

26  
27

# SPACE MATTERS

LOOC – Ein Interview  
mit Jörg Bernauer  
und Leo Kiefer

Monochromie der Farben  
Farbdesign trifft Material

Kazerne Eindhoven  
Dick Spierenburg im Interview

Trendexperte Stefan Nilsson  
über mobiles Arbeiten

*LOOC – An Interview  
with Jörg Bernauer  
and Leo Kiefer*

*Monochromatic Colours  
Colour Design Meets Material*

*Kazerne Eindhoven  
Interview with Dick Spierenburg*

*Trend Expert Stefan Nilsson  
on Mobile Work*



KLÖBER



# DÜRFEN WIR VORSTELLEN: LOOC

Ein Interview mit Jörg Bernauer  
und Leo Kiefer



LOOC Mid Mesh

Ein Drehstuhl ist längst mehr als ein funktionales Möbelstück. Er ist ein Werkzeug für Konzentration, ein täglicher Begleiter im Arbeitsfluss und ein sichtbarer Ausdruck von Gestaltungskultur. Wenn ein Sitzmöbelhersteller einen neuen Drehstuhl entwickelt, geht es nicht nur um Ergonomie, Mechanik und Materialwahl – sondern um die Frage, wie Form und Bewegung miteinander kommunizieren.

Im Gespräch mit Designer Jörg Bernauer (JB) und Leo Kiefer (LK) aus der Entwicklung erfahren wir, welche Entwicklungsstadien ein neuer Drehstuhl durchläuft und welche Hürden das Team von Klöber überwinden musste, bevor LOOC die Marktreife erlangte.

Klöber stellt dieses Jahr eine Neuheit vor. Ein Drehstuhl namens LOOC. Ein Stuhl mit einem richtigen Namen. Warum?

JB: Wir geben jedem Stuhl einen Namen.

Die Antwort gefällt mir. Es ist ja so, dass der Name den Drehstuhl irgendwie menschlich macht. Welche drei Charaktereigenschaften würdest du LOOC zuschreiben?

JB: Der Name LOOC klingt natürlich in diesem Fall sehr viel menschlicher, als wir das sonst gewohnt sind. Ich persönlich finde den Namen LOOC cool. Ich würde den Stuhl als souverän, ehrlich und bequem charakterisieren.

Es gibt bereits tausende Drehstühle. Was hat dich beim Design von LOOC angetrieben? Vielleicht der Wunsch, etwas ganz anders zu machen?

JB: Grundsätzlich gehe ich nicht so vor, dass ich mir überlege, etwas ganz anders zu machen. Sondern ich stelle mir eher die Frage, wo der Stuhl am Ende steht und wie er genutzt wird. Dabei gehe ich nicht unbedingt immer nur von einem Drehstuhl aus, sondern einfach von dem Gefühl, wie ich beispielsweise an meinem Lieblingsort mit meinem Lieblingsmöbel sitze. In einem zweiten Schritt stelle ich mir die passende Form oder auch das beste Material für das Möbelstück vor. Am Ende des Gedankenexperiments entsteht ein Produkt, das in der Regel nicht so aussieht, wie andere. Es bekommt automatisch einen eigenen Look.

Und würdest du sagen, dass sich das Gefühl oder diese Gedanken auch auf die Menschen übertragen, die den Stuhl zum ersten Mal sehen?

JB: Ja, das hoffe ich. Ich habe ein Bild vor Augen und ich wünsche mir, dass andere das auch sehen.

Welches Bild hattest du im Kopf, als du an LOOC gedacht hast?

JB: Ich habe an ein einladendes, wohnliches Büro gedacht. Vielleicht zuhause oder in einer Agentur. Ich habe mir einen Ort vorgestellt, an dem ein gemütlicher Arbeitssessel stehen könnte.

Wenn man einen Drehstuhl ansieht, schaut man in der Regel zuerst auf die Rückseite. Was macht die Rückenansicht bei LOOC besonders?

JB: Die Rückenansicht greift die Geschichte von Klöber auf. LOOC hat einen klassischen Rückenlehnenbügel, wie ihn ursprünglich unser erstes Modell, der Polstergleich hatte. Dieses Designelement hatte beispielsweise auch der Stuhl Dactylo und weitere Modelle aus der Zeit von 1935 bis in die sechziger Jahre hinein. Und dadurch bekommt LOOC diesen gewissen Charme des alten Bekannten.

Dieses an sich so unscheinbare Detail ist bei LOOC seine ganz persönliche Handschrift, oder?

JB: Nicht allein. Das urtypische Bild in Verbindung mit dem Rückenbügel wird normalerweise geprägt durch eine klassische Schalenkonstruktion. Die Schalenform wird hier ausgespart, bleibt jedoch als visuelles Echo und gestalterische Assoziation. Das charakteristische Formelement – die geschlossene Schale – fehlt bei LOOC bewusst. Die Form des Drehstuhls wird geprägt durch die Kontur und die frei gespannte Fläche innerhalb der Aussparung. Solche Freispannungen sind perfekte Formen, die natürlicherweise aufgrund ihrer Materialeigenschaften entstehen. Diesen Struktureffekt wenden wir auch bei unserem Drehstuhl Connex an: Er erzeugt sehr spannende optische Perspektiven. Die Linienführung setzt sich zudem fort, in dem die Armlehne von der Form des Rückens abgeleitet ist, was das Erscheinungsbild sehr harmonisch und ausgewogen erscheinen lässt.

Woher kommt Deine Faszination für Freispannung, wie kommt es dazu?

JB: Ich interessiere mich sehr für Bionik und Architektur. Diese Konstruktionsart mit den dadurch entstehenden Flächen entstand durch Beobachtung der Natur und wurde schon oft bei weiten Flächentragwerken angewendet. Hier haben schon vie-

le Architekten und Baumeister experimentiert, das interessiert mich sehr.

Und wie fördert LOOC das aktive Sitzen?

JB: Der Sitz ist zentral beweglich und dreidimensional gelenkig. Der Rücken ebenfalls. Er wird mittig am Rückenbügel angebracht und ist durch seine Elastizität in alle Richtungen beweglich.

Also wird durch die elastische Rahmenstruktur aktives Sitzen möglich?

JB: Ja, das kann man so sagen.

Als Designer – verkleidest du lieber die tragenden Strukturen eines Stuhls oder ist dir die nackte Konstruktion als Designelement lieber?

JB: Wenn es möglich ist, verkleide ich gerne bestimmte Elemente des Stuhls, da ich durch unterschiedliche Materialität Variationen erzeugen kann. Textil oder Leder fühlt sich sehr angenehm an und man kann durch verschiedene Farben und Texturen unterschiedliche Anmutungen erreichen.

Was denkst ihr: Hat LOOC einen USP? Im Design? Bei der Konstruktion?

JB: Wir denken bei der Entwicklung eines Stuhles immer ganzheitlich. Das heißt, es gibt für mich keine Abgrenzung: Man definiert keine Alleinstellungsmerkmale seitens des Designs und seitens der Technik, sondern man überlegt, wie können wir Bedürfnisse im Markt decken und in Kombination mit dem entstehenden Design etwas Neues schaffen? Wir arbeiten eng zusammen und haben die Möglichkeit, uns jeden Tag auszutauschen. Dadurch entsteht eine Art Ping-Pong-Spiel beim Miteinander. Wir haben bei Klöber die Notwendigkeit, uns von der Masse abzuheben. Wir sind ein reiner Sitzmöbelhersteller – wir kommen in Projektgeschäfte nur über das Thema Sitzen rein. Deshalb ist unser Anspruch hier sehr hoch.

Fortsetzung auf Seite 03

# ALLOW US TO INTRODUCE: LOOC

An interview with Jörg Bernauer  
and Leo Kiefer

A swivel chair has long been more than just a functional piece of furniture. It is a tool for concentration, a daily companion throughout the working day, and a visible expression of design culture. When a seating manufacturer develops a new swivel chair, it is not just about ergonomics, mechanics, and material selection - it is about creating a harmonious relationship between form and movement.

In a conversation with designer Jörg Bernauer (JB) and Leo Kiefer (LK) from Klöber's development team, we learn about the stages a new swivel chair goes through and the challenges the team had to overcome before LOOC was ready for market launch.

Klöber is introducing a new product this year. A swivel chair called LOOC. A chair with a proper name. Why?

JB: We give every chair a name.

I like that answer. Having a name somehow makes the chair feel more human. What three character traits would you assign to LOOC?

JB: In this case, the name LOOC naturally sounds much more human than what we are usually accustomed to. Personally, I

think the name LOOC is cool. I would characterise it as confident, honest and comfortable.

There are already thousands of swivel chairs out there. What drove you when designing LOOC? Perhaps the desire to do something completely different?

JB: Generally, I don't approach a project with the intention of doing something completely different. Instead, I ask myself where the chair will ultimately stand and how it will be used. In doing so, I don't necessarily start with just a swivel chair in mind, but rather with the feeling of sitting in my favourite spot on my favourite piece of furniture. Secondly, I imagine the matching shape or the best material for the item. At the end of this thought experiment, a product emerges that usually doesn't look like any others. It automatically gets its own distinct look.

And would you say that this feeling or these thoughts also transfer to people who see the chair for the first time?

JB: Yes, I hope so. I have an image in mind and I hope that others see it too.

What image did you have in mind when you thought of LOOC?

JB: I thought of an inviting, cosy office. Perhaps at home or in an agency. I imagined a place where a comfortable work armchair could belong.

When you look at a swivel chair, you usually look at the back first. What makes the view from behind special in LOOC?

JB: The rear view draws on Klöber's history. LOOC features a classic backrest bracket, similar to our very first model, the Polstergleich. This design element was also featured on chairs like the Dactylo and other models from 1935 through to the 1960s. This gives LOOC a certain charm of a familiar old friend.

This seemingly inconspicuous detail is LOOC's personal signature, isn't it?

JB: Not on its own. The archetypal image combined with the back bracket is normally characterised by a classic shell construction. In LOOC, however, the shell form is recessed, while still remaining as a visual reference and design association. The characteristic structural element - the closed shell - is deliberately absent in LOOC. The shape of the swivel chair is defined by the contour and the freely tensioned surface within the cut-out. Such free tensioning creates precise, expressive forms that arise naturally due to the properties of the materials. We also use this structural effect in our Connex swivel chair; it creates particularly interesting visual perspectives. Furthermore, the lines continue in the armrest, which is derived from the shape of the backrest, giving the overall appearance a very harmonious and balanced feel.

Where does your fascination with free-tensioned surfaces come from, and how did that come about?

JB: I am particularly interested in bionics and architecture. This method of construction, and the surfaces created by it, came about through observing nature and has often been applied to wide-span shell structures. Many architects and master builders have experimented with this, and I find it deeply interesting.

And how does LOOC encourage active sitting?

JB: The seat features central movement and three-dimensional articulation. The backrest works in a similar way - it is mounted at the centre of the back bracket and moves in all directions thanks to the elasticity of its construction.

So active sitting is made possible by the elastic frame structure?

JB: Yes, you could say that.

As a designer, do you prefer to conceal a chair's load-bearing structures, or do you prefer the bare construction as a design element?

JB: Whenever possible, I like to enclose certain elements of the chair because I can create variations using different materials. Fabric or leather feels very pleasant, and you can achieve different looks and feels through various colours and textures.

What do you think: Does LOOC have a USP? In its design? In its construction?

