

LABELS, DIE WIR LIEBEN

AUFSTREBENDE NEWCOMER
UND ÜBERRASCHENDE
COMEBACKS: DIESE ACHT
DESIGNFIRMEN PUNKTEN
MIT ERSTKLASSIGER
QUALITÄT, STILSICHEREN
ENTWÜRFEN UND FREUDE
AM EXPERIMENTIEREN

TEXT JULIA FLÖTER



STIMMIGE RUNDE
Die Hocker „Pal“
ergänzen den Tisch
„Camp“, Leuchte
„Gear Table“ gibt
es auch als Steh-
leuchte. Alles von
Northern



BIG BUDDY Lounge-Chair „Oblong“ ist mit Stoff von Kvadrat bezogen und wird durch das gesteppte Wollkissen „Case“ noch bequemer



LEICHTFÜSSIG
Das Stauraumsystem „Hifive“ versteckt Technik. Perfekt dazu passt Couchtisch „Stilk“

NORTHERN

IN DIESEM FALL bedeutet weniger mehr. Denn seit der Markenname „Northern Lighting“ auf „Northern“ verkürzt wurde, ist das Portfolio des früheren Leuchtenlabels um Möbel und Wohnaccessoires gewachsen. „Northern Lighting war schon immer mehr als Beleuchtung. Die Grenzen von Gestaltung, Form und Materialien auszureizen gehörte zu unserer DNA. Möbel und Interior-Accessoires zu designen war da ein natürlicher nächster Schritt“, so Ove Rogne, CEO und Mitgründer von Northern Lighting. „Unsere allererste Leuchte war ‚Snowball‘ – diese kleine Leuchte verkaufte sich 2005 auf Anhieb sehr gut und gab uns den Mut, mehr Objekte zu entwerfen“, erzählt er. Im Rahmen des Relaunchs auf der Stockholm Furniture Fair 2018 präsentierte Northern nun gleich vier neue Leuchterserien und 24 neue Produkte – darunter das Schlafsofa „Daybe“ und den silbrig glänzenden Barwagen „Loud“. Stehleuchte „Oslo Wood“, die Ove Rogne 2006 selbst entwarf, zählt nach wie vor zu den Bestsellern. Da er im hohen Norden Norwegens aufwuchs, wo es im Winter selten hell wird, war ihm gemütliches Licht besonders wichtig. northern.no

DANTE

SCHON DIE WEBSITE mit Anspielungen auf „Die Göttliche Komödie“ von Dante und der Untertitel „Dante – Goods And Bads“ sind speziell. Tatsächlich liefert jede Kollektion Goods und Bads, also „Güter“ und „Böses“. „Die Goods sind Highlights im Raum, die man nicht einfach so kauft, sondern in die man sich verlieben muss. Sie haben oft einen Verweischarakter, sei es Paravent ‚Minima Moralia‘, der an Jalousien erinnert, oder Garderobe ‚Memoir‘, die sich wie ein Fenstergitter ausziehen lässt“, so Künstlerin Aylin Langreuter. Gemeinsam mit dem luxemburgischen Designer Christophe de la Fontaine, der lange als Leiter der Entwurfsabteilung von Patricia Urquiola tätig war, lebt und arbeitet sie in einem Schloss in Niederbayern. Als künstlerische Freiheit leisten sich die beiden pro Kollektion eine „Bads“-Skurrilität, die weder zweckmäßig noch zwangsläufig hübsch sein muss – sei es ein blinder Spiegel oder ein Elefantenfuß aus Polymerbeton. Stolz ist das Paar darauf, von A bis Z alles allein zu stemmen: Entwurf, Prototyp-Entwicklung, Vertrieb und Versand. Denn das ist wirklich ungewöhnlich. www.dante.lu



SCHÖNE KURVEN
Die Nackenstütze von Liege „Charlotte“ lässt sich verschieben, Regalsystem „Plus Ou Moins“ beliebig erweitern



ELEGANT Paravent „Minima Moralia“ bietet Durchblick, Sessel „Falstaff“ ein bequemes Plätzchen

ROLLE RÜCKWÄRTS Über den Sesseln „Hoff“ mit zylindrischer Lehne strahlen die Leuchten „Chains“



SCHWUNGVOLL Armlehnstuhl „Dojo“ vereint Holz und Stahl, Regal „Loop“ wirkt wie ein Kunstobjekt an der Wand

PETITE FRITURE

VERSPIELT UND DOCH ELEGANT sind die Möbel und Accessoires des Designverlags Petite Friture, den Amélie du Passage 2009 gründete. „Ich hatte damals kein ästhetisches Manifest. Mein Antrieb waren Intuition, Faszination und Überzeugung“, so die Französin. Von Beginn an suchte und förderte sie junge Designtalente, deren Entwürfe Emotionen wecken. Deckenleuchte „Vertigo“ von Constance Guisset, deren runder, geschwungener Schirm an eine Hutkrempe erinnert, wurde der erste Bestseller. Was viele Produkte gemeinsam haben, sind grafische Linien und eine schlanke Form, mit denen etwa das Regal „Loop“ (oben) aus gelötetem Stahl punktet. Aber auch für amüsante Ideen ist Amélie du Passage zu begeistern. Sei es eine Tapete wie „Jetlag“, deren grafisches Schwarz-Weiß-Muster zu tanzen scheint, oder Sofa „Nubilo“, dessen Form und Kissen an eine Wolke erinnern. „Ich habe im Kopf, was wir brauchen und in welche Richtung wir uns entwickeln sollten. Aber die Tür bleibt offen für alle Projekte, solange sie in unseren Lifestyle-Bereich passen“, so die Gründerin.

