form

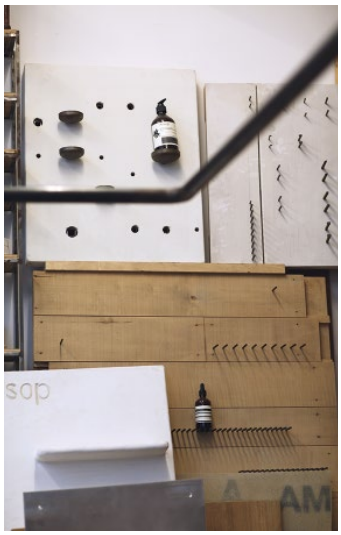
Land of Design Israel

Design Magazine
N° 259, May/Jun 2015
Established 1957

DE € 16.90 AT € 17.90 CHF 25.00
BE € 19.50 ES € 22.90 FIN € 25.50
LU € 19.50

4194205016907 03

Generation Maker
Discourse: After the Party
Soft Robotics



↑ Ciguë, Studio und Werkstatt / studio and workshop, Photo: Kathrin Leist

↓ Ciguë, Aesop Store Montmartre, Paris, Photo: Louis Basquiat

Ciguë

Breaking Baguette

Text: Kathrin Leist

Ciguë, Aesop Store Tiquetonne, Paris, Photo: Louis Basquiat

Ein Display des Céline Showrooms in Mailand. Der Boden der Yves Saint Laurent Boutique auf dem Dover Street Market. Eine mobile Küche im Restaurant Les Grandes Tables in Paris. In den Boutiquen und Restaurants kommen High Fashion-Produkte auf hunderten rohen, massiven Balken im Durchmesser zehn mal zehn Zentimeter zur Ruhe oder es verstecken sich Herdplatten in ihnen. Im Atelier der Architekten von Ciguë am Stadtrand von Paris jedoch stapelt sich Scheitholz, denn dort wird der hohe ehemalige Fabrikraum noch mit einem Feuerofen beheizt. Nebenan ist die Werkstatt, in der Möbel und Prototypen von Ciguë selbst gebaut werden.

●

Im Mittelpunkt des wachsenden Teams stehen sechs Architekten unter vierzig: Hugo Haas, Camille Bénard, Guillem Renard, Alphonse Sarthout, Erwan Leveque und Adrian Hunfalvay, die sich 2003 beim Studium an der Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Paris La Villette trafen, sich schon im ersten Jahr als Team zusammenfanden und sich Ciguë nannten, was auf Deutsch Schierling heißt, jene Pflanze, mit der Sokrates einst umgebracht worden ist. Die Hälfte der Zeit entwarfen sie, die andere bauten sie. In den Wohnungen, deren Inneneinrichtung sie konzipierten, verlegten sie auch die Leitungen für Elektrizität und Wasser selbst. „Natürlich hat diese Zeit Spuren in unserem Denken und unserem Stil hinterlassen", so Hugo Haas. „Aber ab einem bestimmten Punkt in unserer Karriere hat es Sinn ergeben, mehr mit Handwerksbetrieben zusammenzuarbeiten, weil unser Wissen in der Produktion begrenzt ist." Auf der Webseite wird man über einen Film in einer Gießerei oder einem Sägewerk zu den Projekten geführt. Was den Betrachter dazu verleitet, in Ciguë ein Labor zu sehen, in dem Visionäre und Praktiker zusammen neues

Translation: Iain Reynolds

Be it a display at the Céline showroom in Milan, flooring for Yves Saint Laurent's Dover Street Market boutique, or a mobile kitchen at Parisian restaurant Les Grandes Tables, the architects at Ciguë have introduced hundreds of ten-by-ten-centimetre planks of solid, untreated wood to boutiques and restaurants, where they present high fashion wares or conceal cooking hobs. The wood piled up in their studio on the outskirts of Paris, however, is destined for fire as this high-ceilinged converted factory space is still heated by a furnace. Next door is the workshop where Ciguë makes its own furnishings and prototypes.

●

At the heart of the studio's growing team are six architects: Hugo Haas, Camille Bénard, Guillem Renard, Alphonse Sarthout, Erwan Leveque and Adrian Hunfalvay met in 2003 as students at the Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Paris La Villette, teaming up in their first year and calling themselves Ciguë, a name taken from the French for hemlock, the plant that once killed Socrates. They divided their time between design work and site work, even doing their own wiring and plumbing for the interiors they devised. "Obviously, those days left their mark on our thinking and style," says Hugo Haas. "But once we reached a certain point in our careers, it made more sense to collaborate with firms in the trades, because there are limits to our know-how when it comes to production." On the website, information about their projects is accessed via a short film shot in a sawmill or a foundry. This leads visitors to picture Ciguë as a kind of laboratory in which visionaries and tradespeople work hand in hand to develop new designs and innovative techniques. "We have more experience with the practical realisation of projects than other architects and can use this basic know-how to redefine what is possible." All the same, the laboratory is essentially a vision; in reality, Ciguë's work is more about using prefabricated off-the-peg materials, parts and products as little as possible, and attempting instead to try and incorporate raw materials as they are. "We see it as a challenge to keep trying to push the boundaries in tradespeople's minds. Even if we aren't successful, it's something that generates new ideas. We like to say a lot with materials that are not naturally eloquent," explains Hugo Haas. The smooth concrete finishes found underfoot in every Isabel Marant boutique, for instance, create a seamless link between floors, walls and ceiling, meaning the furniture and the goods on display are the immediate focus of attention. Nothing is hidden, neither the materials nor the joins – much as in Peter Zumthor's Swiss Expo Pavilion or at the Centre Pompidou, where the engineering is the look.

