

# A&W Architektur & Wohnen

## ITALIAN STYLE

Zu Gast bei vielen Kreativen

## MEMPHIS

Design-Mythos wird 30

## KULTBAU

Pier Luigi Nervis grandioser Stil

## BERLIN

Freizeit-Farmer in der Stadt

WOHNTREND

# Stilmix & Farbe

KÖLN-NEWS  
Messerschau: neue Möbel und Stoffe

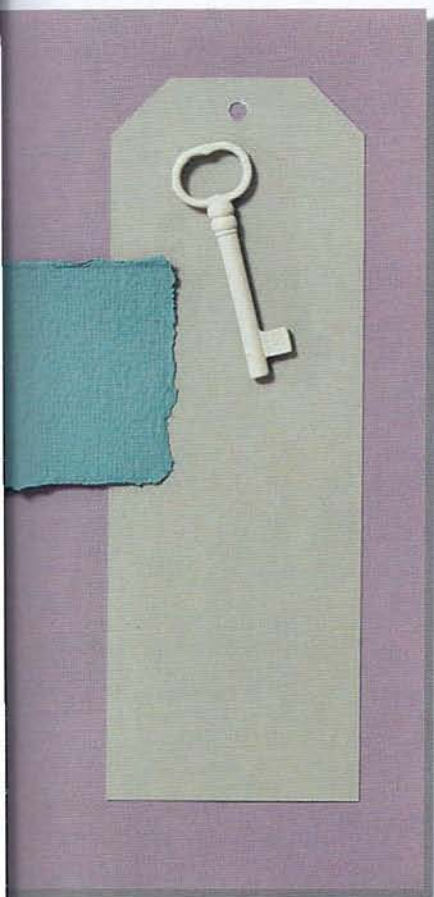
Zur Beruhigung: Gibt es in einem Raum verschiedene Farben, sollte eine Wand, nebst vorstehenden Heizkörpern oder Rohren, in einem Ton gehalten sein. Hier sorgt Violett für Ruhe, das Decken-Blau wurde über die Raumkanten gezogen.

# Wohnen mit Farbe

Sie bestimmt, wie wir Dinge wahrnehmen und wie wir uns fühlen. Räumen verleiht sie Persönlichkeit, Temperatur und Größe. Damit das gelingt, sollte man Farbe komponieren wie ein Musikstück.

TEXT **Dorothea Sundergeld**  
FARB-STILLS **Kumícak + Namslau**  
PRODUKTION **Miriam Medri**





Geometrische Teilflächen, hier in Gelb und Orange auf hellgrauen Wänden, sorgen in den Räumen eines Sammler-Ehepaars in Köln für Spannung. Sie verwandeln das gesamte Haus in ein begehrtes abstraktes Kunstwerk.



## 1 Farbe und Kultur

Keine Angst vor Rot-Gelb-Blau

**Wer nach dem Urlaub** in südlichen Ländern nach Deutschland zurückkommt, stellt sich oft die Frage: Warum gibt es bei uns denn so viele schwarz gekleidete Menschen in weiß getünchten Räumen? Warum gehen andere mit Farbe so viel mutiger um? Funktioniert das Limonengrün und Pink, das indische Fassaden selbst im fahlen Licht der Leuchtröhren noch fröhlich aussehen lässt, auch in einer Küche in Hamburg? Lässt sich das Knallgelb oder Himmelblau des großen Architekten Luis Barragán aus Mexiko nach München holen? Oder verhält es sich mit Farbe so wie mit dem Dessertwein, der im Italienurlaub köstlich war, zu Hause aber fade schmeckt und nun in der Hausbar einstaubt?

