

Nur Menschen ohne Geschmack benötigen die Hilfe von Innenarchitekten. Wer stilsicher ist, gestaltet seinen Wohnraum selber. Diese gerne verbreitete Annahme ist ein Irrtum, zumal in Deutschland.

innen leben

Text: Zora del Buono

I20



Interior von
KELLY WEARSTLER
Die Designerin aus
Beverly Hills fühlt sich der
anglo-amerikanischen
Tradition verpflichtet



Interieur von JACQUES GARCIA: Gilt als typischer Vertreter des traditionellen französischen Dekorationsstils

Wagte man es, Menschen hierzulande nach Geschmacksrichtungen zu typisieren, dann käme man auf drei Schubladen, in die man Kunden von Interior-Designern stecken könnte. Die erste, mit goldenem Chiffon ausgekleidete Schublade: die wohlhabende Klientel, die mit leicht herablassender Nonchalance jemanden beauftragt, der sich „um das alles kümmern“ soll. Einen, der weiß, wie repräsentatives Wohnen in den entsprechenden Kreisen auszusehen hat und bei dem man sich darauf verlassen kann, dass ein exquisites, aber letztlich konformes Ergebnis zustande kommen wird.

Zweite Schublade, mit freundlichem Wildleder gefüttert: hilflose Gestaltungswillige mit einer Sehnsucht nach wohllichem Lebensgefühl, aber ohne das rechte Händchen für Form, Farbe und Komposition. Es sind Menschen, die mit Wonne Wohnmagazine lesen, sich aber nicht entscheiden können – die gerne ihrem Charakter Ausdruck verleihen möchten, ihn aber nicht in Bilder umzusetzen vermögen.

Und dann die dritte Schublade mit betont individueller Note, womöglich in Lack und Emaille gehalten: kulturell geschulte Menschen mit hohem ästhetischen Anspruch und eigenen Ideen, die nur in die richtige Bahn gelenkt sein wollen. Diese Gruppe von Kunden ist für Designer die anregendste – und womöglich anstrengendste zugleich. Denn hier führt ihre Arbeit über Möbelarrangement und Dekoration hinaus zu dem hin, was die deutsche Berufsbezeichnung schon impliziert: Innenarchitektur.

Fakt ist, dass in Deutschland viel seltener Innenarchitekten zu Rate gezogen werden als im englischsprachigen Raum, in Italien oder in Frankreich. Innenarchitekten nennen einen der Hauptgründe: Es liege alles an der deutschen Frau. Das Haus sei nun mal ihr ureigenstes Revier, in das sie sich ungern reinreden lässt – weder vom Mann noch von Fachleuten. In einigen Fällen mag das ja gutgehen. Oftmals aber entsteht dadurch ein uninspiriertes Nebeneinander von Designermöbeln und zufällig Erstandenen. Das allem Design zugrunde

liegende Anliegen, Individualität auszudrücken, droht dann allzu oft in Gleichförmigkeit zu versumpfen.

Ein weiterer Grund, warum die Menschen hierzulande in den eigenen vier Wänden ohne Designer auskommen wollen, ist die Sparsamkeit. Während Deutsche leuchtenden Auges erzählen, wie preiswert alles war, wird anderswo selbstverständlich Wertvolles vorgeführt. Bedauerlich, zumal in einer Zeit, in der das Vermögen der Deutschen so hoch ist wie nie zuvor. 4,76 Billionen Euro liegen in Sparguthaben, Papieren und Fonds herum, dazu noch einmal so viel Sachvermögen. Und doch wird gespart. Stilbewusste Italiener geben fürs Wohnen doppelt so viel Geld aus wie Deutsche. Mode und Wohnen gehen in Italien Hand in Hand, wer ein Empfinden für kostbare Stoffe hat, weiß sie sowohl am Leib als auch an den Wänden oder auf dem Fußboden zu schätzen.

Italienische Modelabel wie Etro und Loro Piana gestalten neben ihrer Modekollektion auch Stoffe und Keramiken für den gehobenen Wohngeschmack. Loro Piana etwa, der Hersteller feinsten Kaschmir- und Merino-Wollstoffe, bietet neuerdings auch Polstermöbel-Bezüge und Teppichböden aus reinem Kaschmir an. Design hat in anderen Ländern eben traditionell einen höheren Stellenwert als in Deutschland. Vor allem die ehemaligen Seefahrernationen brachten aus fernen Ländern die Liebe zu Hölzern, Seide oder Mustern wie dem persischen Paisley mit heim. Gerade in britischen Häusern ist die Liebe zum Exotischen unübersehbar.

