

## EINRICHTUNG

## Möbel aus Müll

Von Michaela Krüger, 29.05.09, 21:00h, aktualisiert 31.05.09, 11:23h

**Das zweite Leben einer Jeanshose: Öko ist in der Einrichtungsbranche alles andere als piefig. Wenn aus gebrauchten Gegenständen neue Möbel werden, entstehen mitunter begehrte Einzelstücke. Wir zeigen überraschende Verwandlungen.**



Der Sessel Pixelstar von Oliver Schünne ist aus alten Jeanshosen gefertigt. (Bild: Hersteller/Benjamin Kaster)

Oliver Schübbe hat Platz genommen. Auf Pixelstar, Marke Eigenbau. Bezugsmaterial: Hose, gefischt aus dem Altkleidersack. Schübbe, 36, sitzt in der Firmenküche, die mit Linoleumboden und bunt gewürfelten Sesseln ein wenig an Jugendzentrum erinnert, und tunkt seinen Teebeutel in die Tasse. „Das Möbel“, sagt der Designer, „hat sich rumgespröchen. Levis hat einen Pixelstar bei uns bestellt. Sie wollten ihn ganz aus Jeans für einen Schauraum auf einer Messe.“ Ein Star aus Abfall. Sein Holzkorpus lag als zertrümmerter Kleiderschrank in der Mulde der Recycling-Börse Herford, wo sich wöchentlich zehn Tonnen Sperrmüll sammeln. Der Sessel irritiert,

weil er, wie so manches hier, ein scheinbares Gefüge bricht. Jugendzentrum? Doch nicht. Die überdimensionalen Deckenlampen aus Massivholz, die von der Decke hängen, könnten in Gestalt und Größe gut ein Gala-Dinner beleuchten, ein Charity-Event, so eines wie vergangenes Jahr im New Yorker Guggenheim-Museum, bei dem Designer David Monn alles mit Pappe dekorierte – und die „New York Times“ prompt das Jahr der Recycling-Dekoration ausrief. Ein Trend! Ein Trend!

Da hätte die Welt auch früher drauf kommen können, bei all dem Müll, den sie jährlich produziert. Allein in Deutschland fallen sieben Millionen Tonnen Altmöbel an, die Recyclingquote liegt gerade bei fünf bis zehn Prozent. Ein Teil steckt in Pixelstars, die es zur Serienproduktion geschafft haben seit sie auf der Biennale in Venedig standen – und Oliver Schübbe zu den bekannteren Designern zählt. „Ich mag vor allem die Idee, dass aus dem Müll der Großeltern neue Möbel für die Enkel entstehen“, sagt Schübbe, der lange am Prenzlauer Berg gearbeitet hat. Es hat ihn zurückgezogen in seine Heimat Herford, auf einen Recyclinghof. Ein ABM-Projekt beschäftigt hier Jugend- und Langzeitarbeitslose, die aus Abfall neue Designermöbel bauen. Eine Erfolgsgeschichte aus Ostwestfalen. Schübbes Ideen verkaufen sich inzwischen in angesagten Stores in London und Paris.

Er ist Teil eines Netzwerks, das immer größer wird. Möbel aus Müll boomen. Sperrgut, Schrott, Industrieabfälle, Holzreste fließen in den Kreislauf zurück. Abfälle mutieren zu Glanzstücken im Wohnzimmer. Aus Eisstielen werden Leuchten, aus Weinkisten Tische, aus Lattenrosten Schaukelstühle. „Unsere Möbel sind Gesprächsstoff. Wenn Besuch kommt, dann ist es nicht damit getan, dass der sagt, oh, eine neue Schrankwand? Schön. Und dann geht es zum Kaffee über. Nein, bei unserer Einrichtung stellen sich automatisch Fragen“, sagt Oliver Schübbe. Sein Konzept verbindet den ökologischen Gedanken mit einer Ästhetik des Nichtperfekten. Er spielt mit dem Abgenutzten des Elements. Die abblättrenden Farben, die Spuren des Gebrauchs, die unterschiedlichen Oberflächen und die Kontraste verschiedener Holzarten sind sein Potenzial. Auch, weil es anders gar nicht möglich wäre, weil sich eine Frage erübrigt, nämlich die nach dem „was war zuerst“: die hehre Idee oder das Material? Der Entwurf folgt nicht dem Ego, sondern dem Rohstoff. „Wir richten uns nach dem, was wir haben. Was uns die Umwelt gibt“, sagt Oliver Schübbe. „Konsum ist endlich. Ebenso wie das Gebären neuer Ideen. Alles ist irgendwie schon mal dagewesen.“ Punk-Design. Trash-Design, Flohmarktkult, Mix-Design. ReDesign scheint eine logische Konsequenz.

