

Holland

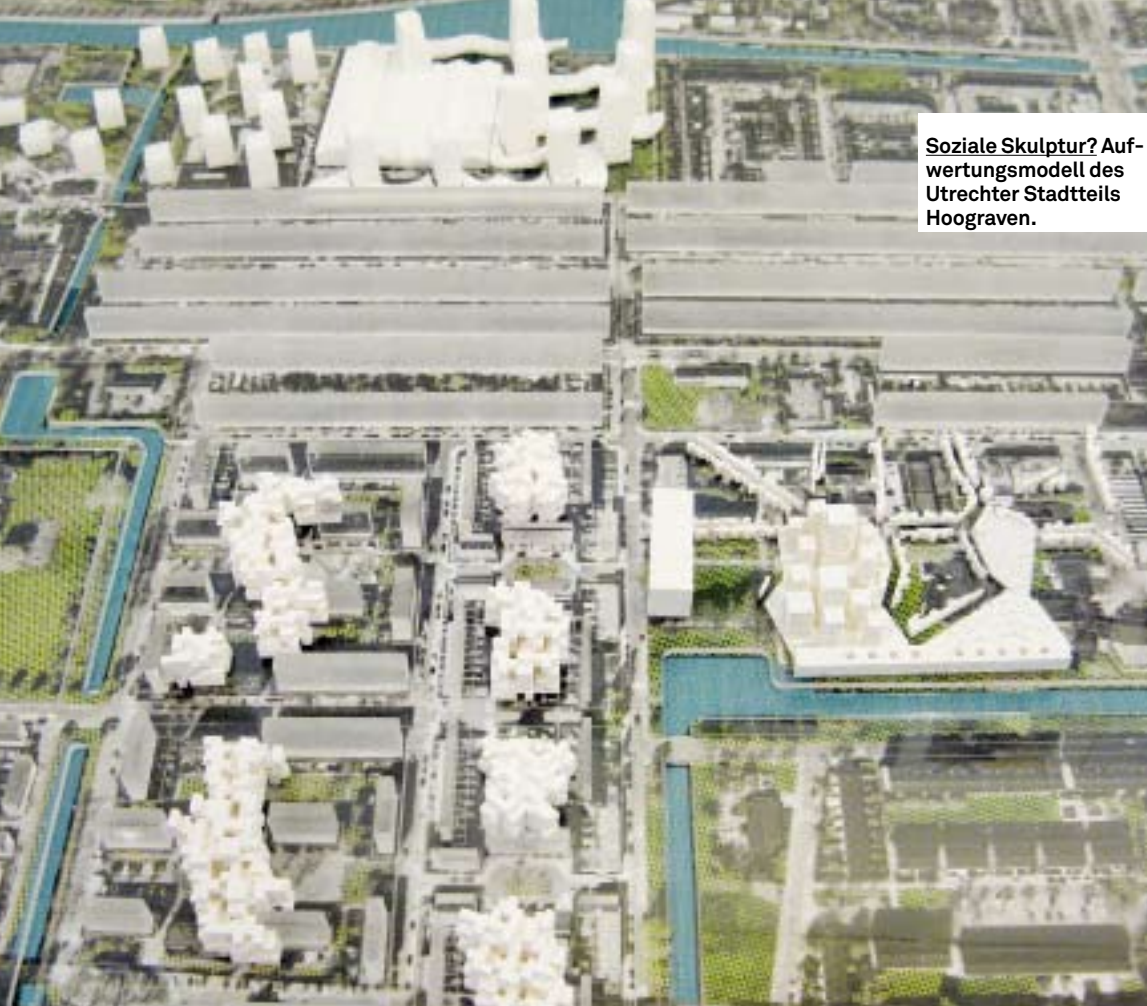
Design & Dichte

In den Niederlanden ist die Bevölkerung so dicht wie die Leistung der Kreativ-industrie. Denn in diesem weitgehend von Menschen gemachten Land ist nichts natürlicher als Gestaltung.

- In Utrecht an die Social-Design-Biennale
- Im Gespräch mit Label-Chefs
- Übernachten bei Designern
- Spannende Ideen aus der „Randstad“



Einsatz: Arbeit an einem komplexen Stuhl von Architekt und Designer Joris Laarman.



Soziale Skulptur? Aufwertungsmodell des Utrechter Stadtteils Hoograven.

Engagiert: Harm Scheltens, Pastoe-Chef und Gründer der Biennale für Social Design.