„Uns ist die Kultur der Farbe im Zweiten Weltkrieg verloren gegangen“, glaubt der Hamburger Interior Designer Peter Nolden. „Danach hat man schnell und billig gebaut, die schlecht verputzten Wände mit Raufasertapete beklebt und

weiß gestrichen. Schauen Sie mal nach England! Dort finden Sie weder Raufaser noch weiße Wände.“ Dabei gibt es auch in Deutschland eine Tradition für farbige Innenräume. Bayerische Barockkirchen und preußische Villen sind innen mit zarten Tönen bespielt. Bauhaus-Architekten setzten Farbe ein, um die räumliche Tiefe ihrer Gebäude zu betonen. Bruno Taut bemalte die Fassaden der Berliner Gartenvorstadt so bunt, dass sie den Spitznamen „Kolonie Tuschkasten“ trug. Und Le Corbusier gestaltete die Außenwände seiner Häuser in der Stuttgarter Siedlung am Weißenhof in Rosa- und Blautönen, während die Innenräume rosé, englischrot, hellblau und schokoladenbraun gestrichen wurden. Und auch in den 70er-Jahren unternahm das deutsche Wohnzimmer Ausflüge in Gelb, Orange und Braun.

Seither regiert Weiß – und immer noch bevorzugt auf Raufaser. Für Peter Nolden ist das ein Grauen. Er ließ sich

von englischen, skandinavischen und preußischen Landsitzen zu einer eigenen Farben-Kollektion inspirieren. Aber auch seinen Kunden fällt es nicht immer leicht, sich von ihren weißen Wänden zu trennen. „Die meisten wollen nur eine Wand streichen“, erzählt Nolden. „Ich versuche dann, ihnen Mut zu machen, doch den ganzen Raum zu verändern.“ ▶



**Harmonischer Durchblick:** Räumen, die ineinander übergehen, tut es gut, wenn sie in verschiedenen Farben von ähnlicher Stärke gestrichen werden – wie in diesem Apartment in Rio. Die Farbwelt setzt sich im Mobiliar fort.

► Wer sich einmal von Weiß verabschiedet hat, will nie mehr zurück.“

## 2 Farbe und Konzept

Wie man Räume komponiert

**Was stellt Farbe mit Räumen an?** Wie stimmt man Nuancen aufeinander ab? Und welche Farbe passt zu welchem Raum? Susanna Leiser, ausgebildete Farb- und Raumpsychologin in München, gestaltet Räume für Firmen und Privatkunden. Ein gutes Farbkonzept beginnt für sie gar nicht einmal mit der Entscheidung für eine bestimmte Farbe, sondern mit Farborganisation. „Sie prägt den Charakter eines Raumes“, betont Susanna Leiser. „So sollte man eine zentrale Fläche betonen, weil das dem Raum Ruhe gibt. Wenn Linien, Säulen oder Heizkörper farblich hervorstehen, geschieht das Gegenteil.“ Anders ausgedrückt: Wenn man einen ganzen Raum

in Aubergine streicht, sollte man Rohre und Heizkörper nicht Weiß lassen. Harmonie entsteht, wenn ein Farbkonzept alle Räume mit einbezieht. Für jeden Raum sollte man sich drei, vier Farben aussuchen, die sich auch in bereits vorhandenen Textilien oder Möbeln finden. „Wenn man die Farben nebeneinanderlegt, sollten sie alle zusammenpassen“, erklärt Susanna Leiser.

Ob man das Esszimmer in kommunikativem Orange oder in dramatischem Nachtblau will und das Schlafzimmer in transzendtem Blau oder einem höhlenhaften Schokoladenbraun, ist eine Frage der Persönlichkeit – und Intention: Kühle Farben lassen Räume größer wirken, warme Farben kleiner, aber auch gemütlicher. Monochrome Anstriche helfen, in ungleichmäßig geschnittenen Räumen Fehler auszugleichen. In symmetrischen, hellen Zimmern wiederum ist es schön, die Decke nicht in der Wandfarbe zu streichen, sondern in einer aufgehell-



ten Variante. Harmonie lässt sich über die Verwandtschaft der Farben erzeugen, über einen ähnlichen Sättigungsgrad zum Beispiel.

