WALTER KNOLL

Characters

Von Menschen, Marken und Möbeln

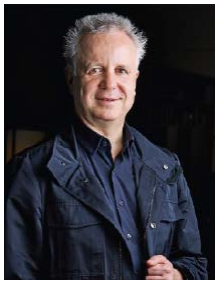
AUSGABE EINS | 2018

Von Menschen, Marken und Möbeln

Liebe Leserinnen und Leser,

ich freue mich, Ihnen die erste Ausgabe von »Characters« zu präsentieren – dem neuen Magazin von Walter Knoll. Es erzählt von Menschen, die uns inspirieren. Von Marken, mit denen wir arbeiten. Und von den Möbeln, die wir schaffen. Was sie alle miteinander verbindet? Persönlichkeit und Exzellenz.

Es braucht Persönlichkeit und Mut, um etwas Neues zu schaffen, das über den Moment hinausgeht. Es braucht Exzellenz und Craftsmanship, um eine Idee in die Form zu bringen, die sie beständig, wertvoll und klassisch macht.



MARKUS BENZ
Mehrheitsgesellschafter
und Vorstand Walter Knoll

Und so stellen wir Ihnen mit Freude einige der prägnantesten Persönlichkeiten der Gegenwart vor – in Interviews, Reportagen und Bildern. Von London aus hat Norman Foster in Zusammenarbeit mit Walter Knoll gerade ein ikonisches Masterpiece geschaffen, *Foster 620*, eine neuartige Polsterbank für große, urbane Räume (Seite 128). In Wien haben die Designer von EOOS nicht weniger als die Redefinition des Schreibtischs entworfen. *Tama Desk* ist ein Lied aus Form und Fläche. Eine Skulptur für Visionäre (Seite 94). In Tokio suchte Creative Director Kashiwa Sato klare und starke Möbel, um für einen japanischen Pharmakonzern ein puristisches Interior zu entwerfen – und fand sie bei Walter Knoll (Seite 50).

Ein Möbel ist erst dann Walter Knoll, wenn es eine Persönlichkeit hat. Und damit das passiert, bis ins Detail, braucht es die Haltung und das Know-how unserer Konstrukteure, Näherinnen und Polsterer. Hier schließt sich der Kreis, dieser Circle of Excellence. Deshalb stellen wir in der ersten Ausgabe auch die Menschen vor, die aus den Ideen der Architekten und Designer exzellente Möbel machen. Sie haben vor allem eines: Charakter.

Nun wünsche ich Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre. Mehr Neuigkeiten und Informationen finden Sie auf unserer Website. Und natürlich heißen wir Sie jederzeit bei uns in Herrenberg willkommen!

Herzlich



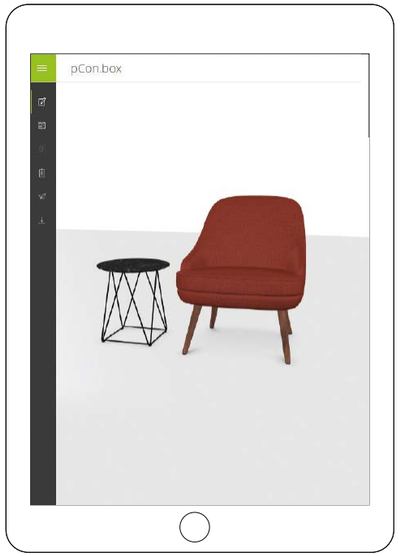
Markus Benz

6 Menschen I / III

8 Koen Maerevoet – KPMG Belgien, Brüssel
10 Barbara Knoflach – BNP Paribas Real Estate, Frankfurt
12 Frank Dopheide – Handelsblatt Media Group, Düsseldorf
14 Kashiwa Sato – Samurai Inc., Tokio
16 Claus Sendlinger – Design Hotels AG und SLOW Hospitality, Berlin
18 Martin Bergmann, Gernot Bohmann, Harald Gründl – EOOS, Wien
26 Essay: ***Die Sofa-Revolution***



10
Beflügelnd: Immobilienexpertin Barbara Knoflach über Büromöbel, die Spaß machen und dem Denken guttun



88
Smartphone-App: Jetzt können Kunden von Walter Knoll ihre Möbel selbst konfigurieren. Für Händler und Architekten ist das eine gute Nachricht

32 Marken II / III

34 KPMG Belgien, Brüssel
40 L'Oréal Deutschland, Düsseldorf
44 Thomas Mann House, Los Angeles
50 Pharma Inc., Tokio
58 Eine europäische Großbank
64 Essay: ***Das situative Manifest***
66 Beyond by Geisel, München
70 Essay: ***Schau, wie wir arbeiten***



44
Pacific Bliss: Das Thomas Mann House in L.A. repräsentiert deutsche Werte – mit Möbeln von Walter Knoll



128
Wendig, fließend, weich: Wie die Kurven der Polsterbank *Foster 620* die klare Geometrie moderner Architektur umspielen



80
Einfach überziehen: Oliver Siegelin, Teamleiter in der Entwicklungsabteilung bei Walter Knoll, macht dank neuartigem Bezug den Stuhl *Liz-M* zum Leichtgewicht

76 Möbel III / III

78 Jürgen Röhm, der Innovator
80 Oliver Siegelin, der Modellmacher
82 Elmar Böing, der Entwicklungspolsterer
84 Julia Schroeder, die Entwicklungsnäherin
86 Rainer Brinkmann, der Konstrukteur
88 ***Das Planungsbüro in der Hosentasche***
94 *Tama Desk* – die Skulptur für Visionäre
102 *Scale-Media* – der Master des Boardrooms
106 *Conference-X* – das agile Tischsystem
114 *Liz-M* – der konsequente Minimalstuhl
118 *Deen* – der Stehtisch mit Anziehungskraft
122 *Jaan Silent* – die Oase im Open Space
128 *Foster 620* – der Polster-Baukasten
134 *Foster 512* – der Screen für alle Formen
138 *FK* – die komfortable Sessel-Ikone

140 Impressum

Menschen

Menschen gestalten Fortschritt, schaffen Innovationen. Sie gründen Unternehmen, erfinden Marken, erbauen Häuser, manchmal sogar ganze Welten und richten sie ein. Wie hängt das alles zusammen? Wie werden Ideen, Haltungen und Werte zu Dingen von Wert? Sieben Manager, Macher und Kreative erzählen, was ihnen wichtig ist, was sie inspiriert. Und welchen Einfluss Möbel von Walter Knoll auf ihr Leben haben

Koen Maerevoet

KPMG Belgien, Brüssel

»Wir haben ein ungewöhnliches Gebäude bezogen und suchten nach Möbeln, die Innovation und Beständigkeit ausstrahlen. Bei Walter Knoll haben wir sie gefunden.«

Das Interview mit Koen Maerevoet über **ACHTSAMKEIT** lesen Sie auf Seite 20

Koen Maerevoet, CEO KPMG Belgien, in der Besucherlounge. Sessel *Bao*, Sofa *Jaan*, von Walter Knoll. Mehr über das neue KPMG-Headquarter ab Seite 34

Barbara Knoflach

BNP Paribas Real Estate, Frankfurt

»Räume machen Menschen, davon bin ich überzeugt. Eine gute Einrichtung ist daher das A und O.«

Das Interview mit Barbara Knoflach
über **QUALITÄT** lesen Sie auf Seite 21

Barbara Knoflach genießt den Blick aus dem 33. Stock des Frankfurter Opernturms. Schreibtisch *Exec-V*, Sessel *Leadchair Executive*, Möbel von Walter Knoll

Frank Dopheide im *Silent Chair* von Walter Knoll, dem Lieblingssessel der Handelsblatt-Redakteure. Dieser gehört wie der Beistelltisch und der Pouf zum Programm *Seating Stones* von Walter Knoll

Frank Dopheide

Handelsblatt Media Group, Düsseldorf

»Walter Knoll passt wunderbar zu uns, der Name steht wie das Handelsblatt für exzellente Produkte. Und monströs viel Erfahrung.«

Das Interview mit Frank Dopheide zum Thema **MARKEN** lesen Sie auf Seite 22

Kashiwa Sato

Samurai Inc., Tokio

»In jedem Objekt steckt eine archaische Funktion. Diesem Designprinzip folge ich. Und ich weiß, Walter Knoll tut es auch.«

Das Gespräch mit Kashiwa Sato über **NATÜRLICHKEIT** lesen Sie auf Seite 23

Kashiwa Sato, Creative Director und Chef der Agentur Samurai, hat die Wände eines Tokioter Pharmakonzerns mit stilisierten Schriftzeichen gestaltet. Sessel *Foster 500* von Walter Knoll

Claus Sendlinger auf der Baustelle seines neuesten Projekts, Marina Marina an der Rummelsburger Bucht in Berlin – ein kreativer Campus für gemeinschaftliches Arbeiten, Leben, Essen und Sein. Sessel *FK* von Walter Knoll

Claus Sendlinger

Design Hotels AG und SLOW Hospitality, Berlin

»Bei *FK* ist jeder Punkt definiert. Dieser Sessel strahlt einfach eine zeitlose Kraft aus. Und so hat jedes gute Design eine eigene Energie, einen eigenen Charakter.«

Das Interview mit Claus Sendlinger zum Thema **PERSONALITY** lesen Sie auf Seite 24

Die EOOS-Designer Martin Bergmann, Gernot Bohmann und Harald Gründl (von links) in ihrem Atelier im 1. Wiener Bezirk

Martin Bergmann
Gernot Bohmann
Harald Gründl

EOOS, Wien

»Irgendwann im Designprozess schlägt das Modell zurück. Wenn du dann noch etwas veränderst, wird alles schlechter. Das spürst du. In diesem Moment ist der Entwurf perfekt.«

Das Gespräch mit Gernot Bohmann und Martin Bergmann über **KREATIVITÄT** lesen Sie auf Seite 25

Koen Maerevoet

KPMG Belgien

Achtsamkeit Der Chef von KPMG Belgien erklärt, was Möbel mit Wertschätzung, Teamgeist und Management zu tun haben. Und wieso Klienten ihn so gern in seinem Büro besuchen



Herr Maerevoet, Sie haben gerade sehr zielstrebig in dem *369* von Walter Knoll Platz genommen. Ist das Zufall?

KM Keineswegs. Dieser Sessel ist mein Lieblingssitzmöbel. Er ist kompakt, flexibel und sehr bequem, und seine Hochwertigkeit zollt Gästen und Mitarbeitern Respekt.

Warum haben Sie für Ihr neues Headquarter Möbel von Walter Knoll gewählt?

KM Wir haben hier ein ungewöhnliches Gebäude bezogen – und suchten nach ungewöhnlichen Möbeln. Sie sollten ausstrahlen, was auch für unsere Arbeit wichtig ist: Innovation, Beständigkeit und Vertrauen. Bei Walter Knoll wurden wir fündig. Architektur und Einrichtung harmonieren sehr gut – miteinander und mit den Werten von KPMG.

Hier im zehnten Stock gibt es verschiedene Besprechungszimmer, fast alle Tische sind rund. Hat das auch mit Ihren Werten zu tun?

KM Wir sind zwar ein großes Unternehmen, aber im Grunde fühlen wir uns wie eine Familie und kommunizieren auch so. Einmal im Monat lade ich ein Dutzend Mitarbeiter zum Lunch ein, um mit ihnen eine offene Diskussion zu führen. Dass wir dabei in großer Runde sitzen, das erleichtert das Gespräch.

Was bedeutet Führung für Sie?

KM Eine Gruppe zu gemeinsamen Zielen zu führen. Eine Vision verständlich zu kommunizieren und daraus eine Strategie zu entwickeln.

Was ist wichtiger? Führen oder die Mitarbeiter machen lassen?

KM Gute Frage. Unsere Mitarbeiter sind hoch qualifiziert und möchten eigene Entscheidungen fällen. Daher ist es für uns wichtig, immer eine Balance zwischen Autonomie und Struktur zu finden. Auf der einen Seite stehen die Mitarbeiter, die selbstständig entscheiden möchten. Auf der anderen Seite steht das Team, das ein gemeinsames Ziel verfolgen sollte. Bei uns ist am Ende das Team wichtiger als das Individuum.

Wie haben sich Führungsstile verändert?

KM Früher war Expertise das Haupteinstellungskriterium. Damals hatten Führungskräfte Kontrollfunktion. Heute geht es darum, Mitarbeiter zu motivieren. Daher sind es nicht zuletzt die sozialen Kompetenzen, die wir abfragen.

Wie hat sich Ihr Führungsstil verändert?

KM Ich höre mehr zu und kommuniziere mehr als früher. Meine Mitarbeiter erwarten unmittelbar Feedback auf ihre Fragen und Anregungen. Wir tauschen uns ständig aus.

In Sachen Leadership wird viel über New Work, Agilität und Holokratie diskutiert. Wie wichtig sind Ihnen diese Themen?

KM Wir sprechen darüber. Meiner Meinung nach sind es wichtige Punkte auf dem Weg zur Teamarbeit. Teamwork ist für mich die Zukunft. Entscheidungen können besser und schneller umgesetzt werden, wenn ein Team an einem Strang zieht, viel effizienter, als wenn lediglich auf Vorgaben von oben reagiert wird.

Sollte sich die Unternehmenskultur in den Möbeln widerspiegeln?

KM Unbedingt. Bei der Einrichtung ist es wichtig, zunächst die Unternehmenskultur zu begreifen. Unsere zeichnet sich durch Freundlichkeit aus, durch Transparenz und enge Kontakte.

Wie zeigt sich das in den Möbeln?

KM Letztlich geht es um Qualität und Vertrauen. Und genau diese Werte verkörpert die Einrichtung: klare Formen und großes Können bis ins Detail – das sind auch unsere Markenwerte. Ich vergleiche KPMG gern mit einem Familienunternehmen. Unser Tone of Voice ist weniger aggressiv als bei anderen Companies, wir versuchen, unsere Mitarbeiter zu motivieren. Die Möbel kommunizieren diesen Umgang des Unternehmens mit Menschen, mit der Umwelt, seine Einstellung zur Zukunft. Das heißt, mit den Möbeln zollen wir also unseren Mitarbeitern und Kunden Respekt. Und natürlich sind sie auch Teil unseres Brandings.

Wie reagieren Besucher auf das Interieur?

KM Unsere Kunden zeigen sich von dem Gebäude und den Möbeln beeindruckt. Viele möchten sich neuerdings lieber in unserem Office zu Besprechungen treffen. Das ist natürlich ein schönes Kompliment. *Interview: Ilona Marx*

Zur Person
Koen Maerevoet ist Chef von KPMG Belgien, 2016 wurde der Jurist und Steuerexperte CEO im Unternehmen.
Mehr über das neue KPMG-Headquarter ab Seite 34.

Barbara Knoflach

BNP Paribas Real Estate

Qualität Wenn die Immobilienexpertin von ihrem neuen Büro erzählt, klingt das nach einer wunderbaren Ménage-à-trois. In den weiteren Hauptrollen: ein Tisch und ein Stuhl von Walter Knoll



Frau Knoflach, was ist Ihnen wichtiger: Einrichtung oder Aussicht?

BK (lacht) Räume machen Menschen, davon bin ich überzeugt. Eine gute Einrichtung ist daher das A und O. Sie beeinflusst Lebensqualität. Wenn Sie zusätzlich einen himmlischen Ausblick haben wie hier aus der 33. Etage – das ist ein Geschenk. Aber ich mag auch die Lobby. Dort können Sie von fast jedem Punkt nach draußen schauen, und dort finden Sie sehr viel Grün. Das ganze Haus ist massiv und schlicht zugleich. Eine Mischung aus klarem Anspruch und Zurückhaltung.

Klingt, als hätte das Haus einen Charakter. Ist es das, was eine Immobilie braucht?

BK Ich bin Vermögensverwalterin. Wenn ich für meine Kunden Geld in Immobilien anlege, prüfe ich sie vor allem auf drei Aspekte: Qualität, Infrastruktur und Anpassungsfähigkeit.

Wie steigern diese Aspekte den Wert eines Hauses?

BK Mit Qualität kaufen Sie die zukünftigen Kosten ein.

Soll heißen: Wer billig kauft, kauft teuer?

BK Oft. Qualität zeigt sich vor allem in der Ausführung und Architektur. Infrastruktur heißt, das Haus braucht eine gute Anbindung an den Nahverkehr oder ausreichend Parkplätze, auch Fahrradständer. Das reicht aber noch nicht. Die Menschen, die in dem Gebäude wohnen oder arbeiten, möchten Restaurants, Bars, Kultur in der Nähe. Und wenn sie zwischendurch Hunger bekommen, möchten sie ein Sandwich kaufen können.

Und die Anpassungsfähigkeit?

BK Sie wird immer wichtiger, weil sich die Bedürfnisse der Mieter immer stärker und schneller wandeln. Unternehmen wollen sich nicht mehr an Zehnjahresverträge binden. Wenn doch, müssen die Flächen unterteilbar und untervermietbar sein. Viele Nutzer wollen statt Einzelbüros irgendwann flexible Räume, Open Spaces oder Community Working. Macht ein Gebäude all das mit, steigt sein Wiederverkaufswert.

Qualität und Anpassungsfähigkeit sind interessanterweise auch zentrale Werte für Möbeldesign.

BK Gebäude und Einrichtung sind komplementär, sie befruchten sich wechselseitig. Je besser beide korrespondieren, desto höher der Wert.

Warum haben Sie sich für Möbel von Walter Knoll entschieden?

BK Als ich beim Einzug einen Schreibtisch suchte, sah ich ein Modell, das ich herauf- und hinunterfahren kann: den *Exec-V*. Ich habe mich spontan verliebt. Schlichtes Design mit einer genialen Funktion – dieser Tisch macht einfach nur Freude.

Fahren Sie den auch mal aus Freude rauf und runter?

BK Anfangs auf jeden Fall! Er bewegt sich so schön leise. Inzwischen merke ich: Es tut meinem Rücken und meinem Denken gut, wenn ich mal im Sitzen, mal im Stehen arbeite. Mittlerweile habe ich einen zweiten *Exec-V* in meinem Pariser Büro.

Wie oft, schätzen Sie, ändern Sie die Höhe?

BK Täglich! Ich schreibe im Sitzen, bei Telefonkonferenzen oder kurzen Besprechungen stehe ich gern. Und der *Exec-V* eignet sich gut, um mehrere Menschen darum zu scharen.

Wie kam der *Leadchair Executive* in Ihr Leben?

BK Ich wünschte mir einen Stuhl mit hoher Rückenlehne, die meinen Kopf stützt, und der trotzdem filigran ist. Die Tiefe der Sitzfläche sollte zu mir passen. Die meisten Chefsessel sind einfach viel zu groß, nur sehr große Frauen sitzen darin bequem. Meine Interior Designerin hat mir den *Leadchair Executive* empfohlen, und ich habe ihn bestellt.

Sie haben nicht einmal Probe gesessen?

BK Nein. Und ich sitze seit dem ersten Tag extrem bequem darin. Ich litt jahrelang unter Rücken- und Nackenschmerzen, jetzt wird es erheblich besser. Ich glaube, der Sessel wurde einzig zu dem Zweck entworfen, meinem Körper gutzutun.

Deshalb meinten Sie, Räume beeinflussen unsere Lebensqualität.

BK Ein stimmiges Umfeld hat enorm viel Wert. Es sollte nicht zu perfekt sein, vielmehr lebenswert. Wenn ich einen Raum betrete, möchte ich mich sofort wohlfühlen.

Was fühlen Sie, wenn Sie Ihr Büro betreten?

BK Ich freue mich jeden Morgen, über die Einrichtung und den Ausblick. Beides zusammen beflügelt mich. *Interview: Ralf Grauel*

Zur Person
Barbara Knoflach ist Global CEO des Geschäftsbereichs Investment Management beim Immobiliendienstleister BNP Paribas Real Estate. 2017 kürte das Fachmagazin PropertyEU sie zur »Most Influential Real Estate Woman of the Decade« – zur einflussreichsten Frau der Immobilienwirtschaft in Europa.

Frank Dopheide

Handelsblatt Media Group

Marken Was sagt ein Sessel über ein Unternehmen aus? Wie inspirieren Möbel Mitarbeiter? Der Medienmacher wollte seine Vision vom neuen Handelsblatt nur mit Walter Knoll umsetzen



Herr Dopheide, was für Möbel stehen in Ihrem Büro?

FD Ich habe gar kein Büro, das ist Teil des Kulturwandels, den wir leben. Verlage sind hierarchische Unternehmen, da hat es die Geschäftsführung oft schwer, die Stimmung der Mitarbeiter und Abteilungen zu spüren. Deshalb suche ich mir Tag für Tag einen Platz zwischen den Kollegen. Aber von acht bis neun Uhr morgens sitze ich unten im Foyer.

Sie arbeiten im Foyer?

FD Ich lese unsere Zeitungen und lese in den Gesichtern meiner Kollegen – wie sie zur Arbeit gehen. Jeder weiß und sieht, ich bin ansprechbar. Manche zögern ein paar Tage, dann kommen sie. Mal geht es um einen schwierigen Kunden, mal um den Bürohund. Viele Dinge sind zu klein für einen offiziellen Termin bei der Geschäftsführung, aber sie belasten den Arbeitsalltag, und so finden wir schnell eine Lösung.

Aber ein Lieblingsstück haben Sie schon unter den neuen Büromöbeln?

FD Mein Favorit ist der Sessel *FK Lounge*. Ein repräsentatives Stück, das souveräne Entspanntheit verkörpert. Auf unseren *FK*s im Eingangsbereich sitze ich gern mit Kunden. Wenn das Handelsblatt so einladend wirkt wie dieser Sessel, dann bin ich happy.

Wie soll das Handelsblatt der Zukunft sein?

FD Wir gehen den Weg von einer ehrwürdigen Wirtschaftszeitung zur innovativen Mediengruppe. Wir wollen den wirtschaftlichen Sachverstand in der ganzen Gesellschaft verbreiten – gedruckt, digital und live. Unsere Zeitung ist 73 Jahre alt, man liebt unsere Erfahrung, unsere einordnende Kraft. Das ist toll, aber wir dürfen nicht an Ernsthaftigkeit ersticken. Darum müssen wir das Alte in die Zukunft überführen.

Wie gehen Sie diese Transformation an?

FD Unser neues Gebäude ist ein wichtiger Baustein dabei. Wir wollten einen Flagship-Store. Wenn unsere Produkte immer virtueller werden, hilft ein Ort, an dem Mitarbeiter, Leser und Kunden physisch mit der Kraft unserer Marke in Berührung kommen. Die Räume und Möbel müssen unsere Marke und ihre Werte sichtbar und begreifbar machen.

Was spüren Sie, wenn Sie Ihre Möbel nun berühren?

FD Exzellenz, Unabhängigkeit, Klarheit, Gemeinschaft, Innovation. Exzellenz ist fundamental, das sieht man unseren Schreibtischen an, den Polsterbänken und Sofas. Jeder Mitarbeiter fühlt, dass der Exzellenzanspruch auch für ihn gilt. Jeder Besucher, ob Kunde oder Bewerber, soll uns als zukunftsgewandtes Unternehmen wahrnehmen.

Heißt das, Bewerber wählen ihren Arbeitgeber nach dem Interieur aus?

FD Es ist doch unfassbar, wie viel Zeit unseres Lebens wir im Büro verbringen. Und dieser Raum hat Einfluss auf unsere Entscheidungen. Wenn man nicht auf die Möbel, die technische Ausstattung und die Qualität der Kaffeemaschinen achtet, ist das eine Dokumentation von Gleichgültigkeit. Deshalb haben wir unser neues Gebäude mit viel Bedacht und noch mehr Hingabe ausgestattet.

Warum haben Sie sich für Walter Knoll entschieden?

FD Das Unternehmen passt wunderbar zu uns – Walter Knoll steht wie wir für exzellente Produkte. Und monströs viel Erfahrung. Markus Benz und sein Team haben ein hohes Maß an Empathie und Kreativität an den Tag gelegt.

Wie haben Sie Walter Knoll gebrieft?

FD Wir haben ihnen unsere Markenstrategie an die Hand gegeben und mit ihnen erarbeitet, welche Werte transportiert werden müssen und welcher Raum welche kommunikative und emotionale Aufgabe erfüllt. Manchmal haben wir hart gerungen, aber das Ergebnis ist eine außergewöhnliche, spürbare Leistung.

Was sagen Ihre Besucher?

FD Sie sagen, sie wollen hierbleiben und bei uns arbeiten. Sie loben die konzentrierte Kraft und das schöne Ambiente. Die Sichtweise der Mitarbeiter wandelt sich auch. Sie nehmen uns jetzt als viel beweglicher und moderner wahr. Dabei muss man bedenken, viele unserer Mitarbeiter sind Journalisten, ein besonders kritischer Menschenschlag. Wenn sie loben, ist das der ultimative Ritterschlag. *Interview: Hiltrud Bontrup*

Zur Person

Frank Dopheide ist seit 2014 Geschäftsführer für Kundenentwicklung und Markenführung der Handelsblatt Media Group. Zuvor war er Chairman der Werbeagentur Scholz & Friends in Düsseldorf und bei Grey Worldwide, und er gründete die Agentur Deutsche Markenarbeit.

Kashiwa Sato

Samurai Inc.

Natürlichkeit Eigentlich sind es immer die gleichen Dinge, die uns anziehen: Feuer, Erde, Wasser, Luft. Der Tokioter Creative Director beherrscht das archaische Spiel mit den Elementen. Ein Porträt



Kashiwa Sato mag es gern schlicht, nur bloß nicht langweilig. Der Designer sitzt im Konferenzraum seiner Agentur Samurai in Tokio in der Mitte an einer langen Tafel aus feinem, hellem Holz. Der Tisch ist so breit, dass man sich gegenübersitzend gerade noch die Hand reichen kann. Sonst ist der Raum, von gläsernen Schiebewänden eingerahmt, leer. Keine Bilder, keine Objekte, nichts, was ablenken könnte. »Wer hier hereinkommt, soll sich auf das Gespräch konzentrieren«, sagt Sato und lächelt freundlich.