„Upgrade-Gesellschaft“ nennt Jörg Jelden vom Hamburger Trendbüro den neuen Daseinszustand. Nach der Wegwerfgesellschaft der 80er und 90er Jahre gebe es heute einen veränderten Umgang mit Besitz. Man leistet sich wieder Hochwertiges, Individuelles, und wenn man es nicht mehr braucht, gibt man es weiter. Die Krise hat eine klare Ansage gemacht: Die Leute werden weniger kaufen als früher – und wenn, dann bewusster. Viele Hersteller setzen daher auf alte Werte, Nachhaltigkeit und Ethik. Sie bauen auf Tugenden wie Langlebigkeit, Robustheit, Ehrlichkeit – sie verkaufen ein Gewissen. Und genau das ist ein Trend, der kein neomodischer sein will: die Abkehr vom Design als Mode, die kurzlebig ist, verschwenderisch und vergänglich. Es geht darum, Entwürfe für die Ewigkeit zu schaffen – und die suchen sie im Material. „Früher galten asymmetrische Maserungen als Fehler, nun sind sie erlaubt“, heißt es beim Verband der Deutschen Möbelindustrie.

### Von der Armut beeinflusst

Die Brasilianer Humberto und Fernando Campana haben den Sprung in die Weltliga des Designs geschafft, sie sind so etwas wie die Ökomöbel-Avantgarde. Arm und Reich begegnen sich selten so direkt. Die Naturerlebnisse ihrer Kindheit, die Besitzverhältnisse in ihrer Heimat, Umweltverschmutzung, Kriminalität und das Chaos in den Favelas hätten sie nie losgelassen, sagen die 48 und 56 Jahre alten Brüder. Sie kopieren das, was ihnen die Bevölkerung vorlebt. Auch die Campanas arbeiten mit einfachsten Materialien, mit altem Plastik, Leder, Papier und Holz. So ist ihr Stuhl „Favela“ entstanden, ihr wohl größter Wurf, den sie für die spanische Firma „Edra“ und den europäischen Markt produziert haben. Aus Holzbruch zusammenge nagelt und -geleimt in Brasilien, ganz, wie die Hütten in den Armensiedlungen gebaut sind.

Seither gelten die Campanas, emporgestiegen in einem Land, das während der Militärdiktatur kaum Möbeldesign zuließ, als Aushängeschild des einst konservativen Einrichtungshauses. „Design des Elends“ nennen sie ihre Ideen, die Sammlerstatus erlangt haben. Ein Großteil ihrer Arbeit mündet inzwischen in limitierten Serien oder Einzelstücken, die als Privataufträge entstehen oder für zig tausend Euro in Galerien verkauft werden. Die Grenze zur Kunst schwimmt. Das renommierte „Vitra Design Museum“ in Weil am Rhein hat gerade die Ausstellung „Antikörper“ eröffnet, die Campana-Möbel von 1989 bis heute zeigt. Müllmöbel, ein Retter der Rendite?

