

# CI MAGAZIN<sup>©</sup>

Magazin mit Katalog der **creativen inneneinrichter**

## WAS KOMMT?



## INSPIRIERENDE UMGEBUNGEN BEREICHERN UNSER WOHNEN UND ARBEITEN.

Dafür kuratieren wir zeitlose und langlebige Möbel, Leuchten und Accessoires und helfen mit Beratung und Planung an unseren Standorten in Berlin und mit unserem Onlineshop.



### minimum Charlottenburg

Unser Geschäft für die Klassiker der Moderne und Möbel, die dazu passen — von Cassina bis USM.

im **LIVING BERLIN** | Kantstraße 17, 10623 Berlin  
Tel. 030 319 985 00 | info@minimum.de



### bulthaup minimum

Die besondere Qualität von bulthaup Küchen im wohnlichen Umfeld präsentiert.

im **LIVING BERLIN** | Kantstraße 17, 10623 Berlin  
Tel. 030 319 985 030 | bulthaup@minimum.de



### minimum Kreuzberg

Bestseller von HAY, Klassiker von Vitra und Ikonen von B&B Italia treffen hier auf Design aus Berlin.

im **Aufbau Haus** | Prinzenstraße 85 C, 10969 Berlin  
Tel. 030 319 985 020 | kreuzberg@minimum.de



### minimum Projekt

Zeitgemäß arbeiten wie bei Zalando und Sartorius mit mintdesign und minimum Projekt.

im **Frizz23** | Friedrichstraße 23A,  
10969 Berlin | Tel. 030 319 985 080  
projekt@minimum.de

minimum®

minimum einrichten GmbH  
Kantstraße 17, 10623 Berlin  
Tel. 030 319 985 00  
www.minimum.de

Das minimum-Magazin  
können Sie kostenlos  
über unsere Webseite  
abonnieren:



# BEWEGTE ZEITEN

Was trägt Sie durch die Krise? Besinnen Sie sich auf das Wahre, Substanzielle, das, was im Leben wirklich zählt? Oder schwelgen Sie lieber in Luxus und feiern das Leben bis zur Besinnungslosigkeit? Keine Angst, es soll in dieser Ausgabe nicht um ein Entweder-oder gehen. Stattdessen möchten wir Dinge zeigen, die uns und anderen jetzt Halt geben. Substanzielles, aber eben auch die kleinen und großen Freuden im Leben, die uns von den vielen schlechten Nachrichten ablenken und deshalb durchaus ihre Berechtigung haben. Dabei ist uns auch das sich gerade wandelnde Verständnis von Luxus aufgefallen. Der neue Luxus? Optisch erinnert vieles an die 20er Jahre des letzten Jahrhunderts – so wie bei dem neuen Orientexpress. Der luxuriöseste Zug aller Zeiten erinnert uns an die „gute alte Zeit“, als das Reisen an sich noch als ein Erlebnis galt. In diesem Fall sicher ein höchst komfortables Reiseerlebnis – noch dazu mit einem so umweltfreundlichen Transportmittel. Zurückversetzt in eine andere Zeit fühlen wir uns auch im neuen Boutiquehotel Château Ro-

yal. Mit maßgefertigtem Mobiliar, Materialien, die stilecht altern, und von Kunst umgeben, stehen hier Service und Genuss im Vordergrund. Warum also nicht einmal Midnight in Berlin anstatt in Paris?

»DIE ROLLE  
DER KUNST SOLLTE IN  
KRISENZEITEN NICHT  
UNTERSCHÄTZT  
WERDEN.«



In Berlin sitzt auch die Manufaktur Welter Wandunikate, in der einzigartige und opulente Wandverkleidungen hergestellt werden. Aus authentischen Materialien und in Handarbeit entstehen Tapeten und Paneele, die Geborgenheit und Halt bieten – also genau das, was wir alle jetzt brauchen. Auch die Rolle der Kunst sollte in Krisenzeiten nicht unterschätzt werden: Für Raf Simons ist sie zudem eine wichtige Inspirationsquelle, aus der der Modedesigner für seine Möbelstoffe schöpft. Das Ergebnis: zu Stoff gewordene Kunstwerke, die dank hochwertiger Materialien besonders langlebig sind. Langlebig im Sinne von nach wie vor aktuell sind (nicht nur)

für uns auch Architektur und Design von Gerrit Rietveld – besonders sein Umgang mit Farbe und Form lohnt einen Blick.

# WAS KOMMT? | INHALTSANGABE

**3 EDITORIAL**  
Bewegte Zeiten

**6 UMDENKEN ERFORDERLICH**  
Warum der Luxusbegriff neu definiert werden muss

**8 LUXUSREISEN AUF SCHIENEN**  
Noch nie war Zugfahren so schön wie im Orientexpress

**16 TRENDCOLLAGE I**  
Die Goldenen 20er neu interpretiert



**18 ZU HAUSE IN BERLIN**  
Das Château Royal setzt auf Kunst, Kulinarik und den Charme der Zeit um 1900

**26 TRENDCOLLAGE II**  
Die 20er Jahre klassisch neu interpretiert



**28 OBERFLÄCHEN MIT SUBSTANZ**  
Zu Besuch bei Welter – Manufaktur für Wandunikate

**34 FÜHLBAR INSPIRIERT**  
Kunst, Mode und Möbel: Raf Simons macht aus allem das Beste



**40 AKTUELLER DENN JE**  
Gerrit Rietveld verbindet Architektur und Möbeldesign

**46 VON RIETVELD INSPIRIERT**  
Ausdrucksstark farbig sind die Entwürfe von Muller Van Severen



**51** Nachhaltig einrichten: Im Designkatalog ab Seite 51 finden Sie eine aktuelle Auswahl der Creativen Inneneinrichter aus der Premiumbranche.

Fotos: Titel: © Maxime d'Argeac & Martin Darzacq; Seite 3: © Getty Images; Seite 4: © Gubi, © &Tradition, © Kvadrat A/S



Bewährte Traditionen ebnen den Weg in die Zukunft –  
SCHRAMM steht für langlebige Qualität und Schlafkomfort nach höchsten Maßstäben.

