

MADAME

MÄRZ 2011 NR. 3
DEUTSCHLAND C 6
ÖSTERREICH C 6
SCHWEIZ SFR 10

UNSER EXTRA: DESIGN

BAUHAUS & CO.:
MÖBELKLASSIKER
SAMMELN – AUS FREUDE
UND ALS WERTANLAGE

**MEHR
VOLUMEN!**
FÜR HAARE, LIPPEN,
WIMPERN, WANGEN
UND DEKOLLETÉ

GROSSE LIEBE NO. 2
NEUE CHANCE FÜR
ENTSPANNTES GLÜCK

- **BOHEMIAN CHIC: LUXURIÖS & LÄSSIG**
- **BLÜTEN-PRINTS: SO FEMININ**
- **WEISS: SOMMERLICHER FRISCHEKICK**
- **LAYERING: GEKONNTES STYLING**
- **CLEAN CHIC: DIE SCHÖNSTEN SCHUHE & TASCHEN**

BEST LOOKS





ALCHEMIE DER MODERNE

Sie lieben Interior-Objekte von Bauhaus & Co.? Dann sind Sie Trendsetter. Und cleverer Investor. Denn: Designklassiker zu sammeln macht nicht nur Spaß, die Originale der letzten 100 Jahre sind auch eine Wertanlage. Ein Überblick

Design oder Nichtdesign, das ist 2011 längst nicht mehr die Frage. Welche Automarke wir favorisieren, welchen Tablet-PC wir chic finden oder welche Espresso-Maschine am besten zu unserer (Designer-)Küche passt: All das gibt auch die Antwort auf die Frage nach unserem Lebensstil. Längst sind alle Bereiche unseres Alltags komplett durchgestylt. Design ist nicht mehr nur Privileg einer kleinen Elite, sondern Synonym für unsere Lifestyle-orientierte und markenbewusste Massengesellschaft. Nirgendwo entgeht man mehr einem vorgefertigten Design-Diktum. Oder doch?

Ausgerechnet im Katalog eines Münchener Auktionshauses für Modernes Design entdeckt man ein unscheinbares Fichtenholzgestell. Einstiegsgebot 2800 Euro. Kürzlich fand es einen Käufer, dem dieser „Ulmer Hocker“ von 1953 aus dem Besitz des bekannten Grafikers Otl Aicher sogar ein Vielfaches wert war. Verrückt? Vielleicht, aber eher wohl ein Signal für das, was uns fehlt in einer Zeit, in der sich nicht nur in der Mode das Stilkarussell immer wilder dreht, sondern wir alle gefühl-

ten zehn Jahre auch einen völlig neuen Einrichtungsstil als Trend serviert bekommen. Welche Ästhetik und Wohnqualität unserem jeweiligen Lebensgefühl zu entsprechen hat, suggeriert uns ein ganzes Heer von Marketingexperten. Gleichzeitig wird uns exemplarisch an prominenten Persönlichkeiten vorgeführt, dass man sich im Zeitalter der Beliebigkeit gerade dadurch vom Mainstream abhebt, indem man nicht jede Trendwende mitmacht. Was nun?

„Leben ist Wandel“, sagt Modeschöpfer Karl Lagerfeld, und wenn er wieder mal einen seiner diversen Wohnsitze völlig

neu dekoriert, steht das komplette frühere Inventar auf Auktionen oder in Galerien zum Verkauf. Indem er ausschließlich der eigenen Intuition vertraut, spürt er Trends auf, lange bevor sie es werden. Vor zwanzig Jahren zum Beispiel erwarb er vierzig Sperrholz-Metall-Stühle und zehn Tische von Jean Prouvé, einem vergessenen französischen Entwerfer der 1940er-Jahre. Heute ist Prouvé Designsammlern in aller Welt viel wert, doch Karl Lagerfeld begeistert sich längst für etwas anderes: Er hat jetzt die Möbel des deutschen



STILWECHSEL „Living in Style – Paris“ (Cover o.) zeigt in Fotos von Reto Guntli (linke Seite: Salon eines Designsammlers), wie Interior-Designerin Caroline Sarkozy eklektizistisches Einrichten umsetzt (teNeues, 49,90 Euro). Wie internationale Experten Designsammeln bewerten sowie lohnende Investitionen, Adressen und Termine erfährt man in „Collecting Design“ (Cover o.) von Adam Lindemann (Taschen, 29,99 Euro).

Werkbunds von 1910 entdeckt und kauft limitierte Möbel zeitgenössischer Designer wie Zaha Hadid. Die werden inzwischen wie Kunst über Galerien verkauft und kosten oft ein kleines Vermögen, sind aber immer noch günstiger als ein Warhol.

