

Presseinformation IKEA Stationen

Wien, im April 2010

Sonderausstellung

Phänomen IKEA

9. 4. – 11. 7. 2010

im Hofmobiliendepot • Möbel Museum Wien

Gliederung der Sonderausstellung

- 1.) Historisches IKEA:** Circa 20 Möbel aus dem IKEA Museum in Älmhult (Schweden) zeigen die Entwicklung des Möbelhauses von den 1950er bis zu den 1980er Jahren. Viele Stücke waren noch nie in Österreich zu sehen. Dazu informiert ein chronologischer Abriss über die Firmengeschichte.
- 2.) Reformbewegungen:** Bereits vor IKEA gab es Design-Konzepte, die kostengünstige, praktische und formschöne Möbel und Massengüter für eine breite Bevölkerung zum Ziel hatten, etwa von Thonet, im Bauhaus oder die Maschinenmöbel von Richard Riemerschmid.
- 3.) Schwedische Wurzeln:** Die Aquarelle des schwedischen Malers Carl Larsson (1853–1919) zeigen sein Haus in Sundborn, wie er es mit seiner Frau Karin eingerichtet hat – ganz nach persönlichen Bedürfnissen, in lebensfroher Funktionalität und unorthodoxem Mix von Alt und Neu. Sundborn ist ein Gegenentwurf zu der düsteren schwülstigen Atmosphäre der bürgerlichen Salons und deren Pomp. Larssons Bilder machten seinen Wohnstil rasch populär und er wurde geradezu identitätsstiftend in der Selbstwahrnehmung der Nation auf ihrem Weg zum egalitären „Volkshem Schweden“. Die Wurzeln von Larssons Stil lagen in der englischen Arts and Craft-Bewegung von William Morris und wirkten auf Generationen von schwedischen Designern. In der Ausstellung sind moderne Interpretationen von IKEA zum Thema zu sehen.
- 4.) Die Skandinavische Moderne:** Der Erfolg IKEAs beruht nicht zuletzt auf der internationalen Popularität des Skandinavischen Designs. Das Design der Skandinavischen Moderne ist eine kulturelle Marke, auf die IKEA bis heute setzt. Obwohl IKEA in der Zwischenzeit mehrere Stile anbietet und die Produkte keinesfalls mehr nur aus Holz gefertigt werden, bleibt der skandinavische Stil ein bedeutender Teil des Sortiments. Die ersten modernen Möbel Skandinaviens entwickelte seit den 1920er Jahren der finnische Architekt Alvar Aalto. Begeistert von den Ideen des Bauhauses, wandte er dessen Ideen auf das traditionelle Material seiner nordischen Heimat an: dem allgegenwärtigen hellen Birkenholz. Für Aalto war das Material tief human, im Gegensatz zum kalten Stahlrohr des Bauhauses. Er entwarf erfolgreich Holzmöbel nach dessen konstruktiven Ideen – berühmt sind seine aus Schichtholz hergestellten Freischwinger. Rund 40 Jahre später adaptierte IKEA Aaltos Ideen für den Freischwinger-Sessel POÄNG. Dieser bis heute produzierte Sessel spannt den Bogen zur Skandinavischen Moderne: Ein ursprünglich avantgardistischer Entwurf wird zum Sitzmöbel für die breite Masse. In der Ausstellung sind Referenzbeispiele des Skandinavischen Möbeldesigns der 1940er- bis 1960er Jahre zu sehen.
- 5.) Inspirationen:** Was IKEA auszeichnet, ist seine Gestaltungsmethode, nicht sein Stil. Viele bekannte und mehr oder weniger bedeutende Entwürfe werden für die für IKEA unabdingbaren Voraussetzungen wie Stapelbarkeit, Flachverpackung, Zerlegbarkeit oder günstige Produzierbarkeit so verändert, dass man von einem neuen Entwurf sprechen muss. „Die Produkte so zu gestalten, dass sie steckbar

oder zerlegbar sind und so flach als möglich transportiert werden können, ist, bezogen auf die Verpackung, die Aufgabe der Designer“. (IKEA Designerin Wiebke Braasch). In der Ausstellung werden viele Originale und die passenden IKEA Variationen vorgestellt. Am Thema **Lochstuhl** wird gezeigt, dass manche Ideen viele Hersteller und Designer seit langem beschäftigen: Sechs verschiedene Lochstühle, deren Ziele Materialersparnis und Leichtgewicht sind, werden ausgestellt, darunter der berühmte „Landi-Stuhl“ von Hans Coray, ein Stuhl von Josef Hoffmann für das Café des Wiener Werkbundes, den er gemeinsam mit Oswald Haerdtl entworfen hat, und der bekannten Lochstuhl von Roland Rainer für die Wiener Stadthalle.