Handmade in Germany

# DER NEUE LUXUS

**Jochen Kirch | Geschäftsführer Peperoni –  
Kommunikationsagentur für  
gesellschaftlichen Wandel**

Pandemie, Krieg, Inflation, Klimawandel. Vieles von dem, was wir gerade erleben, ist kein neuartiges Phänomen. Auch nicht das Aufeinandertreffen in dieser zeitlich engen Abfolge. Die 20er Jahre des vergangenen Jahrhunderts lassen grüßen. Doch viel wichtiger als berechnete Querverweise ist die Frage nach dem, was daraus folgt. Und das ist mehr als nur ein Trend. Der gesellschaftliche Wandel, seit Jahrzehnten nur ein verbales Konstrukt, ist endlich in Bewegung geraten: Luxusautos, Yachten, Kreuzfahrten – vor dem Hintergrund des Klimawandels geraten frühere Statussymbole ins Kreuzfeuer. Das einst wichtigste Merkmal von Luxus, nämlich eine durch einen hohen Preis gekennzeichnete Exklusivität, scheint zunehmend an Bedeutung zu verlieren. Stattdessen gelten Werte wie Freiheit, Freizeit, aber auch exklusive Erlebnisse als neuer Luxus, einhergehend mit dem wachsenden Bewusstsein für soziale, ökonomische und ökologische Zusammenhänge, das künftige Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflusst.

Das setzt Unternehmen und Entscheider unter Druck. Denn um am Markt bestehen zu können, müssen auch sie sich wandeln oder besser: vorangehen und den unaufhaltsamen Wandel in ihrem Sinne gestalten. Der Druck kommt dabei aber auch noch von einer

anderen Seite: Schwindende Ressourcen und steigende Energiekosten erfordern auch hinsichtlich der Produktion von Produkten einen Kurswechsel. Es geht längst nicht mehr um ein Schneller, Höher, Weiter. Sondern um Substanz und die Frage nach dem Sinn.

## **Langlebigkeit hat Geschichte**

Nicht nur wir Menschen stecken voller Geschichten, auch die Gegenstände, mit denen wir uns umgeben, sind eng mit uns und unserem Erleben verbunden. Über die Jahre werden sie so über ihre eigentliche Funktion hinaus zu geliebten Erinnerungsstücken. Dinge von emotionalem Wert, die, je länger sie in unserem Besitz sind, umso mehr an persönlicher Bedeutung gewinnen. Um diesen Anspruch erfüllen zu können, dürfen ausschließlich hochwertige und echte Materialien verwendet werden, die in Würde altern. Daneben ist die Reparierbarkeit ein wichtiges Kriterium zur Akzeptanz des Produkts.

## **Vererben statt Wegwerfen**

Vom Gebrauchtwarenhaus bis hin zum Designklassiker, der über Generationen hinweg in der Familie bleibt: Das Ende der Wegwerfgesellschaft ist unvermeidlich. Statt Müll gibt es künftig nur noch Wertstoffe, Produkte werden auch nach Ablauf ihrer Nutzungsdauer nicht mehr zu Abfall, sondern werden in einem möglichst immerwährenden Kreislauf gehalten.

Für Luxusgüter bedeutet das, dass Merkmale wie Langlebigkeit, eine dauerhafte Nutzung und ein hoher Wiederverkaufswert zur Grundvoraussetzung werden. Aus wertvoll wird wertbeständig. Wer in Luxusprodukte investiert, wird vom: von der Verbraucher:in zum: zur Gebraucher:in.

## **Individualisierung ermöglichen**

Der Massenmarkt hat ausgedient, Individualisierung ist der neue Luxus. Es geht nicht mehr darum, das zu haben, was alle haben, sondern aus der Masse hervorstechen. Ob Maßanzug oder individueller Sofabezug – auf den eigenen Bedarf zugeschnittene Dinge bringen die eigene Geschichte schon mit. Diese per se gegebene Beziehung zwischen Besitzer:in und Besitztum führt unweigerlich zu einer längeren Lebensdauer als bei herkömmlicher Massenware und wird dazu als wertiger wahrgenommen.

## **Regionalität wertschätzen**

Fernreisen haben an Exotik verloren, auch Dinge müssen nicht mehr um den halben Globus reisen, um Begehrlichkeiten zu wecken. Im Gegenteil: Regionalität hat durch die Erfahrung in der Coronazeit und mit gestörten Lieferketten eine neue Wertschätzung erfahren. Nicht nur das Leben auf dem Land, auch die heimische Produktion von Gütern hat an Ansehen gewonnen. Regionale Produkte werden als individuell und identitätsstiftend wahrgenommen.

## **Der Weg ist das Ziel**

Das Reisen selbst gewinnt wieder an Wert. Anstatt mit dem Flugzeug an entlegene Orte zu gelangen, erfahren Zugreisen gerade eine Renaissance. Wer es sich leisten kann, nimmt sich die Zeit für eine „bewusste“ Anreise mit dem umweltfreundlichsten aller Reisemittel. So wird der Weg zum Reise-Erlebnis und das eigentliche Ziel verliert an Bedeutung.

## **Qualität vor Wachstum**

Einen Beitrag zur Gesellschaft leisten, anstatt sich für Wachstum aufzugeben. Statt immer neuer Zielvorgaben müssen Unternehmen Haltung bewahren und ihre Produkte ganz im Sinne ökologischer Nachhaltigkeit langlebig und qualitativ hochwertig gestalten. Das gilt insbesondere für das Luxussegment. Produkte, die dazu einen hohen Designanspruch haben, genießen herkömmlichen Konkurrenzprodukten gegenüber einen deutlichen Wettbewerbsvorteil, indem sie Neukunden gewinnen, die durch den Kauf ihrer Produkte eine umweltfreundliche Überzeugung zum Ausdruck bringen. Für viele Menschen scheint die aktuelle Lage Grund genug, sich aus Trotz in ein „Jetzt erst recht!“ zu flüchten, alte Stadtschlösser wieder aufbauen zu wollen oder Babylon in Berlin und Hollywood

hochleben zu lassen. Frei nach dem Motto: Ist das Geld nichts mehr wert, kann ich es ebenso gut ausgeben. Bemerkbar macht sich diese Reaktion auch in steigenden Absätzen bei Luxusgütern, einer neuen Opulenz.

Langfristig jedoch erleben wir dahingehend einen Wertewandel. Luxus wird sich nicht mehr nur auf das Materielle beschränken, sondern kann auch „erlebt“ werden. Und Gegenstände zählen nur dann als Luxus, wenn sie durch Eigenschaften wie langfristigen Gebrauch, Reparaturfähigkeit, Vererbbarkeit

oder hohe Wertstabilität gekennzeichnet sind. Der neue, substanzielle Luxus ist geprägt von einem hohen Designanspruch und umweltfreundlichem Denken.

