

# schön

Warum uns das Schöne so sehr bewegt, woran wir es erkennen und wie es ein Zuhause besonders macht







»Kaum etwas im Leben bewegt uns so sehr wie die Sehnsucht nach dem Schönen. Und nur wenig macht uns glücklicher, wenn wir es finden – vor allem im eigenen Zuhause.«

Johann Scheuringer jun.,  
CEO und Mehrheitseigentümer Josko Fenster und Türen GmbH

Was ist eigentlich schön? Wieso bewegt uns das Schöne so sehr? Und wie kann man das Schöne zu einem bereichernden Teil seines Lebens machen? Spannende über die man sich viele Gedanken machen kann. Und bei denen wir vor allem eines festgestellt haben: Jeder Mensch definiert für sich persönlich das Schöne etwas anders, speziell, wenn es um das eigene Zuhause geht. Und genau dazu wollen wir in dieser

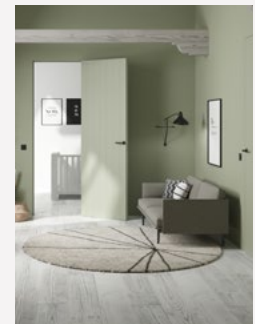
neuen Ausgabe des Josko Magazins inspirieren. Deshalb haben wir es als kleine Entdeckungsreise durch das Schöne in all seiner Vielfalt gestaltet – ganz so, wie es am besten zu jedem Lebensstil passt. Und wenn wir auf den folgenden Seiten einige Ideen zu noch mehr Schöнем bieten können, dann bedeutet uns das viel.

Viel Freude beim Lesen!



## SCHÖNE GEDANKEN

Wie denkt ein Mensch, der die ständige Suche nach dem Schönen bei Fenstern und Türen zu seinem Beruf gemacht hat? Ein Gespräch mit Josko CEO und Chefdesigner Johann Scheuringer.  
**Seite 10**



## SCHÖNES DESIGN

Der Red Dot Design Award prämiert seit 30 Jahren gutes Design und auch Produkte von Josko. Red Dot-Gründer Peter Zec erzählt, weshalb die gute Form für das Schöne so wichtig ist.  
**Seite 18**

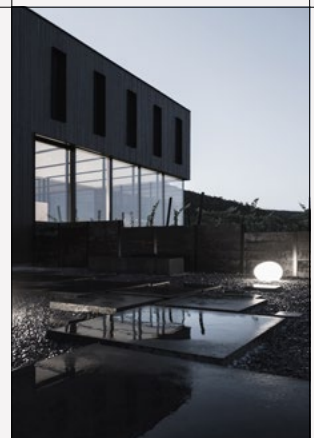
## WAS IST SCHÖN?

Warum das Schöne oft so schwer zu definieren und in Worte zu fassen ist. Und warum es trotzdem zu den wichtigsten Dingen zählt, die uns ein ganzes Leben lang begleiten und bewegen.  
**Seite 4**



## SCHÖNES ZUHAUSE

Wie lässt man das Schöne in Form des eigenen Zuhauses Gestalt annehmen? Josko Kund:innen zeigen, wie aus ihren Wohnräumen außergewöhnliche und begeisternde Architektur wurde.  
**Seite 34**





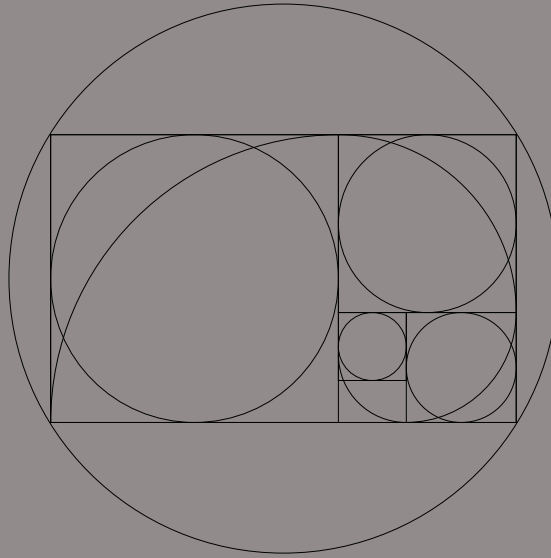


»Das Schöne ist nicht nur eine Emotion,  
sondern auch eine Funktion:  
An schönen Orten fühlen wir uns  
wohler, leben besser, auch gesünder,  
und verhalten uns bewusster.«

Stefan Sagmeister & Jessica Walsh,  
»Beauty«

# WAS IST SCHÖN?

---



In Fragen der Schönheit und des Geschmacks sind Menschen oft geteilter Meinung. Zugleich existieren jedoch Grundprinzipien der Ästhetik, die wir alle gemeinsam schön finden: die Proportionen des Goldenen Schnitts beispielsweise, die leuchtende Farbe Blau oder die Harmonie der runden Kreisform.

Was ist eigentlich schön? Eine Frage, bei deren Beantwortung uns oft die richtigen Worte fehlen. Denn wenn es alleine nur um das Gefühl geht, so wissen wir meist sehr schnell, ob wir etwas oder auch jemanden schön finden. Oft sind es nur wenige Momente, in denen das Auge, der Instinkt und insbesondere die komplexen, aber blitzschnell ablaufenden Prozesse der Neurochemie die Wahl des Schönen treffen – weitaus schneller, als unser oft schwerfälliger Verstand anschließend für die Erklärung benötigt.

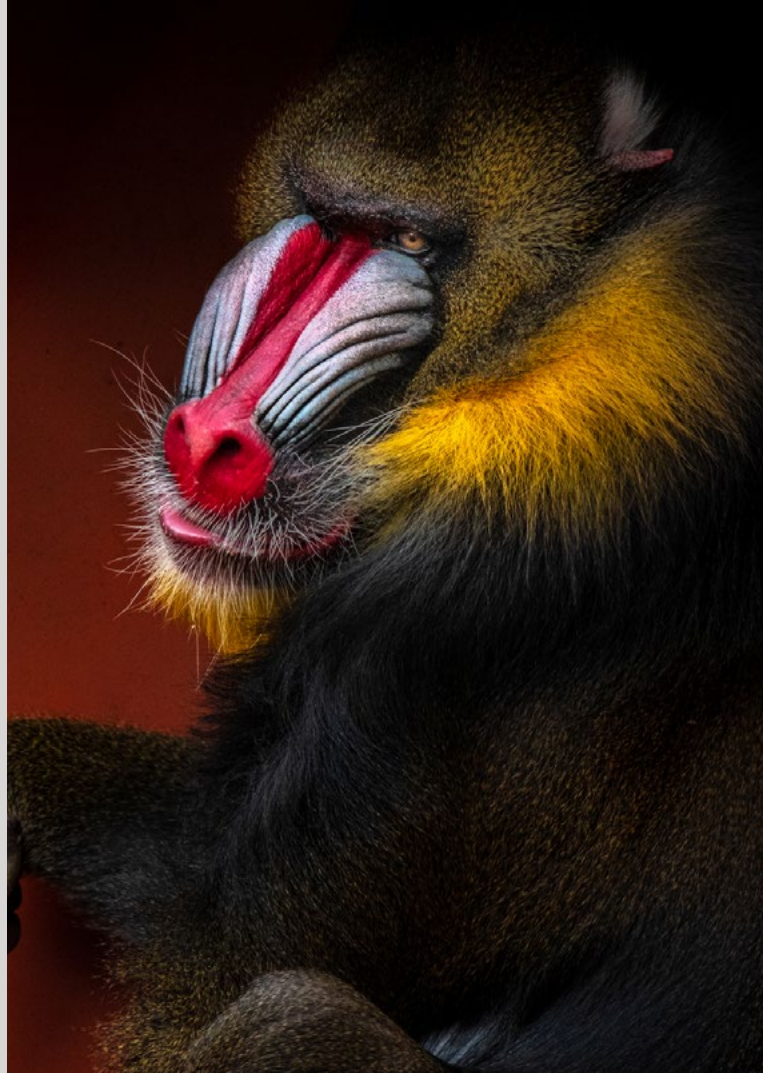
Denn schließlich finden pro Minute zwischen 100.000 und 1.000.000 verschiedene chemische Reaktionen in unserem Gehirn statt. Logik und Vernunft, über die wir uns als Menschen so gerne definieren, sind hier angesichts dieses rasend schnellen, bunten Feuerwerks der Synapsen, Nervenzellen und Neurotransmitter zumeist völlig chancenlos, wenn wir dem Schönen plötzlich gegenüberstehen. Wie blitzartig uns oft das Schöne überwältigt, wenn wir ihm begegnen, beweist alleine schon die Chemie der menschlichen Begegnungen: Forschungen der Neurologin Stephanie Ortigue von der Syracuse University in New York besagen, dass wir zumeist innerhalb nur einer Fünftelsekunde entscheiden, ob ein Mensch – oder auch ein schöner Gegenstand – attraktiv auf uns wirkt oder nicht, während zwölf verschiedene Gehirnareale einen Cocktail der Wohlfühl-, Stress- und Glückshormone Dopamin, Oxytocin, Adrenalin und Vasopressin ausschütten.

