnung war mein Computer ein strenger Lehrmeister. Computer können gar nicht unordentlich sein – was immer man ihnen auch anvertraut, es kommt ein schönes Muster aus Nullen und Einsen heraus.

Inzwischen spielt sich ein Großteil meines Alltags im globalen Dorf des Internets ab. Dort sind die Straßen noch aufgeräumter als in meiner Heimat. Wie kompliziert sich die digitale Welt auch darstellen mag, eine entsprechende Suchanfrage ordnet sie in 0,2 Sekunden in eine Liste von 1 bis 2.830.000 ein. Alles, was man mal gedacht oder gesagt hat, reiht sich auf eine Perlenkette aus Tweets und Likes, aus Freundschaftsanfragen und Kommentaren, und nichts davon wird jemals verloren gehen. Das Internet hat uns alle zu ordentlichen Menschen gemacht. Aber es gibt noch dunkle Flecken auf der Landkarte, denn die Ordnungswut der Computer reicht nur so weit wie ihr Blick. Im Moment lernen sie das Sehen, um uns noch besser helfen zu können. Sie blicken

von Autodächern und in Zukunft auch aus Brillen in unser Leben, wie eine kritische Schwiegermutter, die mit dem Finger über die staubigen Regale fährt.

Ich habe jedenfalls eine neue Leidenschaft für das Unordentliche entwickelt: wenn Skype das Lächeln meiner Eltern plötzlich in eine rhythmisch zuckende Maske verwandelt, über die mein Sohn so lachen muss, dass ihm der Rechner vom Schoß kippt. Wenn mich das Navi plötzlich von der Autobahn in die Provinz schickt, um einen Stau zu umfahren – vorbei an Tulpenfeldern und Streuobstwiesen. Oder wenn Google versucht, meine Suchanfrage zu vervollständigen (kann man eiter essen?). Ein kleiner Ordnungsverlust, der im nächsten Moment schon wieder behoben ist. Aber er macht mir bewusst, was ich in der digitalen Welt manchmal vermisst: die Überraschung, nicht das zu finden, was ich gesucht habe, sondern etwas anderes. Die Störung und den Zufall, die in kreativer Hinsicht ebenso wichtige Lehrmeister sind wie die Ordnung. Die beiden Netzkünstler Jon Satrom und Ben Syverson haben letztes Jahr eine App entwickelt, deren Stärke es ist, nicht das zu machen, was man von ihr erwartet. Die Anleitung ist vielversprechend: „Berühren Sie einfach den Bildschirm dort, wo Sie einen Fehler erzeugen möchten.“ Wenn die App gestartet ist, verwandelt sich der Bildschirm in eine bunte Orgie aus Pixeln und Bildschnipseln. Arbeiten kann man mit dem „Problem Based OS“ sicher nicht, dafür verwandelt es die gewohnte Arbeitsumgebung in einen anarchischen Spielplatz, auf dem plötzlich alles möglich erscheint.

Neulich war ich mal wieder in meinem Elternhaus. Nachts hörte ich durchs offene Dachfenster ein leises Kratzen. Im Licht der Laterne sah ich einen ausgewachsenen Waschbär, der mit den Krallen die Stoßstange eines Autos bearbeitete. Wir haben in Nordhessen keine Netzkünstler, welche die Ordnung stören, das übernehmen die Waschbären. Meinem Nachbarn würde das am nächsten Morgen sicher gar nicht gefallen. 🐾

SEBASTIAN PRANZ

Sebastian Pranz, Jahrgang 1979, promovierte über die neuen Medien und ist trotzdem immer noch nicht bei Facebook. Er lebt in Köln, wo er als Chefredakteur das FROH! Magazin herausgibt und als Publizist und Fotograf tätig ist. Seine besten Bilder hat er alle in Nordhessen gemacht.

