

# WOHN!DESIGN

DIE SCHÖNEN DINGE DES LEBENS ● INTERIOR. KUNST. GENUSS UND REISEN

**DAS ERWARTET SIE:**

VENEDIG Art von Fabrizio Plessi  
Relaxen am COMER SEE  
Deutschlands BESTES Weingut

D 8,50 €  
A 9,40 €  
CH 13,60 srf  
Lux 9,80 €  
I/E 11,50 €

**DAS GUTE, WAHRE UND SCHÖNE**  
GUEST STAR Cristina Celestino. GARTENTRENDS Alles für draußen  
Nachhaltig unterwegs: SPEZIAL Hotels, Gepäck und Nobelvelos







## WAS SIE SCHON IMMER ÜBER EINRICHTUNG WISSEN WOLLTEN. WIR FRAGEN. ULRICH STEIN ANTWORTET.

Der Nobeleinrichter mit vier Showrooms in Hamburg und einer Dependance in der Villa Harteneck in Berlin ist seit über 20 Jahren im Business. Stein ist für seine Perfektion und „extreme Liebe“ zum Detail bekannt. Neben unterschiedlichsten Einrichtungsprojekten steht sein Studio, das 20 Mitarbeiter umfasst, für eine eigene Kollektion mit Möbeln, Leuchten und Teppichen. Hier kommen sieben Fragen auf einen Streich zum Thema Einrichten, Trends und ihre Auswirkungen auf unser Zuhause:

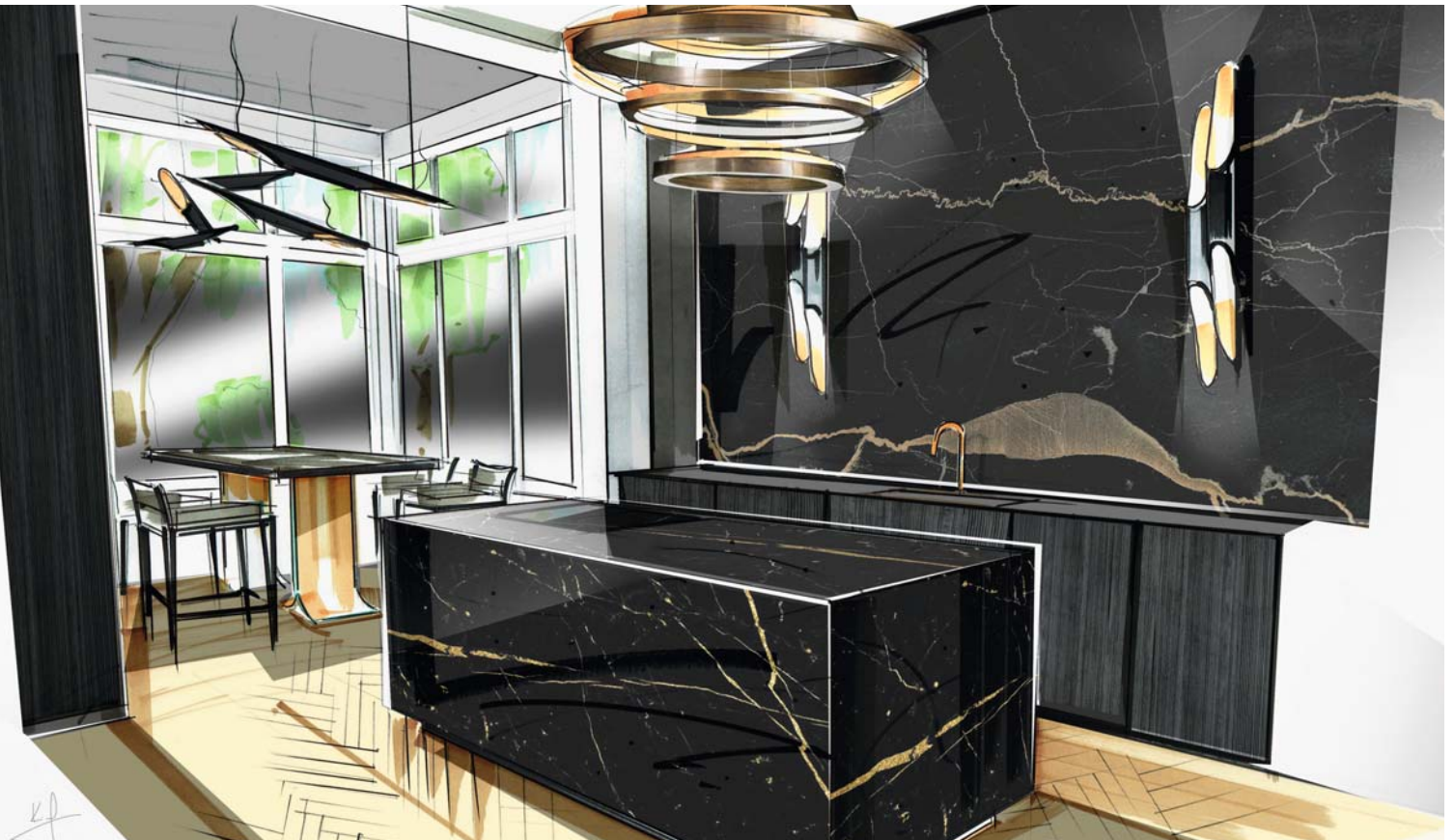
**Gerne hätten wir zunächst drei Tipps vom Profi, was bei der Gestaltung eines Wohnraums zu beachten ist.**

