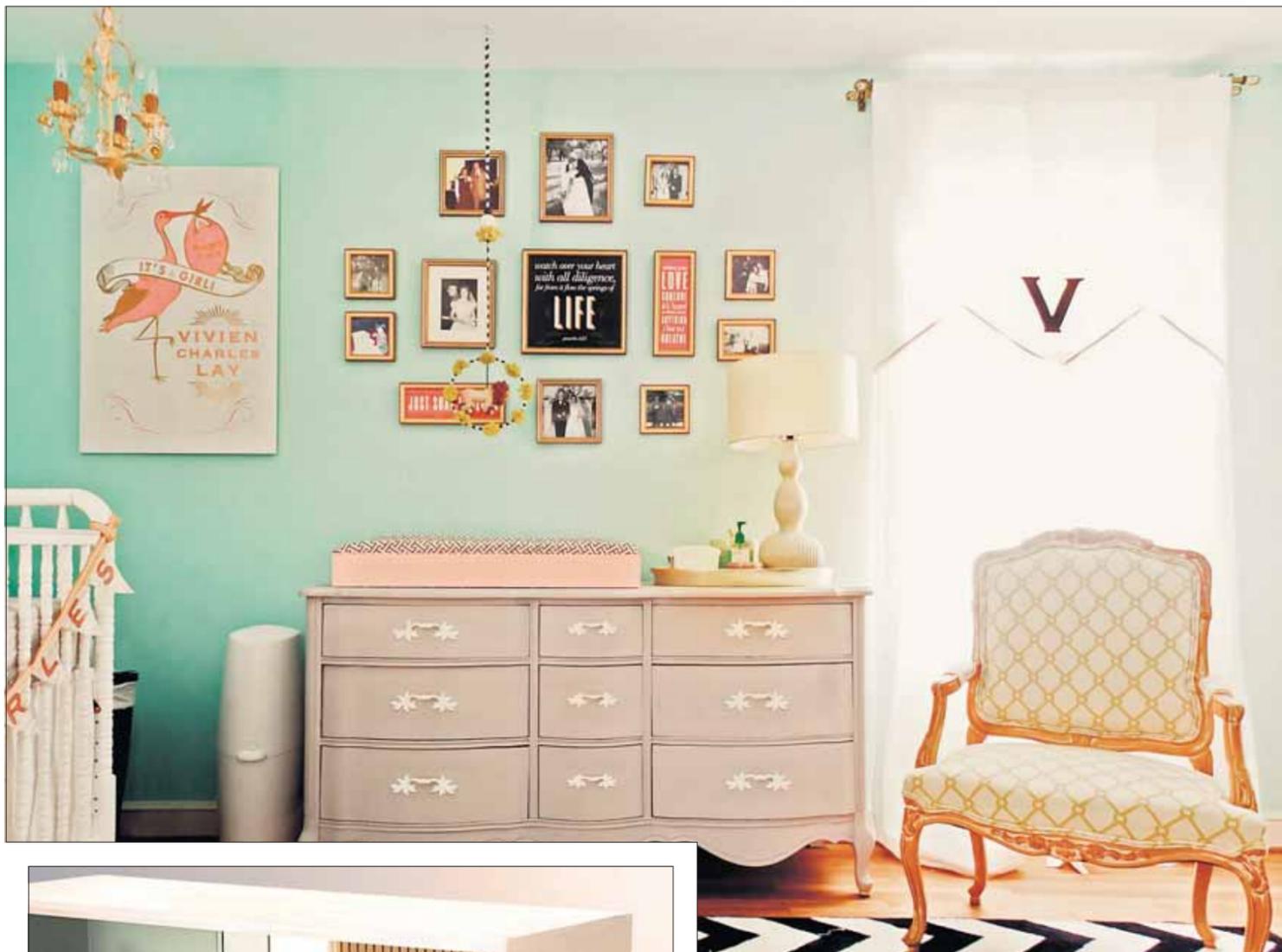


Mein Reich

Das Kinderzimmer war die letzte designfreie Zone. Diese Zeiten sind nun vorbei.



Immer mehr Eltern lassen ihre Designwut an ihren Kindern aus. Die Kleinen hausen dann in Zimmern, die aussehen wie aus der AD, spielen mit Bauhaus-Puppenhäusern und sitzen auf Designerstühlen (links). Ob das gut ist? Fotos: Chip Lay; PR (2)

von Gunthild Kupitz

Das Paradies für Kinder liegt in einer alten Malzfabrik gleich gegenüber vom Hamburger Fischmarkt. Oben, im fünften Stock, stehen Miniaturburgen für kleine Ritter, Schlösser für Prinzessinnen, Schiffe für junge Piraten und für Puppenmütter Häuser mit Küche samt Herd. Hell und klar ist die Welt im Kindermöbelladen „de Breuyn“, in der neben Weiß vor allem Grau- und Blautöne dominieren, für die Jungszimmer, und für die Mädchen gefühlt etwa hundertzwanzig Pinknuancen.

