

Steinfeld | Ikea. 100 Seiten

* Reclam 100 Seiten *



FREDERIC STEINFELD, geb. 1987, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Goethe-Universität in Frankfurt a. M. Für seine Magisterarbeit über Ikea erhielt er den Examenspreis des Stiftungsfonds Kopper.



THOMAS STEINFELD, geb. 1954, Journalist, Schriftsteller und Professor für Kulturwissenschaften an der Universität Luzern. Er war Ressortleiter des Feuilletons der *Süddeutschen Zeitung* und deren Kulturkorrespondent in Italien und Schweden.

Frederic Steinfeld
Thomas Steinfeld

Ikea. 100 Seiten

Reclam

2019 Philipp Reclam jun. Verlag GmbH,
Siemensstraße 32, 71254 Ditzingen
Umschlaggestaltung nach einem Konzept von zero-media.net
Infografiken (S. 12 f., 94 f.): annodare GmbH, Agentur für Marketing
Bildnachweis: S. 3 picture alliance / AP Photo / Ola Torkelsson;
S. 5 Picture Partners / Alamy Stock Foto, S. 33 Arco Images GmbH /
Alamy Stock Foto; S. 77 imageBROKER / Alamy Stock Foto;
S. 79 Jeppe Gustafsson / Alamy Stock Foto; Autorenfotos: Frederic
Steinfeld: © Oliver Laux; Thomas Steinfeld: © Susanne Schleyer
Druck und Bindung: Kösel GmbH & Co. KG,
Am Buchweg 1, 87452 Altusried-Krugzell
Printed in Germany 2019
RECLAM ist eine eingetragene Marke
der Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG, Stuttgart
ISBN 978-3-15-020529-7

Auch als E-Book erhältlich

www.reclam.de

Für mehr Informationen zur 100-Seiten-Reihe:
www.reclam.de/100Seiten

Inhalt

- 1 »Schau mal, das hatten wir auch!« – Ein Museum im Wald
- 10 Ein Mann hat eine Idee – wie alles begann
- 18 Neue Möbel für neue Menschen.
Wohnungseinrichtung als Politikum
- 29 Industrielle Möbelfertigung mit Familienanschluss
- 41 Besser sein als die anderen.
Konkurrenzverdrängung und innovative Konzepte
- 55 Hindernisse sind zum Überwinden da.
Von Boykotten, Qualitätssicherung und dem universalen »Du«
- 69 Bald sind wir überall?! Ikea expandiert
- 82 Kreative Problemlösungen und ein Vermächtnis
- 88 Die Globalisierung des Unternehmens und ihr Preis

Im Anhang Lektüre- und Webtipps



»Schau mal, das hatten wir auch!« – Ein Museum im Wald

Seit dem Sommer 2016 gibt es in Älmhult, einer Kleinstadt in Südschweden, eine Art Museum der angewandten Kunst. Zugleich ist die Einrichtung ein Firmenmuseum. Zu diesem Zweck baute der Möbelkonzern Ikea sein erstes Warenhaus um: Hier hatte der Versandhandel Ikea im Jahr 1958 damit begonnen, auf ein zusätzliches Ladengeschäft zu setzen. Im Eingang, gleich gegenüber den Türen, hängt das mehr als zwei Meter hohe Porträt eines älteren Herrn: Ingvar Kamprad war der Gründer und vermutlich bis ins hohe Alter der eigentliche Leiter des Unternehmens. Auf dem Bild blickt er den Betrachter aufmerksam an, wirkt dabei aber von Grund auf freundlich. Das Porträt erscheint in seinen Konturen seltsam unklar, wie verschwommen oder unscharf aufgenommen. Man muss nah herantreten, um den Grund zu erkennen: Es ist aus lauter Punkten zusammengesetzt, und jeder Punkt besteht aus einer weiteren Porträtfotografie, die wiederum jeweils einen von fast zweihunderttausend Ikea-Beschäftigten zeigt, so dass sich das Bildnis Ingvar Kamprads als Mosaik aus den Bildnissen anderer Menschen entpuppt. Ikea, so lautet die Botschaft dieses Bildes, ist zwar Ingvar Kamprad. Aber dieser milde Mann und

sein Werk sind als eine aus Arbeitern und Angestellten gebildete Gesamtleistung zu verstehen, die sich dem als Slogan neben dem Porträt formulierten, angeblichen Firmenzweck unterordnet: »Einen besseren Alltag für die vielen Menschen zu schaffen.«