In 2012, Ciguë won the French ministry of culture's AJAP Award for young architects. Their style goes so well with high fashion and beauty

Design und innovative Techniken entwickeln. „Wir haben mehr Erfahrung mit der Umsetzung als andere Architekten und können mit diesem Grundwissen neu definieren, was möglich ist." Aber das Labor ist ein Traum, die Realität eher, so wenig vorgefertigte Materialien, Produkte und Bausteine aus dem Katalog wie möglich auszusuchen und stattdessen Materialien in ihrer ursprünglichen Form zu verarbeiten. „Es ist immer wieder eine Herausforderung für uns, die Grenzen in den Köpfen der Praktiker zu erweitern. Auch wenn diese Versuche scheitern, kommen wir so auf neue Ideen. Wir lieben es, viel mit Materialien zu sagen, die nicht von sich aus sprechen", erklärt Hugo Haas. Die glatten Betonbeschichtungen, auf denen man in allen Boutiquen von Isabel Marant steht, verbinden den Boden nahtlos mit den Wänden und der Decke, sodass die Möbel und Waren im Raum sofort ins Auge springen. Nichts ist versteckt, weder die Materialien noch die Verbindungen. Wie im Schweizer Expo-Pavillon von Peter Zumthor oder im Centre Pompidou, in denen die Technik auch der Stil ist.

2012 gewann Ciguë den AJAP Award für junge Architekten des französischen Kultusministeriums. Ihr Stil passt so gut zur High Fashion und zu Beautyprodukten, dass man nicht ahnt, dass die sechs Architekten erst seit vier Jahren kommerziell Räume entwerfen und davor viele Jahre lang kleine Wohnungen im 18. und 19. Arrondissement von Paris ausgebaut haben. Nachdem Ciguë die Kassentheke des berühmten Concept Stores Merci in Paris entworfen und produziert hatte, wurde die Firma Aesop auf sie aufmerksam und beauftragte sie, die dortige Präsentation ihrer Kosmetikprodukte zu übernehmen. Seitdem hat Ciguë nicht nur in Paris die Ästhetik von Boutiquen revolutioniert, sondern auch im Ausland, in Tokio, Shanghai und Hongkong, die Idee des typischen Pariser Designs erneuert. „Es war hart, mit den Pariser Standards zu brechen, weil die traditionelle Brasserie als Idee immer noch das Parademodel ist. Wir nennen diese Ästhetik ‚Das Baguette'", lacht Haas. Wenn man Referenzen aus der französischen Geschichte bei Ciguë findet, dann sind es die bescheidenen, funktionalen Innenräume des frühen 20. Jahrhunderts. Wie die handgroßen Seifenhalter aus grauem Beton, die aus der Wand einer der Aesop-Boutiquen in London ragen.

Auch die japanischen Nägel mit quadratischem Querschnitt, auf denen die Flakons in einem Aesop-Laden (Rue Tiquetonne, 150.000 Euro, 31 Quadratmeter, 2012) in Paris stehen, sprechen ihre ganz eigene, raue Sprache.

products that you would never guess the six architects have only been designing spaces professionally for four years, having previously spent many years renovating small apartments in the 18th and 19th arrondissement in Paris. After devising and producing a shop counter for the famous Merci concept store in Paris, Ciguë came to the attention of Aesop, who commissioned the studio with displays for their cosmetic products at their store. Since then, Ciguë has not only revolutionised the aesthetic of Parisian boutiques but also rejuvenated the image of Parisian design abroad, in Tokyo, Shanghai and Hong Kong. "It was hard to break with those Parisian standards because the archetype is still the traditional brasserie. It's a look we call 'the baguette'," jokes Haas. Where France's past does play a part in Ciguë's work, it is in references to the modest and functional interiors of the early 20th century – see, for example, the hand-sized, grey concrete soap holders that protrudes from the wall of one of Aesop's London boutiques.

