

MATERIALPLATTFORM PRÄSENTIERT FACHVERANSTALTUNG FARBE

SINNESREIZE

Dass Farben mehr hervorrufen als visuelle Wahrnehmungen, machten die Referenten der Veranstaltung ‚Farbe‘ in der Kölner Designpost deutlich. Vielmehr reagieren auch andere Sinnesorgane auf Farben, zum Beispiel die Geruchs- und Geschmacksnerven.



Susanne Tamborini



Hannes Bäuerle



Markus Schlegel



Peter Ippolito



Julia Hausmann

Autorin
Gabriele Benitz
Fotos
Jana Rodenbusch/
Intuitive Fotografie
Philippe Ramakers

Karten mit Blumensträußen, ansprechend arrangierten Cocktails, Kaffeetassen und weiteren Motiven wanderten von Hand zu Hand. Eine Augenfreude. Doch der Clou lag darin, dass die Karten zum jeweiligen Motiv passende Düfte entfalteten. Der Aufforderung von Hannes Bäuerle, Gründer und Inhaber der Materialagentur Raumprobe, zum „Schnuppertest“ folgten die rund 140 Gäste der Fachveranstaltung „Farbe“ in der Kölner Designpost mit Begeisterung.

Anders als zunächst vermutet beschäftigte sich Hannes Bäuerle, der den Abend gemeinsam mit der md-Redaktion und auf Einladung des Designpost-Managers Volker Streckel gestaltete, jedoch nicht mit den olfaktorischen Reizen, die Farben auslösen. Vielmehr konzentrierte er sich in seinem Vortrag auf „Farbe als Material – Material als Farbe“.

Am deutlichsten werde das, wenn man einen Pinsel oder eine Rolle in einen Eimer mit Farbe taucht und die Schwere und Zähigkeit der Masse beinahe fühlen kann.

Von diesem Beispiel ausgehend leitete Bäuerle dazu über, dass sich Material- und Farbkonzepte nicht voneinander trennen lassen.

Diese Aufgabe sieht er als „Herausforderung für Architekten und Innenarchitekten“, zumal immer mehr neue Farben sowie Farbkonstellationen, Verfahrenstechniken und Rezepturen erprobt und dem Markt zur Verfügung gestellt würden. Als eines von mehreren Beispielen nannte er den industriellen Digitaldruck, mit dessen Hilfe sich etwa Akustikbaffeln farblich variieren lassen. „Jede Baffel erhält ihre eigene Nuance und es entsteht ein zarter Farbverlauf an der Decke.“ Die Raumwirkung ist damit gewiss. Dass sich Farbe auf die Wahrnehmung von Gebäuden und Inneneinrichtungen auswirkt, machte Julia Hausmann, Architektin und Inhaberin des Kölner Büros Farbarchitektur, in ihrem Vortrag deutlich. „Farbe ist ein wunderbares Gestaltungsmittel und entwickelt gerade unter unterschiedlichen Lichtverhältnissen ein Eigenleben.“ Dem Publikum brachte sie das anhand einer von ihr gestalte-

ten Villa eines Kölner Kunstsammlerpaars aus den 1930er-Jahren nahe. Mithilfe von Farbtönen verwandelte sie etwa die Wände des Erdgeschosses in Rosa- und Grün-Abstufungen. „Die Wirkung entsteht durch die Struktur und Zusammensetzung der Farben“, sagte Hausmann.

Dem Thema kann man sich natürlich auch wissenschaftlich nähern. Diesen Part übernahm Professor Markus Schlegel von der Fakultät Gestaltung der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim und verantwortlich für den Lehrstuhl Farbdesign/Trendscouting.

Zusammen mit seinen Studenten entwickelt er Farbszenarien. Um das Fundament dafür zu schaffen, seien 500 000 Bilddaten von 1950 bis 2015 aus dem deutschsprachigen Raum zusammengetragen, ausgewertet und zu Farbepochen, -typen und -profilen geclustert worden. Den aufmerksamen Zuhörern und Zuschauern lieferte er eine aktuelle Standortbestimmung: „Metalle und Legierungen wie Gold und Messing bleiben weiterhin en vogue. Gleichzeitig



Die Duftkarten fanden bei den Gästen großes Interesse.

