Möbel!Trends

Wohn!Design Sonderheft

D/A/I/ES/P/F
BeNeLux
€ 6,90
CHF 13,80
H Ft 2.805,–

Gewinnen Sie Möbel im Wert von 5.000 €

2015

Neuheiten, Tipps und Tendenzen rund ums Einrichten

STYLEGUIDE

Foto: Frank-Oliver Geun, aufgenommen in Kopenhagen

Ziehen Sie sich warm an ...

Wenn man sich unsere Interviews auf den Seiten 32 und 112-113 zu Gemüte führt, fällt etwas auf: Obwohl die Menschen aus unterschiedlichen Branchen kommen, beschäftigen sie ganz ähnliche Themen in ihrem persönlichen Umfeld. Es geht um „Individualisierung", „Freiheit", „Authentizität", „Mut" und einen „neuen Freigeist", wie ihn Jungdesignerin Sophia Cassina Seipp gerade für Italien konstatiert. Es sind genau diese Schwingungen der Menschen, die zukünftige *Trends* generieren. Diese Trends sind zunächst einmal gesellschaftliche Entwicklungen und Stimmungen. Als solche beeinflussen und inspirieren sie Kreative aller Couleur: Modedesigner genauso wie Möbelmacher. Wer am Puls der Zeit ist, stellt einen grundlegenden Wandel fest, den die Designerin Tamara Härty auf Seite 112 ganz virtuos skizziert. Konsumenten von heute sind sehr viel kritischer und lassen sich nicht länger von Produktinszenierungen blenden. Aus diesem Grund sind alte Werte wie Handwerk, hochwertige Materialien und Langlebigkeit gefragter denn je und das sicherlich langfristig.

So gilt das „Ziehen Sie sich warm an" nicht wirklich Ihnen als Leser(in) – es sei denn das Thermometer sinkt unter Null, sondern den Herstellern von Konsumgütern, zu denen auch Möbel und Accessoires gehören. Die gesellschaftliche Revolte gegen Inhaltslosigkeit, Reizüberflutung und Überangebot ist in vollem Gang. Wer glaubt, mit seinem Portfolio alles bedienen zu müssen, könnte ganz schnell kalte Füße bekommen. Alles geht eben nicht mehr oder zumindest immer weniger. Es bedarf einer exakten Positionierung und einer persönlichen Haltung, um authentisch und damit glaubwürdig zu bleiben. Wir sehen uns als Medium, um sich diese Meinung zu bilden.

Viele Anregungen wünscht Ihnen Ihr

Dr. Stephan Demmrich

Was steht uns morgen ins Haus?

Diese Frage haben wir ganz unterschiedlichen Kreativen und Fachleuten gestellt. Ihre Ideen und Statements überraschen, irritieren und erfreuen gleichermaßen ... Einrichtungsvorschriften sind passé. Und: Der Trend ist tot, es lebe der Trend! Lassen Sie diese Lektüre nicht sausen.

„Unsere Gesellschaft gibt unabsichtlich mehr Raum für Individualisten und authentische, vielleicht sogar egozentrische Leute (..., aber auch neurotische). Diese finden sich nicht nur in den Städten, sondern zunehmend entpuppten sie sich außerhalb dieser. Die Freiheit, so zu leben wie man will, wird zwar nicht unbedingt aktiv gewährt, aber es ist möglich, sie sich zu nehmen. Es besteht auch im umgekehrten Sinne eine gewisse Resignation und chronische Langeweile gegenüber starrer Moralvorstellungen, sodass der Gedanke sich aufdrängt: Naja, was soll's, man kann es nicht allen recht machen, dann stößt man halt mal irgendwo an. Oder: man kann ja eh nichts ändern, außer sich selbst. Daraus erwächst ein hohes Selbstschöpfungspotenzial. Dinge, die man bisher nur dachte, macht man jetzt einfach.