JB: When developing a chair, we always think holistically. That means there is no strict division for me: you don't define unique selling propositions separately for design and engineering; instead, you think about how to meet market needs and create something new in combination with the emerging design. We work closely together and have the opportunity to exchange ideas every single day. This creates a back-and-forth dynamic. At Klöber, we have a necessity to stand out from the crowd. We are purely a seating manufacturer - we only get into contract business through the topic of seating. That is why our standards here are extremely high.

LK: Perhaps one more point: right from the start, we set ourselves the goal of developing a foam-free swivel chair. That was quite a challenge - Klöber had never done that before. It was completely new territory for all of us. But I think we really succeeded with the mesh box seat - eliminating the foam without sacrificing quality. We managed to maintain our customary seating comfort.

So the seat of LOOC is completely free of foam. What makes the mesh box seat so special?

LK: We have extensive experience in developing spring core seats. With the Duera model, we previously developed a box spring seat based on an innerspring design. During development, we realised this principle offers a major advantage over PU foam: the seat has greater longevity. However, in developing LOOC, we went a step further and considered which materials are the most durable.

Continued on page 04



LOOC Mid Mesh



LK: Vielleicht noch einen Punkt: Wir haben uns von Anfang an das Ziel gesetzt, einen schaumfreien Drehstuhl zu entwickeln. Das war eine ziemliche Herausforderung – das hat Klöber bisher noch nie gemacht. Das war völliges Neuland für uns alle. Aber ich denke, dass es uns in Form eines Mesh-Box-Sitzes wirklich gut gelungen ist, auf den Schaum zu verzichten, aber hierbei nicht auf die Qualität. Wir haben es geschafft, unseren gewohnten Sitzkomfort beizubehalten.

Der Sitz von LOOC ist also frei von Schaum. Was macht denn den Mesh-Box-Sitz so besonders?

LK: Wir haben eine große Erfahrung mit der Entwicklung von Federkernsitzen. Wir haben schon mit dem Modell Duera einen Boxspringsitz im Sinne eines Federkerns entwickelt. Bei der Entwicklung haben wir festgestellt, dass dieses Prinzip einen großen Vorteil gegenüber PU-Schaum hat. Die Langlebigkeit des Sitzes ist höher. Wir sind bei der Entwicklung von LOOC allerdings noch einen Schritt weitergegangen: Wir haben überlegt, welche Materialien am langlebigsten sind. Und am Ende ist tatsächlich der Mesh-Box-Sitz entstanden – eine Kombination aus Federkern-3D-Gewebe mit einer tragenden Netzstruktur. Das Ensemble aus drei verschiedenen Materialien – Stricknetz, Zwischenlage, Boxspring – ergibt den Sitzkomfort. Ich denke, der Nutzer wird gar nicht merken, dass er nicht auf PU-Schaum sitzt, weil er sich die Frage gar nicht stellen wird.

Jörg, drei Schritte vor, zwei zurück und andersrum. Gibt es da auch Abstriche im Design?

JB: Ich habe die Erfahrung gemacht, dass es eigentlich immer

eine Verbesserung im Fortschritt der Entwicklung gibt. Vielleicht auch, weil wir so eng zusammenarbeiten und wir dann, wenn irgendwas nicht sofort funktioniert, auch sehr gut erörtern können, warum. So entstehen Diskussionen und dadurch gibt es eigentlich immer Verbesserungen. Natürlich gibt es manchmal eine Situation, wo man einen Kompromiss finden muss. Aber ein Kompromiss muss nicht ein Rückschritt sein.

LK: Diskussionen gibt es tagtäglich. Sie gehören dazu. Konstruktive Kritik ist nie persönlich. Sie dient immer der Sache. Wir verfolgen am Ende des Tages alle dieselben Ziele. Wir wollen die besten Stühle bauen. Ich stimme Jörg zu: Diskussionen bringen einen persönlich weiter. Genau in diesen Momenten entstehen oft zündende Ideen, weil man alles unter einen Hut bekommen muss. Qualität, Design, Herstellungskosten – das sind wichtige Themen. Genau wie die Timeline. Wie heißt es immer so schön: Innovation entsteht nur, wenn man bereit ist, Gewohntes zu hinterfragen.

JB: Es braucht Durchhaltevermögen oder Leidenschaft. Aber wir reden ja gerne stattdessen von Leidenschaft. (Jörg lacht.)

Was waren denn die größten Herausforderungen bei LOOC?

JB: Ich glaube, die Neuheit, auf PU-Schaum zu verzichten. Aber gleichzeitig nicht den Komfort hintenanzustellen. Das war herausfordernd. Und natürlich auch die Konstruktion an sich: Wir haben bei LOOC eine Konstruktion für alles.

Was würdet ihr schätzen: Wie viele Mustermodele wurden für LOOC gebaut?

JB: Wir haben bestimmt 30-40 Bauteile immer wieder neu gedruckt, gepolstert oder gefräst. Und wir haben bei etwa 8-10 Musterstühlen immer wieder diese Neuerungen ausprobiert und ausgetauscht. Oftmals waren es nur einzelne Bauteile, aber diese führten nicht selten dazu, dass zwei, drei technische Schritte überdacht und neue Anbindungen entwickelt werden mussten.

Und wie lange hat es gedauert – von der ersten Skizze bis zum Prototyp? Geht das innerhalb von drei Monaten? Sind das zwei Jahre?

LK: Pauschal kann man das nie sagen. Es ist natürlich ein wesentlicher Unterschied, ob man einen Beichtstuhl, einfachen Stuhl oder einen Drehstuhl baut. (Leo grinst.) Die Komplexität ist bei einem Drehstuhl deutlich höher. Es können bei einem Drehstuhl Monate vergehen, bis ein Prototyp steht.

Jetzt noch eine persönliche Frage an dich, Leo. Du bist seit 29 Jahren bei Klöber. Was fasziniert dich am meisten an deinem Beruf?

LK: Was gibt es Schöneres, als vom ersten Entwurf bis zum fertigen Produkt alle Entstehungsstadien zu begleiten? Für mich ist es jedes Mal etwas Neues. Klar, es ist immer ein Stuhl, aber jeder Stuhl ist anders. Es ist jedes Mal eine neue Story. Wir versuchen immer das bestmögliche Ergebnis und den besten Stand der Technik in der Entwicklungszeit abzurufen und den Akzente so setzen, dass wir uns von Mitbewerbern unterscheiden. Danach streben wir. Vielleicht haben wir das in unserer über 90-jährigen Geschichte nicht immer geschafft. Aber ich glaube, wenn man auf die Geschichte zurückblickt, waren wir nie irgend-einer von vielen.



LOOC Mid Mesh

Ultimately, this led to the mesh box seat - a combination of a 3D spring-core fabric with a supporting net structure. This combination of three different materials - knit mesh, interlayer, and box spring - delivers the seating comfort. I don't think the end user will even notice that they aren't sitting on PU foam, because the question won't even cross their mind.

Jörg, three steps forward, two steps back, and vice versa. Are there design compromises along the way?

JB: In my experience, there is almost always an improvement as development progresses. Perhaps that is because we work so closely together, so if something doesn't work right away, we can thoroughly analyse why. That leads to discussions, and through those, improvements almost always happen. Of course, there are times when you have to find a compromise, but a compromise doesn't have to be a step backward.

LK: Discussions happen every single day. They are part of the process. Constructive criticism is never personal; it always serves the product. At the end of the day, we all share the same goals: we want to build the best chairs. I agree with Jörg - discussions help you grow personally. It's often in those exact moments that brilliant ideas are born, because you have to reconcile everything: quality, design, production costs - these are crucial topics, as is the timeline. As the saying goes: innovation only happens when you are willing to question the familiar.

JB: It takes perseverance - or a capacity for suffering. But we prefer to talk about passion instead. (Jörg laughs.)

What were the biggest challenges with LOOC?

JB: I think it was the novelty of dispensing with PU foam without putting comfort on the back burner. That was challenging. And, of course, the construction itself: with LOOC, we have one structural framework for everything.

What would you estimate: how many sample models were built for LOOC?

JB: We easily re-printed, upholstered, or milled 30 to 40 components over and over again. And we tested and swapped out these innovations on about 8 to 10 sample chairs. Often it was just individual components, but these frequently led us to reconsider two or three technical steps and design new connection points.

And how long did it take - from the first sketch to the prototype? Does that happen within three months, or does it take two years?

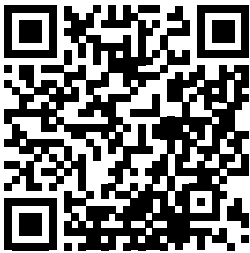
LK: You can never generalise. There is, of course, a fundamental difference between building a confessional, a simple chair, or a swivel chair. (Leo grins.) The complexity of a swivel chair is significantly higher. Months can pass before a working prototype for a swivel chair is built.

One final personal question for you, Leo. You've been with Klöber for 29 years. What fascinates you most about your job?

LK: What could be better than accompanying every stage of creation, from the initial draft to the finished product? For me, it's something new every time. Sure, it's always a chair, but every chair is different. It's a new story each time. We always try to deliver the best possible result and the latest state of the art during the development period, setting accents that set us apart from competitors. That is what we strive for. Perhaps we haven't always achieved that throughout our 90-plus-year history, but looking back, we were never just one of many.

Das Interview ist ein Auszug aus dem ersten Klöber Podcast. Scannen Sie den QR-Code, wenn Sie das ganze Gespräch hören wollen. Wir wünschen Ihnen viel Spaß.

This interview is an excerpt from the first Klöber podcast. Scan the QR code if you would like to listen to the full conversation. We hope you enjoy it.



scan for more

Leo Kiefer | left  
Manager  
Prototype Manufacturing

Jörg Bernauer | right  
Head of Product Design  
& Art Direction





# DIE KUNST DER MONOCHROMIE

Monochromie ist weit mehr als die Reduktion auf eine einzige Farbe – sie ist eine gestalterische Disziplin, die Präzision verlangt und zugleich enorme Freiheit eröffnet. Wer mit nur einem Farbton arbeitet, komponiert nicht über Buntheit, sondern über Nuancen, Licht, Materialität und Atmosphäre. In dieser radikalen Konzentration entsteht eine besondere Form von Klarheit: Räume wirken ruhiger, intensiver, oft sogar mutiger.

Im Gespräch mit Melanie Hövermann (MH), Farbexpertin und Marketingverantwortliche bei Klöber und Melanie Fromme (MF), Produktmanagerin bei Klöber erfahren wir, wie monochrome Gestaltung funktioniert, warum sie gerade jetzt eine Renaissance erlebt und welche Rolle sie in einer Zeit spielt, in der visuelle Überreizung zum Alltag geworden ist.

Welche Farbe wird in ihrer psychologischen Wirkung am meisten unterschätzt und warum?

MH: Die leisen Farbtöne. Dabei sind sie es oft, die uns unbewusst am stärksten beeinflussen.

Wie unterscheidet man einen kurzlebigen Farbtrend von einem zeitlosem Farbkonzept?

MH: Kurzlebige Trends sind oft universell geplant. Das heißt, man kann es in viele Kontexte bringen. Das wiederum bedeutet, sie sind nicht perfekt auf die jeweilige Umgebung abgestimmt und oft auch gar nicht vorgesehen. Zeitlose Farbkonzepte gehen vor allem anderen auf die Umgebung und die Aufgabenstellung ein. Das beinhaltet nicht nur den Farbton, sondern auch immer die Materialität.

Ein monochromes Konzept nutzt nur eine einzige Buntfarbe – das klingt erst einmal simpel. Warum ist es das nicht?