„Die Einrichtung wird meist von den Müttern bestimmt“, sagt die geschäftsführende Gesellschafterin Elke Niemann, „viele mögen die romantische Richtung.“ Sie selbst bevorzugt klare Linien. Deshalb präsentiert Elke Niemann gleich neben dem Eingang Rolf Heides Stapelliege von 1967. „Wir waren die Ersten, die so einen Klassiker in einen Kinderladen gestellt haben.“ Gleich gegenüber steht Egon Eiermanns 1953 entworfener und vor ein paar Jahren auf Kinderformat geschrumpfter Schreibtisch. Zur Freude aller designverliebten Eltern. Denn das vermeintliche Kinderparadies ist vor allem der Sehnsuchtsort der Erwachsenen. „Bei uns kauft schon eher die gehobene Klientel“, sagt Niemann. „Die möchte in Qualität investieren und hat auch einen gewissen ästhetischen Anspruch.“ Wird nur ein

Stühlchen gekauft, dürfen die Kids mitreden. Nicht aber bei der Kompletteneinrichtung, die etwa ein Drittel ihrer Kunden wählt. Da entscheiden die Eltern – und bezahlen dafür gerne den Preis eines Kleinwagens.

Hauptsache praktisch – mit dieser Haltung wurden früher die Zimmer der lieben Kleinen ausgestattet, mit Tante Josefas altem Ehebett und einer Flohmarkt-Kommode, oder ganz pädagogisch wertvoll mit „Team 7“-Holzmöbeln. Heute werden bisweilen Zimmer schon vor der Geburt des Nachwuchses durchdesignt, als wolle man sich bei einem Wohnhochglanzmagazin wie *AD* oder *Elle Deco* bewerd-

In Interior-Kreisen nennt man diese Entwicklung *Homing*.

ben. „Das Kinderzimmer hat für viele Eltern eine Repräsentationsfunktion“, stellt Andrej Kupetz fest, Hauptgeschäftsführer des Rats für Formgebung in Frankfurt. „Viele Frauen, die erfolgreich im Beruf sind, wollen auch als Mutter glänzen. Sie sind der Ansicht, alles müsse ganz toll aussehen und perfekt sein.“ Gleichzeitig gebe es einen starken Trend zum „Homing“, also dem Bedürfnis, gegen die kalte,

feindliche Welt draußen eine kleine, heimelige Gegenwelt zu entwerfen. „Möglicherweise sind deshalb viele Mädchenzimmer einer Puppenstube nachempfunden“, sagt Kupetz.

Bereits vor vier Jahren definierte eine Studie des Hamburger Trendbüros die Bedeutung von Interior Design als „Ausdruck des persönlichen Lifestyles“ und schlussfolgerte: „Status erlebt ein Comeback. Dahinter steht die Sehnsucht der Konsumenten, gesellschaftlich aufzusteigen und zu dokumentieren, dass man zu den Gewinnern gehört.“ Oder, wie Carsten Ascheberg vom Sozialwissenschaftlichen Institut für Gegenwartsfragen in Mannheim schon vor einiger Zeit bemerkte: „Man richtet sich ein wie die Kreise, denen man gern zugehören will.“ Und weil Konsumkredite heute zuallererst für Möbel und Einrichtungsgegenstände aufgenommen werden, kaufen längst nicht nur die Bewohner der Hamburger Elbvororte bei „de Breuyn“. Und längst nicht nur dort, sondern in einem der etlichen Läden mit Kinder-Designermöbeln. Erst kürzlich hat „Sprösslinge“ in Hamburg-Eimsbüttel eröffnet; in München gibt's „Engel & Bengel“, in Frankfurt „Minimi“ und „d.nik“ in Berlin. Und auch im Internet steigt die Zahl von Onlineshops wie „kidsmodern.com“. Sie alle warten mit hochwertigen Kindermöbeln auf, gern auch in Form von Mini-Designklassikern wie Mies van der Rohes „Barcelona Chair“ (4640 Euro), Arne Jacobsens „Modell 3177“ (420 Euro) oder Philippe Starcks transparenten „Lou-

is Ghost“, der in der Kindervariante „Lou Lou Ghost“ (76 Euro) heißt.