Die Wohnung ist im weitesten Sinne das räumliche Zuhause unserer Identität. Alles, was wir dort ansammeln, sind Sachen, für die wir uns bewusst oder unbewusst entschieden haben. Sie liefern daher ein Abbild unserer Persönlichkeit, ohne dass es uns bewusst ist. Viele Menschen wohnen unreflektiert und machen sich keinen Kopf darum, ob und warum sie welche Gegenstände haben. Andere häufen im Affekt Dinge an, die einer Leidenschaft entspringen oder einem Beruf. Der Lebensraum wird ganz automatisch Spiegelbild ihrer Authentizität. Immer mehr Menschen leben ihre wahre Identität und machen sich so FREI VON TRENDS UND NORMEN.

Schon jetzt dominiert der gestalterische Pluralismus die Designlandschaft. Man sieht in Magazinen, auf Messen und Reisen bewusst zusammengewürfelte Einrichtungen mit verschiedenen Möbelstücken, Farben, Mustern und unterschiedlichen Stilelementen, kleine Details, Accessoires mitten aus dem Leben oder von Reisen.

Stille Wasser sind tief ... Tamara Härty ist das kreative Zentrum von *Koinor* und für uns eine der Durchstarterinnen in der neuen Saison.

Das Wohnen und Einrichten wird individueller werden und sich JENSEITS DES PERFEKTEN GENERALISMUS, GLATTER ARCHITEKTUR UND DER DIKTATUR EINES DESIGNTRENDS ausrichten. Es wird auch ein Stück weit unordentlicher werden, lebendiger und im positiven Sinne alltäglicher. Es werden immer mehr Menschen ihrer eigentlichen Persönlichkeit Raum geben und sich demzufolge ihre eigene „Welt bauen". Es entstehen so wild gewachsene Zuhause, ja ganze „WOHNBIOGRAFIEN" mit liebevoll „aufgeladenen" Gegenständen, vergangenheitsträchtigen Möbeln, Büchern oder anderen Sammelleidenschaften in unterschiedlichsten Stilen. Alles ist verknüpft durch ein feines Netz an Kontext, an Erinnerungen, einem bestimmten Lebensabschnitt, einer Ära, Patina, Gebrauch und Liebe zu den Dingen. Das ist es, was ich Psychotropie nenne, denn diese Wohnmilieus haben auch im ungekehrten Sinne eine nachhaltig psychoaktive Wirkung. Damit ist verbunden, dass sich der Architekt und Designer dabei neu erfinden muss und sich das Selbstverständnis ändert. Denn die Fage der UNDESIGNABILITY spielt bei solchen biografischen Wohnmilieus, genau wie im Städtebaus eine große Rolle, was den Designer in die neue Position eines Moderators von Schöpfungsprozessen manövriert."

Andreas Weber interviewten wir kurz im Elsass, wo er an einem neuen Betthaupt für die Firma Treca Interiors arbeitet. Voilà!

„Es gibt immer mal wieder Farbtrends, und es ist klar: Es gibt den Trend zu mehr Farbe. Ich würde behaupten, es gibt eigentlich immer mehr Freiheiten, und es gibt dadurch immer weniger Trendvorgaben. Denn die Leute sind auch gebildeter, der Anwender ist geschulter in seinem Auge und hat mehr Mut, eigene Lösungen anzugehen. Früher hat man vielleicht nur auf das Label geachtet oder sagen wir mal, hat Bilder nachgebaut, die man gesehen hat. Und heute ist es so, dass die Leute sagen: Ich habe da ganz eigene Vorstellungen und sie sind selbstsicher, dass das dann gelingt."

Um eine Firma wie *Walter Knoll* zu führen, muss man ein guter Beobachter sein. Das bestätigt ein Gespräch mit Markus Benz.

„Was ich schon seit Langem sehe ist, dass man Menschen mit etwas Ursprünglichem berühren kann. Sie suchen ein natürliches, authentisches und gutes Produkt, das exzellent umgesetzt ist. Das ist eigentlich das Spannende daran. Es gibt Firmen, die Trends hinterherrennen und es gibt solche, die machen etwas Ursprüngliches. In der Modebranche gibt es diese beiden Extreme besonders. Manche Marken folgen Trends oder kopieren andere. Und dann gibt es einen Hermès, und die machen einfach ganz brav ihre Sache und bleiben bei sich selbst.

