

BAUNETZWOCHE #123

Das Querformat für Architekten. 24. April 2009

Special:
IKEA, DESIGN
UND BAUHAUS

Montag

Wenn Camilla und Prinz Charles am 29. und 30. April 2009 nach Berlin kommen werden, wollen sie auch das von David Chipperfield frisch fertig sanierte Neue Museum besichtigen. Der Prinz dürfte nicht sehr *amused* sein: entspricht doch das Sanierungskonzept so gar nicht seiner rückwärts gewandten Auffassung zeitgenössischer Architektur.



Dienstag

Dienstag abend, Abflug zur Mailänder Möbelmesse: Architekten und Designer nesteln plötzlich an ihren Handys, mancher springt noch schnell zum Münztelefon. Totalausfall bei T-Mobile, so hören wir am Tag darauf. Vor Ort hilft das italienische TIM-Netz beim regen SMS-Austausch der Event-Tipps. Donnerstag, 23 Uhr, Ankunft in Tegel: Am Gepäckband lange Gesichter, die iPhones schweigen wieder. Willkommen in Deutschland!



Otl Aicher

Wohl kaum ein anderer Gestalter hat das Erscheinungsbild der jungen Bundesrepublik der Nachkriegszeit so entscheidend geprägt wie Otl Aicher. Als Wegbereiter des Corporate Design hat er das visuelle Erscheinungsbild vieler westdeutscher Unternehmen wie Luftansa, Bulthaupt Küchen, FSB, Erco Leuchten und vieler, vieler anderer entscheidend geprägt. Seine für die olympischen Spiele von 1972 in München entwickelten Piktogramme begleiten uns auch heute noch auf vielen unseren Reisen, sind sie doch nach wie vor in vielen Flughäfen als Wegeleitsystem vorzufinden. Wahrscheinlich ist es nicht unwesentlich seiner Arbeit zu verdanken, dass viele dieser Unternehmen auch heute noch existieren und nicht selten immer noch mit dem äußeren Erscheinungsbild, das ihnen von Otl Aicher auf den Leib geschneidert wurde, für sich werben. Was könnte wohl mehr für eine zeitlose und gehaltvolle Gestaltung sprechen!

Es war also fast schon überfällig, eine

Monographie über Otl Aicher zu veröffentlichen. Bereits die ersten Kapitel von Markus Rathgeb's Buch machen deutlich, dass es sich bei Aicher (1922-1991) um einen Ausnahmecharakter gehandelt haben muss: Rathgeb beschreibt Aichers Kindheit und Jugend, die geprägt war von zivilem Ungehorsam gegenüber dem allmächtig erscheinenden Nazi-Regime. Der Autor versteht es, dem Leser den Menschen wie auch den Gestalter Otl Aicher nah zu bringen. Dazu tragen nicht zuletzt neben unzähligen Abbildungen seiner Arbeiten, die gesammelte Anekdoten und einfühlsamen Kommentare von Menschen bei, die Aicher in verschiedenen Phasen seines Lebens begleiteten. Vor allem diese umfassende Zusammenstellung der Monographie gibt dem Leser ein umfassendes Bild eines komplexen Menschen, dessen Einstellungen zum Leben wie auch zu seiner Arbeit eine Einheit bildeten.
(Uli Meyer)



Otl Aicher
First monograph on German graphic designer and educator Otl Aicher.
Markus Rathgeb
2008, 240 Seiten, 200 farbige Abbildungen, 75 Schwarz-Weiß-Abbildungen, 75,00 Euro
ISBN 0-7148-4396-2