www.frohmagazin.de

ILLUSTRATION
Eva Hillreiner

Good to see you

Unsere Web- und Designtipps

Calepino – französische Notizbuch-Eleganz

Weder Hemingway noch Picasso benutzte es, doch an Eleganz ist das Calepino-Notizbuch kaum zu übertreffen. Abgerundete Ecken, ein robustes Cover aus recyceltem Karton und mit 9 x 14 cm ein perfekt handliches Format. Und es hat eine eigene Geschichte, eine französische, die von Fabrice Richard. Inspiriert von dem Notizbuch, das sein Vater in dessen Schreinerwerkstatt mit sich herumtrug und in dem er alles Mögliche notierte, entwickelte Richard 2011 das Calepino-Notizbuch – der Name entstammt dem französischen Wort für Notizbuch „calepin“ –, das in Frankreich gestaltet und dort aus recyceltem Papier produziert wird. Calepino-Bücher werden ausschließlich im Dreierpack verkauft. Modell „No1“ mit roter Bänderole ist liniert, „No2“ ist grün und kariert, das blaue „No3“ bietet Blankoseiten. Passend zum selbstbewussten Calepino-Understatement bieten die Franzosen auch Bleistifte sowie Kugelschreiber mit dem passenden Namen 2CV an.

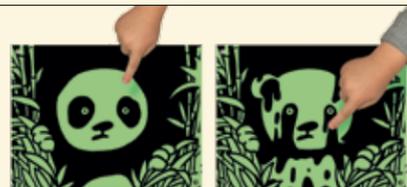
→ www.calepino.fr



Norwegische Kreativität

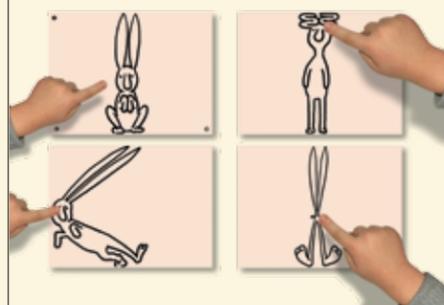
Wie kreativ sind Sie? Das herauszufinden, hilft eine bezaubernde kleine Website der Norwegian School of Creative Studies mit dem Online-Kreativitätstest. Zehn überraschende Fragen, deren Antworten interaktiv durch Schreiben, Malen oder virtuelles Klavierspielen gegeben werden. Im Stil eines Comics der 1940er-Jahre gestaltet, bietet diese Seite neben erstaunlichen Erkenntnissen vor allem einen äußerst belustigenden Zeitvertreib für Zwischendurch. Und: Auf jeden Fall alle zehn Fragen durchspielen, denn die elfte Frage ist das eigentliche Highlight des kleinen Kreativitätsspiels. Viel Spaß!

→ www.kreativitetstesten.no/en



Petting Zoo – Die Streichelzoo-App

Kann ein Hund eigentlich Breakdance? Und was macht ein Elefant im Bad? Fragen, die in der App „Petting Zoo“ auf lustige, niedliche und überraschende Weise beantwortet werden. Zu sehen sind 21 Tiere in den absurdesten Situationen, die umso amüsanter werden, je mehr der Nutzer interaktiv teilnimmt – durch Tippen, Ziehen und Streiche(l)n. Für seine erste App erstellte der international renommierte Illustrator Christoph Niemann unzählige Zeichnungen von Hand. Das interaktive Bilderbuch entstand in Zusammenarbeit mit der südafrikanischen Designorganisation „Design Indaba“ und dem Entwickler Jon Huang. Die großartige musikalische Untermalung stammt von Markus Wormstorm.