Wenn man heute durch die Produktwelt von der Mode bis zu den Autos streift, da gibt es eine ungeheure Vielfalt. Wie findet man da eine Orientierung? Das ist genauso, wenn man durch die Hallen der Mailänder Möbelmesse läuft. Da muss es aber doch irgendetwas geben, was Bedeutung hat? Für viele Menschen hat das Authentizität. Und wenn Sie merken, dass etwas gemacht wird, das auf etwas Menschliches zurückgeht – das ist zum einen das besondere Handwerk, denn das wird von jedem geschätzt. Das Gleiche ist, wenn ich beste Materialien verarbeite, dann wird das bemerkt. Wenn dann auch die Formensprache nachvollziehbar ist, und die Produkte eine innere Logik haben, und das alles in einer exzellenten Ausführung ist, dann habe ich etwas geschaffen, was bemerkt wird. Es ist aber nicht so einfach, das herzustellen. Das ist einer der Trends, die man sehen kann. Die anderen Trends sind sicher: schnell, einfach, unproblematisch, Internet.

Was habe ich heute gelesen? «Primark»: jedes Kleidungsstück nur 35 Euro. Das ist die andere Bewegung, aber jeder starke Trend hat einen Gegentrend. Das muss man sehen. Und die Extreme liegen immer weiter auseinander."

Harald Friedrich, CEO Bosch Hausgeräte, hat ein ambivalentes Verhältnis zu seinem Smartphone, das er als „dieses Ding" bezeichnet.

„Die Individualisierung wird weiter fortschreiten: Die Menschen werden immer nach neuen Kicks suchen, sei es eine neue Sportart oder die Experimentierfreude beim Kochen. Genauso das Thema Kommunikation. Das Internet der Dinge. Ja. Braucht man das wirklich alles? Hilft das der Entschleunigung? Oder muss man noch öfters auf das Ding schauen (Sie wissen, was damit gemeint ist, siehe oben), um irgendetwas zu steuern, zu benachrichtigen und zu erfahren, dass die Waschmaschine fertig ist. Es wird unterschiedliche Auffassungen geben.

Zukünftig wird uns diese immense Flut an Informationen beschäftigen und dass wir getrackt werden wie unser Einkaufsverhalten ist. Ich brauche viele Dinge nicht. Das ist ein Stück Freiheit. Aber der gesellschaftliche Zwang ist hoch, bei allem dabei zu sein: auf Social Media aktiv zu sein, die neuen Medien zu nutzen, immer verfügbar zu sein. Immer erreichbar. Wo bist Du, was machst Du? Das kann in Stress ausarten. Da müssen wir selbst lernen, damit umzugehen. Und ich sage immer öfter nein."

Designerin Sophia Cassina Seipp hat gerade ein Jahr Italien hinter sich. Was ist ihr dort aufgefallen und was beschäftigt sie gerade?

„Mich bewegt gerade die Thematik des Lebens vom Anfang bis zum Ende und dass wir in diesem natürlichen Lebenskreislauf oft die Menschen in wenig würdevoller Atmosphäre «verabschieden». Aus diesem Grund arbeite ich zurzeit an einem «spiritual place», einem Ort intensiver Emotionen, der Ruhe und des inneren Friedens.

In Italien, wo ich das vergangene Jahr gelebt und studiert habe, ist mir eine neue Art «Freigeist» aufgefallen. Die Italiener verstehen es, ihre eigenen Lebenswelten zu inszenieren. Sie leben uns das in Opern und im Ristorante vor. Dabei sind die Geschmäcker so verschieden wie die Menschen selbst. Typisch für italienische Möbel bleibt die funktionale Eleganz.

Meine neueste Entdeckung ist ein wirkliches Unikum in Italien: Das neue Antinori-Weingut , erbaut aus lokalen Materialien unter maximaler Schonung der Umwelt und Wahrung der toskanischen Landschaft (www.antinorichianticlassico.it). Sozusagen ein Tempel antiker Riten der Rebe inmitten der Natur und in perfekter Harmonie mit ihr und den Menschen, die sich dort aufhalten.