Raumgrößen und Sichtachsen müssen beachtet und in Beziehung gesetzt werden. Gerade im Wohnzimmer sollten die Möbel einander zugewandt sein, um Kommunikation zu ermöglichen. Nicht übermöblieren – lieber weniger, dafür qualitativ hochwertige Möbel wählen und diese bewusst inszenieren. Pro-

portionen müssen stimmig sein. Bei uns spielt die Beleuchtung eine ganz entscheidende Rolle. Durch eine abgestimmte Beleuchtung lassen sich atmosphärische Räume schaffen – warmweißes Licht schafft Gemütlichkeit, wohingegen kaltweißes die Konzentration fördert.

**Unser Leben verändert sich. Die Städte wachsen, es gibt immer größere Metropolen und damit kleinere Wohnungen, mehrere Standorte. Welche Auswirkung hat das auf die Einrichtung?**

Wir versuchen Orte zu kreieren, die zeitlos sind und die sich durch Langlebigkeit und Qualität auszeichnen – ganz entgegen der heutigen Schnelllebigkeit schaffen wir Beständigkeit. Modulare (Sofa-)systeme, beispielsweise von Minotti, passen sich den jeweiligen wechselnden Lebensanforderungen an, sie können in anderen Räumen neu angeordnet und bei Bedarf erweitert werden. Mit unserer eigenen Ulrich-Stein-Collection ist es möglich,



Ulrich Stein, linke Seite auf einem Sessel aus seiner eigenen Kollektion vor einer Arbeit von Andreas Iserloth, kooperiert vornehmlich mit Luxusmarken. Seine Auftraggeber erwarten beste Qualität, hohen Komfort und eine Formensprache, die sich auf internationalem Niveau bewegt. Die Küche oben entstand mit Eggersmann, dazu Leuchten von Delightfull. Links ein Wohnraum mit Minotti-Sofa und einer Essgruppe von Henge07. Die Stühle „Mizu“ gestaltete Stein für seine eigene Linie.

Möbel individuell anzufertigen. Wenn einem Kunden ein Möbelstück aus der Kollektion gefällt, können wir in Zusammenarbeit mit unseren Gewerken die gewünschten Maße anpassen.

**Sie arbeiten mit einigen sehr luxuriösen und bekannten Marken. Warum haben Sie zusätzlich eine eigene Kollektion installiert?**

Um dem Streben nach Individualität nachzukommen, habe ich meine eigene Kollektion entwickelt. Bei uns gibt es keine Massenproduktion wie es bei vielen Marken heutzutage üblich ist. Wir arbeiten mit kleinen, ausgewählten Manufakturen und Künstlern zusammen – so entsteht jedes Mal aufs Neue ein Unikat, das sich durch seine Einzigartigkeit auszeichnet.

