



Modulor

Herr Krüger, Modulor ist in Berlin schon jetzt ein „household name“ für Designer, Architekten und Künstler. Für das nächste Jahr haben Sie sich viel vorgenommen: Sie werden umziehen, in das ehemalige Bechsteinhaus am Kreuzberger Moritzplatz, und wollen dort ein Kreativzentrum etablieren. Wie kam es dazu?

Ausgangspunkt für den Umzug bildete zum einen die schlichte Notwendigkeit, der Enge der jetzigen Räume in der Kreuzberger Gneisenaustraße zu entfliehen. Ein geradezu lachhaft kleiner Geschäftseingang, dahinter mit der Zeit in alle Gebäudeteile hindringend, zudem sich über mehrere Berliner Hinterhöfe erstreckend – das alles war und ist wirtschaftlich, logistisch und auch für unsere 80 Mitarbeiter am Rande der Zumutbarkeit. Der

Laden samt Lager, Warenannahme, Zuschnitt, Werkstätten und Büro platzt seit Jahren aus allen Nähten, obwohl wir auch dort schon fast 3000 Quadratmeter nutzen. Unsere Kunden fragen immer wieder nach mehr Materialien, Produkten und ergänzenden Services für ihre Arbeit. Dem können wir am neuen Standort viel

besser entsprechen. Und im Zuge der ersten Umzugsüberlegungen kamen wir auf den Gedanken, die guten Verbindungen zu einer ganzen Reihe von Firmen in eine über unseren eigenen Platzbedarf hinausreichende Planung einzubinden. Die Reaktionen waren durchweg positiv: Fast jeder, der von unserer Idee hörte, sagte die Beschäftigung mit dem Thema zu, und viele dieser ersten Verbündeten werden kommendes Jahr mit uns in das neue Haus ziehen.

Was wird sich für Ihre Kunden ändern?

Kunden und Gäste werden ab Frühjahr 2011 einen Anlaufpunkt vorfinden, den es so bislang nicht gibt: Einen Ort, der kreative Menschen anzieht, die dort Anregung finden werden und die Möglichkeit, sich mit Materialien und Informationen zu versorgen. Ein Umfeld, das vieles vereint, was wir uns in der Mitte der Stadt vorstellen. Nicht nur für diejenigen, die Inspiration, Know-how, Verarbeitungstechniken, Schulung und Austausch suchen. Sondern auch einen Platz, wo man Dinge findet, von denen man teils gar nicht wusste, dass es sie gibt, und Menschen trifft, die Ähnliches suchen.

Warum wird das Gebäude eigentlich nicht „Modulor Haus“ heißen?

Dankenswerterweise haben sich private Geldgeber für das Projekt gefunden. Diese Familie hat zwischenzeitlich den Aufbau Verlag vor der Insolvenz bewahrt und wird mit diesem und anderen Vorhaben ebenfalls einen Teil der Flächen belegen. Seitens des Finanziers und Bauherrn wird jetzt mehr Außenwirksamkeit beansprucht, deshalb konnte er sich letztlich nicht zu einer

Benennung mit einem Namensanteil „Modulor“ durchringen. Sicher, Ihre Frage impliziert es schon, es sieht ein bisschen nach Selbstsabotage aus, da über Modulor und seine Partner ein Großteil der Menschen dorthin finden wird, aber es macht uns nicht ernsthaft Sorgen. Vielleicht kann man es so sagen: Modulor fühlt sich seit jeher bei Inhalt und Qualität besser aufgehoben als bei Fassade und Branding. Und, letztendlich: Die Berliner sind bekannt dafür, dass sie Bauwerken eigene Namen geben. Lassen wir uns überraschen.

Mr. Krüger, Modulor has in Berlin become a household name for designers, artists, and architects. Nevertheless you have great plans for next year: You will be relocating to the former Bechsteinhaus on Moritzplatz in the Kreuzberg district with the intention of establishing a creative center. What prompted you to relocate?

We decided to move simply out of necessity, as our present rooms on Kreuzberger Gneisenaustraße were becoming far too cramped. The store front entrance was simply a ridiculous size, and what was behind it conquered as time went by all other parts of the building, and also stretched across several of Berlin's backyards – all this was and still is from an economic and logistic point of view as it is for our 80 employees, clearly beyond reasonableness. The shop including the warehouse, goods reception, cutting area, workshops and office has been bursting at the seams for years, even though we are already occupying a floor space of almost 3000 square meters. Our clients keep asking us for more materials, products and supplementary services for their work. We will be in a much better position to handle these requests at our new location. During the initial planning phase for the relocation, the idea came up that we could plan beyond our own space requirements and include in our concept the good relations we have with a whole host of

companies. We met with only positive responses: Almost anyone who heard of our approach promised that they would look into the idea, and many of our supporters will be moving into the new building with us in the coming year.

What is going to change for your clients?

As of spring 2011, our clients and guests will be able to make use of a unique contact point that is the very first of its kind: a place that attracts creative people, will give them inspiration and the opportunity to get their material supplies and obtain information. It's an environment that combines much of what we would expect to find in the heart of the city. Not only for those seeking inspiration, expertise, processing techniques, training and an exchange of ideas. Rather, it should likewise be a place where people chance upon things of which they had no idea they existed, and where one encounters likeminded people striving for similar goals.

Why is the building not going to be called Modulor Haus?

Private sponsors could be found who kindly financed the project. This family has, in the meantime, saved "Aufbau Verlag" (a German publisher) from insolvency and will therefore use part of the available space for the publishing house as well as other projects. The financier and builder is now claiming more visibility, which is why he could ultimately not bring himself to opt for a name containing "Modulor." Sure, and it is implicit in your question, it looks a little like self-sabotage, because Modulor and its partners will attract the majority of people to those other businesses, however, we are not overly concerned about that. Perhaps one could put it this way: Ever since it was established, Modulor has always been about content and quality rather than appearances and branding. And, finally: Berliners have a reputation for giving buildings their own names. So there may yet be a surprise for us in the future!

modulor.de; Interview: Gerrit Terstiege