Der 53-jährige Tokioter, gekleidet in dunklem T-Shirt und heller Hose, ist einer der bekanntesten japanischen Kreativdirektoren. Weltweit aktive Unternehmen wie der Bekleidungshersteller Uniqlo, der Autobauer Honda, das Modelabel Issey Miyake schätzen seine Fähigkeit des Weglassens. Beim Gestalten von Flagship-Stores und Firmensitzen reduziert er das Design so weit, dass der Markenkern in den Vordergrund tritt – und rund um den Globus verstanden wird. »Beim Weglassen werden die Prioritäten klarer«, sagt Kashiwa Sato und schiebt zur Untermalung imaginären Ballast mit den Händen zur Seite. »Was übrig bleibt, ist dadurch kraftvoller und nachhaltiger.«

In Tokio hat er gerade das neue Hauptquartier des Arzneimittelkonzerns Pharma Inc.* gestaltet – mit Sesseln, Sofas und Stühlen von Walter Knoll. In dem Möbelhersteller aus dem 9000 Kilometer entfernten Herrenberg fand er einen Gleichgesinnten: »Walter Knoll beherrscht die Gratwanderung zwischen Geradlinigkeit und Finesse perfekt«, sagt Kashiwa Sato. Wer wie er den Minimalismus zum Grundprinzip erhebt, braucht Möbel von besonders hoher Qualität, die eine Wirkung im Raum entfalten und die Sinne mit ihrer Perfektion erfreuen.

»Was ist Ihnen wichtig?«, diese Frage stellt Kashiwa Sato seinen Kunden am liebsten persönlich. Als Agenturchef und Grafikdesigner sitzt er selbst nach zwanzig Jahren noch immer gern am Zeichentisch. Doch vor allem mag er es, im Dialog herauszufinden, was ein Unternehmen braucht und wie es sich versteht. »Ein Pharmazieunternehmen will Gesundheit wiederherstellen, das heißt: die Lebenskraft unterstützen. Deswegen habe ich die Lebenskraft als Basis für das Gesamtkonzept ausgewählt.« Ihre Quelle liege in der Natur, die Quelle der Medizin ebenfalls. Es lag also nahe, natürliche Materialien einzubinden, vor allem Holz.

»Bei Design ist immer die Frage, wie viel bewahrt man, wie viel erneuert man«, sagt Kashiwa Sato, während er einen henkellosen japanischen Keramikbecher nachdenklich in der Hand herumdreht. In jedem Artefakt stecke eine grundlegende Funktion, eine archaische Form, die immer gleich bleiben müsse. »Menschen sind gleich, überall auf der Welt. Als Lebewesen funktionieren wir nach einem grundlegenden Biorhythmus. Wir haben den gleichen Geschmack bei Musik, Farben und Gerüchen. Da ist etwas Archaisches, das uns alle verbindet. Als gäbe es gewisse Grundregeln im Universum.« Auch Walter Knoll arbeite nach solchen archaischen Designprinzipien, sagt Kashiwa Sato. »Und bei Neuerungen geht Walter Knoll sehr geschickt vor, um eine Balance zu finden.«

Das ist ihm wichtig: Wer etwas Exzentrisches erschaffen wolle und dabei die Archetypen vergesse, laufe schnell Gefahr zu scheitern. »Ein Konzept darf nicht zu sehr vom Bekannten abweichen, sonst überfordert es die Menschen und wird gleich abgelehnt.« Wenn zehn Prozent an einem Objekt neuartig seien – das sei schon sehr gut. »Es reicht aus, um einen Impuls zu geben. Wie bei einem Muskel«, sagt Kashiwa Sato und kneift sich in den Oberarm. »Ohne Impuls wächst der auch nicht.«

Inspirierende Impulse setzte Kashiwa Sato bei Pharma Inc. mit acht japanischen Schriftzeichen, die für verschiedene Bereiche des Gebäudes stehen. Stilisiert in Form von Kumiki, der traditionellen dreidimensionalen Holzkunst, schmücken sie Wände und Lampen. So ist ein schlichtes, ungeheuer wirkungsvolles Design entstanden. Klar und warm durch das helle japanische Zypressenholz und die weiche Beleuchtung. Wertig durch die mit Liebe ausgeführte japanische Handarbeit. Reduktion, Innovation und Qualität in perfekter Balance – »so funktioniert simples Design«, sagt Kashiwa Sato. Und so wird es schließlich zur Quelle von Kraft. *Sonja Blaschke*

Zur Person

Kashiwa Sato gehört zu den gefragtesten Kreativdirektoren Japans. Er gestaltet die Markenwelt seiner Kunden vom Logo bis zum Firmengebäude. Daneben lehrt er an verschiedenen Universitäten und schreibt Bücher wie den japanischen Bestseller »Kashiwa Satos endgültige Methode, zum Wesentlichen zu gelangen«. Seit dem Jahr 2000 führt er seine Agentur Samurai in Tokio.

* Das Unternehmen möchte inkognito bleiben, wir haben seinen Namen geändert.
Mehr über das neue Hauptquartier lesen Sie ab Seite 50.

Claus Sendlinger

Design Hotels AG, SLOW Hospitality

Personality Häuser mit besonderem Vibe. Mitarbeiter mit eigenem Kopf. Zufälle, die zu Chancen werden. Wenn der Hotelier ein Projekt startet, entsteht stets etwas komplett Einzigartiges



Herr Sendlinger, was ist wichtiger, Personality oder Preis?

CS Personality. Die Welt ist eh schon grau genug.

Sie haben vor 25 Jahren Design Hotels gegründet, ein Portal für ausgewählte Hotels. 2011 starteten Sie ein erstes eigenes Projekt. Wollten Sie das, was Sie fördern, selbst machen?

CS Genau. Es ging los mit dem Papaya Playa Project in Tulum, Mexiko, Strandhütten für die digitale Community. Besonders stolz sind wir auf das jüngste Projekt, die Biofarm La Granja auf Ibiza.

Wie wichtig ist bei solchen Projekten Personality?

CS Sie ist essenziell – wie überall. Wer sich abheben will, braucht Charakter. Wir finden pro Jahr nur zwanzig coole Hoteliers für unser Portfolio. Oft Quereinsteiger, aber sie kennen sich aus in Musik und Kunst und in ihrer Umgebung. Idealerweise machen sie gute Sachen im eigenen Haus, Ausstellungen, DJ-Sessions … Wichtig ist die User Experience. Was ein Gast erlebt.

Sie steigen nun bei Design Hotels aus und entwickeln etwas Neues, das Marina Marina in Berlin. Da gibt es einen – wie nennen Sie das?

CS Einen Ritualraum.

Haben Sie keine Angst, dass das zu exzentrisch wird?

CS Rituale sind das, was dem Menschen heute fehlt.

Wie verhindern Sie, dass Sie vor lauter Originalität die Bodenhaftung verlieren – den Draht zur Basis?

CS Die Leute, die sich auf der Farm treffen, sind genau die, die wir erreichen wollen. Sie alle beschäftigen sich mit Nachhaltigkeit, wollen gemeinsam das Land bestellen, kochen, essen, meditieren. Wir betreiben das Ding ganz ohne Social Media. Wer buchen will, muss eine E-Mail schreiben. Es ist ein Mysterium.

Funktioniert das?

CS Es funktioniert fantastisch.

Gründen Sie jetzt noch mehr solcher Farmen?

CS Auf keinen Fall. Die Zeit globaler Franchises ist over. Ein gutes Produkt darf man nicht multiplizieren. Sonst wird es kein Klassiker, kein Mythos. Dieser Ledersessel *FK* von Walter Knoll, auf dem ich gerade sitze, das ist ein Klassiker. Jeder Punkt ist definiert, er strahlt eine zeitlose Kraft aus. Und so hat jedes gute Design eine eigene Energie.

Das klingt alles sehr spirituell.

CS Die Trendforscherin Li Edelkoort sagt, in den nächsten fünf Jahren sehnen wir uns vor allem nach Spiritualität, nach indigenem Handwerk. Und nach Wabi-Sabi. Das kommt aus dem Zenbuddhismus, es meint die Schönheit des Imperfekten, des Vergänglichen. Alles verändert sich, und in seinem Altern liegt Schönheit.

Die Mitarbeiter bei Walter Knoll sprechen auch von der Imperfektion in Perfektion. Sie arbeiten mit Naturmaterialien, mit Leder, Wolle, Holz. Deren Variationen kalkulieren sie ein …

CS … und damit umspielen sie die Eigenheiten, statt sie abzuschneiden.

Was glauben Sie, wie schafft man Produkte mit Charakter?

CS Ich glaube, man muss verstehen, dass jedes Ding erst mal eine Grundfunktion zu erfüllen hat. Ein Stuhl ist ein Stuhl, ein Hotel ein Hotel. Es gibt also die Basis, und darüber hinaus eine Art Play, Freiräume, Nischen, Positionen, Horizonte, die es zu erschließen und zu definieren gilt.

Wie finden Sie die Menschen, die zu Ihren Projekten passen?

CS Durch Zufall und über Freunde. Auf der Farm hat mich das Team mit einem neuen Koch überrascht. Der Typ hatte die Küche komplett umgestellt. Super Frisur, die richtigen Turnschuhe – er sah genial aus. Dann hat er für uns gekocht, Panzerotti, Ceviche und ein Lamm, das kam auf einer riesigen Holzschale. Ich fragte: Who is this guy? (lacht) Er war vorher Ober. Kam aus Südamerika und hat uns im ersten Jahr drei Leute aus Francis Mallmanns Küche organisiert.

Mallmann sagt mir jetzt leider nichts.

CS Er stammt aus Patagonien und hat in Kronberg mal den Grand Prix de l'Art de la Cuisine gewonnen – mit Kartoffeln. Weil er die nicht von Argentinien nach Deutschland einführen durfte, hat er sie geschmuggelt. Dreißig Sorten. Eine Tonne.

Er hat den Oscar der Gastronomie gewonnen? Mit Kartoffeln?

CS Neun Gänge Kartoffeln! Das ist Personality. *Interview: Ralf Grauel*

Zur Person

Claus Sendlinger zählt zu den innovativsten Unternehmern im internationalen Hotelbusiness. Die von ihm gegründete Design Hotels AG listet mehr als 300 Hotels im Portfolio. Er leitet mit Peter Conrads das in Berlin ansässige Kreativlaboratorium SLOW Hospitality (sensibel, lokal, organisch, weise), um weltweit einzigartige Orte zu schaffen und Hotellerie und Gastronomie neu zu denken.

Gernot Bohmann

EOOS

Martin Bergmann

Kreativität Wie entwirft man Klassiker? Kann man die Eingebung erzwingen? Wie die Designer von EOOS es immer wieder hinkriegen, für Walter Knoll Möbel von zeitloser Gültigkeit zu erschaffen



Herr Bergmann, Herr Bohmann, wie gestaltet man zeitloses Design?

GB Keine Ahnung.

MB So denken wir nicht. Wir setzen uns nicht an einen Tisch und sagen: So, jetzt kreieren wir einen Klassiker.

Wie gehen Sie denn vor?

MB Wir hören zu. Einmal im Monat reisen wir nach Herrenberg und reden mit Markus Benz. Wenn er über seine Sicht auf den Markt spricht, über Ideen und Visionen, entstehen vor meinem inneren Auge Formen.

GB Du siehst Formen? Toll. Bei mir beginnt etwas zu leuchten. Ein Gefühl von gegenseitigem Verständnis, das mich inspiriert.

MB Bei dir leuchtet etwas? Auch toll.

Zuletzt haben Sie den *Tama Desk* für Walter Knoll entwickelt. Wie ist der entstanden?

MB Wir haben den üblichen Entwicklungsprozess umgekehrt.

GB Statt einen Entwurf zu zeichnen, haben wir mit der Schere aus einem Karton organische Formen geschnitten. In hoher Geschwindigkeit, denn der Prozess sollte intuitiv geschehen.

Das Ergebnis ist eher Skulptur als Möbel.

MB Wir dachten: Wie schön wäre es, an einem Tisch zu sitzen, der nur mehr Skulptur wäre. Der sanft geschwungen meinen Bauch umschmiegt, der ja ein verletzlicher Teil meines Körpers ist.

Wo stellen Sie sich diese Skulptur vor?

MB An einem Ort, wo ein Mensch sitzt und denkt und schreibt und eine Vision entwickelt. In einer tollen Villa oder im Büro einer Person, die sich souverän in der Welt der Kunst und Kultur bewegt.

Wann wissen Sie, dass ein Entwurf fertig ist?

MB Irgendwann schlägt das Modell zurück. Wenn du dann noch etwas veränderst, wird alles schlechter. Das spürst du. In diesem Moment ist der Entwurf perfekt.

GB Wir versuchen, im Entwurfsprozess alle Designaspekte zu berücksichtigen – Ästhetik, Funktion, Materialverbrauch, Möglichkeiten der seriellen Fertigung und Herstellungskosten des Produkts.

MB Design ist ein 380-Grad-Prozess.

Wieso 380 Grad? Reichen nicht 360?

MB Die zusätzlichen zwanzig Grad sind notwendige Poesie.

Wissen Sie am Ende noch, wer die entscheidende Idee hatte?

MB Nein. Ich betrachte beispielsweise die dreihundertste Skizze von Gernot zu einem Sessel, womöglich verkehrt herum, mache eine Bemerkung, und am nächsten Tag baut Gernot ein neues Modell, und ein neuer Weg ist gefunden. Wir spazieren monatelang um die Modelle herum, diskutieren, kommen in einen Flow, in dem egal ist, wer welche Idee hat.

Welchen Input geben Ihnen die Besprechungen bei Walter Knoll?

MB Einen gewaltigen. Wir sind zwar zu dritt, doch wir brauchen eine Einschätzung von außen. Als Markus Benz sich an den ersten Prototyp des *Tama Desk* setzte, sagte er: Ich sitze zu weit links, ungefähr fünfzehn Zentimeter. Das wäre uns nicht aufgefallen. Jetzt sitzt der Mensch im Zentrum.

GB Das ist ja das Besondere an Walter Knoll. Jürgen Röhm und die anderen in der Entwicklungsabteilung sind Profis, Spezialisten und Künstler zugleich, mit denen wir jede Naht besprechen können, die mit uns Ideen entwickeln, wenn wir nicht mehr weiterkommen.

MB Wichtig ist auch: Die Menschen kümmern sich rührend um unser leibliches Wohl, sie haben einen Sinn für poetische Reflexion und Humor. Sonst wäre es unerträglich.

Was macht Ihre Arbeit beschwerlich?

GB Wenn Materialressourcen, Konstruktion oder Preis nicht zusammenpassen, wenn sich ein Projekt am Ende als Blödsinn erweist. Das ist frustrierend.

Und was baut Sie wieder auf?

GB Wenn Markus Benz grünes Licht gibt und das gesamte Unternehmen für eine Vision einsteht.

MB Wenn ich dieses fast archaische Ja von ihm zu unserem Entwurf höre – das berührt mich immer wieder.

Interview: Carsten Jasner

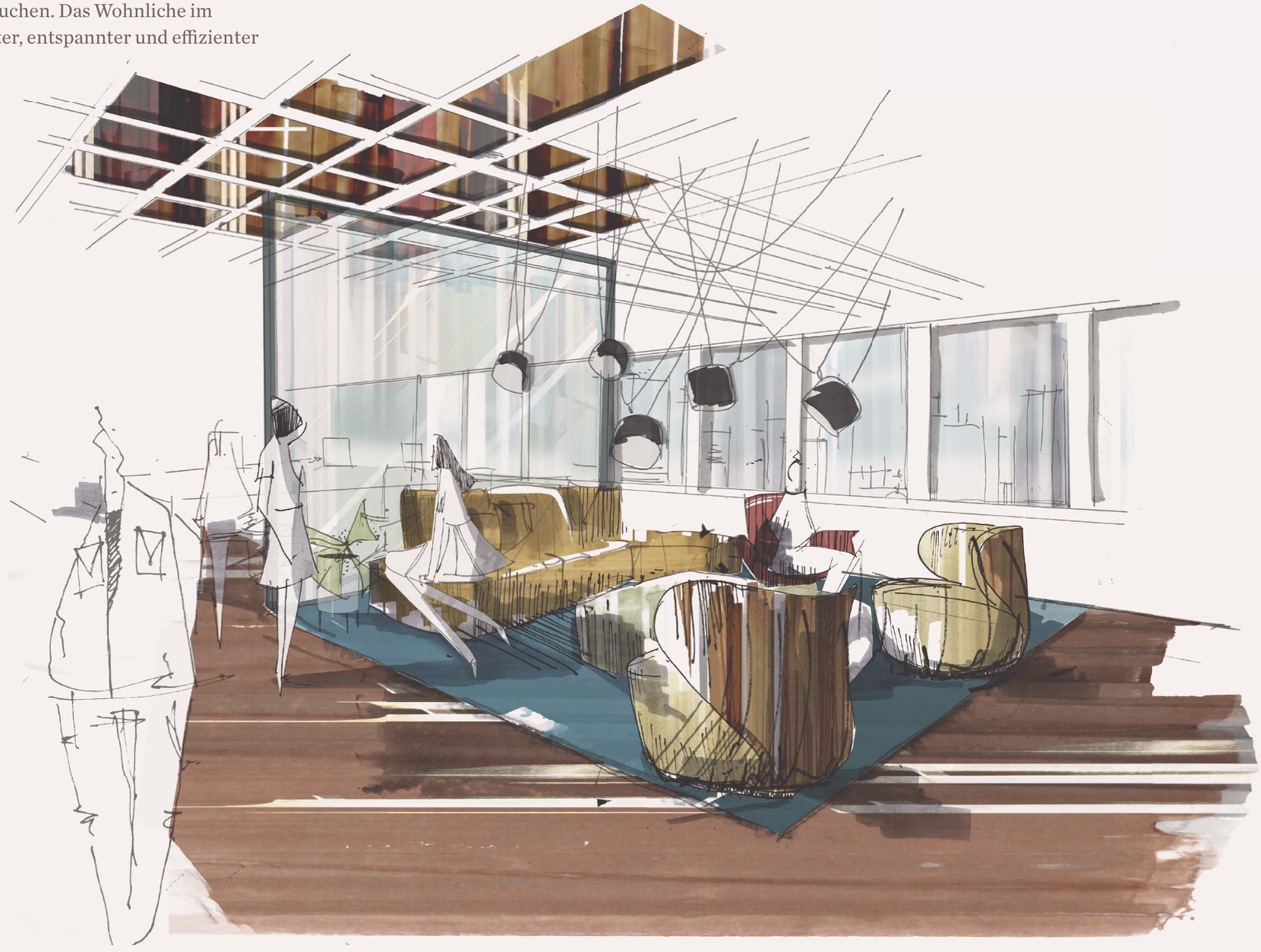
Das Team

Gernot Bohmann (links) und Martin Bergmann studierten in der Meisterklasse für Design an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien. Gemeinsam mit ihrem Kommilitonen Harald Gründl gründeten sie anschließend das Designbüro EOOS. Ihre Entwürfe prägen Walter Knoll seit mehr als zwanzig Jahren maßgeblich.

Die Sofa-Revolution

von Ilona Marx und Ralf Grauel

Es ist kein Zeichen von Bequemlichkeit, wenn plötzlich Polstermöbel in unseren Büros auftauchen. Das Wohnliche im Office macht uns konzentrierter, entspannter und effizienter



Berührung und Begegnung: Zwischen Konferenz und Computerarbeit brauchen wir behagliche Zonen

Kennen Sie Kastrup, den Flughafen von Kopenhagen? Große runde Lampenschirme verbreiten warmes, gedämpftes Licht. Dunkles Parkett, gepolsterte Sessel und Liegen – klassisches dänisches Design, das Behaglichkeit vermittelt. Kastrup, einer der wohnlichsten Flughäfen der Welt, ist seit Dezember 2017 noch ein bisschen lauschiger: Im Terminal 2 wurde das »Atelier Relaxium« eröffnet, mit Polstermöbeln, Teppichen und Leuchtobjekten in allen Farben des Regenbogens. Nicht weit entfernt liegt eine heimelige Sofalandschaft, ihr Farbverlauf erinnert an einen Sonnenuntergang über den Wolken – und vor lauter Wohlgefühl laufen Reisende hier Gefahr, den Anschlussflug zu verpassen.

»Hygge« nennen die Dänen und Norweger diesen Zustand, wenn die Welt uns umarmt, wir uns geborgen fühlen und zugleich inspiriert. Diese nordische Variante der Behaglichkeit ist eine Mischung aus Atmosphäre und Empfindung; hygge ist gestaltetes Glück, im Kreis der Familie, Liebsten, Freunde fühlen wir uns – rundum gut.

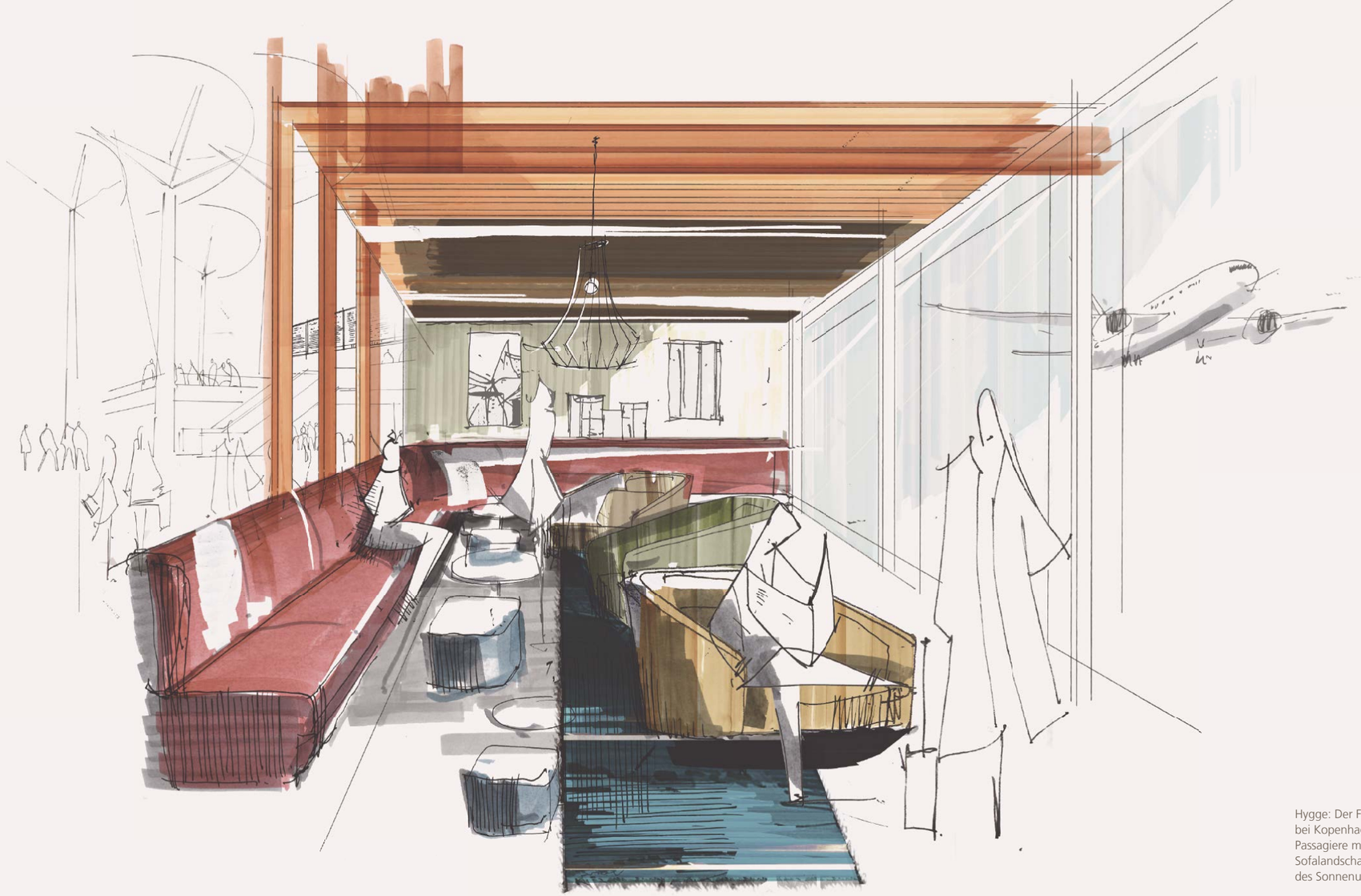
Hygge. Die weltweite Karriere dieses kleinen, wohligen Wortes zum Trendbegriff des vergangenen Jahres – hübsche Coffeetable-Bücher, bunte Kataloge, Weblogs und Magazine inklusive – belegt die globale Sehnsucht nach Entschleunigung. Je digitaler Arbeit und Alltag, desto wichtiger werden organische Oasen. Im vorigen Jahr schaffte es ausgerechnet eine Meditations-App unter die erfolgreichsten Apps. Dieses Streben nach Entspannung ist einer der zentralen Ausgleichstrends zur Digitalisierung. Wir sehnen uns nach Tradition, Vintage und Behaglichkeit. Folgerichtig begegnen uns nun Sofas und Komfortzonen ausgerechnet an den Orten, die uns oft stressen. Und so hat mit den gepolsterten Flughäfen eine Entwicklung ein neues Niveau genommen, die aus Hotels, Lounges, Public Areas und Büros schon lange nicht mehr wegzudenken ist. Behaglichkeit zieht ein.

Zyniker dürften bald die Versesselung der Welt beklagen. Tatsächlich aber breitet sich hier eine wichtige Synthese aus; denn zwischen den zahlreichen Beschleunigungs- und Gangwechseln in Alltag und Beruf brauchen wir sie einfach – Ausgleichszonen und Ruhepole. Wo noch vor Jahren in Büros der Start-up-Szene Tischtennisplatten und Kicker nervöse Akzente setzten, stehen heute Sofas, Sessel, Leseleuchten und Coffeetables. Und das ist gut so. Denn die neue Behaglichkeit ist keine Arbeits- oder Aufmerksamkeitsverweigerung. Im Gegenteil: Hier schaffen Büroarbeiter Orte der Konzentration, Kommunikation und Begegnung. Danach geht es für sie zurück an die Computerbildschirme, wo sie sich durch offene Fenster, E-Mails, Präsentationen und Tabellen klicken.