Aber vor allen Dingen kommt es auf den „Flow“ an. Die Farbexperten des britischen Traditionshauses Farrow & Ball raten: Die Farben, die in einem Flur und den angrenzenden Zimmern verwendet werden, sollten gleich stark sein. Wer in einem Raum mit mehreren Abmischungen eines Farbtons arbeitet, etwa um Stuck, Fensterrahmen oder Säulen zu betonen, sollte die kräftigere Farbe auf

„Wer sich einmal von Weiß verabschiedet hat, will es nie mehr wieder an seinen Wänden haben.“

Für Fortgeschrittene: Die Architekten Ludloff + Ludloff (s. S. 118) kombinierten in ihrem Berliner Haus starke Farben wie Hellblau, Orange und Rot. So erst entstehen Wohnbereiche in dem offenen Bau ohne Zimmer.



**Leuchtende Akzente: Eine Kochnische in Zitronengelb und Blautürkis bringt Spannung in das dezente Spiel von Grautönen, das in dieser Wohnung in Berlin-Mitte dominiert. Das Ambiente entwarf der Designer Martin Holzapfel.**

färbte, oder das Coelinblau, das Claude Monet für Lufttöne verwendete, stellt die Schweizer Farbenmanufaktur KTCOLORS her. Gründerin Katrin Trautwein produziert Pigmente mit echten Farberden und hochwertigen Halbedelsteinen wie afghanischem Lapislazuli, die zum Teil von Hand in Leinöl auf den Walzenstuhl eingerieben werden. Die „Gourmetköchin“ unter den Farbherstellern bietet darüber hinaus die 80 Farbtöne jener architektonischen Polychromie an, die Le Corbusier zwischen 1931 und 1959 entwickelte. Die Rezepte der Farbklaviatur, die Le Corbusier als optimal empfand, um die Schönheit von Architektur hervorzuheben, waren bis vor gut zehn Jahren in der Fondation Le Corbusier archiviert – bis Katrin Trautwein kam und die Farbtöne rekonstruierte.

Generell gilt: Je mehr Pigmente eine Farbe enthält, desto höher ist ihre Deckkraft. Künstlich hergestellte Pigmente, die heute oft die natürlichen Erdfarben ersetzen, sind dabei effizienter – aber nicht unbedingt charmanter. Wie Farben wirken, ist aber nicht nur eine Frage der Pigmente, sondern genauso des Trägermaterials. Die meisten Hersteller bieten Farben in matten, seidenglänzenden und wischfesten Bindemitteln an. Um eine besonders matte oder pudrige Oberfläche zu erzielen, fügt Susanna Leiser ihren Farben Mattierungspulver bei – Perlmutter oder Blütenpollenstaub –, verwendet spezielle Grundierungen und trägt die Farbe schon mal mit Gummispachtel auf: „Die Oberfläche kommuniziert die Farbe – und gibt einem Raum erst seine gewisse Sinnlichkeit.“ ■

Mehr im Register ab Seite 200

► den Wänden und die dezenter auf den kleinen Flächen anwenden, um Ruhe zu vermitteln. Manchmal kann das genaue Gegenteil aber auch erfrischend sein.

## 3 Farbe und Wirkung

Was Pigmente zum Sprechen bringt

**Was lösen Farben bei uns aus?** Wie stimmt man sie auf Architektur und die Möbel ab? Nicht nur auf die Nuancen kommt es an, auch auf die Oberfläche: Welche Qualität bringt welches Ergebnis? Grün soll beruhigen, Rot anregen und Violett mystisch sein – zur Wirkung von Farbtönen hat der Farbpsychologe Axel Venn eine Studie durchgeführt, in der er 60 Probanden Farben genau 360 Adjektiven zuordnen ließ. Die Ergebnisse wurden in Zusammenarbeit mit dem Farbsystem RAL als „Farbwörterbuch“ herausgegeben. Sie zeigen, dass unser Farbverständnis kulturell geprägt ist.

