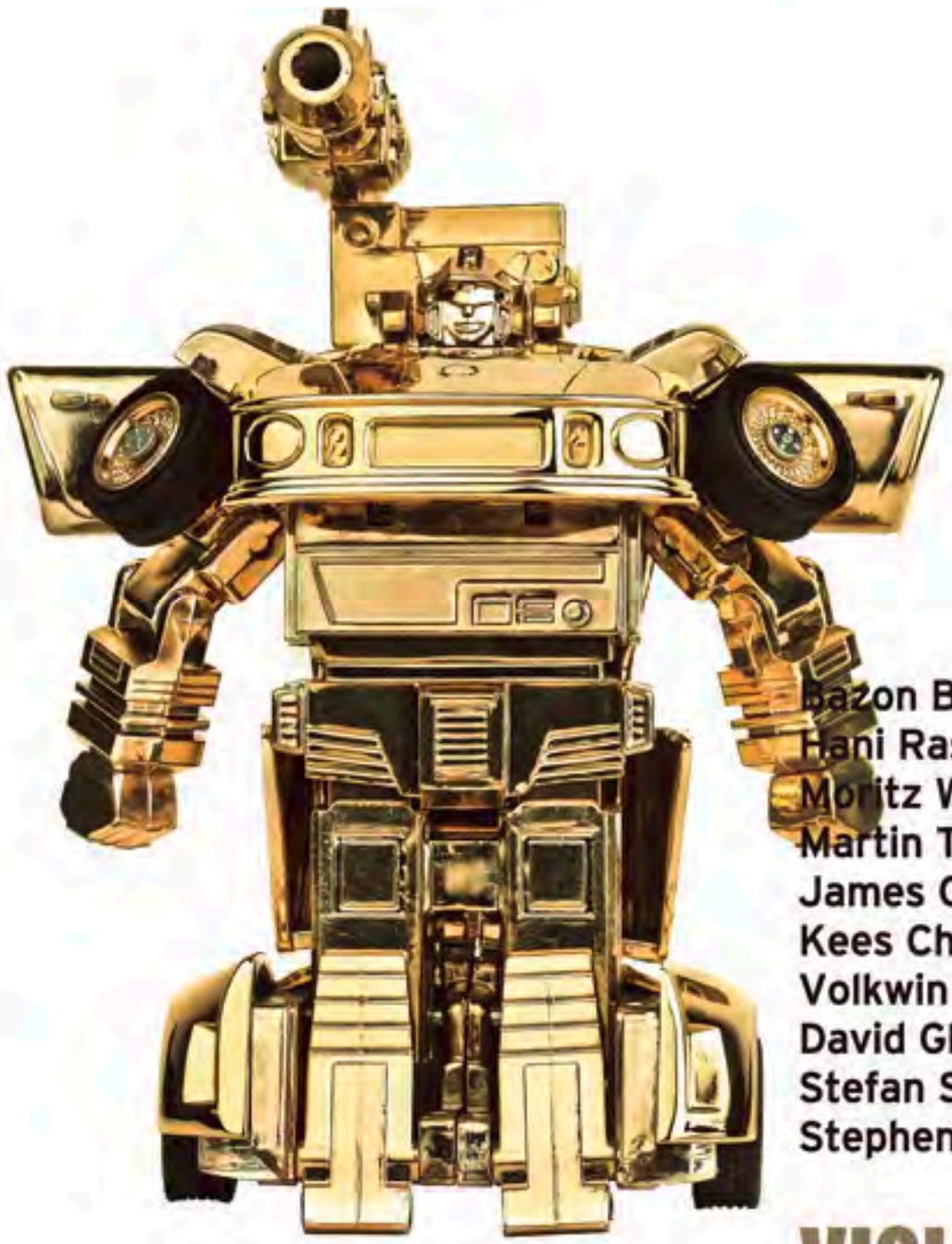
6/2009 | 9. jahrgang | € 10 | ISSN 1619-3512

build

DAS ARCHITEKTEN-MAGAZIN



Bazon Brock
Hani Rashid
Moritz Waldemeyer
Martin Tröndle
James Clyne
Kees Christiaanse
Volkwin Marg
David Glover
Stefan Sagmeister
Stephen Burks