„Wenn man den künstlerischen Wert betrachtet, gibt es für mich absolut keinen Unterschied zwischen angewandter Kunst oder Design und einem Kunstwerk“, erklärt der Züricher Galerist und Designsammler Bruno Bischofberger, der die Qualität eines Werks nach der Schönheit und seiner Bedeutung für die

Geschichte bemisst. Doch noch fehlerhaft, bedauert er, für modernes Design die breite Anerkennung wie in der Kunst durch die Kunstgeschichte. Dennoch: In den letzten 10, 15 Jahren ist das Sammeln von Möbeloriginalen aus den vergangenen 100 Jahren längst mehr als ein Insiderhobby. Und der Markt explodiert: Ein Esstisch aus den Fifties von Carlo Mollino ging vor wenigen Jahren für 3,8 Millionen bei Christie's weg. Spätestens seit 2005 auf der Design Miami in Florida Galeristen erstmals Werke zeitgenössischer Designer wie Marc Newson oder

Ron Arad gleichberechtigt neben moderner Kunst exponiert haben, etablierte sich neben dem Kunstmarkt auch einer für modernes Design. Und bei Auktionen und in Galerien von München bis New York wächst der Sammlerkreis, der die Colani-Liege aus den Siebziger Art déco vorzieht. Nicht bloß als finanzielle Investition, sondern weil das „ein Stück Geschichte“ ist, wie der New Yorker Sammler Ronald Lauder formuliert. Etwas, das uns fesselt, weil es das Lebensgefühl der Vergangenheit dreidimensional begreifbar macht. Es seine Lebensspuren sogar noch wert-

voller machen – im Unterschied zu einem Kunstwerk. Ein Vintage-Sessel lässt sich meist auch konkret „besitzen“. Nicht ohne Grund haben sich einige Designentwürfe über Jahrzehnte zum Klassiker entwickelt. Bewährtes schätzen wir wieder. Klar gibt das Sicherheit, aber es erweitert auch die Wahlfreiheit, unser Leben jenseits von Tagetrends selbst zu gestalten. **CHRISTIANE WIRTHENSOHN**

AUF DEN FOLGENDEN SEITEN FINDEN SIE DESIGN-KLASSIKER DES 20. JAHRHUNDERTS, DIE MAN ALLE ALS REEDITION ERWERBEN KANN. DAZU: TIPPS VON EXPERTEN – EINEM DESIGN-CONSULTANT, SAMMLER, AUKTIONATOR, ONLINE-HÄNDLER UND INNENEINRICHTER.



Die 50er

WOHNEN ALS GESAMTKUNSTWERK:
TRIUMPH DER ORGANISCHEN FORM

RUNDE SACHE 1 „Ceramic Clock“, von George Nelson, Vitra, um 200 Euro **2** „Bertoia Side Chair 420“, von Harry Bertoia, Knoll International, ab 620 Euro **3** Aschenbecher von Piero Fornasetti, Fornasetti, über www.markanto.de, um 110 Euro **4** „Lampadaire Simple“, von Serge Mouille, Edition Serge Mouille, um 1950 Euro **5** „Coffeetable Ovalette“, von Ilmari Tapiovaara, Artek, über www.markanto.de, um 1840 Euro **6** „Dining Table“, von Eero Saarinen, Knoll International, ab 1820 Euro **7** „The Egg“-Chair, von Arne Jacobsen, Fritz Hansen, ab 4520 Euro

AUKTIONATOR ARTHUR FLOSS: ANTIZYKLISCH KAUFEN – LAUTET SEIN TIPP

Arthur Floss (Foto), selbst Sammler und früher Investmentbanker, beobachtet als Leiter der Abteilung Modernes Design bei Quittenbaum den Markt schon seit Jahren. Das Münchener Kunstauktionshaus ist Spezialist für modernes, d. h. nicht älter als 100 Jahre altes, Gebrauchsdesign. Nach Ansicht des Experten fng das allgemeine Interesse daran in den

1970ern mit Jugendstilauktionen in London an. Seitdem gab es mehrere Trendschübe, von Bauhaus bis in die Gegenwart. „Der Designmarkt ist noch sehr neu und schwankend, aber wegen der re-

lativ niedrigen Einstiegspreise als Wertanlage durchaus interessant“, findet Floss. Die Vernetzung mit dem internationalen Markt in New York, Chicago, London oder Paris ist – durch Kataloge, vor allem aber vermehrte Online-Auktionen – transparent geworden. So ermittelt Quittenbaum den Anfangspreis für Gebote sowohl durch eigene Erfahrungswerte wie durch Vergleiche. „Die Öffentlichkeit ist heute designbewusster. Einrichten ist ein wichtiges Thema und es ist auch das Bewusstsein da, dass ein limitierter Sessel eines zeitgenössischen Designers wie Ron Arad skulpturale Qualitäten hat.“ Durch den Zeitgeist, die Medien, den Verkauf ganzer Promisammlungen, wie kürzlich die von Yves Saint Laurent, sogar durch Filmausstattungen wird das Interesse beeinflusst, meint der Auktionator. Die Kunden, die bei Quittenbaum kaufen, reichen vom