Doch warum hat es das Schöne gerade bei der Begegnung von Lebewesen so eilig? Wer zu dieser Frage ein wenig in der Literatur zur Evolutionsgeschichte von Mensch und Tier blättert, stößt schnell auf eine einleuchtende Erklärung. Unsere Hingerissenheit vom Schönen ist unter anderem schlicht und einfach den Mechanismen der Arterhaltung zu verdanken – und hier will die Natur so wenig Zeit wie möglich verlieren, um zum Ziel zu kommen. In seinem 2018 für den Pulitzerpreis nominierten Bestseller »Die Evolution der Schönheit« beschreibt etwa der US-Ornithologe Richard Prum das höchst originelle und aufwendige Balzverhalten der sogenannten Blaubrustpipras. Bei dieser kleinen Sperlingsart aus Südamerika werben bis

zu fünfzig der mit auffällig blauem Gefieder ausgestatteten Männchen in komplizierten Tanzfiguren um nur eines der eher unauffälligen dunkelgrünen Weibchen. Doch die meisten der männlichen Blaubrustpipras sind bei diesen sorgfältig einstudierten Kunststücken völlig chancenlos. Denn die äußerst wählerischen Weibchen paaren sich nur mit wenigen der auffälligsten Alphamännchen. Trotzdem tanzt auch der verschmähte Rest unermüdlich bei der beeindruckenden Show mit, um eines Tages vielleicht doch in der Hierarchie der sogenannten »ästhetischen Partnerwahl« aufzurücken.

## DER BAUPLAN DES UNIVERSUMS

Schönheit unter Lebewesen, so lernen wir daraus, ist vor allem auch ein Wettbewerb, ein evolutionärer Beauty Contest, bei dem der oder die Schönste oder Auffälligste das Wettrennen um die Pole Position bei der Partnerwahl für sich entscheidet. Das farbenprächtige Rad eines Pfaus erklärt sich als leuchtend buntes Paarungssignal genauso daraus wie die auffällige »Hochzeitsfärbung« der Zebrafische oder das



»Auf die Schönheit der Natur reagiert unser Empfinden einheitlich positiv. Bei Kunst und Design nehmen wir allerdings das Schöne von Mensch zu Mensch höchst unterschiedlich wahr.«

Max-Planck-Institut für empirische Ästhetik, Frankfurt



signalrote Gesäß, die leuchtend blaue Gesichtsfärbung und die goldene Mähne von Mandrillmännchen, der buntesten Säugetierart des Planeten. Sie alle sind Werbeinstrumente der Fortpflanzung, ebenso wie die Schönheit von Blumen und Blüten, deren Funktion einzig und allein darin besteht, Insekten zur Bestäubung anzulocken.

Doch wie sieht es mit der Schönheit aus, wenn das komplizierteste Wesen der Evolution, der Mensch, ins Spiel kommt? Einer der spannendsten Aspekte ist hier, dass in der menschlichen Wahrnehmung offenbar ein Grundprinzip des Schönen existiert, das für attraktive Artgenoss:innen gleichermaßen gilt wie für die Beurteilung unserer Umwelt. Denn die mathematische Relation des sogenannten »Goldenen Schnitts«, eine als optisch besonders angenehm empfundene Teilung von Größenverhältnissen, findet sich in harmonischen Gesichts- und Körperproportionen genauso häufig wieder wie in den Strukturen der Natur. Die Anordnung der Samen einer Sonnenblume folgt diesem geheimnisvollen universellen Schlüssel des Schönen genauso wie die Spiralform eines Schneckenhauses oder unserer DNA. Und auch die Pyramiden von Gizeh, Leonardo da Vincis Mona Lisa oder Michelangelos Deckenfresken in der Sixtinischen Kapelle definieren ihre Schönheit über dieselben ausgewogenen Proportionen ihres Aufbaus, die z. B. auch das Logodesign von Twitter oder Pepsi-Cola prägen oder auch die Seitenverhältnisse einer Kreditkarte.

Auch in der Mathematik und damit in den Grundprinzipien von Architektur und Design ist der Goldene Schnitt allgegenwärtig. Als sogenannte Fibonacci-Folge, benannt nach Leonardo Fibonacci, einem der bedeutendsten Mathematikgelehrten des Mittelalters, ist er in einer sich endlos fortsetzenden Folge von Zahlen darstellbar, bei der sich die jeweils folgende Zahl durch Addition ihrer beiden vorherigen Zahlen ergibt. Die mathematische Formel des Schönen führt damit geradewegs in die Unendlichkeit, denn auch die Geschwindigkeitsverhältnisse der Planetenumlaufbahnen und auch der Aufbau unseres Universums und seiner Spiralnebel sind exakt nach ihr geordnet – ganz so, als wäre die gesamte Schöpfung nach dem Bauplan eines unsichtbaren, unfehlbaren Mathematikers, Designers oder Architekten entstanden.

## DIE URELEMENTE DES SCHÖNEN

Wir lernen daraus: Unser Schönheitsempfinden hat im universellen Maßstab einerseits viel mit den auf geheimnisvolle Weise geordneten Grundstrukturen unserer Welt zu tun, zugleich aber auch mit unseren zutiefst im Inneren gespeicherten Erinnerungen, die uns allen gemeinsam sind. Denn warum empfindet die Mehrheit der acht Milliarden Menschen weltweit beispielsweise die Farbe Blau als am schönsten und angenehmsten oder die runde Form des Kreises als am ästhetischsten und harmonischsten? Die Antworten da-



rauf liegen in unserer Umwelt und in unserer Erinnerung. Denn Blau lieben wir als Farbe, weil es uns an tiefes, klares, sauberes Wasser und damit an unser wichtigstes Lebelement erinnert. Oder auch an den Himmel, den wir seit Anbeginn unserer Existenz stets über uns sehen und der für uns unentbehrliche Atemluft genauso wie das faszinierende Rätsel der Unendlichkeit und Göttlichkeit bedeutet. Auch die Kreisform, so bestätigt etwa der portugiesische Forscher und Informationsdesigner Manuel Lima in seinem 2017 veröffentlichten Bestseller »The Book of Circles«, empfinden wir übereinstimmend als geometrisches Schönheitsideal, da Kreise in mikroskopischer ebenso wie in galaktischer Dimension unser gesamtes Universum prägen. Die Erde, die Sonne, Planeten und Galaxien – sie alle basieren auf der Urform des Kreises, ebenso wie Atome, Mikroorganismen, die Zellen unseres Körpers, so gut wie sämtliche Strukturen der Natur und nicht zuletzt auch unser sehendes Auge selbst.