VISIONEN

4 195857 810004 06

text | ralf f. broekman, leif hallerbach
foto | patrick belli

KREATIVER IMPULS

imm cologne 2010: Ralf F. Broekman und Leif Hallerbach im Gespräch mit Dick Spierenburg

Dick Spierenburg, für die imm cologne 2010 haben Sie im Auftrag der Koelnmesse das neue Ausstellungsformat „Pure Village" konzipiert. Was steckt hinter diesem Konzept?
Die Idee dahinter ist, eine alternative Aufplanung und Hallenarchitektur für neuartige Messepräsentationen zu schaffen, die Besuchern ein überraschendes Erlebnis bieten. Normalerweise sind Hallen rechteckig aufgeplant. Jeder Aussteller hat seine Fläche und lässt sich einen eigenen Stand bauen. Im „Pure Village" verhält es sich anders: Die Wege laufen nicht parallel, sondern führen in ein Zentrum, einen zentralen Platz. Dort wird viel passieren. Es soll ein permanenter Treffpunkt für Aussteller und Besucher entstehen. Eine Bar und Lounge befinden sich direkt nebenan, außerdem ein Forum, in dem Präsentationen, Vorlesungen und andere Events stattfinden werden. Für die imm cologne ist „Pure Village" ein kreativer Impuls. Für Aussteller wird eine Umgebung mit angenehmer Atmosphäre geschaffen – eine Atmosphäre, in der sich Besucher wohlfühlen und inspirieren lassen sollen.

Und wie werden die einzelnen Standflächen gestaltet?
Alle Präsentationsräume werden zusammenhängend konzipiert, sind ähnlich aber nicht gleich. Die Höhen, Materialien und Farben variieren. Ausstellern wird mit diesen komplett gestalteten Räumen die Option geboten, eine hochwertige, konzentrierte Präsentation zu realisieren. Dabei gibt es ausreichende Möglichkeiten, die Fläche zu personalisieren. Die imm cologne setzt damit ein Totalbild um, in dem Aussteller sich ohne viel Aufwand präsentieren können. Der Schwerpunkt liegt auf reduzierten Produktausstellungen, Interieurkonzepten oder Umgebungen, die für informelle Zusammenkünfte geeignet sind.

An wen bzw. welche Branchen richtet sich das neue Format und an welchem Standort wird es innerhalb der imm cologne präsentiert?
Das Konzept „Pure Village" wird in der Halle 3.2 realisiert. Dort sollen sich sowohl kleinere, junge Design-Marken als auch große Marken sammeln, die mit einer kompakten, spezifischen Präsentation an der Messe teilnehmen möchten. Insgesamt entwickelt sich die imm cologne von einer Möbel- zu einer Interieurmesse, auf der Produkte für die komplette Einrichtung gezeigt werden. Schwerpunkte sind dabei neben den Möbeln Licht, Textilien und Baddesign. Ich halte es daher für sehr wichtig, dass auch bei der Präsentation in Interieurkonzepten gedacht wird und Querbezüge zwischen den unterschiedlichen Fachsortimenten gezogen werden. Durch die Vernetzung von Produktsortimenten und die Fokussierung auf Interieurkonzepte bietet „Pure Village" ein ideales Umfeld für die Präsentation hybrider Wohngestaltungen. Versucht wird deshalb auch, Hersteller zusammenzubringen, die gemeinsam neue Konzepte realisieren, zum Beispiel einen Bad- mit einem Möbelhersteller, die einen Raum für Baden und Schlafen kreieren.