Die Kleinstadt Älmhult liegt mitten in den Wäldern der Provinz Småland. Malmö im Süden, die nächste größere Stadt, ist 150 Kilometer entfernt. Nach Stockholm, in die Hauptstadt im Norden, ist man mindestens vier Stunden unterwegs. In der Nachbarschaft, jeweils etwa dreißig oder vierzig Kilometer entfernt, liegen ähnliche Kleinstädte, Värnamo zum Beispiel oder Hässleholm, dazwischen Wälder, Seen, Wasserläufe, ein paar Felder und Wiesen. Außer Fichten, Moos und Blaubeeren wächst hier wenig, weshalb das pittoreske rote Holzhaus am dunklen See eher ein Ausdruck vergangener Not ist als ein Idyll. Und doch ist in Älmhult ein großes Unternehmen zu Hause, ein Weltkonzern sogar, eine Firma mit einem Marktwert, der, den Schätzungen des Wirtschaftsmagazins *Forbes* zufolge, irgendwo in der Nähe der Summen liegt, die für Nike, Volkswagen oder UPS gezahlt werden müssten. Keine dieser Firmen führt, zumindest nach außen, ein so entschlossen provinzielles Dasein wie Ikea.

Ingvar Kamprad war in dieser Gegend aufgewachsen, in Elmtaryd, einem Weiler, der zur Gemeinde Agunnaryd gehört. Diese erstreckt sich, etwa dreißig Kilometer nördlich von Älmhult gelegen, über eine Fläche, die ungefähr so groß ist wie das Stadtgebiet von Augsburg oder Halle. Aber es leben dort nur gut sechshundert Menschen. Als Fünfjähriger hatte er begonnen, mit Streichhölzern zu handeln, als Zehnjähriger hatte er das Sortiment auf selbstgefangene Fische, Kugelschreiber und Lametta ausgeweitet, als Siebzehnjähriger hatte er das



Ein Besucher fotografiert das überdimensionale, aus vielen kleinen Bildern der Angestellten zusammengesetzte Porträt Ingvar Kamprads im IKEA Museum, Älmhult

Versandhaus gegründet, das sich einige Jahre später auf Möbel konzentrierte und zu Ikea wurde – wobei sich in diesem Unternehmen die Industrie spiegelte, die in dieser Region naturgemäß beheimatet war, nämlich die Herstellung von Stühlen, Tischen und Schränken. Und hier, in Älmhult, entstand 1958 das erste Warenhaus unter jenem Namen, den längst die ganze Welt kennt: ein moderner, rechteckiger Funktionsbau, dessen stilistische Extravaganz lediglich in einer aufsteigenden Arkade besteht, die von V-förmigen Betonpfeilern getragen wird. Vor ein paar Jahren wurde das alte Haus zu klein, ein neues wurde gebaut. Es ist jener ursprüngliche Bau, der nun als Museum dient.

Die großen Automobilhersteller betreiben private Museen. Die Firma Adidas stellt in Herzogenaurach ihre Geschichte aus. Der Möbelhersteller Vitra, der die teuersten Designer der Welt beschäftigt, unterhält in Weil am Rhein ein mindestens ebenso teures Museum. Das Museale an Ikea hingegen sah bis vor kurzem ähnlich bescheiden aus wie Ingvar Kamprads Arbeitszimmer in seinem Haus am Genfer See, wohin er im Jahr 1976 gezogen war, weil ihm in Schweden die Steuern zu hoch wurden: Es enthielt lauter gewöhnliche Dinge, die auf die übliche Weise alt geworden waren. Dieses kleine Arbeitszimmer steht nun selber im Museum, mit den mehrmals wiederbenutzten Ordnern, dem Durcheinander aus Familienfotos, Wörterbüchern und Porzellantigern, den Serienmöbeln aus der eigenen Produktion sowie den gelben Merktzetteln, die an der Schreibtischleuchte kleben.