## SCHÖNHEIT IST ERINNERUNG

Ähnliche Antworten auf die Ursprünge unseres Schönheitsempfindens fanden auch der in New York lebende Vorarlberger Designer Stefan Sagmeister und seine Kreativpartnerin Jessica Walsh: Anhand von zahlreichen Beispielen aus Wissenschaft, Architektur und Design konzipierte das Duo eine erstmals 2019 im Wiener MAK gezeigte, aufwendige multimediale Ausstellung unter dem vielsagenden Titel »Beauty«, die neben überwältigend schönen Schauwerten auch so manch überraschende Erkenntnis bot. Denn das Schöne ist Sagmeister und Walsh zufolge nicht etwa nur eine Emotion, sondern auch eine Funktion. Schöne Dinge funktionieren oft verblüffend besser, an schönen Orten fühlen wir uns wohler, leben wir besser, auch gesünder, und verhalten uns bewusster.

Doch vor allem: Auch wenn es um die Wahrnehmung unserer Umwelt geht, definiert sich das Schöne vor allem durch unsere oft unbewusste Erinnerung daran, wie eng wir selbst durch unsere Herkunft und unsere Existenz mit der uns umgebenden Welt

»Das Schöne ist zutiefst in unserem Bewusstsein verankert. Denn sogar Alzheimerpatienten können fast alles ringsum vergessen. Ihr Gefühl für Schönes verlieren sie hingegen nicht.«

The Memory of Beauty



Warum ist die Form des Kreises für acht Milliarden Menschen weltweit die schönste? Weil der Kreis die uns umgebende Welt im Kleinen wie im Großen widerspiegelt, sagt der Informationsdesigner Manuel Lima – von den Strukturen des Universums und der Natur bis zur Form unseres Auges.

Foto: unsplash / Austin Neill



Verwandlung durch Schönheit: Eine hässliche, gemiedene Unterführung in New York wurde von Sagmeister und Walsh mit einem großen »Yes!«-Graffito komplett verändert. Der einst finstere, menschenleere Ort ist heute ein beliebtes Fotomotiv für Brautpaare.



Superstars der globalen Kreativszene: Stefan Sagmeister (60) arbeitete unter anderem für die Rolling Stones oder das Guggenheim Museum, seine Kreativpartnerin Jessica Walsh (36) zählt zu den weltweit gefragtesten Designerinnen und Art Directorinnen ihrer Generation, mit Auftraggebern wie u. a. Jay-Z, die New York Times, Levi's oder das Museum of Modern Art, New York.

verbunden sind und mit ihr eine Einheit bilden. Das fanden genauso wie Sagmeister und Walsh auch die US-Psycholog:innen Stephen E. Palmer und Karen Schloss im Rahmen einer siebenjährigen und 2010 erstmals veröffentlichten Studie heraus, insbesondere, was unser Farbempfinden betrifft. Denn je positiver die Erinnerungen sind, die wir mit einer bestimmten Farbe – oder auch einer Form – verknüpfen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass wir diese schön finden.

Ein Zufall? Keineswegs. Denn wir empfinden das Schöne nicht etwa nur deshalb, weil es uns umgibt, sondern weil es zutiefst in uns selbst steckt: in Form eines auf dem Grund unseres Bewusstseins verankerten Wiedererkennens dessen,

was unsere Existenz ausmacht. Ein instinktives Wissen, das so unauslöschbar in uns steckt, dass sogar Alzheimerpatient:innen nahezu alles ringsum vergessen können. Ihr Gefühl für Schönheit verlieren sie hingegen nicht, wie gemeinsam mit Stefan Sagmeister und Jessica Walsh auch die 2008 veröffentlichte neurowissenschaftliche Studie »The Memory of Beauty« eindrucksvoll bestätigt: »Ich weiß, was mir gefällt«, äußerten die im Rahmen der Studie erforschten Patient:innen übereinstimmend, wenn sie sich auch noch nach Wochen an Kunstobjekte erinnerten, die sie gesehen hatten. Die wunderschöne Erkenntnis daraus: Die Freude am Schönen bewegt uns nicht nur, sie bleibt uns auch – und das ein ganzes Leben lang.



**STEFAN SAGMEISTER & JESSICA WALSH / »BEAUTY«**

Mit ihrem eindrucksvollen, erstmals 2019 im Wiener MAK und seither in vielen anderen Städten und Museen gezeigten Multimedia-Ausstellungsprojekt »Beauty« liefern der in New York lebende Bregenzer Grafiker Stefan Sagmeister und die Grafikdesignerin Jessica Walsh ein eindrucksstarkes multimediales Plädoyer für die Lust am Schönen, zugleich aber auch für die Schönheit als Funktion, die unser Leben in entscheidender Weise bereichert und verbessert. Als Resultat jahrelanger Forschungsarbeit bietet »Beauty« eine vielfältig inspirierende »Seherschule der Schönheit« – auch erhältlich als aufwendig gestaltetes Begleitbuch. Sagmeister & Walsh: Beauty, 2018. 284 Seiten. Erschienen im Verlag Hermann Schmidt, Mainz. ISBN: 978-3874399227

# DAS GEFÜHL FÜRS EINFACH SCHÖNE

## Ein Gespräch mit Johann Scheuringer

10

Vieles ist von Natur aus schön. Doch wenn es um die Gestaltung unserer persönlichen Welt geht, so sind wir bei Josko zutiefst davon überzeugt, dass wahre Ästhetik das Produkt intensiver Arbeit und bewusster Entscheidungen ist. Aus dieser Überzeugung heraus sind wir tagtäglich darum bemüht, Schönes noch schöner zu gestalten – denn aus unserer Sicht gibt es gerade beim Schönen nichts, was man nicht noch besser machen kann.

Warum wir so denken und ständig auf der Suche nach neuen Formen des Schönen sind? Weil unser Zuhause ein Spiegelbild unserer selbst ist. Und weil wir uns als Menschen im Lauf eines Lebens ständig weiterentwickeln. Das Schöne, mit dem wir uns umgeben, ist Ausdruck unserer

einzigartigen Persönlichkeit, unseres individuellen Geschmacks und unseres ganz persönlichen Lebensstils. Kein Zuhause gleicht daher genau dem anderen. Kein anderer Ort der Welt hat für uns so viel Bedeutung und so viel Charakter. Und vor allem: Kein anderer Ort der Welt verdient mehr Aufmerksamkeit und Sorgfalt – denn so, wie wir wohnen, so fühlen wir uns auch.

### WENN DAS SCHÖNE ZUR HERZENAUFGABE WIRD

»Wo Wohlgefühl zu Hause ist, dort ist auch das Schöne zu Hause«, sagt dazu Josko CEO und Chefdesigner Johannes Scheuringer. Und da jeder Mensch dieses Wohlgefühl des Schönen anders definiert, ermöglichen Fenster und Türen von Josko nahezu unbegrenzte Gestaltungsvielfalt.

Darüber hinaus sind sie in ihrer elegant einfachen, überzeugenden Schönheit ebenso konsequent durchdacht wie edle Designmöbel. Mit dem entscheidenden Unterschied, dass sie das Haus oft ein ganzes Leben lang begleiten.

