



Masterstudium Innenarchitektur

Masterprojekt »bulthaupt -
Transformation von Markenwerten«
Prof. Kilian Stauss
Prof. Thorsten Ober
Sommersemester 2015

ISBN 978-3-944025-24-7

Masterprojekt »bulthaupt –
Transformation von Markenwerten«
Prof. Kilian Stauss
Prof. Thorsten Ober
Sommersemester 2015

Auftraggeber:
Bulthaup GmbH & Co KG
Werkstraße 6 Aich
84155 Bodenkirchen

Betreuung des Projektes
seitens der Bulthaup
GmbH & Co KG:
Roger Paul Rieger
Friedrich Kleyboldt
Tim Thyson
Kai Windmann

Betreuende Professoren
der Hochschule Rosenheim:
Prof. Kilian Stauss
(Fakultät Innenarchitektur)
Prof. Thorsten Ober
(Fakultät Holztechnik
und Bau)

Studierende
der Fakultät
Innenarchitektur:
Franziska Grüner
Alexander Schmid
Sarah Stuch
Felicia Sturm
Isabel Vormdohre
Nicola Wulf

Studierende
der Fakultät
Holztechnik und Bau:
Benedikt Aicher
Michael Auernheimer
Maximilian Eder
Jan Jelitto
Sebastian Kandlinger
Minting Kong
Fabio Martin
Sven Mayer
Simon Merke
Florian Müller
Johannes Oer
Jochen Schenk
Christof Schillinger
Andreas Schweiger
Filipp Wirth
Christy Xiong

Das Unternehmen Bulthaup gehört zu den erfolgreichsten designorientierten Unternehmen in Deutschland. Die Gestaltung der Produkte, die visuelle Kommunikation und die Markenwerte entsprechen sowohl denen der Weißen Moderne der 1920er und 1930er Jahre als auch der deutschen Moderne der Nachkriegszeit, die mit der Hochschule für Gestaltung Ulm ihren Höhepunkt fand.

In einem Forschungsprojekt mit der Hochschule Rosenheim unter Beteiligung der beiden Fakultäten »Innenarchitektur« sowie »Holztechnik und Bau« sollte untersucht werden, ob die mit den Möbeln über ihre Materialien und deren Verarbeitung kommunizierten Markenwerte von bulthaup international verstanden werden oder ob hier kulturraumspezifische Adaptionen notwendig sind.

Über ein breit angelegtes Projekt, an dem sowohl Studierende des Masterstudiengangs Innenarchitektur, Spezialisierung Möbeldesign, und Studierende des Bachelorstudienganges Holztechnik arbeiteten, wurden sechs verschiedene asiatische Kulturräume hinsichtlich ihrer technischen und kulturellen Material- und Oberflächentraditionen sowie ihrer Koch- und Ess-Kultur untersucht.

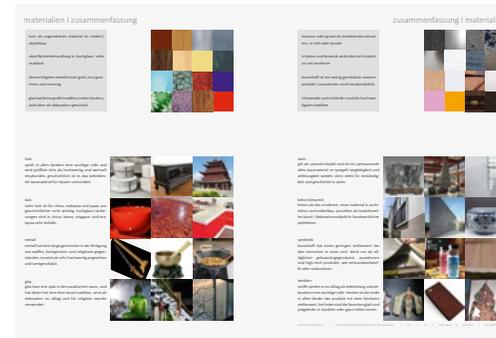
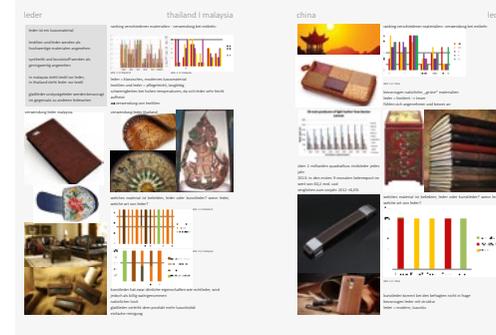
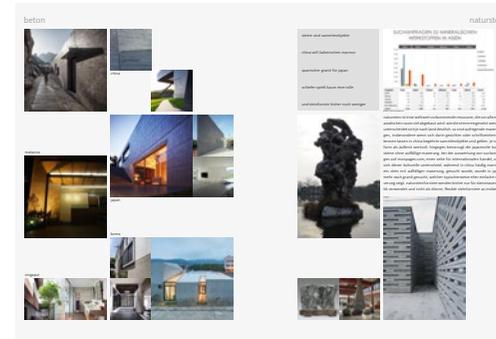
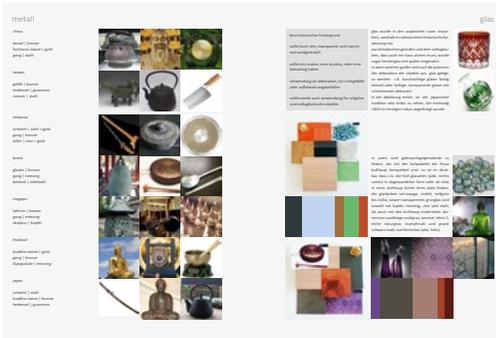
Aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse wurden dann im letzten Projektschritt für jeden Kulturraum zwei Material- und Oberflächen-Kollektionen entwickelt, die sowohl den Markenwerten von bulthaup als auch den Werten und dem Geschmack im jeweiligen Kulturraum entsprechen.