Bilder der
Veranstaltung unter
[info.md-mag.com/
farbe-koeln](http://info.md-mag.com/farbe-koeln)

„Farbe entwickelt unter unterschiedlichen Lichtverhältnissen ein Eigenleben“

Julia Hausmann

erkennen wir die Tendenz, Räume in einer Farbe durchzuskalieren.“

Einen Lacher erzielte er mit der Aussage: „Beige läuft immer durch. Es ist das Weiß der Mutigen.“ Das veranstaltete md-Chefredakteurin Susanne Tamborini, die die Veranstaltung moderierte, darauf hinzuweisen, dass das Wissen um Farbe bei deutschen Architekten und Innenarchitekten im Vergleich zu anderen europäischen und angelsächsischen Ländern nicht so ausgeprägt sei. „Da tut uns Nachhilfe in Deutschland gut.“

Vergleiche öffnen also die Augen. Und den Blick auf Megatrends wie sie Zukunftsforscher destillieren. Welche das sind, zählte Schlegel auf: Gesundheit, Natur, Ernährung, Mobilität und als Gegensatz dazu Ruhepole.

Wie gesellschaftliche Entwicklungen und die Innenraumgestaltung ineinandergreifen, zeigte auch Peter Ippolito auf, Managing Partner der Ippolito Fleitz Group. Nach der Präsentation einiger realisierter Projekte, wie das spektakuläre Internationale Forum in Usbekistan, kam er auf aktuelle Beispiele zu sprechen. Eines ist der in

Shanghai vor kurzem entstandene Hochhauskomplex „Schwarzwald“ mit High-End-Wohnungen für begüterte Chinesen. Die wollen ihren erreichten sozialen Status durch die passende Inneneinrichtung kundtun, können und wollen dabei aber nicht auf Traditionen zurückgreifen. „Die Wohnungskäufer haben aber keine Ahnung, wie sie ihr persönliches Lebensgefühl mit der Einrichtung ausdrücken können“, stellte Ippolito fest.

Zur Anregung für die Nutzer hat sein Büro zwei Musterwohnungen in dem Gebäudekomplex ausgestattet. Die eine ist schichtartig gegliedert, mit Grauschattierungen, viel Tageslicht, einem Lichtband an der Decke und einer durch eine Glaswand abgetrennten Küche. Die zweite, loftartig anmutende Wohnung strahlt eine bunte, sinnliche Atmosphäre aus. Dazu tragen farbige Polstermöbel bei, eine Decke mit gelbem Farbverlauf und ebenso mit grünen Regalen umbaute Stützen.

Welche Raumeindrücke durch das Zusammenspiel von Farben, Oberflächen und Materialien entstehen,

bewiesen ebenfalls die Pecha-Kucha-Vorträge von Repräsentanten einiger in der Designpost ausstellender Unternehmen. Die Kurzpräsentationen der Sponsoren sollten aufs Thema einstimmen. Mit dabei waren Thomas Hoster vom Akustikspezialisten Acoustic Pearls, Georgia Wright vom Lederproduzenten Elmo, Dagmar Berghoff vom Möbelproduzenten Arper, Bernd Hofmann vom Regalsystemhersteller Montana, Alexander Stamminger vom Stoffspezialisten Rohi und Sebastian Schneider von Kashkash, der für den Massivholzmöbelproduzenten Zeitraum entwirft. Inspiriert vom Gestaltungsinput konnten die Gäste die Produkte der Aussteller in der Designpost anschauen, ertasten, darauf sitzen, vielleicht sogar „erhören“. Fürs Geschmackliche und Erreichbare war in Form von Häppchen und Getränken gesorgt. Wer wollte, konnte alle fünf Sinne bedienen. Dieses Stichwort griff die md-Chefredakteurin auf. Sie verwies auf eine weitere Veranstaltung im kommenden Jahr. Unter welchem Motto? Na klar: „Fünf Sinne“. ←

Im Fokus

Regelmäßig finden deutschlandweit Fachveranstaltungen der Materialplattform statt. Im Fokus stehen die ‚Fünf Sinne‘ in Relation zu Architektur und Innenarchitektur.