Doch wie entwickelt man eigentlich ein Produkt, von dessen Schönheit man selbst zutiefst überzeugt sein muss, damit es später auch viele andere Menschen für lange Zeit schön finden? Mit welcher Lebenseinstellung macht man sich das Schöne zur Herzaufgabe? Und was könnte eine schlichte, schwarze Kirche in Island mit der minimalistischen Philosophie von Josko Produkten zu tun haben? Mehr dazu verrät Johannes Scheuringer auf den kommenden Seiten ganz persönlich.



schön



»Das Schöne ist nicht nur eine Frage der Optik. Es ist vor allem auch ein Gefühl. Und man spürt unmissverständlich, ob es da ist oder fehlt.«

Johann Scheuringer  
Josko CEO und Chefdesigner

»Das Schöne löst positive Reaktionen im Menschen aus und ist ein wichtiger Beitrag zum persönlichen Wohlbefinden.«

Johann Scheuringer  
Josko CEO und Chefdesigner

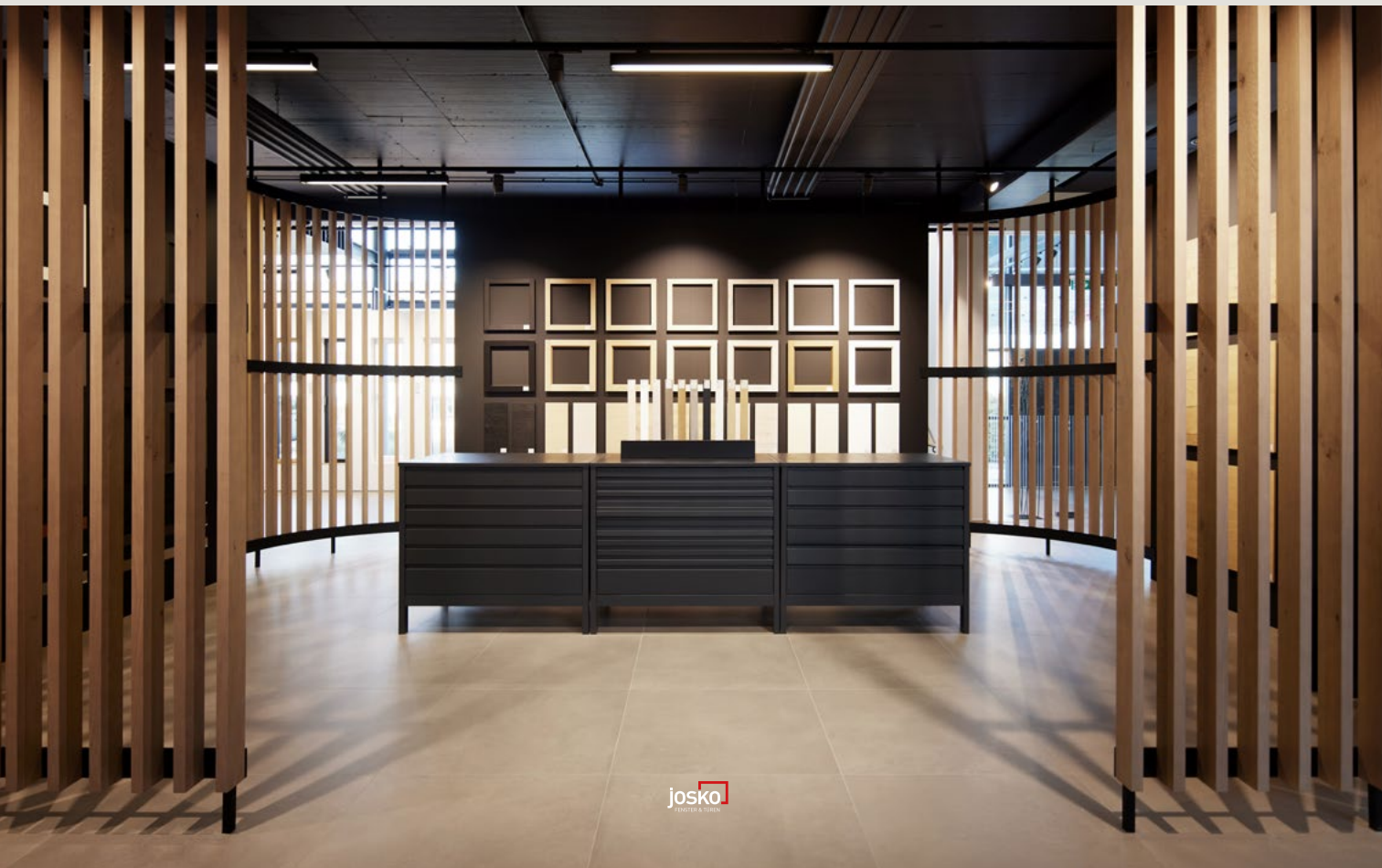
Wenn man versucht, den Begriff des Schönen zu definieren, stößt man mit Worten schnell an seine Grenzen. Wenn wir zum Auftakt unseres Gesprächs trotzdem einen Versuch wagen: Wie würden Sie persönlich den Begriff des Schönen am besten erklären?

Es gibt ja den oft gehörten Spruch: Das Schöne liegt im Auge des Betrachters. Persönlich würde ich das gerne etwas differenzierter sehen und dazu sowohl ja als auch nein sagen. Denn es gilt als wissenschaftlich erwiesen, dass wir Menschen einander in unserem Schönheitsempfinden oft viel ähnlicher sind, als wir denken. Und das gilt nicht nur in unserem engen Umfeld und innerhalb der jeweiligen Meinungs- und Geschmacksbubble, in der wir uns bewegen, sondern auch im globalen Maßstab. Denn es gibt bestimmte Aspekte von Proportionen, Mustern und Farben, die quer durch alle Kulturen als schön gelten. Zum Beispiel der Goldene Schnitt, dessen mathematisches Grundprinzip gewissermaßen als Bauplan der Natur gilt. (Siehe auch Text S. 4–9.)

Was bedeutet das für den Schönheitsbegriff beim Thema Design?

Wenn es um Design geht, dann steht natürlich viel mehr das individuelle Schönheitsempfinden im Vordergrund. Hier liegt es dann durchaus im Auge des Betrachters, welcher Stil mehr zusagt und in welcher Stilwelt man sich je nach Persönlichkeit am liebsten zu Hause fühlt: Bin ich z. B. eher ein progressiv und modern empfindender Mensch oder fühle ich mich eher in klassischen, traditionellen Umgebungen wohl? Und ich denke, über Gefühle lässt sich das Schöne viel präziser definieren als über Erklärungsversuche in

Showroom des Schönen. Die 2021 eröffnete Josko Welt in Andorf widmet sich auf 1.600 Quadratmetern den unterschiedlichsten Aspekten schönen Designs an einem ganz besonderen Ort: dem eigenen Zuhause.







Fotos: Roland Wimmer, stocksy

Worten. Schönheit kann bewusst und oft auch unbewusst ein z. B. spannendes, beruhigendes, erregendes, erstauntes oder auch erhebendes Gefühl auslösen und ist mit Sicherheit das Gegenteil von negativen Gefühlen wie z. B. Abscheu, Langeweile oder Irritation. Das Schöne hat daher für mich sehr viel mit der positiven Reaktion von Menschen zu tun, weniger mit einer klaren Definition. Somit könnte man sagen: Das Schöne ist ein wichtiger Beitrag zum persönlichen Wohlbefinden – wo Wohlfühl zu Hause ist, dort ist zumeist auch das Schöne zu Hause.

## **Als Designer prägen Sie persönlich den Stil von Josko in sehr entscheidender Weise. Woher beziehen Sie am liebsten Ihre Inspirationen für Ihre Designarbeit?**

Unsere Produkte prägen den Stil von Gebäuden und Räumen entscheidend mit, deshalb inspirieren mich vor allem Themen wie Architektur, Interior Design und Industriedesign. Aber auch Automotive Design finde ich spannend. Während meines Studiums am Art Center College of Design in der Schweiz hatte ich viel Kontakt zu Autodesigner:innen. Die Natur ist ebenfalls eine wichtige Inspirationsquelle, speziell, wenn man wie wir bei Josko intensiv mit Naturmaterialien wie Holz beschäftigt ist.

