wohn*revue*

SCHWEIZER LEBENSSTIL.
WOHNEN. DESIGN.

CHF 12

Grüezi Milano

05–19
MÖBELMESSE MAILAND
BODENBELÄGE

Zürich Tokio Milano

WORT
KATRIN AMBÜHL

In einem üppig begrünten Hinterhof in Mailands Edelviertel Brera war für einige Tage ein Hauch Fernost zu spüren. Hier richtete das japanische Möbellabel Karimoku New Standard während der Milano Design Week ein kleines, charmantes Apartment ein. Zur Feier des 10. Geburtstags wurden Freunde und Besucher mit Tee empfangen und eingeladen, die Holzmöbelkollektion zu erkunden. Der kreative Kopf hinter dem Brand ist der Schweizer David Glättli. Wir haben ihn in Mailand getroffen und gefragt, warum so viele Produkte von Schweizern entworfen wurden.

Rechte Seite Das Apartment in Brera diente während der Milano Design Week im April als temporäres Zuhause für die Möbel von Karimoku New Standard.

05–19

Präzision, formale Schlichtheit, Qualität. Diese Werte haben sowohl hierzulande als auch in Japan Tradition. Vielleicht deshalb wirken die Holzmöbel von Karimoku New Standard (KNS) auf uns Schweizer so vertraut. Zum Beispiel der «Polar Chair» oder das «Castor Lobby Sofa» – beide aus japanischer Eiche und beide von Schweizer Designern entworfen. Der Stuhl von Moritz Schlatter, das Sofa vom Gestaltertrio Big-Game. Unter den Neuheiten, die in Mailand einerseits auf der Messe und andererseits im temporären Apartment im Stadtzentrum gezeigt wurden, war erstmals eine Leuchte. «Parabole Light» hat einen feinen kreisförmigen Diffusor aus Holz und stammt aus der Feder von Dimitri Bähler. Es ist die erste Zusammenarbeit zwischen dem Westschweizer Designer und dem japanischen Holzmöbelhersteller. Die engen Bande zwischen der Schweiz und Japan haben viel zu tun mit dem Creative Director von KNS, David Glättli. Der Zürcher hat zwei Jahre lang Industriedesign in Mailand und anschliessend an der Ecal studiert. Seit 2008 lebt er in Japan. Wie das kam und welche Rolle er bei Karimoku New Standard spielt, hat er uns bei einem Gespräch in Mailand verraten.

David, wie bist du in Japan gelandet?
Japan hat mich schon immer fasziniert. Nachdem ich einige Zeit bei Teo Jakob gearbeitet hatte, wollte ich mal länger als nur für Ferien nach Japan. Der ursprüngliche Plan waren zwei bis drei Jahre …

Nun sind es gut zehn. Wie hast du diese Zeit erlebt?
Privat und beruflich ist vieles passiert. Ich bin jetzt verheiratet und Vater einer Tochter. Und in dieser Zeit wurde das Brand Karimoku New Standard von null auf aufgebaut. Das war ein langer Weg mit Höhen und Tiefen, grossen Herausforderungen und grossen Fortschritten.

Wie entstand denn die Zusammenarbeit mit dem japanischen Möbellabel?
Der Chef von Karimoku, dem grössten Holzmöbelhersteller von Japan, kontaktierte 2008 das Designstudio Teruhiro Yanagihara in Osaka, wo ich damals arbeitete. Man muss wissen, dass Karimoku ein grosses Knowhow in der Holzverarbeitung hat, aber gestalterisch konventionelle Möbel herstellt. Der Boss des grossen Möbelunternehmens hatte damals die Vision, zusätzlich zum gängigen Sortiment

auch eine Designlinie zu entwickeln, wobei sein Vorbild das finnische Brand Nikari war. Zusammen mit Yanagihara arbeitete ich dann an der Neulancierung der Marke KNS.

Welche Funktion hast du?
Ich habe heute meine eigene Firma Glaettli Design Direction in Tokio und bin externer Kreativdirektor von KNS, immer noch mein grösster Kunde. Meine Aufgaben umfassen vieles: internationale Designer suchen und mit diesen neue Produkte entwickeln. Für Karimoku war es neu, mit externen Gestaltern zu arbeiten. Auch das gesamte Branding oder die Messestandgestaltung liegen in meiner Hand.