Vom Social- zum Möbeldesign Kreativer Kurztrip durch Holland

Die Niederlande leben eine intensive Designkultur, die von Privaten und vom Staat nach Kräften gefördert wird. Die **Biennale für Social Design in Utrecht** war Anlass für einige Besuche und Gedanken.

Der Utrechter Stadtteil Hoograven gilt als schlechte Wohngegend. Deshalb wurden die beiden Architekten Hubert Klumpner und Alfredo Brillembourg vom Büro Urban Thinktank in Caracas damit beauftragt, den Stadtteil von Utrecht mit Mitteln des Social Design zu verdichten und aufzuwerten. Dass Hoograven gemäss den Utrechter Stadtverwaltern überhaupt der Aufwertung bedarf, wirft ein Licht auf das hohe Bewusstsein für Lebensqualität in Holland. Es sei nämlich überhaupt nicht schlimm, sagt der Architekt

Hubert Klumpner in einem Englisch, das sich anhört, als wäre Arnold Schwarzenegger Architekt geworden. «Wir fanden es eine seltsame Idee, so wertvolle Bausubstanz abzubrechen.»

Rietveld und Moschee

Hoograven ist eine vielfältige Wohngegend, in der man eine von Gerrit Rietveld errichtete Siedlung aus den Dreissigerjahren des letzten Jahrhunderts genauso antrifft wie kommune Genossenschaftsbauten aus der Nachkriegszeit. Dazu kommt eine zahlreiche Einwandererge-

meinschaft, die fast integral aus Marokko stammt – im Gegensatz zu Deutschland haben viele andere Länder, die einst Kolonien besaßen, heute solche mononationalen Gemeinschaften und eine entsprechende Tendenz zur Ghettobildung. «Wir wollen diese Gemeinschaften sichtbarer machen», sagt Brillembourg. So soll zur bereits erbauten Moschee ein Souk gebaut werden, in dem sich die Immigranten wie auch Leute aus der Utrechter Innenstadt treffen können. Der vom Strukturalisten Levy-Strauss eingeführte Gegensatz zwischen «heissen»

und «kalten» Gesellschaften solle in Hoograven nutzbar gemacht werden!, philosophiert Hubert Klumpner vom Büro Urban Think Tank. «Die reine Verdünnung der Armut hilft nicht bei der Aufwertung einer Wohngegend.» Klumpners und Brillembourgs Büro ist in Caracas mit dem Bau einer spektakulären Seilbahn bekannt geworden, die der Erschliessung eines in Hanglage wuchernden Slums dient. Ein Strassenbauprojekt war gescheitert, weil es den Abbruch zu vieler Häuser vorausgesetzt hätte. Nun werden Seilbahnstationen zu →



Montis: Elegantes Endlos-Sofa «Domino» von Dick Spierenburg.



Montis: «Lost and found» von Demakersvan, hergestellt in Schuhmacher-Technik.



Montis: Erfolgsmodell «Lazy Bastard», sozusagen ein Sitzsack auf Beinen.

Z.B. **Montis**: Stimmungen zwischen Jugendlichkeit und cooler Konvention.

→ kleinen Kulturzentren, Blechhütten steigen plötzlich im Wert und ermöglichen den Slumbewohnern den sozialen Aufstieg – zumindest in einem gewissen Rahmen. Das Ganze ist ein Beispiel für den schwer fassbaren Begriff des «Social Design», der 2009 in Utrecht zum dritten Mal im Rahmen einer Biennale thematisiert wurde. Initiator der Biennale ist Harm Scheltens, Chef des in Utrecht am Rande

Hoogravens domizilierten Möbelherstellers Pastoe: «Hoograven invites you» lautet deren diesjähriges Motto.

Auch Bauhaus ist Social Design
Wie man an einer ergänzenden Schau im Centraal Museum von Utrecht sehen kann, ist Social Design nicht ein so neuer Begriff, wie er zu klingen scheint – auch die Initiativen des Werkbundes und des Bauhauses vor über

achtzig Jahren werden in dieser Ausstellung diesem Begriff zugeordnet. Damals ging es weniger um die Integration von Einwanderergesellschaften und die Verdichtung städtischer Quartiere, sondern um lebenswerte Wohnräume für Leute mit wenig Geld. Wohnräume, wie sie Gerrit Rietveld für den Stadtteil Hoograven entworfen hat. Biennale-Initiator Harm Scheltens hat sich nicht ganz auf

die Promotion akademischer Konzepte verlegt, sondern bleibt engagierter Liebhaber holländischer Designs. In der Pastoe-Fabrik gibt es mit der «Toonkamer» (früher «Dutch Design Center») einen Showroom mit fast allen spannenden Labels, die in Holland tätig sind und von dort aus auch erfolgreich nach Europa und der ganzen Welt exportieren – es ist faszinierend, welche Vielfalt sich in diesem



Arco: Federleichter «Nomad»-Tisch von Jorre van Ast.