Oder nehmen wir das Beispiel der kalifornischen Star-Einrichterin Kelly Wearstler. Sie fühlt sich der angloamerikanischen Tradition verpflichtet. Eklektizismus lautet hier das Stichwort – ein wildes Nebeneinander von Stilen, das sich bei genauerem Betrachten als sinniges Gemisch von Farben und Materialien (siehe Kasten Seite 125) herausstellt. Was die hoch dotierte Gestalterin entwirft, ist gewissermaßen ein schamloser Ritt durch die Stil- und Kulturgeschichte: Pseudobarocke Tischbeine halten eine moderne Tischplatte, dazu chinesisch angehauchte Stühle, ein Rokoko-Sofa flankiert eine rosa Polstergruppe.

Kelly Wearstlers Stil ist nicht aus dem Nichts geboren. Das große Vorbild des neobarocken Designs ist und bleibt die Amerikanerin Dorothy Draper (1889–1969). Die in einer steinreichen New Yorker Familie und im täglichen Umgang mit schönen Einrichtungen aufgewachsene Frau prägte den Geschmack einer ganzen Nation. In den Zwanzigerjahren dekorierte sie in ganz Amerika Hotels, Krankenhäuser, Nachtclubs, Privatresidenzen, sogar Flugzeuge. Ihr 1939 erschienenes Buch „Decorating is Fun!“ wurde zur Bibel des Interior Design. Berühmt wurde Draper für ihre modulierten floralen Wanddekors und gewagten Farbkombinationen, nichts war ihr zu schrill. Ihr Name hielt damals als Fachbegriff sogar Ein-

Interieur von CHRISTIAN LIAIGRE: Der französische Designer hat den Begriff Modernität neu definiert





TOMMY HILFIGER Angelsächsische Tendenz zum Exotischen



CHRISTIAN LIAIGRE Dem zurückhaltenden Franzosen, der die Magie der edler, dunkler Hölzer liebt, ist die Globalisierung des Interior Designs ein Graus

zug in die englische Architektensprache: Die Objekte, die sie von eigener Hand veredelt hatte, galten als „draperized“.

Dorothy Draper, die als Pionierin quasi Interior Design als Profession erfand, beeinflusste eine ganze Generation von Innendesignern – etwa den Innenarchitekten Morris Lapidus, der in den Vierzigern das Stadtbild von Miami Beach prägte. Auch der Franzose Philippe Starck gehört dazu, ebenso das New Yorker Einrichter-Duo William Diamond & Anthony Baratta. Sie unterteilen ihre Entwürfe in Modern, Traditional und Country Style. Alle drei Stile sind opulent. Auch die amerikanische Interpretation von Modern entspricht nicht unbedingt europäischen Vorstellungen von Reduktion und Klarheit: Blumentapeten in Treppenhäusern, enorme Kronleuchter in Kaminzimmern über Polstersesseln, Schränke in Form griechischer Tempel als Raumteiler. Manhattan ist voll von überladenen Domizilen, die manche Europäer schaudern lassen.

Deutsche Interior-Designer gehen in der Regel zurückhaltender vor. Doch die Tendenz ist derzeit unübersehbar: Stilmischungen sind gefragt. Da steht dann der Breuer-Schreibtisch neben einem balinesischen Holzschrank, Arne Jacobsens Ei-Stuhl auf einem zeitgenössischen Ruckstuhl-Teppich. Gleichwohl gehen die Deutschen mit historisierenden Elementen zurückhaltender um. Die Bauhausästhetik räumte hierzulande beizeiten mit dem überfrachteten Innenausbau auf. Klarheit und Zurückhaltung gelten vielen Deutschen als ein Zeichen von Intellekt. So wie sich nur konservative Geister den Wiederaufbau des Berliner Schlosses wünschen, möblieren sich auch nur ebensolche ihre Wohnungen im Retro-Barock-Stil. Überhaupt ist eine gewisse Scheu vor Imitaten typisch für den Geschmack der Alten Welt.