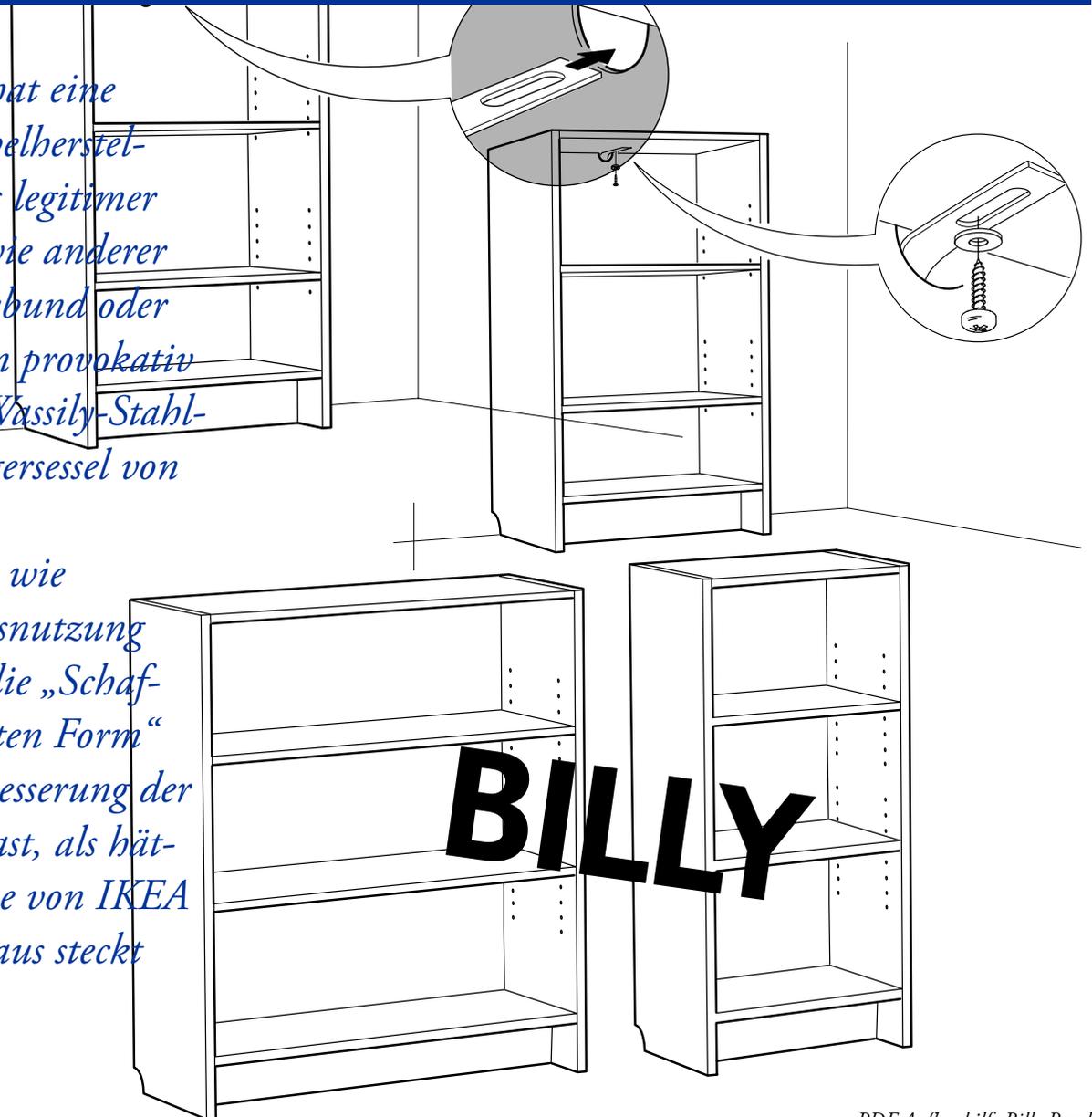
www.amazon.de



IKEA, DESIGN UND BAUHAUS

In der Neuen Sammlung in München hat eine Ausstellung über den schwedischen Möbelhersteller IKEA begonnen. IKEA wird hier als legitimer Nachfolger und Erbe des Bauhauses sowie anderer Klassiker der Gestaltungslehre wie Werkbund oder De Stijl präsentiert. Billy-Regale werden provokativ gleichberechtigt neben Marcel Breuers Wassily-Stahlrohrstuhl oder Alvar Aaltos Freischwingersessel von 1935 ausgestellt.

Betrachtet man die Ziele des Bauhauses wie „Einfachheit im Vielfachen, knappe Ausnutzung von Raum, Stoff, Zeit und Geld“ und die „Schaffung von Typen“, gepaart mit einer „guten Form“ (Walter Gropius), zur ästhetischen Verbesserung der Lebensumstände der Masse, scheint es fast, als hätte Gropius die Unternehmensphilosophie von IKEA vorweggenommen. Doch wie viel Bauhaus steckt wirklich in einem IKEA-Entwurf?