MF: Das Thema Farbe klingt zunächst einfach, gehört in Wirklichkeit aber mit zu den anspruchsvollsten Aspekten. Bei den Connex Signature Modellen verfolgten wir einen monochromen Ansatz, der auf den ersten Blick wie aus einem Guss wirken soll. Die Herausforderung bestand darin, dass verschiedene Materialien zum Einsatz kommen. In unserem Fall Aluminium und

ein Melange-Garn. Die große Herausforderung daran? Eine, auf der Farbkarte definierte Farbnuance lässt sich nie 1:1 auf unterschiedliche Materialien übertragen.

MH: Und sobald es auch nur eine kleine Abweichung im Gesamtbild gibt, fällt es sofort auf. Eine Monochromie im Raum oder am Stuhl entschuldigt nichts, da der Blick sofort auf die fehlerhafte Stelle fällt. Immer.

Warum findet man Räume oder Designs, die Ton in Ton gestaltet sind, oft so besonders?

MH: Das ist ganz einfach! Weil uns Räume im Alltag nie monochrom begegnen. Denn das würde bedeuten, alle Raumelemente sind aus dem gleichen Farbton. Von der Decke, über den Boden, den Lichtschalter, die Möbel usw. Das ist sehr aufwendig und ist selbst für Experten die höchste Kunst. Ist ein Raum einmal fertig, überrascht uns das ungewohnte Sehen. Kontraste verschwinden, die Orientierung wird schwierig und unsere Sehgewohnheit wird komplett über den Haufen geworfen. Unser Gehirn muss sich umstellen und staunt.



Welche Farbe wird deiner Meinung nach für monochrome Farbkonzepte völlig unterschätzt und welche Trendfarbe der letzten Jahre eignet sich insgeheim überhaupt nicht dafür?

MH: Das kann man so allgemein gar nicht sagen. Denn es kommt dabei wirklich immer auf die Raumnutzung an. Wer grundsätzlich Lust darauf hat zu experimentieren, dem empfehle ich die Gästetoilette. Meistens ist der Raum eher klein, die Möblierung überschaubar und man hält sich nicht so lange dort

auf. Der Effekt bleibt aber jedes Mal groß. Wie eine Farbdusche. Wichtig ist dabei wirklich, keine Abweichungen im Farbton zuzulassen, denn das springt sofort ins Auge und ruiniert den Effekt. Kann man mit einem monochromen Farbschema die Architektur eines Raumes optisch korrigieren?

MH: Und wie! Vor allem kann man sich den Effekt schon bei einzelnen Raumkomponenten zunutze machen. Das sieht man auch häufiger mal bei hohen Decken, die allerlei Technik dort

angebracht haben, wie Lüftungsschächte. Belegt man alle Deckenelemente mit exakt der gleichen Farbe, verschwinden die Konturen und die Decke wird ruhiger wahrgenommen.

Monochrome Gestaltungen wirken oft zeitlos und edel. Ist Monochromie damit die nachhaltigste Antwort auf sich ständig ändernde Farbtrends?

Fortsetzung auf Seite 07

# THE ART OF MONOCHROMY



Monochromy is far more than a reduction to a single colour – it is a design discipline that demands precision whilst opening up enormous creative freedom. Anyone who works with just one colour tone uses nuance, light, materiality and atmosphere as their language of composition rather than chromatic variety. In this radical focus, a distinctive kind of clarity emerges: spaces feel calmer, more intense, and often even bolder.

In this interview with Melanie Hövermann (MH), colour expert and Head of Marketing at Klöber, and Melanie Fromme (MF), Product Manager at Klöber, we learn how monochrome design works, why it is experiencing a renaissance right now, and what role it plays in a time when visual overstimulation has become part of everyday life.

Which colour do you think is most underrated in its psychological impact, and why?

MH: The subtle shades. And yet these are often the ones that influence us most strongly on an unconscious level.

How can you tell a short-lived colour trend from a timeless colour concept?

MH: Short-lived trends are often designed for universal appeal. In other words, they can be used in many different contexts. As a result, they aren't always perfectly in tune with a specific environment – and frequently weren't even intended for it. Timeless colour concepts prioritise the environment and the design brief above everything else. This involves not just the colour, but invariably the materiality too.

A monochrome concept relies on only one chromatic colour – it sounds simple at first, but why isn't it?

MF: The subject of colour sounds simple to begin with, but in reality it's one of the most complex aspects. In the Connex Signature models, we adopted a monochrome approach that set out to convey an instant impression of internal coherence. The challenge arose through the use of different materials. In our situation it was aluminium and a melange yarn. What was so challenging about it? A shade defined on a colour chart can never be transferred 1:1 across different materials.

MH: And the moment there is even a small deviation in the overall picture, it becomes immediately noticeable. A monochrome effect in a room or on a chair is unforgiving, because the eye is immediately drawn to the imperfection. Every time.

Why do we often find tone-on-tone interiors or designs particularly compelling?

MH: That's easy! It's because we never come across monochrome spaces in everyday life. You see, that would mean every single element in the room is based on the same shade of colour. From ceiling to floor, including the light switch, furniture etc. It would be extremely complex and, even for experts, represents the highest level of craftsmanship. Once a space is finished, we are surprised by the unfamiliar visual experience it creates. Contrasts disappear, orientation becomes difficult and our visual conventions are thrown into confusion. Our brain has to adjust, and it reacts with amazement.

Which colour, in your opinion, is completely underestimated for monochrome colour concepts, and which trend colour of recent years do you secretly think is not at all suitable?

MH: You can't really make such a general statement, because really it always depends on how the space is used. For anyone who simply enjoys experimenting, I recommend the guest toilet. Usually it tends to be a small space with minimal furnishings, and people don't spend too much time there. But the impact is still huge every time. A kind of colour immersion. But what's truly important is not to permit any deviation from the colour – as it would instantly stand out and spoil the effect.

Can you use a monochrome colour scheme to visually correct the architecture of a room?

Continued on page 08



MH: Das würde ich so pauschal nicht sagen. Die nachhaltigste Gestaltung ist die, die zum Möbel oder Raum passt. Abgestimmt auf die verwendete Materialität natürlich.

*Klöber hat mit der Edition Simply Taupe eine monochrom gestaltete Stuhl-Familie vorgestellt. Warum war dieser Schritt so wichtig?*

MF: Alle taupe-farbenen Materialien sind stuhlübergreifend aufeinander abgestimmt. Wenn diese Stühle gemeinsam im Raum stehen, ergibt sich automatisch eine optische Qualität, die sehr ruhig und elegant ist. Das gibt eine Gestaltungssicherheit, die für alle sehr leicht umsetzen ist und gleichzeitig das Design anhebt.

*Taupe ist eine sehr vielseitige Nuance in der Welt der Farben. Was zeichnet dieser Farbton für euch besonders aus?*

MH: Ich würde Simply Taupe als ein Beige-Grau beschreiben, der sich in fast alle Umgebungen problemlos einfügt. Die meisten Menschen greifen doch aus Unsicherheit auf schwarze Bürostühle zurück, weil sie keine Fehler machen wollen. Mit unserem Simply Taupe sind Fehler so gut wie ausgeschlossen, der Grauanteil im Beige macht es möglich.

*Was war die größte Herausforderung bei der Umsetzung?*

MF: Jedes Material reagiert anders auf Farbpigmente, Oberflächenstrukturen und Licht. Deshalb ist eine präzise Abstimmung erforderlich, die meist mehrere Bemusterungs- und Korrekturschleifen umfasst. Das Ergebnis ist ein harmonisches Gesamtbild, hinter dem ein sehr aufwendiger Entwicklungsprozess

steht. – MH (lacht): Oh ja!

*Wie beeinflusst das Material die Wirkung derselben Farbe?*

MF: Materialien beeinflussen die Wahrnehmung einer Farbe deutlich stärker, als man zunächst vermuten würde. Obwohl derselbe Farbton definiert wird, wirkt er auf unterschiedlichen Materialien oft völlig anders. Das liegt unter anderem an Oberflächenstruktur, Glanzgrad, Lichtreflexion und Materialeigenschaften.

*Wie schafft man es bei einem monochromen Farbkonzept, dass das Design nicht flach wirkt?*

MH: Oh, da kommen die Materialien ins Spiel. Die sorgen zusätzlich für Struktur und Leben in der Umsetzung.

*Wie stark verändert die Lichtquelle die Wahrnehmung eines Farbtons und wie plant man das im Vorfeld mit ein?*

MH: Oh ja, die Lichtquelle ist sogar sehr entscheidend. Ein Farbton kann plötzlich viel gelber aussehen als im Tageslicht. Meistens wird dabei auch die gesamte Umgebung in das gleiche Licht getaucht und unser Gehirn gleicht die Farbverschiebung dann aus. Wenn ich aber eine farbechte Wirkung erzielen will, muss ich das im Vorfeld dringend mit der entsprechenden Beleuchtung prüfen. Wir testen unsere Farbtöne vorab in unterschiedlichen Lichtsituationen und nehmen Anpassungen vor – bspw. klären wir, ob der Grauanteil erhöht werden muss.

*Neben der Edition Simply Taupe hat Klöber zuletzt den Connex*

*Signature | Edition Stone Grey rausgebracht. Wie würdest du das monochrome Farbkonzept des Drehstuhls beschreiben?*

MF: Wir wollten einen zweiten Signature rausbringen, der ein Statement im Raum bildet. Nicht laut, aber selbstbewusster. Wo der Simply Taupe sich zurücknimmt und gut einfügt, steht der Stone Grey sehr elegant und selbstbewusst im Raum. Das neue Schwarz, wenn ihr mich fragt. Nur cooler.

*Für welche Work Settings eignet sich das Modell besonders?*

MH: Für alle. Aber besonders für die Bereiche mit Designanspruch.

*Wie hat das Team von Klöber es geschafft, dass sich die beiden Modelle farblich so gut ergänzen?*

MH: Ist doch klar – wir überlassen nichts dem Zufall. Die Gründe liegen auf der Hand: Das Grau ist das verbindende Element. Der Ton lässt die beiden Modelle auch nebeneinander bestmöglich aussehen. Da hatte ich als Farbdesignerin natürlich auch meine Finger im Spiel.

*Melanie (MH), du bist Farbexpertin: Wie schaffst du es, deine persönlichen Lieblings- oder Hassfarben komplett aus deiner professionellen Beratung herauszuhalten?*

MH: Das hat ein paar Jahre gebraucht, um ehrlich zu sein. Im Studium ist mir das gerade am Anfang noch nicht so gut gelungen. Das wurde uns aber in vier Jahren sehr gut abtrainiert.



Connex Signature



Connex Signature

MH: For sure! You can benefit especially from the effect even in individual room components. You often see this with high ceilings that have various technical installations, such as ventilation ducts. If you coat all ceiling elements in exactly the same colour, the contours disappear and the ceiling is perceived as much calmer.

*Monochrome schemes tend to look timeless and elegant. Does that make monochromy the most sustainable way to navigate ever-changing colour trends?*

MH: I wouldn't make such a blanket statement. The most sustainable design is the one that suits the furniture or the space. And is of course aligned with the material used.

*Klöber introduced a monochrome chair family with the Simply Taupe Edition. Why was this step so important?*

MF: All taupe-coloured materials are coordinated across the entire chair family. When these chairs are placed together in a room, they naturally create a visual quality that's very calm and elegant. This creates a design confidence that's very easy for anyone to implement, while at the same time elevating the design.