Die vielen „Antiques-Shops“ in Provinzstädten der Vereinigten Staaten (sie sind ja auch nicht wirklich Antiquitätengeschäfte) sind bezeichnend für die Hemmungslosigkeit im Umgang mit der Geschichte und typisch für die Ästhetik des Künstlichen. Das Ganze ergibt ein schillerndes Gemisch von

Kitsch, das in Europa bislang vorwiegend in Hotels, weniger jedoch in Privaträumen Einzug gefunden hat.

Die Internationalisierung des Geschmacks scheint indes unabwendbar zu sein – sehr zum Verdruss namhafter europäischer Innenarchitekten. Dem Franzosen Christian Liaigre etwa ist solche Globalisierung ein Graus. Der Mann, der wie ein Magier edle, dunkle Hölzer mit zurückhaltenden Möbeln verbindet, haucht den Räumen eine Atmosphäre ein, die in die Tiefe geht und sofort zur seelischen Entspannung beiträgt. Er wünscht sich, dass sich das Interior Design wieder verstärkt am architektonischen Umfeld orientiert.

Tradition und Handwerk in Kombination mit edelsten Materialien weisen den Pariser Architekten als einen der Großen des Interior Designs aus. Er ist ein Grandseigneur der Innenraumgestaltung, in bester französischer Tradition. Das gilt auch für Andrée Putman, deren zeitlose Eleganz ja auch darauf fußt, dass sie Klassiker des Designs wie Eileen Gray oder Robert Mallet-Stevens als Vorbilder nennt und Reeditionen ihrer Möbel produzieren ließ. Eine elegant weiterformulierte Moderne, bereichert um raffinierte Elemente und auf handwerklich hohem Niveau ausgearbeitet – das ist das Feinste, was das europäische Interieur Design heute zu bieten hat.

Doch jedes Jahr entdeckt ein internationales Designteam im Umfeld der Kölner Möbelmesse auch neue, schrille Trends. Für 2008 lauten sie: Outside-In, Neo-Nature, Priceless und Design School (siehe Kasten). Mal geht es darum, Natur und Innenraum zu verbinden oder die Natur zu imitieren, ein andermal sollen Möbel als Kunstobjekte aufgewertet oder soll mit ästhetisierter Tradition radikal aufräumt werden. Doch allesamt sind es schnelllebige Moden, deren Kategorisierung problematisch ist, und die Trendforscher der Messe sind sich dessen durchaus bewusst. Dennoch zeichnet sich hier insgesamt eine neue Frische ab, die der biederen Rückwärtsgewandtheit und dem allgegenwärtigen kullerägigen Retro-Look frech ins Gesicht pustet.

Von amerikanischem Kitsch keine Spur.



ABC des ID

Kleines Glossar der aktuellen Stilrichtungen bei Inneneinrichtungen.

> Cocooning

Der Rückzug ins Private reflektiert sich in der Inneneinrichtung. Gemütlich soll es sein, kuschelig und freundlich. Trendforscher sagen, dass sich nach den Anschlägen vom 11. September 2001 die Tendenz zum Kokon, also zur Verpuppung, noch verstärkt hat. Familie, Häuslichkeit und Introvertiertheit waren angesagt. Bei der Möbelmesse in Köln glaubten Branchenbeobachter dieses Jahr allerdings, eine Trendwende abzusehen. Die Leute gehen wieder mehr aus. Einigeln könnte bald out sein.

> Design School

Zufällig, unfertig, frei von Bildungshintergrund – so lautet das Credo von Design School. Zitate gibt es bei dieser Richtung nicht, weil nichts zitiert werden kann. Inneneinrichtung gilt als Work-in-Progress, Möbel sehen so aus, dass man nicht weiß, ob es wirklich Möbel oder nur hingestellte Kästen sind. Die Räume der Design School muten tendenziell an wie unaufgeräumte Jugendzimmer.