Prof. Kilian Stauss und Prof. Thorsten Ober



Materialien, Oberflächen und Farben haben neben ihren technischen Eigenschaften auch zeichenhafte Funktionen. Sie sind Botschaft und Medien zugleich, die den Benutzern etwas über das Möbel verraten: Was es ist, wie es benutzt werden will, welche Rolle es in seinem Kontext einnimmt und welchen Status es für seine Besitzer und Benutzer ausdrückt. Der Kontext und die Inhalte sind allerdings international extrem verschieden, sie sind kulturraumabhängig. Die Wahrnehmung – die Ästhetik – differiert lokal.





Der Weg von Kulturraum-Analysen bis hin zu Materialkollektionen, die diesen Kulturraum repräsentieren, ist lang und von schwierigen Selektionen und Destillationsprozessen bestimmt. Man kann sich vorstellen, wie heikel es ist, die Komplexität einer Kultur mit nur drei Materialien und deren Oberflächen als Medium kommunizieren zu wollen. Pars pro toto, Teile müssen für das Ganze stehen.

In der ersten Projektphase wurden von den Studierenden für die jeweiligen Kulturräume Materialrecherchen durchgeführt, die zum Teil überraschende Erkenntnisse brachten: Trotz der weltweiten Verfügbarkeit von *know how* und Materialien werden diese weniger aufgrund ihrer technischen Eigenschaften sondern mehr aus einer kulturellen Tradition heraus ausgewählt. Als Beispiel können hier die Metalle dienen: Während in Mitteleuropa und den USA eine Präferenz für Stahl und Edelstahl festzustellen ist – was zu den Innovationen bei diesem Material in diesen Kulturräumen während der letzten 300 Jahre passt – gibt es in China eine mehrtausendjährige Tradition der Bronze, die dort auch in der Gegenwart geschätzt wird. In Mitteleuropa hingegen hat dieses Material kaum eine Bedeutung.

Man kann daraus folgern, dass die Zeichenhaftigkeit eines Materials im Möbelbau für den Konsumenten in einem bestimmten Kulturkreis wichtiger ist als dessen technische Eigenschaft.

Ähnlich ist möglicherweise die europäische und amerikanische Präferenz für Edelstahloberflächen bei Spü-

len und Arbeitsbereichen zu erklären. Die Moderne hat große Anstrengungen unternommen, die prekären Verhältnisse der frühen Industrialisierung zu verbessern. Dabei standen sowohl die Themen »Hygiene«, »Arbeitsprozesse« und »soziale Prozesse« im Vordergrund. Das Material Edelstahl wurde in diesem Kontext zum Symbol einer antibakteriellen, klinischen Sauberkeit, zum Symbol einer Pragmatisierung alltäglicher Prozesse (»Werkbank«, »Werkstatt«) und zu einem Symbol der Gleichberechtigung der Geschlechter, denn »das Männliche« zog mit dem Edelstahl in die Küche ein.

Fast wünscht man sich nach dieser Erkenntnis lebendige, nicht-alltägliche Küchen, die die Geschlechter und Charakter ihrer Bewohner repräsentieren.

