

# Der Content-Service der imm cologne zu Design und Wohnkultur

The imm cologne's content  
service for design and interior  
lifestyle



## 06<sub>\_dt</sub> Trends und Design imm cologne 2009

### Inhalt

- |   |   |
|---|---|
| <b>2 Editorial</b><br>Trendige Aussichten   | <b>62 Designer's voice</b><br>Designer im Dialog: Der ökologische<br>Fußabdruck des Designers   |
| <b>4 Überblick</b><br>Per Knopfdruck gemütlich  | <b>64 Harald Gründl, E00S</b><br><b>70 Cuno Frommherz</b><br><b>74 Frédéric Dedelley</b><br><b>78 Olaf Schroeder, ID_OS</b><br><b>82 Konstantin Grcic</b> |
| <b>8 Portrait und Video-Podcast</b><br>Arik Levy  | <b>86 Architektur und Design</b><br>Ein Plan für die Wohnung von morgen   |
| <b>10 Interview</b><br>Arik Levy: „Die derzeitige Krise ist das Beste,<br>was unseren Kindern passieren konnte.“                      | <b>94 Interview</b><br>Li Edelkoort: Bedürfnis nach räumlichen<br>Nischen mit Sexappeal   |
| <b>20 Trendbook imm cologne 2009</b><br>Das Neue nimmt Gestalt an   | <b>100 Impressum</b>  |
| <b>Die Interior Trends 2009</b><br><b>24 Extra Much</b><br><b>26 Near and Far</b><br><b>28 Tepee Culture</b><br><b>30 Re-Run Time</b> |   |
| <b>34 Kommentar</b><br>Uriger Naturlook und bunter Megamix –<br>imm cologne zeigt die Interior Trends 2009                            |   |
| <b>36 Produkte: Arbeiten</b><br>Wenn der Job es sich auf dem Sofa<br>gemütlich macht  |   |
| <b>42 Produkte: Sitzen</b><br>Auf Farbe setzen  |   |
| <b>48 Produkte: Regale</b><br>Alles schön geordnet  |   |
| <b>54 Produkte: Green Design</b><br>Ehrliches für den Öko-Hype  |   |

### Herausgeber:

Koelnmesse GmbH  
imm cologne Presse  
Markus Majerus  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Telefon + 49 221 821-26 27  
Telefax + 49 221 821-34 17

E-Mail [m.majerus@koelnmesse.de](mailto:m.majerus@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)



Cuno Frommherz, Studio (IMM09\_T0602\_01)



Foto: Rolf Benz; Produkt: Vero (IMM09\_T0602\_03)



Foto: De Sede; Produkt: DS-370 (IMM09\_T0602\_04)

# Cuno Frommherz

## „Mich begeistern Form und Konstruktion der Produkte aus der Natur.“



Cuno Frommherz (IMM09\_T0602\_02)

Der Schweizer Cuno Frommherz (\*1963) arbeitete nach einer Lehre als Möbelschreiner mehrere Jahre in einem Innenarchitekturbüro (1992–1996). Neben der Zusammenarbeit mit der Künstlerin Piroska Szönye ist er seit 1996 selbständiger Möbeldesigner. Er bezeichnet sich selbst als Autodidakt. Er wohnt und arbeitet an zwei Standorten in der Schweiz: Im kleinen Ort Schwyz, in alpinem Umfeld, liegen das Atelier und die Wohnung in einem 400-jährigen Herrschaftshaus. Daneben hat Cuno Frommherz im kleinstädtischen Burgdorf in einem Textillager aus den 30iger-Jahren einen Loft mit Atelier eingebaut (Foto). Cuno Frommherz entwickelt Konzepte und entwirft Produkte für Unternehmen der europäischen Möbelindustrie, wie zum Beispiel für De Sede, Rolf Benz, Cassina oder Leolux.

### 1. Welchen Einfluss kann Design auf die Nachhaltigkeit der Produktionsbedingungen ausüben?

Das Design fordert gewisse Materialien und Produktionstechniken und schließt andere aus. Somit ist das Design die Grundlage der Nachhaltigkeit, nur ist es selten, dass das Design der entscheidende Teil ist. Vielmehr entscheiden schlussendlich die Verantwortung und die Firmenkultur des Herstellers über den Grad der Nachhaltigkeit.