PDF Aufbauhilfe Billy Regal

Um sich die Dimension und den Einfluss des Weltkonzerns IKEA vorzustellen, erst einmal ein paar Zahlen: IKEA wurde 1943 von dem damals gerade mal 17 Jahre alten Ingvar Kamprad in Südschweden gegründet. Über sechzig Jahre später, im Jahr 2009, besitzt der Konzern 261 Einrichtungshäuser in 24 Ländern plus 34 Franchise-Häuser. 2008 erzielt das Unternehmen einen Umsatz von 21,2 Milliarden Euro, beschäftigt weltweit 128.000 Mitarbeiter und zieht 583 Millionen Kunden an. IKEA führt in seinem Sortiment 9500 verschiedene Produkte., die alle jährlich in einem Katalog erscheinen, der wiederum eine Auflage von 198 Millionen Exemplaren erreicht.

Der Chefdesigner von IKEA, Lars Dagnäs, der seit 23 Jahren für IKEA arbeitet und seit eineinhalb Jahren als Design Manager Chefdesigner des Unternehmens ist, beschreibt die Philosophie des Unternehmens so: „Unser Ziel ist es, gut gestaltete Dinge für das ganze Haus anzubieten, die auch Menschen mit kleinem Geldbeutel bezahlen können, und auf diese Weise zur Demokratisierung eines besseren Alltagslebens beizutragen.....Wir hatten immer eine Vision: vielen Menschen einen besseren Alltag zu ermöglichen, ein besseres Leben in ihrem Zuhause.“ Er beschreibt die skandinavische Moderne, die seiner Meinung nach aus dem Bauhaus resultiert, als Inspiration und



links: *IKEA-Gründer Ingvar Kamprad*

links unten:
In einem Schuppen auf dem elterlichen Hof in Elmtaryd hat Ingvar Kamprad sein erstes „Lager“ eingerichtet.

rechts unten:
Die erste dauerhafte Möbelausstellung eröffnete 1953 in der ehemaligen Schreinerei Almbblad in Älmhult, was ein wichtiger Schritt in der Entwicklung des IKEA Konzepts war. Zum ersten Mal konnten Kunden die Möbel betrachten und auch ausprobieren.



als Wurzel des typischen IKEA-Designs. Dass mit dem Designgedanken des Bauhaus kostengünstige Lösungen und Produktionsmethoden einher gehen, konnte nur im Interesse eines auf Gewinnmaximierung bedachten Unternehmers wie Ingvar Kamprad sein.

Welcher Motivationsgedanke stand für IKEA aber, als es seinen Siegeszug, den Erdball mit schwedischem Design zu überziehen, antrat, im Vordergrund? Das Motiv möglichst vielen Menschen durch gut gestaltete, preiswerte Produkte einen schöneren Alltag zu ermöglichen? Oder hat es der schwedische Konzern nur geschickt verstanden das Arsenal der Ideen der Moderne zu plündern und sich damit zum größten Möbelhersteller weltweit aufzumachen?

Betrachtet man die heutige globale Wohnrealität, so hat IKEA jedenfalls die Gestaltungsutopien des Bauhauses geschickter und mit mehr massentauglichem Erfolg umgesetzt, als jeder andere Hersteller von Gebrauchsgegenständen.

Während Bauhausentwürfe sonst nur von Edelherstellern zu exorbitanten Preisen hergestellt und vertrieben werden, kann sich ein IKEA-Entwurf fast jeder leisten. Aber wurde bei IKEA wirklich die Bauhauslehre des Entwerfens, Produzierens und Vertreibens in eine massentaugliche, in höchstem Maße kommerziell konzipierte