Mit dem Umzug nach Älmhult verwandelte sich das Arbeitszimmer: Es ist jetzt ein Exponat. Es existiert nicht mehr als solches, sondern es symbolisiert die Einfachheit und die Sparsamkeit seines Benutzers. Die schlichte, überklebte Zigarrenkiste, in der Ingvar Kamprad die beim Fischverkauf verdienten Öre verwahrte, wird, von einem Scheinwerfer erleuchtet und in eine Vitrine gestellt, zum ebenso bedeutsamen wie kostbaren Requisit eines außerordentlichen Menschen, dem das Erwerben und Vermehren von Geld zur Natur wurde – und das in einer Selbstverständlichkeit, wie manche Menschen eine gleichsam natürliche Fähigkeit besitzen, Pilze zu finden oder Klavier zu spielen.

Überhaupt ist dieses Museum kein Museum im wissenschaftlichen Sinn. Es besitzt keine systematisch angelegte Sammlung, es betreibt keine Forschung, es gibt vermutlich nicht einmal einen sorgfältig geführten Katalog der Exponate.



Das IKEA Museum in Älmhult

Stattdessen dient es einer Geschichte, die teleologisch angelegt ist: zum Zweck der Darstellung von Herkunft und Entfaltung einer globalen Marke.

An einem Regentag im Juli ist kaum ein freier Parkplatz mehr zu finden, und auf den drei Etagen mischen sich schwedische, deutsche, dänische und britische Besucher. In der Freude des Wiedererkennens sind sie vereint: »Schau mal, das hatten wir auch!« Erzählt wird hier ein doppelter Bildungsroman, der Roman eines Kaufhauses und seiner beliebtesten Produkte sowie der Roman des dafür verantwortlichen Menschen. Die Nennung der kleinen und mittleren Skandale, die es in der Geschichte dieses Unternehmens gab, scheint dabei die Spannung zu erhöhen. Die Sympathien des jungen Ingvar Kamprad für den Nationalsozialismus, die Beschäftigung von Zwangs-

arbeitern in der DDR, die Verwendung von Formaldehyd bei der Herstellung von Bücherregalen des Typs Billy: Diese Ereignisse erscheinen, gleichrangig, als verzeihliche Irrtümer auf dem Weg zu einem in jeder Hinsicht idealen, sozial, ökologisch und politisch verantwortlichen Unternehmen – in einem ähnlichen Sinn, wie das mit dunkelbraunem Leder bezogene, neobarock geformte Ikea-Sofa aus den siebziger Jahren heute als eher amüsante Geschmacksverirrung gilt.

So stehen sie nun in einer langen Reihe hintereinander, die von Ikea in sechzig Jahren geschaffenen Wohnräume, ein jedes Zimmer ein Reflex auf seine Zeit, ein Reflex auf eine spezifisch schwedische Vorstellung vom Wohnen: Räume, die in den dreißiger und vierziger Jahren als Verkörperung eines sozialdemokratisch gesunden Lebens gelten konnten. Und jedes Zimmer, jedes Möbelstück ist ein Dokument der Produktionstechnik, mit der Ikea das Schreinerhandwerk der Region in die Serienfertigung übertrug. Ikea konkurrierte stets über den Preis. Was den Weg in den Katalog fand, war in den meisten Fällen deutlich billiger als jedes vergleichbare Produkt. So ist es heute noch. Dennoch brachte Ikea nicht wenige Möbel hervor, bei denen schon die Nennung ihres Namens ausreicht, um ihr Bild ins Gedächtnis zu rufen – eine Eigenschaft, die ansonsten nur die Werke der berühmtesten Möbelgestalter auszeichnet, die dann entsprechend teuer sind. Doch das Wissen darum, wie der Stuhl Ögla aussieht, der Sessel Poäng, der Tisch Stabil, das Regal Billy oder das Sofa Klippan, gehört fast zu einer guten Allgemeinbildung. Die meisten anderen Marken leben vom Schein der Exklusivität. Ikea tut das Gegenteil. Die Produkte der Firma sind überall und für relativ wenig Geld zu haben. Ikea ist dennoch eine Marke – und nicht nur das: eine wahrhaft populäre, von ähnlich großer Geltung wie Coca-Cola

oder Adidas. Die Firma verkauft nicht einfach ein Produkt. Sie handelt mit Inneneinrichtungen für das moderne Leben. Ja, für viele Menschen verkörpert sie die Inneneinrichtung des modernen Lebens schlechthin.