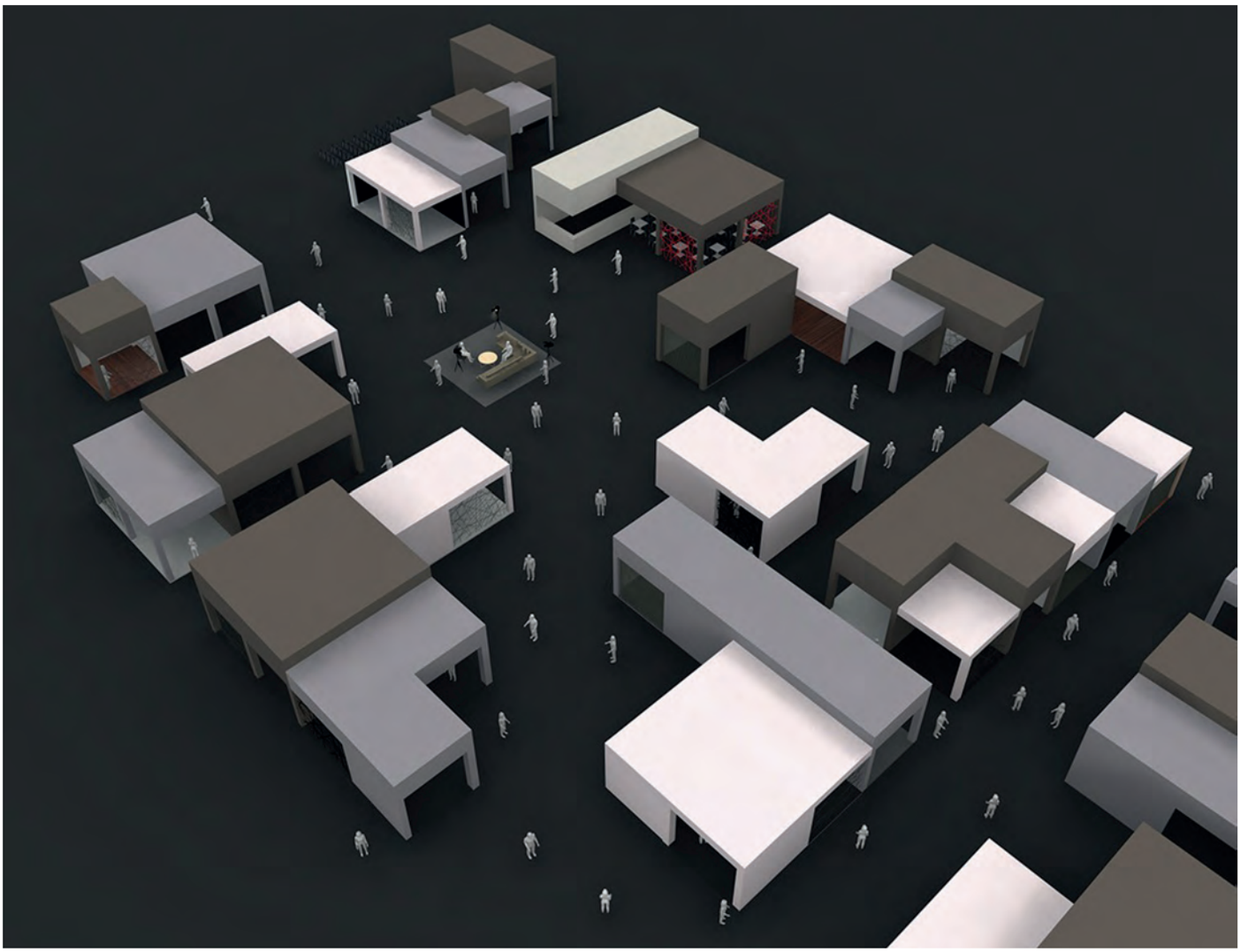
Sie sind Mitbegründer und verantwortlicher Projektleiter der Kölner Design Post. Außerdem haben Sie mit dem Pakhuis und der Post CS in Amsterdam zwei niederländische Kompetenzcenter für Design geleitet. Vor diesem Hintergrund: Braucht Design neue Formen der Vermittlung?
Im Pakhuis und in der Post CS in Amsterdam haben wir internationale Design- und Interieurmarken in einer permanenten Ausstellung zusammengebracht. Wichtige Komponenten waren dabei immer der Standort und das Gebäude. Das Zusammenbringen von Architektur, Interieur und aktuellem Design machte es möglich, erfolgreiche Veranstaltungen und eine gut besuchte ständige Ausstellung zu realisieren. Damit wurden intensivere Kontakte zwischen Herstellern, Architekten und Endverbrauchern zustande gebracht. Die Design Post in Köln ist eine Weiterentwicklung dieses Konzepts. Als Antwort auf die Frage also: Ja, Design braucht neue Formen der Vermittlung, wobei Inspirieren und Kontaktieren die wichtigsten Themen sind.