Arco: Radikale Interpretation des volkstümlichen Eckbank-Themas von B. Vogtherr.

Z.B. **Pastoe** und **Arco**:
Zwei Labels mit der
Lizenz für reinste Ästhetik.



Pastoe: «Vision Next» (Boonzajer/Mazairac), Ultracoole Liege von Maarten van Severen.

kleinen Land herausgebildet hat und wie zahlreich die Möglichkeiten der Unternehmer sind, den Erfolg zu suchen. Präsent sind die Formensprachen von Montis über Pilat & Pilat, Gelderland und Arco bis zu Palau und dem Leolux-Sublabel Pode. Die Vielfalt des Designs entspricht natürlich einer kulturellen Vielfalt. In Holland ist die Geschichte präsent, indem es nach wie vor protestantische

und katholische Regionen gibt. Die Gegenwart mit Immigration und Globalisierung sorgt für Vermischung und Inspiration, manchmal auch für Verwirrung.

Der Herkunft bewusst

«Die Atmosphäre von Freiheit ist wichtig für holländisches Design», sagt Biennale-Initiant Harm Scheltens. Das sei es auch, was er international bekannt machen wolle. Während das

bekannte Label Droog und auch zahlreiche Vertreter der Kunstszene internationale Ausdrucksformen gefunden hätten, gebe es im niederländischen Design Platz für Identität. Sein eigenes Label Pastoe sieht Scheltens in der Erfolge von Mondrian und Rietveld angesiedelt. «Wir machen nicht in Natürlichkeit oder Hochglanz, sondern arbeiten mit Farben und legen Wert auf hohe Qualität und Dauerhaftigkeit. Keine

Spaghettibeine», wiederholt Scheltens sein Credo, und ja, der westholländische Calvinismus sei in den Entwürfen von Pastoe durchaus zu spüren. Wer Calvinismus fühlen will, der benütze die Pastoe-Liege von Maarten van Severen – Strenge und Nüchternheit geben sich darin ein elegantes, aber provokatives Stelldichein. Denn, so Scheltens: «Produkte müssen nicht nur proportional, sondern auch →



Knubbel: «Pallone» ist seit 20 Jahren ein Bestseller im Leolux-Sortiment.



Schlank: Eleganter Neigesessel «Ottana» von Frans Schrofer für Leolux.

Z.B. **Leolux**: Rheinische Lebenslust aus dem Osten der Niederlande.



Komfort: «Collana» vom deutschen Designer Andreas Berlin für Leolux.

→ gedanklich in ihr Umfeld passen.» Ihm kommt es entgegen, dass der Hype um Design aus den Niederlanden für den Moment vorbei ist – was eine der ergänzenden Ausstellungen zur Biennale für Social Design schlüssig belegt –, sie nimmt mit klarem Verweis in die Vergangenheit Bezug auf die einstige Squatterzone in der gesamten Randstad (die miteinander verwachsenen Grossstädte Amsterdam und Rot-

terdam als Zentren der Agglomeration) als Ausgangspunkt einer kreativen Explosion.

Montis im Süden

Offenheit ist auch der wichtigste Punkt in der Rede von Paul van den Berg, Gründer und Namensgeber (Montis bedeutet «vom Berg» auf Lateinisch) des 1974 gegründeten und in Dongen domizilierten Labels Montis. Das Sortiment gruppiert sich um eine

Anzahl von einfachen, zierlichen Entwürfen, die auf komfortablen Zweikomponenten-Schaumpolstern mit Stahlgestell basieren. Teure Formwerkzeuge sind im Dauereinsatz, Lederbezüge in auffälligen Farben kommen gut an. «Holländisches Design ist nicht ein Stil, sondern durch Freiheit definiert, die bis zur Verrücktheit reichen kann», sagt Paul van den Berg. Der Trend gehe jedoch in Richtung Einfach-

heit und Budgetbewusstsein. Van den Berg führt eine konventionellere Kollektion und die Kollektion «Montis plus», in deren Rahmen junge Designer wie das Büro «Demakersvan» experimentieren können. In beiden Kollektionen kommen aber auch ausländische Namen zum Zug.