6.) PS Kollektion: Seit 1995 hat sich IKEA ein zusätzliches Designprofil mit seiner PS Kollektion zugelegt. In ihr erscheinen in unregelmäßigen Abständen Entwürfe von IKEA-Designern, darunter auch so bekannte Namen wie **Hella Jongerius**, **James Irvine** oder von Newcomern wie den schwedischen Designerinnen von **Front**. Die Kollektion bildet eine Ergänzung zum sonstigen Sortiment und versteht sich als Herausforderung des etablierten, hochpreisigen Designs. Sie stellt eine Bühne für experimentelles Produktionsideen und gestalterische Extravaganz dar, die in der Designwelt große Aufmerksamkeit erhält. Für den Konzern bleibt es jedoch ein Nischenprodukt und ein Nebenschauplatz im Marketing. In der Ausstellung sind circa 20 Produkte aus den bisherigen sechs PS Kollektionen zu sehen.

7.) Material Change: Am Beispiel des **Stuhles ÖGLA** wird das Designverständnis von IKEA gezeigt. Es handelt sich um einen am Thonet-Modell Nr. 18 angelehnten Stuhl, der seit fast 50 Jahren mit unveränderter äußerer Form verkauft wird. 1964 ließ IKEA diesen Stuhl in Polen in einem ehemaligen Thonet-Werk herstellen, weil sie günstig produzieren konnten und noch über die nötigen Biegeformen verfügten. Der Sessel war aus Holz und konnte nur fertig montiert geliefert werden. Dies bedeutete hohe Transportkosten. In den 1980er Jahren gelang es IKEA, eine zerlegbare Version aus Kunststoff herzustellen, jedoch bei verhältnismäßig hohem Gewicht. 1994 kam der nächste Schritt: seitdem wird ÖGLA aus Recyclingmaterial hergestellt, beispielsweise aus Yoghurtbechern. Zudem wurde es möglich, Teile des Stuhls mit gas-injizierten Hohlstellen zu erzeugen. Dadurch können bei gleicher äußerer Form circa 30% des Materials eingespart werden. Das geringere Gewicht bedeutet auch niedrigere Transportkosten. Ein solcher Materialwechsel, der Rohstoffe durch neue Technologien ersetzt, dadurch im besten Fall Ressourcen und Gewicht spart, in jedem Fall aber Kosten, ist eines der wesentlichen Merkmale des IKEA spezifischen Designs.

8.) Flachverpackung: Die Idee, Möbel zerlegt zu befördern, hatten vor Ingvar Kamprad schon andere, aber erst IKEA perfektionierte das Konzept. Ursprünglich eingeführt, um Transportschäden zu vermeiden, wurde die Flachverpackung bald zur zentralen Maxime des Unternehmens. Immer getreu dem Motto: „Wir wollen keine Luft transportieren“, ist die Verpackung und die Zerlegbarkeit der Möbel heute eine der wichtigsten Planungsgrößen bei IKEA. Jedes IKEA Möbel wird während des Gestaltungsprozesses für einen einfachen und kostengünstigen Transport und eine platzsparende Lagerung optimiert, die Dimensionen der Verpackung, die sich nach Euro-Palettenmaßen richtet, haben daher direkten Einfluss auf den Entwurf. In der Ausstellung wird eines der ersten zerlegbaren Möbel von IKEA, der **Tisch LÖVET** aus den 1950er Jahren mitsamt seiner historischen Verpackung gezeigt.

9.) Monobloc: Hierbei handelt es sich um die (Fach-)Bezeichnung für einen preiswerten Plastikstuhl. Er ist der Inbegriff der Massenproduktion, denn er ist schnell, billig und in großen Stückzahlen im Spritzgussverfahren herzustellen. Auch IKEA führt sie im Programm, obwohl sie nicht zerlegbar sind. Durch ihre extrem niedrigen Herstellungskosten und ihre Stapelbarkeit sind sie trotz ihres großen Volumens für den Konzern attraktiv. Ein weiterer Vorteil ist sein geringes Gewicht, das den Transport verbilligt. In der Ausstellung ist unter anderem ein früher Monobloc von **Walter Papst** zu sehen.

10.) Systemmöbel: Dem Systemmöbel **BILLY**, dem erfolgreichsten IKEA Möbel überhaupt, wird ein früher Vorläufer von **Bruno Paul** aus dem Jahre 1908 gegenübergestellt. Bereits Paul hatte die Idee

für ein Anbaumöbelprogramm auf Basis von systematisierten modularen Elementen, jedoch blieb es BILLY mit seinen 41 Millionen verkauften Exemplaren vorbehalten, ein echtes Volksmöbel zu werden. BILLY wird seit 1979 verkauft.