In dem Forschungsprojekt ging es jedoch nicht nur darum, für einen Kulturraum drei Materialien und Oberflächen für den hochwertigen Küchenmöbelbau auszuwählen, sondern auch zu überprüfen, ob diese Materialien zu den Markenwerken und der Haltung des weltweit bekannten Unternehmens Bulthaup passen. Dahinter steht die Fragestellung, ob bulthaup nur mit dem Export einer deutschen Material- und Gestaltungskultur erfolgreich sein kann oder ob diese Markenwerte auch mit anderen Materialien in andere Kulturräume übersetzt werden können.

china

Die chinesische Kultur ist eine der ältesten und reichhaltigsten der Welt. Sie ist geprägt von einer langen Geschichte, die sich in der Kunst, der Literatur, der Philosophie und der Wissenschaft manifestiert. Die Chinesen legen großen Wert auf Harmonie, Respekt und die Verbindung von Natur und Mensch. Diese Werte sind in der Gestaltung von Produkten und Umgebungen deutlich zu sehen.

china kollektion | werte

kollektion 1

kollektion 2

Werte	1	2	3
1. Harmonie
2. Respekt
3. Naturverbundenheit
4. Tradition
5. Harmonie
6. Respekt
7. Naturverbundenheit
8. Tradition

thailand

Thailand ist ein Land der Gegensätze, das eine einzigartige Mischung aus Tradition und Modernität darstellt. Die Thais legen großen Wert auf Gastfreundschaft, Respekt und die Harmonie zwischen den Menschen. Diese Werte sind in der Gestaltung von Produkten und Umgebungen deutlich zu sehen.

thailand kollektion | werte

kollektion 1

kollektion 2

Werte	1	2	3
1. Gastfreundschaft
2. Respekt
3. Harmonie
4. Tradition
5. Gastfreundschaft
6. Respekt
7. Harmonie
8. Tradition

taiwan

Taiwan ist ein Land der Gegensätze, das eine einzigartige Mischung aus Tradition und Modernität darstellt. Die Taiwaner legen großen Wert auf Gastfreundschaft, Respekt und die Harmonie zwischen den Menschen. Diese Werte sind in der Gestaltung von Produkten und Umgebungen deutlich zu sehen.

taiwan kollektion | werte

kollektion 1

kollektion 2

Werte	1	2	3
1. Gastfreundschaft
2. Respekt
3. Harmonie
4. Tradition
5. Gastfreundschaft
6. Respekt
7. Harmonie
8. Tradition

malaysia

Malaysia ist ein Land der Gegensätze, das eine einzigartige Mischung aus Tradition und Modernität darstellt. Die Malaysianer legen großen Wert auf Gastfreundschaft, Respekt und die Harmonie zwischen den Menschen. Diese Werte sind in der Gestaltung von Produkten und Umgebungen deutlich zu sehen.

malaysia kollektion | werte

kollektion 1

kollektion 2

Werte	1	2	3
1. Gastfreundschaft
2. Respekt
3. Harmonie
4. Tradition
5. Gastfreundschaft
6. Respekt
7. Harmonie
8. Tradition

korea

Korea ist ein Land der Gegensätze, das eine einzigartige Mischung aus Tradition und Modernität darstellt. Die Koreaner legen großen Wert auf Gastfreundschaft, Respekt und die Harmonie zwischen den Menschen. Diese Werte sind in der Gestaltung von Produkten und Umgebungen deutlich zu sehen.

korea kollektion | werte

kollektion 1

kollektion 2

Werte	1	2	3
1. Gastfreundschaft
2. Respekt
3. Harmonie
4. Tradition
5. Gastfreundschaft
6. Respekt
7. Harmonie
8. Tradition

singapur

Singapur ist ein Land der Gegensätze, das eine einzigartige Mischung aus Tradition und Modernität darstellt. Die Singapurer legen großen Wert auf Gastfreundschaft, Respekt und die Harmonie zwischen den Menschen. Diese Werte sind in der Gestaltung von Produkten und Umgebungen deutlich zu sehen.

singapur kollektion | werte

kollektion 1

kollektion 2

Werte	1	2	3
1. Gastfreundschaft
2. Respekt
3. Harmonie
4. Tradition
5. Gastfreundschaft
6. Respekt
7. Harmonie
8. Tradition

japan

Japan ist ein Land der Gegensätze, das eine einzigartige Mischung aus Tradition und Modernität darstellt. Die Japaner legen großen Wert auf Gastfreundschaft, Respekt und die Harmonie zwischen den Menschen. Diese Werte sind in der Gestaltung von Produkten und Umgebungen deutlich zu sehen.