www.petitefriture.com

PULPO

AUS DEM BAUCH HERAUS gründeten Ursula und Patrick L'hoste ihr Designlabel Pulpo. „Eine Freundin entwarf die Wandhaken-Serie ‚Mosaik‘ für Fliesen und fragte uns 2006, ob wir eine Vermarktungsidee hätten. Mein Mann, der damals Querflöte und Klavier in seiner Musikschule unterrichtete, war bereit für Plan B“, erzählt Ursula L'hoste. „Als wir über Firmennamen nachdachten, gab es Pulposalat. Wir lieben Tintenfisch, so entstand unser Name.“ Heute umfasst das Portfolio viel mehr als die anfänglich simplen Stahlblech-Designs, aus denen Kunden teilweise selbst 3-D-Produkte biegen konnten. „Durch die Erweiterung um Glas und Keramik und die Zusammenarbeit mit namhaften Designern haben wir Pulpo neu positioniert“, so Ursula L'hoste. Erfolgsdesigner Sebastian Herkner entwarf die Leuchtenserie „Oda“, die Tische „Font“ und schimmernde „Container“-Vasen. „Er war ein Beschleuniger für die Entwicklung und ein echter Glücksfall. Heute sind wir gut befreundet“, so Ursula L'hoste. Für Überraschungen sorgt Pulpo immer wieder – sei es mit einem Bronze-Nashorn oder einer Vase in Gartenschlauch-Optik. pulpoproducts.com

ABGESCHIRMT Ottomane „Oooh“ ergänzt den Sessel „Kaboom“ mit besonders hoher Lehne



DICK & DÜNN Beistelltisch „Delight“ ist aus Glas und in zwei Größen erhältlich, Stehleuchte „Heron“ stolze 184 cm hoch

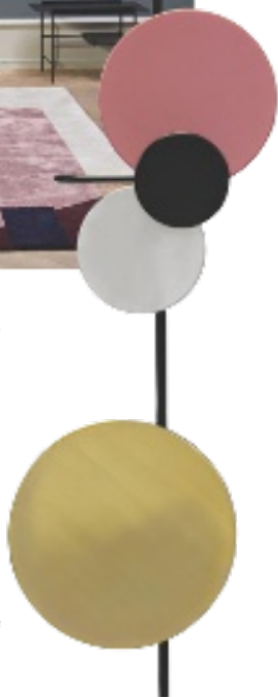




SPIELERISCH Sessel „The Keystone“ ergänzt den Teppich „Arqui Rug 1“, Pinnwand „Nouveau Pin“ dämpft die Akustik



FLEXIBEL Die Platten des „Kanso Coffee Table“ kann man als Tablets verwenden, die „Planet Lamp“ ist in mehreren Farben erhältlich



PLEASE WAIT TO BE SEATED

SOFORT SCHMUNZELN lässt einen der Name des dänischen Labels. „In einem Restaurant las ein Freund das Schild ‚Please wait to be seated‘ laut vor, und ich dachte: Das ist ein interessanter Name!“, erinnert sich Firmengründer und Kreativdirektor Thomas Ibsen, der zuvor als Interior-Fotograf erfolgreich war. „Über die Jahre hatte ich so viel Wissen über Design gesammelt, dass ich es nicht mehr abwarten konnte, selbst loszulegen.“ 2014 war es so weit. Gleich mit dem ersten Produkt, der Wandleuchte „Planet Lamp“, deren Magnetscheiben sich variabel platzieren lassen, gelang ein Bestseller. „Sie wurde schon von Hollywoodstars und Modedesignern gekauft – leider darf ich keine Namen verraten, aber das macht mich stolz“, so Ibsen. Auch Stühle und Tische von Egon Eiermann vertrieb er in Skandinavien von Beginn an. 2016 stieg Mitinhaber und CEO Peter Mahler Sørensen in die Firma ein. Heute umfasst die Kollektion zudem Beistelltische, Stühle, Teppiche und Accessoires wie Pinnwände – designt von jungen Talenten und Größen wie den Bouroullec-Brüdern und Konstantin Grcic. pleasewaittobeseated.dk

