

## ISS-Außeneinsatz nur mit Astronautinnen

**Washington.** Die US-Raumfahrtbehörde NASA hat erstmals einen ausschließlich mit Astronautinnen besetzten Außeneinsatz an der Internationalen Raumstation ISS angekündigt. Die NASA-Astronautinnen Anne McClain und Christina Koch werden demnach die ISS am 29. März vorübergehend für einen Reparatureinsatz verlassen, sagte eine NASA-Sprecherin. Welche Aufgaben die beiden Frauen bei ihrem Einsatz erfüllen müssen, wollte die Raumfahrtbehörde zu einem späteren Zeitpunkt mitteilen. Astronautin McClain ist derzeit mit ihren Kollegen Oleg Kononenko und David Saint-Jacques auf der ISS. Koch soll Mitte März mit Nick Hague und Alexei Owtshinin dazukommen. *dpa*

## Tag der Stille: Urlauber auf Bali ohne Internet

**Jakarta.** Auf der indonesischen Insel Bali müssen Touristen und Einheimische 24 Stunden lang ohne mobiles Internet auf dem Handy auskommen. Wegen des hinduistischen Feiertags Nyepi (Tag der Stille) erhielten alle Telekom-Anbieter die Anweisung, von 6 Uhr am Donnerstag bis 6 Uhr am Freitag ihre mobilen Datennetze abzustellen, wie das indonesische Kommunikationsministerium mitteilte. Zugleich soll auf dem Flughafen der Inselhauptstadt Denpasar 24 Stunden lang der Verkehr ruhen. *dpa*

# „Design kann alles sein“

Frank Michels aus Walferdingen arbeitet als Produktdesigner in der deutschen Hauptstadt

VON KELLY NIESEN (BERLIN)

**2013 gründete der heute 35-jährige Frank Michels mit seinem Studienfreund David Geckeler ein Designbüro in Berlin. Mittlerweile zählen bekannte Unternehmen wie Nike und Nespresso zu ihren Kunden.**

In einem typischen Gründerzeitgebäude im Berliner Bezirk Neukölln befindet sich das 80 Quadratmeter große Atelier des Designerduos GeckelerMichels. Früher befand sich dort ein Blumenladen, heute stehen die Möbelkreationen der beiden Produkt- und Industriedesigner im Schaufenster. So zum Beispiel der „Oyster“-Hocker, der für den German Design Award 2018 nominiert wurde. Die zwei Unternehmensgründer haben sich während des Studiums an der Fachhochschule Potsdam kennengelernt und wussten schon damals, dass sie sich eines Tages selbstständig machen würden. Eines der bekanntesten Produkte in ihrem Portfolio ist ein Stuhl namens „Nerd“ für die skandinavische Möbelfirma Muuto, der bis heute als Bestseller gilt. Das praktische Stecksystem, klare Linien und das unprätentöse Design trafen den Nerv der Zeit. Michels erklärt sich die Beliebtheit des Produkts anhand einer eher pragmatischen Theorie: „Der ‚Nerd‘-Chair war zur richtigen Zeit bei der richtigen Firma.“

### Künstlergen im Blut

Frank Michels Interesse für Produkt- und Industriedesign wurde schon während seiner Schulzeit entfacht: Auf der E-Sektion im Athenäum merkte er, dass ihm der Gestaltungsbereich besonders liegt. Auch sein Vater, der 2013 verstorbene Künstler Gast Michels, war an seinem späteren Karriereweg maßgeblich beteiligt. „2003 kam er von einer Philippe-Starck-Ausstellung im Centre Pompidou zurück und brachte mir ein Buch mit. Es war nur Text – kein einziges Bild – und dennoch war es so anschaulich beschrieben, dass es etwas in mir auslöste“, erklärt Michels. Von seinem Vater habe er darüber hinaus auch gelernt, Durchhaltevermögen zu beweisen, hart zu arbeiten und immer eine gewisse Selbstkritik zu üben; nur so könne Qualität entstehen.

Willensstärke bewiesen die Designer nicht zuletzt 2015 bei ihrer Zusammenarbeit mit Nespresso. Für den Kaffeekonzern entwarfen Geckeler und Michels die „Touch“-Kollektion – schlichte Tassen in modernem Design, das von To-go-Bechern inspiriert ist. Eine besondere Herausforderung, die es bei der Entwicklung zu beachten galt, war die Farbe: „Wir wollten von Anfang an schwarze Tassen haben, was von Nespresso gleich abgelehnt wurde. Denn Schwarz pigmentiert werden muss. Man befürchtete, dass der Kaffee so nicht mehr appetitlich aussehen würde. „Dazu gibt es sogar eine Studie“, erzählt Michels. „Wir haben aber auf unserer Idee beharrt, und nach einigen Tests auf Seiten des Unternehmens haben sie ihre Meinung geändert.“ Für



Erst Anfang des Jahres präsentierte das Duo die Taschenkollektion namens „Patch“ für das japanische Label ZUCCA. (FOTO: ALEXANDER KILIAN)



Hocker „Oyster“ für die Möbelfirma Util (FOTO: NUNO SOUSA DIAS)



Becher „Touch“ für die Marke Nespresso (FOTO: HAW-LIN SERVICES)



Kreatives Duo in Berlin: Frank Michels aus Walferdingen (l.) und der gebürtige Schweizer David Geckeler. (FOTO: MIRJAM KLUKA)

den Designer sind Tassen ein „demokratisches Produkt“: das in vielen Haushalten vertreten ist und sich von vielen Menschen geleistet werden kann.