Similarly, the square Japanese nails on which the bottles stand in one of the Aesop's Parisian stores (Rue Tiquetonne, 150,000 euros, 31 square metres, 2012) have an honest and highly individual vocabulary – and are

Ciguë, Isabel Marant Store, Shanghai

Ciguë, Isabel Marant Store, Bangkok

Sie werden von Handwerkern in der Nähe von Kioto geschmiedet. „Die neue Verwendung von gefundenen Objekten ist immer auch poetisch", so Haas. „In Japan baut man mit diesen Nägeln die traditionellen Häuser. Aber es ist wichtig, dass diese Readymade-Arbeitsweise keine Formel wird. Man sollte immer wieder wie ein Kind mit frischem Blick auf die Dinge schauen." Der starke Ausdruck von schlichten Materialien wird am deutlichsten sichtbar, wenn Ciguë mit Holz Räume und Objekte einrahmt. Auf einem Bild auf der Webseite sieht man das heterogene Sammelsurium von klobigen Metallschubladen und Kisten. Auf dem nächsten wird man überrascht, wie gut diese einzelnen Elemente zusammenpassen, wenn sie in Holz eingefasst und als Sekretär neu formiert sind.

„Architektur ist immer eine Synthese aus vielem und unsere Rolle ist es, den Kontext zu analysieren und darauf zu reagieren. Was ist die Atmosphäre, die wir für einen Kunden erschaffen wollen? Das Erfinden der Geschichte dauert länger, als das Aussuchen der Materialien", erzählt Hugo Haas. Ein interessanter, narrativer Ansatz ist, wenn das Werkzeug für die Produktion von Wandregalplatten selbst als Display verwendet wird. Wie eine Eichenholzform und ihr Gipsprodukt in einer Aesop-Boutique in Montmartre. Die Gipsplatten schmücken im L-Profil die linke Wand, während auf der anderen Seite die Holzformen angebracht sind, in die der Gips gegossen wurde. Dieses Puzzle aus Einzelteilen, das man dreidimensionales Patchwork nennen könnte, ist das, was die Augen auf Reisen schickt: Massivholz, Stahlrohr, Beton. Statt unerreichbar hinter Glas oder abgehoben auf monumentalen Sockeln, scheinen die Produkte in den von Ciguë entworfenen Boutiquen zum Greifen nahe. Die raue Innenarchitektur wirkt auf die High End-Produkte fast wie ein Kondensator. Die Addition der Elemente, die Dimension des Handgemachten, die haptische Seele der Innenarchitektur, hilft dabei, die High Fashion an modebegeisterte Frauen und Männer zu bringen. Manchmal kommen sogar die einzelnen Produktelemente in den Boutiquen so gut an – wie eine Spüle aus Holz –, dass die Kunden Kopien für ihr Heim bestellen.

● Kathrin Leist (kathrinleist.com) war schon während ihres Industriedesignstudiums an der Zürcher Hochschule der Künste mehr an Ideen interessiert als an Formen. Was sie dazu bewegte, nach ihrem Studium bei der Schweizer Architektur- und Designzeitschrift Hochparterre den Dingen auf den Grund zu gehen. Danach lebte Leist in New York und arbeitete als Korrespondentin für verschiedene Mode- und Designmagazine sowie Blogs. Derzeit lebt und arbeitet sie in Paris.

Ciguë, Isabel Marant Store, Tokyo-Omotesando, Photo: Koyo Takayama

forged by craftsmen in the vicinity of Kyoto. "Using found objects in a new way always has a poetic dimension," says Haas. "In Japan, these nails are used to build the traditional houses. But it's important that this ready-made approach doesn't become formulaic. You always have to come at things fresh, as if seeing them through the eyes of a child." The expressivity of simple materials is most apparent in projects where Ciguë uses wood to frame spaces and objects. In one image on the website, we see a heterogeneous assortment of bulky metal drawers and containers. In the next picture, we then note with surprise just how harmonious these diverse items look when framed by wood and turned into a bureau.

"Architecture is always a synthesis of various things – our role is to analyse and react to the context. What is the atmosphere we want to create for the client? Coming up with the story," explains Hugo Haas, "is more time-consuming than selecting the materials." One way of creating an interesting narrative is to make something previously used to produce display fittings a part of the display itself, as Ciguë has done at Aesop's Montmartre boutique – on the opposite wall from the store's l-shaped plaster, shelves are the oak moulds in which they were cast. In such three-dimensional jigsaws, the customer's gaze is invited to travel across solid wood, tubular steel and concrete. Instead of being shut away behind glass or raised up on monumental plinths, the merchandise in these Ciguë-designed boutiques is placed within touching distance. The honesty of their fittings seems to concentrate the mind on the high-end products within. The way the various ingredients combine, their handmade character, and the haptic quality of these interiors together help to make high fashion products more accessible to fashion fans – male and female. Sometimes the boutique's individual fittings even prove so popular, as was the case with a wooden sink, that customers request copies for their own homes.

● Already as an industrial design student at the Zurich University of the Arts, Kathrin Leist (kathrinleist.com) found ideas more interesting than forms, a fact that motivated her, upon graduation, to explore them in greater depth at the Swiss architecture and design magazine Hochparterre. She subsequently moved to New York, where she worked as a correspondent for various fashion and design magazines as well as blogs, and now lives and works in Paris.

cigue.net