Ein wichtiger Punkt ist für uns deshalb, dass unser Design stets in engem Bezug zu den Menschen und ihrem Lebensumfeld steht: Unsere Produkte sind zwar technologische Spitzenleistungen im Umgang mit Materialien und Möglichkeiten, aber das Design selbst darf bei Josko nie zur Technologie werden, sondern muss stets menschlich und menschengemacht sein.

Das Designthema Mode hingegen finde ich für meine Arbeit weniger relevant, auch wenn wir bei Josko sehr trendorientiert sind. Aber während die Mode sich immer mehr in Richtung kurzlebige »Fast Fashion« entwickelt, denken wir bei unseren Trends in ganz anderen, langfristigen Dimensionen. Josko Produkte sind für Jahrzehnte und für Generationen gemacht, und gerade das Thema Zeitlosigkeit ist für mich ein sehr wichtiger Faktor im Zusammenhang mit dem Begriff des Schönen. Ich stelle mir oft die Frage: Was muss man beim Design eines Produkts alles beachten, damit es gut altern kann?

## **Können Sie ein besonders eindrucksvolles Beispiel für zeitlos schönes Design nennen?**

Das Wort Design klingt nach einem modernen Begriff, doch gutes Design kann auch Jahrhunderte alt sein. Vor Kurzem war ich beispielsweise in Island und habe dort die berühmte Schwarze Kirche von Budir gesehen. Das Gebäude stammt aus dem Jahr 1848, ist aber völlig zeitlos. Es ist ein bescheidenes, einfaches Holzgebäude mit einem kleinen Turm, sechs weißen Fenstern und einer weißen Tür – mehr nicht.

Doch ich habe selten etwas so was Schönes und gleichzeitig Einfaches gesehen wie dieses schlichte Gebäude, das dort einsam und eindrucksvoll mitten in der Natur steht. Und bezeichnend für das Schöne dieses Baus ist natürlich auch, dass es hier keinerlei Farbgestaltung außer Schwarz und Weiß gibt und so gut wie keine Gestaltungselemente außer der Fassadengliederung durch den einfachen, regelmäßigen Rhythmus der Fenster- und Türenproportionen. Besonders schön an diesem Beispiel ist auch: Wir denken ja gerne, dass wir den Minimalismus erst im 20. Jahrhundert

erfunden haben, mit der klassischen Architekturmoderne seit den zwanziger Jahren, der Neuen Sachlichkeit und dem deutschen Bauhaus oder dem Funktionalismus. Doch dieses Gebäude ist bald 180 Jahre alt und beweist, dass es diese völlig zeitlose Designphilosophie schon weitaus länger gibt. So funktionell, durchdacht und schlicht wie wir bei Josko denken Architekt:innen und Designer:innen schon seit Jahrhunderten oder sogar Jahrtausenden, minimalistisches Design gab es schließlich auch schon in der Antike.

Besonders Japan gilt meiner Meinung nach schon seit Jahrhunderten als Vorreiter im minimalistischen Design. Aber ich sammle auf meinen Reisen auch gerne Negativbeispiele. Eines davon ist für mich z. B. die Region rund um die Speicherstadt in Hamburg. Dort wurden wunderschöne Altbauten aus der Hansezeit mit großem Aufwand renoviert, aber oft mit sehr hässlichen neuen Fenstern. Gerade die Fensterproportionen alter Gebäude sind häufig beispielhaft schlank, elegant und für mich sehr inspirierend – ein Produkt wie Josko ONE verdankt seine Entstehung unter anderem der Idee, diese früheren schönen Formen wieder aufleben zu lassen. In ein historisches Gebäude einfach unreflektiert moderne, klobige Fenster einzubauen, passt deshalb einfach nicht dazu und verdirbt den Gesamtcharakter.

### **Da wir von Zeitlosigkeit sprechen: Welche Designer haben Sie schon während Ihres Studiums fasziniert und sind bis heute für Sie relevant geblieben?**

Das ist mit Sicherheit z. B. Frank Lloyd Wright: einerseits ein Meister der klassischen Moderne, andererseits ein Pionier der organischen Architektur, die auf die Harmonie zwischen Gebäude und Umgebung setzt. Er hat der funktionellen Strenge des deutschen Bauhaus viel Emotion eingehaucht, ein Gebäude wie sein berühmtes »Falling Water House« ist das perfekte Beispiel dafür: Einfachheit und Ruhe sind die Grundprinzipien, ebenso wie die Korrelation mit der Natur und die Ehrlichkeit bei Materialien und Farben. Ein Thema, das auch bei Josko eine wichtige Rolle spielt, denn das Schöne hat für mich viel mit Ehrlichkeit und Einfachheit zu tun. Sehr schätze ich auch die klassischen Baumeister der Antike oder aus Epochen wie z. B. der Renaissance – es ist faszinierend, dass früher Architektur geschaffen wurde, die Jahrhunderte oder Jahrtausende überdauert hat, während moderne Gebäude mit wenigen Ausnahmen oft nicht allzu gut altern.

Wenn es um Möbel- und Industriedesign geht, beeindruckten mich wiederum Klassiker des modernen dänischen Designs wie Arne Jacobsen. Und von den zeitgenössischen Designern z. B. Konstantin Grcic, Jasper Morrison, Tom Dixon oder Rodolfo Dordoni. Dordoni ist heute einer der größten Namen der internationalen Designszene, war künstlerischer Leiter der renommiertesten italienischen Wohndesign-Unternehmen wie Artemide, Cappellini und FontanaArte und leitet heute Minotti kreativ. Mit ihm oder Tom Dixon würde ich gerne einmal zusammenarbeiten.

### **Da wir gerade von den bekanntesten Designern unserer Generation sprechen: Was macht eigentlich für Sie gutes, überzeugendes Design aus?**

Ob es um Architektur, Fahrzeugbau oder andere Produkte geht: Gutes Design erkennt man daran, dass es von Anfang an konsequent durchdacht und nicht nachträglich »aufgehübscht« wurde. Bei Josko haben wir diese Definition in drei einfache Worte gefasst: Schlank, schlicht und schön – das sind unsere drei Grundsätze, wenn es um unsere Fenster und Türen geht. Aber gutes Design muss man nicht in Worten erklären: Man spürt und sieht es. Es spricht Menschen intuitiv an und löst die Begehrlichkeit aus, damit leben zu wollen und es zum Teil der persönlichen Umgebung zu machen. Gutes und damit auch schönes Design ist bei unseren Produkten eine Formensprache, die ein Haus positiv beeinflusst und die nicht nur im Augenblick fasziniert, sondern für lange Zeit gefällt.

Diese Faktoren bestimmen bei Josko in vieler Hinsicht den Designprozess, wobei wir immer die Vision des Endprodukts im Auge haben und nicht, was derzeit tatsächlich technisch möglich ist – das würde uns zu sehr limitieren.

Josko ONE ist dafür ein gutes Beispiel: Meine Vision war die Einfachheit und perfekte Symmetrie eines schlichten Bilderrahmens, auf der eine ganze Produktfamilie basieren sollte. Mein Wunsch war ursprünglich eine ultimative Schlankheit des Profils von 4 x 6 Zentimetern. Als praxisgerecht machbar haben sich dann immer noch extrem schlanke 5 x 7 Zentimeter herausgestellt.

Damit ist gut beschrieben, wie wir bei jeder Produktneuentwicklung die Latte extrem hoch legen und uns dann Schritt für Schritt diesem Ziel bis an die Grenze des Machbaren nähern: immer noch dezenter, symmetrischer und schlanker. Oft ist das Millimeterarbeit.