### Moralfrage wabert im Hintergrund

Der Markt stellt sich auf die ethnischen und ökologischen Bedürfnisse seiner Kunden ein. Selbstredend, um sie zu kapitalisieren. Die Moralfrage wabert bereits im Hintergrund. Sie muss nicht auf der Strecke bleiben. Ein Blick zurück nach Herford. Noch fertigen hier Ein-Euro-Jobber die Produkte, für Bedürftige mit Sozialschein sollen sie günstig bleiben, für jene, die es sich leisten können, im Preis anziehen. Gewinne dienen zur Quersubvention – und mittelfristig dazu, die ABM-Stellen in feste Jobs zu verwandeln.

Weil das ebenso logisch wie kurios, kultig wie politisch korrekt und damit wertvoll klingt, ist Re-Design eine sichere Bank. Modern ist, was jahrelang als muffig galt. In den 80er und 90er Jahren war Massivholz der Inbegriff von Extrem. Es gab die Eltern mit der deutschen Eiche-schlag-mich-tot-Schrankwand, die für ein Dogma stand: Wer Eiche sagt, muss auch rustikal sagen. Und es gab die Ökos, die belächelten Wollsockenträger. Das Problem: Design war ihnen egal – und das sah man auch. Sie kauften im Eine-Welt-Laden. Im Zimmer lag der Flokati, darauf hauste das Kiefernholzregal. Neues Bewusstsein für Ökologie

### Bio hat sich entstaubt

Und heute? Hat Bio sich entstaubt. Ökologische Kleidung und ökologische Kosmetik boomen, ökologische Lebensmittel sowieso. Nach Milch und Müsli, Deo und Duschgel, Jeans und T-Shirt erreicht der Trend jetzt auch Tisch und Bett. Zielgruppe sind die „Neo Greens“ oder „Lohas“. Die Abkürzung steht für „Lifestyle of Health and Sustainability“ (gesunder, nachhaltiger Lebensstil). Im Unterschied zu den Ökos wollen sie nicht verzichten, sondern konsumieren. Sie wollen Spaß und Moral, Genuss, gutes Design und gutes Gewissen. Sie wollen mit Shoppen die Welt verbessern. Der Fortschritt besteht für Eike Wenzel, Trendforscher und Chefredakteur des Zukunftsinstituts von Matthias Horx, darin, dass sie eben nicht mehr in Entweder-oder-Kategorien denken, also entweder Mensch oder Schwein, entweder Teil des Problems oder Teil der Lösung. Lohas orientieren sich nicht an Verzicht und „verschwommenen Sehnsuchtsorten“ im Jenseits, sondern am Diesseits in ihrer schönen neuen Biowelt. Sie haben sich nicht nur für „Qualität statt Discount“ entschieden, sondern auch für ein neues Lebens- und Karrieremodell. Ziel ist nicht „mehr“, sondern „besser“. Also: Ja zu den Dingen, die wir gut finden. Zum Beispiel: uns. „Den Öko an sich“, sagt Franziska Wodicka und muss lachen, „also den habe ich noch nicht gesehen, also hier jedenfalls nicht.“ Franziska Wodicka, 33, steht in ihrem Geschäft in Berlin-Kreuzberg, in dem sie ihre Ideen auf 68 Quadratmeter Laden und 68 Quadratmeter Lager verwirklicht. Es findet sich in einer Straße mit jenen Altbauten, die in ihrer leichten Unperfektheit perfekt erscheinen, irgendwie fertig, aber doch nie ganz. Die Luft riecht nach Vergangenen, nach alten Büchern, Holz, ein wenig blumig, harzig, muffig, nach einem Gemisch, das man entweder liebt oder meidet.

