

Sie schwafeln nicht von der Zukunft, sondern reden lieber von der Gegenwart – und suchen einen zeitgemäßen Ausdruck für Produkte, die „in der Vergangenheit stecken geblieben sind“. Ein Gespräch mit Eva Paster und Michael Geldmacher vom Büro Neuland Industriedesign.



Report

Besuch bei...

50

6/10
design report

Neuland Industriedesign







Der kommerzielle Erfolg von „Random“ (MDF Italia, 2005) bescherte Paster und Geldmacher viele neue Aufträge. Rechts: Eine Wand im Studio ziert das Regal „Insert Coin“ (Nils Holger Moormann, 2007).

■ Alles schön verräumt und eingekastelt: So müsste es doch aussehen bei Leuten, die in letzter Zeit vorzugsweise Regale und Schränke entworfen haben. Denkste. Bei Neuland Industriedesign herrscht kreatives Chaos. An der Decke baumeln rohe Stuhlmodelle und Leuchtenentwürfe, die Wände sind zugekleistert mit Zeichnungen; Papiere und Stifte, Kaffeetassen und Computer drängen sich auf den Arbeitstischen. Viel Material auf wenigen Quadratmetern: Eva Paster (38) und Michael Geldmacher (41) residieren in einem ziemlich kleinen Büro in der Münchner Schulstraße.

Die beiden kennen sich seit dem Studium an der Münchner Fachhochschule für Design, wo sie heute nebenbei als Lehrbeauftragte arbeiten. Anders als viele Kollegen, die sich nach dem Studienabschluss erst einmal in größeren Studios umtun, gingen Paster und Geldmacher gleich aufs Ganze und gründeten 1999 ihr Büro Neuland Industriedesign. In den ersten Jahren entwarfen sie vor allem medizintechnische Geräte und Spiele, seit 2005 jedoch konzentrieren sie sich mehr und mehr auf Möbeldesign. Inzwischen beinhaltet ihr Portfolio Produkte für Kunden wie Interlücke, MDF Italia, Nils Holger Moormann, Kristalia, B-Line und Magazin.

Die Designer haben etliche Preise für ihre Arbeiten erhalten, etwa den Elle Deco Design Award (für das MDF-Regal

„Random“) sowie den Chicago Good Design Award und einen IF-Product Design Award (für das Moormann-Regal „Insert Coin“). In diesem Jahr konnte Neuland gleich vier neue Entwürfe auf der Mailänder Möbelmesse präsentieren, darunter den „Elephant Chair“ für Kristalia und die „K1“-Schränkwand für Nils Holger Moormann. Wir trafen Eva Paster und Michael Geldmacher im Oktober in ihrem Münchner Büro.

Auf der Mailänder Möbelmesse zeigte Nils Holger Moormann voller Stolz Ihre „K1“-Schränkwand. Der Entwurf sei perfekt, sagte er, müsse aber billiger werden. Sind Sie da weitergekommen?

Geldmacher: Ich glaube, sie ist noch teurer geworden. Auf jeden Fall ist der Preis ziemlich happig – allerdings nicht zu hoch und durchaus marktgerecht, wie ich finde. Allein das Sperrholzmaterial ist ja schweineteuer. Und die bei Moormann handwerklich gefertigten Beschläge haben auch ihren Preis.

Paster: Abgesehen davon, haben wir nach der Messe natürlich noch am Produkt gefeilt, denn bei dem in Mailand gezeigten Prototyp waren Qualität und Preis noch nicht ausgewogen. Zum Beispiel haben wir erreicht, dass die Türen leiser schließen und der Schrank einfacher aufzubauen ist. Wir haben das Produkt hochwertiger gemacht, und das rechtfertigt schließlich auch den Preis.

Um beim Thema zu bleiben: Sie haben ja bereits mehrere Regale entworfen. Befürchten Sie, dass die Branche Sie in die Schublade „Regal-Experten“ steckt, oder ist Ihnen so eine Spezialisierung ganz recht?

Paster: Ich vergleiche es immer mit der Schauspielerei: Wenn du einmal mit einer Rolle bekannt wirst, identifizieren dich die Leute mit diesem Charakter. So ähnlich ergeht es uns mit den Regalen: Seit wir mit „Random“ ein kommerziell erfolgreiches Produkt entwickelt haben, wollen alle Regale von uns, obwohl es gar nicht unsere Vorliebe ist. Andererseits freut es uns, weil der Erfolg uns neue Aufträge beschert hat. Übrigens werden wir auch häufig als Designer wahrgenommen, die nur mit kalten, geraden Flächen arbeiten, was auch nicht stimmt. Es sind die Kunden, die einem den Stempel aufdrücken – mit unserem eigenen Stil hat das nur bedingt zu tun.

Wie erklären Sie sich den Erfolg von „Random“?