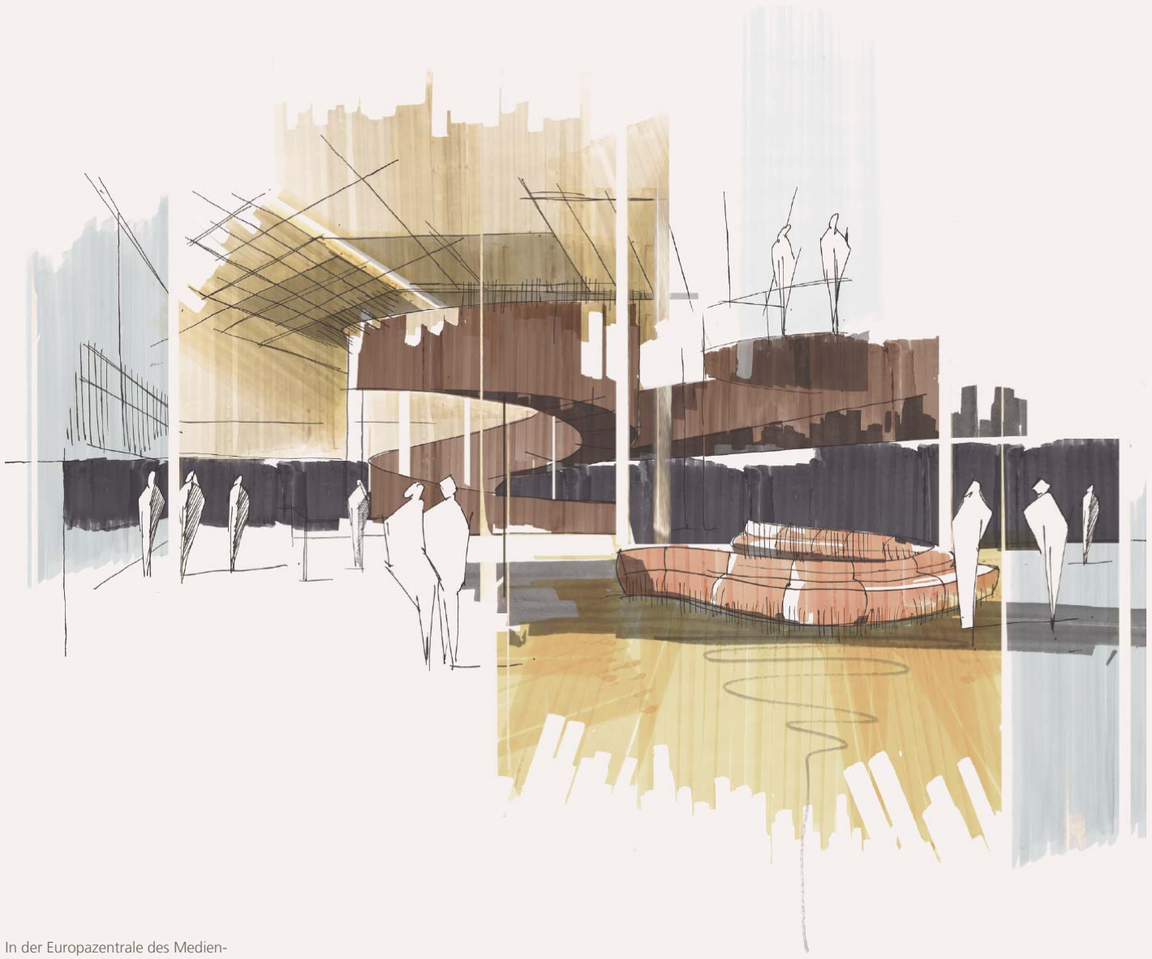
Wenn also zu Zeiten der New Economy das kreative Chaos der Start-up-Interiors noch an bunt verwuschelte Hamsterkäfige erinnerte, so kehrt heute endlich Ruhe ein. In flexiblen Workspaces, zwischen Sofas, multifunktional nutzbaren Tischen und frei gestaltbaren Zonen, kommen Mensch und Arbeit zueinander; in gut gestalteten Büros gleicht die Stimmung der konzentrierten Atmosphäre einer Manufaktur.

Genau diese Stimmung suchte zum Beispiel auch die Verlagsgruppe des Handelsblatts, als sie gemeinsam mit Walter Knoll die neuen Redaktionsräume einrichtete. Die Transformation von der klassischen Tageszeitung zum agilen Medienhaus ist mitten im Gange. Das neue Raumdesign sollte flexibler werden, gleichzeitig mussten Möbel und Material unbedingt die hohen Ansprüche des Medienhauses an Qualität, Führung und Exzellenz spiegeln. Die neuen Räume des Handelsblatts kombinieren nun Open Space und Silent Rooms, Kollaboration und Konzentration, Kommunikation und Diskretion. Mit dieser atmenden Struktur landet die Mediengruppe in der neuen Arbeitswelt des New Work – und es ist kein Wunder, dass die farbige Sofalandschaft *Circle* von Walter Knoll nun einen geschwungenen Ankerpunkt in der Büroetage bildet.

Das Sofa im Büro ist aber mehr als nur der neue Kicker. Das kurze Chillen, der kleine Rückzug für ein Zweiergespräch auf der Sitzgruppe gehören zum Kreativitätsprozess wie die Latte macchiato zum Morgenritual. Längst haben Laptop und Smartphone die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit verwischt.



Hygge: Der Flughafen Kastrup bei Kopenhagen umfängt Passagiere mit einer Sofalandschaft in den Farben des Sonnenuntergangs



In der Europazentrale des Medienkonzerns Bloomberg in London strukturiert die Polsterbank *Foster 620* von Walter Knoll den offenen Raum. Entworfen hat sie – wie das gesamte Gebäude – der Architekt Norman Foster

Wir arbeiten gern mal von zu Hause aus – und wünschen uns umgekehrt im Büro Attribute der Behaglichkeit. So schwingt, einem Echo gleich, in Zeiten des Homeoffice auch was vom Home ins Office.

Natürlich schwappt da mehr als nur ein Möbel rüber, sondern dabei sind eben auch all die anderen Töne und Themen einer neuen Zeit. Es geht um Kultur und Umgangsformen, Demokratie, Kommunikation auf Augenhöhe, Vielfalt und Wohlbefinden. Tage und Nächte im Büro passen nicht zum Lebensmodell der Generation Y. »YOLO – you only live once« ist nicht umsonst das geflügelte Wort der Digital Natives. Heute muss alles passen – der Job zum Leben und das Leben zum Job. Das Sofa im Office wird zum Sinnbild für Achtsamkeit, Wertschätzung, Authentizität.

New Work ist Me-Time *und* We-Time

Gleichzeitig schaffen die Komfortzonen Berührungspunkte, im wahrsten Sinne des Wortes. Noch in den Achtzigern war die Zukunft glänzend, der Fortschritt war mit Kunststoff ausgekleidet, von verchromtem Stahlrohr gehalten. Nun aber, da die Digitalisierung unser Leben verändert und höchstens als glatte Oberfläche (an)fassbar ist, brauchen wir analoge Erlebnisse: Natur, Haptik, Material. Die elementaren Bedürfnisse von Körper und Geist zu befriedigen könnte der Luxus im 21. Jahrhundert werden.

Vor allem aber bilden die Komfortzonen den Wandel von Arbeit und Organisation räumlich ab. Sie strukturieren alles, was New Work heute ausmacht. Agilität, Flexibilität und Diversität sind direkte Antworten auf Beschleunigung, Digitalisierung und Globalisierung. Projekte, Teams, Ziele und Prozesse sind heute so vielfältig, weil die Märkte es sind. Und all diese neuen Aspekte bedeuten eben auch, dass wir unsere vielgestaltigen Aufgaben in den seltensten Fällen den ganzen Tag lang auf unseren vier Buchstaben sitzend am selben Ort erledigen können.

Mal braucht es punktuell konzentrierten Einsatz am Rechner, mal ein entspanntes Gespräch mit Kollegen, dann wieder ein hochgradig vertrauliches Dreier-Meeting. Das kann stressig sein und sogar Missverständnisse fördern. Und genau deshalb braucht es Zonen. Für Entspannung und Austausch. Für Konzentration und Kommunikation. So wird das Büroleben normalisiert, zu einer Mischung aus Me-Time und We-Time, mal Workbench, mal Marktplatz.

Dementsprechend messen High Potentials die Zukunftsorientierung eines Unternehmens längst nicht nur an seinem Mobiliar, sondern auch an seinem Raumplan. Gerade hat das Londoner Architekturbüro Foster + Partners, das sich bereits als Workplace Consultancy bezeichnet, die spektakuläre Europazentrale des Medienkonzerns Bloomberg entwickelt. Gründer Michael Bloomberg ist seit je Verfechter des Open Plan, des Großraumbüros. Und so haben Lord Foster und seine Mitarbeiter in jahrelanger Recherchearbeit Trittschall und Umgebungsgeräusche so eliminiert, dass eine schier grenzenlose Großraum-Ruhezone entstand. Sehr viel Holz und Stein, zehn offene, gebogene Etagen, riesige Aquarien, Snackbars und in langen Kurven verlaufende, von Norman Foster entworfene und Walter Knoll gebaute Polstermöbel schaffen ein aufregendes und zugleich ungemein wohnliches Ambiente.

Und hat nicht Jeff Bezos, Bloombergs Landsmann und wie dieser als Visionär bekannt, gerade 40 000 Pflanzen angeschafft, um seiner Belegschaft in Seattle einen Wellnessdschungel anzulegen? Die Signale sind klar: Die Zahl der Bürooasen wird zunehmen. Man könnte auch sagen: Work wird hygge. Der Faktor Behaglichkeit dürfte also weiter steigen. Dass es dadurch allerdings auch langweiliger wird – davon ist nicht auszugehen. Schließlich gibt es dort draußen, außerhalb unserer Büros, Lounges und Comfort Zones, noch eine Welt. Die dreht sich rasant weiter. Und mit ihr unsere Jobs.

Die Autoren

Ilona Marx ist Journalistin und schreibt an der Schnittstelle von Wirtschaft und Gesellschaft für brand eins, Lufthansa Exclusive, Edison/Handelsblatt, AW Architektur & Wohnen, The Weekender, Wallpaper, Focus Style und das britische Port Magazine. Davor war sie zwanzig Jahre lang Chefredakteurin des Modefachblatts J'N'C.

Ralf Grauel ist Wirtschaftsjournalist, Publizist und Berater. Er hat zehn Jahre lang als Redakteur und Autor für brand eins und brand eins Wissen gearbeitet. Mit seiner Agentur Grauel Publishing entwickelt er Bücher, Magazine und digitale Plattformen. Zu seinen Kunden zählen bulthaup, Leica, Wempe – und Walter Knoll.

Marken

Marken garantieren Leistung, bieten Orientierung, machen Versprechen. Je digitaler unsere Welt wird, unser Leben, unsere Arbeit, umso wichtiger werden Orte, die Vertrauen herstellen und etwas ganz Reales zurückgeben, wie zum Beispiel Behaglichkeit oder Wertschätzung. Walter Knoll beherrscht die Kunst, Marken angemessen in Möbeln auszudrücken – ob in Los Angeles, Brüssel, München oder Tokio

KPMG Belgien, Brüssel

Im Kreis der Familie

Starke Typen mit gerundeten Formen – die Möbel im neuen Headquarter in Brüssel zeigen Besuchern gleich, was sie erwartet: Zuverlässigkeit, Wärme, Beständigkeit

Besuchermagnet: In der Weite des Raums, vor den bodentiefen Fenstern, entfalten die Möbel ihre ikonische Wirkung: charaktervolle Formen, edle Texturen, einladende Polster. Sessel *369 und Bao,* Sofa *Jaan Living,* Beistelltische *Joco und Joco Stone,* alles von Walter Knoll

Living im Office

Wohnmöbel verwandeln das Büro in einen Ort zum Wohlfühlen. Farbakzente, weiche Texturen, Sessel und Sofas in ansprechenden Formen setzen einen Kontrapunkt zur geradlinigen Architektur. So entsteht ein harmonisches Ganzes.



Konferenzzone und Lounge fließen ineinander, die geschwungenen Konturen verbinden: Sessel *Bao*, *369*, Sofa *Jaan*, Beistelltisch *Oki Table*, Konferenztisch *Keypiece*, Stühle *Kyo*, alles von Walter Knoll

Lautlos hebt die Maschine am Brüsseler Flughafen ab. Koen Maerevoet wendet den Blick. Der CEO von KPMG Belgien genießt bisweilen das Schauspiel, das sich ihm durch die Panoramafenster des neuen Headquarters bietet. Hier oben, im zehnten und obersten Stockwerk des modernen Gebäudes, liegt die Besucheretage des belgischen Wirtschaftsprüfungsunternehmens – und Maerevoets Lieblingsplatz, eine elegante Sitzgruppe von Walter Knoll. Sie besteht aus dem olivgrünen Ledersofa *Jaan*, zwei gelben Sesseln *369* und zwei gelben Sesseln *Bao*. Auf dem dunkelgrauen Teppich, vor einer braun getäfelten Wand, entfalten die Farben ihre volle Strahlkraft. In der Mitte des Ensembles scheint der *Oki Table* zu schweben, ein niedriger Marmortisch großzügigen Ausmaßes auf einem filigranen Metallgestell.

Im Mai 2018 zog KPMG Belgien in das neue Headquarter am Brüsseler Flughafen. Der Mietvertrag des alten Standorts war ausgelaufen, man nutzte die Chance, näher an den Flughafen heranzurücken. Wirtschaftsprüfer, Steuerspezialisten, Unternehmensberater und Rechtsexperten können nun praktisch zusehen, wie ihre Kunden einfliegen. Schon kurz darauf heißen sie ihre Besucher am eleganten Konferenztisch *Keypiece* aus dunklem Holz willkommen und bitten sie, Platz zu nehmen. Zwanzig Schalensessel *Kyo* mit Lederbezügen in warmem Graubraun gruppieren sich um den Tisch, der ebenso großzügig wie einladend geformt ist – die Ecken sind abgerundet, scharfe Kanten sucht man vergebens. Das gesamte Mobiliar in diesen Räumen strahlt Wärme und Vertrauenswürdigkeit aus.

Beim Konferieren folgen die Blicke der Mitarbeiter und Kunden gelegentlich lautlosen Starts und Landungen, manche betrachten den markanten Tower.



»Seit wir hierhergezogen sind, treffen sich unsere Kunden zu Besprechungen viel lieber bei uns.«

KOEN MAEREVOET CEO, KPMG Belgien

Im Raum herrscht konzentrierte Stille, die Schallisolierung entspricht höchsten Standards. Ein idealer Ort, um Wichtiges zu besprechen, große Entscheidungen zu fällen. »Seit wir hierhergezogen sind«, sagt Koen Maerevoet mit einem Lächeln, »treffen sich unsere Kunden zu Besprechungen viel lieber bei uns.«

Freundlichkeit, Zusammenhalt, Beständigkeit – das sind die Werte der Genossenschaft KPMG, deren Wurzeln bis ins Jahr 1870 zurückreichen. Das Firmenethos weist Parallelen zu jenem von Walter Knoll auf. Es spiegelt sich sowohl in der oberen als auch auf den unteren Etagen, wo in Büroräumen etliche



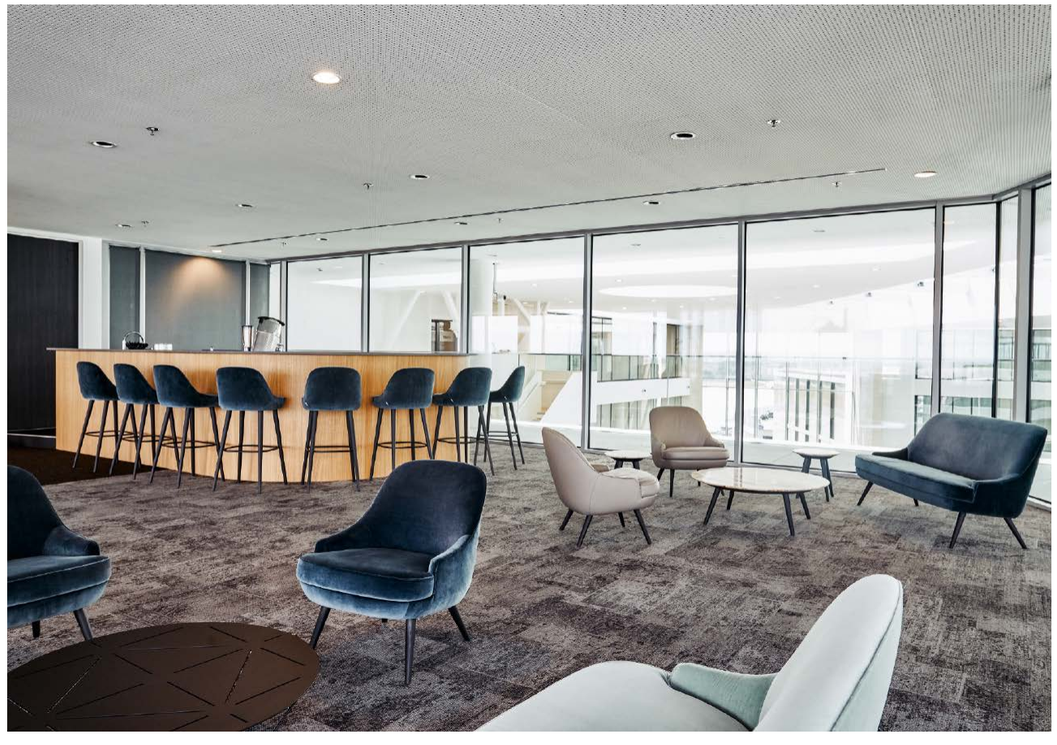
Einzelstücke von Walter Knoll auftauchen. Innovationswille im Familiären – das ist im lichtdurchfluteten Neubau überall spürbar. Open Spaces ohne feste Sitzordnung, kleine Räume für zurückgezogenes Arbeiten, viel Platz für Begegnungen und Kommunikation. »Das neue Office ist ein wahrer Luxus. Im Hotel würde man sagen: ein Upgrade von zwei Sternen«, sagt Christine Reinders, Brand- und Marketingmanagerin, über ihren umgestalteten Arbeitsplatz. Maerevoet nickt zufrieden. Er beschreibt KPMG gern als Containerschiff, das für größere Manöver Zeit benötige. Hier in Brüssel hat es Kurs auf die Zukunft genommen. *Ilona Marx*

Linke Seite: Mit seiner Bootsform und der lebendigen Massivholzplatte verkörpert der Konferenztisch *Keypiece* das familiäre Selbstverständnis von KPMG Belgien. Moderne Medien lassen sich über Connectoren in der Platte diskret mit der Medienwand verbinden. Stühle: *Kyo.* Sessel, Sofas, Barhocker und Beistelltische aus dem Programm *375* beleben die Loungebar. Entworfen wurde das Design in den Fünfzigerjahren. Beistelltisch *Joco.*
Unten: Formen und Farben in Harmonie. Polsterbank *Jaan Bench,* Sessel *369* und der Beistelltisch *Joco*. Alle Möbel von Walter Knoll



»Die Möbel von Walter Knoll sind klassisch mit einem modernen Touch. Sie transportieren Hochwertigkeit, und selbst Besucher, die gar keinen Sinn für Interior Design haben, spüren diese Qualität.«

KAREL TANGHE
Partner, Head of Audit, KPMG Belgien





PROJEKT
KPMG Belgien, Headquarter Brüssel, Belgien
REALISIERT
Frühjahr 2018
ARCHITEKTUR
Jaspers-Eyers Architects, Brüssel, Belgien
INTERIOR DESIGN
Alternativ Workspace Solutions, Brüssel, Belgien
WALTER KNOLL PRODUKTE
369, 375, Bao, Jaan, Jaan Bench, Jaan Living, Joco, Joco Stone, Keypiece, Kyo, Oki Table, Oota Table, Seito, Tadeo, Tobu
LOCATION
Bar, Büro, Konferenzraum, Lobby, Lounge
FOTOS
Benne Ochs, Hamburg, Deutschland

KPMG ist eine internationale Genossenschaft unabhängiger Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen. 2017 beschäftigte sie insgesamt rund 200000 Mitarbeiter an Standorten in 154 Ländern.

Das Angenehme mit dem Schönen verbinden: In der Sky Lounge mit den Sesseln *Bao* von Walter Knoll treffen sich Mitarbeiter gern zum Gedankenaustausch

L'Oréal Deutschland, Düsseldorf

New Work? Neuer Look!

Beim Kosmetikkonzern L'Oréal dreht sich alles um die Schönheit, und das in großer Geschwindigkeit. Im neuen Düsseldorfer Hauptquartier finden die Mitarbeiter immer den richtigen Platz, um spontan und kreativ ihre Ideen zu entwickeln



Spiel mit Kurven und Vertikalen: Die Polsterbänke *Foster 512* von Walter Knoll gestalten die Lobby des neuen Headquarters von L'Oréal Deutschland



Platz für gemeinsame Pausen ist in der Akademie Lounge, gestaltet von engels architektur. Barhocker *Turtle* von Walter Knoll



»Möbel von Walter Knoll nutzen wir schon lange. Anfangs waren es klassische Büromöbel: hochqualitative Schreibtische, die nach 25 Jahren noch aussehen wie neu. Jetzt haben wir viele wohnliche Möbel für Besprechungszonen und repräsentative Bereiche gewählt.«

SASCHA GORMANNS
Leiter Campus Management, L'Oréal Deutschland

Jede Saison neue Farben, Hunderte Patente im Jahr, ein globaler Markt: Die Welt der Schönheitspflege ist bunt, umkämpft und wandelt sich ständig. Wer da mithalten oder den Wandel selbst vorantreiben will, muss agil sein und schnell. Erfinderisch und aufmerksam. L'Oréal, international der größte Kosmetikhersteller, hat in Düsseldorf sein neues deutsches Hauptquartier bezogen. Dort werden Leichtigkeit und Beweglichkeit ganz selbstverständlich zum Arbeitsstil.

Am nördlichen Rand der City, in dem sechzehngeschossigen Gebäude namens J1, sind weite Räume entstanden. An den bodentiefen Fenstern liegen offene Flächen mit Schreibtischinseln, in der Mitte wohnliche Besprechungszonen mit Sesseln und Hockern, daneben abgeschirmte Thinktanks für das Brainstorming im Team: 950 Arbeitsplätze für die Mitarbeiter und fast 900 alternative Plätz für ihre vielfältigen Tätigkeiten – aber kein einziges Einzelbüro. »Nicht einmal unser Chef Fabrice Megarbane hat eins«, sagt Sascha Gormanns. Er leitet den Bereich Campus Management und hat die neuen Büros mitentwickelt.

Für den grandiosen Ausblick aus der Sky Lounge fahren alle gern hinauf in die fünfzehnte Etage, Kollegen wie Besucher. Auch Sascha Gormanns verabredet sich dort gern zum Gespräch. »Früher saß immer ein Kollege hinter seinem Schreibtisch und einer davor, das fand ich unangenehm«, sagt er. »Heute treffen wir uns bei den Sesseln.« Am liebsten bei *Bao* von Walter Knoll: »Ich finde ihn einfach knuddelig und wahnsinnig bequem. Jeder mag ihn auf Anhieb.«

Das Arbeiten an rotierenden Plätzen genießen die Leute bei L'Oréal. Anfangs habe es durchaus Vorbehalte gegen das neue Konzept gegeben, aber beim Einzug habe alles gestimmt. Man müsse solche Ideen eben sehr gut umsetzen, sagt Sascha Gormanns. Flexibilität braucht Rückzugsorte und hochwertige Möbel, die Wertschätzung ausdrücken, Konzentration und Kreativität fördern. Mit Raum für Begegnungen, denn aus diesen entsteht oft Neues. Wie das Interieur aussehen sollte, bestimmten auch die Mitarbeiter. Sie gründeten Arbeitsgruppen, führten Umfragen durch. Möbel von Walter Knoll fanden viele Fans, und selbst unterschiedliche Wünsche ließen sich erfüllen: modern oder Midcentury-Stil? Beides geht und passt gut zusammen.

Tatsächlich wurde Flexibilität schon im alten Gebäude gelebt, soweit das möglich war. Zum Telefonieren das Zimmer verlassen, Gespräche im Restaurant führen – der Impuls, den Platz zu wechseln, regte sich früh. Heute wählen die Mitarbeiter intuitiv aus einer großen Bandbreite an Räumen und Zonen, vom Coffee Point bis zur Phone Box. Territorien beanspruchen, Räume durch Buchung frühzeitig blockieren, all das ist gar nicht möglich. Und muss auch nicht sein, da es nun Platz für alle und alles gibt.

Hiltrud Bontrup

PROJEKT
L'Oréal Deutschland, Düsseldorf
REALISIERT
November 2017
ARCHITEKTUR
HPP Architekten, Düsseldorf, Deutschland
INTERIOR DESIGN
Mertens, Willich, Deutschland
engels architektur, Meerbusch, Deutschland
WALTER KNOLL PRODUKTE
Bao, Conference-X, Cuoio Lounge, Jason Barstuhl, Joco, Keypiece, Liz, Lox Barstuhl, Foster 512, Turtle Barstuhl
LOCATION
Lobby, Lounge, Konferenzraum, Küche
FOTOS
Andrea Dingeldein, Köln, Deutschland
Rainer Rehfeld, Düsseldorf, Deutschland

Der französische Konzern L'Oréal produziert seit mehr als hundert Jahren Mittel für die Schönheitspflege. In Deutschland beschäftigt er heute insgesamt 2000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Thomas Mann House, Los Angeles

Pacific Bliss

Einst war sie das Refugium eines Ausnahmeschriftstellers. Jetzt ist die kalifornische Villa ein Ort für deutsche Intellektuelle, Künstler und Wissenschaftler – um zu arbeiten, zu debattieren und sich zu Hause zu fühlen



»Das Ringen um Demokratie, das Ringen um eine freie und offene Gesellschaft ist das, was uns, die Vereinigten Staaten und Deutschland, auch weiterhin verbinden wird. Dafür haben wir dieses Haus erworben. Dafür haben wir es wunderschön, wohnlich und einladend ausgestattet.«

FRANK-WALTER STEINMEIER Bundespräsident,
bei der Eröffnung des Thomas Mann House im Juni 2018



Im ehemaligen Wohnzimmer der Familie Mann regen zeitlose Möbel zum Lesen und Diskutieren an: Sessel *Andoo Lounge* in Blau und Grau, ein *Votteler Chair* samt Hocker, dazu die Beistelltische *Oki*, alles von Walter Knoll

Kein Museum, sondern ein deutsches Kulturinstitut – die Vorgabe war eindeutig. Das Thomas Mann House in Los Angeles sollte keine Gedenkstätte werden, in der Literaturpilger andächtig um den Schreibtisch schleichen. »Ganz im Gegenteil«, sagt Ursula Seeba-Hannan. »Hier werden Stipendiaten monatelang wohnen und arbeiten, sie werden Gäste empfangen und mit ihnen debattieren. Dabei sollen sie sich wohlfühlen, deshalb wirkt alles ganz selbstverständlich.«

Ursula Seeba-Hannan ist Gesellschafterin der Berliner LenzWerk Holding und hat Thomas Manns amerikanische Villa neugestaltet, als einen Ort, an dem deutsche Kultur erlebbar wird. Der Schriftsteller hatte die Villa Anfang der Vierzigerjahre für sich und seine Familie gebaut, als Zufluchtsort während der Nazizeit. 1952 gingen die Manns zurück nach Europa, das Haus wurde verkauft, vermietet, umgebaut. Als es 2016 erneut auf dem Markt war, griff das Auswärtige Amt zu: ein doppelter Glücksfall. Die Villa, entworfen vom Architekten Julius Ralph Davidson, entging so dem Abriss. Und die Bundesregierung gewann einen Ort für deutsch-amerikanische Begegnungen. Forscher, Künstler, Intellektuelle werden das Haus nun mit demokratischem Geist füllen.