Das gilt nicht nur für hochwertige Möbel, Designklassiker, wie wir sie von den Creativen Inneneinrichtern kennen, mit denen wir gemeinsam Leitlinien für künftiges Handeln entwickelt haben, die Sie in der vorangegangenen Ausgabe nachlesen konnten. Auch in anderen Bereichen, so zum Beispiel bei Deutschlands größtem kommunalen Stadtreinigungsunter-

nehmen, für das wir 13 Jahre lang als Sprachrohr der Müllvermeidung fungiert haben, konnten wir diese Entwicklung beobachten – und den Wandel erfolgreich begleiten.

Viele Unternehmen stehen noch ganz am Anfang dieses Veränderungsprozesses. Und auch in den Köpfen vieler Verbraucher:innen hält sich beharrlich das Klischee, Umweltverträglichkeit stünde den typischen Eigenschaften von Luxusmarken diametral entgegen. Da braucht es kluge Kommunikation in alle Richtungen – um vorbereitet zu sein auf das, was kommt.



# ORIENT-EXPRESS

Der neu gestaltete Luxuszug folgt dem Geist der 1920er Jahre und macht das Reisen zu einem Erlebnis.





10

## VOM LUXUS DES UNTERWEGSSEINS

Eine Revolution in der Kunst des Reisens, so titelte die Times nach einer Fahrt mit dem Orientexpress 1883. Fast 140 Jahre nach der Verwirklichung von Georges Nagelmackers' Traum kommen 17 der original Orientexpress-Waggons nun wieder auf die Schienen, komplett überarbeitet und um einige zeitgemäße Annehmlichkeiten ergänzt.

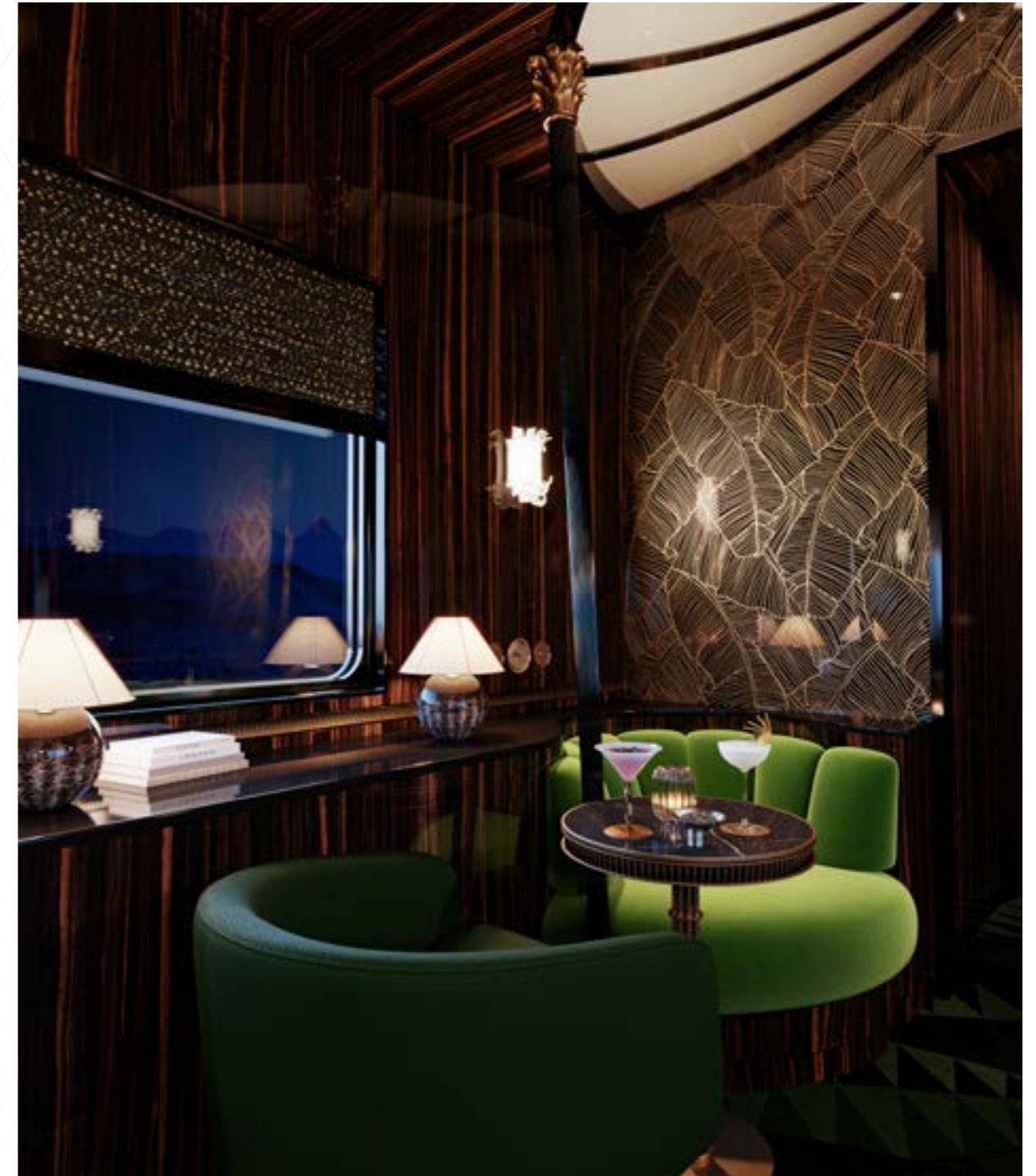
Für die Restauration hat sich der französische Architekt Maxime d'Angeac auf Spurensuche in einer Welt des extremen Luxus begeben: Mit feinsten Materialien und höchster Handwerkskunst schuf er ein rollendes Gesamtkunstwerk, das auch modernen Luxusansprüchen gerecht wird.



11



Einiges erinnert im Speisewagen an das Dekor des ursprünglichen Zuges: so wie die Trennwände mit dem von Suzanne Laliq 1930 entworfenen Schienenmotiv, die Bezug zu den früheren Wandteppichen aufnehmen. In der von Bögen durchzogenen Decke spiegeln sich statt komfortabler Sitzbänke eine Reihe dunkler Ledersessel, komfortable Sitzgelegenheiten an jedem Tisch, sanft von einzelnen Lampen ähnlich der Original-Beleuchtung des Zuges illuminiert.