Leolux im Osten

Ganz offensichtlich der rheinisch-katholischen Sin-



Label: Roderick Vos brachte «Zappa» und «Manoe» mit viel Technik in gewagte Formen.

Label: Sofa «Bommel» von Gerard van den Berg, dem Bruder des Montis-Chefs Paul.



De Vorm: «Daddy's Chair», gelungenes Spiel mit Ironie und Komfort.

Label und De Vorm: Kreativ-Tickets mit Freude am provokanten Detail.

neslust zuordnen lässt sich die Formensprache des mit rund 500 Mitarbeitern wohl größten niederländischen Designherstellers Leolux, der in Venlo zu Hause ist, rund 50 Kilometer von Düsseldorf entfernt. Der Name Leolux stammt von einem Löwen, den der Gründer der Firma im Logo führte, als er sie in den Fünfzigerjahren von der Kleinmöbelfabrik zum Hersteller edler Design-Polstermöbel

umbaute. «Wir drücken unsere Handschrift aus, indem wir gutes Design einkaufen», sagt Sprecher Antal Nemeth über die Strategie von Leolux.

Erfolg mit Futurismus

Die Firma konzentriert sich auf die Niederlande, Frankreich, Deutschland und die Schweiz als Absatzmärkte, wobei Deutschland sehr wichtig sei. Entsprechend gibt es seit kurzem einen

Leolux-Brandstore in der Designmetropole Köln. Spannend bei Leolux ist die «Via Creandi», ein Rundgang durch die gesamte Entstehungsgeschichte der Möbel – bei unserem Besuch wurden gerade zahlreiche «Pal-lone» fertiggestellt, die im Rahmen einer limitierten Edition sehr erfolgreich unter die Leute gebracht wurden. Das Modell ist seit zwanzig Jahren ein Longseller und diente ursprünglich als

Möbel in einem Konzepthaus zum Thema Zukunft, was seine futuristische Form erklären dürfte. Man braucht kein Futurist zu sein, um zu sehen, dass Design aus den Niederlanden weiterhin erfolgreich sein wird, weil es in verschiedenen Ansätzen wichtige Elemente vereint – hohe Qualität und Eigenständigkeit, was die Denkarbeit wie die Fertigung in den Fabrikationshallen angeht. ■



1



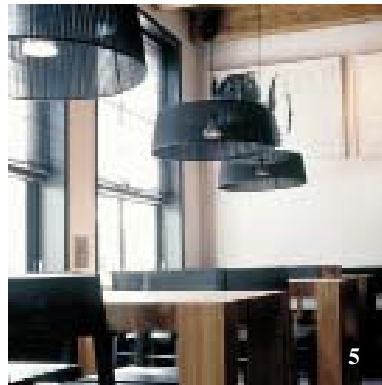
2



3



4



5



6

1 Passioniert: Gjalte Pilat, Gründer des Labels Pilat & Pilat. Heute designt auch seine Tochter, und zwar Kindermöbel.

2 Entspannt: Die Herberge «de Waard» im friesischen Ternaard bietet delikate Küche und die Ruhe eines Landsitzes.

3 Vielfältig: In einem Showroom, der früher Werkstatt war, zeigt Pilat & Pilat auch Möbel von anderen Labels.

4 Ruhe bitte: Schlafzimmer im «de Waard».

5 Esszimmer: Designerrestaurant auf dem Lande.

6 Cool: Die Formensprache ist nordisch, aber nicht skandinavisch.

Bei Designers übernachten

In der Herberge „de Waard“, abgelegen im friesischen Ternaard, kann man den Massivholz-Stil des Labels **Pilat & Pilat** hautnah erleben.

