

„Tara“ - die Armatur:



Fotos: Dornbracht

Die Geschichte von der Evolution eines Klassikers

Mit den Dornbracht Conversations startete Armaturenhersteller Dornbracht eine Diskussionsreihe, die als Diskurs-Plattform in die Öffentlichkeit trägt, was in den vergangenen Jahren bereits intensiv betrieben wurde: die Auseinandersetzung mit Strömungen zwischen Design, Architektur und Kunst. Anlass war die „Überarbeitung“ eines Klassikers der Armaturen-Szene, die „Tara“ von Dornbracht.

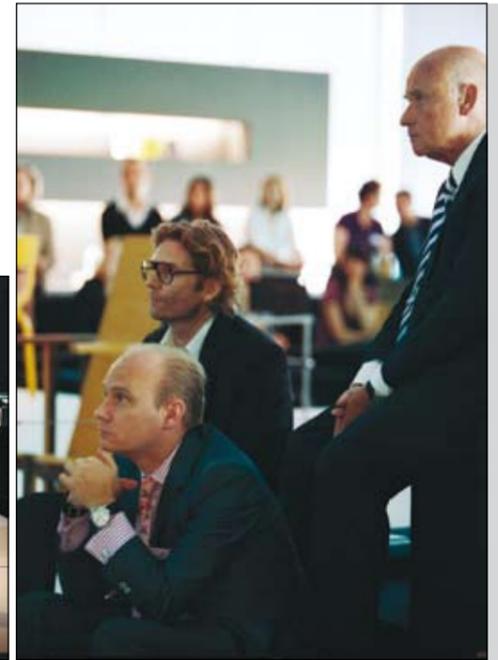
Weshalb dies anders als bei „normalen“ Armaturen mehr als nur eine Meldung wert ist, zeigt ihre Geschichte. 1992 war das Geburtsjahr der Armatur „Tara“. Es war für die damalige Zeit Aufsehen erregend. Die minimalistische Form wurde von Sieger Design entworfen, einem Designstudio mit Sitz im münsterländischen Harkotten mit Dieter Sieger an der Spitze. Der Architekt knüpfte bereits Anfang der 1980er Jahre Kontakte zur deutschen Sanitärindustrie und zeichnete unter anderem für den Aufstieg des Hornbacher Sanitärkeramikers Duravit in die Liga der Design-Produzenten verantwortlich. Auch für Dornbracht entwarf er in dieser Zeit Armaturenserien. Der ganz große Wurf aber gelang

ihm 1992 mit „Tara“, deren klare Linienführung, präzise, schlicht und elegant zum Archetypus der modernen Badarmatur und als solcher weltweit oft kopiert und mit zahlreichen internationalen Designpreisen ausgezeichnet wurde. Tara wurde zu einer der erfolgreichsten Dornbracht Armaturen und begründete den Ruf des Unternehmens als richtungsweisenden Hersteller von Design-Armaturen und Accessoires für Bad und Küche. Als modernem Klassiker wurde ihr mit „Tara. Armatur und Archetypus.“ bereits 2002 ein eigenes Buch gewidmet (erschien im Birkhäuser Verlag).

Einen solchen Klassiker zu verändern, hat dem Unternehmen nach eigener Aussage sehr viel Kopfzerbrechen bereitet. Jetzt wurde diese „Überarbeitung“, die von Dieter Siegers Sohn Mi-

Generationsfrage: Vater Dieter Sieger, der die „Ur-Tara“ schuf (rechts) mit Sohn Michael, verantwortlich für die neue „Tara-Generation“ (links vorne, im Hintergrund: Mike Meire, Dornbrachts Art Director)

Nicht unbescheiden: Für Dornbracht ist es keine Frage, dass die Armatur in der ersten Reihe der Wohnwelt-Klassiker mitmisch. Eine Ausstellung von Stuhl-Klassikern während der Conversations sollte den Anspruch deutlich machen



Die „neue“ Tara.

16 Jahre nach der Geburt der Armatur „Tara“ beginnt Hersteller Dornbracht ein neues Kapitel: die Verfeinerung des Klassikers in Design und Technik mit neuen Oberflächen. Die neue „Tara.“ sei eine konsequente Weiterführung, betont Geschäftsführer Andreas Dornbracht. „Eine zeitgemäße Interpretation, die schon im Namen klar macht, dass unser Ziel nicht der radikale Bruch, sondern eine Verfeinerung im Detail war: Die versale Schreibweise wird abgelöst von filigraneren Schreibweise; der Punkt

erstmalig auch in den Oberflächen Schwarz matt und Weiß matt. Dadurch wird sie zum Ausdruck einer neuen Avantgarde, die sich nicht alleine über die Form, sondern auch über die Oberfläche definiert.