ZANAT

DER STREICHELREFLEX ist bei Produkten von Zanat groß. Die modernen, mit Reliefschnitzerei verzierten Massivholzmöbel, Leuchten und Accessoires möchte man sofort anfassen. Jedes Stück wird in Bosnien handgefertigt. „Zanat entstand auf Grundlage unseres Familienbetriebs, der 1919 gegründet wurde und bis heute für kunstvoll geschnitzte Holzmöbel steht“, erzählt Orhan Niksic. Der Ökonom wollte das Handwerk modern einsetzen und langfristig Arbeitsplätze schaffen. Mit Bruder Adem gründete er Zanat, was übersetzt „Kunsthandwerk“ bedeutet. Als Kreativchefin engagierten sie die schwedische Designerin Monica Förster. „Was mich an einer Firma interessiert, ist nicht, wo sie steht, sondern, was daraus werden kann“, sagt sie. Mit ihrem „Unna Chair“ und dem „Bowlikan Side Table“ von Harri Koskinen (unten) wurde schon die Debüt-Kollektion 2015 zum Erfolg. Die Handschnitztechnik nahm die UNESCO 2017 in die Liste des immateriellen Weltkulturerbes auf. Ein neues Highlight ist die Touch-Kollektion von Ilse Crawford: Eine der Tischplatten zu schnitzen dauert drei Tage. Streicheln möchte man sie viel länger. www.zanat.org



HANDSCHMEICHLER Die Touch-Kollektion von Studioilse umfasst ein Sideboard und Tischleuchten sowie Esstisch und Konsole



STETS PARAT In den „Bowlikan Side Table“ sind Schalen eingelassen, Spiegel „Nur Mirror“ ist schnell zur Hand

ZWEI STARKE COMEBACKS

DIE DEUTSCHEN MARKEN
BLOMUS UND AUTHENTICS
ÜBERRASCHEN MIT NEUEN
FARBEN, MATERIALIEN UND
EINEM FEMININEN TWIST



EIN TOLLES KÜCHENTEAM
bilden Keramikgeschirr
„Mio“, Karaffe „Splash“, die
Schneidbretter „Borda“ und
Schale „Ono“ von Blomus



HERBSTTÖNE Die emailierten Schälchen und Tablett „Viso“ erfreuen mit gedeckten Farben



ERWEITERUNG

Kissenbezug „Lina“, Besteck „Stella“ und Dose „Colora“ zeigen die Bandbreite der neuen Kollektion



BLOMUS

„ES WAR AN DER ZEIT, Materialien zu mixen“, findet Charlotte Thorhauge Bech. Als neue Kreativdirektorin schüttelte die Dänin die deutsche Traditionsmarke Blomus kräftig durch. Gegründet 1921 als nordrhein-westfälischer Produktionsbetrieb von Fahrradteilen, wandelte sich das Unternehmen ab 1961 zum Anbieter von Geschenk- und Designartikeln aus Metall. Im Jahr 2000 entstand daraus die Marke Blomus, die mit minimalistisch designten funktionalen Produkten wie Wasserkaraffen und Windlichtern aus Edelstahl bekannt wurde. „Ich liebe das Material. Es war mir aber nicht mehr genug, um Blomus weiterentwickeln zu können. Wir mussten aus dem Edelstahlgefängnis ausbrechen“, erklärt Willo Blome, der das Familienunternehmen in vierter Generation führt. Er engagierte Charlotte Thorhauge Bech, sie setzte auf Steingut und Kork, Leinen, Beton, Holz – und erstmals auf Farbe. Nun bietet Blomus auch Geschirr, Badaccessoires, Kissen und Vasen an. Und natürlich nach wie vor Highlights aus Edelstahl – etwa die neue Besteckserie Stella, entworfen von der deutschen Designerin Theresa Rand. de.blomus.com

FOTOS CHRIS TONNESSEN (2), KRISTOFER JOHNSON (2), LINE KLEIN (2), THOMAS SCHIRMER

AUTHENTICS

ALLTAGSELFER AUS KUNSTSTOFF in leuchtenden Farben – dafür stand die Marke aus Rietberg seit 1981. Treteimer „Tip“ von Konstantin Grcic wurde sogar preisgekrönt. Allerdings waren die Farben nicht mehr up to date, und die Kollektion war zu stark gewachsen. „Das hat zu einer Verwässerung der Markenwahrnehmung geführt – mehr ist nicht zwingend besser“, so Frederik Flötotto, Geschäftsführer des Familienunternehmens. „Also haben wir das Portfolio auf die wichtigsten Produkte reduziert.“ Zudem wurden die Farbspezialisten von Studio Besau Marguerre mit einer Neuausrichtung der Marke betraut. Das Ergebnis: ein Wow-Auftritt auf der Kölner Möbelmesse 2018. „Wir haben Authentics ins Heute geholt und in komplett neue Farben getaucht“, so Eva Marguerre. „Der Schwerpunkt bleibt Kunststoff, aber neue Materialien wie Holz und Textilien machen die Kollektion nun wohnlicher und wärmer“, ergänzt sie. Etwa in Form des Shaker-inspirierten Holztablett-Sets „Norm Tray“ oder der textilen Aufbewahrungskörbe „Nu“, die Studio Besau Marguerre entwarf. Eine komplette Textilkollektion ist derzeit in Planung. www.authentics.de



FARBFLASH Auf der Kölner Möbelmesse präsentierte Authentics seine Produkte für Flur, Küche, Büro und Bad

HÜBSCHE HELFER Tablett-Set „Norm Tray“ wird mit Haken geliefert, Doppelkeil „2Stop“ ist Tür- und Fensterstopper