Um so populär zu werden, bedurfte es weit mehr als der unbedingten Geschäftstüchtigkeit eines charismatischen Gründers, der angeblichen Erfindung des »flachen Pakets« (die man sich, unter anderem, aus dem Warenhaus »NK« in Stockholm auslieh, wo sie schon seit 1943 praktiziert wurde) und der Universalisierung des Innen-Sechskant-Schlüssels. Zwar gibt es bei Ikea heute keine offenen Plagiate mehr, doch finden sich Einflüsse von vielen erfolgreichen Möbelentwürfen der klassischen skandinavischen und internationalen Moderne im Sortiment wieder, übertragen auf einfacheres Material und auf schlichtere Verbindungen, angepasst an maschinelle Produktion und effiziente Verpackungstechnik. Alvar Aalto und Bruno Mathsson, Arne Jacobsen und die Gebrüder Thonet, später auch Gio Ponti und Charles Eames: Sie alle trugen unfreiwillig zu dem Mobiliar bei, das von Ikea unter eigenem Namen und als eigener Entwurf vertrieben wird. Es erscheint nun, auch in der Ausstellung des Museums, als systematische Fortsetzung eines von Helligkeit und Funktionalität geprägten Stils, der in der ländlichen nordischen Nationalromantik des späten 19. Jahrhunderts begann und über die skandinavische Anverwandlung des Funktionalismus geradewegs in eine Erneuerung des »internationalen Stils« der sechziger Jahre führte. »Demokratisch« sei das Design, behauptet Ikea in der Ausstellung. Das trifft insofern zu, als die Möbel für viele Menschen erschwinglich sind. Es scheint aber darüber hinaus etwas Größeres gemeint: ein Weltzustand, der irgendwie schwedisch sein soll – eine Anmaßung, die übrigens nichts gälte,

wäre da nicht auch der weltweit verbreitete Glaube, in Schweden gäbe es so etwas wie einen rundum guten Staat, die ideale Demokratie.

Zur Ausstellung in Älmhult gehört auch ein kleines Kino. Dort wird, in einer Endlosschleife, ein kurzer Film des britischen, aber schon seit Jahrzehnten in Schweden lebenden Regisseurs Colin Nutley gezeigt – desselben Mannes, der in den frühen neunziger Jahren die schwedische Nationalromantik neu erfand, mit dem Spielfilm *Änglagård* (1992, dt. Titel: »Fanny's Farm«), und zwar auf eine Weise, die noch den härtesten Kiefernholztisch in ein tränenfeuchtes Taschentuch verwandeln könnte. Der Kurzfilm zeigt schöne, junge Menschen unterschiedlicher Hautfarbe, die alle miteinander befreundet sind und eine Hochzeit feiern, während gleichzeitig ein Kind geboren wird. Und mitten durch die blühende schwedische Sommerlandschaft fährt ein alter Saab. Ikea tritt in diesem Film nicht auf, weder als Name noch in Gestalt von Möbeln. Im Grunde ist dies auch nicht nötig, denn alles, was hier zu sehen ist, die mittelalterliche Kirche, die Wiesen und Bäume, das knatternde Auto, die schönen Menschen, der Kreißsaal – das alles in seiner Gesamtheit soll wohl Ikea sein. Ein Möbelhaus gewissermaßen als Initiator einer globalen Erweckungsbewegung, ein Storytelling, das ein hinter den Tausenden von Porträts Ingvar Kamprads liegendes Versprechen einzulösen scheint: Wir sind eins, zusammen besiedeln wir eine schöne, heile Welt. Der Anspruch ist, daran kann kein Zweifel herrschen, weltumfassend.

Die Möbelfirma Ikea inszeniert sich hier nicht mehr wie ein erfolgreiches Wirtschaftsunternehmen, sondern eher wie ein universales Institut für Sinnstiftung. Das geschieht, ohne dass dabei der Geschäftszweck aufgegeben würde, im Gegenteil. In

dieser Bewegung gleicht Ikea nicht nur den anderen großen Marken auf dem Weltmarkt, Apple zum Beispiel oder Nike oder, auf höherem Preisniveau, Prada, sondern das Unternehmen vollzieht auch an sich selbst die Logik des »branding«: in der Ausstattung des Warenangebots mit einem ideologischen Überschuss, der dann das Eigentliche der Produkte ausmachen soll – und also letztlich der Kunst näher ist als dem Gebrauchswert. Deswegen gibt es jetzt nicht nur das Museum in Älmhult, sondern auch eine Vielfalt von Kollaborationen mit berühmten Designern, mit Piet Hein Eek zum Beispiel, mit der dänischen Werkstatt Hay oder mit der Glasgestalterin Ingerd Råman. Und aus demselben Grund beginnt die Firma, die gigantischen blau-gelben, ästhetisch schwer erträglichen Würfel an den Stadträndern durch Warenhäuser in den Innenstädten zu ersetzen, mit einer jeweils sorgfältig der Umgebung angepassten, aber entschieden modernen Architektur.