Dass die Liebhaber auf dem Vormarsch sind, weiß Franziska Wodicka. „Ich bin voll ausgelastet, mit den Aufträgen komme ich kaum hinterher.“ Ihre Regale erzählen eine ähnliche Geschichte. Hoch sind sie, voll und in ihnen stapeln sich Schubladen in Weiß, Rot, Natur, gesplittertem Lack, in das Holz haben sich Kratzer gegraben. Gesucht und gefunden in Geschäften und auf Trödelmärkten dieser Welt, für drei bis zehn Euro das Stück. „Riesenmelone“ steht auf dem Schild einer winzigen Lade – ein Relikt aus einer Samenhandlung. Eine andere ist überschrieben mit „Streukopfnägel“, eine andere beherbergte „Opium“, damals, als sie noch in einem Apothekerschrank steckte. Im Schubladen erleben sie ihre Renaissance, vielleicht in einer Vitrine oder als Bücherregal für die Wand. „Es

sind die Geschichten der alten Möbel, die mich interessieren“, sagt Franziska Wodicka, 33. „Wo kommt diese Schublade her? Wer hat sie früher benutzt? Was wurde alles in ihr aufbewahrt?“

### **Neue Gehäuse für alte Laden**

Im Dezember 2007 hat die Landschaftsarchitektin den SchubLaden eröffnet. Der Untertitel: Möbelunikate. Seither entwirft sie neue Gehäuse für alte Laden – ein Konzept, das ihr seit kurzem große Aufmerksamkeit beschert. Größere Läden im In- und Ausland haben Interesse an ihren Objekten bekundet. Wodicka lehnte ab. Die Firmenprovisionen würden die Preise sprengen. Wodicka vertreibt weiterhin über ihre zweimal 68 Quadratmeter und das Internet. Sideboards, 3000 Euro. Nachtschränke, 900 Euro. Kleinstmöbel, 100 Euro aufwärts.

Es ist ein Schwimmen gegen den Strom, das Andersherumdenken, das momentan nach vorne bringt. Zum Beispiel Ko-j, einen Kleinmöbelladen in Köln-Sülz. „Klar haben wir anfangs gekämpft“, sagen die Betreiber Aulia Muhammad, 39, und Sibylle Hansen, 42. Lampen aus orange-farbenen Strohhalmen hängen an der Decke, am Boden reihen sich Wäschesäcke, gefertigt aus Tüten, der Tisch auf Rollen war einmal ein Ölfass, gelbe Shell-Logos auf rotem Blechgrund erinnern an das Vorleben. Auch Fischkonserven, Zahnpastatuben, Werbefahnen, Autoreifen, Reissäcke und Altpapier dienen als Rohstoffe und werden – weiterverarbeitet zu Öllampen, Taschen, Kissen, Übertöpfen oder Aschenbechern – aus Indonesien importiert. Dort lassen der Designer und die Requisiteurin ihre Entwürfe fertigen, in kleinen Handwerksbetrieben, die sie nach Fair-Trade-Verträgen bezahlen.

### **Mehr Umsatz in Zeiten der Krise**

Aulia Muhammad verbringt die meiste Zeit „unten“, wie er die Gegend nennt, wo er geboren ist, und betreut die Produktion. „Seit der Wirtschaftskrise geht es uns besser“, erzählt er. „Seit zwei Jahren steigt unser Umsatz. Wahrscheinlich wird den Kunden immer bewusster, dass die Welt auch zusammengebrochen ist, weil die einen immer mehr auf Kosten der anderen gelebt haben.“ Eine französische Möbelfirma hat dem Laden jüngst eine Idee geklaut. In Ländern, die auf ReDesign setzen, schauen sich mittlerweile Trend-scouts aus Amerika, Australien und Europa um.

Der Verband der Deutschen Möbelindustrie geht davon aus, dass die Nachfrage nach Öko-Möbeln in den kommenden Jahren stark steigen wird. Nachhaltige Bewirtschaftung der Rohstoffe, wiederverwertbarer Abfall, umweltschonende Herstellungsprozesse und schadstoff-arme Verarbeitung seien so gefragt wie nie. Auf den Messen hat sich die Natur etabliert, so zum Beispiel beim Designfestival „DMY“ in Berlin (3. bis 7. Juni), bei der „Internationalen Möbelmesse Mailand“ oder der „Ambiente“ in Frankfurt. In den Kölner Hallen bildeten Massivholzmöbel 2008 erstmals einen Schwerpunkt mit eigener Etage, die unter dem neuen Label „imm solid“ vermarktet wurde. Laut Johannes Genske von Ökocontrol, einem Verband ökologischer Einrichtungshäuser, wächst der Umsatz bei vielen der rund 50 Mitglieder deutlich, teilweise im zweistelligen Bereich.