Tisch „Lövet“, 1956 Erstes Ikea-Möbel zur Selbstmontage

Produktpalette umgesetzt? Wurde nicht viel mehr die Möglichkeit der Massenproduktion genutzt, die die Simplizität und Einfachheit der klaren „guten“ Form eines Bauhaus-Entwurfs bot? Und das auf Kosten eines Qualitätsanspruchs in Bezug auf Materialität und Form, der jeden Bauhaus-Entwurf ausmachte? Ein IKEA-Produkt mit einem Bauhaus-Produkt zu vergleichen ist so ähnlich, als wolle man einen Bauhaus-Entwurf Walter Gropius' mit der standardisierten Bauweise einer Trabantenstadt wie der Berliner Gropius-Stadt aus den 1960ern vergleichen? Andererseits kommt IKEA nun mal wirklich aus Schweden, ein Land, in dem die Reformpädagogin Ellen Key schon 1899 „Schönheit für alle“ forderte und ein Land, dessen „Schwedisches Modell“ einer modernen, offenen, familien- und sozialorientierten Gesellschaft auch heute noch in vielerlei Hinsicht Vorbildfunktionen erfüllt. Rainer Erlinger beschreibt in seinem Essay Gute Form böse Form im Magazin der Süddeutschen Zeitung vom 17. April 2009 das Paradox, „dass gewinnorientiertes Produktmarketing ohne moralische Absichten die moralisch hochgesteckten Ziele des Bauhauses vielleicht nicht auf dessen ästhetischem Niveau, dafür aber in der Praxis umso erfolgreicher erreicht haben.“ Eine besseres Beispiel als IKEA wird man für dieses Paradox wohl kaum finden.



oben links: *Dreisatz-Tisch „Trial“*. 1961, Werksentwurf IKEA



oben rechts: links *Bücherschrank T550* aus dem Typenmöbelprogramm, 1908, Bruno Paul, Vereinigte Werkstätten, München; rechts *Bücherregal Billy*, 1974/1980, Gillis Lundgren

unten: links *Freischwingersessel Pöäng*, 1977, Noburu Nakamura, rechts *Freischwingersessel* Nr. 406, 1935/1939, Alvar Aalto, Artek, Helsinki, Finnland





links: *Stuhl Vilbert*, 1993, Designer: Verner Panton



mitte: *Drehsessel „Lömsk“*, 2003
Designer: Monika Mulder, PS-Kollektion



rechts: Der „Ball Chair“ vom finnischen Designer Eero Aarnio, 1966 entworfen, diente wohl als Vorbild für das Ikea-Modell „Lömsk“

Die Ausstellung in der Neuen Pinakothek stellt diese Überlegungen nur am Rande an. Hier werden viel mehr einzelne IKEA-Produkte inmitten der Exponate der ständigen Ausstellung ausgestellt und sollen so wie Teile der hauseigenen Sammlung wirken. Auf IKEA-Verpackungskartons gestellt, treiben die braunen Inseln durch die Ausstellungsräume. Direkte Vergleiche mit Möbelvorläufern werden bewusst gesucht: Beispielsweise wird „Ögla“, die IKEA-Version des Kaffehausstuhls, im selben Raum wie die Bugholzmöbel von Thonet gezeigt. Ach Billy, das wahrscheinlich berühmteste IKEA-Produkt, darf nicht fehlen. Ihm zur Seite wurde ein sehr ähnliches Regalsystem von Bruno Paul von 1908 gestellt.

Beglückwünschen darf man die Ausstellungsmacher zu der Idee, eine Ausstellung über IKEA-Design, die erste ihrer Art, zu realisieren und damit das Unternehmen aus seiner Design-Schmuddel-Ecke herauszuholen. Allerdings hätte die Ausstellung mit etwas mehr kritischer Distanz gegenüber dem Global-Player der Möbelindustrie sowie einigen designteoretischen Überlegungen sicherlich gewonnen.
(Uli Meyer)

Die Ausstellung „Democratic Design – Ikea“ der Neuen Sammlung in der Pinakothek der Moderne in München läuft noch bis zum 12. Juli 2009.

www.die-neue-sammlung.de

Einen ausführlichen Bericht zu der Ausstellung finden sie auf www.designlines.de

Alle Bilder: Inter IKEA Systems B.V.



rechts: Stuhl „Ögla“ mit Verpackung, 1964, Designer: Gillis Lundgren

unten: Ögla
Von links nach rechts:
Holz, Kunststoff massiv und mit einem Kunststoff Gas-Injektion-Verfahren hergestellt





IKEA-Filiale in Dubai

Every Thing Design



Mit der Ausstellung mit dem etwas vollmundigen Titel „Every Thing Design“ präsentiert das Museum für Gestaltung in Zürich erstmals das ganze Spektrum seiner seit 1875 aufgebauten Sammlungen. Als einziges Institution in der Schweiz sammelt es Plakate, Grafik und Objekte alltäglicher und künstlerisch anspruchsvoller Designkultur. Wie wird ein Designobjekt wahrgenommen? Wie verändert sich diese Wahrnehmung im Laufe der Zeit? Warum nimmt es ein Museum in die Sammlung auf, und wie entstehen Bedeutung und Wert? Ist heute alles Design? Unter dem Aspekt des Wertewandels lassen sich

