



designer



Mike Meiré ...tegenstellingen
opengooien... [L]

Leer nodigt uit
tot aanraken [R]

MIKE MEIRÉ LAAT BULTHAUP ANDERS KIJKEN

Conversatiestuk met leer en zilver

Reneé de Haan

Designrevoluties komen van de grote merken. Zoals Warendorf nieuwe paden uitzet met Philippe Starck en daar uiteindelijk iets verkoopbaars van maakt, zo heeft ook Bulthaup gezocht naar een nieuwe lente in het ontwerpen. Beeldend kunstenaar Mike Meiré mocht de aftrap geven tijdens de Meubelbeurs in Milaan met een voorstel voor een autobiografische keuken, gebaseerd op succesmodel b3.

Dankzij de nieuwe directeur Marc O. Eckert, kleinzoon van oprichter Martin Bulthaup, treedt het bedrijf een nieuw tijdperk binnen. Technische perfectie buigt om naar personalisering van de keuken. Kunstenaars, modeontwerpers, allerlei soorten creatieve geesten worden uitgenodigd om in de komende jaren voorstellen te doen. Dat betekent telkens een statement waarop Bulthaup als bedrijf verder filosofeert over de uiteindelijke uitvoering.

De keuken wordt gemaakt als een kunstobject, ontsproten aan het brein van een bedenker die van oorsprong liefst niets met keukens heeft. Als een kind mag die schepper zijn fantasie laten gaan en uitleggen waarom

er dit voorstel uitrolt. Mike Meiré staat bekend om zijn licht erotische wijze van meubels ontwerpen en presenteren. In Keulen liet hij afgelopen januari de Back Room zien, een variant op de darkroom, waarin meubels en motoren een sfeer van Hells Angels oproepen. Leer neemt ook een prominente plek in bij zijn creatie voor Bulthaup, die is gebaseerd op het succesmodel b3. In rap tempo vertelt Meiré over de bezetenheid waarmee hij maandenlang gewerkt heeft.

“Tijdloos en Bulthaup zijn twee begrippen die je niet kunt losweken, dus dat heb ik zeker vastgehouden. Daarmee ben ik direct in de richting van luxe geschoten. Een uniek product, dus speciaal voor jou gemaakt.



Verzilverde spoelbak: wel mooi, niet praktisch **[B1]**

Verfijnd vakmanschap in de details **[B2]**

Vitrinekastje voor persoonlijk erfgoed **[B3]**

Vakmanschap van de echte ambachtslieden, daarvan verwacht ik een soort renaissance, een come-back tegenover al het vluchtige, de aanschaf voor eventjes. Het koken zelf interesseert mij even niet, maar dit is wel echt mijn keuken. Toen ik hem voor het eerst mocht zien, hier in Milaan, dacht ik alleen maar: 'Wat ben je mooi geworden!' Het basisidee lijkt me helder: zoeken naar materialen die uitwisselbaar zijn tussen keuken en lounge. Leer is daar geknipt voor, zeker met Milaan in het achterhoofd."

HAUTE COUTURE "Ja, ik mocht datgene voorstellen wat de ultieme schoonheid vertegenwoordigt, dus heb ik naar haute couture gestreefd in de keuken. Daarom zie je hier een verzilverd wasbekken, zeer besmettelijk, ik geeft het toe, maar dat is mijn zorg even niet. Wat rvs was, heb ik zilver gemaakt, ook de grepen en dat geeft een totaal andere uitstraling. De poëzie toelaten in plaats van alleen maar in nuttigheid denken, dat is toch heerlijk? Hoeveel mensen kopen niet iets omdat ze ervoor vallen, ook al heeft het nadelen in de praktijk van alledag? We weten dat onze tijd zeer kostbaar is, dus we kiezen voor efficiëntie, zeker in de keuken. En toch stel ik

de vraag: waarom zouden we ons niet met kostbare zaken omringen? Dus heel bijzonder marmer en minutieus gestikt leer. Ik heb het niet over decadentie maar over verfijning. Het verschil zal ik zelf direct duidelijk maken: de façade laat zien wat je hebt en dat interesseert mij dus totaal niet. Het innerlijk leven en beleven, dat heb ik willen aanraken."