Drei Produktneuheiten für Waschtisch und Dusche sind Tribut an veränderte Bad-Gewohnheiten. Die freistehende Waschtisch-Einlochbatterie wirkt wie eine moderne Skulptur im Raum. Genauso die neue Duschstele, die hoch aufragend



Jetzt kommt Farbe ins Spiel, auch wenn es nur schwarz/weiß ist. bisher jedenfalls kannte man die klassische Tara ausschließlich in glänzenden Chrom

fast bis zur Decke reicht. Die Waschtisch-Wandbatterie mit asymmetrischer Anordnung der Kreuzgriffe provoziert bewusst, indem sie den klassischen, geometrischen Charakter der Kreuzgriffe aus der Senkrechten bewegt.

Passend dazu wurden auch Bad-Szenarien entworfen, die als Anregung für die Inszenierung der verschiedenen

steht als minimalistisches Ausrufezeichen dafür, dass es die feinen Unterschiede sind, die die neue Tara. ausmachen“. Eine Reduzierung der Durchmesser von Griffen und Rosetten und eine gleichzeitige Verlängerung der Armaturen - wenn auch nur um wenige Millimeter - lassen die Armatur schlanker, aufrechter und filigraner wirken. Mit den Sondereditionen Tara.Black Edition und Tara.White Edition gibt es die Armatur

Ausführungen gedacht sind. Sie sind eine Hommage an Avantgardisten, die sich zum Klassiker gewandelt haben - wie Man Ray, Marcel Duchamp oder John Cage. Glänzender Statuario Venato Marmor aus Italien, weiß mit schwarzer Marmorierung, Echtholzdielen aus Eiche, geweißt oder als Lamellen mit Seidenglanz schwarz lackiert.

Großes Foto oben: Passend zur neuen Tara-Generation schuf Dornbracht ein edles Bad-Ambiente mit weißem italienischen Marmor

chael, heute zusammen mit seinem Bruder Christian verantwortlich in Schloss Harkotten, gestaltet wurde, der Öffentlichkeit vorgestellt. Für das Unternehmen ein Anlass, mit Künstlern, Designern, Wissenschaftlern und Journalisten über das Produkt und den Stellenwert moderner Klassiker zu diskutieren. An der Diskussion über das Produkt selbst nahmen Andreas Dornbracht, Mike Meire, Michael und Dieter Sieger teil. Moderator war Dr. Oliver Herwig, Journalist und Architekturkritiker.

Archetypen geben Orientierung

„Es ist eine wichtige Funktion für eine Marke, den öffentlichen Diskurs voranzutreiben“, erläutert Geschäftsführer Andreas Dornbracht die Idee der Dornbracht Conversations. Denn es geht neben einer positiven ökonomischen Entwicklung darum, die Umwelt positiv im Sinne einer Evolution zu beeinflussen.

Somit sei es für das Unternehmen Dornbracht konsequent, sich in diesem Diskurs auch öffentlich zu bewegen. „Design, Architektur, Kunst, das sind heute Bereiche mit fließenden Übergängen. Wir wollen mit diesem Diskurs einen Beitrag leisten, indem wir unterschiedliche Standpunkte gegeneinander antreten lassen. Welchen Stellenwert beispielsweise hat ein Klassiker in einer Kultur, in der es kaum noch Grenzen zwischen den einzelnen Diszi-

plinen Architektur, Design und Kunst gibt?“ Archetypen wie Tara, darin waren sich die Diskutanten einig, stehen für Qualitäten, die über den Tag hinaus Bestand haben. Sie geben Orientierung, Klarheit und versprechen Sicherheit. „Ein Klassiker ist ein Objekt, das in seiner Funktion und Ästhetik absolut harmonisch ist,“ erläutert Dieter Sieger, Produktdesigner der Tara. Andreas Dornbracht hingegen definiert einen Klassiker als etwas Bekanntes, das spontane Sympathie, eine Art Déjà Vu hervorrufe:

„Mit einem Klassiker muss man sich nicht auseinandersetzen.“ Mike Meire in seiner Funktion als Dornbrachts Artdirektor beantwortet die Frage aus kommunikativer Sicht, indem er betont, dass es nicht in den Händen der Designer, des Unternehmens oder anderer Markenverantwortlicher liege, ob ein Produkt zum Klassiker werde oder nicht. „Letztlich“, so Meire „macht der Markt den Klassiker. Und der liegt bekanntlich in der Hand des Kunden.“ Es geht also darum, die Kunden dahin zu führen, ein Produkt für sich als Klas-

siker zu erkennen und anzunehmen.