Gepflegte Drinks gibt es gleich im nächsten Waggon, einem opulent gestalteten Barwagen in mit grünem Samt bezogenen Sesseln und großen Lichtkuppeln im Stil des Zweiten Kaiserreichs in Frankreich. Dazu Marmortische, Palisanderholz, Laliq-Glasscheiben im Art-déco-Stil sowie eine Uhr an jedem Tisch, die Cocktailstunde und Dinnerzeiten ankündigt. Der Service erfolgt wortwörtlich auf Knopfdruck: Einer der zwei Rufknöpfe ist dabei für einen äußerst illustren Service reserviert – drückt man ihn, wird perlender Champagner serviert.



14

Auch die Suiten zeugen von einer gelungenen Verbindung des Art déco der 20er und 30er Jahre des vergangenen Jahrhunderts mit zeitgenössischem Luxus: Abgerundete Ecken und mit Holz und Leder verkleidete Trennwände bieten Komfort auf engstem Raum. Handbestickte Kopfteile, verziert mit Bronzeelementen und Perlmutter, unterstreichen das luxuriöse Ambiente und die durchdachte Raumaufteilung.



15

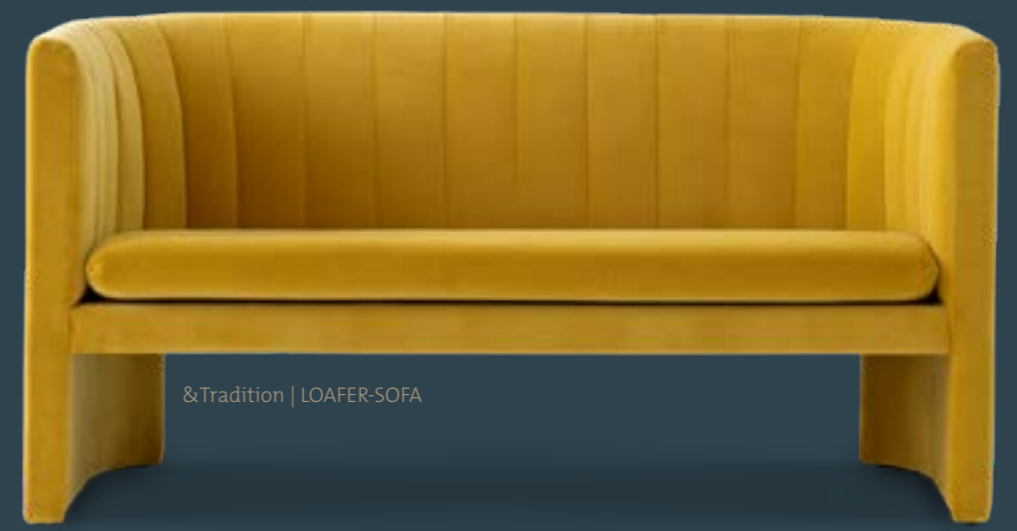
»ES IST EIN BILD ZUM TRÄUMEN, GEDACHT ALS BOTSCHAFT DES FRANZÖSISCHEN LUXUS: EIN RAFFINIERTES SCHMUCKKÄSTCHEN, VEREDELT DURCH DAS KNOW-HOW UND DIE TALENTE DER BESTEN FRANZÖSISCHEN HANDWERKSKRÄFTE.«

Maxime d'Angeac





Gubi | WANDSPIEGEL RANDACCIO

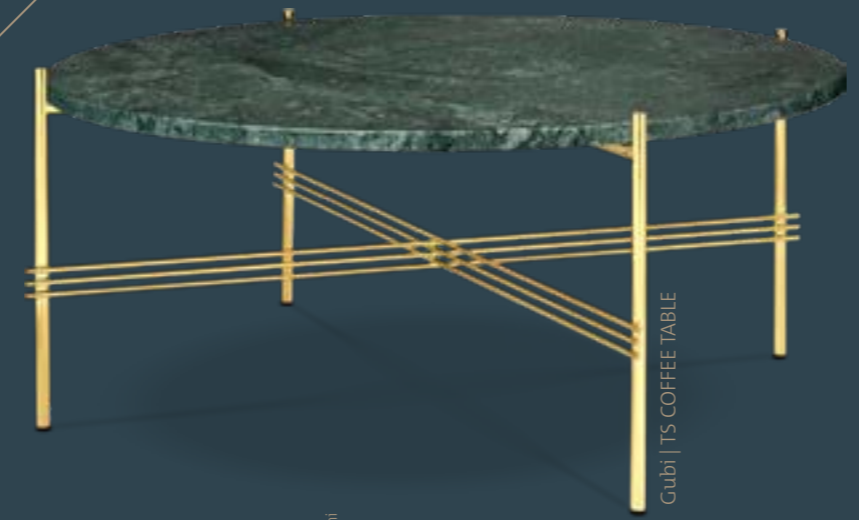


&Tradition | LOAFER-SOFA



Gubi  
MULTI-LITE

# DIE GOLDENEN 20ER



Gubi | TS COFFEE TABLE



NORTHERN  
BEISTELLTISCH MASS

&Tradition | LOAFER-SESSEL

Der Orientexpress und aktuell angesagte Bars und Clubs machen es vor – wir zeigen Ihnen die Möbel zum Trend: Tischleuchte Multi-Lite (Gubi) nach einem Entwurf von Louis Weisdorf und Beistelltisch Mass (Northern) sind aus Messing und kreieren mit ihrer Form subtile Schatten. Wie Lichtreflexionen wirken die Gold- und Grüntöne des Teppichs RD Braque (Amini). Eigens für die Hotelloobby des Royal SAS wurden Loafer-Sofa und -Sessel (&Tradition)

Fotos Seite 16-17: © Gubi, © &Tradition, © Northern, © Amini

entworfen, deren Samtbezug im Licht ganz fein schimmert. Mit grüner Marmorplatte und Messinggestell folgt auch der TS Coffee Table von GamFratesi (Gubi) diesem Trend. Einen krönenden Abschluss bildet der Wandspiegel Randaccio (ebenfalls von Gubi), der tatsächlich aus den 20er Jahren stammt: Gio Ponti entwarf ihn 1925 für sein Haus in Mailand.



AMINI | RD BRAQUE



# ZU HAUSE IN Berlin Château Royal



Klassische Holzeinbauten, handgefertigtes Mobiliar und zeitgenössische Kunst. Unweit des Brandenburger Tors schuf Gastronom und Kunstkenner Stephan Landwehr mit seinen beiden Partnern Victoria Eliasdóttir und Moritz Estermann einen Ort, an dem Luxus neu definiert wird, das Boutiquehotel Château Royal.