### **Was werden die großen Zukunftsthemen beim Design für Josko in den kommenden Jahren und Jahrzehnten sein?**

Wenn wir von Design- und Wohntrends reden, dann zum Beispiel das Thema Designvielfalt. Ich denke, dass beim extremen Purismus und Minimalismus mittlerweile ein gewisser Gipfel überschritten ist, auch wenn dieser Stil natürlich stets aktuell bleiben und unsere Philosophie prägen wird. Aber wir stellen vermehrt auch eine Nachfrage nach klassischerem Design fest und beschäftigen uns sehr intensiv mit diesem Thema.

Letztlich wollen wir Menschen beim Wohnen nicht mit der Frage »entweder – oder« eingrenzen, sondern ihnen die Stilvielfalt eines »sowohl – als auch« ermöglichen. Individuelles Wohnen bedeutet ja, dass man auch Stile mixen kann, Purismus und Opulenz können auch sehr gut neben- und miteinander existieren.

Und was die Funktionalität betrifft: Wichtige Zeitthemen wie Energiekrise und Klimawandel prägen natürlich auch unsere Designentscheidungen mit, und auch da haben wir mit unserer Philosophie die Nase weit vorne. Denn schlanke Rahmen und viel Glas bedeuten z. B. weniger Wärmeverlust und mehr Wärmeeintrag und helfen beim Energiesparen.

Und wertige Produkte mit großer Zeitlosigkeit und Dauerhaftigkeit, die sogar wandelbar sind wie Josko ONE App, haben eine umso höhere Lebensdauer, womit Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sozusagen serienmäßig eingebaut sind.



# schön

»Josko Produkte sind für Jahrzehnte und für Generationen gemacht, und gerade das Thema Zeitlosigkeit ist für mich ein sehr wichtiger Faktor im Zusammenhang mit dem Begriff des Schönen.«

Johann Scheuringer  
Josko CEO und Chefdesigner



15



Fotos: Hanna Witte

# DESIGNSTATEMENTS ÜBER JAHRZEHNTE

## 1995 COMPOUND HAUSTÜREN

Mit Compound haben wir die erste Haustüre mit flächigem und schlichtem Design geschaffen. Schlichte und moderne Haustüren wurden durch unsere Idee zum Trend in ganz Europa.

## 1999 DIAMANT

Wie schützt man schönes, edles Holz vor Verwitterung? Indem wir den Rahmen unserer Holzfenster mit außenseitigem Aluminium erweitern. Das Holz/Alu-Fenster Diamant entsteht und markiert den Start unserer Marktführerschaft in Österreich und Deutschland in diesem hochwertigen Segment.

## 2000 PROLINE

Durch die Fusion mit Ekutherm, einem Hersteller für Kunststoff-Fenster bieten wir erstmals Fenster aus Holz/Alu und Kunststoff/Alu aus einer Hand an. Beide Werkstoffe lassen sich erstmalig ideal an einem Objekt kombinieren.

## 2008 PLATIN

Platin bringt uns als Designführer ein weiteres schönes Stück vorwärts. Diese außen- und innenbündige Innovation hat sich im Laufe der Jahre zum erfolgreichsten Holz/Alu-Fenster in Österreich und Deutschland sowie zum Benchmark in diesem Segment entwickelt.

1994

1995

1999

2000

2004

2008

2009

## 1994 VERDECKTER BESCHLAG

In diesem Jahr haben wir erstmals begonnen, Details unsichtbar zu machen, damit unsere Produkte schöner und schlichter werden. Wir verbauen als erster diese Beschlagslösung, und seitdem sind viele andere diesem Beispiel gefolgt. Auch heute erkennt man in unserer Designsprache: Schön ist, was man nicht sieht.



## 2004 FIX FRAME

Moderne Architektur setzte schon vor zwanzig Jahren auf immer mehr Transparenz, Minimalismus und lichtdurchflutete Räume. Wir sind bei diesem Trend tonangebend, denn mit FixFrame, einem der ersten rahmenlosen Ganzglassysteme der Welt, werden wir zum führenden Spezialisten für große Glasflächen.



## 2009 MET

MET steht für ein mauer-einschlagendes Türsystem, bei dem wir unsere Philosophie des minimalistischen Designs konsequent umgesetzt haben: mit einer Türzarge, die elegant und unsichtbar in der Wand verschwindet.

## 2010 PLATIN BLUE

Das Fenster Platin wird mit schlanken Fixteilen und einer Hebeschiebetür zu einem Ganzglassystem erweitert.



## 2014 SMART MIX

Der Smart Mix für Innenräume entsteht: Oberflächen und Farben von Fenstern, Ganzglassystemen, Haus- und Innentüren sowie Naturholzböden können harmonisch Ton in Ton aufeinander abgestimmt werden.

## 2022 MET LOFT

»Weniger ist mehr« ist schon seit Langem einer unserer wichtigsten Design-Grundsätze. Doch bei MET Loft haben wir dieses Prinzip bei Innentüren auf die Spitze getrieben: mit einem Türsystem, das bei den Rahmen mit einem wunderschön schlanken Minimum an Material auskommt und sogar ohne sichtbare Bänder und Schlosskasten.

## 2016 NEVOS GLASS

Die High-End-Haustür mit flächiger und fugenloser Glasoberfläche, die jegliche Komponenten wie Griffe, Bänder und Fingerprints verschwinden lässt.



2010

2012

2014

2015

2016

2019

2022

## 2015 SAFIR BLUE

Der Werkstoffmix für größere Dimensionen: Mit diesem schlanken Ganzglassystem sowie der Hebeschiebetür in Kunststoff/Alu machen wir schönes Design zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis möglich.

## 2012 SAFIR

Mit Safir präsentieren wir eines der schönsten Kunststoff-Fenster am Markt. Es ist glas- und rahmenbündig und bildet die optisch ideale Ergänzung zu Platin bei gleicher Außenoptik. Der völlig abgestimmte Werkstoffmix wird geboren.



## 2019 ONE

The one and only: ONE ist die begeistern- de Revolution bei Fenster-, Schiebetür- und Ganzglassystemen, die neue Maßstäbe setzt. Ein ultraschlanker Rahmen mit nur fünf Zentimetern Ansichtsbreite und vierseitig identer Symmetrie – innen wie außen für alle Öffnungsarten.



# WORAN MAN DAS SCHÖNE ERKENNT

18



Schön ist, was seinen Zweck perfekt erfüllt, sagt der Designexperte Peter Zec. Der von ihm initiierte Red Dot Design Award prämiert seit 30 Jahren gutes Design – und seit 2009 auch Produkte von Josko.

**PROF. DR. PETER ZEC**

\* 1956 in Osnabrück, ist Unternehmer, Kommunikations- und Designberater, Autor und Herausgeber. Er ist geschäftsführender Vorstand des Design Zentrums Nordrhein Westfalen und geschäftsführender Gesellschafter der Red Dot GmbH. 1992 führte er die Idee des Labelmarketings mit dem »Roten Punkt« als Auszeichnung für formschöne Produkte ein – seit 2001 unter der Bezeichnung »Red Dot Design Award« eines der begehrtesten globalen Qualitätssiegel für gute Gestaltung.