Thomas Mann hätte das gefallen. Der Autor von »Buddenbrooks« lebte seit 1933 im Exil, er suchte Abstand zur Unkultur der Nazis. Nach Jahren des Umherziehens ließ er sich 1942 mit seiner Familie endlich in einem eigenen Haus nieder: 1550 San Remo Drive, Pacific Palisades, Los Angeles. Dort schrieb er die Radioreden »Deutsche Hörer«, in denen er zum Widerstand gegen die Nationalsozialisten aufrief. Dort empfing er andere Exilanten wie Theodor W. Adorno, Bertolt Brecht und Albert Einstein.

Ein gut gestaltetes Haus befreit. Es bietet Schutz nach außen und gibt im Innern Raum, um frei zu denken, frei zu reden. Weil alles sagt: Hier darfst du sein. Und bleiben. Weil die Möbel für Menschen gemacht sind und für Jahrzehnte – nicht für die Eitelkeit. Weil sie Vertrauen einflößen, beständig wirken.

»Wir haben die Möbel für das Thomas Mann House so ausgewählt, als wären sie schon immer da gewesen«, sagt Ursula Seeba-Hannan. Als Stilvorbild fielen die Manns aus. Die Familie hatte damals ihr Gründerzeitmobiliar mitgebracht und in die Villa gestellt: Dunkle Eiche meets Architekturmoderne. Möbel aus deutscher Fertigung sollten es nun wieder sein, jedoch passend zum Haus und zur Gegenwart.

Für Ursula Seeba-Hannan war sofort klar, dass Walter Knoll zu den Projektpartnern gehören würde. »Die Polstermöbel sind einfach exzellent. Es gibt nicht viele Hersteller, die handwerklich so in die Tiefe gehen und so viel Liebe ins Detail investieren.« Sie wählte Firmen mit Tradition und Erfahrung, deren Produkte noch lange erhältlich sein werden. Die Modelle im Haus spannen einen Bogen von den Zwanzigerjahren bis zur Gegenwart, es sind allesamt Klassiker, die noch heute

modern wirken. »Der *Votteler Chair* von Walter Knoll verbindet sich wie selbstverständlich mit den anderen Elementen im Raum. Er ist mein absolutes Lieblingsstück!« Der zeitlose Ruhe- und Lesesessel ist inspiriert von skandinavischer Sachlichkeit, er kombiniert filigranes Stahlrohr mit voluminösem Polster und Armlehnen aus massivem Holz. Entworfen hat ihn Arno Votteler 1956 bei Walter Knoll. Der Designer und Innenarchitekt ist heute fast neunzig Jahre alt und gerührt von dieser Wahl. Immerhin blickt er selbst in seinem Arbeitszimmer auf einige Regalmeter Thomas-Mann-Literatur.

Ursula Seeba-Hannan machte die *Votteler Chairs* zu den Protagonisten im Wohnzimmer. Die zweite Hauptrolle spielt das helle Sofa *Prime Time* von Walter Knoll, ein zeitgenössischer Entwurf des Designteams EOOS. Ihm verlieh sie mit ein paar Veränderungen einen Fünfzigerjahre-Touch. Die Rückenlehne wurde ein wenig kleiner, der Boden des Sofas aus dunklem Holz gefertigt.



»Im Thomas Mann House werden Stipendiaten monatelang wohnen und arbeiten, sie werden Gäste empfangen und debattieren. Dabei sollen sie sich wohlfühlen, deshalb wirkt alles ganz selbstverständlich.«

URSULA SEEBA-HANNAN LenzWerk Holding, Berlin

Eitelkeit ist der Feind der Behaglichkeit. Und auch Demokratien gelingen nur, wenn niemand auf Alleingängen beharrt. In dieser Überzeugung kooperierten alle Beteiligten bei diesem Projekt. Markus Benz, Chef von Walter Knoll, kommentiert: »Beim Thomas Mann House wirkten Unternehmen im Vertrauen zusammen, gemeinsam ein besseres Ergebnis zu erzielen. Diese Unternehmen, die sich durch besondere Kreativität und hohe Handwerklichkeit auszeichnen, sind Teil der wirtschaftskulturellen Leistungsfähigkeit Deutschlands.«

Gemeinsam mit Walter Knoll, Thonet und anderen Firmen suchte Ursula Seeba-Hannan nach den perfekten Stoffen und Farben. Das Problem: Möbelmacher entwickeln ihre Sofas und Sessel meist ganzheitlich; Modelle entstehen im Austarieren von Proportionen, Material und Bezügen. Fremde Textilien müssen erst geprüft werden, nicht jede Faser ist geeignet. Und so fuhr Ursula Seeba-Hannan mit ihrem Bündel von einem Hersteller zum anderen, besprach ihre Vision. Sie stellte schließlich eine Auswahl zusammen, flog nach Los Angeles, breitete ihre Palette im Haus aus – und sah: In dem heißen Klima von L. A., unter der kalifornischen Sonne brauchte sie ganz andere Stoffe und Farben als in Nordeuropa. Die Suche begann von vorn, die Polsterer testeten und berieten. »Ihr Engagement und ihr enormes Know-how haben mich sehr berührt«, sagt sie. Am Ende wurden es Leinen- und Baumwollbezüge in Antikblau- und Antikgrüntönen, die an die Vierzigerjahre erinnern. Wie gut das Polstererteam sie verarbeitete, darin sieht Ursula Seeba-Hannan einen weiteren Beleg für die Flexibilität und die Professionalität der Menschen bei Walter Knoll.

Die Einweihung der Villa ist ihr in guter Erinnerung. »Die sehen ja fantastisch aus«, habe Jutta Allmendinger gerufen, als sie die *Votteler Chairs* im mannschen Wohnzimmer entdeckte. Als eine der ersten Stipendiatinnen im Thomas Mann House war die Sozialforscherin zur Eröffnung eingeladen, zusammen mit anderen Fellows wie dem Schauspieler Burghart Klaußner und dem Thomas-Mann-Forscher Heinrich Detering. Sie alle werden in Thomas Manns Arbeitszimmer künftig am massiven Holztisch *Andoo* von Walter Knoll arbeiten. Ein wenig zögerlich hätten die Stipendiaten sich anfangs schon durch die Räume bewegt, erzählt Ursula Seeba-Hannan. Bis sie sie bat, sich einfach mal zu setzen. »Mensch«, habe Jutta Allmendinger im *Votteler Chair* gesagt, »der ist ja nicht nur schön, sondern auch bequem!« *Hiltrud Bontrup*



Als wären sie immer schon da gewesen: Die *Votteler Chairs* wurden in einem gedeckten Grün bezogen, das an die Vierzigerjahre erinnert. Sofa *Prime Time,* Beistelltisch *Oki.* Alle Möbel von Walter Knoll



Der Massivholztisch *Tadeo* mit der quer verlaufenden Maserung bietet viel Platz für Bewohner und Gäste. Die Stühle gehören zum Programm *Andoo*, alles von Walter Knoll

PROJEKT
Thomas Mann House, Los Angeles, USA
REALISIERT
Juni 2018
ARCHITEKTUR
Julius Ralph Davidson (1889–1977), Los Angeles, USA
INTERIOR DESIGN
LenzWerk Holding, Berlin, Deutschland
WALTER KNOLL PRODUKTE
Andoo, Andoo Lounge, Andoo Table, Oki, Prime Time, Tadeo, Votteler Chair
LOCATION
Arbeitszimmer, Esszimmer, Wohnzimmer
FOTOS
LenzWerk Holding, Berlin, Deutschland

Die Bundesrepublik Deutschland ist Eigentümerin des Thomas Mann House in Los Angeles. Finanziert wurden der Umbau und die neue Ausstattung von der Berthold Leibinger Stiftung. Der Verein Villa Aurora und Thomas Mann House führt das Haus als transatlantische Begegnungsstätte und richtet das Residenzprogramm aus. Gefördert wird dieses vom Auswärtigen Amt, von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien und der Berthold Leibinger Stiftung, der Alfried Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung und der Robert Bosch Stiftung.

Elemente in Balance: Mitten im Medizinviertel Tokios, im neuen Haus eines Pharmazieunternehmens, setzen die Ledersofas *Jaan* von Walter Knoll dem Muster auf Wand und Boden souveräne Ruhe entgegen

Pharma Inc., Tokio

Zur Quelle des Lebens gehen

Gesundheit, Kraft, Heilung und Natur. Dies ist das tägliche Geschäft eines japanischen Pharmakonzerns. Sein Headquarter in Tokio strahlt genau diese Werte aus – auch dank Möbeln von Walter Knoll

Der Fukutoku-Garten, fünf Minuten vom Bahnhof Tokio entfernt, ist eine kleine grüne Oase inmitten einer der größten und lebendigsten Städte der Welt. Am Eingang begrüßt ein orange glänzendes Torii die Besucher – ein Shinto-Tor mit den zwei typischen, parallel geschwungenen Querbalken. Es symbolisiert den Übergang in einen heiligen Bezirk. Zwei Schreine stehen da, der kleinere Yakuso Jinja ist einem Medizingott gewidmet. Unter den Laubdächern finden Menschen Ruhe und Schatten.

Gleich hinter dem Garten reckt sich seit Kurzem ein schmaler Büroturm aus Glas, Stahl und Aluminium in die Höhe. Gebaut hat ihn das Unternehmen Pharma Inc.*, das seit über hundert Jahren dieses Grundstück besitzt. Es liegt mitten im Nihombashi-Distrikt, wo seit Beginn der Edo-Zeit im 17. Jahrhundert Medizin-großhändler und -hersteller sitzen – die »Medizinstadt« Tokios.

Pharma Inc. ist in Japan tief verwurzelt und heute weltweit aktiv. In seinen Räumen wollte das Unternehmen »das japanische Erbe auf zeitgemäße Art und Weise nutzen«, so lautete der Auftrag, erzählt der Markenprofi Kashiwa Sato, der das Interieur gestaltet hat. Er wählte die vertrauten, einfachen Grundformen: Kreis, Oval, Gerade. Dazu viel Holz, den traditionellen Werkstoff, der in Japan gerade wieder äußerst beliebt ist.

Dass Creative Director Kashiwa Sato seine Vision einer natürlichen, auf die Ursprünge reduzierten Umgebung nun ausgerechnet mit handgefertigten Möbeln von Walter Knoll umsetzte, ist alles andere als ein Zufall. Denn das Spiel mit den Elementen ist Walter Knoll zutiefst vertraut. Alle Objekte, ihre Farben, Formen, Materialien bis hin zu ihrer Verarbeitung beruhen auf Prinzipien, die dem Menschen seit Jahrtausenden vertraut sind. Das Ergebnis: In Räumen, die mit Möbeln von Walter Knoll gestaltet sind, fühlen Menschen sich sofort wohl, weil

weiter auf Seite 57



Der schwarze Stein im Brunnen spiegelt die hölzernen japanischen Zeichen an der Wand. Sie sind in traditioneller Kumiki-Technik gefertigt und bedeuten »Wasser« und »Licht«: die Quellen des Lebens

Spiel mit Natürlichkeit

Unsere archaische Verbindung zur Natur ist das Ergebnis eines langen Evolutionsprozesses, die Liebe zum Wald steckt dem Menschen in den Genen. Natur liefert Arznei, entspannt und klärt den Geist. Im Büro steigern Elemente aus Holz und Wasser Immunsystem und Konzentrationsfähigkeit. Handwerklich exzellent verarbeitet, sind sie eine Wohltat für die Sinne.

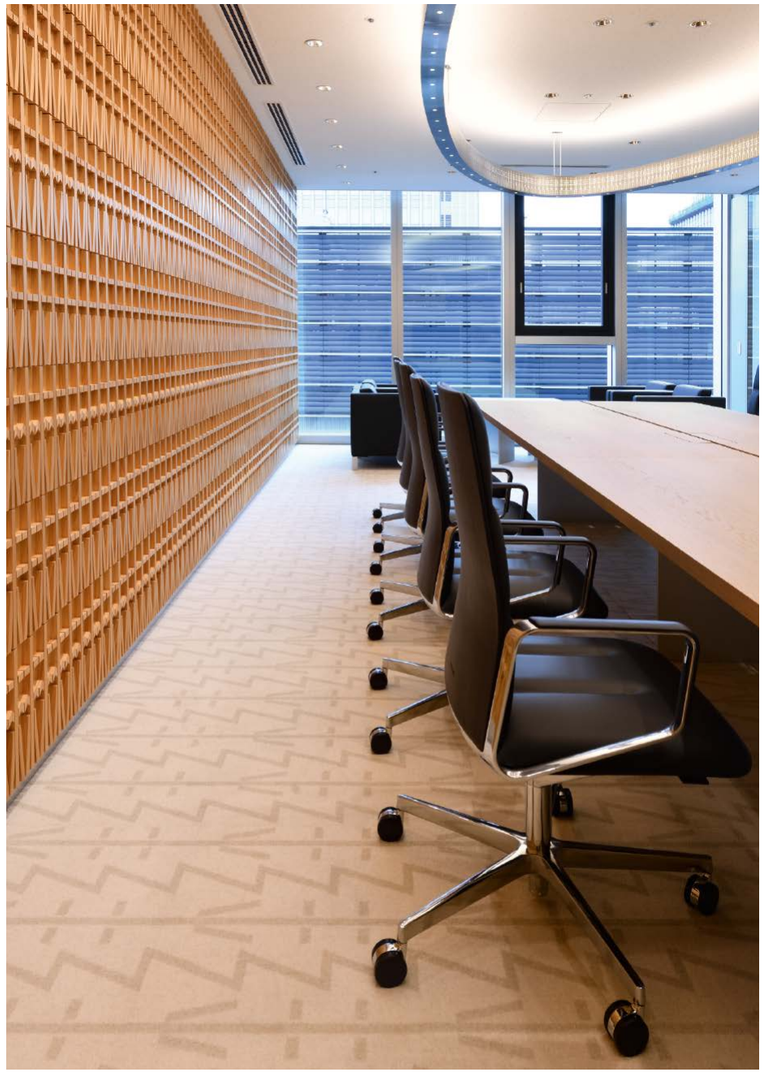


Creative Director Kashiwa Sato verwirklichte seine Vision einer natürlichen, auf die Ursprünge reduzierten Umgebung mit handgefertigten Möbeln von Walter Knoll. Er wählte Materialien, Farben und Formen, die der Mensch seit Jahrtausenden intuitiv versteht. Über dem minimalistischen Holztisch hängt eine kreisrunde Leuchte, an der Wand aus Zypressenholz ist das Wort »Zukunft« zu lesen. Ledersofas *Foster 500* von Walter Knoll



»Aussortieren macht mir Spaß. Beim Gestalten von Räumen lasse ich so viel weg wie möglich. Was übrig bleibt, ist dadurch kraftvoller und nachhaltiger.«

KASHIWA SATO Creative Director, Samurai Inc.



An Walter Knoll schätzt Kashiwa Sato die Mischung aus Selbstbewusstsein und Understatement, die exzellente Handwerkskunst und Qualität. Im *Leadchair Executive* fand er außerdem höchsten ergonomischen Komfort





Eine konzentrierte Atmosphäre und bequeme Stühle *Leadchair Executive* von Walter Knoll für Konferenzen (ganz oben), viel Raum für Begegnungen (oben). Ein Treffpunkt für Manager auf der weitläufigen Fläche ist der helle Stehtisch aus Hinoki-Zypressenholz unter der ringförmigen Lampe. Gespräche, die sich dort ergeben, führen die Mitarbeiter in den Stühlen *Turtle Lounge* von Walter Knoll fort

sie auf Anhieb jene universelle, ja archaische Farb- und Formensprache intuitiv verstehen. Das wusste auch Kashiwa Sato, als er mitten in Tokio ein Gesamtkunstwerk schuf, eine Erzählung von der Quelle des Lebens und der Gesundheit.

Die Geschichte beginnt im Erdgeschoss, wo Wasser aus einem Brunnen über einen gewölbten schwarzen Stein rinnt (siehe Seite 53). Das Wasser fließt so sanft, dass sich die Wände aus Zypressenholz darin spiegeln, mitsamt der geometrischen Struktur, die die stilisierten Schriftzeichen auf dem Holz bilden. Kumiki heißt die alte Technik, mit der sie gestaltet sind. Wer die japanische Sprache beherrscht, entziffert »Wasser« und »Licht« – die Grundlagen des Lebens. Vorbei am Brunnen geht es weiter zum Empfang mit den Zeichen für »Erde«, die für Gesundheit und Wohlbefinden sorgt, und »Bäume«, die das Wachstum symbolisieren. Besucher warten hier auf einer Bank, die wie ein gigantisches hölzernes Geduldspiel aussieht. Wer darauf sitzt, fühlt sich fast wie im Wald.

Oben in den Veranstaltungsräumen sind die Wände überzogen vom Zeichen für »Zukunft«. Und überall, wo Menschen zusammenkommen, in der Cafeteria und auf den Führungsetagen, geht es um starke Verbindungen, Kizuna. »Verbindungen zwischen Menschen verbinden die Welt«, sagt Kashiwa Sato. Und so gibt er Begegnungen Raum. Büros und offene Flächen strahlen Ruhe aus – ganz anders als die typischen Offices in Japan, wo die kleinste Ecke genutzt wird. »Um gut zu wirken, braucht ein Raum einen gestalterischen Schwerpunkt.« Auf der Führungsetage fällt dieser sofort ins Auge: ein ringförmiger Stehtisch.

Gespräche, die hier spontan beginnen, lassen sich ein paar Schritte weiter fortführen – in intimerer Atmosphäre auf den Sofas und Sesseln *Jaan* von Walter Knoll. Die Zeichen an der Wand darüber bedeuten »Menschen«: Hier sitzen sie zusammen und sprechen darüber, wie Arzneimittel entwickelt und verbessert werden können. Wie Menschen mehr Lebenskraft erlangen können. Die Möbel von Walter Knoll leisten dazu einen spürbaren Beitrag. Sie stützen den unteren Rücken, man versinkt nicht darin und steht leicht wieder auf. Die Ergonomie und angenehme Polsterung wissen die Pharmamanager zu schätzen, wenn sie zu Konferenzen auf dem *Leadchair Executive* Platz nehmen. Ein weiterer Pluspunkt: Das hochwertige Leder atmet. Selbst im Tokioter Sommer fühlt es sich angenehm an.

Wie die Möbel bei Walter Knoll gefertigt werden, ließ sich Kashiwa Sato von einem seiner Mitarbeiter berichten, den er eigens nach Herrenberg schickte, dem Unternehmenssitz von feinen Details und der perfekten Balance der Möbel. Für seine Erzählung von der Kraft des Lebens habe er ganz bewusst eine angesehene, aber keine zu offensichtliche Marke gewählt. Bei Walter Knoll habe er den Spirit des Bauhauses gesehen, diese Mischung aus Selbstbewusstsein und Understatement, die ihm besonders gefalle. Es sind Möbel für Menschen. *Sonja Blaschke*

Reduktion und Konzentration

Qualität kommt von den Dingen, die man nicht tut. Eine große Herausforderung für Interior Designer liegt immer darin, Räume zu entlasten. Also Möbel und Materialien so anzuordnen, dass sie Platz schaffen und Menschen einladen. Damit es der Mensch ist, der sich entfalten kann, und nicht das Möbel.

PROJEKT
Pharma Inc.*, Tokio, Japan
REALISIERT
März 2018
ARCHITEKTUR
Nihon Sekkei Inc., Tokio, Japan
INTERIOR DESIGN
Kashiwa Sato, Samurai Inc., Tokio, Japan
WALTER KNOLL PRODUKTE
Foster 500, Foster 501, Foster 510, Jaan, Jason Freischwinger, Leadchair Executive, Turtle Lounge
LOCATION
Konferenzraum, Lounge, Open Space
FOTOS
Masahiro Ishibashi, Tokio, Japan

* Pharma Inc. ist ein Pseudonym, den Namen haben wir auf Wunsch des Unternehmens geändert. Es ist international aktiv und beschäftigt in seiner Tokioter Zentrale rund tausend Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wie sieht die Chefetage des einundzwanzigsten Jahrhunderts aus?

Agilität und Solidität. In der Zentrale einer der größten europäischen Banken kommt das Beste aus zwei Welten zusammen – dank Möbeln von Walter Knoll

Samtiges Nussbaumholz gestaltet die Oberflächen der Tische, es strahlt Glaubwürdigkeit und Vertrauen aus. Schreibtisch *Exec-V,* Drehstuhl *Leadchair Executive,* Schalensessel *Kyo,* Tisch *Mason,* Teppich *Jangwa.* Alles von Walter Knoll



Für die Führungskräfte, die aus den weltweit tausend Niederlassungen anreisen, hält die Zentrale Arbeitsplätze bereit. Wer sich gut versteht, sitzt im Zweierbüro: Drehstuhl *Leadchair Management,* Schreibtische *Exec-V, Storage System.* Alle Möbel von Walter Knoll



»Bankiers wünschen eine Atmosphäre, die gleichermaßen Natürlichkeit und Perfektion ausstrahlt. Wertig. Langlebig. Nachhaltig.«

LUCAS M. WEBER Director Corporate Business bei Walter Knoll

Der Vorstandsvorsitzende nimmt morgens auf dem Polster eines *Leadchair Executive* Platz. Er mag dessen metallglänzende Füße, die mit den verchromten Beinen seines Schreibtisches *Exec-V* korrespondieren. Zweieinhalb mal ein Meter misst der Tisch, von dem aus der Manager eine global agierende Bank führt. Der Mann legt Wert auf Diskretion, darum erscheint er hier nicht mit Namen. Der gesamte Vorstand schätzt Tugenden wie Zurückhaltung, Natürlichkeit und Perfektion. Die Zentrale befindet sich in einer der schönsten Städte Europas. In den vergangenen zwei Jahren wurden vier Stockwerke neu eingerichtet – zum Arbeiten, Empfangen und Dinieren.

Das Interieur soll die tägliche Arbeit unterstützen. Und natürlich soll die Umgebung von Wertschätzung geprägt sein. Wertschätzung für die Mitarbeiter und Kunden, Wertschätzung und Respekt aber auch für die Verantwortung, die hier täglich übernommen wird. Deshalb fiel die Wahl auf Möbel von Walter Knoll, deren Material und Formen, Oberflächen und Details diesen Wertetransfer unmittelbar erzeugen. Konferenztische *Scale-Media,* handgeknüpfte Teppiche *Jangwa,* das *Storage System* in Nussbaum, Schreibtische *Exec-V* und *Leadchairs* spiegeln das Arbeitsethos.

Bankiers brauchen Privatsphäre. Wie die meisten Führungskräfte benötigen sie Bereiche, in denen sie



Agilität

Kundenbedürfnisse wandeln sich schnell, Unternehmen müssen das Tempo mitgehen. Hilfreich dabei sind Open Space Offices, die Mitarbeitern einen schnellen Austausch, kurze Wege und ein kreatives Miteinander ermöglichen. Zum Ausgleich für die Arbeit in großen Räumen gibt es geschützte, ruhige Zonen zum Telefonieren, Brainstormen und Nachdenken.





Kühle und Wärme: Der Terrazzoboden ist die Basis für dunkles Holz und seidiges Leder. Im Großraumbüro (oben) ebenso wie in der offenen Zone mit den Barstühlen *Andoo* (linke Seite oben). Im Vorstandsbüro (links unten) bilden Teppiche *Jangwa* wohnliche Inseln. Dort nehmen hochrangige Personen in den Sesseln *Foster 502* Platz, wo sie unwillkürlich, so erzählen Beobachter, mit den Händen über das weiche Anilinleder streichen. Schreibtische *Exec-V,* Drehstühle *Leadchair Executive, Storage System.* Alles von Walter Knoll

vertrauliche Gespräche führen können. Zugleich ist Öffnung ein großes Thema. Auch in Vorstandsetagen sind Teamwork, modernes Management, Agilität und andere Konzepte angekommen, die man gemeinhin unter dem Sammelbegriff New Work zusammenfasst. Sie münden in Direktheit, Verkürzung und Beschleunigung von Kommunikation. Diese Flexibilität und Offenheit, gepaart mit Diskretion, galt es zu gestalten.

Jedes der fast ein Dutzend Vorstandsmitglieder verfügt nun über eine sogenannte Trilogie – drei miteinander verbundene Räume: einer für die Schreibtischarbeit und den Empfang von Besuchern auf behaglichen Polstern, ein zweiter fürs Sekretariat, der dritte für Konferenzen. Über den Gang hinweg arbeiten die engsten Mitarbeiter in agilen Bereichen: große Büros für sechs, acht, zehn oder vierzehn Menschen.

Geschäftiges Treiben herrscht auf den Etagen vor Aufsichtsratssitzungen, wenn die Mitglieder aus allen Teilen der Welt anreisen. Konferiert wird an einem Tisch, der sich zu einer V-Form aufziehen lässt. Diniert wird aus Sicherheitsgründen ebenfalls im Haus, an einem sieben Meter langen *Scale-Media.*

Und so kommen hier, in der Zentrale einer der ältesten Banken der Welt, dank Möbeln von Walter Knoll, zwei Tugenden zusammen: Modernität und Tradition. Jedes Unternehmen braucht heute Flexibilität, Lebendigkeit, Transparenz und Offenheit – nicht nur, um seinen Markt im Griff zu haben, sondern auch, um für Mitarbeiter attraktiv zu sein. Gleichzeitig geht es ums Bewahren, um die Weitergabe von Sicherheiten und Werten. Möbel, diese im wahrsten Sinne begreifbaren Begleiter unseres Alltags, machen aus immateriellen Werten materielle Erfahrung. *Carsten Jasner*

REALISIERT
Oktober 2018
ARCHITEKTUR
EM2N, Zürich, Schweiz
WALTER KNOLL PRODUKTE
Andoo Barstuhl, *Exec-V, Foster 500 Table, Foster 502, Frame Lite, Haussmann 310, Legends of Carpets – Jangwa, Kyo, Leadchair Executive, Leadchair Management, Mason, Scale-Media, Storage System, V-Table* Sonderanfertigung
LOCATION
Büro, Executive Office, Konferenzraum, Open Space
RENDERINGS
screen ID digital imaging, Offenbach, Deutschland

Das Unternehmen ist eine der ältesten Banken in Europa, es möchte anonym bleiben.

Das Manifest

von
Markus Benz

Was bestimmt eigentlich, wie wir arbeiten? Wie wir Büros und Projekte organisieren? Ist es der Prozess? Die Funktion?