Die Fassade des Museums in Älmhult ist übrigens ganz in strahlendem Weiß gehalten. Das war bei diesem Bau schon immer so. Und im ersten Stock gibt es, in einem Studio, das aus einer Ikea-Küche besteht, für jeden Besucher die Gelegenheit, sich selbst als glückliches Elementarteilchen des Ikea-Gesamtwesens zu fotografieren. So kommt das eine zum anderen.



Ein Mann hat eine Idee – wie alles begann

Neues aus Älmhult: Die Entstehung eines Versandhauses

Als Ikea im Jahr 2010 die Glühbirne durch die Energiesparlampe ersetzte, seien 626 Millionen Menschen zu Umweltschützern geworden, heißt es in einem Artikel, der im Jahr 2012 in der amerikanischen Zeitschrift *The New Yorker* erschien. Selbstverständlich ist der Satz eine Übertreibung, aber nicht nur die Zahl der Kunden dürfte verlässlich sein, sondern auch die darin ausgedrückte Vorstellung von Bedeutung. Ikea ist der größte Möbelhändler der Welt, und das Unternehmen ist viel mehr als das: ein Immobilienentwickler, eine Bank, ein Gastronomie-Konzern, eine Agentur der Moden und der Stile. Im Jahr 2017 erwirtschaftete Ikea in über 400 Filialen in etwa vierzig Ländern einen Umsatz von mehr als 36 Milliarden Euro, knapp 5 Milliarden davon in Deutschland. Auf dem Weg zu einem solchen Erfolg durchdrang Ikea nicht nur alle Gesellschaftsschichten, sondern etablierte sich auch in allen Generationen.

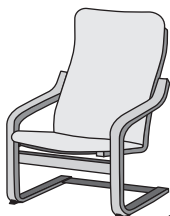
Ingvar Kamprad, gerade siebzehn Jahre alt geworden, hatte die Firma im Jahr 1943 als Haustürgeschäft gegründet: Der Na-

me ist ein Akronym. Es steht für den Vor- und Nachnamen des Gründers sowie für den Weiler Älmtaryd, altertümlich »Elmtaryd«, und die Gemeinde Agunnaryd. Bei der Gründung ging es zunächst gar nicht um Möbel. Ingvar Kamprad verkaufte Füllfederhalter, Uhren oder Brieftaschen – lauter Waren, die sich für Haustürgeschäfte in einer bäuerlichen Umgebung anboten. Das Startkapital hatte er sich, eigenen Aussagen zufolge, schon seit Kindertagen mit einer Vielzahl kleinerer Tätigkeiten erworben und zusammengespart. Mit diesem Geld und einem Kredit in Höhe von 500 Kronen hatte er aus Paris 500 Füllfederhalter importiert. Auf die Füllfederhalter folgten Feuerzeuge aus der Schweiz, später Kugelschreiber aus Ungarn. Während Ingvar Kamprad solchen Geschäften nachging, studierte er zwischen 1943 und 1945 an der Handelshochschule in Göteborg. In den folgenden beiden Jahren absolvierte er seine Grundausbildung im schwedischen Militär. Erst als er diese im Oktober 1947 beendet hatte, widmete er sich ausschließlich seiner Händlertätigkeit.

