

# Vom Design zum Lebensraum Luxusgut Zuhause

Wie wir in Zukunft leben und wohnen, war zentrales Thema am 7. Internationalen Branchenseminar für Frauen, das am 25. und 26. Juni in Meran stattfand. Wie man Design mit Funktionalität verbindet, zeigte Designerin Batisweiler auf. Dass wir künftig nicht individuell sein, sondern uns in vorgegebenen Wohnwelten wiederfinden wollen, meinte Kernmaier. Wohnen soll man auch im Auto, wünschte sich eine Referentin.

**I**nnenraumgestaltung ist ein Spagat zwischen Design und Funktionalität. Auf beiden Seiten gibt es viele Vorgaben. So soll etwas ansprechend, ästhetisch, individuell und gleichzeitig auch bedienerfreundlich, wartungsarm, störungsarm, langlebig und benutzbar sein. „Wenn es gelingt, eine Lösung zu finden, vielleicht sogar eine grandiose, dann ist die Welt wieder in Ordnung, für den Gestalter ebenso, wie für den Auftraggeber“, schilderte DI (FH) Dipl.-Designerin Anne Batisweiler, Anne Batisweiler Planung Raum Design, München.

Sie stellte am Internationalen Frauenseminar mehrere Projekte vor. So hat Batisweiler beispielsweise eine denkmalgeschützte Jugendstilvilla im Zuge von Renovierungsarbeiten zu einem Büro für Innenarchitektur und Design umgestaltet. Dabei galt es, sowohl die Vorgaben des Denkmalschutzes zu berücksichtigen als auch eine funktionstüchtige Büronutzung zu ermöglichen.

## Die neue Häuslichkeit

Die Gestaltung von Möbeln und Fußböden setzt Trendkenntnis voraus. Gera-

de in Krisenzeiten ist der Wunsch, in die Zukunft blicken zu können, groß. Wie lange dauert die Krise? Wie wirkt sie sich das Kaufverhalten meiner Kunden aus? „Wir sind alle keine Hellscher und können nur durch detaillierte Marktbeobachtung und Erfahrung im Designmanagement Vermutungen anstellen“, betonte Mag. (FH) Eva Kernmaier, zuständig für Dekormanagement bei Egger Holzwerkstoffe, St. Johann in Tirol. Individualität ist inzwischen zu viel, erklärt sie. Der Mensch will heute nicht mehr auswählen, das ist ihm zu mühsam. Er will Komplettlösungen, Bilder und Gestaltungen, die ihn ansprechen. Kernmaier nennt als Beispiel Ikea. Vom Boden über die Möbel bis hin zur Dekoration werden Wohnwelten geboten, in denen sich der Kunde wiederfinden kann, wo er aber immer noch die Freiheit hat, „seines“ zusammenzustellen und so seine Identität einzubringen.

„Früher war Öko eine Nische, heute ist es sexy“, betont Kernmaier. Die neuen Ökos nennen sich Lohas (Lifestyle of health and sustainability). Mittlerweile liest man in diesem Zusammenhang Sätze, wie „Gut gestylt die

Welt verbessern“. Lohas legen Wert darauf, dass Produkte durchdacht sind und Natur und Technik nicht im Widerspruch stehen.

Heute ist Homing angesagt. Man lebt das gesellschaftliche Leben zuhause, lädt Freude ein, kocht, isst und trinkt gemeinsam – und zeigt, wie toll man wohnt. Der Wertewandel zeigt sich deutlich und führt dazu, dass Statussymbole wie das Auto gegenüber einem schönen Zuhause an Bedeutung verlieren.

„Heute wird der Ruf nach starken Kontrasten immer lauter“, betonte Kernmaier. Auf dunklen Boden wird mit hellen Möbeln, auf hellen Boden mit dunklen Möbeln reagiert. Weiß ist der Megatrend, ebenso die Kombination Schwarz und Weiß mit markanten Hölzern. Neben Möbeln ist auch der Fußboden immer kontrastreicher. Hölzer werden exotischer und wilder. Morgen bleibt Weiß nach wie vor ein zentrales Thema. Allerdings nicht mehr in Kombination mit Schwarz, sondern mit hellen und dunklen Hölzern sowie mit warmen Grautönen. Möbeldesign zeigt immer natürlichere Formen und Materialien. Die Oberflächenstruktur wird wichtiger. Hölzer bekommen eine eigene Identität und Materialcharakter durch Einfarben, Lasieren oder Kälken, ohne aber die Natürlichkeit zu verlieren.

## Design im Wandel der Zeit

„Dass das Auto kein Statussymbol mehr ist, dem wollen wir entgegenwirken“, argumentierte Dipl.-Designerin (FH) Margarete Wies, Design Kommunikation bei Mercedes-Benz Design, Daimler, Sindelfingen/DE. „Wir wollen Wohnlichkeit ins Auto bringen, die Technik soll Teil der Lebenswelt werden“, so Wies. Das Innenraumkonzept der Mercedes-Benz Studie F700 interpretiert komfortables, sicheres Reisen und Wohlfühlen in einer neuen Form. Dank der Verwendung von natürlichen Materialien wie Leder und Kork und einer Farbharmonie von Braun- und Beige-Tönen wirkt das Interieur elegant-leicht und hochwertig. „Auch in Zukunft wird es Bedarf an komfortabler Mobilität in großen Limousinen geben“, ist Wies überzeugt. **bf**



170 Teilnehmerinnen verfolgten die Vorträge am Branchenseminar