Die Betrachtung ist unvollständig, sagt Markus Benz, Chef von Walter Knoll, es fehlt die dritte Dimension: die Situation!

Zeit für neues Denken

Das Unternehmen schafft das Bewusstsein, im Büro steckt seine Identität. Wenn Sie morgen einen Arzt besuchen, wissen Sie sofort, bewusst oder unbewusst, schon beim Eintritt in die Praxis, ob Sie sich gut oder schlecht aufgehoben fühlen, ob Sie dem Arzt vertrauen oder nicht. Obwohl Sie ihn womöglich vorher noch nie gesehen haben. Dasselbe gilt für Kanzleien, Hotels, und natürlich gilt es für Büros. Menschen lesen Räume wie Gesichter – in Sekundenschnelle, und reagieren entsprechend mit Zuneigung, Abneigung, Vertrauen oder Misstrauen.

Umgebung verändert Denken und Verhalten. Im Zeitalter der Marke, der Digitalisierung und des demografischen Wandels ist das Büro längst keine Nebensache mehr. Im Gegenteil: Es ist Kraftort der Company. Dass Menschen sich dort wohlfühlen, ist noch das Mindeste. Aber sogar das galt lange nicht als selbstverständlich.

Früher glichen Büros tristen Zellen. Massenweise graue Tischplatten, beiges Laminat, Räume für den getakteten Achtstundentag. Design und Material waren auf Haltbarkeit getrimmt, verströmten unverwüstliche Tristesse, und das galt auch im gehobenen Einrichtungssegment. Der Ansatz war funktional: hier das Chefbüro, dort der Konferenzraum, da die Kaffeeküche und die kleinen Zellen für die Angestellten. Die Wertigkeit des Mobiliars richtete sich nach dem Status.

Mitte der Neunzigerjahre kam ein neues Lebensgefühl auf und eroberte allmählich auch deutsche Bürowelten. Vor der Jahrtausendwende wurde unser Blick internationaler. Architektur, Künste, Design, Internet und Digitalisierung begannen ihren Siegeszug um die Welt. Damit stieg der Anspruch ans Design – nicht nur, aber eben auch im Büro.

Noch etwas anderes geschah: Das Papier verschwand, die Zahl der Akten und Ordner ging zurück, Bildschirme auf den Schreibtischen wurden kleiner, dafür gab es Screens in Meeting-Räumen für Videokonferenzen und Präsentationen. Whiteboards, Flipcharts, Moderationskoffer. Es wurde gesprächig im Büro, denn was geschah, musste erfasst werden und verarbeitet. Die Arbeit wurde mehr und mehr digital – und mit ihr unsere Werkzeuge. Seit dieser Zeit stellen wir uns Fragen nach Prozessen. Diese Fragen beschäftigen uns noch immer: Welche Aufgaben haben Menschen? Was brauchen sie, um diese Aufgaben zu erfüllen? Wie kann ein Unternehmen Kreativität, Leistung und Motivation des Einzelnen fördern?

Das war gut, wichtig und richtig – aber im Grunde ist bis zu dem Punkt noch der Raum mit dem Prozess gleichgeschaltet. Um aber die oben erwähnten Effekte zu erzielen, also Kreativität, Motivation und Leistung miteinander zu potenzieren, braucht es Frei-Räume. Umgebungen, die Verbindungen schaffen. Räume, die flexibel sind. Organische Orte. Damit wir arbeiten können, wie es die Situation erfordert. Und nicht der Raumplan.

Durchschnittlich vier bis sechs Meetings pro Tag haben Menschen im Büro – und keins davon ist gleich. Gleichzeitig ist die Anzahl der Räume in Unternehmen oft begrenzt. Deshalb gestalten wir Büros und eben auch Konferenzräume heute so, dass sie Angebote machen – unterschiedliche Bereiche für unterschiedliche Situationen. So erlaubt ein moderner Konferenzraum zum Beispiel große Runden am Konferenztisch, vertrauliche Gespräche führen wir in einer Sitzecke in der Nähe, wo auch ein Teppich liegt. Schnelle Team-Meetings finden gegenüber statt, am Stehtisch oder bei der Polsterbank am Fenster.

So kommt die Situation ins Büro – mit der Variation von Möbeln und Bereichen. Orte für Begegnungen, mal vertraulich, mal leger. So wird der Konferenztisch schmal und klappbar, weil das die Nutzung des Raums auch ohne Tisch zulässt. Und auch ein Schreibtisch kann zum Stehtisch werden für die kleine Morgenrunde.

Das ist die Zeit für die Sensibilität der Leader. Die Hauptaufgabe des Managers ist heute Kommunikation. Umso wichtiger ist es, dass er für seine Gespräche die passende Situation findet und sie nutzen kann – den Konferenzraum, das Sofa, die Polsterbank, den Stehtisch. Und damit sich diese Kommunikation ausbreiten kann und daraus Kreativität, Leistung, Ideen und Erfolg entstehen, braucht es Umgebungen, die sympathisch sind, offen, wertig und flexibel. Woran man sie erkennt? Das werden Sie spüren, sobald Sie den Raum betreten.

situative

Wohltat für die Sinne: Opulente Sessel, Erdtöne und Details aus Messing schaffen einen warmen Rückzugsort im Herzen der Stadt. *Isanka Chairs* von Walter Knoll

Beyond by Geisel, München

Ankommen, um zu bleiben

Die Privathoteliers Geisel haben in München eine Residenz geschaffen, die man gar nicht mehr verlassen möchte. In dem geräumigen Bücherzimmer, der stets geöffneten Küche und den opulenten Sesseln von Walter Knoll fühlt sich der Gast wie bei großzügigen Freunden



Charmante Einladung: Die Barhocker und Sessel aus dem Programm *375* von Walter Knoll scharen sich um die offene Küche und bieten Komfort in den ruhigen Zimmern





Logenplatz: An bodentiefen Fenstern genießen die Gäste des Beyond den Blick auf das Treiben der Stadt. Sessel *Foster 520* von Walter Knoll

Hoch über dem Münchner Marienplatz, auf Augenhöhe mit dem Glockenspiel am Neuen Rathaus, liegt das Beyond by Geisel. Den Namen darf man wörtlich nehmen: Das Beyond bietet im fünften und sechsten Stock ein zweites Zuhause, das über der Stadt und weit hinterm Alltag liegt. Ein Rückzugsort für Menschen, die für sich sein wollen, Freunde einladen oder ähnlich Gesinnte kennenlernen möchten. Wie in einem Landhaus bezieht jeder Gast seinen Raum, man trifft sich im zentralen, zwei Etagen hohen Bibliothekszimmer oder im Weinzimmer, wo man sich aus einer feinen Auswahl selbst bedienen kann. Man genießt und plaudert in handwerklich gefertigten Möbeln von Walter Knoll – im leichtfüßig-charmanten Klassiker *375,* auf opulent gepolsterten Sesseln und Sofas aus dem Programm *Isanka*.

Einladender Komfort in privat anmutenden Räumen – mit diesem Konzept folgt das Hotel, das sich Stadtresidenz nennt, einem internationalen Trend. Die Münchner Privathoteliers Carl, Michael und Stephan Geisel haben einen Ort mit Charakter geschaffen, in dem man sich willkommen fühlen darf wie bei guten Freunden. Wer sich an der Theke der offenen Küche auf einem Barhocker *375* niederlässt oder in seinem Zimmer in einen *Foster 520* sinkt, nimmt um sich herum Details aus Messing wahr, Holz in rötlichen Tönen und Textilien in Honig- und Ockerfarben. Sie strahlen Behaglichkeit und Wärme aus. Die renommierten Gestalter des Madrider Büros Nieto Sobejano Arquitectos haben mit Möbeln von Walter Knoll eine Landschaft aus erdigen Tönen in einer geräumigen Höhle geschaffen, die Sinne und Seele beruhigt. Dabei liegt die Stadt dem Gast zu Füßen. Hinter bodentiefen Fenstern werden Türme, Ziegeldächer und die neugotische Fassade des Rathauses zu einem Teil der Einrichtung. Der Gast fühlt sich, als würde er im Sofa *Isanka* über dem Marienplatz schweben.

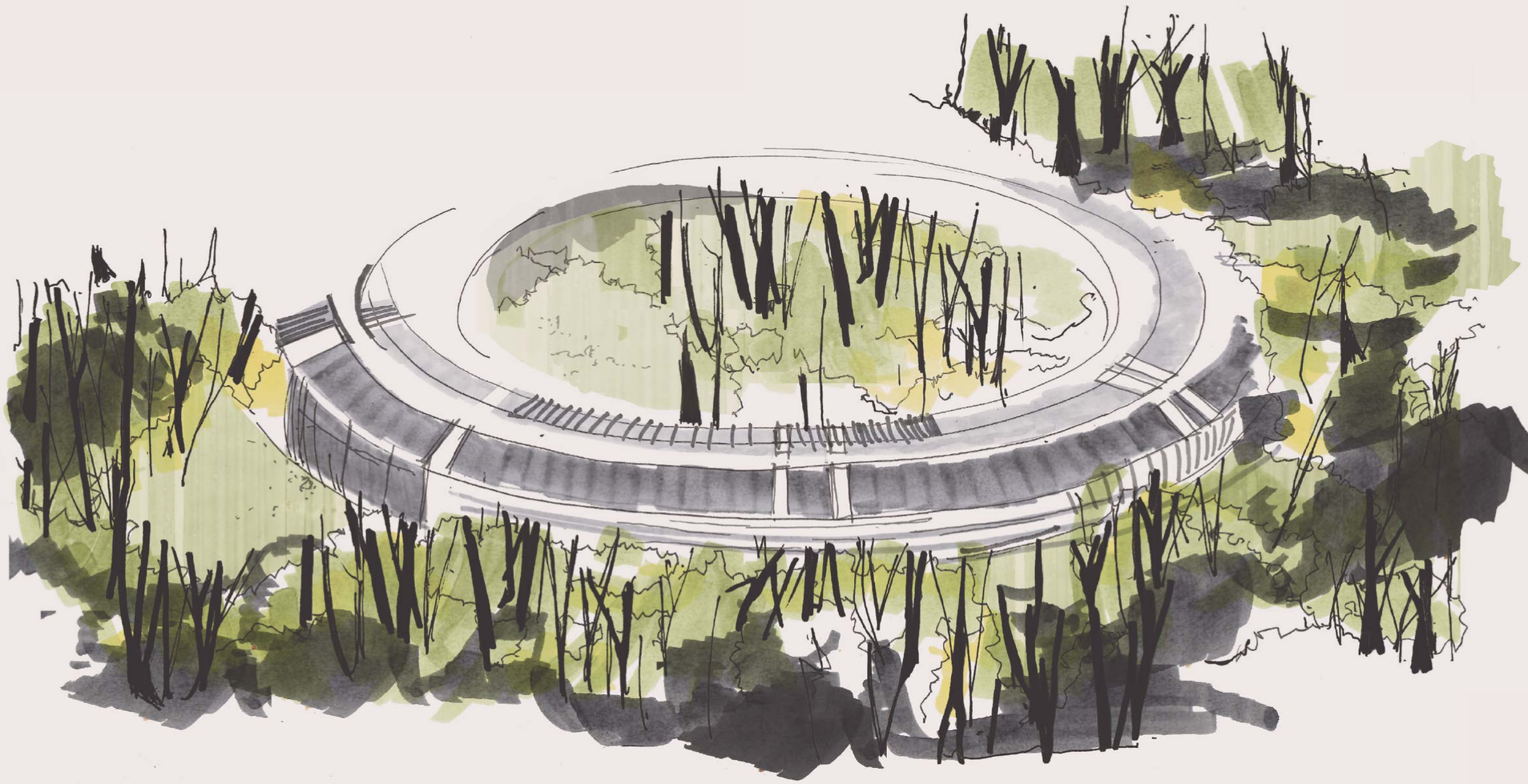
Das Hotel ist offen für geschlossene Gesellschaften, für private Feste und Firmen-Events. Einmal drin, gibt es eigentlich keinen Grund, das Haus wieder zu verlassen. Die Küche ist rund um die Uhr geöffnet, Speisen und Getränke sind im Zimmerpreis enthalten. Wer dennoch Lust auf städtischen Alltag bekommt, braucht nur einen Fuß vor die Tür zu setzen. Der Trubel des Marienplatzes umfängt den Gast unmittelbar, er treibt zwischen Geschäftigkeit und grantelndem Münchner Charme – bis ihn der Wunsch nach einem behaglichen Rückzugsort einholt. *Ralf Grauel*

Immersives Reisen

In eine Stadt einzutauchen heißt, sich ganz auf ihren Rhythmus, ihre Farben und ihren Sound einzulassen. Und ein Hotel zu wählen, das mit individuellem Design und hochwertigen Möbeln den Spirit des Ortes widerspiegelt. Dort findet der Reisende im Charme privater Atmosphäre und hochwertiger Möbel Raum und Ruhe für die Sinne.

PROJEKT
Beyond by Geisel, München, Deutschland
REALISIERT
November 2017
INTERIOR DESIGN
Nieto Sobejano Arquitectos, Madrid, Spanien
WALTER KNOLL PRODUKTE
375, Isanka Chair, Isanka Sofa, Foster 520
LOCATION
Hotelzimmer, Küche, Suite, Weinzimmer
FOTOS
Roland Halbe, Stuttgart, Deutschland
Marc Oeder, München, Deutschland

Das Unternehmen Geisel Privathotels ist seit über hundert Jahren in Familienhand. Die Brüder Carl, Michael und Stephan führen in München vier Hotels und vier Restaurants, darunter den Königshof, der zu den „Leading Hotels of the World" gehört.



Hierarchielos, ohne Anfang und Ende: Apples Hightech-Ring im Silicon Valley verkörpert perfekt die Unternehmenskultur der Digitalepoche. Entworfen hat ihn der Architekt Norman Foster

Schau, wie wir arbeiten

von Oliver Elser

Im Wettstreit der Konzernzentralen liefern sich Apple, Google und Facebook ein atemberaubendes Kopf-an-Kopf-Rennen. Der Workspace wird zum Showroom der Marke. Ein Streifzug durch die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Headquarters

Im Oktober 2013 erschien der Roman »The Circle« von Dave Eggers. Das Buch wurde schnell zum internationalen Bestseller. The Circle beschreibt ein fiktives amerikanisches Silicon-Valley-Unternehmen, das jedoch unschwer als Mischung aus Google, Apple und Facebook zu erkennen ist. Eine junge Frau beginnt, für The Circle zu arbeiten – in der Verfilmung wird sie von Emma Watson gespielt (der wunderbar altklugen Hermine aus »Harry Potter«). Bald muss sie erkennen, dass die Firma die Weltherrschaft über alle persönlichen Daten anstrebt. Wer damals zu den ersten Lesern des Buchs zählte, brauchte nicht auf den Film zu warten, um ein plastisches Bild vor Augen zu haben, in welcher schönen neuen Bürowelt die Heldin sich jeden Tag ein Stück mehr von ihrem Privatleben verabschiedet. Denn just im selben Jahr präsentierte der Computerkonzern Apple seine eigene Version von The Circle: ein riesiges, kreisförmiges Bürogebäude, eine Art scharfkantiger Hightech-Donut, entworfen von dem Spezialisten für Stahl-Glas-Transparenz auf allerhöchstem Niveau, dem britischen Architekten Norman Foster. Der, nebenbei bemerkt, bereits seit 1999 für Walter Knoll Möbel gestaltet.

War es Zufall, dass die Techno-Utopie des Romans die gleiche unverwechselbare Form hat und zum selben Zeitpunkt in die Welt gesetzt wurde wie das neue Apple-Headquarter? Wahrscheinlich, denn Autor und Architekt standen in keinerlei Verbindung. Eggers kannte vielleicht ein anderes, bereits 2004 in Großbritannien fertiggestelltes Gebäude in Donutform, die Geheimdienstzentrale GCHQ. Dass aber im Jahr 2013 ein solcher Kreis gleich doppelt auftauchte, war trotzdem kein Zufall. Irgendwer musste einfach auf die Idee mit dem Circle kommen, der perfekten geometrischen Form, ohne Anfang und Ende, von quecksilbriger Leichtigkeit, hierarchielos und die ganze Community der 12 000 Topangestellten ständig im Blick. Es ist ein so starkes Bild, das perfekte Symbol für die Unternehmenskultur der Digitalepoche, dass es nur eine Frage der Zeit war, bis einer den Ring zum Hauptquartier machen würde.

Seit Jahren liefert sich das halbe Dutzend Konzerne, das unsere Welt permanent neu erfindet, ein Kräftemessen um das aufwendigste, symbolträchtigste, innovativste Bürogebäude. Große Architektennamen werden aufgeboten. Den Pokal erringt, wer die höchste Bausumme mit der aberwitzigsten Bauausführung kombiniert. Natürlich müssen die neuen Konzernzentralen den Ansprüchen globaler Kommunikation genügen. Je mehr die Architektur dem Markenkern entspricht, desto besser. Zeig mir, wie du arbeitest, und ich sage dir, wer du bist: von der Marke über die Architektur bis zum Flächenplan.

Das neue Hauptquartier von Facebook war als Erstes fertig – oder eher demonstrativ halb fertig, eben genauso, wie auch das wichtigste soziale Netzwerk der Welt eine Dauerbaustelle ist. Der Architekt Frank Gehry hat für Mark Zuckerberg den größten zusammenhängenden Büroraum der Welt entwickelt. 2800 Mitarbeiter sitzen auf einer Ebene zusammen, es schaut wild und chaotisch aus, als fände ein nie enden wollender Kindergeburtstag statt.

Google hingegen ließ die Architekten Bjarke Ingels (BIG) und Thomas Heatherwick zunächst die Visionen der Sechzigerjahre durchleben. Im ersten Entwurfsstadium war alles blasenförmig, aus transparentem, leichtem Kunststoff, als hätte die Science-Fiction-Ikone Barbarella im Brainstorming-Meeting gesessen und Google bei der Ehre gepackt. Wer die Welt verbessern will (»don't be evil«, war jahrelang Googles Motto), der kann nur bei den nicht eingelösten Träumen der Hippie-Architektur enden. Mittlerweile sehen die Pläne sehr viel konventioneller aus, eröffnet wird die Bürolandschaft unter leichten Zeltplanen im Jahr 2019.

Apple baut also ein Ufo, Facebook schustert einen Schuppen, und Google errichtet Zelte. Aber wie neu sind die neuen Büros im Innern wirklich? Schließlich umwerben die Hightech-Konzerne dieselbe Klientel. Sie konkurrieren um die besten Köpfe, alle bieten Fitnesscenter am Arbeitsplatz, exzellentes Essen, Kommunikationszonen, flexible Besprechungsbereiche und das ganze Paket an arbeitsplatznahen Freizeitangeboten, das Dave Eggers in »The Circle« so wunderbar parodiert hat.

Büros wie vom Landschaftsarchitekten

Was sie voneinander unterscheidet, ist ihr Umgang mit der Außenwelt. Im Apple Park soll man sich in die Landschaft hineinträumen und in einer Art transzendentaler Erfahrung die Grenzen der physischen Welt auf die gleiche Weise vergessen, wie auch der User als Apples Kunde hinweggleitet, dem ja kein Telefon, sondern ein randlos leuchtendes Fenster in eine andere Welt versprochen wird. Facebooks Mitarbeiter hingegen scheinen im Gebäude festzuhängen wie ihre Kunden beim Scrollen durch die endlose Timeline.

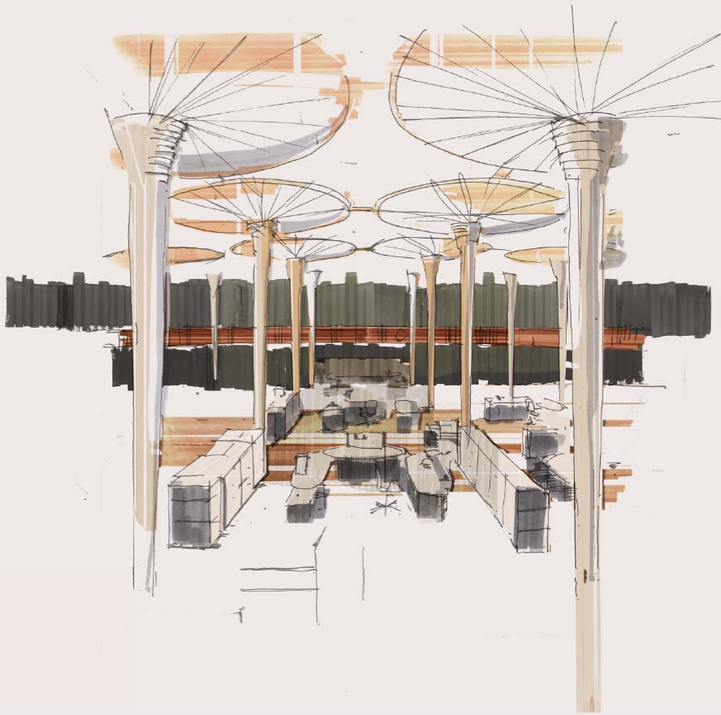
Grundsätzlich sind die Konzepte nicht so neu, wie sie scheinen. Facebooks Architekt Frank Gehry, durch sein Guggenheim-Museum in Bilbao einer der ganz großen Stars am Firmament der Gegenwartsarchitektur, hat in den Achtzigerjahren den Urtypus des vorbildlich kreativen Chaosbüros geprägt, damals für die Werbeagentur Chiat/Day in Venice Beach, Los Angeles, die wiederum in den Neunzigern das virtuelle Büro propagierte, eine Spaßlandschaft in knallbunten Farben ohne feste Schreibtische, und das alles gut ein Jahrzehnt bevor die Laptop- und Smartphone-Technologie wirklich reif für die Umsetzung war.

Sehr viel früher, bereits in den Dreißigerjahren, widmete sich der Architekt Frank Lloyd Wright der Planung einer neuen Fabrik. Er war damals genauso detailversessen wie heute Apples Chefdesigner Jonathan Ive, der seine kreative Energie jahrelang in die Perfektionierung der neuen Firmenzentrale gesteckt hat. Auch Wright wollte für das Unternehmen Johnson Wax ein Gesamtkunstwerk schaffen. Nur unter Protest ließ er sich dabei von praktischen Erwägungen aufhalten, etwa als die Mitarbeiter reihenweise von den eigens entworfenen Bürostühlen herunterkippten, da der Architekt ihnen nur drei Rollenfüße gönnen wollte. Gut, dann wurden es eben vier.

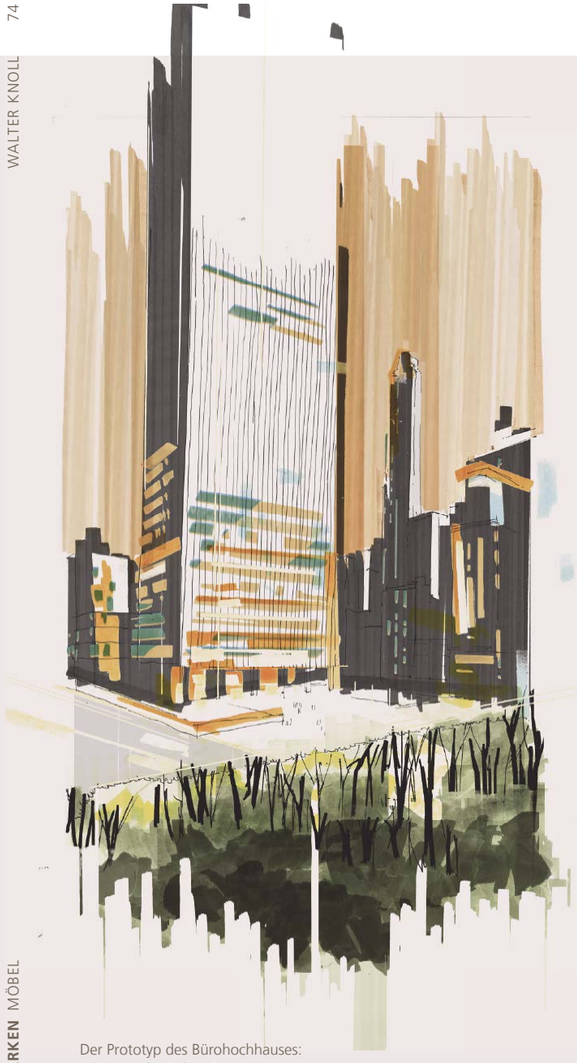
Noch heute ist das riesige Großraumbüro in Racine, Wisconsin, in Benutzung, eines der ersten seiner Art. Die Idee der Bürolandschaft gab es damals noch nicht. Die Schreibtische standen und stehen noch immer ohne den Hauch einer Rückzugsmöglichkeit in einer allerdings wunderschönen, von sogenannten Pilzstützen überspannten Halle. Hier saßen Verwaltung und Buchhaltung. Die Chemiker hingegen, die an Politurpasten auf Basis tropischer Wachsarten forschten,



Wird 2019 eröffnet: Googles neues Headquarter unter Zeltplanen, geplant von den Architekten Bjarke Ingels und Thomas Heatherwick



Introvertiert: Ohne Fenster und von Pilzstützen getragen – so gestaltete Frank Lloyd Wright in den Dreißigerjahren das Großraumbüro des Unternehmens Johnson Wax in Wisconsin



Der Prototyp des Bürohochhauses: Mies van der Rohes Seagram Building aus den Fünfzigerjahren in Manhattan

bekamen einen weithin sichtbaren Büroturm zugewiesen. Doch statt die Aussicht zu genießen, sollten sie ja arbeiten. Daher entwickelte der Architekt eine Fassade aus waagerechten Glasröhren, von denen die Außenwelt wie ein Zerrspiegel gedehnt und in Facetten zerteilt wurde. Johnson Wax galt als Fabrik der Zukunft, weithin publiziert in Fach- und Massenmedien. Aber es blieb ein virtueller »Brand Space«, der nur durch Abbildungen aus der Ferne erlebt werden konnte. Das galt auch für die spektakuläre Fabrikarchitektur, die zeitgleich in Deutschland entstand, etwa die Fagus-Werke von Walter Gropius, dem Direktor des Bauhauses, oder das expressionistisch-bunte Eingangsgebäude der Chemiefabrik Hoechst von Peter Behrens.