Das Designlabel Pilat & Pilat ist auf Möbel aus Massivholz spezialisiert und nicht auf das Gastgewerbe. Trotzdem kaufte Gjalte Pilat vor einigen Jahren die Herberge «de Waard» in Ternaard. Der Ort liegt jenseits des IJsselmeer-Deiches in Friesland, rund 180 Kilometer von Amsterdam entfernt. «Wir haben viele Kunden aus Norddeutschland», sagt Gjalte Pilat bei unserem Besuch im Hotel und in seinem Showroom im nahe gelegenen Twizjel, der früher als Werkstatt diente. Für Kunden aus Deutschland wie aus Holland biete es sich an, im

«de Waard» zu übernachten und anschliessend den Showroom zu besuchen, wo Gjalte Pilat eine Schau mit Produkten von einigen der besten Hersteller Hollands eingerichtet hat (siehe vorhergehende Seiten). Die Möbel von Pilat & Pilat werden heute nicht mehr in Friesland, sondern in Bosnien-Herzegowina gefertigt. «Ein bosnischer Schreinermeister, der bei uns arbeitete, wanderte zurück und brachte uns auf die Idee, die Produktion in sein Heimatland zu verlagern», sagt Marketingleiter Ron Drijver. Heute seien rund sechzig Schreiner für die

Firma im Ort Tešanj tätig. Pilat & Pilat ist ein Label, das seine Wurzeln im herben Friesland hat, wo die Winter fast skandinavisch lang sind und Üppigkeit die Ausnahme bleibt – es sei denn, die Rede sei vom grosszügig verwendeten, astreinen Holz, das scharf und originell geformt daherkommt und spannende Atmosphäre ausstrahlt.

www.pilat.nl
www.herbergdewaard.nl

Konsequent kreativ Selbst entdecken lohnt sich

Schau: Social Design



Bruno Taut, Joseph Beuys und andere Grossdenker der sozialen Plastik reichen sich im Rahmen der Schau «Unresolved Matters: Social Utopias Revisited» die Hände. Kinder können im «Dick Bruna Huiz» gleich um die Ecke Zeit mit Comic-Hase Miffy und Freunden verbringen.

Centraal Museum Utrecht, Schau noch bis 11. Feb., Dauerschau im Dick Bruna Huiz.

www.centraalmuseum.nl

Design: en-fer.com



Aus der Schweiz nach Utrecht ausgewandert ist der Designer Stefan Lehner. Er arbeitet mit vorhandenem Material aus der Industrie und schafft Werke von einer eigenen, retrofuturistischen Schönheit, deren Humor einen zum Nachdenken bringt; im Bild die Glühlampenvasen. Weitere Objekte kreiert Lehner aus Ketten, Einkaufswagen oder Metallringen. Stefan Lehner, Utrecht. +31 (0)30 233 17 03

www.en-fer.com

Mode: Van Slobbe



Anziehend wirkt niederländisches Design besonders in seiner textilen Form. Alexander van Slobbe verfolgt mit dem Label Orson & Bodil einen elitären, in Farbe wie Form puristischen Ansatz und legt Wert auf exzessive Verwendung handwerklicher Details. Das macht ihn zu einem der modernsten Modemacher in NL. Jacob Obrechtstraat 20, Amsterdam,

www.orson-bodil.com

Kunstprojekt: Casco



Bewohnte Kunst: Die aus Korea stammende Künstlerin Binna Choi hat für die Utrecht-Biennale for Social Design ein einjähriges, bewohnbares Kunstprojekt konzipiert. Wechselnde Bewohner können während des Projekts in dem Raum leben und ihren Recherchen nachgehen, halten die Schau aber für Besucher offen. Titel: «The Grand Domestic Revolution», spannend! Adresse: Bemuurde Weerd oostzijde 18b

www.cascoprojects.org

Objektiv: Rotterdam



«Autonomes Design» als Begriff ist eine Prägung der in den Niederlanden allgegenwärtigen Trendforscherin Li Edelkoort. Sie umschreibt damit die aktuellen Suchbewegungen nach einer Weiterentwicklung des Limited Edition Design. Man trifft spannende Teilnehmer zwischen radikal interpretiertem Lokal-Kunsth Handwerk und elitärem Global-Snobismus. Messe für autonomes Design und Kunstschau, 4.-7. Februar 2010, www.objectrotterdam.nl

Zauber: Lace Fence



Stark gedacht ist «Lace Fence» (Spitzenzaun) vom Designbüro «Demakersvan»: Das Produkt kombiniert die traditionelle Handwerkskunst und Ausdruckskraft des Spitzenklöppelns mit dem Hightech-Produkt Maschendraht. Die Designs des Rotterdamer Büros werden in Indien von Hand in Draht ausgeführt und ergeben ein architektonisches Element, das Charme und Funktion auf überraschende Weise kombiniert. www.demakersvan.nl, www.lacefence.com