„Farbe ist eine Metasprache“, erklärt der Autor, „Violett- und Rottöne werden von den meisten Menschen als sehr wertvoll angesehen. Ihren Ursprung hat diese Assoziation im Mittelalter: Damals war das Sekret der Purpurschnecke teurer als Gold. Töne mit starker physiologischer Wirkung wie Blau und Orange werden als kalt beziehungsweise warm empfunden.“

Wer seine Wandfarbe punktgenau auf Stil und Epoche seiner Lieblingsmöbel abstimmen will, findet Rat bei Farbherstellern wie Peter Interiors, Little Greene oder Farrow & Ball. Sie rekonstruieren historische Farbnuancen, mit denen die Farbwelten vergangener Zeiten wieder aufleben. „Eau de Nil“ von Little Greene zum Beispiel ist ein typischer Grünton der 30er-Jahre, „Portland Stone“, ein warmes viktorianisches Grau, und „Polar Blue“ sollen uns in die eiscremefarbenen Fünffziger versetzen. Ganz besondere Töne, wie das Ultramarinblau, mit dem Yves Klein seine berühmten Schwämme

## ARCHITEKTUR

### S. 158 Der Ästhet des Grandiosen

Ausstellungskatalog „Pier Luigi Nervi: Architecture as Challenge“, Verlag Silvana Editoriale, 240 Seiten, 35 Euro.



## STYLE

### S. 174 Colour your Life!

#### Münchener Stoff-Frühling

1. bis 4. April 2011; msf-muenchen.de

**Colefax & Fowler** colefax.com

#### Création Baumann

creationbaumann.com

**Dedar** dedar.com über

**Gebüder Weishäupl**

weishaeupl-textil.de

**Kvadrat** siehe Spalte 1

**Marimekko** marimekko.com

**Missoni** über **Lelièvre** lelievre.eu

**JAB** jab.de

**Jim Thompson** jimthompson.de

**Nya Nordiska** nya.com

**Osborne & Little** osborneandlittle.com

**Romo** romo.de

**Sahco** sahco.de

**Sonia Rykiel** über **Lelièvre** lelievre.eu

### S. 180 Mythos Memphis

**Aldo Cibic** cibicpartners.com

**Andrea Branzi** andreabranzi.it

**Barbara Radice** ettoreosottsass.it

**George Sowden** sowdendesign.com

**Matteo Thun** matteothun.com

**Memphis** memphis-milano.it

**Michele de Lucchi**

micheledelucchi.com

**Nathalie du Pasquier**

nathaliedupasquier.com

Urheber- und Reproduktionsrechte:

© VG Bild-Kunst 2011:

S. 6: Damien Hirst + David Bowie

(Gemälde); S. 32: Le Corbusier (LC14

Tabouret); S. 96: Damien Hirst + David

Bowie (Gemälde); S. 97 + 99: Jacques

Adnet (Sessel); S. 99: Gerhard von Gra-

evenitz (Gemälde); S. 104: Eames

(Lounge Chair); S. 110: Alvar Aalto

(Hocker); S. 119: Oliver van den Berg

(Raketennamen); S. 122 Stephan

Balkenhol (stehender Mann) ■

mit **Ambiente**

Ausgabe 2/2011, April-Mai, Erstverkaufstag dieser Ausgabe ist der 15.03.2011  
A&W erscheint zweimonatlich in der JAHRESZEITEN VERLAG GmbH, Poßmoorweg 2, D-22301 Hamburg  
Telefon +49 (0) 40/27 17-0 (Zentrale), -37 00/-37 10 (Redaktion), Fax -20 73  
E-Mail: redaktion@awmagazin.de Redaktionsmitglieder direkt: vorname.nachname@awmagazin.de  
Verlagsmitarbeiter: vorname.nachname@jalag.de · ISSN 0171-7928  
[www.awmagazin.de](http://www.awmagazin.de)