Manche Stühle, wie Mart Stams Freischwinger „S 43“ oder der „Panton Junior“ von Verner Panton, sind von den Designern bereits selbst im Kleinformat konzipiert worden; andere wie der Sessel „In-out“ sind aktuelle Auftragsarbeiten – in diesem Fall vergeben vom Stuttgarter Hersteller Richard Lampert an den Designer Eric Degenhardt. Lampert war der Erste, der es wagte, in diesem Frühjahr auf der Mailänder Möbelmesse ausschließlich Kinder-Designprodukte auszustellen. Denn dass der Markt in diesem Bereich nach wie vor wächst, bestätigt auch Anniina Koivu, die bei Vitra für die PR zuständig ist. Das Unternehmen stellt die Eames-Klassiker her ebenso wie den „Panton Junior“. „Die Kinderkollektion hat ein starkes Interesse geweckt“, so Koivu, „allein der Junior wird heute doppelt so oft verkauft wie vor fünf Jahren.“ Um Verständnis für gutes Design zu prägen, könne man nicht früh genug anfangen. Und so stellen ästhetische Eltern ihren Töchtern das hölzerne Bauhaus-Puppenhaus von Sirch ins Kinderzimmer – andockbar ist Außenanlage mit Pool.

Industriedesigner Stefan Diez: „So wichtig ist Design nicht.“

„Ein ‚Panton Junior‘ ist genauso gut oder schlecht wie jeder andere Stuhl“, sagt Nils Jockel. Jockel ist Leiter der Abteilung Kunst- und Designvermittlung im Hamburger Museum für Kunst und Gewerbe, und damit jemand, dem man von Berufswegen eine andere Haltung unterstellen würde. „Ich rede gar nicht gegen Design für Kinder. Aber ich bezweifle, dass sie in einem Zimmer, das von den Eltern mit Sinn für Gestaltung eingerichtet wurde, automatisch einen guten Geschmack entwickeln.“ Ohnehin sei das ein falscher Ansatz. „Bei einem Kinderzimmer sollte es nicht darum gehen, ob es gut gestaltet ist, sondern ob es anregend ist – und das ist ein Riesenschied.“

Stefan Diez' Ansicht ist noch ungleich radikaler. Der mit zahlreichen Preisen ausgezeichnete Münchner Industriedesigner und Vater dreier Kinder im Alter von zwei, vier und sechs Jahren ist überzeugt davon, dass Kinder, die in „Eiche Rustikal“ aufwachsen, ein ausgeprägtes Gefühl für Gestaltung entwickeln könnten, ja vielleicht noch mehr als Kinder aus einer durchdesignten Umgebung. Und überhaupt ist er der Meinung, dass Eltern ihre Kinder nicht mit ihrem Geschmack terrorisieren sollten: Kinder entwickeln ihren eigenen Sinn für Ästhetik. „Die verstehen gar nicht, dass ein Eiermann-Tisch deshalb so toll ist, weil er so einfach ist.“ Für die Miniaturversion würde der Münchner Designer jedenfalls kein Geld ausgeben, schließlich könnten die Kleinen ja genauso gut an großen Tischen malen. „Ich hätte Bedenken, dass man ihnen das Interesse nimmt, wenn man ihnen die ganzen tollen Sachen vorführt. Ich finde, Kinder müssen das selbst herausfinden.“ Und wenn sie's nicht herausfinden? „So wichtig ist Design nicht.“

Kinder seien eigentlich die geborenen Gestalter, sagt Nils Jockel. Sie probierten immer wieder aus: Was finde ich gerade schön? Wie ist es für mich besser? Wo will ich mich zurückziehen? „Möbel, die mobil sind, Verrücktheit erlauben, ja zur Veränderung sogar auffordern, bieten die ideale Umgebung, die Kinder brauchen, um kreativ sein können“, glaubt Nils Jockel.

Und im Diez'schen Kinderzimmer? Da steht eigentlich nichts außer einem Dreier-Stockbett und „Big Bin“. In dem Eimer-Regal, das der Designer vor ein paar Jahren für die Marke Authentics entworfen hat, hat jedes Kind einen Kübel für seine Sachen. Gespielt wird in der Wohnung und im Atelier. Dort steht auch eine Tür mit einem Rahmen samt Klingel, die Opa Diez, ein Schreiner, einst machte. „Den Rest des Hauses bauen sie sich dann mit Kartons oder Decken jedes Mal neu.“ Als Ritterburgen, Schlösser oder Puppenstuben – so wie sie Kinder eben sehen.