Ursprünglich haben Sie an der TU Delft Architektur studiert und waren zeitweise in leitender Funktion beim Architektur- und Städtebaubüro Bo.2 in Tilburg tätig. Welchen Einfluss hat das architektonische Denken und Entwerfen auf Ihre Gestaltungsarbeit als Designer? Und inwieweit ist das zunehmende Ineinandergreifen der Disziplinen bestimmend für Ihr entwerferisches Selbstverständnis?

„Pure Village", imm cologne 2010

koelnmesse/kbds

koelnmesse/kbds



Architektur hat in meinen Aktivitäten immer eine große Rolle gespielt. Ich arbeite ebenso gerne am Entwurf eines Gebäudes, an Raumgestaltung wie an Produktdesign. Bei Architektur sind die Voraussetzungen vielfältiger und das Programm komplexer. Das sehe ich als positive Herausforderung. Meine gestalterische Handschrift ist immer reduziert, fokussiert auf Volumen und Strukturen. Ästhetik bedeutet viel für mich und der langfristige Wert eines Produktes steht für mich im Vordergrund, nicht spektakuläre, aber flüchtige Effekte. Viele meiner Entwürfe befinden sich schon lange in Produktion und sind noch immer nicht am Ende ihres Lebenszyklus.

Als Designer entwerfen Sie vor allem Möbel für den Wohnbereich und das Büro für Hersteller wie Artifort, Arco oder Moroso. Wie würden Sie Ihre Herangehensweise an ein Projekt beschreiben?
Es gibt Unterschiede darin, wie ich den Designprozess beginne. Wenn eine Anfrage oder der Auftrag eines Herstellers vorliegt, studiere ich zunächst dessen Kollektion, Design und Produkt-Philosophie, Kundenkreis, Endverbraucherprofil usw. So verschaffe ich mir ein deutliches Bild. Solche vorgegebenen Aufträge sind beschränkt in den Möglichkeiten und verlangen ein stark fokussiertes Vorgehen. Anders verhält es sich mit selbst initiierten Entwurfprozessen. Aus persönlichem Interesse und aus eigenen Ideen entstehen freiere Konzepte und unterschiedliche Entwicklungen. Oft läuft das zusammen mit realen oder auch imaginären Einrichtungsaufgaben. Momentan realisiere ich zum zweiten Mal ein selbst gestaltetes Haus für den eigenen Bedarf. Dieses Projekt ist zugleich eine „Fingerübung" in Architektur als auch ein Anlass für den Entwurf von neuem Produktdesign. Das Haus funktioniert wie ein Labor. „Wie und womit will ich wohnen?" ist dabei die zentrale Frage. Hier realisiere ich mein Ideal: die Verschmelzung von Design, Interieur und Architektur in einem Projekt.

Design wird heute oftmals in einem Spannungsfeld zwischen rational und emotional orientierter Gestaltung gesehen. Welche Rolle spielen rationale Prozesse bei Ihrer Arbeit? Wie wichtig sind für Sie Aspekte wie Sinnlichkeit?
Meine Gestaltung ist eher rational als emotional orientiert, rational, aber auch teilweise intuitiv zustande kommend. Ich bedenke, was ich mit einem Entwurf erreichen will, wie er zu gebrauchen ist und welche Effekte er auf Umgebung und Endverbraucher hat. Beim Skizzieren lasse ich den Formen und Verhältnissen aber soweit wie möglich freien Lauf.

Dick Spierenburg wurde 1953 in Utrecht geboren. Er studierte architektonische Formgebung an der Koninklijke Academie in Den Haag. In seinem Designstudio in Amsterdam entwirft er Möbel, Innenausstattungen und Wohnhäuser.
www.dickspierenburg.nl