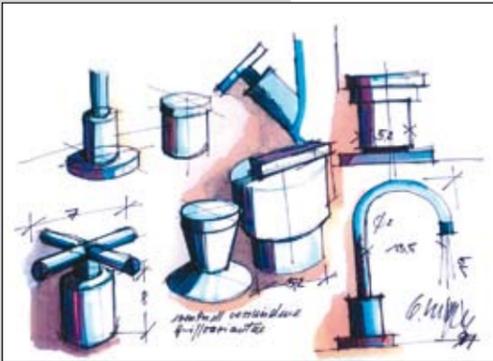
Dementsprechend war die Evolution des archetypischen Armaturklassikers Tara, die Anfang der 1990er Jahre mit einem Entwurf Dieter Siegers begann, eine Revolution mit Anlauf, die mit einem radikalen Bruch durch Tara begann. „Luxus definierte sich bis dahin über Volumen und Schwere“, erörterte Michael Sieger, bei Sieger Design verantwortlich für die Neuinterpretation der Tara. Folglich habe Dieter Sieger zunächst sogar bei Dornbracht Überzeugungsarbeit leisten müssen für das Konzept einer Armatur im Bruch mit Marktströmungen und Zeitgeist.

Ein Zögern, das heute kaum noch nachvollziehbar erscheint, denn Tara hat sich seit ihrer Einführung zu einem oft kopierten und vielfach ausgezeichneten Designklassiker entwickelt. Innerhalb weniger Jahre wurde aus der Revolution eine Ikone im Badbereich. Mit der Realisierung des Buches „Tara. Armatur und Archetypus“ wurde dieser Ikonisierung des Produktes Respekt gezollt. Für das Buch konnte der New Yorker Fotograf Jesse Frohman, Meisterschüler von Irving Penn, gewonnen werden und mit ihm ein Verbündeter auf dem Weg, der Ikone durch die kulturelle Einbettung Überzeitlichkeit zu verleihen. Mike Meire: „Wir wollten ein Höchstmaß an Authentizität, da wir alle zutiefst davon überzeugt waren, dass dieses Produkt dauerhaften Bestand haben würde.“

Modifikationen nur im Detail

Die von Michael Sieger verfeinerte Tara überführt den Klassiker in die heutige Zeit. Tara ist schlanker geworden, ohne ihren Charakter zu verlieren. Es sind Modifikationen nur im Detail. Neben der stilistischen Verfeinerung gibt es Tara erstmals mit Oberflächen in Schwarz und Weiß: „Tara.Black Edition“ und „Tara.White Edition“. So wird sie Ausdruck einer neuen Avantgarde, die sich nicht alleine über die Form, sondern auch über die Oberfläche definiert. „Diese zwei klaren architektonischen Farben sind eine bewusste Hommage an das Bauhaus“, ergänzt der Designer.

„Natürlich gibt es bei uns heute auch Produkte wie MEM, die ebenfalls das Potenzial eines Klassikers in sich tragen. Tara wird für Dornbracht aber immer ein wichtiges Produkt sein“, betonte Andreas Dornbracht. „Sie hat den Ruf der Marke Dornbracht begründet und trägt ihn noch heute mit.“ Diese Nachhaltigkeit basiere in erster Linie auf ihrem zeitlosen Design. „Wir verfolgen die Strategie, überzeitliche Produkte anzubieten, die nicht dem modischen Wandel zum Opfer fallen können.“



Skizzenbuch: Wenn sich Designer Gedanken machen, hier über die Evolution der Tara

Tara wird für Dornbracht immer ein wichtiges Produkt sein

ANDREAS DORNBRACHT, GESCHÄFTSFÜHRER



Kontakte

Die Armatur Tara ist zwar ein Begriff in der Designerwelt und der Sanitär-Branche, wer „Tara“ allerdings in eine Suchmaschine des Internets eingibt, landet nicht bei der Armatur. Der Weg zu mehr Informationen führt deshalb über den Hersteller:

Aloys F. Dornbracht GmbH, Köbbingser Mühle 6, 58640 Iserlohn, Tel.: 02371-433 0, Fax: 02371-433 232,
www.dornbracht.com
Informationen über die Tara-Designer:
www.sieger-design.com/