„PETTING ZOO“ FÜR IPHONE UND IPAD, ERHÄLTICH IM ITUNES APP STORE

→ www.christophniemann.com

→ www.designindaba.com

Glam! The Performance of Style



„Iggy Pop with 4 Lights“, London, 1972
© Mick Rock

David Bowie im Victoria and Albert Museum, Glam-Rock in der Schirn Kunsthalle: Die Zeit der expressiven, überbordenden Ausdrucksform der frühen 1970er-Jahre scheint derzeit auf ein breites Interesse zu stoßen – zumindest in Sachen Ausstellungen. Während in London einer Ikone dieser Bewegung gehuldigt wird, widmet sich die Ausstellung in Frankfurt der gesamten Strömung und beleuchtet ihren Einfluss auf Film, Fotografie, Mode, Grafikdesign, Performancekunst und Malerei. Gezeigt werden rund 100 Werke aus der Glam-Ära, Fotografien von Mick Rock und Karl Stoecker. Originalkostüme und Dokumentationsmaterial runden die Ausstellung ab. In neun Kapiteln unterteilt werden Aspekte wie die Glam-Kultur der New Yorker Undergroundszene ebenso beleuchtet wie „Künstlichkeit und Erotizismus“ – das prägnanteste Merkmal der Bewegung, bei dem die Grenzen zwischen Geschlechtern und Identitäten verschwammen, androgyne Kunstfiguren wie David Bowies Ziggy Stardust erschaffen wurden und T.Rex-Sänger Marc Bolan mit Federboa, Glitzerkostüm und Lidschatten eine ganze Mädchengeneration der Ohnmacht nahe brachte.

Die Ausstellung „Glam! The Performance of Style“ wurde von der Tate Liverpool in Kooperation mit der Schirn Kunsthalle und dem Lentos Kunstmuseum Linz organisiert und präsentiert sich auch in ihrer Architektur dem Thema entsprechend mit Glitzervorhängen, Scheinwerfern und Bühnenelementen. In der Rotunde der Schirn sind außerdem Andy Warhols schwebende, reflektierende Luftkissen „Silver Clouds“ aus dem Jahr 1966 als neu produzierte Dauerausstellung zu sehen. Parallel findet ein Rahmenprogramm mit Führungen, Künstlervorträgen, Kino- und Musikveranstaltungen statt.

GLAM! THE PERFORMANCE OF STYLE

14.06. – 22.09.2013

SCHIRN KUNSTHALLE FRANKFURT

→ www.schirn.de

IMPRESSUM

Das Designmagazin MADE wird herausgegeben von der Heinze GmbH, Bremer Weg 184, 29223 Celle

GESCHÄFTSFÜHRER

Dirk Schöning

OBJEKTLEITUNG

Ulrich Schmidt-Kuhl (V.i.S.d.P.)

KONZEPT

Hannah Bauhoff

REDAKTIONSLEITUNG

Hannah Bauhoff, Katja Neumann, Eva Steidl

E-Mail Redaktion: made@heinze.de

AUTOREN

Katharina Altemeier, Hannah Bauhoff, Katja Neumann, Sebastian Pranz, Eva Steidl

GESTALTUNG

Kim Huber

VERKAUFSLEITUNG

Jörg Kreuder

E-Mail: joerg.kreuder@heinze.de

Telefon: +49 (0) 5141-5099

E-Paper und Mediaunterlagen unter www.heinze.de/made

Die Heinze GmbH ist ein Unternehmen der DOCUGroup. Alle Rechte sind vorbehalten. Das Werk darf nur zum persönlichen Gebrauch (§ 53 UrhG) genutzt werden. Nachdruck, elektronische Speicherung (auch durch Scanner), Vervielfältigung, Ermöglichung des Downloads durch Dritte, z.B. durch Aufnahme in eine Website, in Bulletins, etc., und das elektronische Versenden über die Netze sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Heinze GmbH unter Quellenangabe zulässig.