*Taupe is a very versatile shade in the world of colour. What makes this tone stand out for you in particular?*

MH: I would describe Simply Taupe as a beige-grey that blends effortlessly into almost any environment. After all, most people resort to black office chairs out of uncertainty because they don't want to make mistakes. With our Simply Taupe, mistakes are pretty much ruled out – the grey component of the beige makes that possible.

*What was the biggest challenge during the implementation?*

MF: Every material reacts differently to colour pigments, surface textures and light. That's why precise calibration is essential, usually involving several sampling and correction rounds. The result is a harmonious overall appearance, behind which there's a highly complex development process. – MH (laughs): Oh yes!

*How does the material influence the way the same colour is perceived?*

MF: Materials influence the perception of a colour far more strongly than one might initially expect. Even when the same colour tone is defined, it often looks completely different depending on the material. This can be attributed to factors such as surface texture, gloss level, light reflection and material properties.

*How do you ensure that a monochrome colour concept doesn't end up looking flat?*

MH: That's where the materials come into play. They add extra structure and vibrancy to the concept as a whole.

*How much does the light source change the perception of a colour, and how do you include that in the planning beforehand?*

MH: Oh yes, in fact the light source is absolutely crucial. A colour can suddenly appear much more yellow than it does in daylight. In most cases, the entire environment is illuminated by the same light, and our brain compensates for the colour shift. But if I want to achieve an accurate colour effect, it's essential to test it beforehand with the appropriate lighting. We test our colour shades in different lighting situations beforehand and make adjustments – for example, we determine whether the grey component needs to be increased.

*Alongside the Simply Taupe edition, Klöber recently introduced the Connex Signature | Edition Stone Grey. How would you describe the swivel chair's monochrome colour concept?*

MF: We wanted to introduce a second Signature edition that makes a statement in the space. Not in a loud way, just more self-assured. While Simply Taupe steps back and blends in seamlessly, Stone Grey brings an elegant, confident presence into the room. If you ask me, it's the new black, but cooler.

*In which work settings does this model really shine?*

MH: It works well everywhere. But especially spaces with a strong design focus.

*How did the Klöber team manage to ensure that the two models complement each other so well in terms of colour?*

MH: Well it's obvious – we don't leave anything to chance. There's a simple explanation: grey is the element they have in common. The tone ensures that the two models look their best even when placed side by side. And of course, as the colour designer, I had a hand in that.

*Melanie (MH), you're a colour expert: how do you manage to keep the colours you personally love or hate completely out of your professional consulting work?*

MH: It took a few years, if I'm honest. At university I wasn't very good at that to begin with. But they trained us out of the habit very thoroughly over the four years.



Melanie Hövermann  
Head of Marketing

Melanie Fromme  
Head of Productmanagement



# „BEI UNS GEHT ES UM DIE TOTALERFAHRUNG“

Dick Spierenburg im Interview

Das Hotel „Kazerne“ in Eindhoven ist längst mehr als ein klassisches Boutique-Hotel – es ist ein lebendiger Ort für Design, Gastronomie, Ausstellungen und ein Anker für die lokale Community. Mitbesitzer und Creative Director Dick Spierenburg gilt als Vordenker einer neuen Gastlichkeitskultur, in der Räume nicht nur beherbergen, sondern inspirieren und vernetzen. Sein Ansatz der Hybrid Hospitality verbindet Hotellerie, Fine Dining, Events und Galerie zu einem offenen System, das Kreativität sichtbar macht und zugleich ein Gefühl von zuhause erzeugt.

Im Gespräch mit Spierenburg erfahren wir, wie Architektur und Interior Design zu sozialen Katalysatoren werden, warum das Hotel Kazerne ein Modell für die Zukunft urbaner Gastlichkeit ist und weshalb hybride Orte heute mehr denn je gebraucht werden.

*Dick, du bist 2024 in die Hotelbranche eingestiegen: Wie ist es dazu gekommen?*

In meiner Arbeit als Interior Designer gab es mehrere Projekte, die einen Schwerpunkt auf dem Thema Hospitality hatten: Cafés, temporäre Restaurants und Lobbys. Die haben mich immer fasziniert, weil ich es schätze, wenn Umgebungen Freude und Entspannung bringen. Ich koche auch gerne für Gäste. Aber der eigentliche Auslöser war der Wunsch, meinen Schwiegersohn Bram bei einem eigenen Geschäftsmodell zu unterstützen.

*Was unterscheidet die Kazerne von klassischen Boutique-Hotels?*

Als das Boutique-Hotel Kazerne zum Verkauf angeboten wurde, gab es bei uns in der Familie keinen Zweifel – es erfüllte all unsere Ansprüche, die wir an ein gemeinsames Hospitality-Projekt hatten. Ich kannte das Hotel und schätzte es wegen des Designs und der Fülle an Geschäftsfeldern. Die verschiedenen räumlichen Optionen, die Möglichkeiten zur Fortsetzung und Ausbau der Event- und Ausstellungsflächen, die wunderbare Outdoor Area neben den klassischen Bereichen eines Hotels, waren genau das, was für mich die Zukunft von Hospitality zum Ausdruck bringt.

*Was macht für dich die Grundidee vom Hybrid Hospitality in der Hotelbranche aus?*

Hospitality beschränkt sich nicht auf Essen, Trinken und Übernachten. Unternehmen und Häuser sind Treffpunkte für Personen und Communities, privat und geschäftlich. Von Meetings bis hin zu Konferenzen, über private Feste aber auch familiäre Trauerfeiern: Für alle diese Anlässe werden passende Räume und Orte mit einer guten Atmosphäre und Ausstattung gesucht. Es gibt in diesem Bereich viele Chancen – auch für die Einrichtungsbranche.

*Welche neuen Anforderungen entstehen für Architektur und Interior Design, wenn Räume gleichzeitig Hotel, Galerie, Workspace und sozialer Treffpunkt sein sollen?*



WOOOM Lounge



CoMeet Steel

Die Treffpunkte brauchen Charakter, Atmosphäre, Komfort, Flexibilität und gute Logistik neben adäquatem Licht und einem passenden Raumklima.

*Was war der ursprüngliche Impuls, euer Hotel als Ort zwischen Designlabor, Galerie und Hospitality zu denken?*

Wir konnten uns teilweise ins gemachte Bett setzen, aber wollten natürlich auch einen Schritt nach vorne machen und beweisen, dass ein attraktives Hybrid-Hospitality-Unternehmen profitable sein kann. Dazu gibt es einen mehrjährigen Plan und natürlich eine Strategie, um die Renovierung der Räume und die Weiterentwicklung unserer Angebote und Services voranzutreiben.

*Wie beeinflusst gutes Design den operativen Alltag eures Hotels – und umgekehrt?*

Es geht mehr als nur um das sich beeinflussen. Ohne gutes, passendes Design gibt es keine Nachfrage und Buchungen. Wichtig ist, dass das Design der verschiedenen Bereiche harmonisch zusammenpasst, den Geschmack von unserer gewünschten Zielgruppe trifft und sie Spaß daran haben, unsere Räumlichkeiten zu nutzen. Ich beobachte unsere Gäste, wie sie unsere Räume und Einrichtungen erleben. Durch diese Erfahrungen wissen wir, was wir nachhaltig verbessern können.

*Wie hast du es geschafft, dass eurer Eingangsbereich, das Café und das Restaurant, die Ausstellung und Arbeitsräume im Design fließend ineinander übergehen?*

Ich habe mir die Situation angeguckt und analysiert. Nach der Analyse folgt bei mir die Planung der Logistik und das Evaluieren von verschiedenen Einrichtungsoptionen. Durch meine Beteiligung am Unternehmen sind das interne Aufgaben, die wir schnell und adäquat als Familie lösen können. Ich arbeite gerne mit lokalen Designern und ihren Teams zusammen, die auf Farben, Materialität und Styling spezialisiert sind.

*Wie hast du die Designer ausgewählt, mit denen ihr zusammenarbeitet?*

Wir arbeiten in erster Linie mit „Locals“ – das schätzen wir sehr, da alle beteiligten Unternehmen die verschiedenen Facetten der Kazerne kennen. Wir schauen immer auf unser Umfeld und wissen, was in Sachen Design in Eindhoven passiert. Das

hilft zusätzlich. Wir bleiben unseren Designteams treu, da sie unseren Weg bisher mit vielen Ideen und inspirierenden Designs mitgestaltet haben. Wir legen Wert auf eine gewisse Kontinuität durch eine Vertiefung der Kooperation und der Freude an der Zusammenarbeit.

*Im Café nutzt ihr Akustikpaneele an der Wand. Das Design ist besonders – haben sie aber auch eine schalldämmende Wirkung?*

Akustikpaneele sind notwendig für den Komfort unserer Gäste, um in einer angenehmen Atmosphäre Gespräche führen zu können. Obwohl spannende Produktlinien angeboten werden, haben wir uns für das Designteam Daphna Laurens entschieden. Sie haben unsere Ideen ideal umgesetzt.

*Euer Fine Dining Restaurant ist in der ehemaligen Werkstatt. Der Raum ist erstaunlich: Die hohen Decken, die Deckenfenster, die offene Küche. Der Gastbereich soll dieses Jahr neugestaltet werden. Welche Veränderungen sind geplant? Und warum?*

Die Tage im Restaurant sehen sehr unterschiedlich aus: Es gibt Events, Lunches und Dinner mit 100-300 Gästen, aber auch Tage mit einer kleineren Anzahl von Besuchern. Diese wollen wir nicht enttäuschen und sie in einem zu großen Raum verlieren. Deshalb werden wir verschiedene Zonen einrichten. Vorne, an der Fensterfront wird eine intimere Atmosphäre entstehen und im hinteren Bereich ein hoher, geräumiger Ort mit großzügigem Raumgefühl. Die Trennung zwischen den Bereichen ist nicht dauerhaft – sie lässt sich einfach wegnehmen, sodass wir den Raum auch für große Gesellschaften und Events nutzen können.

*Wo erkennt man in der Kazerne am deutlichsten deine eigene gestalterische Handschrift?*

Die Gestaltung und das Interior Design war und ist meine Hauptaufgabe. Ich kümmere mich auch um die Ausstellungen. Durch meine Expertise verschiebt sich immer mehr der Grad der Individualisierung der Einrichtung: Unsere Räume sehen nicht alle gleich aus – sie sind auf den jeweiligen Nutzen zugeschnitten und haben einen eigenständigen Charakter.

Fortsetzung auf Seite 11

# “FOR US, IT’S ABOUT THE TOTAL EXPERIENCE”

Interview with Dick Spierenburg

Kazerne in Eindhoven has long been more than a classic boutique hotel – it’s a vibrant place for design, gastronomy, exhibitions, and a true anchor for the local community. Co-owner and creative director Dick Spierenburg is seen as a pioneer of a new hospitality culture in which spaces don’t simply provide accommodation, they also inspire and connect. His hybrid hospitality approach brings together hotel culture, fine dining, events and gallery spaces into an open system that makes creativity visible whilst at the same time creating a sense of home.

In our interview with Spierenburg, we learn how architecture and interior design become social catalysts – why Hotel Kazerne serves as a model for the future of urban hospitality, and why hybrid spaces are needed now more than ever.

*Dick, you started working in the hotel sector in 2024: how did that come about?*

In my work as an interior designer, there were several projects with a strong focus on hospitality: cafés, pop-up restaurants and lobby spaces. They always fascinated me, because I value environments that bring happiness and an opportunity to relax. I also enjoy cooking for guests. But the real trigger was the wish to support my son-in-law Bram in developing his own business model.