Gegen Ende der vierziger Jahre begann Kamprad, ein Flugblatt mit dem Namen *ikéanytt* (»Neues von Ikéa«) an seine Kunden zu verschicken, um diese über die Neuigkeiten im Sortiment zu informieren. Im Jahr 1947 ging Ikea dann dazu über, in Zeitungen zu inserieren, und vollzog damit den Schritt in Richtung Versandunternehmen. Auf die Annoncen folgten Beilagen, die Kamprad ab 1949 unter anderem dem *Verbandsblatt der Landwirte* beilegen ließ, einer Zeitschrift mit einer Auflage von 285 000 Exemplaren. Im Jahr 1948 wurden schließlich auch Möbel Teil des Sortiments. Deren Herstellung und Versand übernahmen kleinere Schreinereien in der näheren Umgebung Älmhults: Ein Sessel namens Rut war das erste Möbelstück, das Ingvar Kamprad im Programm hatte. Auch

IKEA's Möbelklassiker Best- und Longseller

Viele Möbel von IKEA gelten heute als Klassiker, und fast jeder weiß eine Geschichte zu ihnen zu erzählen. Doch wann genau sind sie eigentlich auf den Markt gekommen?



1956
Lövet



1956
Name: Lövet
Neuer Name: Lövbacken
Designer: Möbelfabrik Big, Rörvik

1979/80
Name: Klippan
Designer: Noboru Nakamura

1968
Name: Ivar
(vorher Bosse, Ingo, Uffe)
Designer: Lennart Ekmark

1981
Name: Lack
Designer: unbekannt,
wohl amerikanisches Vorbild

1976/77
Name: Poem
Neuer Name: Poäng
Designer: Noboru Nakamura

1996
Name: Expedit
Neuer Name: Kallax
Designer: Håkan Eriksson u. a.

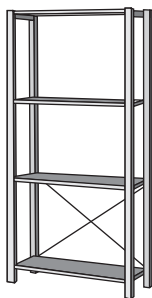
1979
Name: Billy
Designer: Gillis Lundgren

1968
Ivar

1996
Expedit

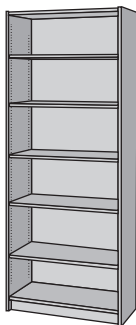
1976/77

Poem



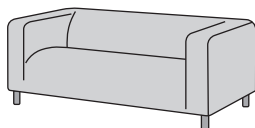
1979

Billy



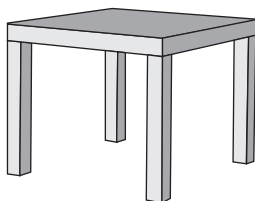
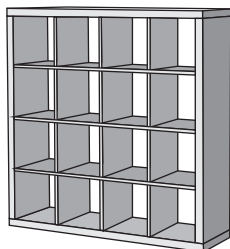
1979/80

Klippan



1981

Lack



heute tragen alle bei Ikea erhältlichen Gegenstände einen Namen, oft geographischer, manchmal auch persönlicher Art, deren Aussprache die Kundschaft außerhalb Schwedens nicht selten vor Probleme stellt. Der Grund für die allseitige Warenaufnahme soll – so wurde von Kamprad behauptet – in seinem Unvermögen liegen, sich Artikelnummern zu merken. Tatsächlich verwandeln sich mit den Eigennamen lauter anonyme Dinge in Elemente eines individualisierten Hausrats. Und dass dieser darüber hinaus einen dezidiert schwedischen Charakter trägt, entspricht der Vermarktung des Warenhauses als konzentrierte Version einer »guten« Nation. Die Namen sollen nach Möglichkeit weltweit einheitlich sein und sind nach Produktgruppen sortiert. So tragen Stoffe und Gardinen Frauenamen, Sessel und Sofas schwedische, Teppiche dagegen dänische Ortsnamen. Das manchmal Unbeholfene, ein wenig Sperrige, das in dieser Namensgebung liegt, erscheint dabei als eher sympathischer Eigensinn.

Der mit Entstehen des Versandhandels etablierte Direktvertrieb erlaubte Ikea, günstigere Preise als die Konkurrenz anzubieten. Der Kostenvorteil wurde in Annoncen hervorgehoben, die Zwischenhändler wurden darin sogar als Preistreiber beschimpft. Zwar hatten die ersten beiden schwedischen Versandhäuser ihre Tätigkeit schon in den letzten Jahren des 19. Jahrhunderts aufgenommen, durchsetzen konnte sich dieses Geschäftsmodell allerdings erst später, in Schweden wie in Deutschland: in einer ersten Welle in den zwanziger Jahren, in einer zweiten Welle in der frühen Nachkriegszeit, und zwar jeweils konzentriert auf den Handel mit Kleidung. In beiden Ländern richtete sich das Sortiment dabei vor allem an Kunden in einkommensschwachen und ländlichen Regionen. Standardisierung, Massenproduktion, eine verbesserte Infrastruktur

und nicht zuletzt die steigende Nachfrage nach Konsumgütern in der Industriegesellschaft führten dann vor allem im Flächenstaat Schweden dazu, dass der Versandhandel rasch an Bedeutung gewann. Dass Ikea seine Möbel über den Versand verkaufte: Das war etwas Neues.