**»DAS SCHÖNE ALLEIN IST NOCH NICHT GENUG.«****Herr Prof. Dr. Zec, wann sind Sie eigentlich selbst zum ersten Mal in Ihrem Leben gutem Design begegnet?**

Das ist eine Geschichte aus meiner Kindheit, die ich noch heute gerne in Texten und bei Vorträgen erzähle. Ich war ca. sechs Jahre alt, als ich besondere Neugier für den damals sehr modernen und außergewöhnlichen Elektrorasierer meines Vaters entwickelte – der erste Braun Sixtant, 1961 von Hans Gugelot entworfen, der gemeinsam mit Dieter Rams das legendäre Braun-Produktdesign prägte. Mittlerweile ist dieses Gerät längst ein Designklassiker, und auch nach über sechzig Jahren ist es erstaunlich, wie konsequent edel, schlicht und überzeugend zeitlos das Design heute noch wirkt. Mein Vater war ein einfacher, aus Jugoslawien zugewandelter Industriearbeiter, aber auch ein sehr sensibler Mensch, und er konnte mir ganz genau erklären, was dieses Gerät für ihn so besonders machte. Und mit seiner großen Wertschätzung für diesen perfekt durchdachten Gebrauchsgegenstand hatte er wohl die Liebe für gutes Design in mir geweckt.

**Was bedeutet der Begriff des Schönen für Sie persönlich? Und wie könnte ein Designexperte wie Sie das Schöne am besten definieren?**

Wenn es um das Schöne geht, muss man zwischen zwei verschiedenen Perspektiven unterscheiden: Da sind einerseits die objektiven Kriterien der Schönheit, und da ist andererseits die individuelle Sichtweise des Betrachters oder der Betrachterin. So gut wie jeder Mensch ist beispielsweise darauf bedacht, sein Zuhause nach seinen Vorstellungen und Möglichkeiten so schön wie möglich einzurichten. Trotzdem passiert es natürlich, dass dann andere Menschen in dieser Wohnung stehen und sie aus ihrer subjektiven Sichtweise wiederum nicht so schön finden. Daher ist Schönheit ein sehr relativer Begriff, der nicht nur vom persönlichen Empfinden, sondern etwa auch vom jeweiligen Umfeld abhängt. Genauso muss man auch zwischen zweckgebundener und

zweckfreier Schönheit unterscheiden: Im Design ist die Schönheit immer an einen Zweck gebunden. Ist diese Zweckgebundenheit nicht vorhanden, dann befinden wir uns bereits im Bereich der Kunst. Die Kunst kann machen, was sie will, während das Design auf eine Problemlösung ausgerichtet ist. Für mich persönlich geht Schönheit einher mit einer gewissen Stimmigkeit und Ausgewogenheit, sie muss jedoch keineswegs Perfektion bedeuten.

Eines meiner Lieblingsbeispiele dafür ist etwa ein Star wie Barbra Streisand: Wenn man sich Jugendfotos von ihr aus den sechziger Jahren ansieht, dann sieht man ein Gesicht, das vielleicht nicht unbedingt im klassischen Sinne perfekt schön ist – was ja vielleicht sogar langweilig sein könnte –, das aber eine ganz besondere Faszination ausstrahlt, speziell, wenn man auch noch die Stimme und die Künstlerin dazu kennt. Man kann Schönheit also nie als etwas Absolutes sehen, da der Kontext, in dem das Schöne steht, in großem Ausmaß darüber entscheidet, ob und wie sehr wir etwas schön finden.

**Funktionieren aus der Perspektive eines Designers schöne Dinge auch automatisch besser? Und kann das Schöne damit auch unser Leben besser machen?**

Ich denke, bei diesem Thema muss man noch etwas genauer sein. Denn das Schöne und das Gute sind keineswegs ein und dasselbe. Oder anders gesagt: Das Gute kann auch schön sein, aber das Schöne ist nicht immer zwangsläufig gut. In der Natur gibt es beispielsweise Lebewesen, die faszinierend schön sind, zugleich aber auch sehr gefährlich sein können. Und auch im Leben zeigt sich öfter, dass das Schöne zwar verlockend sein kann, aber oft für sich alleine noch nicht ausreichend ist oder allein der Schönheit wegen besser funktioniert. Deswegen ist in der Designgeschichte ja auch kaum von der »schönen Form« die Rede, sondern vor allem von der »guten Form«. Wenn es um Design geht, dann sollte man also eher vom Guten reden: von der guten Form, aus der dann auch durchaus Schönheit resultieren kann.

# Red Dot Kriterien

## Die 4 Qualitäten guten Designs

# 2

### DIE QUALITÄT DER VERFÜHRUNG: WIE WIRD EIN PRODUKT BEGEHRENSWERT?

Welche ästhetischen  
und sinnlichen Aspekte  
entscheiden darüber,  
ob man das Produkt  
besitzen möchte?

### DIE QUALITÄT DES EINFACHEN GEBRAUCHS

Je unkomplizierter sich ein  
Produkt gebrauchen lässt, desto  
größer ist der Nutzen – denn  
gute Funktion alleine bedeutet  
noch nicht Einfachheit.

# 3

### DIE QUALITÄT DER FUNKTION: WIE WIRD AUS EINEM ZWECK EIN FUNKTIONIERENDER GEGENSTAND?

# 1

Zu Beginn steht die Frage:  
Wie kann ein bestimmter  
Zweck zum Produkt werden?  
Welche Form ergibt sich aus  
dem Zweck, welche Technik  
und welches Material eignet  
sich hierfür besonders?

### DIE QUALITÄT DER VERANTWORTUNG: KANN GUTES DESIGN DIE LEBENSQUALITÄT AUF UMFASSEND NACHHALTIGE ART UND WEISE STEIGERN?

# 4

Braucht die Welt tatsächlich ein Produkt  
wie dieses? Und welche Verantwortung  
bedeutet es, es auf den Markt zu bringen?

### In Ihrem Buch »The Form of Success« bringen Sie die Red Dot-Bewertungskriterien für gutes Design sehr anschaulich auf den Punkt. Können Sie diese für uns etwas ausführlicher erläutern?

An erster Stelle steht hier für mich die Qualität der Funktion – denn wenn ein Gebrauchsgegenstand nicht entsprechend funktioniert, müssen wir über alle weiteren Kriterien erst gar nicht weiterreden. Der zweite Punkt ist für mich die Qualität der Verführung: Was macht ein Produkt tatsächlich attraktiv? Durch welche Eigenschaften sorgt ein Produkt dafür, dass ich es besitzen und verwenden möchte? Und weshalb bin ich bereit, dafür Geld auszugeben? Gerade dieser Punkt kann neben der rational empfundenen Zweckmäßigkeit und Funktionalität natürlich auch viel mit emotional empfundener Schönheit zu tun haben. Denn zu den funktionalen Designaspekten, die für das erste Bewertungskriterium schlüssig beantwortet werden müssen, tritt nun auch die

Frage der ästhetischen Qualität hinzu, die nicht in erster Linie am Nutzen und Gebrauch einer Sache orientiert ist, sondern auf dem Streben nach Schönheit beruht. Der dritte Punkt ist die Qualität der Verwendung, die jedoch keineswegs mit der Qualität der Funktion gleichzusetzen ist. Denn die Funktion liegt im Produkt selbst, der Gebrauch liegt aufseiten des Benutzers oder der Benutzerin. Das bedeutet: Ein Produkt kann grundsätzlich hervorragend funktionieren, trotzdem kann es schwierig zu gebrauchen sein. Ein sehr gutes Beispiel dafür war etwa die allererste Generation der Smartphones in den Nullerjahren, die noch sehr umständlich über eine konventionelle Tastatur bedient wurden. Deshalb hat das iPhone als erstes konsequentes Touchscreen-Smartphone den Markt dann später völlig auf den Kopf gestellt. Denn funktionell gesehen gab es gut funktionierende smarte Mobiltelefone grundsätzlich auch schon vorher. Doch Apple hat hier vor allem auf der Gebrauchs-





»In der reduzierten  
Designphilosophie  
von Josko steckt  
viel Zukunftspotenzial,  
wenn man an die  
großen Fragen des  
Bauens und der  
Architektur denkt.«

