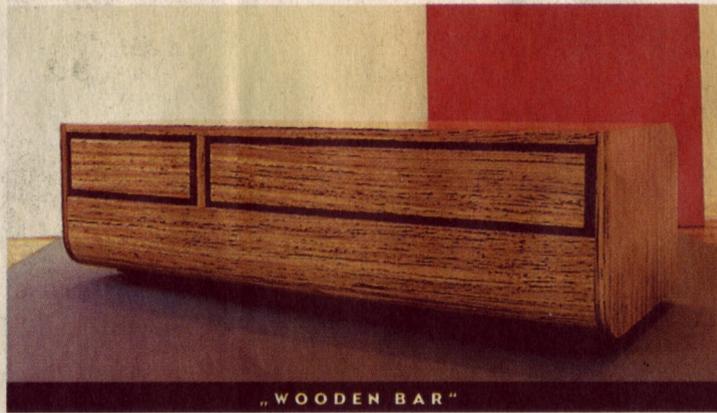




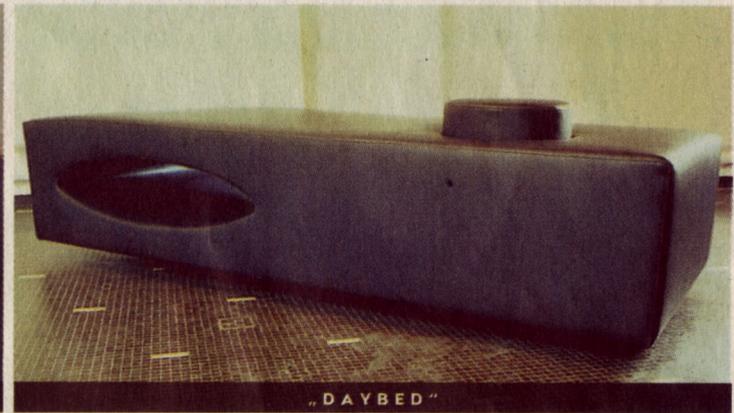
## Der straffe Modernismus von ERIC DEGENHARDT gilt als Entdeckung der Saison im Möbeldesign



„WOODEN BAR“



„COFFEETABLE“



„DAYBED“

VON ANNE URBAUER

# Pop zum Wohnen

Jetzt fährt er nicht mehr so oft nach London, weil „das Pfund so hoch steht“. Auch, weil hier in Deutschland einfach zu viel Arbeit auf ihn wartet. Aber die Karriere von Eric Degenhardt (31) setzte ein im Londoner Stadtteil Brixton, einem Ort, den man in Deutschland einen sozialen Brennpunkt nennen würde. Dort entstand die Vorstellung einer kleinen Möbelerie, die Degenhardt mittlerweile zu einer der interessantesten Neuerscheinungen im starr gewordenen Möbeldesign macht.

Nach Brixton war Degenhardt vor einer beginnenden Karriere als Architekt geflüchtet. Gleich nach dem Studium, „zwei Tage nach meiner Diplomprüfung“, hatte er einen Job als Projektleiter eines großen Bauvorhabens in Dresden angefangen. Nach so einem Job würden sich alle die Finger lecken, das wusste er, deshalb brachte er ihn auch zu Ende, eineinhalb Jahre lang. Aber „danach wusste ich, dass ich viel mehr Freiraum für mich brauche, als es dort möglich ist. Dass es mir immer schwerer fallen wird, am Bauamt zu sitzen und mich dort herumzuschlagen. Ich muss meine eigene Kiste machen.“

Er türmte für drei Monate, ließ sich in London von Dynamik und Kreativität der Stadt imprägnieren. Dann fing er an, seine Möbel zu entwerfen und sie in einem eigensinnigen und unbeirrbareren Alleingang auf den deutschen Markt zu bringen.

Seine Kollektion heißt Sleek Uniques, zwei Wörter, die man mit „glatt“ und mit „Unikate“ übersetzen kann. Stilistisch ist sie beeinflusst von neuer Popmusik – Degenhardt hört beim Entwerfen „Propellerheads genauso wie Pizzicato Five“ –, von Nachtleben und modernen Zeitschriften. Vermutlich wird sie deswegen enthusiastisch von jungen Leuten aufgenommen, die in der modernistischen Straffheit seiner Entwürfe Stimmungen und Stile aus den Lounges

und Restaurant-Bar-Clubs wieder erkennen, jenen multifunktionalen Schauplätzen, an denen sich das aktuelle Nachtleben abspielt.

Dort wird geredet, getanz, gegessen oder gepennt und um genau diese Multifunktionalität geht es Degenhardt beim Möbelbauen.

Die Kollektion umfasst bisher wenige Stücke: ei-



„Ich kriege Faxe aus Japan und Singapur von Leuten, die meine Möbel bestellen“

ERIC DEGENHARDT

ne „Daybed“ genannte Kreuzung aus Sofa und Liege aus Latex und dem Kunstleder Skai, einen Sofatisch aus Faserplatte oder Ahorn, ein Sideboard, einen Beistelltisch namens „Shift it“, Vasen aus Metall und weiße Teller mit der Aufschrift „Well done“.

Aus der Liegefläche des „Daybed“ kann man ein elliptisches Kissen nach oben herausziehen und es so in ein Lese- oder Fernseh-Möbel verwandeln. Degenhardt selbst arbeitet auf dem Bett, er stellt sein Laptop auf das Kissen wie auf einen Tisch.

Die Objekte werden auf Bestellung von Handwerkern seines Vertrauens gefertigt, das macht sie qualitativ herausragend und teuer: Der Beistelltisch kostet 2000, die Liege 7000 Mark. Von einer Serienproduktion ist Degenhardt weit entfernt, auch wenn er darüber nachdenkt, wie er seine Sachen preiswerter produzieren kann.

Kurz vor der Möbelmesse 1997 in Köln hatte er sich entschlossen, dort auszustellen. „Ich hatte keine Connections und habe im Modegeschäft

Citta di Bologna gefragt, ob ich bei ihnen meine Möbel aufstellen darf. Die waren einverstanden.“ Kurze Zeit später fand er sich in internationalen Designblättern wieder. 1998 wurde die Kollektion um das Sideboard „Wooden Bar“ ergänzt, „das auf beiden Seiten Schubladen hat, also mitten im Raum stehen sollte“. Resultat: noch mehr Berichte. Die Resonanz beginnt ihn zu überwältigen. „Ich kriege Faxe aus Japan und Singapur, von Leuten, die meine Möbel bestellen. Die kann ich alle gar nicht ...“ Hier bricht er atemlos ab, wieder droht ihm das Festgenagelt-Werden, dieses Mal auf die Rolle des gaaanz tollen neuen deutschen Möbeldesigners. Der aber hat „viele andere Interessen, die alle mit Gestaltung verbunden sind“. Außer Architektur und Design sind es zur Zeit vor allem Mode und Grafik. Sein selbst entworfener Möbelprospekt hat das Format einer CD-Hülle und entstand unter dem Einfluss der Platte „Baduizm“ von Erykah Badu, so dass er sich auf der letzten Katalogseite bei der Popmusikerin bedankt. „Das alles beeinflusst sich gegenseitig immer mehr, es verschmilzt.“ Wenn das passiert, dann kommt seine Zeit. Der Mann braucht keine Karriere, er braucht Spielraum.