Das Land der Verbannten: Wo Småland liegt

Die Schriftstellerin Astrid Lindgren schildert die Dörfer Smålands zum Vergnügen der halben Erdbevölkerung als friedliche Orte, die Bullerbü (auf Schwedisch: Bullerby) oder Lönneberga heißen und in denen Olle, Inga, Lasse, Britta und Michel mit der Suppenschüssel zu Hause sind, wie auch sonst nur fröhliche und redliche Menschen dort leben. Diese Bilder aus den schwedischen Wäldern, einer Landschaft, in der eine Anarchie der guten Seelen herrscht, wo Natur und dörfliche Gemeinschaft den frei umherschweifenden Kindern ihre Unabhängigkeit lassen und sie doch zur Vernunft führen, gruben sich tief in die Vorstellungen ein, die sich Mitteleuropäer vom Norden machen. Die wahrheitsgemäßere Geschichte dieser Region nördlich der Moräne von Halland wäre indes eine von großer Armut und dringender Not.

Aus Wald besteht diese Landschaft, und das heißt hier: hauptsächlich aus Fichten, die auf einem Boden aus Granit stehen. Zwischendurch sieht man Birken, ein paar Eichen oder Eschen, dann wieder Fichten und abermals Fichten. Im felsigen Boden bleibt das Wasser stehen, so dass es in dieser Gegend unzählige Seen gibt, Sümpfe, morastige Stellen. Nur selten wird der Wald von einer Rodung unterbrochen, von einer freien Fläche mit ein paar Feldern und Wiesen, die mit roh ge-

fügten Steinmauern eingefasst sind – die Steine wurden in mühsamer Arbeit von den Äckern geholt –, von einem Holzhaus, das rot und mit weißen Eckpfosten unter hohen Bäumen steht. Dann wieder Wald, Bäche, Entwässerungsgräben, kleine Flüsse, in denen Wasserrosen wachsen und die von Schilf gesäumt sind.

Zwischen 1850 und 1925 verlor die Gegend um Osby, im »Östra Göinge« genannten nördlichsten Amtsbezirk von Schonen, fast jeden zweiten Bewohner. Ein wenig weiter nördlich, bei Älmhult, waren es womöglich noch mehr. Die Leute packten ihre Sachen, verließen ihre Häuser und versuchten, mindestens in Dänemark unterzukommen, eher aber noch auf dem Zwischendeck irgendeines Segel- oder Dampfschiffes, das sich anschickte, den Atlantik zu überqueren. Die meisten dieser schwedischen Auswanderer siedelten sich dann im Mittleren Westen der Vereinigten Staaten an, in Dakota, Wisconsin oder Minnesota. »Dies ist das Land der Verbannten«, schrieb der Dichter August Strindberg um die Jahrhundertwende über Schweden. Tatsächlich war das Land bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts hinein eine der ärmsten Regionen Europas gewesen. Während die Industrialisierung in weiten Teilen Westeuropas längst eingesetzt und im Falle Großbritanniens bereits ihre Reifephase erreicht hatte, arbeiteten damals noch mehr als achtzig Prozent der schwedischen Bevölkerung in der Landwirtschaft. Erst die sich immer stärker entwickelnde wirtschaftliche Integration Europas sowie die innereuropäisch gestiegene Nachfrage nach Rohwaren wie Holz und Eisen führten zu einer beginnenden Industrialisierung einzelner Produktionszweige in Schweden.