über Jahrzehnte hinweg wiederkehrende Qualitätsmerkmale und Entwicklungen in der Produktion und Rezeption von Designobjekten feststellen. Die Ausstellung will aber auch deutlich machen: was heißt Sammeln eigentlich. Und gibt gleich die Antwort: Es verlangt über die materielle Anhäufung von Werten hinaus die beständige Auseinandersetzung mit zeitbedingten Ideen und Strömungen. Die Ausstellung in einer Szenografie des Ateliers Oï präsentiert über 400 Objekte aus allen Sparten, die bis heute eine impulsgebende Rolle für Forschung und Entwurf spielen,

und macht die vielfältigen Bezüge der einzigartigen Sammlungen des Museums erfahrbar.

Every Thing Design
Die Sammlungen des Museum für Gestaltung Zürich noch bis 19. Juli 2009

Museum für Gestaltung Zürich
Ausstellungsstrasse 60,
8005 Zürich

www.museum-gestaltung.ch

Die fünfte Fassade

Es eignet sich als Sonnendeck. Man kann darauf flanieren, essen oder sogar baden gehen. Es bietet Platz für Skulpturen, kleine und große Gärten, Zelte und Hütten. Wer will, kann sein Auto darauf abstellen. Wenig durchgesetzt hat sich die Tierhaltung auf dem Dach, hin und wieder gibt es Golf- und Tennisplätze in luftiger Höhe.

Wie sich das umsetzen lässt, lesen Sie im Online-Fachlexikon über flache Dächer: Vom [geschichtlichen Rückblick](#) über [Abdichtungen und Werkstoffe](#), die [Vorteile](#), die [Konstruktion](#) und [Vegetation von Gründächern](#) bis hin zu vielen guten Beispielen [mit](#) und [ohne begehbare Deckel](#).

www.baunetzwissen.de/Flachdach



Stuhl 214

Es gibt Klassiker, die sind einfach nicht mehr aus unserem Leben wegzudenken. Der „Bugholzstuhl 214“ von Thonet ist solch ein Klassiker. Landauf, landab findet man ihn, insbesondere in Kaffeehäusern. Und wer kann sich schon ein [Wiener Kaffeehaus](#) ohne einen Thonet-Stuhl vorstellen? Wohl niemand so wirklich.

Seit 1859 ist der „Konsumsessel Nr. 14“, wie er ursprünglich bezeichnet wurde, ununterbrochen in Produktion und damit der meistproduzierte Stuhl überhaupt. Bis heute wurden mehr als 50 Millionen Original-Stühle verkauft, nicht mitgezählt die unzähligen Kopien, die es von diesem Klassiker gibt. Hergestellt wird der Stuhl nach wie vor im [Bugholzverfahren](#) von der Firma Thonet, den Nachfahren des Erfinders und Entwerfers Michael Thonet, im nordhessischen Frankenberg.

Der Clou des Stuhls bestand in seiner damals revolutionären Herstellungsweise: Er war vollständig zerlegbar und wurde aus nur sechs Einzelteilen und einigen wenigen Schrauben in arbeits-

teiligen Prozessen gefertigt. So war er massentauglich und für fast jedermann erschwinglich – im Zeitalter der handgefertigten Möbelstücke eine kleine Revolution. Die Revolution war aber auch ästhetischer Natur, denn mit seiner schlichten, schnörkellosen Form und durch seine hohe Funktionalität sahen Wohnungen, Cafés und Restaurants plötzlich ganz anders aus: weniger schwer, weniger üppig.

Stabil ist der „Bugholzstuhl 214“ allemal: Eine Legende besagt, dass er sogar einen Sturz vom Eiffelturm unbeschadet überstanden habe. Herzlichen Glückwunsch! Da kann man sich nur dem Schweizer Architekten und Entwerfer [Le Corbusier](#) anschließen, „... dass dieser Stuhl, der in Millionen von Exemplaren auf dem europäischen Festland und in beiden Amerika in Gebrauch ist, Adel besitzt.“

www.designlines.de