Die Öffentlichkeit blieb auf Distanz. Erst ab den Fünfzigern entstanden Bürogebäude, die man »Erfahrungsräume« nennen könnte: starke Unternehmensarchitektur, die einen unmittelbaren Nutzen für die Stadtbewohner hat, ob sie nun als Kunden angesprochen werden oder einfach so davon profitieren. In seiner Großzügigkeit bis heute unübertroffen ist das Seagram Building, der Prototyp eines minimalistisch-eleganten Bürohochhauses, das danach hundertfach auf der ganzen Welt hochgezogen wurde. Nirgends aber so generös wie beim allerersten Mal. Ludwig Mies van der Rohe plante den Turm für einen kanadischen Whiskeykonzern, der zuvor eine New Yorker Dependance im berühmten Chrysler Building hatte. Was wiederum auch eine starke Corporate Architecture war, triumphales Sinnbild für den Aufstieg der amerikanischen Autoindustrie dank Henry Fords bahnbrechender Fließbandproduktion. Nun aber, in den Fünfzigerjahren, durfte es gelegentlich auch mal ein Gläschen Hochprozentiges sein, und so eroberten neue Unternehmen die Skyline. Dank der Serie »Mad Men« wissen wir heute wieder, was damals los war, gern auch am Arbeitsplatz.

Softwarehäuser als Wellness-Oasen

Mies tat etwas, was seinen Bauherrn später noch sehr viel mehr Geld kosten würde, als dieser ohnehin schon für den Bau ausgeben musste: Der Architekt setzte sich mit der Idee durch, das Haus von der Park Avenue weit abzurücken, um einen Platz mit Wasserflächen davor anzulegen. Das war der ultimative Ausdruck von Luxus, ja von Dekadenz. In einer hochverdichteten Stadt wie New York nicht alles auszunutzen, was das Baurecht hergibt, das hat es nie wieder gegeben und wurde von der Stadtverwaltung sogar bestraft, weil diese die potenziell möglichen Steuereinnahmen aus den maximal erlaubten Gewerbeflächen forderte, was weit über den tatsächlich erzielbaren Profiten lag. Mies ging Eleganz über alles. Die New Yorker danken es ihm bis heute, indem sie sich auf der Seagram Plaza zum Lunch niederlassen. Seither werden solch generöse Gesten nur noch durch Immobiliendeals möglich, bei denen öffentlicher Raum im Ausgleich für die Erlaubnis einer höheren Grundstücksausnutzung geschaffen wird.

Und heute? Die Grenzen verschwimmen. Büros werden durchlässig, Konzerne bauen Marktplätze, Softwarehäuser geben sich als Wellness-Oasen. Schlecht ist das alles nicht, die Arbeitswelt wird dadurch bunter, lebendiger, vielfältiger. Gleichzeitig jedoch erhöht sich der Anspruch, dem sich Unternehmen zu stellen haben. Wer sich öffnet, wird gesehen – und das will durchdacht sein und gestaltet.

Den wohl radikalsten öffentlichen Raum, der gleichzeitig auch Arbeitsraum ist, hat indes kein Unternehmen ermöglicht, sondern die Eidgenössische Technische Hochschule in Lausanne. Das Rolex Learning Center, auch bekannt als »Die Welle«, entworfen vom japanischen Architekturbüro SANAA, erinnert an zwei riesige, wellenförmig vom Boden abhebende Scheiben Schweizer Käse – mitsamt kreisförmigen Löchern. Zwischen den Scheiben sind Studierende anzutreffen. Der Boden biegt sich so stark, dass kein Tisch gerade darauf stehen kann. Gerade deswegen ist es ein beliebter Ort zum Lernen, in Gruppen oder allein. Das 2010 eingeweihte Rolex Learning Center ist der Beweis, wie die Kraft der Architektur einen Sog erzeugen kann und wie größtmögliche Offenheit paradoxerweise die Konzentration fördern kann. Alles passiert auf der ondulierten Fläche, es gibt keine Rückzugsmöglichkeiten.

Das nächste Experiment mit einem solchen Allraum entsteht derzeit in Berlin. Für die Digitalsparte des Springer-Konzerns baut der niederländische Architekt Rem Koolhaas ein Bürogebäude, für das ein typischer Berliner Block ausgehöhlt wurde. Aber nicht wie üblich in Form eines Innenhofs, sondern durch einen waagerecht verlaufenden großen Schlitz. Auf Dutzenden Plattformen verteilen sich die Schreibtische. Die Atmosphäre dürfte einzigartig werden. Dave Eggers könnte sein dazu passendes Buch »The Hive« nennen, der Bienenstock. Wird das Experiment bei den Mitarbeitern ungeahnte Energien freisetzen oder doch eher eine bauliche Absichtserklärung bleiben, mit der sich das Unternehmen ein frisches Image geben will? Oder gelingt beides zugleich? Die Eröffnung soll 2020 stattfinden, und bereits jetzt ist das Interesse riesengroß. Manche schwärmen, dass es das erste experimentelle Gebäude sei, das in Berlin seit dem Mauerfall gebaut werde.



Größtmögliche Offenheit: Das löchrige, gewellte Rolex Learning Center in Lausanne ist ein beliebter Ort bei Studierenden. Die Idee stammt vom japanischen Architekturbüro SANAA

Der Autor
Oliver Elser ist Kurator am Deutschen Architekturmuseum in Frankfurt am Main und schreibt regelmäßig über Architektur-, Design- oder Technikthemen für die Frankfurter Allgemeine, AD Architectural Digest und andere Zeitungen und Zeitschriften.

Möbel

Möbel machen aus den Versprechen, die Marken uns geben, reale sinnliche Erlebnisse. Sie übersetzen Werte in persönliche Erfahrung. Lernen Sie auf den folgenden Seiten die Menschen kennen, die all ihr Wissen, Herzblut und ihre Handwerkskunst in unsere Produkte stecken. Damit aus den großartigen Ideen der Architekten und Designer einzigartig schöne Stühle, Tische und Polsterbänke von Walter Knoll werden



Auf dem Weg zur Werkstatt: Als Vermittler ist Jürgen Röhm viel unterwegs im Traditionshaus von Walter Knoll

»Die Eigenheiten der Natur verleihen Möbeln Charakter.«

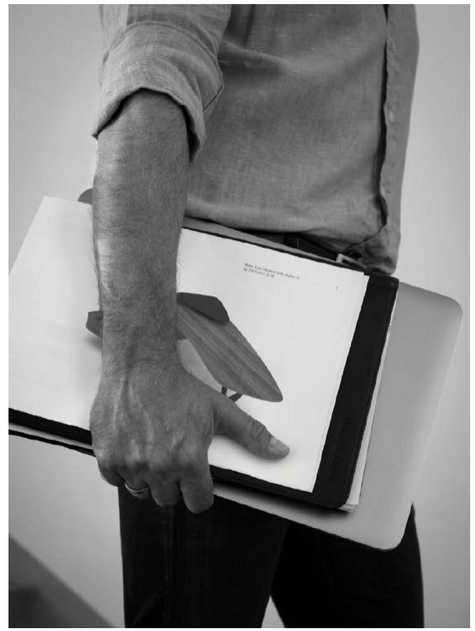
Jürgen Röhm, der Innovator

Ein neues Möbel zu entwickeln ist wie eine Forschungsreise. Konstrukteure, Polsterer und Näherinnen erkunden mit Designern unbekanntes Gelände. Als Expeditionsleiter vermittle ich zwischen Kreativen und Handwerkern. Die einen bieten Orientierung, fertigen Skizzen und Pläne, die anderen graben und setzen Fundstücke zusammen. Wenn alles gut geht, heben wir am Ende einen Schatz – die optimale Umsetzung von Design in Technologie, Konstruktion, Material, Form und Funktion.

Unser Anspruch ist es, dem Kunden ein perfektes Produkt anzubieten. Da kann die Reise auch mal länger dauern. Bis zum *Leadchair* dauerte sie fünf Jahre. Dreimal änderten die Designer den Entwurf – jedes Mal zum Besseren. Der Stuhl, den wir am Ende schließlich entdeckten, hat mit der ersten Idee kaum noch etwas zu tun. Aber er ist vollkommen!

Nie entwickeln wir ein Produkt um des Produkts willen. Es geht immer um die eine, starke Idee. Können wir der Kategorie Sofa oder Tisch einen neuen Wert hinzufügen – eine neue Funktion, Technologie oder Ästhetik? Das kann eine berührende Weichheit des Leders sein, ein außergewöhnliches Nahtbild oder eine faszinierende Holzoberfläche.

Leder, Holz, Wolle: Wir arbeiten mit natürlichen Materialien. Diese Tatsache birgt eine weitere spannende Herausforderung. Die Schönheit der Natur kennt keine Grenzen. Und technologisch lässt sie sich eben nur begrenzt beherrschen. Was wir also stets in unsere Designs und Prozesse einkalkulieren, sind diese wunderbaren Variationen und Eigenheiten. Wir nennen es Imperfektion in Perfektion. Das mag philosophisch klingen. Für uns ist das ein zusätzlicher, den Wert unserer Produkte steigernder Faktor. Denn unser Ziel ist es, Möbel zu entwickeln, die einen eigenen Charakter besitzen.



Mission *Tama Desk:* Jürgen Röhm mit Grafiken zum neuen, skulpturalen Schreibtisch von Walter Knoll



Was Jürgen Röhm über die Entwicklung des *Tama Desk* sagt — **Seite 94**



Beim neuen Stuhl *Liz-M* ist der rundgestrickte Stoff alles zugleich: Lehne, Sitzfläche, Federung und Bezug. Oliver Siegelin zieht ihn über das Gestell





Mehrfarbige Fäden verleihen dem Gewebe eine dreidimensionale Wirkung

»Der Designer gibt den Rhythmus vor, die Melodie. Wir suchen dann nach den passenden Harmonien.«

Oliver Siegelin, der Modellmacher



Wie der Stuhl *Liz-M* zu einem Leichtgewicht wurde — **Seite 114**

Ich bin für mein Team so eine Art Bandleader. Wir spielen zusammen, aber ich leite die Proben. Die Stücke, die wir spielen, sind nur ansatzweise komponiert. Der Designer gibt den Rhythmus vor, eine Melodie – wir suchen dann nach den passenden Harmonien. Welche Stimmung soll das Sofa ausdrücken? Wie würde ich darin gern sitzen?

Ein Sofa ist ein in Form gegossenes Gefühl. Ich schaue mir also den Entwurf an und überlege, wie wir dieses Gefühl ausdrücken; wie wir technische Notwendigkeit, handwerklichen Anspruch mit Schönheit verbinden. Ich denke über Keder nach, unsichtbare Reißverschlüsse, Einzüge, in Falten gelegte Polster – diesen Details gilt meine Leidenschaft. Sie machen das Möbel erst zu einem Walter Knoll Produkt.

Im Team diskutieren wir Lösungen. Die Polsterer und Näherinnen probieren Ideen aus. Da glauben wir, eine Koffernaht an einer filigranen Armlehne wäre doch schön, doch erst wenn das Modell in Originalgröße vor uns steht, merken wir, ob es im Raum funktioniert. Wir streben nach Perfektion *und* Machbarkeit. Die Kunst besteht darin, beiden gerecht zu werden.

Bis zur Serienreife vergehen oft Jahre. Ständig frage ich mich: Sind wir auf dem richtigen Weg? Sollten wir vielleicht eine vorherige Idee verfolgen? Entwicklungspausen tun gut. Beim *Leadchair* mussten Form und Funktion geklärt werden. Dann spürten wir, dass dem Polster eine charaktervolle Bedeutung zukommen muss. Irgendwann fiel mein Blick auf den Clubsessel, den Walter Knoll 1907 in Deutschland eingeführt hat: Diese prägnante Struktur – könnten wir daraus nicht etwas ableiten? Wenn wir Lösungen wie diese finden, das ist ein überragendes Gefühl.



Das Polster ist wie ein Arm. Es gibt sachte nach, dann fängt es mich auf. Ein Sofa sollte wie ein trainierter Körper wirken – gut aussehen, sich gut anfühlen, Vertrauen wecken, Sicherheit schenken. Es sollte mich mit Leichtigkeit tragen. Womöglich mit einem Lächeln.

Ich baue ein Polster allmählich, in mehreren Schichten, auf. Darin stecken eine Menge Abwägungen. Welche Dichte verwende ich für den unteren, mittleren und oberen Schaumstoff? Welche Gurte oder welche Metallfedern eignen sich für die Unterfederung? Welche Watte, welches Vlies? Will ich die obere Lage mit Federn und Daunen bekrönen? Das wäre speziell. Eine Daunenschütte bildet eine wunderbare Landschaft – für den legeren Look und ein softes Feeling.

Für den Wohnbereich entwickle ich voluminöse, tiefe Polster. Wer sich hineinsetzt, soll sich fühlen, als würde er in eine Wolke sinken und supersanft abgefangen werden. Wird der Sessel jedoch von vielen Menschen stark beansprucht, im Büro, Wartezimmer oder auf dem Flughafen, brauche ich ein festeres, kräftigeres Polster. Doch selbst das muss komfortabel sein und mich umschließen.

Ich habe einen feinfühligen Körper, ich spüre sofort, ob ein Polster passt. Das kann man nur schwer beschreiben, es ist eine Frage von Erfahrung und Gefühl. Wenn die Mutter einen Kuchen backt, nimmt sie auch »eine Handvoll Mehl«. Sie weiß gar nicht, wie viel Gramm das genau sind. Das ist bei mir ähnlich. Die Hände, das Fingerspitzengefühl sind unheimlich wichtig. Wie ist der Touch? Wie greift sich das Polster? Am Ende ziehe ich ihm die Hülle über. Ich stauche, knete und walke den Bezug. Das ist ein bisschen wie Massieren. Damit der Körper in Form kommt. Und dann, im Showroom oder auf Messen, beobachte ich sehr gern die Menschen, wenn sie sich setzen. Entspannt sich das Gesicht? Streicht die Hand über die Lehne? Nickt der Kopf zufrieden?



Wie Elmar Böing das *Jaan Silent* Sofa mitentwickelt hat — **Seite 122**



Mit Nadeln und Ahlen in verschiedenen Größen gestaltet Elmar Böing Details an den Polstermöbeln von Walter Knoll – wie die Ziernähte des neuen *Jaan Silent* Sofa (unten)

»Ein gutes Polster weckt Vertrauen, es schenkt Sicherheit.«

Elmar Böing, der Entwicklungspolsterer



»Die Naht bietet dem Auge Orientierung. Sie lenkt den Blick auf die wertigen Details.«

Julia Schroeder, die Entwicklungsnäherin



Welche Rolle die Nähte bei der Polsterbank *Foster 620* spielen, erklärt Julia Schroeder — **Seite 128**

Eine gute Naht gibt dem Auge Orientierung. Sie lenkt den Blick auf die wichtigen Details. Und sie drängt sich nicht auf. Die Fadenfarbe ist meist verwandt mit der Farbe des Bezugsstoffs. Manchmal aber kann der Faden auch Kontrast schaffen, zum Beispiel mit einer hellen Naht in dunklem Sattelleder. Die Länge der Stiche sollte ausgewogen sein, ideal ist in der Regel ein Lochabstand von vier Millimetern. Das Optimum zu finden ist ein Entwicklungsprozess, an dessen Ende die perfekte Naht vor mir liegt – sie zeugt von handwerklicher Exzellenz.

Ich habe einen hohen Anspruch an meine Arbeit. Wenn wir ein neues Sofa entwickeln, probiere ich etliche Ziernähte – Koffernähte, Kappnähte – mit verschiedenen Nadeln, Lochabständen, Fäden. Ich werde ganz unruhig, wenn die Naht nicht an der richtigen Stelle gelegt wird – und man die Unvollkommenheit spürt. Fasziniert bin ich von der richtigen Naht an der richtigen Stelle.

Wenn ich einen Nähplan entwickle, denke ich mich in den Bezug hinein. Die Sofahaut schwebt vor meinem inneren Auge. Welche Naht setze ich zuerst, welche Teile füge ich in welcher Reihenfolge zusammen? Wenn ich da einen Fehler mache, haben unsere Näherinnen nachher ein Riesenpaket auf dem Schoß – ein Lederbezug wiegt acht bis neun Kilo. Wenn ich über die Naht streiche, spüre ich, ob die Spannung stimmt. Die perfekte Naht im warmen, weichen Leder fühlt sich an wie nach Hause zu kommen. Wie eine Umarmung. Wie ein Versprechen, dass es hält.

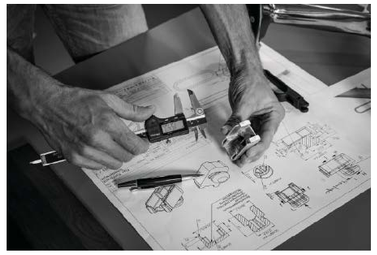


Welche Naht passt zu welchem Stoff, wo sollen in einem Möbel Linien verlaufen? Fragen, die bei Walter Knoll im langen Entwicklungsprozess geklärt werden



In der Entwicklungsabteilung plant Julia Schroeder, wie die Näherinnen später die Bezüge zusammensetzen

Messen und rechnen, tüfteln und das langfristige Verhalten des Materials bedenken – Rainer Brinkmann sorgt bei Walter Knoll dafür, dass Möbel sicher stehen und vielfältigen Belastungen standhalten





»Erst die Verbindung von Handwerk und Technologie macht ein Produkt wirklich faszinierend.«

Rainer Brinkmann, der Konstrukteur



Mehr über *Conference-X* und seine technischen Finessen — **Seite 106**

Wäre ein Tisch ein Haus, dann wäre ich der Statiker. Ich berechne Zuglasten und Druckkräfte, konstruiere Pfeiler, Verstrebungen, das Gebälk. Am Computer zeichne ich den Rohbau mit genauen Maßangaben. Wichtig ist: Auch wenn all unsere Möbel das Ergebnis perfekter Handarbeit sind, so steckt doch in jedem Produkt auch ein technologischer Kern.

Erst die Verbindung von Handwerk und Technologie macht ein Produkt wirklich faszinierend. Genau das ist »Made in Germany«. Wir sitzen hier inmitten einer Region voller Technologieführer. Für unsere Entwicklungen arbeiten wir fortlaufend mit Firmen zusammen, die auch für die Automobilindustrie forschen.

Die weichen Kanten des *Tama Desk* zum Beispiel bearbeiten wir besonders sorgfältig – mit einem bestimmten Vakuumverfahren. Die Beine eines *Conference-X* werden aus massivem Aluminium gegossen. Wie sich das Metall in der Hitze ausdehnt und beim Erkalten wieder schrumpft, muss ich vorher genau einkalkulieren. Ob die Berechnungen stimmen, wissen wir, wenn die Teile erstmals aus den Formen kommen. Das ist jedes Mal aufregend.

Beim *Conference-X* zum Beispiel stützen die filigranen Füße in X-Form die Mitte. Doch wie wird der Tisch auf Belastungen am Rand reagieren? Als er fertig war, habe ich mich auf die äußerste Kante gesetzt. Ich wiege achtzig Kilogramm. Die Berechnung stimmt! Der Tisch wackelte nicht die Spur.

Ich kämpfe um jedes Detail. Oft liege ich unter einem Tisch und denke über Verbindungen und Kabelanschlüsse nach. Um einen einzelnen Knopf kümmere ich mich schon mal drei Tage. An einem kleinen Beistelltisch habe ich monatelang getüftelt. Die Aufgabe bestand darin, einen massiven Holzfuß hitze- und kältebeständig zu konstruieren. Die Sache haben wir schließlich in den Griff bekommen. Mit einer simplen wie genialen Lösung – ein großartiges Gefühl.

Das Planungsbüro in der Hosentasche

pCon PLANNER

Das Raumplanungs-Tool

Der pCon.planner ist das am weitesten verbreitete professionelle Planungssystem für Raum- und Einrichtungsplanung im Büro- und Objektbereich. Die Werkzeuge und Funktionen sind hoch entwickelt und gleichzeitig intuitiv zu bedienen, die Datenbank enthält Produkte vieler Hersteller. Anwender sind Hersteller, Fachhändler, Architekturbüros, Interior Designer und Facility Manager.



pCon.box

Der mobile Möbelkonfigurator

Eine mobile App für Smartphone und Tablet (auch als Webversion), auf der sich Möbel spielerisch in 3-D konfigurieren und komplette Räume gestalten, planen und kalkulieren lassen. Mit der App lassen sich Grundrisse fotografieren. In einem Augmented Reality Feature lassen sich Möbel im realen Raum platzieren. Entwickelt zur direkten Unterstützung des Kundenerlebnisses im Handel. Einfach und spielerisch zu bedienen und doch hochprofessionell. Jede Konfiguration lässt sich in diversen Datenformaten exportieren, per Mail, WhatsApp oder SMS verschicken oder als Download bereitstellen.

pCon.facts

Der digitale Möbelkatalog

Ergänzend zur pCon.box steht dem Profi mit pCon.facts eine mobile Anwendung mit Details, Bildern und zusätzlichen Informationen zur Verfügung. Händler, Planer und Architekten finden hier Montageanleitungen, Zertifikate, Produktbroschüren und hochwertige Fotos. Ein weiteres wertvolles Tool, um Kunden mit eindrucksvollen Präsentationen zu begeistern und zu binden – inklusive AR-Feature.

Menschen konfigurieren Autos, die genau zu ihnen passen. Turnschuhe, die ihnen Spaß machen. Und bald auch hochwertige Sofas, Tische, Stühle, Sessel, Polsterbänke, Teppiche und das eigene Interieur. Entdecken Sie, wie Walter Knoll die Zukunft des Möbelkaufs digitalisiert. Und wie Händler, Architekten, Planer und eben auch Kunden davon profitieren

Es ist noch gar nicht lange her, da gingen Kunden durchschnittlich siebenmal zum Händler, bevor sie ein Sofa kauften. Sie unternahmen eine Reise durch verschiedene Geschäfte, probierten Modelle, studierten Kataloge und bildeten sich nach und nach eine Meinung, bevor sie zu einem der Händler zurückkehrten und dort ihr Sofa kauften. Die Reise findet heute nach wie vor statt, aber sie führt durchs Internet. Wenn ein Kunde heute beim Händler erscheint, ist er in den meisten Fällen bestens informiert – und es genügen ein, zwei Besuche, damit er sich entscheidet. Wenn der Händler in diesem Moment eine Frage nicht beantworten kann, läuft er Gefahr, ihn zu verlieren.

Smartphones machen smarte Kunden. Jeder Mensch greift zu auf Fotoalbum, Adressbuch, Kalender, Musikbibliothek, Gespräche, Wörterbücher, Warenhäuser, Reisebüros, Kontostände, ja im Grunde auf die ganze Welt. Und so gibt es keine größere Kaufentscheidung, die ohne Online-Recherche getroffen wird. Aus dieser digitalen Kundenreise macht Walter Knoll ein Erlebnis. Vom Besuch auf der Website über die Planung bis zu der Konfiguration des Möbels beim Händler – und sogar auf dem eigenen Smartphone.

Gerade hat Walter Knoll eine Partnerschaft mit dem deutschen Softwarehaus EasternGraphics geschlossen. EasternGraphics betreibt seit Jahren die Standardsoftware für Raumplanung im Büro- und Objektbereich, den pCon.planner. Nun füllt das Softwarehaus die Lücke zwischen Planungsbüro auf der einen Seite und Händler/Endkonsument auf der anderen Seite. Die Tools: eine überarbeitete mobile App zur Gestaltung von Einrichtung (pCon.box) und ein digitaler Möbelkatalog (pCon.facts). Spielerisch zu bedienen und offen für die gesamte Einrichtungsbranche.

Das bedeutet: Händler, Planer, Architekten und Kunden haben Zugriff auf kostenfreie, vollständige, aktuelle und perfekte Datensätze – auf einer Plattform, die sichere Prozesse garantiert. Alle Daten werden in gängigen Planungsformaten bereitgestellt.

Damit setzt sich Walter Knoll an die Spitze des Wandels. Jedes Produkt aus dem Portfolio, jede Konfiguration, alle Preise, Listen liegen auf einer Plattform, die Walter Knoll eigenhändig und fortlaufend befüllt. Der Effekt ist eine enorme Effizienzsteigerung – und zwar entlang der gesamten Prozess- und Wertschöpfungskette.

Diese Plattform hat 24 Stunden am Tag geöffnet. Architekten können hochwertige 3-D-Modelle in ihre Planung integrieren. Raumplaner verkürzen ihre Bearbeitungszeiten radikal. Händler können sich voll und ganz auf ihre Kunden konzentrieren und sie mit faszinierenden Konfigurationen begeistern. Und Kunden? Sie können jeden dieser Schritte mitverfolgen, posten, teilen – und sogar gestalten. Spielerisch, kreativ, an jedem Ort der Welt.

WOW-MOMENTE SCHAFFEN!

Für Händler hat das digitale Planungsbüro jede Menge Vorteile

PLATZ GEWINNEN
Aus Regalen werden Showroom-Flächen

VORHER *Kataloge, Preislisten und Aktualisierungen: Nicht selten steht ein guter halber Regalmeter Aktenordner pro Möbelhersteller beim Händler. Diese Unterlagen wollen nicht nur gelagert sein, sie müssen auch gepflegt und laufend aktualisiert werden.*
JETZT Eine zentrale Datenbank enthält alle Produkte, Konfigurationen und Preise. Die Ausgabe der Datenbank ist plattformunabhängig, sie funktioniert auf Desktop-Rechnern, Laptops, Tablets und Smartphones. Datenpflege und Updates erfolgen laufend. Und aus Regalmetern wird Showroom.

GEWICHT SPAREN
Ganze Produktbibliotheken in der Hosentasche

VORHER *Kataloge und Preislisten brauchen nicht nur Platz, sie wiegen auch. Bei Außenterminen kann das problematisch werden, zahlreiche Kundenfragen bleiben unbeantwortet.*
JETZT Ein mittelgroßes Smartphone oder Tablet wiegt weniger als 500 Gramm. Der Bildschirm ist kristallklar, er ist beleuchtet – und das Gerät greift zu auf alle wichtigen Informationen, Abbildungen, Maße, Daten, Bilder, Preise und Listen.

SINNLICHKEIT SCHAFFEN
Vielfalt in neuester Technologie erleben

VORHER *Möbel berühren und wollen berührt werden. Gleichzeitig brauchen Kunden auch Bilder – Inszenierungen beflügeln die Fantasie. Showrooms und gedruckte Kataloge können allerdings nicht sämtliche möglichen Konfigurationen präsentieren.*
JETZT Zoomen auf Details, Augmented Reality hautnah erleben, auf Bildschirmen mit 4-K-Auflösung, das sorgt für Wow-Effekte. Jede Produktvariation kann durchgespielt werden. Die Möbel, Polsterstoffe und Materialien liegen in hochaufgelösten 3-D-Ansichten vor, vom feinsten Samtbezug bis zum Furnier in Eiche cigar. Das Beste: Jede dieser Konfigurationen lässt sich sichern und als Bildpräsentation versenden.