Was mir sonst noch auffällt? Die Menschen in meinem Umfeld wirken offener, und der Unternehmensgeist kennt kaum Grenzen. Allerdings stört mich Oberflächlichkeit und dass manche Werte aus Profitgier auf der Strecke bleiben."

Wir bedanken uns für die Interviews und Einblicke bei fünf tollen Menschen. |sd

KOINOR

Kaum eine deutsche Möbelfirma hat in den letzten Jahren eine so erfreuliche Entwicklung genommen wie die Polstermanufaktur im Norden Bayerns. Die Koinor-Geschäftsführer Gerd Bissinger und Michael Schulz hatten den richtigen Riecher, zwei Powergirls alle Freiheiten bei der Entwicklung der Kollektion zu lassen: Tamara Härty, die alle Sofas auf dieser Seite kreierte und Kristina Kroße, die für den Auftritt des Unternehmens verantwortlich ist. Die Nominierung für den German Design Award 2015 bestätigt das. Über 60 Jahre Firmengeschichte für die Qualität der „Sofas from Friends for Friends", die eine Gemeinsamkeit haben: tollen Sitzkomfort. Von oben „Omega Systemprogramm" in asymmetrischer Anordnung, 275 cm in Leder ab 3.680 €. „Lizzy" als Liege, 196 cm, in Leder ab 1.920 €. In Grün „Elliot" in Leder 3.600 €. „Vanda" in Creme und in Stoff ab 2.400 €. „Rosa" in Stoff ab 1.840 €. Und das Beste zum Schluss! „Neo" ist einer der Redaktionslieblinge: 253 cm, in Leder ab 3.140 €.

BORDBAR, VITRA

Die Idee, originale Flugzeugtrolleys salonfein zu machen, ist stylish. Das Kölner Unternehmen Bordbar hat sie durch clevere Innenraumaufteilungen und Funktionsmodule für Küche, Bad und sogar das Thema Hausbar ergänzt. Und wie im Flieger gibt es Wandboxen, aus denen sich ein Wandregal gruppieren lässt. Trolleys ab 1.000 €, Inspirationen unter *Bordbar.de*. Klassiker waren viele Jahre das Steckenpferd von Vitra: Eames, Nelson, Panton & Co haben längst Konkurrenz bekommen, mit denen sich auf ganz originelle Weise Themen wie Wohn-, Ess- und Kinderzimmer bespielen lassen. Zum Abschirmen ist der „Sphere Table" von Hella Jongerius, um 2.500 €. Ronan und Erwan Bouroullec entwarfen das Sofa „Alcove Plume", um 3.520 €. Neu ist der Stapelstuhl „Hal" nach einem Design von Jasper Morrison, um 310 €. *Vitra*. **Bezugsquellen Seite 95 u. 156.**

hoerger.de

* Kissen Y24, ca. 72x72 cm, im Wunschbezug. Preisvorteil je nach Bezug bis zu 320,-. Nur bis 31.12.2014. Beim Kauf folgender Koinor-Modelle: Alpha, Avanti, Elena, Gamma, Jonas, Omega, Safira, Sean, Signo, Vanda und einem Mindestbestellwert von 4.000,-. Preise in Euro inkl. MwSt (UVP Deutschland).

VANDA – Auf den ersten Blick fasziniert die kompakte Zierlichkeit, bei der alles stimmt. Die ausgewogenen Proportionen, die klare Form. Dennoch fehlt es VANDA nicht an Individualität: feine Linien, schwungvolle Nähte und die elegante Fußform, auf der sie so leichtfüßig daherkommt. Durch einfaches Aufstellen der Rückenkissen lässt sich ein Hochlehnsofa mit vergrößerter Sitztiefe zaubern. Die klappbaren Armteile vervollständigen das Komfortangebot. Ein umfangreiches Sofaprogramm, mit dem sich kompakte, schöne Sofalandschaften kreieren lassen. **ALLES MADE IN BAVARIA, GERMANY.**