Aus dem kleinen Projekt ist ein Brand geworden mit Dutzenden Entwürfen.
Ja, wir haben sehr klein angefangen, mit Prototypen von neun Möbeln, die wir 2010 in einer Galerie in Mailand gezeigt haben. Am Anfang war es eher ein Experiment als eine Marke. Ein Projekt, bei dem wir nach dem Prinzip «Learning by Doing» gearbeitet haben. Das positive Feedback und die fruchtbare Zusammenarbeit mit Designern haben dazu geführt, dass wir uns über die Jahre zu einer wachsenden Marke weiterentwickelt haben.

Wie entstehen neue Entwürfe?
Es gibt zwei Arten der Produktentwicklung. Entweder habe ich eine konkrete Idee und →

Linke Seite oben «Parabole Light» ist der erste Leuchtenprototyp von KNS. Das Produkt wurde von Dimitri Bähler entworfen und hat einen Diffusor aus Holz.

Linke Seite unten
David Glättli ist Inhaber der Tokioter Firma (Glaettli Design Direction) und Creative Director von KNS.

Oben «Castor Lobby Sofa» ist eine Weiterentwicklung des Sofas «Castor» und wurde für den Objektbereich entworfen von Big-Game.

Rechts Das kleine Apartment wurde während der Milano Design Week mit Möbeln von KNS und Accessoires von David Glättli eingerichtet. Die Bilder stammen von dessen Vater Peter Glättli.

suche dafür den passenden Designer. Dies war der Fall bei der Leuchte von Dimitri Bähler. Er entwarf das Produkt aufgrund meines detaillierten Briefings. Oder aber ich sehe ein fertiges Produkt, das gut ins Sortiment von KNS passen würde. So war es mit dem Stuhl von Moritz Schlatter.

Warum so viele Schweizer Designer?
Das ist keine Strategie, sondern hat sich einfach so entwickelt. Einerseits sicher auch, weil ich noch viele Kontakte in der Schweiz habe. Es hat meiner Meinung nach weniger damit zu tun, dass sie Schweizer sind, sondern vielmehr mit ihrer Arbeitsweise. Diese ist geprägt von einem praktischen, rationalen Ansatz und der Bereitschaft, die Dinge so lange zu diskutieren, bis man die bestmögliche Lösung findet.

Wäre es nicht naheliegender, mit japanischen Gestaltern zu arbeiten?
Das ist aus verschiedenen Gründen schwierig. Erstens ist die Qualität der Designausbildung in Japan nicht so gut. Zweitens gibt es – im Unterschied zu Europa – praktisch keinen Austausch mit der globalen Designwelt. Japan ist sehr abgeschottet, Gestalter mit internationaler Erfahrung gibt es hier vergleichsweise wenig. Das ist aber wichtig, denn die Produkte von KNS richten sich ja an einen globalen Markt. Deshalb war für mich immer klar, dass KNS mit internationalen Designern arbeiten soll.

Was ist die Ausrichtung deiner Agentur in Tokio, und was für andere Projekte hast du noch?
Ich habe mich auf Design-Consulting und Design-Management spezialisiert. D.h., wir beraten und begleiten Firmen bei der Produktentwicklung und beim Branding. Zu meinen Projekten gehört unter anderem auch Sumida Contemporary, eine Plattform und ein kuratiertes Label für zeitgenössische Produkte, die in japanischen Manufakturen in Tokio gefertigt werden.

Vermisst du Europa und insbesondere die Schweiz?
In Europa geniesse ich die kulturelle Vielfalt und die dynamische Designszene sehr, insbesondere auch in der Schweiz. Aber nein, ich habe kein Heimweh, vermisse manchmal höchstens Brot und Käse. Doch mittlerweile backt meine Frau das perfekte Brot…

KARIMOKU-NEWSTANDARD.JP
DESIGNDIRECTION.JP

Im charmanten temporären KNS-Apartment in Mailand konnten die Besucher Tee und das schöne Ambiente geniessen.