Fotos Seite 18–25: © Château Royal, Fotograf: Felix Brüggemann



Das Ensemble besteht aus zwei denkmalgeschützten Häusern, einem Neubau sowie Dachaufbau, entworfen von David Chipperfield Architects. Eklektisch geht es auch im Innern zu: Die Räume des Hotels sind von Materialien inspiriert, die in der Blütezeit Berlins Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts beliebt waren: farbiger Marmor, Fischgrätparkett, Eiche, Nickel und handgefertigte Craquelé-Fliesen. Und dazwischen immer wieder Kunst in unterschiedlichen Formen. Denn die ist ebenso fester Bestandteil des Konzepts wie die Kulinarik.



# Genuss



Die isländische Köchin Eliasdóttir ist als Culinary Director für alle gastronomischen Bereiche im Château Royal verantwortlich. Saisonal, verfügbar und ethisch vertretbar – so ihr Anspruch an das, was auf den karminroten Emailleplatten der eigens in Frankreich gefertigten Tische landet. Aber auch sonst hat das Dóttir, das Restaurant im Château Royal, einiges zu bieten: Zwischen Gründerzeitarchitektur, Re-Editionen der Stücke von Bauhausdesigner Erich Diekmann und einer Trennwand aus Dallglas fühlt man sich geradewegs in die Zwanzigerjahre versetzt.



An die erinnert auch die Gestaltung der 93 Zimmer. Prägendes Stilelement: maßgetischerte Holzeinbauten, die in Anlehnung an die Kammern Berliner Altbauwohnungen für eine räumliche Großzügigkeit sorgen und als Regal, Raumteiler und Dekoration fungieren. Dazu Vintage-Möbel verschiedener Epochen sowie eine Reihe eigens entworfener Stücke der Innenarchitektin Irina Kromayer. So wie die Deckenleuchten, die die klassische Laternenform der 1920er Jahre mit Papier und Messing wieder aufgreifen, oder das Bett aus dunkel gebeiztem Holz und einem Kopfteil aus gepolstertem Rattan.

# Kuratiert

Auch die Polstermöbel, die in exklusiver Kollaboration mit dem Designer Christian Haas entstanden, können als Hommage an diese Ära verstanden werden – bekleidet in dem damals beliebten Mohair-Samt in Loden, Blau, Burgundy, Tabacco und Petrol, für die Gemälde aus dem Expressionismus und der Neuen Sachlichkeit als Inspiration dienten und die sich selbst in den Craquelé-Fliesen der Bäder wiederfinden.





ZU HAUSE IN BERLIN

24

# entspannt

Überhaupt die Kunst: Nicht nur, dass jedes der individuell gestalteten Zimmer in sich ein kleines Kunstwerk ist, das ganze Haus ist voll davon. So fanden mehr als 100 zeitgenössische Künstler:innen und ihre Arbeiten Einzug in die Zimmer und öffentlichen Räume. Mal großformatige Malereien, mal Skulpturen, mal Lichtinstallationen oder ein Text unter der Zimmerdecke. Was sie eint: Auf die eine oder andere Art und Weise sind sie mit Berlin oder dem Château Royal verbunden und machen den Aufenthalt hier zu einem besonderen Reiseerlebnis.



25

# verweilen

# DIE KLASSISCHEN 20ER



Gubi | MULTI-LITE PENDANT



MAXALTO | IMPRIMATUR-SESSEL



MAXALTO | IMPRIMATUR-SOFA

Fotos Seite 26-27: © Gubi, © Maxalto, © B&B Italia, © ClassiCon, © Ammini



B&B ITALIA | EUCALIPTO



AMINI | RD PERSPECTIVE

Eine klassische Gestaltung wie im Château Royal? In unserer Produktcollage finden Sie die passenden Stücke dafür. Eine Glasplatte und mit Metall überzogene Oberflächen verleihen dem Bow Coffee Table des Brasilianers Guilherme Torres (ClassiCon) eine lässige Eleganz, die schon die 20er Jahre des letzten Jahrhunderts prägte. Als Hommage an den Kubismus könnte der Teppich RD Perspective (Amini) gelesen werden. In Goldtönen bietet er eine stilsichere Grundlage für Polstermöbel, so üppig wie die der Serie Imprimatur von Maxalto – hier als Viersitzer und Sessel abgebildet – oder das Highboard Eucalipto (B&B Italia), für das Edelfurnier aus Eukalyptus verarbeitet wurde. Darüber leuchtet golden: die Multi-Lite Pendant (Gubi).



CLASSICON | BOW COFFEE TABLE

# Oberflächen mit Substanz

Es ist eine einfache Rezeptur auf Basis von gebundener Kreide und Kaolin, die als Grundstoff für die aufwändig hergestellte Craquelé-Struktur der Paneele dient. Gebrochen, mehrfach überlackiert und hochglanzpoliert, erscheint die Oberfläche fragil und zugleich von großer Eleganz, erinnert an ein aus feinsten Porzellscherben in mühevoller Handarbeit zusammengefügtes Mosaik. Nicht weniger aufwändig ist die Herstellung der Paneele: Je nach Oberfläche braucht es bis zu 20 Stunden für einen einzigen Quadratmeter, erklärt Ulrich Welter, Gründer der Manufaktur für Wandunikate in Berlin-Schöneberg.

Fotos Seite 29–31: © Welter Manufaktur für Wandunikate





Seit 37 Jahren stellt Welter exklusive Wandverkleidungen wie diese Paneele her. Dazu kommen mit Perlen, Kristallen, Mineralien oder Blattmetall veredelte Tapeten, individuell im Kundenauftrag gefertigt. Wandunikate, die ihrem Namen alle Ehre machen, weil sie in mühevoller Handarbeit entstehen und den mit ihnen geschmückten Räumen einen einzigartigen und eben auch sehr luxuriösen Charakter verleihen. Dafür bedient sich Welters Team keineswegs alter Handwerkstechniken. Es sind Eigenentwicklungen von Ulrich Welter, der, wie er selbst sagt, ziemlich gut mit Materialien umgehen kann und so lange experimentiert, bis das Ergebnis seinen Vorstellungen entspreche: Faszinierende Farb- und Lichtspiele, aber auch dreidimensionale Texturen wie bei gewebtem Leder oder Krokodilhaut und erhabene Ornamente entstehen so.