*What makes Kazerne stand out from traditional boutique hotels?*

When the boutique hotel Kazerne went on sale, there was no doubt within our family – it met all the criteria we had for a shared hospitality project. I knew the hotel and valued it for its design and wide range of business areas. The variety of spatial configurations, the scope for continuing and extending the event and exhibition areas, and the wonderful outdoor area alongside the spaces you’d traditionally expect in a hotel – all of this was exactly what, for me, represents the future of hospitality.

*For you, what defines the core idea of hybrid hospitality in the hotel sector?*

Hospitality is not limited to food, drink and overnight stays. Companies and venues are meeting points for people and communities, both private and professional. From meetings to conferences, from private celebrations to family memorials: all these occasions require appropriate spaces and locations with a good atmosphere and the right outfitting. There are many opportunities in this sector – including for the furnishing industry.

*What new demands emerge for architecture and interior design when spaces are expected to function simultaneously as hotel, gallery, workspace and social hub?*

Meeting points need character, atmosphere, comfort, flexibility and robust logistics, as well as adequate lighting and an appropriate indoor climate.

*What was the original impulse to imagine your hotel as a place that sits between design lab, gallery and hospitality?*

We were able to build on an already well-established foundation, but of course we also wanted to move things forward and prove that an attractive hybrid-hospitality business can be profitable. There is a multi-year plan for this, and of course a strategy to drive the renovation of the spaces and continued development of our offerings and services.

*How does good design influence the daily operations of your hotel – and vice versa?*

It’s about more than mutual influence. Without good, appropriate design, there is no demand and no bookings. What matters is that the design of the different areas fits together harmoniously, matches the taste of our intended target group, and makes

them enjoy using our spaces. I observe our guests, watching how they experience our rooms and facilities. What we learn here helps us understand what we can improve sustainably.

*How did you manage to make your entrance area, the café and restaurant, the exhibition spaces and the workrooms flow seamlessly into one another in terms of design?*

I looked at the situation and analysed it. After the analysis, I move on to planning the logistics and evaluating different furnishing options. Because I’m involved in the company, these are internal tasks we can solve quickly and effectively as a family. I enjoy working with local designers and their teams, who specialise in colour, materiality and styling.

*How did you select the designers you chose to collaborate with?*

We primarily work with locals – something we value greatly, because all the companies involved are familiar with the different aspects of Kazerne. We always look at our surroundings and know what is happening in Eindhoven’s design industry. That’s useful too. We stay loyal to our design teams, as they have shaped our path so far with many ideas and inspiring designs. We place importance on maintaining a degree of continuity by strengthening the collaboration and enjoying our work together.

*In the café you use acoustic panels on the wall. The design is distinctive – but do they also have a sound-absorbing effect?*

Acoustic panels are essential for our guests’ comfort, allowing them to hold conversations in a pleasant atmosphere. Although many interesting product lines are available, we opted for the Daphna Laurens design team. They put our ideas into practice perfectly.

Continued on page 12



CoMeet Steel





Welche kulturelle Verantwortung tragen hybride Orte wie euer Hotel – insbesondere im Zusammenspiel mit lokalen Kreativökosystemen?

Die Kazerne ist ein Zuhause für die lokalen und internationalen Kreativen, für verschiedene Marken und ihre Präsenzflächen. Der Fokus liegt aber nicht nur auf der Welt des Designs – wir sind auch ein Anlaufpunkt für Kunstprojekte und Performing Arts. Das Zusammenspiel stimmt einfach.

Welche Art von Erfahrung sollen Gäste haben, die zum ersten Mal Kazerne betreten?

Für mich persönlich sind kleine Überraschungen beim Design und eine hohe Qualität bei der Einrichtung wertvoll und entscheidend, um den Horizont zu erweitern. Das schafft man durch einen Mix von spannender Architektur und Design und kulinarischen Erlebnissen. Bei uns geht es um die Totalerfahrung.

Wie verändert sich das Verhalten der Gäste, wenn Hospitality nicht mehr nur Aufenthalt, sondern auch Inspiration, Arbeit und Community bedeutet?

Restaurants, Cafés und Bars gibt es sehr viele, auch in Eindhoven. Wir machen mit Design und Events den Unterschied. Das steckt in unserer DNA und wir verfolgen das auch weiterhin. Nicht weil es ein Business Model ist. Sondern weil wir es leben!

Man kann sagen, dass das Hotel Kazerne als Family Business geführt wird. Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit Bram und deiner Tochter Sabine? Wie verteilt ihr die Zuständigkeitsbereiche?

Obwohl es als ein Business Model für die jüngere Generation meiner Familie angefangen hat, habe ich auch meinen Platz und meine Rolle gefunden und sie eingenommen. Die Kazerne ist ein schönes und sehr komplexes Unternehmen: Es hat verschiedene Facetten und wir füllen sie als Familie mit Leben. Selbstverständlich liegen mir Aufgaben und Projekte zu den Themen Architektur, Design, Gastronomie und Kommunikation am meisten. Bram ist als erfahrener Hospitality Manager täglich vor Ort im Einsatz und fühlt sich wie ein Fisch im Wasser. Sabine blickt mir über die Schulter. Sie ist als PR- und Kommunikationspezialistin in Projekte wie die Dutch Design Week, das Van-Abbe-Museum und die Destination Design involviert.

Welche Entwicklungen siehst du für hybride Gastlichkeit in den nächsten fünf Jahren?

Diese Vielseitigkeit von Hospitality wird sich weiterentwickeln – das ist eine Chance, aber natürlich auch eine Herausforderung für unsere Branche. Die Trennung zwischen Wohnen, Arbeiten und Hospitality wird mehr und mehr verschwinden. Ich finde das spannend und schaue mit großer Freude in die Zukunft.

Wo siehst du die größten Chancen für Design-getriebene Innovation?

Das Verschmelzen von traditionellen Bereichen erweitert die Verwendbarkeit von Produkten und Kollektionen unter der Voraussetzung, dass Design und Materialität stimmen. Wenn Design als strategisches Werkzeug eingesetzt wird, kann es neue Formen von Zusammenarbeit, neue Nutzungsmodelle und neue kulturelle Werte schaffen. In diesem Ansatz liegt für mich eine große Herausforderung für die Industrie und die Designer.

Your fine dining restaurant is in the former workshop. The space is remarkable: the high ceilings, the skylights, the open-plan kitchen. The guest area is set to be redesigned this year. What changes are planned, and why?

Days can vary greatly in the restaurant: there are events, lunches and dinners with 100-300 guests, but other days have a smaller number of visitors. We don't want to disappoint them and let them get lost in a space that's too big. That's why we intend to create different zones. A more intimate atmosphere will be created at the front, by the window façade, and at the rear of the site there will be a high, spacious area with a generous sense of openness. The separation between these zones is not permanent – it is easy to remove, so that we can use the space for large gatherings and events as well.

Where in Kazerne is your own design signature most clearly visible?

The design, including the interior design, were and still are my main responsibility. I also take care of the exhibitions. Thanks to my expertise, the degree of individualisation in the furnishings is shifting all the time: our rooms do not all look the same – they are tailored to their specific use and have their own distinct character.

What cultural responsibility do hybrid spaces like your hotel take on – particularly in their interaction with local creative ecosystems?

Kazerne is a home for both local and international creatives, for different brands and their showcase spaces. Yet the focus isn't limited to the design world – we're also a hub for art projects and performing arts. The interactive vibe is just right.

What kind of experience should guests have when they enter Kazerne for the first time?

For me personally, little design surprises and high-quality furnishings are important and essential for broadening horizons. This can be achieved through a mix of exciting architecture and design, as well as culinary experiences. For us, it's about the total experience.

How does guest behaviour change when hospitality is no longer just about accommodation, but also about inspiration, work and community?

Like anywhere else, there are many restaurants, cafés and bars in Eindhoven. We make the difference with design and events. It's part of our DNA, and we will continue to pursue it. Not because it's a business model, but because it's what we live!

You could describe Hotel Kazerne as a family-run business. How do you work together with Bram and your daughter Sabine? How do you divide responsibilities?

Although it began as a business model for the younger gener-

ation of my family, I also found my place and role and embraced it. Kazerne is a beautiful and very complex business: it has different facets, and as a family we bring them to life. Obviously, the tasks and projects related to architecture, design, gastronomy and communication are closest to me. Bram, as an experienced hospitality manager, is on site every day and feels completely at home in this environment. Sabine looks over my shoulder. As a PR and communications specialist, she is involved in projects such as Dutch Design Week, the Van-Abbe Museum and Destination Design.

What developments do you anticipate for hybrid hospitality over the next five years?

This versatility within hospitality will continue to evolve – it's an opportunity, but of course also a challenge for our industry. The boundaries between living, working and hospitality will increasingly disappear. I find that exciting and look to the future with great joy.

Where do you envisage the greatest opportunities for design-driven innovation?

The merging of traditional fields expands the usability of products and collections, provided that design and materiality are right. When design is used as a strategic tool, it can create new forms of collaboration, new usage models and new cultural values. For me, this approach represents a major challenge for the industry and for designers.



Dick Spierenburg ist Designer, Innenarchitekt und Creative Director  
Dick Spierenburg is a designer, interior designer and creative director



# DIE MISCHUNG MACHT’S

Am Küchentisch, im Coworking-Space oder im Ferienhaus am Meer – die neue Arbeitswelt ist mobil, emotional und erstaunlich persönlich geworden. Kaum jemand beschreibt diesen Wandel so anschaulich wie Stefan Nilsson, Schwedens bekanntester Trendexperte. In unserem Interview erklärt er, wie das mobile Arbeiten unser Verhältnis zu Räumen, Arbeitsabläufen und zur Natur verändert – und warum „Workations“, ein Kofferwort aus „work“ und „vacation“, für manche Menschen zu einer neuen Lebensform werden. Ein Gespräch über Freiheit, Fokus und die Zukunft der Arbeit.

*Stefan, als Trendexperte bist du viel auf Reisen und gehörst oft zu den Ersten, die neue Entwicklungen in der Designbranche erkennen. Welche übergeordneten Lifestyle-Trends prägen Deiner Meinung nach aktuell das Homeoffice?*

Als übergeordneter Megatrend geht die Entwicklung hin zu softeren Werten – und damit auch zu weicherem, wohnlicheren Interieurs. Um uns herum herrscht so viel Unsicherheit – finanziell, politisch und ökologisch –, dass das Zuhause zunehmend zu einem Ort für Rückzug und Entspannung wird. Wir sehen also mehr Farbe, mehr Textilien, zunehmend abgerundete Formen und Materialien, die sich angenehm anfühlen. Das Homeoffice wird damit immer weniger zum klassischen Arbeitsplatz, sondern zu einem Ort, an dem man sich geborgen, wohl und sicher fühlt.

*Wie hat sich das Homeoffice seit 2020 von einem provisorischen Arbeitsplatz zu einem Raum mit einem ganz eigenen Lebensgefühl entwickelt?*

Am Anfang haben wir einfach einen Küchenstuhl genommen und für die Videokonferenz über MS Teams den Hintergrund weichgezeichnet. Heute wissen wir, dass auch unser körperli-

ches Wohlbefinden bei der Gestaltung des Arbeitsplatzes eine wichtige Rolle spielt. Wir investieren in ergonomische Stühle, bessere Beleuchtung und vernünftige Schreibtische. Das Homeoffice ist damit von einer Übergangslösung zu einem Raum geworden, den wir bewusst gestalten.