japan kollektion | werte

kollektion 1

kollektion 2

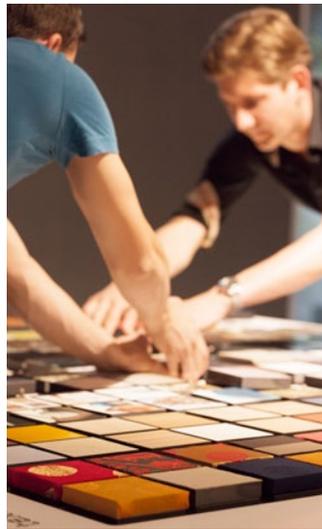
Werte	1	2	3
1. Gastfreundschaft
2. Respekt
3. Harmonie
4. Tradition
5. Gastfreundschaft
6. Respekt
7. Harmonie
8. Tradition

Die Kommunikation über Materialien und Oberflächen ist unmittelbar. Kein Konsument oder Rezipient liest ästhetische Gebrauchsanleitungen und formphilosophische Abhandlungen. Wie bei Kleinkindern vor einem neuen Auto stellt sich die Meinung sofort ein: Akzeptanz oder Ablehnung, Schönheit oder Abschreckung, Eleganz oder Funktionsorientiertheit, Weiblichkeit oder Männlichkeit - instinktiv wird eine unverrückbare Meinung gebildet. Dies bedeutet, dass die Ergebnisse dieses Forschungsprojektes »bulthaupt - Transformation von Markenwerten« in den jeweiligen Kulturräumen Akzeptanztests unterzogen werden müssen.

Da es um Fragestellungen der Zeichenhaftigkeit geht, bietet sich beispielsweise das »Semantischen Differentials« an, bei dem die Befragten die zeichenhaften Eigenschaften eines Entwurfs oder Gegenstandes jeweils zwischen zwei Polen verorten. Dazu eignen sich Adjektiv-Gegensatzpaare wie schön/hässlich, männlich/weiblich, teuer/billig, pragmatisch/verspielt etc. Die Einzelbewertungen der Probanden können zusammengesetzt und verrechnet werden, sodass für einen Kulturraum repräsentative Akzeptanzprofile entstehen, deren Unterschiede differenziert betrachtet werden können.

Natürlich sind parallel die gleichen Untersuchungen mit den identischen Entwürfen bei bulthaupt durchzuführen. Hier geht es dann darum, ob die Entwürfe zum Unternehmen selbst und seinen Markenwerten passen.

Mit den Projektergebnissen stellt sich die Frage, ob Gestaltung die Haltung des Entwerfers, des Produzenten oder der Konsumenten repräsentieren muss. Man ist geneigt, sich eine Synthese aus allen dreien zu wünschen. Ersteres wäre typisches Autoredesign, zweiteres reine Marken- und Identitätsbildung und drittes *Consumer Knowledge Management*. Keine dieser Strategien kann allein zum Ziel führen. Man braucht das Design und die Autoren, denn diese bringen durch Innovationen eine Abweichung von normativen Standards und sozialen Normen. Ebenso wird die Identität der Marke benötigt, denn sie sorgt durch Konformität, Orientierung und Vertrautheit für einen Abbau von Innovationswiderständen. Und *Consumer Knowledge Management* sorgt durch seine Kulturorientierung für Akzeptanz in den jeweiligen Märkten.





Gusseisen
Kirschholz
Lack, mandaringelb
seladon-glassiertes Porzellan

China I

Modern anmutende Materialien und Oberflächen werden mit chinesischer Tradition verbunden. Die Verwendung von Gusseisen und Kirschholz steht in dieser Kollektion für Natürlichkeit. Die Optik der Kirsche und die Haptik des Gusseisens vermitteln Ursprünglichkeit und stehen gleichzeitig für Innovation. Der Farbton Mandarin im Lack des Seitenteils greift die chinesischen Wertevorstellungen von Ausgeglichenheit und Freude auf. In Kombination mit seladon-glassiertem Porzellan, das für den chinesischen Kulturraum typisch ist, zeigt sich die Kompatibilität der Kollektion. Hier wird die Liebe zu echten Materialien und sowohl der Bezug zur Moderne als auch zum spezifischen Kulturraum kommuniziert. Obwohl Farben, Materialien und Oberflächen für bulthaup neu sind, passen diese zu den Markenwerten des Unternehmens.