Geldmacher: Zuerst haben wir uns gewundert darüber. Aber irgendwann wurde uns klar, dass wir mit diesem Entwurf eine Tür aufgestoßen haben. Der Innovationsdruck war offenbar so gewaltig, dass etwas passieren musste. Bei Stühlen, Betten oder Tischen ist das ja nicht der Fall. Wenn Sie etwa für ein Stuhlprojekt recherchieren, finden Sie locker 2.000 Mo-



„Nicht die Tasse stillt den Durst – der Inhalt ist wichtiger als die Form.“



delle auf dem Markt. Frei stehende Einzelregale dagegen gab es vor „Random“ gerade mal eins – nämlich Naoto Fukasawa „Shelf“ von B&B Italia.

Paster: Die Rede ist wohlgerneht nicht von Systemregalen, wo man sich Module an die Wand schraubt, sondern von einem Einzelmöbel ...

... und „Random“ hat mit seinen unterschiedlich großen Fächern ja sogar etwas Skulpturales.

Geldmacher: Dabei spielte die Ästhetik anfangs überhaupt keine Rolle bei der Entwicklung. Am Ausgangspunkt stand die Überlegung, dass jedes Buch eine andere Bedeutung für dich hat. Es gibt Lieblingsbücher, Vorzeigebücher, große und kleine, dicke und dünne. Nur deshalb hat „Random“ unterschiedlich große Fächer. Paster: Nicht das Regal sollte im Vordergrund stehen, sondern der Inhalt – die Bücher.

Geldmacher: Wenn du dir die Werbung für Regale anschaust, siehst du immer nur das leere, orthogonale Raster, allenfalls geschmückt mit einer Vase oder einem Obstarrangement. Und warum? Weil Regale gemeinhin immer scheußlicher aussehen, je mehr Bücher du draufstellst: Bunte Bücherrücken sprengen das Raster. „Random“ dagegen wird immer schöner, je mehr du reinräumst. Paster: Wir wollten von dieser soldatischen Reihung der Bücher weg, denn

das entspricht nicht unserer Zeit und Denkweise.

Geldmacher: Als es sich dann so gut verkaufte, fragten viele andere Hersteller, warum wir das nicht bei ihnen gemacht hätten. Da konnten wir nur sagen: Wir waren ja bei euch, aber ihr wolltet es nicht.

Sie haben das Produkt also ohne Auftrag entwickelt.

Paster: So machen wir es eigentlich fast immer.

Geldmacher: Wir wissen gar nicht, wie das üblicherweise läuft in der Branche. Wir haben unsere Firma ja gleich nach dem Studium gegründet, ohne zuvor in großen Büros gearbeitet zu haben. Wir sind auch nicht derart verbandelt mit der Szene, dass wir uns abends mit Leuten wie Konstantin Grcic zusammensetzen und fragen, wie die das so machen. Wir wurschteln umeinander und machen unser Ding.

Paster: Ich denke, die meisten Möbeldesigner arbeiten wie wir. Ausnahmen sind vielleicht Stars wie die Bouroullecs oder Patricia Urquiola. Die werden natürlich angefragt, weil alleine der Name ein Marketingfaktor ist. Aber sonst? Da geht man in Vorleistung, entwickelt Ideen, fertigt Zeichnungen oder Vormodelle an. Dann klappert man die Firmen ab und hofft, dass sich jemand verliebt.

Wie gehen Sie an eine Aufgabe heran?

Paster: Im Vordergrund steht bei uns meist ein soziologisches Thema. Wir fragen uns: Entspricht ein Produkttypus noch den Anforderungen der Gesellschaft? Oder hat er sich vielleicht nicht mitentwickelt? Wenn das so ist, versuchen wir, das Objekt sozusagen aus der Vergangenheit herauszuholen und in die jetzige Mentalität zu übersetzen. Mit Zukunftsvisionen beschäftigen wir uns kaum. Uns reicht es schon, ein Produkt in die Gegenwart zu ziehen, es abzustauben.

Beim Typus Regal hat sich der Ansatz als fruchtbar erwiesen. Gibt es noch andere Beispiele?

Paster: Garderoben sind so ein Fall für mich. Auch Betten. Da gibt es noch ganz viel zu tun.

Geldmacher: Vor allem sind Küchen in der Vergangenheit stecken geblieben – obwohl sie so futuremäßig mit Corian oder Edelstahl daherkommen. Aber inhaltlich und emotional hat sich in den letzten 15 Jahren fast nichts getan. Da herrscht die reine Technokratie. Jedenfalls wirken heutige Modelle, zumal die teuren, unglaublich steril. Man fragt sich, ob die überhaupt benutzt werden.

Und wie sähe eine gute Küche aus?