Zu Welters Kunden zählen nicht nur Shops und Hotels in aller Welt, die auf die Anziehungskraft luxuriös dekorierte Bereiche setzen. Es sind auch Privatleute, die seine Faszination für Oberflächen teilen und über die Jahre zu Stammkund:innen werden. Aber, so gibt Welter freimütig zu, „ein bisschen Verrücktheit gehört schon mit dazu, wenn man seine Wände mit so exklusiven Materialien schmückt“. Dabei sei es weniger Prestigedenken, sondern der Sinn für das Material an sich und „die Poesie der von Hand hergestellten Unikate“, die Kunden zu ihm führten, mutmaßt er.

Und: Wer nicht verrückt sei, der könne sich einfach eine tolle Tapete oder eine schöne Farbe aussuchen. Das sehe auch schön aus. „Für die Sachen, die wir hier machen, braucht es aber ein gewisses Feingefühl, einen besonderen Zugang – und eben eine gewisse Verrücktheit. Wir arbeiten für Menschen, die es sich leisten können und eine gewisse Leidenschaft für Wände haben.“



Doch die ganz in Gold zu tauchen, davor schrecken die meisten seiner Kunden eher zurück. Zu groß ist die Angst, das falsche Signal auszusenden, vermutet Welter, der eine höhere Nachfrage bei gebrochenen Tönen wie Bronze verzeichnet, als das bei goldenen Wandunikaten der Fall sei. „Dabei macht Gold glücklich“, ist sich Welter sicher. Den Effekt führt er vor allem auf das magische Zusammenspiel mit Licht zurück: „Es gibt etwas, was Metall im Unterschied zu anderen Materialien kann, das ist die Lichtreflexion in der eigenen Farbe.“

Dieses wunderschöne Licht ist fast wie die eingefangene Sonne. Und ja, es ist ein kostbares Material, aber das sehe ich eigentlich nicht. Ich sehe das, was das Material macht: den Farbton und das Lichtspiel. Es ist zwar in dem Moment ein teures und seltenes Material, aber die gleiche Begeisterung kann ich gegenüber Beton oder Schlick an der Nordsee entwickeln. Wenn das Licht darauf fällt und diese wellige Struktur zum Vorschein kommt, dann geht für mich davon die gleiche Faszination aus.“

Dass für viele der Luxusbegriff so eng mit dem Goldpreis verknüpft sei, entspreche nicht seiner Auffassung von Luxus. Vielmehr entscheide eine gewisse Ästhetik über die Wertigkeit der Dinge: „Luxus ist die geschmackvolle Kombination von wertigen Materialien, nicht zwingend wertvolle, aber eben schöne Materialien. Das kann einfach nur Holz sein, das schön verarbeitet mit einem einfachen Gipsputz kombiniert wird.“

Von dieser Ästhetik zeugen auch viele seiner dreidimensionalen Oberflächen, für die eine vergleichsweise günstige und schon seit Jahrhunderten existierende Mixtur aus Kreide, Leim und Kaolin zum Einsatz kommt. Das „sympathischste“ Material, wie Welter findet, besteht aus natürlichen Zutaten, ist einfach in der Herstellung und verfügt über eine nahezu unbegrenzte Haltbarkeit. Das sei wichtig, denn viele der von ihm gestalteten Oberflächen überdauern ihre Bewohner:innen. „Ein Raum soll authentisch sein. Wir versetzen ihn in einen Zustand, so dass wir ihn eigentlich nie wieder ändern müssten“, beschreibt er seinen Anspruch an eine zeitgemäße Gestaltung, die sich

»Ein Raum soll  
authentisch sein.  
Wir versetzen ihn in  
einen Zustand,  
so dass  
wir ihn eigentlich  
nie wieder  
ändern müssten.«

am Charakter des Raumes orientiert und diesen unterstreicht. „Damit der Raum, bevor ein einziger Stuhl drinsteht, ein Gesicht bekommt.“ Denn nur so, ergänzt Welter, hätten seine Wände Jahrzehnte lang Bestand und würden selbst bei einem Eigentümerwechsel nur etwas aufgefrischt werden müssen. Dass die Materialien sichtbar altern würden, sei dabei keineswegs unerwünscht, im Gegenteil: „Die Zeit darf spürbar sein“, stellt er zusammenfassend fest.





Von großer Kunst inspiriert entwarf Modedesigner Raf Simons exklusive Möbelstoffe, die sonst nur wenig mit der schnelllebigen Modewelt gemein haben: Ohne selbst modisch zu sein, setzen sie eigene Trends – in raffinierter Eleganz wie in Qualität. Die Arbeiten des passionierten Sammlers zeitgenössischer Kunst und modernen Designs sind häufig von einer Bewunderung der Kunst geprägt, so auch in seiner Zusammenarbeit mit Kvadrat.

Feine Anzug-Tweeds aus dem High-Fashion-Bereich – Sonar 3 (diese Seite) ist eine komplexe Mischung aus Farben und Texturen und eine erfrischende Alternative zu vielen flach gewebten Möbelstoffen. Die fühlbare Struktur unterstreicht den luxuriösen Charakter des Stoffes, der sich dank hoher Scheuertouren selbst in häufiger frequentierten Bereichen oder Büros einsetzen lässt.

# FÜHLBAR INSPIRIERT

Fotos Seite 34–35: © Designerporträt Raf Simons; Foto Willy Vanderperre, © Kvadrat A/S