BILDNACHWEISE

Covergestaltung: Clara von Zweigbergk, Fotografie: Jonas Ingerstedt

S. 6 – 7 Hennig Weiss: Sven Hoffmann, Larissa Braun: Audi AG, Gesche Joost: Valeria Mittelman,

Astrid Krogh: Dorte Krogh

S. 9 – 15 Pressebilder der jeweiligen Unternehmen und Personen

S. 16 – 25 Elmar Haardt, Produktabbildungen: Kristallmanufaktur Theresenthal

S. 26 – 27 Illustration: Marc Herald

S. 29 © Alexander Taylor Studio, Foto: Nicho Södling, Foto: Lars Petter Pettersen

S. 30 © Alexander Taylor Studio

S. 32 Rasmus Norlander

S. 34 Foscarini

S. 36 – 37 Alexander Taylor: 1) Peter Guenzel 2) Thorsten van Elten 3) David Gill Galleries

4) Peter Guenzel 5) Alexander Taylor Studio – Clara von Zweigbergk:

2,3,5) Rasmus Norlander – Anderssen & Voll: 1) Anderssen & Voll 2) Anderssen & Voll

3) Hjelte 4) Anderssen & Voll 5) Asplund

S. 38 Architects Collective

S. 39 – 40 Architects Collective

S. 42 Richard Chivers, www.rchivers.co.uk

S. 43 Hotel Everland: L/B Sabina Lang und Daniel Baumann, Pfarrhaus St. Josef: NB-SW

Nicolaj Bechtel & Stefan Wülser: Frei + Saarinen Architekten, Zürich

S. 44 – 45 Dominik Reipka, Martin Schlüter, Hamburg, blauraum architekten

S. 48 Oben links: © Yael Ehrenberg Hellion, www.verde360.com.mx

Unten links: Steve Hall © Hedrich Blessing Photographers, Design by Perkins+Will.

Rechts: © Paul Rivera, NYC, Courtesy of Rojkind Arquitectos, México D.F.

S. 50 Skizzen Bjorn Buchholz © www.indoorlandscaping.com

S. 51 Steve Hall © Hedrich Blessing Photographers, Design by Perkins+Will

S. 52 Oben: © art aqua, Bietigheim,

Unten: © Francis Vermonden, www.verde360.com.mx

S. 53 Porträt Andreas Schmidt: © Marco Piecuch, Trier, www.pi-pix.de

S. 54 – 55 Verlage

S. 56 – 60 © Jeanet Hönig

S. 62 – 63 Odile Hain

S. 64 – 69, S. 64 Porträt Martin Roth: Jürgen Lösel © Staatliche Kunstsammlungen Dresden

S. 65 V&A Café & V&A Main entrance: © Victoria and Albert Museum, London

S. 66 After the restoration and cleaning & Ceramics Gallery & Hollywood Costume:

© Victoria and Albert Museum

S. 67 The Renaissance City 1350–1600: www.alanwilliamsphotography.com

S. 68 Postmodernism: Style and Subversion 1970–1990 & Power of Making:

© Victoria and Albert Museum, London

S. 69 David Bowie is: © Victoria and Albert Museum, London; Album cover shoot

for Aladdin Sane: © Duffy Archive; Striped bodysuit for Aladdin Sane tour:

© Sukita/The David Bowie Archive 2012

S. 70 – 75 Odile Hain, Lisa Ricciotti, Paul Ladouce

S. 76 – 77 Quentin de Coster und Royal VKB

S. 78 Illustration: Eva Hillreiner

S. 80 – 81 1) Calepino: Calepino – 2) Petting Zoo: Christoph Niemann, Design Indaba

3) Glam: Iggy Pop with 4 Lights, London, 1972 © Mick Rock

S. 82 Maracas: www.plusminuszero.jp, Spülbürsten: Donkey Products

MADE Nr. 4 erscheint im November 2013

Bestellungen unter: kundenservice@heinze.de

Diese und alle weiteren Ausgaben des Magazins MADE sind für den Empfänger kostenfrei.