### **Cocooning schwebt über allem**

Überhaupt hat die Wirtschaftskrise die Einrichtungsbranche nicht tief getroffen. „Cocooning“ ist das beherrschende Wort, das Sich-Einspinnen in bedrohlichen Zeiten. Am Auto mag man sparen. An der Urlaubsreise. Am Restaurantbesuch. Am eigenen Heim nicht. Weil es naheliegt, es sich drinnen erst recht gemütlich zu machen, wenn es draußen stürmt. Aber wenn schon, dann bitte möglichst individuell. Frei nach dem Motto: Ein Astloch ist ein schönes Alleinstellungsmerkmal.

Das Hamburger „Trendbüro“ kommt in einer Konsum-Ethik-Studie zu dem Schluss: Aus dem gesellschaftspolitischen Thema Ökologie sei ein egozentrierter Wohlfühlfaktor geworden. Dieser habe stärker „zur Verbreitung umweltgerechter Verhaltensweisen beigetragen als Jahrzehnte währende Umweltbildungsmaßnahmen“. Das Thema ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

„Die Entwicklung geht zum Stilmix. Trash und Klassik schließen sich nicht mehr aus.“ Piet Hein Eek, 42, weiß darüber einiges zu erzählen. Eek ist angesagt. Der Designer lebt und arbeitet in Geldorp, wenige Kilometer von Eindhoven. In seiner Werkstatt, die der Niederländer seit Anfang der 90er betreibt, produziert er unter anderem für das Mailänder Label Spazio Rosaana Orlandi. Seine Möbel verkaufen sich in Läden von Kopenhagen, Amsterdam, Berlin, Mailand, London, Paris und Seoul – oder stehen in Museen wie im New Yorker Museum of Modern Art. In Berlin hat Eek im Februar einen Showroom eröffnet.

Bereits als Student hatte Piet Hein Eek eine Schwäche für Patina. Er schaffte es an keinem Abrisshaus vorbei, sammelte alte Türen, Fenster und Tapeten – und entwickelte daraus sein späteres Markenzeichen: klare, schlichte Formen, mit einfachen Mitteln, handwerklich aber perfekt gebaut. Heute veredelt er Abfallholz und Almetalle zu außergewöhnlichen Objekten, er baut Wandschränke oder

Gartenhäuser, Lampenserien, Büroeinrichtungen, Kindermöbel bis hin zu kompletten Innenausstattungen und Theaterdekorationen. Sein erster Schrank entstand 1990 als Abschlussarbeit an der Designschule, mit dem aneckenden Ziel, der glatten Hochglanzästhetik im Möbeldesign etwas entgegenzusetzen. Eek puzzelte. Eek patchworkte. Eek scheute vor Ungewöhnlichem nicht zurück. Eine barocke Tapete kann bei ihm zur zweiten Haut einer Metallkommode werden. „Damals war es genau das Gegenteil von dem, was alle gemacht haben. Jeder wollte mit per-fekten Materialien arbeiten. Wenn du aber Gebrauchtes verwendest, dann kannst du machen, was du willst. Wir machen einzigartige Stücke aus eigentlich wertlosem Material.“ Eigentlich. Eeks Doppelbett „Waste scrapwood bed“ kostet 9679 Euro.

Zum Schluss sagt der Designer einen Satz, der fast schon zu korrekt klingt. Aber wahr. „Wir haben nur eine Zukunft. Es liegt an uns, was wir aus ihr machen.“

---

<http://www.ksta.de/jks/artikel.jsp?id=1243453916644>

Copyright 2009 Kölner Stadt-Anzeiger. Alle Rechte vorbehalten.