### Ökonomisch und ökologisch

Gutes Design bedeutet für Michels eben auch, dass es ökonomisch und ökologisch tragbar ist und Menschen langfristig Freude bringt: „Design kann alles sein – vom Zahnstocher bis zur Luxusjacht. Aber nichts ist schlimmer, als Design, das man schnell wieder wegwerfen kann.“ Kein Wunder also, dass die Werke des Duos eine zeitlose Qualität besitzen. Sie sind schlicht, ohne in den Minimalismus abzudriften – eine Charakteristik, die Michels ungern mit seinen Entwürfen in Verbindung bringt. Vielmehr sind sie clever, angenehm bescheiden und passen sowohl in eine Studenten-WG als auch in ein schicken Loft. Eine Anlehnung an die skandinavischen Stilprinzipien ist deutlich, aber nicht klischeehaft übersetzt: „Wir integrieren immer eine humorvolle Note und wollen den Betrachter damit irritieren, um ein anderes Narrativ zu schaffen.“

„Wir integrieren immer eine humorvolle Note, um den Betrachter zu irritieren.“

Frank Michels, Designer

Neben Möbeln, Geschirr und Accessoires gestaltet das Designstudio auch Interior-Konzepte, etwa für den Sportgiganten Nike. Mit Mode hatte auch eine der jüngsten Arbeiten zu tun: Im Januar dieses Jahres präsentierten Geckeler-Michels ihre Taschenmodelle für das japanische Label ZUCCA. „Wir mögen solche Ausreißer im Portfolio, weil sie uns erlauben, von anderen Sparten zu lernen, neue Erfahrungen zu machen und diese in unsere eigene Arbeit einfließen zu lassen“, so Michels.

### Berlin als Imagerträger

Und wie lautet das Erfolgsrezept des kreativen Duos? „Nach außen hin sieht unser Portfolio natürlich gut aus, aber wir sind noch sehr jung und einige Produkte erst seit Kurzem auf dem Markt“, erklärt der luxemburgische Designer. Dennoch: Nur wenige junge Kreative können solch namenhafte Kunden für sich gewinnen – und das vor allem in Berlin. Die Stadt zählt nicht umsonst als Hochburg des Laissez-faire-Lifestyles. Doch gerade darin sieht Frank Michels ihren Vorteil: „Wir profitieren vom Berliner Image und unsere Kunden gleich mit. Wir mögen vielleicht hier leben und unser Büro haben, aber David und ich haben einen anderen Mindset. Wir sind beide sehr fleißig und fokussiert“, erklärt Michels und ergänzt: „Wir sind im Grunde genommen auch nur zwei Zugezogene, die mit universalen Ideen für einen universalen Markt arbeiten.“

## Luxemburger Wort

Fondé en 1848

ÉDITEUR

Saint-Paul Luxembourg s.a.  
RCS Luxembourg B.147.973  
ISSN 2222-6486

Directeur général: Paul Peckels  
2, rue Christophe Plantin, L-2988 Luxembourg  
Tél.: 49 93-1 (Central téléphonique)  
www.wort.lu

RÉDACTION

Rédaction en chef et direction des publications:  
Roland Arens (rédacteur en chef)  
Claude Feyereisen (rédacteur en chef adjoint),  
Marc Schlammes (rédacteur en chef adjoint)  
Manager de rédaction: Andreas Holpert  
Chef de planification: Christophe Langenbrink  
Directeur artistique: Eberhard Wolf  
Textchef: Tobias Opitz

Chefs de rubrique: Marc Schlammes (Politique),  
Pierre Leyers (Economie&Finances),  
Vesna Andonovic (Culture),

Gilles Siebenaler (Local), Kevin Zender (Sport),  
Michael Juchmes (Lifestyle&Panorama),  
Christophe Langenbrink (wort.lu),  
Guy Wolff (photographe en chef)  
Tél.: 49 93-337, Téléfax: 49 93-384  
E-mail: wort@wort.lu  
Twitter: @Wort\_LU

Facebook: www.facebook.com/wort.lu.de

Abonnements Tél.: 49 93-93 93, Téléfax: 49 93-93 94  
E-mail: abo@wort.lu

Régie/Publicité Tél.: 49 93-90 00, Téléfax: 49 93-90 92  
E-mail: regie@wort.lu

Annonces Tél.: 49 93-600, Téléfax: 49 93-666  
E-mail: annonces@wort.lu

BILLLULL LU20 0025 1100 6200 0000

ABONNEMENTS

Prix de l'abonnement: 82 € (3 mois), 149 € (6 mois) et  
289 € (12 mois); frais de port pour l'étranger en sus.  
E-paper: 74 € (3 mois), 254 € (12 mois). – Pour d'autres  
offres: www.abo.wort.lu

En s'abonnant au Luxemburger Wort, nos lecteurs acceptent expressément le produit tel qu'il est fabriqué par nos presses et machines de conditionnement. Les lecteurs qui tiennent au contraire à obtenir des exemplaires sans encarts publicitaires doivent en faire la demande écrite au service d'abonnements du Luxemburger Wort et recevront leur journal par voie postale, emballé et adressé à leur nom, moyennant couverture des frais additionnels.

Tout annonceur accepte expressément les conditions générales du journal publiées dans le tarif publicitaire.

### TNS Plurimedia 2017

162.100 lecteurs quotidiens (print et e-paper)  
(33% des résidents âgés de 15 ans et plus)  
91.900 lecteurs quotidiens www.wort.lu  
(âgés de 12 ans et plus)



Diffusion quotidienne 2017 (print et digital)

tirage moyen: 58.276 - diffusion totale: 57.738  
diffusion payante: 56.704