> Eklektizismus

Der Begriff bedeutet „ausgewählt“. Aus verschiedenen Stilen werden einzelne Elemente herausgepickt und nebeneinandergestellt. Das Zitat spielt eine wichtige Rolle. Eklektizismus hat einen negativen Beigeschmack: Meist ist das Sammelsurium von Objekten recht wahllos und das Ergebnis ein Durcheinander. Die Postmoderne arbeitete stark damit: Säulen dienten als Dekoration, aber nicht als tragende Elemente, waren somit ihrer Funktion enthoben. Die amerikanische Innenarchitektur liebt den Eklektizismus. Krönendes Beispiel ist nach wie vor Las Vegas.

> Klassische Moderne

Sie ist die Leitlinie der Gegenwartsästhetik – geliebt oder gehasst. Die klassische Moderne entstand zu Beginn des

20. Jahrhunderts, einer ihrer Urväter war der Österreicher Adolf Loos. Danach kam eine euphorische Zeit des Umbruchs. Die schwere Architektur sollte einer hellen, lichten Bauweise weichen. Auch der Möbel-Look wurde radikal entstaubt. „Less is more“ war das Credo von Ludwig Mies van der Rohe. Rund um das Bauhaus in Dessau entstanden auch im Interior Design komplett neue gestalterische Ideale, die Bewegung verbreitete sich aber in alle Welt. Stahlrohrmöbel, geradlinige Ledersessel, die Liege von Le Corbusier – vieles gehört heute zu den Klassikern des Designs.

> Neo-Barock

Der heutige Neo-Barock müsste eigentlich Neo-Neo-Neo-Barock heißen, denn die erste Neo-Welle gab es bereits um 1880. Der Barock selbst war eine theatralische Stilrichtung, der Begriff stammt aus dem Portugiesischen (barroco) und bedeutet „schiefmund“, auch „merkwürdig“ oder „verschroben“. Die amerikanische Interior-Designerin Doro-



Bauhaus-inspiriertes Interieur mit Mies van der Rohes „Barcelona Chair“

thy Draper wird gemeinhin als neobarocke Gestalterin genannt, sie entwarf ihre üppigen Dekors in den Zwanzigerjahren, zu der Zeit also, als die Moderne und das Bauhaus diesen historisierenden Gestus abschaffen wollten. Der heutige Neo-Barock hat vor allem in Amerika und Frankreich seine Anhänger: Er ist eine mehr oder weniger bur-

leske Inszenierung eines längst verflornten Bürgertums.

> Neo-Nature

Im Gegensatz zur Stilrichtung Outside-In interessiert sich Neo-Nature nicht für die echte Natur, sondern für deren Imitate. Wie schon die organisch inspirierte Blob-Architektur der letzten Jahre technische Experimente gewagt hat, so soll nun auch das Interior Design die Strukturen der Natur nachahmen, ja sie sogar überhöhen. Türkis und Blautöne sind vorherrschend. Seetang, Kristalle, Waben und Verästelungen gelten als optische Vorbilder. Neo-Nature möchte nichts Geringeres als der Jugendstil des digitalen Zeitalters werden.

> Outside-In

Outside-In gehört zu den vier neuen prägenden Trends, die sich dieses Jahr bei der Kölner Möbelmesse herauskristallisiert haben. Outside-In will dem Cocooning entgegenwirken. Das Innen und das Außen verschmelzen bei diesem Design, Kork und stark gemasertes Holz werden zu gerne gesehene Materialien, die Natur wächst in den Innenraum, Wände werden transparent. Lounges mit niedrigen Möbeln in pastelligen Tönen sind gefragt.

> Priceless

Priceless ist eine eher elitäre Angelegenheit. Das Design soll den Regeln des Kunstmarkts folgen, das Wohnzimmer avanciert zum Gesamtkunstwerk, bestehend aus kostbaren Unikaten. Dass sie nicht zusammenpassen, stört den Designer nicht, im Gegenteil: So drückt sich Individualität aus.

> Retro-Design

Im Automobilbau ist das Retro-Design am offensichtlichsten. VW Beetle, Mini und ganz aktuell der nostalgisch angehauchte Fiat Cinquecento machen ästhetische Anleihen in der Auto-geschichte. Retro-Design gab es schon früher: Die Renaissance ließ die Antike wieder aufleben, die Postmoderne wühlte tief im Fundus der Historie. Heute ist Retro immer auch eine Antwort auf die Moderne, ein Aufbegehren gegen die zwanghafte Suche nach dem Neuen.



ZORA DEL BUONO

Foto: Karin Heßmann/arturimages