Gusseisen
Lack, chinesisches Ziegelrot
Walnussholz
Marmor, weiß marmoriert

China 2

In dieser Kollektion wird ein ziegelroter Farbton mit dunklem Walnussholz, Gusseisen sowie weißem Marmor kombiniert. Das Gusseisen und das Walnussholz verleihen dieser Kollektion Natürlichkeit. Das Gusseisen besticht durch seine strukturierte Oberfläche mit interessanter Haptik. Der Farbton der Möbelseite greift die hohe Bedeutung der Farbe Rot in China auf. Diese steht für Glück, Reichtum und Freude. Die kulturraumspezifische Präferenz für einen sehr differenzierten Farbton im Bereich Rot ist sehr auffällig. Für den Boden lässt sich diese Kollektion mit weißem Marmor ergänzen. Dieser greift das Statusdenken der Chinesen sowie deren Verständnis von Luxus auf. Diese Kollektion wirkt ruhig und beständig und passt sowohl zu traditionellen chinesischen Werten als auch zum Markenverständnis von bulthaupt.





Stahl
Eiche
Seidenstoff, mandaringelb
Marmor, weiß marmoriert

Taiwan I

Die Kollektion spiegelt zugleich die Werte bulthaups wie auch den Stil der taiwanesischen Tradition wieder. Die Materialkombination besteht aus einer Stahl-Arbeitsplatte, einer Front aus Eiche, einer Möbelseite, die mit mandarin-farbenem Stoff bezogen ist, sowie einer Bodenfläche aus weißem Marmor. Stahl hat in Taiwan einen hohen Stellenwert, es wird durch die bestehende Schwertschmiedekunst als solides und zuverlässiges Material angesehen. Die Oberflächen wirken zugleich natürlich und harmonisch. Farbakzente gewinnen auch in Taiwan an Bedeutung, im besonderen Maße im Möbel- und Küchenbau. Das intensive Mandaringelb erfreut sich in Taiwan großer Beliebtheit. Der Stoff sowie sein Muster spiegeln die traditionellen Einflüsse des Landes wieder. Die Kollektion verbindet so Tradition und Moderne Taiwans und zeigt eine Wertedualität, die auch von bulthaup verkörpert wird.



Taiwan 2



Ahorn
Kupfer
Lack, rot
Keramik, schwarz

Die Kollektion vereint durch Materialauswahl und Farbgebung die Werte bulthaupt und Taiwans zugleich. Sie besteht aus einer Kupfer-Arbeitsplatte, einer Front aus Ahorn, einer hochglanzroten Möbelseite und einem hochglanzschwarzen Boden. Ahorn reflektiert durch seine Natürlichkeit den Wert der Ehrlichkeit. Das Kupfer harmoniert farblich mit dem Ahorn. Das Rot greift die Farbe des Kupfers auf und fügt sich ein, ist aber dennoch eigenständig. Rot ist eine Farbe mit großer Tradition in Taiwan, sie ist die Farbe des Glücks und wird vom chinesischen wie auch vom taiwanesischen Volk sehr geschätzt. Der schwarze Boden hebt die verwendeten Materialien hervor und sorgt zugleich für Ruhe und Harmonie. Mit der Verwendung von veredelten Oberflächen wird die Kollektion dem Wunsch der Taiwanesen nach hoher Exklusivität im Möbeldesign gerecht.





Lack, weiß
Lärche
Kupfer
Beton

Korea I

Die Kollektion ist eine Kombination aus weißem, hochglänzenden bulthaupt-Lack für die Arbeitsplatte und den Korpus sowie koreanischer Lärche für die Fronten. Kupfer wird bei den Griffleisten der Fronten verwendet und spiegelt sich zudem in den Accessoires wieder. Dazu harmoniert ein Betonfußboden. Die wichtige Kombination aus Tradition und Moderne wird dadurch geschaffen, dass natürliche und traditionelle Materialien bei den Möbeln mit einer modernen Innenarchitektur aus Sichtbeton kombiniert werden. Dieses Werteverständnis passt auch zu bulthaupt.





amerikanische Kiefer
Lack, schwarz
Messing
Fliesenspiegel
Marmor

Korea 2

Die Kollektion ist eine Kombination aus hochglänzendem schwarzem bulthaupt-Lack für die Möbelfront und gebeizter amerikanischer Kiefer als Arbeitsplatte. Die Übersetzung traditioneller Elemente wird durch die Verwendung von Messing als Möbelseite sowie durch einen Fliesenspiegel aus traditionellen koreanischen Fliesen erreicht. Der Fußboden aus weißem Marmor kommuniziert Reinheit und bildet einen Kontrast zu der eher dunklen Erscheinung der Küchenmöbel. Diese Kollektion sucht eher die Anbindung an die koreanische Tradition, sie orientiert sich weniger an moderner Architektur.



