

Text: Antoinette Schmelter de Escobar

WIR STELLEN UNSERE BÜCHER IN REGALE namens „Billy“, relaxen auf „Klippan“-Sofas und essen an Tischen wie „Muddus“ oder „Bjursta“. In Deutschland dürfte es kaum jemanden geben, der kein Produkt der weltgrößten Haushaltsmöbelmarke Ikea besitzt oder zumindest kennt. Die auf den drei Prinzipien Form, Funktion und Erschwinglichkeit basierende Erfolgsstory des schwedischen Giganten, der seit seiner Gründung 1943 über 270 Einrichtungshäuser in 36 Ländern eröffnet hat, ist aber nicht der einzige Beweis für den Siegeszug des sogenannten „Nordic Design“. Egal ob schlichte Glasvase von Kosta Boda, geschwungene Wohnskulptur von Verner Panton, bunter Marimekko-Stoff oder multifunktionaler Stokke-Kinderstuhl Tripp Trapp: Entwürfe made in Schweden, Dänemark, Finnland und Norwegen sind seit Jahrzehnten en vogue. „Skandinavisches Design hatte seine erste Blütezeit in den Siebzigern“, sagt Eva Schaeffer, Chefredakteurin der Zeitschrift ELLE Decoration. „Dann wurde es still um das Design aus dem Norden, das nicht mehr in eine Zeit passte, die nach Lautem, Progressivem, Andersartigem verlangte.“ Wer ihm wieder Kultstatus verliehen habe, sei Tyler Brulé gewesen, der Erfinder von Wallpaper. „In seinem Magazin feierten Retro und Vintage vor zehn Jahren eine stylische Wiedergeburt, die Idee, Altes mit Neuem zu kombinieren. Dazu ist skandinavisches Design geradezu prädestiniert. Es ist zeitlos, komfortabel, zurückhaltend, von guter Qualität, verträgt sich bestens mit modernem Interieur, ist cool und doch gemütlich.“

Woher diese Gemeinsamkeiten kommen, kann man beim Durchblättern eines opulent bebilderten Handbuchs von Charlotte und Peter Fiell nachvollziehen. In Länder-, Designer- und Firmenporträts macht das Autoren-Duo auf 352 Seiten klar, dass alle skandinavischen Staaten außer ähnlichen historischen und kulturellen Wurzeln Folgendes verbindet: ein ausgeprägter Sinn fürs Praktische, achtsamer Umgang mit den – aufgrund des rauen Klimas – raren Ressourcen, das an einer Sozialgemeinschaft aller Bürger orientierte Ideal „Schönheit für alle“, die Liebe zur omnipräsenten Natur und der hohe Stellenwert eines schön gestalteten Zuhauses, das während des langen, dunklen Winters Zufluchtsort ist.

„Die nordischen Länder haben bewiesen, wie man mit einfachen Mitteln geschmackvoll, nachhaltig und auch für breite Bevölkerungsschichten erschwinglich gestalten kann“, sagt Prof. Dr. Peter Zec, Initiator des red dot design award. „Mittlerweile verstehen sie ihren typischen Stil als Möglichkeit, sich mit diesem Markenzeichen selbstbewusst und solidarisch auf dem Weltmarkt zu positionieren.“ Beweis für den großen Erfolg der einwohnermäßig Kleinen sind nicht nur gute Umsatzzahlen, bei denen Ikea international mit 19,8 Milliarden Euro 2007 Vorreiter ist. Auch bei Preisverleihungen schneiden sie gut ab: „Für den Red Dot, dem von uns alljährlich verliehenen Qualitätssiegel für herausragende Designqualität, bewerben sich 51 Nationen. Mit zehn Prozent aller Prämierungen liegen die ‚Nordic Countries‘ super im Rennen – egal ob mit Möbeln, Schmuck, Mobiltelefonen oder Gartengeräten. Und das in den letzten Jahren verstärkt dank junger dänischer Talente“, sagt Zec.

„Skandin. Design“ (Taschen, 9,99 €); red dot design museum in Essen, größte ständige Ausstellung zeitgenössischen Designs weltweit, Tel. 02 01/3 01 04 25, www.red-dot.de; „Design S“: Präsentation prämierter schwedischer Design-Produkte, 25.9.–2.11.08, Hamburger Museum für Völkerkunde, Tel. 0 18 05/30 88 88, www.swedishdesignaward.se



Design-Klassiker aus dem hohen Norden: Stühle und Tische von Verner Panton (Bild linke Seite). Anlehnungsbedürftig und literarisch belastbar: Bücherregal „Libri“ von Michael Bihain (l.), zu sehen bei „Design S“. Auf Expansionskurs in Deutschland: Der dänische Schmuckhersteller Pandora vertreibt beliebig kombinierbare Elemente für Armbänder und Ketten (o.)