24/7 VERFÜGBAR
Konfigurationen sofort umsetzen

VORHER *Kein Möbelkauf ist wie der andere. Egal in welcher Größenordnung oder Preisklasse: Wünsche, Konfigurationen, Materialien, aber auch die Zusammenstellung der Produkte kann sich laufend ändern. Je vielfältiger die Möglichkeiten, desto komplexer sind die Abstimmungsprozesse. Und die können sich über Wochen hinziehen.*
JETZT Komplexität ist kein Problem mehr – sie wird zur Bereicherung! Zu Kundenwünschen kann aufgrund erhöhter Geschwindigkeit sofort Auskunft gegeben werden. Aus der aufwendigen manuellen Konfiguration wird dank der hohen Funktionalität und Datenqualität ein dynamisches Entertainment.

HOHE KONFIGURATIONSKLARHEIT
»Geht leider nicht« gibt es bald nicht mehr

VORHER *Walter Knoll bietet seinen Projektpartnern und Kunden ein vielfältiges Portfolio, die Menge der möglichen Konfigurationen ist fast unendlich groß. Leider birgt dies auch Fehlerquellen, und es besteht Klärungsbedarf.*
JETZT Der Vorteil der Digitalisierung: Die Produkte sind immer eindeutig konfiguriert.

DIE WIN-WIN-KETTE

Eine Plattform, von der alle profitieren



Architekten
bekommen hochwertige Grafikdaten, um ihre 3-D-Planungen mit möglichst realen und maßstabsgetreuen Produktdarstellungen zu visualisieren. Alle Daten liegen in offenen Formaten vor, so sind Import und Export in die gängigen CAD-Programme gesichert. Im Set enthalten sind auf Wunsch auch Zertifikate und Produktinfo, um Ausschreibungen treffsicher zu erfüllen. Alle Daten liegen 24/7 vor, immer aktuell.

Händler
können sich ganz auf die Beratung konzentrieren und ihre Kunden vor Ort begeistern. Sie werden zu authentischen Beratern, die Fragen schnell und einfach beantworten, schaffen Wow-Momente für Kunden, indem sie 3-D-Modelle umkreisen, Details heranzoomen und Maße, Formen, Verarbeitungen spielerisch austauschen. Auch komplexe Produkte können spielerisch konfiguriert werden – direkt, digital, emotional.





Planer
steigern die Nähe zum Kunden. Direkt aus den Planungstools versenden sie Bilder, Listen und CAD-Modelle. Schnell ein Bild der letzten Idee schicken? Alternativen anbieten? Wahlmöglichkeiten zeigen? Die neue Form der mobilen Beratung ist schnell, jederzeit an allen Orten einsetzbar und hinterlässt zudem bleibende Erinnerungen auf den Geräten der Kunden!

Kunden
werden involviert. Menschen investieren bewusst und gern Zeit in die Gestaltung ihrer Räume. Die digitalen Tools machen Planung zu einem sinnlichen, interaktiven Erlebnis. Kunden verfolgen die Entwicklung ihrer Möbelplanung auf ihren Endgeräten, teilen Bilder und Designs mit Familie und Freunden. Die Apps sind so einfach und intuitiv zu bedienen, dass besonders Interessierte die Gestaltung ihres Interieurs selbst in die Hand nehmen können.





»Das Digitale stärkt die Tradition. Weil wir sie so erneuern«

Markus Benz, Chef von Walter Knoll, über einen radikalen Schritt. Und was der Wandel Partnern, Händlern und Kunden bringt

Herr Benz, werden bald Roboter Ihre Möbel bauen?

MB (lacht) Bis Maschinen so etwas können, wird noch sehr viel Zeit vergehen. Unser Beruf hat extrem viel mit Erfahrung zu tun. Die Elastizität von Stoffen variiert von Charge zu Charge. Leder und Holz sind lebendige Materialien. Die Unterschiede spüren wir in der Manufaktur, gleichen sie aus. Erst der Mensch verleiht dem Produkt seine skulpturale Qualität.

Was bedeutet Digitalisierung für Walter Knoll?

MB Veränderung. Walter Knoll steht für jahrelange Tradition, Perfektion und Handwerkskunst. Das klingt erst mal konträr. Wenn wir aber die Digitalisierung richtig angehen, können wir genau diese Tradition stärken, weil wir sie erneuern. Wir prüfen gerade jeden Baustein unserer Kommunikation: Wann, wo und mit welchen Inhalten begegnen wir dem Kunden auf seiner Entscheidungsreise? Nach innen prüfen wir alle Prozesse, die gesamte Organisation wird digitalisiert – und zwar so, dass unsere internen Vorgänge und Ergebnisse zu den Anforderungen passen, die wiederum von außen an uns herangetragen werden. Wir werden besser, schneller und schlanker.

Interne Digitalisierung versus extern? Das müssen Sie bitte erklären.

MB Der Konsument informiert sich vermehrt in digitalen Kanälen. Website und Social-Media-Aktivitäten müssen State of the Art sein. Der Digitalisierungsgrad unserer Geschäftspartner ist ebenfalls hoch: Planer, Architekten und Händler benötigen fortlaufend Datensätze, Bilder und digitale Preislisten für ihre Projekte. Wir gehen nun einen radikalen Schritt. Alle Inhalte und Prozesse laufen über eine Plattform. Bilder, Datensätze, Konfigurationen, Preislisten, Angebotsmanagement, Warenwirtschaftssystem. Alles ist harmonisiert.

Die Konsequenz dürfte vor allem Ihre Effizienz steigern.

MB Unsere Effizienz – und die unserer Partner! Unsere Strategie setzt auf einem offenen Industriestandard auf. Wir haben also nicht nur eine Lösung für Walter Knoll geschaffen. Unsere Partner sind Teil unserer Digitalisierung und profitieren gleichermaßen. Alle Datensätze sind 24 Stunden am Tag in den jeweiligen Programmen verfügbar – lückenlos, transparent, in höchster Auflösung. Sie können sich vorstellen, wie diese Datenharmonisierung die Prozesse beschleunigt.

Ein Beispiel?

MB Einen Prozess, der früher Wochen in Anspruch nahm, erledigen wir heute innerhalb von Stunden über die einheitliche Planungssoftware.

Jetzt haben wir den Kunden aus den Augen verloren…

MB Gerade das Gegenteil ist der Fall! Denn diese Digitalstrategie erzeugt auch mehr Faszination, Erlebnis und Involvement für den Kunden.

Wie soll das gehen?

MB Wir reden ja hier nicht einzig über Warenwirtschafts-, Angebots- und Bestellsysteme. Wir haben auf eine Software gesetzt, die uns hilft, ein unvergessliches Kundenerlebnis zu schaffen, denn sie wurde entwickelt, um Räume zu planen und Möbel zu konfigurieren. Walter Knoll übergibt nur noch hochwertige und vollständige Datensätze. Der Kunde kann mit seinem Berater sein Interior, seine Möbel konfigurieren – ohne Wartezeit, mit Wow-Effekt. Die Produkte, Oberflächen, Polster und Materialien liegen in hochaufgelöster 3-D-Ansicht vor. Hier entsteht ein völlig neuartiges Verkaufs- und Planungserlebnis. Gleichzeitig ist die Software in unsere Geschäftsprozesse integriert.

Kann der Kunde diese Konfiguration auch selbst steuern?

MB Aber ja! Der Händler kann die Konfiguration dem Kunden schicken, der sie mit der App auf dem Smartphone oder Tablet weiterbearbeitet. Der Kunde kann zu Hause den Fußboden fotografieren, einen Raumplan scannen, konfigurieren. Das schickt er, wenn er möchte, an den Händler. Er kann es auch per WhatsApp oder SMS versenden.

Funktioniert das Ganze auch in Virtual-Reality- und Augmented-Reality-Umgebungen?

MB Ja. Zur Orgatec wird für die Apps eine AR-Anwendung vorgestellt. Die Einführung weiterer Features ist sicher nur eine Frage der Zeit.

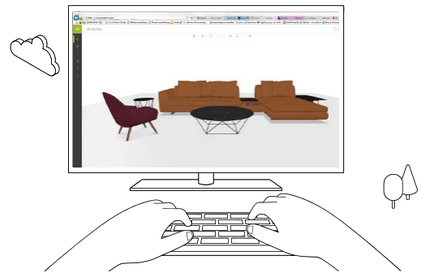
Wozu brauchen Sie dann noch Händler?

MB Menschen wollen hochwertige Produkte bei der Kaufentscheidung fühlen und ausprobieren. Die Kompetenz der Planung und Beratung liegt beim Handel. Unsere digitale Exzellenz – nur die besten Daten für das beste Kundenerlebnis – stärkt unseren Händler und macht ihn zukunftsfähig. Er kann sich wieder komplett auf den Kunden konzentrieren und ihn mit neuen, digitalen Präsentationsformen begeistern und binden.

Interview: Ralf Grauel

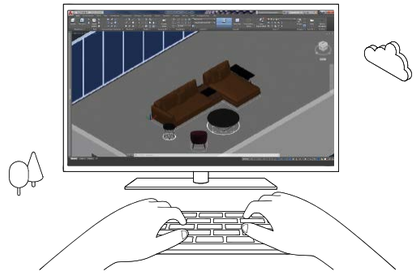
DIGITALE KONFIGURATION

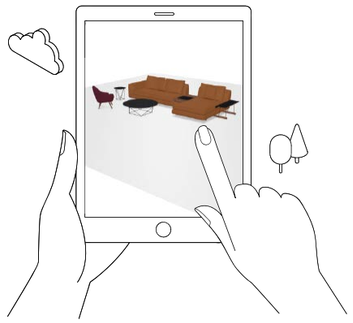
Wie Architekten, Kunden und Händler nahtlos über verschiedene Geräte miteinander kommunizieren. Ein Beispiel



1. DER PLANER IM ARCHITEKTURBÜRO konfiguriert ein Möbelsetting von Walter Knoll in der pCon.box. Er exportiert eine CAD-Datei für seinen Architekten und ein offenes Austauschformat für seinen Händler (OBK-Datei). Der Kunde erhält ein Bild sowie eine Artikelliste der Konfiguration.

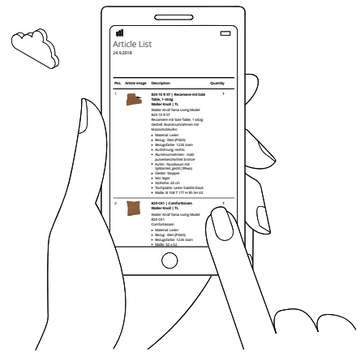
2. DER ARCHITEKT integriert die Möbelkonfiguration in die Gesamtplanung und exportiert eine Datei für den Kunden.





3. DER KUNDE empfängt das Bild sowie eine Artikelliste seiner Möbelkonfiguration.

4. DER HÄNDLER empfängt die OBK-Datei. Er exportiert die Artikelliste und legt einen Kundenauftrag an. Zusammen mit anderen Aufträgen leitet er diesen an Walter Knoll nach Herrenberg. Es gibt keine weiteren Fragen. Noch am selben Tag wird die Produktion ausgelöst.





Die Skulptur für Visionäre

TAMA DESK. Design: EOOS.

Tama ist angewandte Kunst. Skulptur, Statement, Bekenntnis. Für Freiheit und Kreativität, für Eleganz und Schönheit, Sinnlichkeit und Selbstbewusstsein. *Tama Desk* ist mehr Haltung als Tisch. Wer an ihm Platz nimmt, schickt seine Gedanken auf eine Reise über die Blue Oceans neuer Märkte und Möglichkeiten







Container und Schublade sind meisterlich gefertigt. Eine feine Geste entlang des Körpers genügt, und der Korpus fährt heraus, deckt ein mit weichem Leder und Spiegeln ausgekleidetes Innenfach auf. Ein Private Compartment, das auf Wunsch beleuchtet erhältlich ist

Sein Design ist ein Klang aus Holz und Handwerkskunst. Bronzene Wangen, elegante Linien und terrassierte Ebenen. Der *Tama Desk* markiert die Evolution von der Werkbank zum Instrument



Die perfekt austarierte Form des *Tama Desk*, jedes Detail, seine Verarbeitung, der Charme der Oberflächen und sein geheimnisvolles Gleichgewicht – sie alle erweitern die Kategorie Tisch um eine vierte Dimension: Kreativität!

Tama Desk ist ein Mind Space. Die Redefinition des Schreibtischs zum Think-Desk. Ein Balanceakt aus Dynamik und Ruhe, Form und Sinnlichkeit. Resonanzraum für die Ideen seiner Besitzer: Manager, Macher und all jene Menschen, die nach vorn blicken, weil sie wissen, dass dort Erfolg gestaltet wird.



Das Furnier wurde mit einem neuartigen Vakuumverfahren um Tischplatte und Rundungen gezogen

- Ikonischer Charakter
- Handwerkskunst par excellence
- Spiel horizontaler und vertikaler Flächen

pCon.box

Mehr entdecken im Konfigurator

Die Designstory

Wie denkt man einen Schreibtisch neu? Wie gestaltet man einen Hafen der Inspiration – einen Ort, der Ideen befördert? Gibt es ein Design, das helfen kann, in neuen Kategorien zu denken? Wie also muss ein Tisch beschaffen sein, der seine Besitzer auf neue Gedanken bringt? Er sollte auf jeden Fall organisch sein, denn auch die Natur kennt keine rechten Winkel. Seit Jahren schon beschäftigt sich EOOS mit dem lebendigen Zusammenspiel vertikaler und horizontaler Flächen. *Tama Desk* bildet den Höhepunkt dieser konstruktiven Forschungsreise. Ein Balanceakt aus Leichtigkeit und Kraft, Einfachheit und Komplexität, Dynamik, Ruhe, Form und Sinnlichkeit. Inspiration pur!
Möglich wurde diese wahrlich einzigartige Möbelskulptur erst durch die Handwerkskunst des Entwicklungsteams von Walter Knoll, das für den *Tama Desk* eine Vielzahl völlig neuartiger Konstruktions- und Furniertechniken entwickelte. Clemens Schmidt, Entwickler: »Der *Tama Desk* hat mit der Konstruktion eines typischen Möbels nichts zu tun – bis auf die Tatsache vielleicht, dass er eine Schublade besitzt.«

Fakten und Details

- **Handwerkskunst** at its best.
- **Drei Scheiben** tragen den Tisch.
- **Neues Nussbaum maduro** sowie alle weiteren Furniere möglich.
- **Container** mit Auszug.
- **Private Compartment:** Lederauskleidung, Spiegel und auf Wunsch Beleuchtung in Schublade und Container.
- **USB-Power-Ports:** verborgene Ladestation für iPhone und iPad.
- **Unsichtbare Führung** der Kabel.

Design: EOOS.

Die österreichischen Designer Martin Bergmann, Gernot Bohmann und Harald Gründl führen ihr Atelier in Wien und arbeiten für Projekte von Mailand bis Toronto, London bis New York, Berlin bis Herrenberg.
EOOS schöpft aus dem Archaischen und erschafft Visionäres. Die Designer beobachten menschliche Rituale, erkennen Wünsche und Instinkte und entwickeln Möbel, die ins Leben passen.



»Dieser Tisch hat eine durch und durch organische Formensprache. Er ist anders als alle bisherigen Tische. Genial. Kann man ihn überhaupt noch Tisch nennen?«

JÜRGEN RÖHM Leiter Forschung und Entwicklung bei Walter Knoll

Ein Tisch wie ein Maßanzug

SCALE-MEDIA. Design: Wolfgang C. R. Mezger.

Er ist der Master der Boardrooms. Deutsche Ingenieurskunst, kombiniert mit Perfect Craftsmanship. Die Gestaltungsmöglichkeiten des *Scale-Media* sind in Maß, Material und Medientechnik so vielfältig, dass jeder Tisch ein Unikat ist. Die Krönung für jede Corporate Identity

Scale-Media ist der Maßanzug unter den Konferenztischen. Flexibilität mit Charakter. Aus hochwertigen Bestandteilen erstellt das Designteam von Walter Knoll den Perfect Fit für höchste Kundenansprüche. Jedes Einzelstück steht für unerreichte Exzellenz in Skalierung, Verarbeitung und Veredlung. *Scale-Media* ist ein leistungsstarkes Tool für moderne Leadership. Damit im Fokus einer Besprechung das Unternehmen steht – mit seinen Zielen, seinen Werten und seiner Identität.

- Neue Bootsform mit gerundeten Ecken
- Neues Furnier in Eiche cigar
- Neuer Wangenfuß mit soften Radien

pCon.box

Mehr entdecken im Konfigurator

Die Designstory

Die Entwicklung von *Scale-Media* ist eine Geschichte jahrelanger Zusammenarbeit mit konferierenden Kunden weltweit. Den Auftakt bildete die Frage: Wie lässt sich ein Besprechungstisch für höchste Ansprüche entwickeln, der sich individuellen Wünschen anpassen lässt wie ein Maßanzug und zugleich auf fertig entwickelten Konstruktionsprinzipien basiert? *Scale-Media* ist daher von Grund auf wie ein intelligentes Baukastensystem designt. Er beruht auf einer prozessualen Fertigungstechnik, ist variabel in Größe und Anmutung und gekennzeichnet durch Exzellenz in Material und Integration von Medientechnik. In einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess bereichert jeder maßgefertigte Tisch den Erfahrungsschatz des Designteams – und führt zu einer unerreichten Kompetenz in Skalierung, Flexibilisierung und Veredlung. Höchste Kundenansprüche haben *Scale-Media* zum perfekten Tool für Boardrooms gemacht.

Fakten und Details

- **Maße** sind skalierbar.
- **Konsequente Exzellenz** in Material und Oberflächen: Furniere, Feinstrukturlack und Fenix®.
- **Mitteleinlage** aus Leder.
- **Connectoren** für Medientechnik liegen diskret unter der Oberfläche.
- **Klappen der Connectoren** in der Tischplatte sind durchfurniert.

Design: Wolfgang C. R. Mezger.

Mit seinem guten Gespür für den Geist der Zeit gehört er seit mehr als dreißig Jahren zu den Vordenkern der Bürogestaltung. Wolfgang C. R. Mezger ist Typograf, Industriedesigner und Spezialist für Executive Offices. Antworten auf komplexe Fragen findet er in einfachen Lösungen und stimmigen Details.



Bootsförmige Tischplatte mit gerundeten Ecken, Furnier in Eiche cigar. Wangenfüße mit soften Radien in Feinstrukturlack schwarz. Mitteleinlage aus Leder



Bootsförmige Tischplatte mit gerundeten Ecken, Furnier in Wenge. Geschlossener Unterbau in Feinstrukturlack mineral



Bootsförmige Platte, Furnier in Eiche shining grey. Prismenwangen in Feinstrukturlack anthracite



Trapezförmige Platte mit gerundeten Ecken in Feinstrukturlack taupe. Wangenfuß in Feinstrukturlack bronze

Das agile Tischsystem

CONFERENCE-X. Design: EOOS.

Ästhetik, Effizienz und Stabilität – gekreuzt mit maximaler Flexibilität. Elegante Füße in X-Form tragen die schmale, fast sinnlich anmutende Platte. Ein Tisch, so luftig, dass er den Raum befreit, statt zu blockieren



Arbeitswelten werden vielfältiger, Räume immer variabler genutzt. Der neue, gestreckte X-Fuß ermöglicht Konferenztische bis 1,40 Meter Tiefe. Hier können sich Menschen an ein und derselben Platte gegenübersitzen und gemeinsam arbeiten – ob mit oder ohne Rechner. Falls sich eine neue Situation ergibt, lässt sich das System im Handumdrehen abbauen oder umbauen



Conference-X eignet sich auch als Einzelarbeitsplatz. Leichtigkeit entsteht durch den luftigen Fuß in X-Form. Er gewährt Beinfreiheit und Stabilität

Heute Einzelarbeitsplatz, morgen Brainstorm-Bench, übermorgen Tischreihe im Seminar. *Conference-X* lässt sich in Sekunden um- und abbauen – ohne Vorkenntnis, ohne Werkzeug. Die Flexibilität macht *Conference-X* zum Management-Tisch von heute, für Start-ups, Fintechs und Agenturen. Skalierbar und anpassungsfähig: ein Tisch, der mit den Ideen seiner Besitzer wächst.



Ästhetik und Stabilität aus massivem Aluminium. Das schmale X trägt Platten bis ein Meter Tiefe. Das neue, gestreckte X schultert 1,40 Meter tiefe Flächen



»Das Geheimnis liegt im X: ein Fuß aus sechzig Einzelteilen mit kraftvollem Federverschluss. Erdbebensicher – je mehr man am Tisch rüttelt, desto fester zieht sich der Fuß.«

RAINER BRINKMANN Konstrukteur bei Walter Knoll

- Flexibilität und Agilität im Büro
- Zeichenhafte Tragstruktur
- Montage ohne Werkzeug

pCon.box

Mehr entdecken im Konfigurator

Die Designstory

Räume werden immer variabler genutzt. Wie sieht der Tisch aus, der verschiedenste Ansprüche bedient – vom Einzelarbeitsplatz bis zum internationalen Symposium? Der Ästhetik und Multifunktionalität verbindet? Sich im Nu umbauen lässt? Mit dieser Fragestellung entwickelten Designer und Konstrukteure das hochwertige System *Conference-X*. Dreh- und Angelpunkt ist ein X-förmiger Fuß aus massivem Aluminium – elegant, leicht und statisch robust. Menschen erhalten Beinfreiheit und die Tischplatte Stabilität. Die neu erdachte Verbindungsmechanik lässt sich mit einem Handgriff koppeln und lösen.

Jetzt hat das X einen großen Bruder bekommen: ein gestrecktes X, das Arbeitsflächen bis 1,40 Meter Tiefe schultert. Hier können sich Menschen an ein und derselben Platte gegenübersitzen und gemeinsam arbeiten – egal ob mit oder ohne Rechner. Falls sich eine neue Aufgabe ergibt, lässt sich das System im Handumdrehen umbauen. *Conference-X* ist das flexible Tischsystem für flexible Unternehmen. Eine Konstruktion, die Agilität mit Stabilität kombiniert.

Fakten und Details

- **Tischplatte** in vielen Formen und Größen, Materialien und Oberflächen.
- **Gerundete Kanten** für gehobene Ansprüche, gerade Kanten für den Business-Bereich.
- **Das X ist der Fuß.** Es trägt die Tischplatte. Und es verbindet zwei Tische.
- **Verbindungstechnik Easy Handle** ist zum Patent angemeldet.
- **Connectoren** in der Tischplatte bieten Zugriff auf Strom- und IT-Netze.
- **Textiles Netz** bündelt Kabel und kleines medientechnisches Equipment.
- **USB-Power-Port** zum Laden von Smartphones und Tablets ist kaum sichtbar unter der Tischkante.
- **Knieblende** mit textiler Optik bietet Sichtschutz und absorbiert Schall im Raum.



1



2



3



4

Technisch betrachtet, ist *Conference-X* ein Tischsystem. (1) Den Dreh- und Angelpunkt bildet der X-förmige Fuß aus massivem Aluminium – elegant, leicht und statisch robust. (2) Die neu erdachte Verbindungsmechanik lässt sich mit einem Handgriff lösen, (3) mit einem weiteren lassen sich zwei Tischplatten verkoppeln. (4) Die Fuge ist nahezu unsichtbar

Leichtes noch leichter gemacht

LIZ-M. Design: Claudio Bellini.

Liz, das klingt nach Schönheit, es klingt aber auch nach »less«. Und schon ist das Geheimnis dieses puren Stuhls entschlüsselt. Dessen neue Variante, *Liz-M,* treibt die Kunst des Weglassens auf die Spitze

Liz-M bedeutet: Weniger ist mehr. Mehr Minimalismus, mehr Leichtigkeit – in Konstruktion, Polsterung und Handhabbarkeit. Maximaler Komfort bei minimalem Gewicht. *Liz-M* ist vielseitig: flexibel einsetzbar am Konferenztisch, bei Events, Tagungen, Vorträgen. Und *Liz-M* macht Sinn: In seinem Design steckt konsequente Zurückhaltung beim Material. Das Ergebnis ist ein Stuhl von maximaler Nachhaltigkeit – denn seine reduzierten Komponenten sind perfekt zu trennen und zu recyceln.



Liz-M ist leicht und schmal: Bis zu zwölf Stühle lassen sich sinnvoll ohne Anstrengung stapeln



1



2

Flexibel und bequem: (1) Verkettet in Reihe oder (2) frei stehend – das Pad auf der Armlehne sorgt für Komfort

- Reduktion auf das Wesentliche
- Leicht und nachhaltig
- Extrem einfaches Handling

pCon.box

Mehr entdecken im Konfigurator

Die Designstory

Claudio Bellini hatte eine neue Variante des *Liz* entworfen, mit der sich bis zu zwölf Stühle sinnvoll stapeln lassen. Den Konstrukteuren von Walter Knoll stellte sich die zusätzliche Frage: Wie konnten sie diese Variante so umsetzen, dass sie sogar noch leichter wird – an Gewicht, in der Konstruktion, bei gleichzeitig maximalem Komfort? Ein neuartiges Strickgewebe bot sich an. Es besitzt eine hervorragende Spannkraft, variabel durch die Dichte der Maschen. Verschiedenfarbige, verzwirnte Fäden geben der Oberfläche eine lebendige, dreidimensionale Wirkung. Und es fühlt sich bei Berührung sehr gut an. Dem Team fiel eine schlichte wie geniale Konstruktionstechnik ein. Es zog das rundgestrickte Gewebe in einem Stück übers Gestell – wie einen Strumpf. Lehne und Sitzfläche, Bezug und Federung – alles aus dem gleichen Material. Und das ist der Grund, wieso der Stuhl sich so wunderbar trennen und recyceln lässt. *Liz-M* ist der Comfort Champion unter den Conference Chairs.

Fakten und Details

- **Der Strickstoff** ist neuartiger Bezug und Trägermaterial in einem. Er ist elastisch, atmungsaktiv und besonders pflegeleicht.
- **Das Armlehnenpad** sorgt für Extra-Komfort.
- **Das Stahlrohrgestell** macht Stapeln und Reihenverkettung leicht.
- **Alle Komponenten** lassen sich trennen und recyceln.

Design: Claudio Bellini.

Der italienische Designer unterhält ein Studio in Mailand und lehrt als Dozent für Industriedesign an der Universität in Genua. Wie neue Technologien zu neuen Formen führen, das ist die Frage, die ihn bei seiner Arbeit leitet. Viele von Claudio Bellinis Kreationen haben internationale Preise gewonnen – auch der Stuhl *Liz,* der 2013 mit dem Red Dot Award ausgezeichnet wurde.