*Wie verändert sich die Gestaltung von Wohnräumen, wenn Arbeit, Freizeit und Erholung immer stärker ineinander übergehen?*

Die Grenzen werden zunehmend fließend. Der große Tisch kann morgens um zehn zum Arbeitsplatz werden, mittags um zwölf zum Esstisch und abends zum Treffpunkt für das gemeinsame Abendessen. Wir richten also nicht mehr für jede Nutzung einen eigenen Raum ein, sondern suchen nach Möbeln und Interieurs, die sich im Laufe des Tages flexibel an unsere Bedürfnisse anpassen. Das gilt natürlich auch für das Sitzen. Ich möchte einen Stuhl haben, der sich zum Arbeiten eignet, aber genauso gut für Computerspiele und ein gemütliches Abendessen.

*Welche Rolle spielt das „emotionale Wohlbefinden“ im Homeoffice?*

Emotionales Wohlbefinden wird beinahe genauso wichtig wie körperliches Wohlbefinden. Wir wollen nicht einfach nur einen ergonomischen Stuhl – wir wollen einen Raum, der in uns ein bestimmtes Gefühl auslöst. Dafür nutzen wir Blumen, Kunst, Farben, Musik, eine Lieblingslampe oder auch eine Duftkerze. Das Homeoffice wird persönlicher und wirkt weniger wie ein klassisches Büro. Ich bin davon überzeugt, dass Kunst eine immer größere Rolle spielen wird.

*Du arbeitest viel von unterwegs: Was war der verrückteste Ort, an dem du gearbeitet hast?*

Für mich bedeutet verrückt vor allem: unbequem. Ich habe schon an Flughäfen und Bahnhöfen Videos geschnitten, PowerPoint-Präsentationen erstellt und Fotos bearbeitet. Auf wirklich katastrophalen Sitzgelegenheiten. Ich habe auch schon im Taxi gearbeitet. Grauvoll. Und manchmal mit einem Hund auf dem Schoß. All diese Situationen zeigen einem, wie wichtig Ergonomie tatsächlich ist.

*Und wo war es am schönsten?*

Na ja... ich habe einen wunderschönen Garten, den ich sehr mag. Und dort stehen sogar ergonomische Stühle. Aber manchmal ist das Sonnenlicht einfach zu grell. Die Kulisse ist wunderschön – aber es ist leider kein guter Arbeitsplatz.

*Welche übergeordneten gesellschaftlichen Megatrends prägen derzeit die Entwicklung des mobilen Arbeitens?*

Ich glaube, wir erleben gerade einen Wandel, bei dem unterschiedliche Vorstellungen von Arbeit aufeinandertreffen. Viele Mitarbeitende haben festgestellt, dass sie von zu Hause aus sehr effektiv arbeiten können, während viele Unternehmen nach wie vor davon ausgehen, dass Präsenz vor Ort gleichbedeutend mit Produktivität ist. Gleichzeitig möchten jüngere Mitarbeitende vielleicht gerade deshalb ins Büro, weil ihnen der soziale Austausch wichtig ist. Die Frage lautet also nicht mehr: „Homeoffice oder Büro?“, sondern: „Wofür brauchen wir das Büro eigentlich?“. Ich bin mir zu 100 Prozent sicher, dass das Arbeiten von zu Hause ein wichtiger Bestandteil des Arbeitsalltags bleiben wird. Aber wir werden dabei noch einige Konflikte erleben.

Fortsetzung auf Seite 15



WOOOM Lounge

# IT’S IN THE MIX

Working at the kitchen table, in a coworking space, in a summer cottage by the sea – the new working environment has become mobile, emotional and surprisingly personal. Hardly anyone describes this transformation as clearly as Stefan Nilsson, Sweden's best-known trend expert. In our interview, he explains how remote working is changing our relationship with spaces, routines and nature, and why “workations” are becoming a new way of life for some people. A conversation about freedom, focus and the future of work.

*Stefan, as a trends expert, you travel a lot and are often among the first to spot emerging developments in the design industry. What do you think: which overarching lifestyle trends are currently shaping the home office?*

As a larger megatrend, we are moving towards softer values and therefore softer interiors. There is so much uncertainty around us – financially, politically and environmentally – that the home increasingly becomes a place of recovery. We see more work on colours, more textiles, rounded forms and materials that feel good to touch. The home office is becoming less like a workplace and more like a place where you want to feel safe and comfortable.

*How has the home office evolved since 2020 from a makeshift arrangement into a space with a certain lifestyle?*

Initially we just took a kitchen chair and blurred the background for the Teams call. Today we are much more aware that our bodies are actually part of the workplace. We invest in ergonomic chairs, better lighting and proper desks. The home office has gone from something temporary to something we design for.

*How is the design of living spaces changing as work, leisure and relaxation become more intertwined?*

The boundaries are becoming much softer. The dining table can be a workplace at ten, a lunch table at twelve and a place for dinner in the evening. So instead of creating separate rooms for every function, we are looking for furniture and interiors that can shift with us during the day. Of course, the same goes for seating. I want to have a chair for work that's also good enough for computer games and nice dinners.

*What role does “emotional comfort” play in the home office?*

Emotional comfort is becoming almost as important as physical comfort. We don't just want a chair that is ergonomic – we want a room that gives us a certain feeling. That might be flowers, art, colour, music, a favourite lamp or even a scented candle. The home office is becoming more personal and less corporate. I really think art will grow.

*You work remotely a lot: what was the craziest place you’ve ever worked from?*

To me, crazy means uncomfortable. I've edited videos, prepared PowerPoints and done photo work at airports and train stations. Terrible seating situations. I've also worked in taxis. Terrible. And sometimes with a dog in my lap. All these situations remind you how important ergonomics actually is.

*And what was the nicest?*

I mean... I have a beautiful garden I like. And it even has ergonomic chairs. But sometimes the sunlight can be terrible. A beautiful scene, but not good for work.

*Which overarching social megatrends are currently shaping the development of remote working?*

I think we are entering a period of culture clash. Employees have discovered that they can work very effectively from home, while many companies still believe that physical presence equals productivity. At the same time, younger employees may want the office for social reasons. So, the question is no longer „home or office?“ but „what do we actually need the office for?“. I am 100% sure that working from home will be a big part of daily work life, but we will see some culture clashes over time.

*What role do hybrid spaces – such as hotel lobbies, concept stores or cultural venues – play as new working environments?*

I think coworking spaces have reached a peak. The interesting thing now is that the two worlds are starting to merge. Offices are becoming more domestic, with softer furniture, kitchens, plants and lounges, while our homes are becoming more professional with proper desks, lighting and ergonomic chairs. Eventually, there may be a seamless transition between work and home.

Continued on page 16



CoMeet High Steel



Welche Rolle spielen hybride Orte wie etwa Hotellobbys, Concept Stores oder kulturelle Einrichtungen als neue Arbeitsorte?

Ich glaube, die Coworking-Spaces haben ihren Höhepunkt erreicht. Das Interessante ist, dass die beiden Welten jetzt allmählich miteinander verschmelzen. Büros werden wohnlicher, mit bequemeren Möbeln sowie Küchen, Pflanzen und Loungebereichen, während unsere Wohnungen professioneller werden – mit richtigen Schreibtischen, guter Beleuchtung und ergonomischen Stühlen. Irgendwann werden Arbeit und Zuhause vielleicht ganz selbstverständlich ineinander übergehen. Ich glaube, wir werden schon bald öffentliche Orte sehen, an denen explizit nicht gearbeitet werden darf. Ich kann mir zum Beispiel eine Hotellobby vorstellen, in der Arbeiten verboten ist ... In einigen Cafés gibt es das ja schon.

Welche kleinen, aber schnell wachsenden Trends beobachtest du beim mobilen Arbeiten – beispielsweise neue Rituale, Möbel oder Tools?

Ich beobachte einen starken Trend zur Individualisierung. Vielleicht ist der Arbeitsplatz nicht perfekt – aber wenigstens kannst du deinen Tee so trinken, wie du ihn magst. Oder deine perfekte Playlist auf Spotify laden. Vielleicht ist es auch ein schönes Ritual, neben einem netten Menschen zu sitzen und „Guten Morgen“ zu sagen.

Man arbeitet also nicht nur von zu Hause oder unterwegs, sondern auch vom Ferienhaus im Stockholmer Schärengarten aus. Warum ist dein Ferienhaus der ideale Ort für eine „Workcation“?

Kurz gesagt: Hier geht beides zusammen – konzentriertes Arbeiten und ein gesunder Lebensstil. Gesundheitlich tut es mir vor allem gut, draußen in der Natur zu sein und den Wechsel der Jahreszeiten mitzuerleben. In Schweden kann man inzwischen sogar ein Rezept vom Arzt dafür bekommen, in den Wald zu gehen, um Stress abzubauen. Und was die Konzentration betrifft: Im Ferienhaus komme ich wirklich zu mir. Ich kann mich besser konzentrieren, und es ist einfach viel ruhiger.

Warum wächst deiner Meinung nach der Wunsch, Arbeit und Reisen stärker miteinander zu verbinden?

Der Hauptgrund ist, dass wir erkennen, dass wir nicht acht Stunden am Stück am Schreibtisch sitzen und arbeiten wollen. Wir arbeiten 45 Minuten an einem Ort, 30 Minuten an einem anderen und denken dann beim Spaziergehen oder unterwegs über ein Problem nach. Vielleicht sollten wir Erfolg also eher daran messen, welche Ziele wir erreicht und welche Ergebnisse wir erzielt haben – anstatt daran, wie viele Minuten wir am Schreibtisch verbringen. Das Problem ist, dass Unternehmen dabei auch ihre Unternehmenskultur und den sozialen Zusammenhalt verlieren können – und das ist wahrscheinlich einer der Hauptgründe, warum sie wollen, dass die Menschen wieder ins Büro kommen.

Wie haben die Nähe zu Wasser, Wind und Natur die Art und Qualität deiner Arbeit beeinflusst?

Einige meiner besten Ideen kommen mir, wenn ich mit dem Hund spazieren gehe. In der Natur kann ich ganz anders denken. Oft löse ich beim Spaziergehen Probleme, bei denen ich vor dem Bildschirm einfach nicht weiterkomme. Spaziergehen und Nachdenken – das ist einfach mein Ding.

Wie hast du dein Ferienhaus eingerichtet, damit Arbeit und Urlaub gut zusammenpassen?

Bequeme Stühle und gutes Licht sind das A und O. Natürlich ist das Tageslicht im Sommer fantastisch, aber in Schweden haben wir einige Monate, in denen es sehr lange dunkel ist.

Welche neuen Rituale oder Routinen hast du entwickelt, seit du regelmäßig Workcations machst?

Mein Ritual ist, konzentriert und intensiv zu arbeiten. Dieser Text hier zum Beispiel ist wahrscheinlich in 30 bis 45 Minuten erledigt. Wenn ich fertig bin, stehe ich auf und kümmerge mich fünf oder zehn Minuten um meine Pflanzen. Es tut einfach gut, sich mit etwas Lebendigem zu beschäftigen – und nicht nur auf die Computertastatur zu starren.

Welche Technologien machen Workcations heute überhaupt möglich – und was fehlt uns noch?

Was uns fehlt, sind mehr Möglichkeiten, unsere anderen Sinne einzubeziehen. Heute funktioniert mobiles Arbeiten fast ausschließlich über Sehen und Hören: Kannst du mich sehen? Kannst du mich hören? Doch was ist mit Gerüchen, Berührungen und Atmosphäre? Wie wäre es zum Beispiel mit einer Duftkerze, die du zu Beginn einer Zoom-Konferenz anzündest, oder einer Beleuchtung, die sich verändert, wenn du in den Arbeitsmodus wechselst? Solche kleinen Anregungen für unsere Sinne könnten dazu beitragen, dass sich mobiles Arbeiten körperlicher und menschlicher anfühlt.