Japan I

Die Kollektion aus Stahl, Zypressenholz, Grünglas, Gusseisen und Seladon-Porzellan ist eine in sich harmonische Kollektion. Das Zypressenholz wurde schon immer für Shoji-Schiebetüren verwendet und ist damit in der Tradition der Japaner verankert. Der Stahl ist durch die Schwertschmiedekunst in Japan hoch angesehen, geschichtlich aufgeladen und verträgt sich sehr gut mit dem ebenfalls verwendeten Gusseisen. Das Grünglas wäre in dieser Kollektion beispielsweise als Schubladenseite vorstellbar. So wird die grüne Kante sichtbar, wenn die Schublade geöffnet wird und bietet damit ein verstecktes Highlight. Die Seladon-Porzellanschale dient als Accessoire und stellt ebenfalls den Bezug zur Tradition her. Das hohe Materialbewusstsein der Kollektion passt zu bulthaupt.



Stahl
Zypressenholz
Gusseisen
Grünglas
Seladon-Porzellan
Tatami-Matte

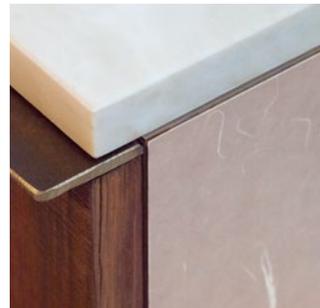


Japan 2



Schiefer, weiß
Lärchenholz
Japanpapier (HPL)
Gusseisen
Seide, blau
Tatami
Urushi-Lack, schwarz und rot

Die Kombination aus Lärchenholz (sägerau), weißem Schiefer, Japanpapier als *high pressure laminate* (HPL), Gusseisen und blau-weißer Seide ist eine schlichte und zurückhaltende Kollektion. Das Lärchenholz ist durch seine sägerauhe Oberfläche sehr beliebt bei den Japanern, da so die Haptik verbessert und die Materialehrlichkeit noch hervorgehoben wird. Das HPL mit Japanpapier ist durch die tradierte Nutzung von Japanpapier bekannt und wird durch die Beschichtung küchentauglich. Der weiße Schiefer dient hier als Arbeitsplatte und lässt die Kollektion heller erscheinen. Das Gusseisen wird als Akzent genutzt und könnte als Griffleiste eingesetzt werden. Der blaue Seidenstoff steht farblich komplementär zum Tatami-Boden und dient als Accessoire.



Thailand I



Marmor, weiß
Teakholz
Messing
Thailändische Seide

Die im Gesamteindruck zurückhaltend wirkende Kollektion strahlt anmutige Eleganz gepaart mit traditionsbewusster Harmonie aus. Die Grundplatte ist aus weißem Marmor, einem traditionellen Bodenbelag in Tempelanlagen, der für Beständigkeit und Reinheit steht. Die Fronten bestehen aus Teak mit einem natürlich warmen und freundlichen Charakter. Dieser wird durch eine Bekantung aus Messing, welches in Thailand vor allem für Schmuck und Kunstobjekte verwendet wird, veredelt. Die Hochglanzlackierung erzeugt eine gut zu reinigende, glatte Oberfläche. Die Arbeitsfläche aus weißem Marmor greift den Reinheitsgedanken des Bodens wieder auf und besticht durch dezente Marmorierung. Zur Abrundung kommt thailändische Seide zum Einsatz. Trotz der Anpassung auf einen spezifischen Kulturraum passt die Kollektion zu den Markenwerten von bulthaupt.