"Grappig genoeg blijkt juist deze keuken uit te nodigen tot aanraken. Omdat het een natuurlijke huid is, dat zwarte leer, gaat iedereen voelen. Was het een gelakt blok, dan zou niemand er met zijn vingers aan durven komen. Natuurlijk moet er uiteindelijk wel in gekookt worden en dat zal dus aanpassingen vergen. Dit is een conversatiestuk, iets dat ik in mijn geest vorm gaf en toen pas ging voelen. Het stimuleert de lust, het gaat tegenstellingen opengooien en het drukt iets van onze huidige cultuur uit."

EIGEN DNA Directeur Marc Eckert, die het hele traject begonnen is, valt bij: "Wat verwacht de klant van Bulthaup in de eenentwintigste eeuw? Wij hebben een eigen DNA waarbij de filosofie van ontwerper Otl Aicher altijd het voortouw heeft bepaald. Samen met Gerd Bulthaup trok hij de halve wereld over

om de beste keukenindeling te maken, met ultieme materialen. We hebben een naam opgebouwd, maar ook een reputatie van vrij onpersoonlijk. De klanten van destijds willen dat niet meer. De iPod moet hún iPod zijn, met iets anders, herkenbaars. Vrij vertaald naar keukens betekent het dat alle modellen uitwisselbaar zijn geworden. Als wij iets anders of iets nieuws uitbrengen, zien we dat binnen twee jaar terug in de hele markt. Daar moeten we van af. Dus opnieuw hebben we de wereld rondgereisd en gevraagd aan een Aziat hoe hij de klassieke Bulthaup zou vertellen, of een Amerikaan... Maak ons product menselijk, tastbaar, laat je creatieve zintuigen erop los en toon ons hoever we zouden kunnen gaan."

SHOWSTUK Dit experiment met Mike Meiré blijkt dus nog maar een begin van een nieuw levensgevoel achter Bulthaup. Kunstenaars mogen de keuken een andere vorm en uitdrukkingskracht geven. Wel met de Duitse kwaliteitseisen waar het concern voor staat. Het vormt een nieuwe inspiratiebron voor de productie, die in tweede instantie gaat bezien wat er wel en niet overeind blijft. De verhalen erachter gaan voorlopig via de website de we-

reld in, als een showstuk dat nog nergens te koop is en misschien ook wel nooit te koop zal zijn.

Mike Meiré: "De beste stoffen, de knapste naaiers en furnituren die als sieraden het geheel afmaken... zo'n creatie van een modekoning komt op de catwalk als spraakmakende blikvanger. Maar uiteindelijk zal bij succes, want ook dat moeten we afwachten, de weerslag ervan in de winkel hangen. Voor velen toegankelijk, maar wel met dat speciale als een handtekening die niet gekopieerd kan worden."

"Want tegen de tijd dat mijn idee anderen op hetzelfde spoor brengt, zijn er alweer nieuwe speciale krachten werkzaam die hun licht op Bulthaup laten schijnen. Wel op basis van dat ene Duitse DNA waarin minimalisme altijd voorop blijft staan. Mijn opvolger kan een cineast zijn of een topkok, als we maar een boodschap hebben. Die van mij is denk ik heel helder: de rijkdom van natuurlijke materialen elke dag in je handen mogen houden, of er gewoon naar kijken. Want er bestaat ook een dry kitchen, eentje die nooit gebruikt wordt maar die zo heerlijk is om erdoor omringd te zijn. Vandaar dat ik een echte vitrine heb opgenomen bij de onderkasten. Daar zet

je neer wat je dagelijks frappeert, glaswerk maar ook een beeldje... elk huis heeft immers zijn eigen tentoonstelling of etalage van wie de bewoner is."

"Nu wonen en koken een eenheid vormen, mogen ook die salonattributen meegenomen worden. Ik heb er eigen werk in gezet, zoals een paar werkhandschoenen en mijn impressie van Afrikaanse maskers, maar ik hoop echt dat het gebruikers stimuleert om iets van hun eigen erfgoed als aankleding mee te nemen. Dat kunnen ook gewoon werkstukjes van de kinderen zijn. Als het maar lééft! Tja, en als blijkt dat de mensen deze keuken echt zo willen zoals hij hier staat, dan krijgt de productieafdeling het zwaar. Maar dat is hun zorg!"

www.bulthaup.com/shiftingcontexts