Werden Workcations Deiner Meinung nach für Kreative und Digitalexperten zur neuen Normalität – oder bleiben sie ein Privileg bestimmter Berufsgruppen?



CoMeet Outdoor

Die Gefahr, dass Workcations zum Privileg werden, besteht durchaus. Nicht jeder hat ein Ferienhaus oder einen Garten oder einen Beruf, der mobiles Arbeiten ermöglicht. Andererseits glaube ich, die größere Veränderung liegt darin, dass Menschen zunehmend mehr Flexibilität erwarten. Die spannende Frage ist, ob diese Flexibilität irgendwann allen offensteht – oder ob sie ein Privileg bleibt, das bestimmten Berufsgruppen vorbehalten ist.

Zum Schluss noch eine Frage: Wo arbeitest du am liebsten? Im Ferienhaus? Im Homeoffice? Oder vielleicht ganz woanders?

Das hängt davon ab, woran ich gerade arbeite. Für meine tägliche Arbeit arbeite ich sehr gerne in meiner Wohnung in Stockholm. Wenn ich mich konzentrieren muss, arbeite ich lieber im Ferienhaus. Und für den sozialen Austausch mag ich den Coworking-Space. Es sind diese kleinen Begegnungen zwischendurch, die ich dort besonders schätze. Die Leute am Empfang kennen meinen Hund, jemand fragt, wie mein Wochenende war, und an der Kaffeemaschine kommt man ganz spontan ins Gespräch. Aber einen Bericht könnte ich dort niemals schreiben – dafür ist es zu laut. Für mich geht es bei der Arbeitswelt der Zukunft also nicht darum, sich für einen einzigen Ort zu entscheiden. Ich finde, die Mischung macht's.



CoMeet Outdoor



Stefan Nilsson in seinem Ferienhaus in Nysättra  
Stefan Nilsson at his summer house in Nysättra

I think we will soon see public spaces that are NOT for work. Imagine a hotel lobby where work is banned... We're seeing it at some cafes already.

What small but rapidly growing micro-trends have you noticed in the field of remote working – such as new rituals, types of furniture or tools?

I see a strong focus on personalisation. You might not get your perfect workspace – but you can get your perfect flavoured tea. Or your perfect playlist on Spotify. Maybe sitting next to a friendly person and saying “good morning” is a nice ritual.

You don't just work from home or remotely: you also work from your summer house in the Stockholm archipelago. Why is your summer house an ideal place for a “workation”?

In short, this offers two things – concentration and a healthy lifestyle. If we look at the health perspective, there is a big focus on being out in nature and seeing that shift through the season. Now in Sweden, you can even get a prescription from a doctor to go into the woods to reduce stress levels. The same applies to concentration, I really wind down at the country house. The focus is better and it is much calmer.

What do you think: why is there a growing desire to combine work and travel more closely?

The main reason is that we realise we don't work eight hours sitting at a desk. We work for 45 minutes here, and 30 minutes there and then think about a problem while walking or travelling. So perhaps we should measure success by goals and results rather than minutes spent at a desk. The problem is that companies also risk losing their culture and social connections – and that is probably one of the main reasons they want people back in the office.

How has being close to water, wind and nature influenced the nature and quality of your work?

I do some of my best thinking when I walk the dog. Being in nature gives the brain space to work differently. I often solve problems while walking that I couldn't solve sitting in front of the computer. Walking and thinking is really my thing.

How have you set up your summer house to strike the right balance between holiday and work?

Comfortable chairs and good light are the key. Of course, natural daylight in summer is amazing but we have some months with lots of darkness in Sweden.

What new rituals or routines have you developed since you started going on workations regularly?

My ritual is to work intensely. For example, this text is probably a 30–45-minute task. When it is done, I stand up and take care of my plants for five or ten minutes. It is just nice to do an activity involving living things – and not just stare at the computer keyboard.

Which technologies make workations truly feasible today – and which ones are still missing?

What we are missing are more senses. Today remote work is almost entirely visual and auditory: Can you see me? Can you hear me? But what about smell, touch and atmosphere? Imagine a scented candle that you light when a Zoom meeting starts or lighting that changes when you enter work mode. These small sensory cues could make remote work feel much more physical and human.

What do you think: will workations become the new normal for creative professionals and digital experts, or will they remain a privilege for certain professional groups?

There is definitely a risk of workations becoming a privilege. Not everyone has a summer house, a garden or a job that allows remote working. At the same time, I think the larger change is that people increasingly expect flexibility. The interesting question is whether flexibility will become something that's available to everyone – or a benefit reserved for certain professions.

And one final question: where do you prefer to work? In your summer house? In your home office? Or perhaps somewhere else?

It depends on the kind of work. For my everyday work, I really enjoy working from my apartment in Stockholm. For concentration, I prefer the summer house. And for social interaction, I like a coworking space. The coworking space is interesting because it gives you all those small human encounters. The receptionists know my dog, people ask about the weekend, and you have spontaneous conversations around the coffee machine. But I could never write a report there – it's too noisy. So, for me, the future is not about choosing one place. I like the mix.



# EIN PFAD AUS LINIEN – UND AUS HALTUNG

A path made of lines – and of attitude

Ein Stuhl ist nie nur ein Stuhl. Er ist ein Stück Zeitgeschichte, ein Ausdruck von Gestaltungskultur und ein Spiegel technologischer Entwicklungen. Der gezeichnete Stuhlpfad von Klöber macht genau das sichtbar: Er führt wie ein roter Faden durch mehr als neun Jahrzehnte Designgeschichte und zeigt, wie sich aus handwerklicher Präzision, ergonomischem Anspruch und mutigen Ideen eine unverwechselbare Markenidentität entwickelt hat.

Vom frühen Sitzmöbel der 1930er-Jahre über die wegweisenden Modelle der Nachkriegszeit bis hin zu den ergonomischen Innovationen der Gegenwart entsteht ein visueller Zeitstrahl, der nicht nur Produkte zeigt, sondern Haltung: die konsequente Suche nach Komfort, das Ziel des besseren Sitzes und die Fähigkeit, Arbeitswelten immer wieder neu zu denken.

Der Stuhlpfad ist damit mehr als eine historische Übersicht – er ist ein Manifest der Innovationskraft. Jede Zeichnung markiert einen Schritt nach vorn, jede Silhouette erzählt von einem Moment, in dem Klöber das Sitzen neu definiert hat. Und gemeinsam formen sie ein Bild, das zeigt, wie Tradition und Zukunft in einer Linie zusammenfinden.

A chair is never just a chair. It is a piece of contemporary history, an expression of design culture, and a reflection of technological progress. Klöber's hand-drawn Chair Path brings this history to life: like a common thread, it traces through more than nine decades of design history, demonstrating how a distinctive brand identity has evolved from craftsmanship, ergonomic expertise, and bold ideas.

From the early seating furniture of the 1930s and groundbreaking post-war models to today's ergonomic innovations, a visual timeline emerges that showcases not only products, but an attitude: a continuous pursuit of comfort, a commitment to creating better ways to sit, and the ability to continually rethink the working environment.

The Chair Path is therefore more than a historical overview – it is a manifesto of innovation. Every drawing marks a step forward; each silhouette captures a moment when Klöber redefined the experience of sitting. Together, they form a visual narrative of how tradition and the future converge along a single line.

**1935 Polstergleich**  
Das erste Modell von Klöber, ein Holzdrehstuhl, überzeugte durch eine reduzierte Designsprache und revolutionäre Sitzfedern, die ein 3D-Sitzgefühl ermöglichten.

**1950 GK50**  
Das Modell GK50 trug den Namen der Gründerin von Klöber: „GK=Grete Klöber“. Bei dem Drehstuhl war der Anteil an Stahl im Vergleich zum Polstergleich bereits deutlich höher. Der Stuhl verfügte zudem über eine Gasfeder.

**1976 Dactylo**  
Dactylo war der erste Drehstuhl von Klöber mit einer Kunststoffschale und einem integrierten Aluminiumbügel, der flächendeckend in der Schalenkonstruktion verbaut war.

**1985 Connex**  
Der Drehstuhl Connex trumpfte mit einer fein justierbaren Synchronmechanik auf. Das Modell überzeugte durch sein Design – einen Mittelstreifen, der sich über den Rücken und die Sitzfläche zog. Bei diesem Stuhl arbeitete Klöber erstmals mit einem externen Designer zusammen: Burkhard Vogtherr.

**1988 Tonga**  
Tonga war der erste Multifunktionsstuhl mit einer pendelnd gelagerte Rückenlehrentechnik von Klöber. Der Stuhl wurde zusammen mit einem Tischprogramm gelauncht.

Klöber's first model, a wooden swivel chair, combined a minimal design language with revolutionary seat springs that enabled a 3D sitting experience.

The GK50 model was named after Klöber's founder: „GK“ stood for Grete Klöber. Compared with the Polstergleich, the swivel chair featured a significantly higher proportion of steel, as well as a gas spring.

Dactylo was Klöber's first swivel chair with a plastic shell and an integrated aluminium bracket built across the entirety of the shell construction.

The Connex swivel chair featured a finely adjustable synchronous mechanism's distinctive design was defined by a central stripe running across the backrest and seat. With this chair, Klöber collaborated with an external designer for the first time: Burkhard Vogtherr.

Tonga was Klöber's first multifunctional chair to feature a pendulum-mounted backrest. The chair was launched alongside a matching table collection.



1935      1950      1976      1985      1988      1992      1998      2003

**1992 Cronos**  
Die ganze Technik von Cronos war im Sitz integriert – eine absolute Neuheit. Das Merkmal wurde ein USP für das Chefsessel-Programm.

All of Cronos's technology was integrated into the seat – an absolute novelty at the time. This feature became a USP of Klöber's executive chair programme.

**1998 Metric**  
Das Modell war der erste vollautomatische Drehstuhl von Klöber. Der Stuhl war seiner Zeit weit voraus und ein echter Pionier in der Branche.

This model was Klöber's first fully automatic swivel chair. The chair was far ahead of its time and a true pioneering development in the industry.

**2003 Cato**  
Cato war das erste Modell mit einer Schnellverstellung. Die Mechanik des Drehstuhls vereinigte die Idee der Metric-Automatik mit den bekannten Mechaniken mittels Feineinstellung. So wurde die Bedienung einfach und effektiv. Mit nur einem Griff war alles justierbar.

Cato was the first model featuring a quick-adjustment mechanism. The swivel chair combined the idea of the Metric automatic system with familiar manual fine-tuning mechanisms. The result was simple and intuitive: everything could be adjusted with just one movement.

**2014 ConWork**  
Die bei Klöber entwickelte Verbindung von Sitz- und Rückenfläche über mehrere Drehpunkte erkennt das Körpergewicht, ermöglicht einen harmonischen Bewegungsablauf und ersetzt die herkömmliche Mechanik. Diese patentierte Gewichtsautomatik Smart Motion wurde später auch in weiteren Stühlen, z.B. LIM eingesetzt.

Developed by Klöber, the connection between the seat and backrest across multiple pivot points recognises body weight, enables a harmonious sequence of movement, and replaces conventional mechanical components. This patented weight-automatic system, Smart Motion, was later incorporated into other chairs, including LIM.