Während nun aber die Industrialisierung in Deutschland und Großbritannien zur Entstehung von Ballungsräumen

führte, vollzog sie sich im Flächenstaat Schweden vor allem in der Provinz, in kleineren Gemeinden in der Nähe von Rohstoffvorkommen, um die herum kleine bis mittelgroße Unternehmen entstanden. Auf diese Weise hatte sich rund um Älmhult seit der Mitte des 19. Jahrhunderts eine Holz- und Möbelindustrie angesiedelt. Die wenig fruchtbaren Böden der Provinz eigneten sich kaum zum Ackerbau, so dass die Möbelherstellung sich als Alternative zur Landwirtschaft anbot. Außerdem brauchte man nicht viel Kapital, um eine Möbelfabrik zu gründen: Zumeist reichten Säge, Hobel und Bohrer. Nur die wenigsten Fabriken nutzten avancierte Techniken, mit denen gebogene und andere ausgetüftelte Konstruktionen hergestellt werden konnten. Der geringe Kapitalbedarf führte dazu, dass im Jahr 1945 in mehr als der Hälfte der schwedischen Möbelunternehmen weniger als elf Mitarbeiter arbeiteten, ein Drittel hatte gar fünf oder noch weniger Mitarbeiter. In dieser Welt war Ingvar Kamprad aufgewachsen, und als er das Sortiment seines Gemischtwarenhandels auf eine solide Grundlage zu stellen suchte, stieß er selbstverständlich auf die heimische Industrie. Sie vereinfachte ihm einerseits den Zugang zu Möbeln, legte ihm diesen Geschäftszweig andererseits aber auch nahe.



Neue Möbel für neue Menschen. Wohnungseinrichtung als Politikum

Der neue Mensch: Man lebt, wie man wohnt

Als das 20. Jahrhundert noch jung war, sollte der Mensch neu werden – ganz anders, als der Mensch im 19. Jahrhundert gewesen war, besser organisiert, rationaler, freier, vor allem aber solidarischer, mit seinesgleichen wie mit sich selbst. Damals gab es Leute, die sich für die Entstehung dieses neuen Menschen, für seine Ausbildung und Formung nicht nur verantwortlich fühlten, sondern auch meinten, diese Entwicklung praktisch herbeiführen zu können. Gewiss, Vorstellungen vom neuen Menschen, Vorschläge auch, wie er herangebildet werden könne, hatte es seit dem ausgehenden 18. Jahrhundert in großer Zahl gegeben. Doch die mehr oder minder philosophischen Forderungen, wie die Welt einzurichten sei, aus der ein neuer Mensch hervorzugehen habe, verhallten im unendlichen Reich der Utopie. Erst als das utopische Denken selbst – oder die, die es gepachtet zu haben meinten – an die Macht gekommen war, nach dem Ersten Weltkrieg, in Gestalt von kommunistischen, sozialistischen oder sozialdemokrati-

schen Regierungen, wurde die Verfertigung einer neuen Spezies tatsächlich auf die Tagesordnung gesetzt – als politisches Projekt.

Ähnliches geschah in allen industrialisierten Ländern Europas und Nordamerikas, in den Vereinigten Staaten, in Deutschland, in der Tschechoslowakei, in jeweils unterschiedlichen Ausprägungen, je nachdem, wofür das Kollektiv jeweils stehen konnte oder sollte. In der Sowjetunion war der neue Mensch ein Projekt der großen proletarischen Revolution, und das riesige Land zog damals viele Architekten und Gesellschaftsplaner an, darunter auch den Frankfurter Stadtbaumeister Ernst May. Ihre Hoffnungen auf eine Erlösung im Diesseits müssen in jener Zeit sehr ausgeprägt gewesen sein, und Leo Trotzki formulierte noch 1932 die Vision, der Mensch werde, wenn er einmal mit den »anarchischen Kräften« der eigenen Gesellschaft fertig geworden sei, »sich selbst in Arbeit nehmen, in den Mörser, in die Retorte des Chemikers. Die Menschheit wird zum ersten Mal sich selbst als Rohmaterial, bestenfalls als physisches und psychisches Halbfabrikat betrachten. Der Sozialismus wird einen Sprung aus dem Reiche der Notwendigkeit in das Reich der Freiheit auch in dem Sinne bedeuten, daß der gegenwärtige, widerspruchsvolle und unharmnische Mensch einer neuen und glücklicheren Rasse den Weg bereiten wird.«

Doch hatten die sowjetischen Projekte wenig Zukunft, weil es dabei zunächst einmal um die Ordnung der Lebensverhältnisse für ein ebenso armes wie schnell anwachsendes Arbeiterheer ging, das vor allem Dächer über den Köpfen und regelmäßige Mahlzeiten brauchte – weshalb all diese Versuche dann auch in den dreißiger Jahren, in der Zeit der großen Finanzkrise der Sowjetunion, wieder aufgegeben wurden. In den