HERAUSGEBERIN: Christa von Hantelmann

**Chefredakteurin:** Barbara Friedrich

**stv. Chefredakteurin:** Gabriele Thiels **Art Director:** Thomas Elmenhorst

**stv. AD Jennifer Georgi Cvd/Herstellung:** Jörg Schumacher

**Wohnen/Küche/Bad:** Gabriele Thiels (Ltg.) **Architektur/Design/Style:** Jan van Rossem (Ltg.)

**Notebook/Garten/Kunst/Antiquitäten:** Dr. Elke von Radziewsky (Ltg.), Karin Mecklenburg (Stoffe)

**Korrektur:** schlussredaktion.de **Bildredaktion:** Anna Hohenwald

**Sekretariat:** Rita Bahr (+49 (0) 40/27 17-37 00)

**Redaktionsverwaltung/gf. Redaktion:** Rose Sieberns (+49 (0) 40/27 17-2205)

**Ständige Mitarbeiter:** Thomas Dietrich (Innenarchitektur), Thomas Edelmann (Design), Gertrud van Ess

Petra Mikutta, Camilla Péus (Text), Jürgen Lewandowski (Auto), Heiner Scharfenorth (Architektur)

**Technik-Support:** Ronald Kehrweider, Ralf Schmidt

**Korrespondenten:**

**London:** Josephine Grever, Tel. +44 20/75 82 06 28, Fax 75 87 00 19, E-Mail: J.Grever@btinternet.com

**Mailand:** Cecilia Fabiani, Tel./Fax +39 02/839 36 96, E-Mail: cecilia.fabiani@tiscali.it

**Paris:** Eva Müller-May, Tel. +33 1/45 30 06 42, Fax 48 28 24 13, E-Mail: emuller-may@wanadoo.fr

**New York:** Claudia Steinberg, Tel./Fax +1 212/473 06 39, E-Mail: claudiaste@aol.com

**Anzeigenleiterin:** Sabine Rethmeier **Anzeigenstruktur:** Heike Schmiedeke, Tel. 040/27 17-36 04

**Group Head Anzeigen Premium Magazine:** Roberto Sprengel

**Verlagsbüros Inland:**

**Hamburg:** Tel. 040/27 17-25 95, Fax -25 20, E-Mail: vb-hamburg@jalag.de

**Hannover+Berlin:** Tel. 05 11/85 61 42-0, Fax -19, E-Mail: vb-hannover@jalag.de

**Düsseldorf:** Tel. 02 11/901 90-0, Fax -19, E-Mail: vb-duesseldorf@jalag.de

**Frankfurt:** Tel. 069/97 06 11-0, Fax -44, E-Mail: vb-frankfurt@jalag.de

**Stuttgart:** Tel. 07 11/96 66 65-20, Fax -22, E-Mail: vb-stuttgart@jalag.de

**München:** Tel. 089/99 73 89-30, Fax -44, E-Mail: vb-muenchen@jalag.de

**Repräsentanzen Ausland:**

**Belgien/Frankreich:** Adnative sarl, Tel. +33 1/53 64 88-90/-91, Fax 45 00 25 81, E-Mail: paris@adnative.net

**Dänemark:** über Verlagsbüro Hamburg **Großbritannien:** Publicitas Ltd, Tel. +44/20/75 92 83 00, Fax +44/20/75 92 83 01,

E-Mail: jeremy.butchers@publicitas.com **Italien:** Media & Service International Srl, Tel. +39 02/48 00 61 93, Fax 48 19 32 74,

E-Mail: info@it-mediaservice.com **Luxemburg:** über Verlagsbüro Frankfurt **Niederlande:** über Verlagsbüro Düsseldorf

**Österreich:** Publicitas GmbH, Tel. +43/1/211 53 42, Fax +43/1/212 16 02, E-Mail: andrea.kuefstein@publicitas.com

**Schweiz:** Publicitas International AG, Tel. +41/61/275 46 09, Fax +41/61/275 47 30,

E-Mail: basel-international-magazines@publicitas.com **Spanien:** Alcalá Media, International Media Representations,