HEUTE  
today



LOOC

**2026 LOOC**  
LOOC ist wohl der vielfältigste Stuhl von Klöber. Nahezu alle Optiken und technischen Ausstattungen sind beim Drehstuhl möglich. Vom Einsatz im Konferenzbereich, im klassischen Büroalltag bis hin zum Executive-Einsatz. Mit oder ohne Netzgewebe, als Polstervariante (aber ohne PU-Schaum), mit hohem Rücken oder niedrigem, mit vierstrahligem Fußkreuz, mit Rollen oder ohne – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.

LOOC is perhaps Klöber's most versatile chair yet. Almost any visual look and technical setup are possible with this swivel chair – from use in conference rooms and everyday office life to executive spaces LOOC can be configured with or without mesh, as an upholstered version without PU foam, with a high or low backrest, on a four-star base, and with or without casters. There are no limits to the imagination.

**2016 Connex2**  
Connex2 besticht bis heute nicht nur durch seinen Look: Mit seiner neuen, cleveren Automatikmechanik passt sich der Stuhl allen Nutzern an. Der neue Aluminiumbügel unterstreicht dabei die Wertigkeit im Material und Design.

Connex2 continues to impresses today, and not just through its distinctive look: with its new, intelligent automatic mechanism, the chair adapts to every user. The new aluminium bracket further emphasises high quality, both in terms of material and design.

**2017 Mera Klima**  
Hinsetzen, Sitztemperatur einstellen, loslegen: Das war die Devise von Mera Klima. Mit dem Klimastuhl brachte Klöber eine Weltneuheit auf den Markt, die den individuellen thermischen Komfort am Arbeitsplatz verbesserte. Die Heizungs- und Lüftungsfunktion war in der Sitz- und Rückenfläche integriert.

Sit down, set the seat temperature, and get started: that was the idea behind Mera Klima. With this climate-controlled chair, Klöber introduced a world-first to the market that improved individual thermal comfort in the workplace. The heating and ventilation functions were integrated directly into the seat and backrest surfaces.

**2018 Connex Mesh**  
Connex Mesh ist eine Weiterentwicklung von Connex2 mit einem unverwechselbaren Rücken, der an umspannte Fassaden erinnert. Das atmungsaktive 3D-Stricknetz ist dreidimensional verformbar und gibt den Nutzenden dynamischen Halt und folgt aktiv jeder Bewegung.

Connex Mesh is a further development of Connex2, featuring a distinctive backrest reminiscent of wrapped architectural facades. The breathable 3D knitted mesh can be shaped in three-dimensions, providing users with dynamic support while actively responding to every movement.

**2018 WOOOM-Familie**  
WOOOM steht für Work and Room. Die Produktfamilie bringt Wohnlichkeit und Komfort ins Büro und schafft einen zusätzlichen Raum für Entspannung. Das Design der Sitzschale ist von einem Hexagon abgeleitet: Durch die immer gleichen Winkel entsteht eine Symmetrie, die Ruhe ausstrahlt und für eine gewisse Designbeständigkeit sorgt. Bei der Produktfamilie ist die Sitzschale aus PET-Filz, die aus geschredderten PET-Flaschen hergestellt wird. Sie ist zu 100% recyclebar.

WOOOM stands for Work and Room. This product family brings a sense of homeliness and comfort into the office, creating an additional space for relaxation. The design of the seat shell is derived from a hexagon: its uniform angles create a sense of symmetry and calm while ensuring a timeless aesthetic. The seat shell is made of PET felt, produced from shredded PET bottles, making it 100% recyclable.



2014      2016      2017      2018      2018      2020      2022      2025

**2020 LIM**  
LIM steht für "Less is More". Reduziert auf das Wesentliche. Dank der patentierten Smart Motion Mechanik (Kinematik) passt sich der Bürodrehstuhl intuitiv an jedes Körpergewicht und die jeweiligen Arbeitssituationen an.

LIM stands for „Less is More“ – reduced to the essentials. Thanks to the patented Smart Motion mechanism (kinematics), this office swivel chair intuitively adapts to different body weights and working situations.

**2022 CoMeet**  
Coffee+Meet=CoMeet. Das Konzept des aktiven Sitzens steht im Mittelpunkt der CoMeet Produktfamilie. Das klare, reduzierte Design des CoMeet ist inspiriert von Bürostühlen aus Zeiten des Polstergleich 1935 und anderen Klassikern. Durch das Zusammenspiel von Materialität, Design und Konstruktion entsteht ein angenehmer Flex, der das Vor- und Zurücklehnen ermöglicht und somit ein komfortables und dynamisches Sitzerlebnis fördert.

Coffee + Meet = CoMeet. The concept of active sitting is at the heart of the CoMeet product family. Its clear, minimalist design is inspired by office chairs from the 1935 Polstergleich era and other classics. The interaction of materials, design, and construction creates a pleasant flex that allows users to lean naturally forwards and backwards while promoting a comfortable and dynamic sitting experience.

**2025 CoMeet C35**  
Angelehnt an das zeitlose, einprägsame Design der Produktfamilie CoMeet, überzeugt die Variante durch das besondere Dreh-Fußkreuz aus Holz und die Drehspindel. Das Modell launchte Klöber zum 90. Geburtstag von Klöber.

Based on the timeless, memorable design of the CoMeet family, special edition features a wooden swivel base and swivel spindle. Klöber launched this model to celebrate the company's 90th anniversary.



# REGIONAL VERWURZELT

Regionally Rooted



Seit mehr als 90 Jahren ist Klöber fest am Bodensee verwurzelt. Was 1935 als innovative Gesundheitsstuhlfabrik begann, hat sich zu einem international erfolgreichen Hersteller hochwertiger Sitzmöbel entwickelt. Trotz seiner weltweiten Ausrichtung bleibt das Unternehmen seinem Heimatstandort in Owingen treu und versteht die Region als wichtigen Teil seiner Identität. Durch die Sicherung von Arbeitsplätzen, nachhaltiges Wirtschaften und die enge Verbundenheit mit der regionalen Gemeinschaft leistet Klöber einen bedeutenden Beitrag zur Entwicklung des Bodenseeraums.

#### Integrationsfachdienst

In Zusammenarbeit mit dem Integrationsfachdienst unterstützt Klöber die berufliche Integration von Menschen mit Handicap. Ziel ist es, den Zugang zum Arbeitsmarkt zu erleichtern und inklusive Beschäftigungsmöglichkeiten zu schaffen.

#### Seewerke Radolfzell

Ein weiterer Partner von Klöber sind die Seewerke Radolfzell. Dort werden unter anderem Mechaniken und Kleinteile für die

Produktion gefertigt. Die Einrichtung bietet Arbeitsplätze für Menschen mit psychischen Erkrankungen sowie mit geistigen oder körperlichen Beeinträchtigungen.

#### Gemeindepsychiatrisches Zentrum (GpZ) in Überlingen

Mit dem GpZ pflegt Klöber eine Zusammenarbeit, die unterschiedliche Bereiche umfasst. Dazu gehören Angebote zur beruflichen Teilhabe von Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen sowie die Versorgung der Belegschaft mit täglichen Mahlzeiten durch das GpZ.

#### Förderung der Jugendarbeit im Sport

Zur Förderung des Sports kooperiert Klöber mit regionalen Vereinen wie dem Turnverein Überlingen, dem Volleyballverein Überlingen und dem Turnverein Hegau-Bodensee. Die Zusammenarbeit unterstützt Angebote für Kinder und Jugendliche im Vereins- und Breitensport.

For more than 90 years, Klöber has been deeply rooted in the Lake Constance region. What began in 1935 as an innovative manufacturer of health-chairs, the company has grown into an internationally successful producer of high-quality seating solutions. Despite its global reach, the company remains firmly connected to its home in Owingen and regards the region as a crucial part of its identity. By securing jobs, practicing sustainable business management, and maintaining close ties to the local community, Klöber makes a significant contribution to the economic and social development of the Lake Constance region.

#### Inclusion Specialist Service

In cooperation with the Inclusion Specialist Service, Klöber supports the professional integration of people with disabilities. The goal is to facilitate access to the labour market and create inclusive employment opportunities that enable individuals to participate fully in working life.

#### Seewerke Radolfzell

Another of Klöber's partners is Seewerke Radolfzell, where components such as mechanisms and small parts are manufactured for use in production. The facility provides meaningful employment opportunities for individuals with mental health conditions as well as intellectual or physical disabilities. Through this partnership, Klöber contributes to inclusive employment and strengthens its commitment to social responsibility within the region.

#### Community Psychiatric Centre (GpZ) in Überlingen

Klöber maintains a close partnership with the GpZ that spans several areas. This includes providing vocational participation opportunities for people with mental health conditions, as well as the daily catering for Klöber's employees, which is provided by the GpZ.

#### Promoting Youth Sports

To encourage youth sports, Klöber collaborates closely with regional clubs such as Turnverein Überlingen, Volleyballverein Überlingen, and Turnverein Hegau-Bodensee. This partnership supports programmes for children and young people in organised and recreational sports.

## Stiftungen

Die gesellschaftliche Ausrichtung von Klöber steht auch im Zusammenhang mit der Eigentümerstruktur der Unternehmensgruppe. Als Teil der Sedus Stoll Gruppe, die sich im Besitz der Stoll VITA Stiftung und der Karl Bröcker Stiftung befindet, ist das Unternehmen mit zwei Stiftungen verbunden, die sich für soziale, kulturelle und gemeinnützige Zwecke einsetzen. Diese Verknüpfung bildet einen Rahmen für verschiedene Aktivitäten und Fördermaßnahmen, die über das wirtschaftliche Handeln hinausgehen.

#### Stoll VITA Stiftung

Die Stoll VITA Stiftung unterstützt Projekte in den Bereichen Gesundheit, Wissenschaft, Bildung sowie Umwelt- und Naturschutz. Ziel der Stiftung ist es seit der Gründung 1985, gesellschaftliche Entwicklungen in diesen Feldern langfristig zu fördern und das gemeinnützige Engagement ihrer Stifter fortzuführen.

#### Karl Bröcker Stiftung

Die im Jahr 1999 gegründete Karl Bröcker Stiftung setzt sich für die Förderung von Kindern und Jugendlichen ein. Unter dem Leitgedanken „Zukunft für Kinder“ unterstützt sie Bildungs-, Therapie- und Gesundheitsprojekte sowie soziale Einrichtungen im In- und Ausland. Ziel ist es, jungen Menschen bessere Chancen auf Bildung, Gesundheit und gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen.



copyright Karl Bröcker Stiftung

## Foundations

Klöber's social commitment is also tied to the ownership structure of its corporate group. As part of the Sedus Stoll Group - which is owned by the Stoll VITA Foundation and the Karl Bröcker Foundation - Klöber is linked to two foundations dedicated to social, cultural, and charitable causes. This structure provides a foundation for a wide range of initiatives and support programmes that extend beyond the company's core business activities.

#### Stoll VITA Foundation

The Stoll VITA Foundation supports projects in the fields of health, science, education, and environmental and nature conservation. Since its establishment in 1985, the foundation has sought to promote long-term social development in these fields while continuing the charitable commitment of its founders.

#### Karl Bröcker Foundation

Founded in 1999, the Karl Bröcker Foundation is dedicated to supporting children and young people. Under the guiding principle „Future for Children“, the foundation supports educational, therapeutic, and health-related projects, as well as social institutions both domestically and abroad. Its aim is to provide young people with better opportunities for education, health, and social participation, helping them build positive prospects for the future.



follow us

**KLÖBER**  
the art of sitting

Klöber GmbH  
Hauptstraße 1  
88696 Owingen/Bodensee  
Germany

T +49 (0) 75 51-838-0

kloeber.com  
info@kloeber.com

91.17312.3