Liz-M ist mit einem neuartigen Strickgewebe ausgestattet (linke Abbildung), aber auch in allen anderen Stoffen und Ledern der Walter Knoll Kollektion erhältlich







»Im Team fiel uns die Lösung ein: Warum ziehen wir Liz-M den Bezug nicht über wie einen Strumpf? Das war's. Schlicht und ergreifend, einfach genial.«

OLIVER SIEGELIN Teamleiter Entwicklung bei Walter Knoll



Tischgespräch auf Augenhöhe

DEEN. Design: EOOS.

Ein Ort mit Anziehungskraft. Eine Oberfläche, die berührt werden will.
Auf einer Höhe, die passt. In einer Form, die klar und offen ist.
Meetings am Stehtisch sind immer Treffen, die ohne Hierarchie auskommen

Am Stehtisch *Deen* gibt es keinen Unterschied zwischen Sitzenden und Stehenden. Wer bereits Platz genommen hat, bewahrt den Überblick, wer hinzukommt, fühlt sich willkommen, wer zwischendurch geht, erzeugt keine Unruhe. Meetings an *Deen* sind Begegnungen. Die weiche Kante lädt ein. Die Massivholzplatte, einem Baumstamm gleich, strahlt Wärme, Würde und Wertschätzung aus. So entstehen Momente des Besonderen, im Public Space, im Office oder zu Hause.



1



2

Die Tischplatte von *Deen* ist in zwei Ausführungen erhältlich: (1) Advanced mit abgerundeter Kante und Oberflächen wie Feinstrukturlack, Fenix® und anderen. (2) Und aus Massivholz mit Softkante

- Masterpiece aus Massivholz
- Überlegenheit, Überblick, Führung
- Begegnungen auf Augenhöhe
- Vielzahl handwerklicher Details

pCon.box

Mehr entdecken im Konfigurator

Die Designstory

Ein Stehtisch fördert den offenen, dynamischen Austausch. Das wussten die Designer von EOOS, und sie wussten auch: Höhe allein genügt nicht. Die Gestaltung sollte die Stimmung der Umstehenden positiv beeinflussen. Der Tisch sollte angenehm berühren. Wertigkeit sei das Thema, entschieden EOOS und Walter Knoll. Sie wählten edles Massivholz für Platte, Zarge und Füße. Die samtig-weich geölte Oberfläche strahlt Ruhe aus. Die Radien der bootsförmigen Platte wirken harmonisch. Durch die geringe Breite kommen sich die Umstehenden nahe. Die vollendet geformte Softkante schmeichelt der Hand. Die eleganten Füße wirken natürlich. Das Produkt strahlt durch und durch die Aura des Hochwertigen aus, Lebendigkeit und Entspanntheit. Darum passt *Deen* nicht nur in Chefzimmer und Kreativräume, sondern auch ins Bistro oder in die Küche zu Hause. Der perfekte Treffpunkt.

Fakten und Details

- **Skulpturale Tischplatte** aus Massivholz oder mit Oberflächen wie Feinstrukturlack, Fenix® und anderen.
- **USB-Power-Port,** Connectoren und Kabeldurchlass sind optional erhältlich.
- **Die Softkante** fühlt sich angenehm weich an.
- **Die Füße** sind stets aus Massivholz gefertigt.





Variantenreich: *Deen* gibt es in zwei Höhen. Der Unterschied beträgt zehn Zentimeter – für unterschiedliche Märkte, Vorlieben und Situationen. Die Tischplatte steht in mehreren Größen zur Auswahl



»Ich mag Meetings, die auf Augenhöhe stattfinden. Deen ist das passende Masterpiece. Handgefertigt, hochwertig. Ein attraktiver Stehtisch, an den ich mich gern anlehne.«

RAINER BRINKMANN Konstrukteur bei Walter Knoll

Die Oase im Open Space

JAAN SILENT. Design: EOOS.

Erde und Luft. Kraft und Leichtigkeit. Volumen und klare Linien. Komfortable Polster, die über filigranen Füßen schweben. Distinktion mit Diskretion. Das Beste aus beiden Welten



Distinktion und Diskretion: Hohe, leichte Screens rahmen *Jaan Silent.* Ihre weiche Oberfläche schirmt ab und schützt vor Störgeräuschen. Die Screens sind variabel wählbar: halb oder ganz geschlossen, L- oder U-Form wie auf der vorigen Seite – so entstehen maßgeschneiderte Privatsphären

Closed Quarter im Open Office: *Jaan Silent* schafft private Inseln. Im Workspace, in der Lounge oder am Flughafen. Überall dort, wo wir leben, arbeiten, reisen und unterwegs sind, strukturiert *Jaan Silent* den Raum und spricht feine Einladungen aus – zu einem spontanen Get-together im kleinen Team, zu einer kreativen Session oder fünf Minuten Me-Time.



1



2

Maßgeschneiderte Privatsphäre: (1) Auf dem *Jaan Silent* Sofa mit softer Polsterung und besonders komfortabler Sitztiefe. (2) Oder auf der *Jaan Silent* Bench mit strenger Polsterung

Detail mit Funktion: Mit Leder bezogene Bügel zeugen von Handarbeit und geben den filigranen Screens des *Jaan Silent* Halt

- Räume im Raum
- Maßgeschneiderte Privatsphäre
- Rückzugsorte für Konzentration und Kommunikation
- Filigrane Gestaltung und wertige Details

pCon.box

Mehr entdecken im Konfigurator

Die Designstory

Je offener unsere Arbeitswelten und Publikumsbereiche gestaltet sind, desto wichtiger sind Rückzugsorte. Für *Jaan Silent* sollten ein Sofa und eine Bench entwickelt werden, die ein Maximum an Privatheit bieten – ohne den Raum zu überfrachten. Die Lösung brachten Screens mit einer neuartigen Konstruktion aus feinster Polsterung, Schichtholz und Aluminium. *Jaan Silent* wurde komplett mit Fokus auf seine Nutzung entwickelt. Das System ist flexibel, erweiterbar und individuell kombinierbar. Das *Jaan Silent* Sofa mit legerer, softer Polsterung und komfortabler Sitztiefe. Die *Jaan Silent* Bench mit strenger Polsterung, weniger tief dimensioniert. Die Rücken und Seitenteile der Screens gibt es in unterschiedlichen Längen und Tiefen, so lassen sich private U-Formen, halb offene L-Formate oder großzügige offene Raumtrenner verwirklichen. So entsteht ein Private Space im Open Office. Das Beste aus beiden Welten.

Fakten und Details

- **Die Screens sind variabel** wählbar. Halb oder ganz geschlossen, in U- oder in L-Form.
- **Die Ziernaht** verleiht dem Screen optische Tiefe und betont die handwerkliche Machart.
- **Strom- und USB-Stecker** garantieren, dass hier niemandem die Energie ausgeht.
- **Mit *Oki* und *Oki Tablet* kombinierbar** – mit den filigranen Beistelltischen lässt sich jedes Szenario umsetzen, ob mit Laptop, zum Lunch oder beim kurzen Pep-Talk.

Partner in Style

Mit seinem filigranen Drahtgestell ist *Oki Tablet* der perfekte Beistelltisch zu *Jaan Silent*. Der Tisch wurde eigens geschaffen, um einen Laptop oder ein Tablet zu tragen. Die Tischplatte lässt sich neigen – für die stilvolle Arbeit im privaten wie im öffentlichen Workspace. Design: EOOS.





»Ich stellte mir vor, wie sich jemand von dem Möbel angezogen fühlt, vom Material und von der Oberfläche. Dieser Moment sollte von Staunen geprägt sein.«

ELMAR BÖING Entwicklungspolsterer bei Walter Knoll

Der Polster-Baukasten

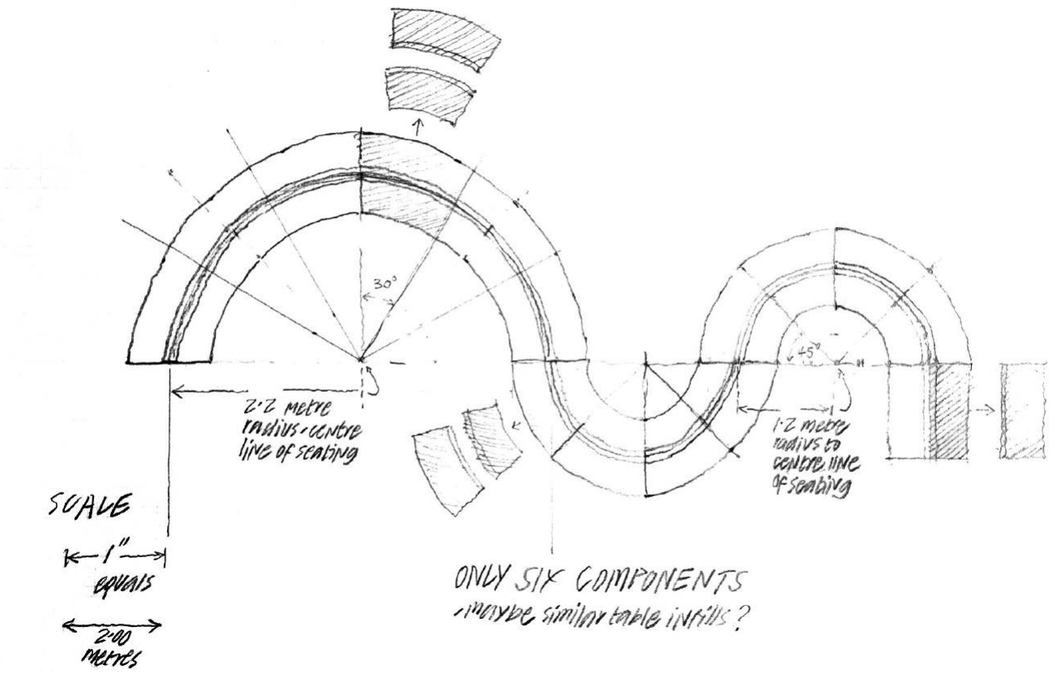
FOSTER 620. Design: Norman Foster.

Foster 620 umfasst sechs Elemente, die beliebig kombiniert werden können, um ganz unterschiedliche Anordnungen zu gestalten: Geraden, enge und weite S-Kurven sowie Haarnadelkurven. Sie fügen sich in jede Umgebung

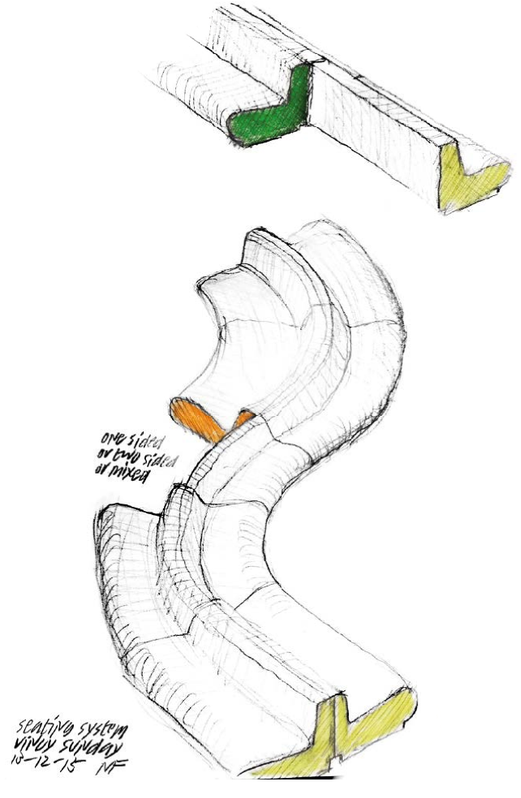
Der britische Architekt Norman Foster hat *Foster 620* entwickelt, um Menschen zu Gesprächen zusammenzubringen und Einzelnen Platz zu bieten für Momente der Konzentration. Das Polsterbanksystem gliedert Lobbys, Lounges, Galerien oder Flughäfen. Jedes Element besteht aus einer kompakten Lehne und einer großzügigen Sitzfläche. Getragen wird es von kufenartigen Füßen, die unter dem Sitz fast verschwinden. Fast scheint es, als würden die Bänke schweben. Dank seiner Flexibilität wird *Foster 620* Teil einer dynamischen Umgebung – und beantwortet wandelnde Anforderungen moderner Unternehmen. Beistelltische aus massivem Holz, mit seidig-weicher Tischplatte in Schwarz, Bronze- oder Kupferfarbe, komplettieren das Ensemble.



Austausch auf feinstem Leder: Norman Foster (rechts) und Walter Knoll Chef Markus Benz auf einem Prototyp von *Foster 620* im Londoner Büro des Architekten



Geraden, S-Kurven und Haarnadelkurven: Die Bänke lassen sich durch ein raffiniertes Stecksystem verknüpfen, Wange an Wange oder Rücken an Rücken. *Foster 620* ist das spielerische, hochwertige Polsterbanksystem für die Gestaltung von Bewegung und Ruhe in urbanen Spaces (Skizzen von Norman Foster)



- System, das Menschen zusammenbringt
- Faszinierende Proportionen, fließende Linien
- Unzählige Konfigurationen für dynamische Umgebungen

pCon.box

Mehr entdecken
im Konfigurator

Die Designstory

Wie lässt sich Architektur durch Möbel begleiten? Wie kann ein Möbel, ähnlich wie ein Gebäude in der Stadt, den Fluss menschlicher Bewegung leiten? Mit dieser Fragestellung ging der britische Architekt Norman Foster, dessen Zusammenarbeit mit Walter Knoll mittlerweile zwei Jahrzehnte währt, an die Entwicklung des Polsterbanksystems *Foster 620*. Erstmals wurde es in London eingesetzt, im Europe Headquarter des Medienkonzerns Bloomberg, und in den Büros eines führenden Kabelnetzbetreibers in Philadelphia, USA. Die Modularität der Polsterbankelemente erlaubt es, maßgeschneiderte, skulpturale Lösungen zu gestalten, die sich in vielfältige Räume fügen. Die Bänke lassen sich durch ein raffiniertes Stecksystem verknüpfen, Wange an Wange oder Rücken an Rücken. Getragen von zurückgesetzten Kufen, scheinen die Konfigurationen zu schweben. Handwerkliche Details wie lange Ziernähte und Polstereinzüge unterstützen die Wertigkeit und die dynamische Wirkung der Bänke. Die Bezüge sind in Leder oder Stoff erhältlich, optionale USB-Anschlüsse erlauben flexibles Arbeiten.

Details und Fakten

- **Sechs Elemente** formen die Polsterbank.
- **Alle Elemente** sind als Abschluss- und Mittelelement erhältlich.
- **Feinstes Leder,** von Hand verarbeitet.
- **Feste Polster,** die den Körper entlasten.
- **USB-Power-Ports** sind auf Wunsch integrierbar.

Design: Norman Foster.

Der britische Architekt Norman Foster gehört zu den erfolgreichsten Architekten unserer Zeit. Mit seinem Büro Foster + Partners hat er weltweit eine Vielzahl von Bauten errichtet, darunter öffentliche Gebäude wie Flughafenterminals, U-Bahn-Stationen und Museen. Zu Ikonen wurden die Millennium Bridge und 30 St Mary Axe in London, der Apple Park in Kalifornien und das Berliner Reichstagsgebäude. Mit dessen Ausstattung begann die Zusammenarbeit von Norman Foster und Walter Knoll. Seither entstanden mehrere gemeinsame Programme für die Synthese von Architektur und Einrichtung.



1



2

Sechs Elemente, beliebig kombinierbar:
(1) Seite an Seite zur S-Kurve, (2) Rücken
an Rücken mit Haarnadelkurven



»Die Bank sieht aus wie dahingegossen, wie ein langer, geschwungener Fluss. Wichtig ist darum, dass die Schließ- und Koffernähte exakt linear verlaufen und die Bewegung unterstützen.«

JULIA SCHROEDER Näherin in der Entwicklungsabteilung von Walter Knoll





1



2



3

Höchste Handwerkskunst: (1) Nussbaum
mit bronzefarbener Tischplatte,
(2) Eiche mit Platte in Kupferfarbe,
(3) Eiche mit schwarzer Tischfläche

Foster 620 Table

Der Beistelltisch scheint im Boden zu wurzeln, damit ergänzt er perfekt die schwungvolle Dynamik des Polsterbanksystems *Foster 620*. *Foster 620 Table* stammt ebenfalls von Norman Foster. Der Fuß ist aus massivem Holz in Eiche oder Nussbaum gefertigt, mit seidig-weicher Oberfläche. Die Tischplatte ist matt pulverbeschichtet schwarz oder bronze, oder kupferfarben lackiert

Screens für alle Formen

FOSTER 512. Design: Foster + Partners.

Starke Linien und Schwünge im Raum. *Foster 512* kann leicht adaptiert und skaliert werden, um sich in Lobbys und Flughäfen, Museen und Galerien, Showrooms und Shops einzufügen

Foster 512 besteht aus vordefinierten Modulen und einer innovativen Konstruktion. Sie erlauben maßgeschneiderte Konfigurationen. Fast unendlich viele Varianten sind möglich. Durch Screens entstehen Ruhezonen, die verschiedene Stufen von Privatheit erlauben, für Gruppen ebenso wie für Individuen. Zum Nachdenken, Lesen, Arbeiten oder einfach zum Verweilen. *Foster 512* ist in verschiedenen Materialien und Bezügen erhältlich.



Die Screens zu *Foster 512* sind mit Leder- oder Stoffbezug erhältlich, sie werden mit Winkeln an den Sitz montiert

- Edler Polsterkorpus
- Schönheit der Symmetrie
- Screens für die ganze Formenvielfalt

pCon.box

Mehr entdecken im Konfigurator

Die Designstory

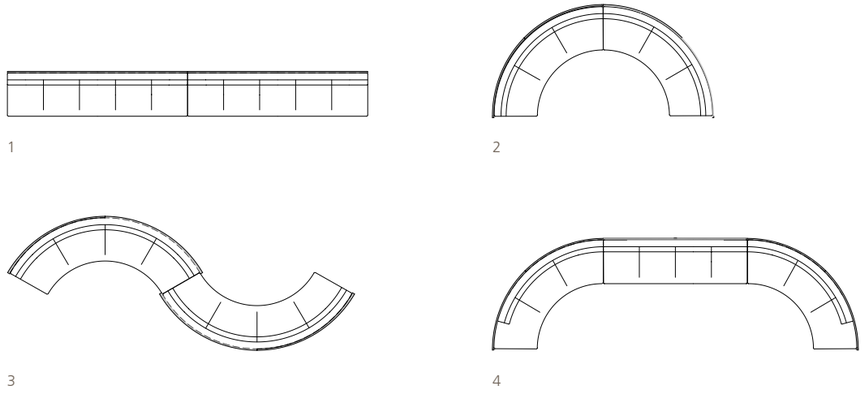
Agilität entsteht durch dynamische Wechsel von Kommunikation und Konzentration, Austausch und Privatheit. Die Architekten von Foster + Partners wollten diese Balance in großen Räumen wie Flughäfen und Eingangshallen unterstützen. Für die bereits bestehenden Polsterbänke *Foster 512* entwickelten sie ergänzende Screens. Geschwungen oder linear, erlauben sie, den Raum vielfältig zu gliedern – und bieten Ruhesuchenden eine individuelle Nische.

Fakten und Details

- **Vielfältige Formen** für die Architekturen von Lobbys und Flughäfen, Museen und Galerien, Showrooms und Shops.
- **Die Symmetrie** der Linien durchzieht Polster, Einzüge und Gestell.
- **Aluminiumscheiben** tragen die Bank.
- **Der Sitz** mit Mikrotaschenfederkern sorgt für maximalen Komfort.
- **Der Screen** führt die Grundform entschieden fort – ob gerade oder geschwungen.

Design: Foster + Partners.

Der britische Architekt Norman Foster gehört zu den erfolgreichsten Architekten unserer Zeit. Mit seinem Büro Foster + Partners hat er weltweit eine Vielzahl von Bauten errichtet, darunter öffentliche Gebäude wie Flughafenterminals, Rathäuser, U-Bahn-Stationen, Brücken, Museen und Sportstadien. Zu Ikonen wurden die Millennium Bridge und 30 St Mary Axe in London, der Apple Park in Kalifornien und das Berliner Reichstagsgebäude. Mit dessen Ausstattung begann die Zusammenarbeit von Norman Foster und Walter Knoll. Seither entstanden mehrere gemeinsame Programme für die Synthese von Architektur und Einrichtung.



Foster 512 gibt es gerade und gebogen. Unterschiedliche Elemente lassen sich verbinden, so entstehen individuelle Landschaften. Der neue Screen passt zu sämtlichen Formen mit Rückenlehne: zum Beispiel (1) zur linearen Variante, (2) zum Halbrund, (3) zur S-Kurve und (4) zur Klammerform



Wegweiser des Minimalismus:
Der dreistrahlige Kreuzfuß von *FK* ist aus poliertem Aluminium gefertigt

Ikone in der Komfortzone

FK. Design: Preben Fabricius & Jørgen Kastholm.

Der Schalensessel *FK* ist internationale Designgeschichte, Leuchtturm für die Moderne. Die feinen Linien und klaren Konturen überzeugen bis heute. Die neue weiche Polsterung unterstützt ebenso dezent wie wirksam Linienführung und Behaglichkeit. Grafisch anmutende Ästhetik, ergänzt durch lang anhaltenden Komfort

- Unikate, minimalistische Form
- Dezente zusätzliche Polsterung

pCon.box

Mehr entdecken
im Konfigurator

Die Designstory

Um den Erfolg der *FK*-Familie muss man sich keine Sorgen machen. Seit den Sechzigerjahren finden *FK*-Mitglieder Platz in hochwertigen, stilvollen Einrichtungen – als Solitär, in der Runde oder ergänzend zu Sofa- und Loungegruppen. Die Entwickler fühlten sich herausgefordert. Lässt sich eine weichere Polsterung in die Sitzfläche modellieren?

Fakten und Details

- **Die Schale** ist komplett mit weichem Leder bezogen.
- **Der Sitz** ist drehbar.

Design: Preben Fabricius & Jørgen Kastholm.

Inspiriert vom Funktionalismus und von der Konsequenz skandinavischen Designs, gründeten die Innenarchitekten Preben Fabricius und Jørgen Kastholm 1961 das gemeinsame Atelier, aus dem Leitbilder der Möbelgeschichte hervorgingen. Ihre Intention bestand in der ablesbaren Funktion einer ästhetischen Form. Der von Fabricius und Kastholm entwickelte Schalensessel *FK* steht für klassisches Design, ist zeitlos wie modern. 1969 wurde er mit dem erstmals verliehenen Bundespreis für »Gute Form« ausgezeichnet.



Geradezu gestisch wirken die Armlehnen des *FK* – sie empfangen mit offenen Armen. In der Schale findet der Sitzende Schutz, das Leder spendet Wärme und Komfort



HERAUSGEBER
© Walter Knoll AG & Co. KG
Bahnhofstraße 25
71083 Herrenberg · Germany
www.walterknoll.de

KONZEPT
Grauel Publishing GmbH
Berlin · Germany
Tom Leifer Design GmbH
Hamburg · Germany

REDAKTION
Ralf Grauel; Hiltrud Bontrup,
Carsten Jasner

ART DIRECTION
Tom Leifer; Carolin Rauen,
Magnus Richter

PROJEKT MANAGEMENT
Nora von Lintel,
Felicitas Heitzeneder

AUTOREN
Sonja Blaschke, Oliver Elser,
Ilona Marx

FOTOGRAFEN
Andrea Dingeldein
Köln · Germany
Benne Ochs
Hamburg · Germany
Brandl-Utzt
München · Germany
Joachim Baldauf
Berlin · Germany
Lenzwerk Holding
Berlin · Germany
Marc Oeder
München · Germany
Martin Holtkamp
Tokio · Japan
Masahiro Ishibashi
Tokio · Japan
Rainer Rehfeld
Düsseldorf · Germany
Roland Halbe
Stuttgart · Germany
Peter Schumacher
Stuttgart · Germany

ILLUSTRATION
Christian Sommer (Digitalisierung)
Hamburg · Germany
Laris Kevic (Architektur/Interiors)
Hamburg · Germany
Magnus Richter (Cover)
Hamburg · Germany
Timo Müller (Porträts)
Hamburg · Germany

RENDERINGS
747studios GmbH
Hamburg · Germany
Bieffe Rendering
Sommacampagna · Italy
screen ID digital imaging
Offenbach · Germany
rebuild.ing GmbH / H2S architekten
Reilingen · Germany

ÜBERSETZUNG
Catherine Baker-Schmidt
Asperg · Germany
transparent Language Solutions GmbH
Berlin · Germany

LITHOGRAFIE
Alphabeta GmbH
Hamburg · Germany

DRUCK
F & W Mediencenter
Kienberg · Germany

DANK AN:
Gerhard D. Wempe KG
Hamburg · Germany
Meister Camera, Leica Store
Hamburg · Germany
Hieronymus Stationers AG
Zürich · Switzerland
Glassgo GmbH
Hamburg · Germany

WALTER KNOLL SHOWROOMS, BRAND SPACES & BRAND STORES

SHOWROOM HERRENBERG
Bahnhofstraße 25
71083 Herrenberg · Germany

BRAND SPACE BERLIN
Einsteinufer 63a
10587 Berlin · Germany

BRAND SPACE DÜSSELDORF
Cecilienallee 15a
40474 Düsseldorf · Germany

BRAND STORE DÜSSELDORF
Walter Knoll Brand Store by citizenoffice
Speditionsstraße 17
40221 Düsseldorf · Germany

BRAND STORE FRANKFURT
Walter Knoll Brand Store by designfunktion
& Meiser Home of Living
Weißfrauenstraße 15
60311 Frankfurt · Germany

BRAND SPACE ZÜRICH
Industriestrasse 39b
8304 Wallisellen · Switzerland

BRAND SPACE LONDON
42, Charterhouse Square
London EC1M 6EA · United Kingdom

BRAND SPACE MOSKAU
Novaya Ploshad 6, floor 5, office 11 & 12,
Cabinet Lounge
109012 Moskau · Russia

BRAND STORE WARSCHAU
Walter Knoll Brand Store by IDEAMM Kontrakt
Ul. Rydygiera 8 Bud. 6
01-793 Warschau · Poland

BRAND SPACE NEW YORK
Walter K.
1140 Broadway, Suite 504
New York, NY 10001 · USA

BRAND SPACE KUALA LUMPUR
Malaysian Rep. Office: Block A1-6-1
Arcoris Business Suites, Jalan Kiara
Mont Kiara, 50480 Kuala Lumpur · Malaysia

SHOWROOM ADELAIDE
13 Rundle Road
Salisbury South, SA 5106 · Australia

GRÜN BECK

BRAND STORE WIEN

interior architects | design brand stores

Margaretenstraße 93 | A-1050 Wienu
gruenbeck.co.at/walter-knoll/
+43 1 544 83 39

WALTERKNOLL.DE