Thailand 2



Bambus
Grün-
glas
Messing
Seide

Die Kollektion steht für Lebensfreude, mit eleganter Schönheit in einem harmonischen Ensemble aus Messing, Grün-
glas, Bambus und Seide. Die Grund-
platte aus Bambus erdet die Kollektion
und bildet durch ihre glänzende Ober-
fläche eine Begrenzung des Möbels.
Der Messingkorpus ist das Kernelement
dieser Kollektion. Nach oben erfolgt
eine Abgrenzung durch die Grün-
glas-
kante der Arbeitsfläche. Diese greift
das Wechselspiel der Farben des Grund-
körpers wieder auf. Unter dem Grün-
glas befindet sich eine Arbeitsfläche aus
Bambus, der für seine Vielseitigkeit
in Thailand sehr geschätzt wird. Als
Accessoire kommt spezielle thailändi-
sche Seide zum Einsatz, um einen
zusätzlichen Farbton in die Kollektion
zu bringen. Obwohl die Materialien
und ihre Ästhetik nicht mitteleuropäi-
schen Vorstellungen entsprechen, pas-
sen diese zu den Markenwerten von
bulthaupt.



Malaysia I

In dieser Kollektion kommen in Malaysia als sehr hochwertig angesehene Materialien wie Zinn, Nyatoh-Holz und Marmor zum Einsatz. Eine zusätzliche Verbindung zur Tradition wird über die Verwendung des bei bulthaupt vorhandenen Farbtons Cayenne-Rot erreicht. Nyatoh-Holz steht für in diesem Kulturkreis für eine hohe Qualität, Zinn als Kantenmaterial oder bei Griffen für Eigenständigkeit. Der weiße Marmor kommuniziert Reinheit, was im vom Islam geprägten Malaysia sehr wichtig ist. Die Konsequenz der Gesamtkollektion vermittelt Ruhe und Wärme. Auf der anderen Seite sind die glatten und angenehm kühlen Stein- und Metall-Oberflächen im tropischen Klima Malaysias sehr willkommen. Die Kollektion passt zu den Markenwerten bulthaupt.



Marmor, weiß
Lack, cayenne-rot
Nyatoh-Holz
Zinn



Malaysia 2



Schiefer, weiß
Lack, soft-touch
Nyatoh-Holz
Bambus

In dieser Kollektion treffen Fronten in braun-grauem Softtouch-Lack auf Seiten aus Nyatoh-Holz und auf Arbeitsflächen und Böden aus weißem Schiefer. Einen starken Akzent setzen haptisch und farblich die Griffe aus Bambus. Der weiße Schiefer verkörpert Sauberkeit und Reinheit, beides Werte, die den traditionellen und religiösen Einstellungen in Malaysia entsprechen. Allen Oberflächen ist im Farbton eine gewisse Wärme gemein, wohingegen die Rauigkeiten und Glanzgrade im Kontrast zueinander stehen. Obwohl bis auf den Softtouch-Lack der Front kein Material dem bulthaupt-Kanon entstammt, werden die Werte der Marke bulthaupt transportiert.





Lack, soft-touch
Mahagoni-Holz
Kupfer

Singapur I

Die Kollektion ist eine Kombination aus dem bulthaupt Cashmere Lack für Arbeitsplatte und Korpus, Mahagoni hochglanz-lackiert für die Fronten und Kupfer als Kanteneinfassung der Fronten. Als Kontrast zu den eher dunklen und warmen Tönen wurde als Bodenbelag weißer Schiefer gewählt. Der Lack mit seiner technischen Oberfläche steht für Modernität. In Singapur sind dunkle Töne bei modernen Küchen beliebt. Mahagoni ist eines der edelsten Hölzer im Möbelbau und wirkt in Verbindung mit Kupfer sowohl traditionell als auch elegant. Die Kollektion besitzt einen traditionellen Charakter mit einem Hauch Moderne.