Heart & Soul

VON
KATJA NEUMANN



John Grant | Pale Green Ghosts

Er wird der „Meister des Schmerzes“ genannt und angesichts des Leidensweges des heute 43-jährigen John Grant erklärt sich möglicherweise die Intensität seiner Musik: Alkohol- und Drogenabhängigkeit, Depressionen, HIV-positiv. Es sind Lebens- und Liebesgeschichten, die Grant in Musik verpackt und die mal schwermütig, mal aggressiv, dann wieder fröhlich und hoffnungsvoll ins Ohr des Hörers dringen. John Grant wurde bekannt als Mitglied der Band The Czars, bevor er sich der Musik zunächst vollständig abwandte. Ein Glück für Musikliebhaber, dass er seine Meinung änderte und 2010 mit „Queen of Denmark“ sein erstes Soloalbum aufnahm, ganz im Stil der Siebzigerjahre. Mit seinem neuesten Album widmet er sich nun den Achtzigern. Elektronische und New-Wave-Anklänge machen aus „Pale Green Ghosts“ eine durchaus tanzbare Platte – Melancholie selbstverständlich inklusive. John Grant präsentiert zwar nicht gerade leichte Kost, beschert dem Hörer dafür aber intensive musikalische Momente und den einen oder anderen Song, der sich in der Liste der persönlichen Lieblingslieder verewigen könnte.

→ www.johngrantmusic.com

Passend dazu ...



Maracas

Rein physiologisch gesehen gehört das Gefühl von Schärfe zur Kategorie des Schmerzes. Und wie liebe sich Schmerz schöner ertragen, als mit John Grant, gutem scharfem Essen und den Salz- und Pfefferstreuern „Maracas“ von Naoto Fukasawa? Mit den Streuern, die der Star-designer für den japanischen Hersteller ±0 entwarf, lässt sich das Essen sogar im Takt bis zur ganz persönlichen Schmerzgrenze nachwürzen.

→ www.plusminuszero.jp



Marcella Detroit | The Vehicle

Marcella Detroit ist eine der Ausnahmekünstlerinnen, die trotz großer Erfolge weitgehend unbekannt blieben. Ihren größten kommerziellen Erfolg hatte die Musikerin in den frühen Neunzigerjahren als Teil des Duos Shakespeares Sister mit dem Welthit „Stay“. Was jedoch nur wenige wissen: Schon seit den Siebzigerjahren ist Marcella Detroit eine feste Größe in der Musikbranche. Sie arbeitete mit Eric Clapton und Aretha Franklin, schrieb Songs für Al Jarreau und veröffentlichte mehrere Soloalben, auf denen sie sich den verschiedenen Musikgenres widmete: von Pop und Rock über Elektronik bis hin zu Blues. Mit ihrem neuen Album „The Vehicle“ kehrt die inzwischen 61-Jährige zurück zu ihren Wurzeln – gemeint ist ihre Heimatstadt Detroit. Detroit, das sind Autos ebenso wie das legendäre Plattenlabel Motown, das Musiklegenden wie Stevie Wonder oder Jackson 5 hervorbrachte. Mit „The Vehicle“ ist der Künstlerin eine harmonische Mischung aus Pop und Soul gelungen, die durchaus als Hommage an ihre Heimatstadt verstanden werden darf. Und als „Schmankerl“ gibt es eine wunderschöne neue Version des Hits „Stay“.

→ www.marcella-detroit.com

Passend dazu ...



Billy Clean und Pop Diva

Riesenbrille, Schlaghosen und Afrofrisur – mit diesen Spülbürsten von donkey products werden die goldenen Siebziger wieder lebendig und bringen einen Hauch Motown in die heimische Küche. „Billy Clean“ und die elegante „Pop Diva“ sorgen als funky Duo mit ihren üppigen „Frisuren“ aus Schaumstoff für den Spaßfaktor beim Abwasch. Eine rundum saubere Sache.

→ www.donkey-products.com

MUSTERKARTEN ZUR KUNDENBERATUNG



Musterkarten-Behälter von Treppenmeister

Hochwertige cre:ate-Karten zur professionellen Bemusterung Ihrer Produktvorschläge kostenlos anfordern unter www.heinze.de/create



WG 24 – das Original von Wilhelm Wagenfeld von **TECNOLUMEN**[®]