Architekturstudenten über den Sammler mit Special-Interest-Gebiet bis hin zu Museen wie dem MoMa in New York. Mit langfristigen Trendprognosen ist Floss lieber vorsichtig. „Man kann es nicht erklären, warum zurzeit unbekanntere Skandinavier wie Finn Juhl so gefragt sind, aber ein gut erhaltener Weißenhof-Flechtsessel aus der ersten Serie sich schwer verkaufen lässt.“ Einen Tipp für Sammler, die eine konservative Anlagestrategie verfolgen, hat er dennoch: „Langfristig fährt man gut, wenn man auf Seltenheitswert, Bekanntheitsgrad, Zustand der Stücke achtet. Und so antizyklisch kauft wie an der Börse, denn auch der Designmarkt reagiert auf jeweilige Sonderbewegungen.“ Doch selbst für einen Handelsexperten wie Arthur Floss besitzen alle Objekte, unabhängig vom materiellen, einen zeitgeschichtlichen Wert. Und einen ideellen.

FOTOS: Fritz Hansen 2000 [1], www.vitra.com [1]

60er-Jahre

SCHÖNE NEUE KÜNSTLICHE WELT:
VON POP-ART BIS SPACE-LOOK



HERRLICH ANDERS 1 Sessel „Amoeba“, von Verner Panton, Vitra, um 1015 Euro **2** Kissen „January“, von Alexander Girard, Maximo, über www.markanto.de, um 120 Euro **3** Deckenleuchte „Splügen Bräu“, von Achille & Piero Castiglioni, Flos, über www.markanto.de, um 345 Euro **4** Sessel „Orange Slice“, von Pierre Paulin, Artifort, um 1850 Euro **5** Tischkalender „Timor“, von Enzo Mari, Danese, über www.ambientedirect.com, um 105 Euro **6** Schaumstoff-Sitzsystem „ESA“, von Kazuhide Takahama, B-Line, über www.markanto.de, um 640 Euro

ONLINE-HÄNDLER SVEN VORDERSTRASSE: ER GLAUBT AN DIE DEMOKRATISIERUNG DES DESIGNS

„Ich bin selbst Sammler und so entstand im Zuge des Internet-Booms der 1990er die Idee zu einer Börse für gebrauchtes Design.“ Längst vertreibt Sven Vorderstrasse (Foto rechts), gelernter Werbefachmann, im 1999 eröffneten Online-Shop www.markanto.de schwerpunktmäßig Designklassiker des 20. Jahrhunderts. Alles hochkarätige Stücke, die immer noch oder wieder produziert werden.

Welche Kriterien muss ein Wohnobjekt erfüllen, damit es für Sie ein Designklassiker ist?
Der Begriff Designklassiker wird inzwischen inflationär verwendet. Wir aber bieten von lizenzierten Herstellern Wohnobjekte an, die aufgrund ihrer Entstehungsgeschichte, ihrer Form, der Materialinnovation oder aus anderen Gründen ein Vorbild für nachfolgende wurden.
Ab wann spricht man von einem Klassiker und was löst das Interesse an einer Stilepoche aus?

Sicher bedarf es einer gewissen Distanz von 10, 20 Jahren, um zu wissen, was Bestand hat. Vieles ist eine Zeitgeistfrage: Die Eltern etwa sammeln Biedermeier, die nächste Generation dagegen entdeckt die Fünfziger wieder.
Setzen die Liebhaber von Designklassikern vor allem auf das Prestige bekannter Namen?
Vielleicht, die meisten aber kaufen einen Panton-Freischwinger, weil sie ihn zeitlos schön finden. Natürlich haben sie ihn irgendwo mal gesehen, in einer Zeitschrift, im Museum...
Warum werden heute so viele Klassiker gekauft?
Viele der Klassiker, die heute auf dem Markt sind, stammen von Designerarchitekten, wie etwa Mies van der Rohe oder Le Corbusier, die auch das Mobiliar für die von ihnen geplanten Häuser entwarfen. Damals waren das Sonderanfertigungen, extrem teuer oder sie entsprachen nur dem Geschmack einer kleinen

Avantgarde. Seit Firmen wie Cassina in den 1970er-Jahren mit Reeditionen anfangen, waren solche Stücke auch serienmäßig wieder erhältlich – und bezahlbar.
Vintage-Stück mit Patina oder fabrikneue Reedition: Was ist wertvoller?
Das ist eine Kostenfrage und auch eine Frage, was man damit vorhat. Ein echter Eames Chair aus den 1940er-Jahren mit kaputter Polsterung kostet Zigttausende Euro – viel zu schade, um täglich darauf zu sitzen. Die Differenzierung von Original und Reedition ist sowieso heikel: Firmen wie Vitra oder Artifort produzieren seit Jahrzehnten fast nahtlos die Entwürfe bekannter Designer weiter. Gut so, denn warum sollten so erstklassige Stücke namhafter Designer nur einer gut betuchten Minderheit zur Verfügung stehen?