Singapur 2



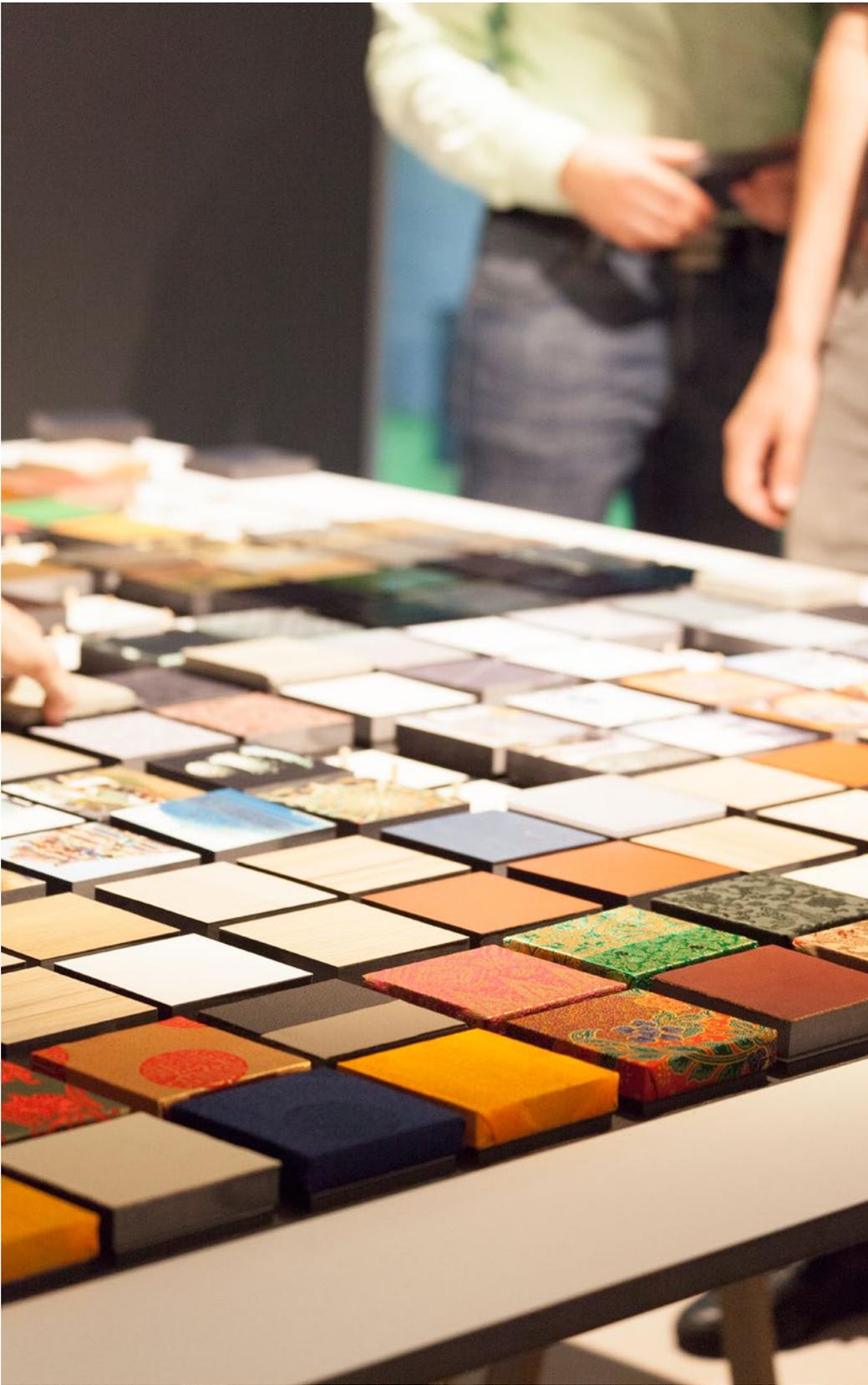
Teak-Holz
Mattlack, schwarz
Hochglanzlack, schwarz
Edelstahl
Granit

Geöltes Teakholz für die Arbeitsflächen wird mit mattschwarz lackierten Fronten und hochglanzschwarz lackierten Korpusseiten kombiniert. Als Detail für eventuelle Griffleisten wird gebürsteter Edelstahl vorgeschlagen. Der dunkle Lack steht in Singapur für Hochwertigkeit, Eleganz und Modernität. Teak ist ein Holz, das von den umliegenden Inselstaaten importiert wird und somit einen regionalen Bezug aufweist. In seiner geölten Oberfläche wirkt es ehrlich, massiv und robust. Edelstahl steht in Singapur vergleichbar zu den westlichen Ländern für Reinheit. Das lebendige Bild des Granitbodens bietet einen Kontrast zu den großen und homogenen Flächen der Möbel.



Wir bedanken uns sehr herzlich bei der Bult-
haup GmbH & Co. KG für die großzügige
Unterstützung des Projektes sowie für die
gute und kontinuierliche Betreuung und
spannende inhaltliche Auseinandersetzung!

Prof. Kilian Stauss und Prof. Thorsten Ober



Hochschule Rosenheim
Fakultät für Innenarchitektur
Prof. Kilian Stauss
Prof. Thorsten Ober
Hochschulstraße 1
83024 Rosenheim
www.fh-rosenheim.de

ISBN 978-3-944025-24-7