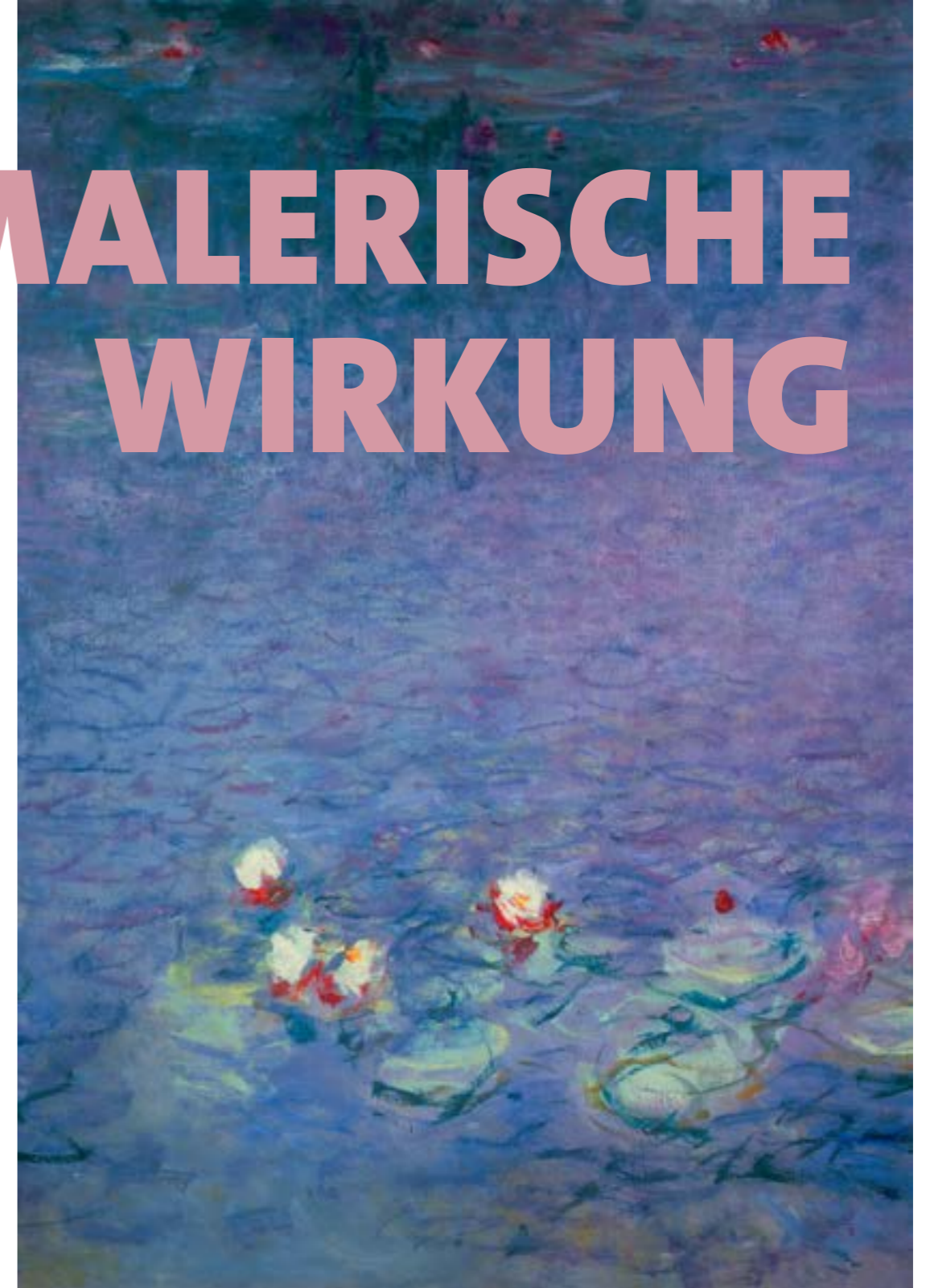




„Ich war fasziniert davon, dass bei Modetextilien hinsichtlich Farbgebungen und Webverfahren nicht dieselben Einschränkungen gelten wie bei Möbelstoffen. Während der Zusammenarbeit mit Kvadrat haben wir die dezente Farbgebung und Struktur von beispielsweise einem Tweed- oder Bouclé-Gewebe in ein Textil übertragen, das sich für Möbel eignet. Aufgrund der dichten Bindung, die für Möbel erforderlich ist, werden die Farben noch interessanter und erhalten eine nahezu malerische Wirkung.“ Geradezu malerisch auch der Stoff Ria, für den sich Simons vom Pointillismus inspirieren ließ. Wie bei der optischen Melange der Pointillisten erzeugen auch die fragmentierten Farben von Ria einen leicht schimmernden Effekt, der durch die Verwendung von Viskose unterstrichen wird. Die Basis des Textils ist aus einem dünneren, einfarbigen Garn gefertigt, das mit zwei Farben dickeren Garns durchwoben ist, um leicht strukturierte Farbpunkte auf der Oberfläche zu erzeugen. So entsteht eine einladend raue Oberfläche von überraschender Strapazierfähigkeit.

Fotos Seite 36-37: © Kvadrat A/S, © Monet, akq-images / Erich Lessing

# MALERISCHE WIRKUNG





Fotos Seite 38: © Christie's Images/Bridgeman Images, © DB / VG Bild-Kunst, Bonn 2023; Seite 39: © Kvadrat A/S

# KUNST MIT HOHEM GEBRAUCHS- WERT

FÜHLBAR INSPIRIERT



Geprägt von der langen Tradition von Blockstreifen in der Mode und inspiriert durch die Streifen des Künstlers Daniel Buren entwickelte Raf Simons Reflex, dessen auffällige Streifen sich wie eine Stickerei über dem flach gewebten Grundmaterial erheben. Ein Stoff, der sich mit eindrucksvoller Griffigkeit und hoher Widerstandsfähigkeit selbst für den Einsatz in öffentlichen Bereichen eignet.





Fotos: Seite 44: © Ad Windig.jpg; Seite 45: © Centraal Museum, Utrecht/Stijn Poelstra/Pictoright, Amsterdam, © VG Bild-Kunst, Bonn 2003