Paster: Es käme darauf an, eine moderne und zugleich sinnliche Umgebung zu schaffen. Eine gute Küche sieht danach aus, dass es jetzt gleich duften wird, dass



hier gleich gebrutzelt wird, dass das Fett auch irgendwo hinspritzen darf und hier oder da Gewürze stehen dürfen, ohne dass die ganze Angelegenheit gleich optisch kaputtgeht.

Geldmacher: Diese glatten Edelstahlblöcke passen doch eher in die Pathologie; da könnte ich im nächsten Arbeitsgang auch irgendwelche forensischen Untersuchungen machen. Was hat das mit Essen zu tun?! Man muss es einmal drastisch sagen: Im Leben geht's doch um Fressen, Schlafen und Vögeln. Wenn ich mir dagegen unsere Interieurs anschau, denke ich, dass es einzig um Hygiene und Repräsentation geht.

Apropos Edelstahl. Design ist ja heute vielfach von Materialinnovationen getrieben. Wie stehen Sie dazu?

Geldmacher: Tatsächlich ging die Diskussion in den letzten Jahren sehr stark in die Richtung, Innovation übers Material zu definieren. Man hat ja auch durchaus das eine oder andere interessante Stück gesehen, das ohne den jeweiligen Werkstoff nicht möglich gewesen wäre. Generell finde ich allerdings, dass der Materialansatz uns Designer einengt: Er zwingt dich in einen Kanal und du kannst die Einflüsse, die den Menschen betreffen, kaum noch einbinden – du hast nur noch den Aluminiumschaum oder die Karbonfaser im Blick.

Paster: Manchmal findet man natürlich ein Material, das neue, sinnliche Qualitäten hat, aber das ist extrem selten. Oder es ist unglaublich teuer. Klar, kann man einen elitären Schmarren machen, der sich siebenmal verkauft und dann in einer Galerie landet. Dann sprechen wir aber über Kunst, nicht mehr über Design. Geldmacher: Aerogel wäre etwas, das mich reizen könnte: das leichteste Material der Welt, es besteht zu 99,8 Prozent aus Luft. Auf Fotos sieht es aus wie materialisierter Geist – man könnte glatt religiös werden.

Ganz profan gefragt: Wie ist die Aufgabenverteilung zwischen Ihnen?

Paster: Wir gestalten beide – teilweise zusammen, teilweise auch sehr autistisch jeder für sich. Darüber hinaus bin ich für die Akquisition zuständig, während sich Michael mehr um die technische Umsetzung kümmert.

Geldmacher: Was diese Kontaktgeschichten angeht, bin ich eine Niete.

Paster: Eigentlich nicht, du denkst es nur und kokettierst damit.

Geldmacher: Ich konzentriere mich lieber auf das Wesentliche.

Paster: Tja, deshalb bin ich immer die Böse und Michael ist der Gute.

Geldmacher: Ich bin ein schlechter Geschäftsmann. Das erkennen die Leute sehr schnell und versuchen es auszunutzen. In Verhandlungen mit dem Kunden

sitzt du ja so gut wie nie mit einem Designer am Tisch. Das sind knallharte Geschäftsleute – manche von denen könnten genauso gut Rasierklingen verkaufen oder Autoreifen. Wenn die einen sehen wie mich, denken die: Klasse, da ist wieder so ein Vollidiot, der Spaß an seiner Arbeit hat.

Wann ist ein Entwurf gut?

Paster: Am Ende darf auf keinen Fall stehen: Sehr schön – na und? Ästhetik darf kein Selbstzweck sein. Ein Stuhl muss entweder bequemer sein oder er muss besser zum Tisch passen oder bestimmten Gesellschaftsschichten besser entsprechen. Ein Regal muss mit Büchern schöner sein als ohne. Es braucht immer einen emotionalen oder funktionalen Grund für eine Neuerung. Wenn es den nicht gibt, schämen wir uns und stampfen den Entwurf ein.

Können Sie Ihre Entwurfsphilosophie in einem Satz zusammenfassen?

Geldmacher: Meine Freundin sagt immer, sie würde sich freuen, wenn sie eines Tages den von mir geprägten Satz lesen könnte: Nicht die Tasse stillt den Durst. Ja, das ist es: Der Inhalt ist wichtiger als die Form.

Interview: Klaus Meyer

Fotos: Andreas Hoernisch



Mit vielen Skizzen, ganz links, erforschen die Designer die funktionalen und emotionalen Potenziale ihrer Entwürfe. Links: Mit den zackigen Alu-Regalmodulen „Fin“ (B-Line, 2010) lassen sich Wände strukturieren.



Das Schranksystem „K1“ (Nils Holger Moormann, 2010) setzt sich aus schmalen und breiten Segmenten zusammen und ist beliebig erweiterbar. Der „Elephant“-Sessel (Kristalia, 2010) präsentiert sich hier mit Lederbezug; es gibt ihn auch mit PU-Sitzschale.