11.) Nachhaltigkeit: Seit gut 20 Jahren ist Nachhaltigkeit ein zentrales Thema für IKEA. Gestiegenes Umweltbewusstsein und die Überzeugung, dass langfristig nur verantwortungsbewusst agierende Unternehmen erfolgreich sein werden, haben IKEA veranlasst, sich immer stärker mit dem Thema zu beschäftigen, wobei sich Nachhaltigkeit für IKEA auf Ökologie und auf soziale Aspekte bezieht. Nach Vorwürfen, dass IKEA von Kinderarbeit profitiert, startete der Konzern gemeinsam mit UNICEF ein umfassendes Projekt zur Bekämpfung der Ursachen von Kinderarbeit. IKEA arbeitet zudem mit Save the Children und im Bereich Umwelt mit dem WWF zusammen. Das Unternehmen verpflichtet sich und seine Zulieferer, den konzerneigenen verbindlichen Verhaltenskodex IWAY einzuhalten. Alle diese Maßnahmen beeinflussen auch das Design: In der Ausstellung werden mehrere Produkte gezeigt, die beispielhaft für die Strategie der Nachhaltigkeit bei IKEA stehen, so zum Beispiel den **Sessel PS GULLHOLMEN**, der aus Bananenfasern, einem ansonsten ungenutzten Abfall auf den Plantagen, hergestellt wird.

12.) Pimp Light Show: Zum Phänomen IKEA gehört auch, dass es weltweit – wie wahrscheinlich bei keiner anderen Marke – eine unübersichtliche Fülle von Umgestaltungen von Produkten des Konzerns gibt. Junge Designer und Künstler, aber auch gewöhnliche Konsumenten gestalten IKEA Produkte um, kombinieren sie, ironisieren und individualisieren sie. Das Hofmobiliendepot beschränkt sich in der Ausstellung auf Beleuchtungskörper, die IKEA als Ausgangsmaterial verwenden. Zusammengestellt wird dieser Bereich von Walking Chair Design Studio.

13.) Der IKEA Katalog: Der erste Katalog erschien bereits 1951. Ingvar Kamprad hatte die Idee, Möbel nicht nur als einzelne sterile Objekte, sondern als Teil eines fertig eingerichteten und scheinbar bewohnten Zimmers abzubilden. Folgerichtig zeigt der Katalog nicht nur Möbel, sondern auch Menschen. Seit einigen Jahren sind in den Katalogen zunehmend multikulturelle Familien und nicht mehr ausschließlich schwedische IKEA-Mitarbeiter zu sehen. Produziert wird der Katalog in der IKEA Zentrale im schwedischen Älmhult. Ein großes Team von Innendekorateuren und Tischlern gestaltet für die Fotoshootings im 8000m² großen Fotostudio die Musterzimmer für die Kataloge. Die weltweite Auflage des Katalogs beträgt circa 200 Millionen Stück und erscheint in 28 Sprachen. Der Katalog bietet bis auf wenige Ausnahmen weltweit das gleiche Sortiment an. Im Hofmobiliendepot sind alle österreichischen Kataloge seit der Eröffnung des ersten Möbelhauses im Jahr 1977 zu sehen.

14.) Österreichs häufigstes Wohnzimmer: Auf die Frage, wie das Zuhause der Österreicher tatsächlich aussieht, hat die Werbeagentur Jung von Matt Donau durch Statistiken, Befragungen und Hausbesuche eine seit 2004 fortwährend aktualisierte Antwort ermittelt, die im Hofmobiliendepot ausgestellt wird. Als Vergleich wurde IKEA Österreich gebeten, ein Wohnzimmer einzurichten, das nur aus den am häufigsten gekauften IKEA Produkten besteht. Die beiden Wohnzimmer werden in der Ausstellung gegenübergestellt.

Kurzinformation:

Titel:	Phänomen IKEA
Kuratierung:	Markus Laumann
Ausstellungsgestaltung:	Walking Chair Design Studio
Ausstellungsdauer:	9. April – 11. Juli 2010 Di – So 10.00–18.00 Uhr
Ort:	Hofmobiliendepot • Möbel Museum Wien Andreasgasse 7, 1070 Wien T: 01-524 33 57, info@hofmobiliendepot.at www.hofmobiliendepot.at
Eintrittspreise:	€ 6,90 / € 5,50 / € 4,50
Presseführung:	8. April 2010, 10.00 Uhr
Pressefotos:	http://www.hofmobiliendepot.at/pressefotos/IKEA.html

Die Ausstellung erfolgt in Kooperation mit der **Neuen Sammlung – The International Design Museum Munich** und wird unterstützt vom Museum für Kunst und Gewerbe, Hamburg sowie IKEA Österreich.