Tel. +34 91/326 91-06, Fax -07, E-Mail: m.vandereb@alcalamedia.com

**Vertrieb:** PSG PREMIUM SALES GERMANY, Poßmoorweg 6, 22301 Hamburg, Vertriebsleitung: Jörg-Michael Westerkamp

**Abonnementbestellung:** A&W-Leserservice, Pf 60 12 20, 22212 Hamburg, Tel. 040/87 97 35 40, Fax 040/27 17-20 79

E-Mail: leaserservice@jalag.de. Ein Jahresabonnement von A&W kostet 45 € inkl. MwSt. bei Versand innerhalb Deutschlands,

für die Schweiz sfr 86,40, bei Versand mit Normalpost ins übrige Ausland 51,90 € inkl. Versandkosten. Studenten,

Schüler, Auszubildende, Wehrpflichtige und Zivildienstleistende zahlen gegen entsprechenden

Nachweis im Inland nur 37,20 €. **Einzelheftbestellung:** Jahreszeiten Verlag, Expedition, Poßmoorweg 5, 22301 Hamburg,

mit Angabe von gewünschter Heftnummer und Erscheinungsjahr. Pro Heft: 7,50 €. Zahlung erst nach Rechnungserhalt.

**Syndication:** Stefanie Lücken (Ltg.), Marlies Wiechmann (stellv. Ltg.), Christine Bollmann, Anrja Natorp, Cornelius

von der Oelsnitz, Martina Rüter, Hannelore Suhr, Tel. 040 2717-20 21-24, Fax -20 89, [www.jalag-syndication.de](http://www.jalag-syndication.de)

**Marketing:** Sonja Wünkhaus (Objekt), Tel. 040 2717-24 02,

Justus Hertle (Produkt), Tel. -24 01, Kenny Machaczek (Event), Tel. -25 33

**Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:** Barbara Friedrich

**Verantwortlich für Anzeigen:** Roberto Sprengel

**Verlagsleitung Premium Magazine:** Oliver Voß

**Geschäftsführung:** Joachim Herbst, Dr. Jan Pierre Klage, Peter Rensmann, Hermann Schmidt

Die Premium Magazin Gruppe im JAHRESZEITEN VERLAG



COUNTRY

DER FEINSCHMECKER

WEIN

MERIAN



Diese Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge, Abbildungen, Entwürfe und Pläne sowie die Darstellung der Ideen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne schriftliche Einwilligung des Verlages strafbar. Für unverlangt eingesandte Texte und Bildmaterial übernehmen wir keine Haftung. Eine Rücksendung erfolgt nur, wenn ein adressierter, frankierter Umschlag beiliegt. Zurzeit gilt Anzeigenpreislisite 2, gültig ab 1.1.2011.



A&W Architektur&Wohnen ist im Zeitschriftenhandel und in allen Verkaufsstellen des Bahnhofsbuchhandels erhältlich. Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag. Der Preis des Einzelheftes beträgt 7,50 € inkl. MwSt. Im Lesezirkel darf A&W nur mit Verlagsgenehmigung geführt werden.

Dies gilt auch für den Export und Vertrieb im Ausland.

Weitere Titel im JAHRESZEITEN VERLAG: COUNTRY, DER FEINSCHMECKER, WEIN Gourmet, FÜR SIE, MERIAN, PETRA, PRINZ,

SELBER MACHEN, VITAL, ZUHAUSE WOHNEN.

Repro: Klöppinger+Riedl GmbH, Darmstadt, Druck: westermann druck GmbH, Braunschweig  
Architektur & Wohnen (USPS no 0012434) is published Bi-Monthly by JAHRESZEITEN-VERLAG GMBH. Subscription price for USA is \$70 per annum. K.O.P.: German Language Pub., 153 S Dean St, Englewood NJ 07631. Periodicals Postage is paid at Englewood NJ 07631 and additional mailing offices. Postmaster: Send Address changes to: Architektur & Wohnen, GLP, PO Box 9868, Englewood NJ 07631.

JAHRESZEITEN  
VERLAG

Ein Unternehmen der  
GANSKE VERLAGSGRUPPE