**Sie sind im In- und Ausland aktiv. Was uns sehr interessiert: Gibt es gravierende Unterschiede in der Ausprägung des Geschmacks zwischen Hamburg und Berlin? Hamburg und München?**

Unsere Kunden in Hamburg sind meist etwas klassischer und traditioneller und bevorzugen Möbel und Stoffe in gedeckteren Farben wie Dunkelblau, Grau etc. Unsere Kunden in Berlin sind da erheblich experimentierfreudiger, was Farben und Mustermixe angeht. In München geht beides. In der Provence oder auf Mallorca haben die jeweiligen landestypischen Kulturen zum Teil bedeutende Einflüsse. Wir kombinieren immer wieder Möbel und Accessoires von Hamburg und Berlin in unseren Showrooms. In Hamburg beispielsweise zeigten wir Kunden ⇒





eine mit königsblauem Velours bezogene Chaiselongue, darauf platziert ein leuchtend pinkfarbenes, übergroßes Rückenissen. In Hamburg wurden wir damit – sagen wir mal belächelt – in Berlin wurde es sofort verkauft.

**Ihre Zeichnung erinnert an die mondänen Thirties, geprägt vom Art déco, aber auch der Avantgarde um 1930. Ein Stil, der sich in der Hautevolee in ganz Europa und selbst in Amerika etablierte. Würden Sie Ihren Look mit dem heute erneut auftretenden Phänomen der Internationalität verbinden, die eine bestimmte Lebensart impliziert? Gibt es einen Lifestyle, der in New York genauso funktioniert wie in Paris, Peking oder Dubai?**

Metropolitan Interior Style, so wie ich unseren Stil bezeichne, ist der Klassiker von morgen und kann überall auf der Welt seinen Platz und seine Berechtigung finden. In unserer reizüberfluteten, medialen Welt ist es wichtig einen Ort zu haben, der Ruhe, Sicherheit und Geborgenheit vermittelt. Er muss individuell gestaltet sein und die eigene Persönlichkeit widerspiegeln. Versehen mit natürlichen und hochwertigen Materialien, damit eine Erdung stattfindet.

**Wovon lassen Sie sich inspirieren? Von der Architektur, die Sie bespielen? Von den Menschen, die Sie einrichten oder von Dingen, die Sie persönlich schätzen wie Musik oder ein gutes Buch?**

Es ist eine Gesamtkomposition aus allen Dingen, die Architektur gepaart mit Kreativität ausmacht. In einem ersten Gespräch eruiieren wir zunächst die Wünsche unserer Kunden und reagieren dementsprechend mit unserer Planung darauf. Der Prozess wird begleitet von vielen Einflüssen und Inspirationen. Für ei-

nen Kunstliebhaber haben wir beispielsweise alle Wände mit dunklem Holz vertäfelt, damit seine Kunst für ihn effektiv platziert werden konnte. Kunstgenuss funktioniert besonders in Verbindung mit Musik. Mit dem Soundsystem von Steinway & Sons entsteht ein unvergleichliches True-to-Life-Musikerlebnis.

**Sie bieten auch Kunst in Ihren Interieur-Konzepten an. Welche Idee steckt dahinter? Haben Ihre Klienten keine Zeit, selbst auf die Suche zu gehen oder fehlt ihnen der Mut, einfach etwas zu kaufen, was gefällt?**

Ich habe vor einiger Zeit ein Zitat in der neuen Zürcher Zeitung gefunden, das ich für mich adaptiert habe:

„Gerade weil die Kunst zu nichts zu gebrauchen ist, brauchen wir sie. Die Freiheit von aller Zweckmäßigkeit ist die größte Herausforderung für die Kunst – und ihre vornehmste Provokation.“ Kunst ist, meinem Credo folgend, das Fenster in eine andere Welt, eine Welt voller Kreativität, Farbe und Energie. Kunst inspiriert, bereichert die Seele und genehmigt dem Verstand Weitblick. Gemälde, Fotografien oder Skulpturen schaffen eine ganz persönliche, unverwechselbare Atmosphäre. Wir erarbeiten Empfehlungen von jungen Wilden ebenso wie von großen, bekannten Künstlern. Unser Netzwerk zu Künstlern, Galerien und Kunst-Enthusiasten überzeugt. |sd

**Salon 2020: Unter der Pendelleuchte „Higgs“ von Piero Castiglioni gruppieren sich „Aziza“-Sessel um den Coffee Table „Sumo“, ein Entwurf von Romeo Sozzi für sein Label Promemoria. Das Sofa „DS-600“ ist ein Klassiker von de Sede.**