### 2. Wie nachhaltig ist der Trend zur Nachhaltigkeit?

Aus intellektueller, akademischer Sicht ist dieser Trend groß und umfassend, oftmals wird Nachhaltigkeit sogar als selbstverständlich angesehen. Nur: Wenn die Nachhaltigkeitskriterien mit den betriebswirtschaftlichen Kriterien in Widerspruch stehen, verlieren die Erstgenannten schnell an Gewicht. Der Trend zur Nachhaltigkeit ist und wird auch immer nur relativ nachhaltig sein, solange wir nicht unsere wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Werte ernsthaft hinterfragen und entwickeln.

### 3. Was kann ein Designer zum Thema Green Design in der Möbelbranche beitragen?

Produkte mit möglichst wenig Ressourcenverbrauch (Material wie Energie) und einem kleinen Transportvolumen sind wichtige Aspekte. Der effektivste und entscheidendste Beitrag ist jedoch, zeitlose Qualitätsprodukte zu gestalten, welche einen möglichst langen Lebenszyklus haben. Letztendlich ist natürlich auch der Designer Konsument, und in seinem Konsumverhalten zeigt sich dann, ob „green design“ eine aufgesetzte berufliche Idee oder ein wirkliches Anliegen ist.

### 4. Mit welchen Argumenten könnten Kunden bewegt werden, mehr in Qualität zu investieren und weniger billige Massenprodukte zu konsumieren, die tendenziell kurzlebiger und ökologisch nachteiliger sind?

Ein guter Entwurf bewegt und weckt Emotionen, vermittelt Werte und gibt dem Kunden Sicherheit. Wenn diese Kriterien erfüllt sind, ist der Kunde oftmals bereit, auch mehr zu investieren.



Foto: Leolux; Produkt: Howlo (IMM09\_T0602\_06)



Foto: Leolux; Produkt: Gabij (IMM09\_T0602\_05)

##### 5. Wie sehen die ästhetischen Alternativen zu den klassischen (Bio-) Massivholzmöbel aus?

Es gibt auch nicht nur Birkenstocksandalen, sondern ebenso ganz elegante, stilvolle. In diesem Sinne kann ein Holzmöbel rustikal, aber auch genau so gut sophisticated sein. Es ist eine Frage der Grundidee, der Detaillösungen, Proportionen und Dimensionen.

##### 6. Was ist für Sie eine Umweltsünde, und wo würden Sie gerne alternative Lösungen sehen?

Eine Umweltsünde auf Möbel bezogen sehe ich in unserer Wegwerfmentalität, und darin, alles billiger und sofort zu wollen. Dies fördert einen unglaublichen Verschleiß an Material, Ideen und Humanpower. Alternative Lösungen müssen dringendst im Energiebereich gefunden und vor allem umgesetzt werden.

##### 7. Und wo finden Sie Ihre Ideen?

Mich begeistern vor allem Form und Konstruktion der Produkte aus der Natur. Betrachten Sie zum Beispiel eine Vogelfeder. Hier bestimmen eine Vielzahl von unterschiedlichsten Kriterien die ganzheitliche Wirkung und Funktion: Sie wärmt, sie ist sehr leicht, sie lässt Wasser abperlen, sie befähigt zum Fliegen, sie benötigt wenig Material und ist extrem effizient, sie besteht aus einer Aneinanderreihung von gleichen Teilen, sie ist eine statische Meisterleistung, sie ist ästhetisch perfekt, sie hat einen hohen emotionalen Ausdruck und Wert, sie wächst nach und sie ist recyclebar. Solche erstaunlichen

Kriterien lassen sich bei beliebig vielen Objekten der Natur beobachten.

##### 8. Ist es nicht realitätsfern, die Natur nachahmen zu wollen?

Nein, diese Kriterien sind für mich als Designer das Ideal, auch wenn ich bei der Entwicklung und Gestaltung eines Produkts von einer solchen Kriterienliste nur träumen kann. Glücklicherweise sind wir tagtäglich von diesen wunderschönen und faszinierenden „Produkten“ der Natur umgeben. Sie bieten uns für unsere Weiterentwicklung eine Fülle von Ideen und trickreichen Lösungen. Andererseits relativieren sie unsere Leistung und zeigen, dass wir uns auch ein bisschen weniger wichtig nehmen könnten.

Weitere Informationen: [www.frommherz.ch](http://www.frommherz.ch)



Foto: Cassina; Produkt: Samsara (IMM09\_T0602\_07)