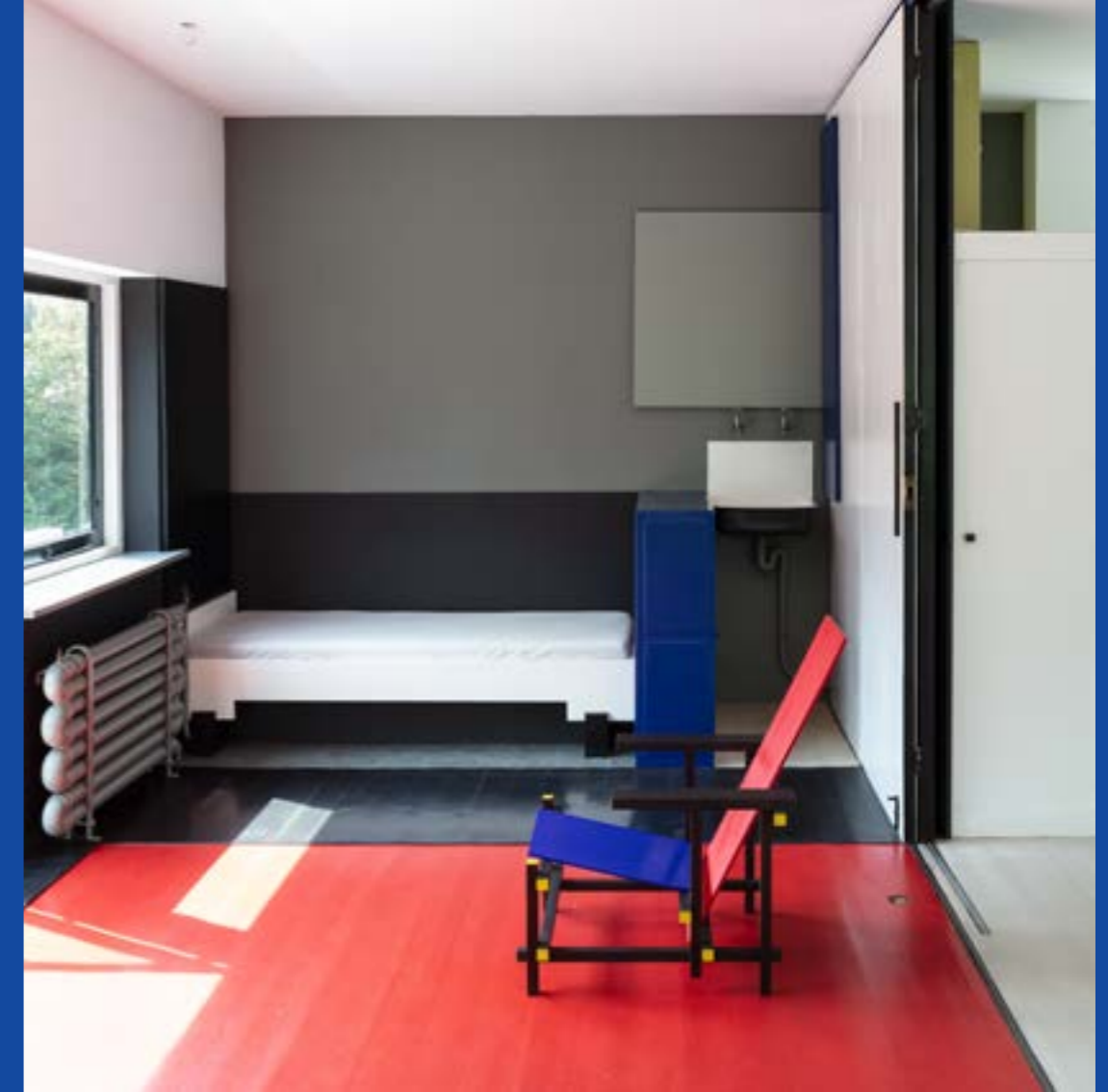
# GERRIT RIETVELD



Der Rot-Blau-Stuhl machte ihn bekannt. Gerrit Rietveld, einer der größten niederländischen Architekten und Möbeldesigner, war seiner Zeit stets weit voraus: Schon 1918 entwarf er das auf Linien und Flächen reduzierte Sitzmöbel, eine abstrakte Komposition, deren Dreidimensionalität durch den Einsatz der drei Primärfarben betont wird. Aber nicht nur sein Umgang mit Farbe, heute aktueller denn je, war wegweisend. Sein erstes architektonisches Werk, das 1924 entstandene Rietveld-Schröder-Haus in Utrecht, ist der Inbegriff einer an die Lebensweise des Menschen angepassten Architektur und des flexiblen Wohnens.



Fotos Seite 44-45: © Centraal Museum, Utrecht/Stijn Poelstra/Pictoright, Amsterdam, © VG Bild-Kunst, Bonn 2023



Schiebetüren, -fenster und -wände erlauben eine flexible und damit optimale Nutzung des Hauses. So schafft er in der Eingangshalle mithilfe einer Schiebetür einen ruhigen Ort zum Telefonieren und hält außerdem die Kälte fern. Der große Raum im Obergeschoß lässt sich dank verschiebbarer Wände bei Bedarf in drei einzelne Räume aufteilen.

Rietveld, ständig auf der Suche nach einem harmonischen Zusammenspiel zwischen Architektur und Interieur, wollte gut gestaltete und erschwingliche Möbel für die Massen schaffen. Das war auch die Maßgabe für den Stuhl „Crate“, den Rietveld 1934 entwarf und der nun als Teil der Crate-Kollektion von Rietveld Originals und Hay neu aufgelegt wird.



Fotos: Seite 44: © HAY ApS; Seite 45: © Centraal Museum, Utrecht/Stijn Poelstra/Pictoright, Amsterdam, © VG Bild-Kunst, Bonn 2023

Die Einfachheit seiner Konstruktion ist kaum zu überbieten: Breite Planken, präzise Winkel und eine niedrige, geerdete Silhouette kennzeichnen den Lounge-Chair „Crate“. Mit seiner Farbgebung in Schwarz, Weiß, Eisenrot, London Fog (ein sanfter Grauton) oder Natur ist er vielseitig einsetzbar, drinnen wie draußen. Beides typisch für Rietveld: Auch das Rietveld-Schröder-Haus ist von fließenden Übergängen und Offenheit



geprägt. Dazu übernimmt die auf die Primärfarben, Weiß, Grau und Schwarz beschränkte Farbgebung eine zusätzliche, wichtige Funktion: Mit ihr werden Höhe, Breite und Tiefe der Räume in ein Spannungsverhältnis gesetzt. So entsteht ein mehrdimensionales Raumempfinden, das die Formensprache der Architektur für immer verändert hat.



# VON RIETVELD INSPIRIERT

Streng geometrische Formen und gekonnte Farbkontraste sind die Spezialität des belgischen Künstlerpaares Muller Van Severen, deren skulpturale Möbel und Leuchten zu den begehrtesten Designklassikern des vergangenen Jahrzehnts zählen. Auch ihre neuesten Entwürfe, die in Zusammenarbeit mit dem dänischen Hersteller Hay entstanden, zeugen von einem gekonnten Umgang mit Farbe und Material.

Fotos Seite 46-49: © HAY/APS





## KONTRASTREICH LÄSSIG



Matte Platte, glänzendes Gestell: Die „Two-Colour“-Tische sind in vielen verschiedenen Farbkombinationen und Größen erhältlich. Das „Colour Cabinet“ belebt mit starken Kontrasten.



## AUSDRUCKSSTARK VERKETTET

Auch bei „Arcs“ setzen Muller Van Severen auf klare Linien und moderne Farbstellungen. Lampenschirm (Seiten 46, 47 und 48), Vase (diese Seite) und Kerzenhalter (Seite 47) sind entweder mit einem Farblack oder mit Spiegel-Finish versehen und glänzen mit eleganter Silhouette und stimmungsvollem Schattenspiel.



»LUXUS  
BEDEUTET  
**ZEITLOSIGKEIT,**  
DIE ÜBER DIE MODE  
HINAUSGEHT.«

Giorgio Armani