Prof. Dr. Peter Zec





ebene eine Revolution eingeleitet, da die Tastatur komplett durch einen Bildschirm ersetzt wurde – so, wie es bis heute bei jedem Smartphone der gewohnte Standard ist. Und das vierte entscheidende Kriterium ist die Qualität der Verantwortung, die über rein ökologische oder nachhaltige Themen weit hinausreicht. Denn hier untersuchen wir Design z. B. auch unter soziokulturellen Gesichtspunkten, mit den beiden zentralen Fragen: Braucht die Welt überhaupt ein solches Produkt? Und kann dieses Produkt und sein Design die Lebensqualität auf eine verantwortungsvolle Art steigern? Je nach Produkt können bei unserer Bewertung diese vier Qualitäten selbstverständlich sehr unterschiedlich gewichtet sein:

Für einen Dekorationsgegenstand wie z. B. eine Blumenvase mit ihrer grundsätzlich sehr einfachen Funktion gilt natürlich ein ganz anderes Verhältnis dieser Bewertungskriterien als beispielsweise für ein komplexes technisches Gerät. Im ersten Fall wird eher der Aspekt der ästhetischen Verführungsqualität und damit die Schönheit im Vordergrund stehen, während im zweiten Fall die Frage nach der rein dekorativen Schönheit gegenüber der Bewertung von Funktion, Gebrauch und Verantwortung zwangsläufig in den Hintergrund treten wird.

## **Produkte von Josko wurden bereits mehrfach mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet. Was waren die wesentlichen Begründungen dafür?**

Wir haben die ersten Produkte von Josko bereits 2009 mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet. Mir ist noch deutlich in Erinnerung, dass ich schon damals von der sehr schlanken, reduzierten Rahmenbreite und den großen erzielbaren Glasflächen der Josko Fenstersysteme beeindruckt war: Diese Produkte haben von der ersten Begegnung an besondere Modernität, Lebensqualität und hohen architektonischen Anspruch vermittelt.

Das war unser erster Eindruck von Josko vor dreizehn Jahren, und mittlerweile hat sich diese konsequente Philosophie eines qualitätsvollen Minimalismus sehr schlüssig weiterentwickelt. Wir haben erst 2022 die Glastürserie Josko MET Loft mit dem Red Dot Design Award prämiert, da auch hier dieses Prinzip der Reduktion auf das Wesentliche sehr überzeugend umgesetzt wurde: Die Ansichtsbreite der Profile ist extrem schmal, und auch über zusätzliche Elemente wie den Türgriff oder den Schlosskasten wurde intelligent nachgedacht, da diese dank eines innovativen Schließmagneten völlig verschwinden.

Diese in jedem Detail schlüssig durchdachte Einfachheit ist für mich das kennzeichnende Prinzip der Designphilosophie von Josko: Die Produkte sind sehr schlicht und geradlinig und zugleich sehr überlegt gestaltet und haben das Potenzial, die Verführungsqualität moderner Architektur in besonderer Weise zu steigern. Ich

denke übrigens, dass Josko dieses Potenzial nicht nur in seinen Heimmärkten hat, sondern hier auch auf globalem Niveau absolut mitspielen kann: Internationales Wachstum weit über die deutschsprachigen Kernmärkte hinaus würde ich daher der Marke und dem Unternehmen sehr wünschen.

Denn einerseits steht der prägende Stil und die Produktphilosophie von Josko sehr überzeugend in einer internationalen Designtradition, die ja schon seit mittlerweile rund hundert Jahren zeitlos aktuell ist und ihren Anfang mit der Architekturmoderne der zwanziger Jahre, der Designphilosophie des Bauhaus oder auch dem skandinavischen Minimalismus nahm. Und andererseits steckt in dieser konsequenten Reduktion auf das Wesentliche viel Zukunftspotenzial, wenn man an die großen Fragen des Bauens und der Architektur denkt, die z. B. unter Umweltaspekten genauso wie unter gesellschaftlichen wie wirtschaftlichen Gesichtspunkten derzeit auf uns zukommen, etwa bei Themen wie Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung, aber auch bei Erschwinglichkeit und der immer größeren Nachfrage nach ansprechender, einfach realisierbarer Wohn- und Lebensqualität.

## **Apropos Zukunftspotenzial: Welche Innovationen und Trends werden generell die Zukunft des Designs von Fenstern und Türen in den kommenden Jahren bestimmen?**

Ich werde oft gefragt, was denn der eigentliche Innovationstreiber im Design ist. Und meine Antwort darauf lautet: Das ist der jeweilige Stand der technologischen Entwicklung in unserer Gesellschaft. Die Produkte von Josko sind vereinfacht gesagt der optimale Rahmen für das Glas, daher ist ihr Innovationspotenzial auch eng mit der Entwicklung und den zukünftigen Innovationen der Glastechnologie verknüpft. Das Thema Energie beschäftigt uns ja derzeit alle sehr, deshalb werden in Zukunft z. B. neue Glasqualitäten oder Glasbeschichtungen, welche die Energieeffizienz von Fenstern und Türen optimieren, eine wichtige Rolle spielen.

Und Josko wird vor der wichtigen Aufgabe stehen, diesen neuen Technologien den entsprechenden Designrahmen zu geben. Und da ich zuvor als wichtiges Kriterium zur Bewertung von gutem Design auch den soziokulturellen Aspekt der Verantwortung genannt habe:

Unsere Lebenserwartung steigt immer mehr, und damit steigen die hohen Erwartungen an die Lebensqualität auch im fortgeschrittenen Alter. Barrierefreiheit ist beispielsweise ein sehr wichtiges Thema in der aktuellen Architektur geworden, und das wird in Zukunft noch weiter zunehmen. Josko schafft mit Fenstern und Türen nicht zuletzt auch Zugänge zu Räumen – in der Entwicklung von intelligenten und innovativen Lösungen für barrierefreie Zugänge sehe ich daher großes Zukunftspotenzial für Josko.





## ONE by Josko

Die neue Generation  
kompromisslos  
schlichter Schönheit

MAXIMALES MINIMUM.  
ELEGANT DURCHDACHTES DESIGN  
MIT STRIKTER SYMMETRIE

ONE by Josko ist ein Fenster- und Schiebetürsystem mit einer Ansichtsbreite von nur 5 cm an allen vier Rahmenseiten. Die Innenseite der Fenster lässt sich bei ONE App individuell gestalten: mit Applikationen aus Aluminium, Glas oder aus edlem Holz wie z. B. deutsche Nuss. Ähnlich schlank und minimalistisch: die Kunststoff/Alu-Serie Safir oder die zargenlose Innentür MET 56.

## MET

Die konsequent flächen-  
bündige Tür – die Zarge  
verschwindet im Mauer-  
werk, das Türblatt ist bündig



PURISTISCHE DESIGNELEMENTE FÜR MODERNES  
WOHNEN. DAS DESIGN DER PRODUKTFAMILIE  
MET IST BIS INS DETAIL STIMMIG: TÜRBLATT UND  
WAND SIND FLÄCHENBÜNDIG AUF EINER EBENE.  
MÖGLICH IST DAS, WEIL DIE ZARGE VOLLSTÄNDIG  
IN DIE WAND EINGEPUTZT WIRD.



## FixFrame Platin

Von allen Seiten beein-  
druckend durchdacht

DAS RAHMENLOSE GANZGLASSYSTEM FIXFRAME  
BEEINDRUCKT SCHON SEIT SEINER EINFÜHRUNG  
MIT DURCHDACHER TECHNIK BIS IN ALLE DE-  
TAILS. AN ALLEN VIER SEITEN VERSCHWINDET  
DER SYSTEMRAHMEN DER FIXTEILE ELEGANT IM  
MAUERWERK ODER IM BODEN. ZUDEM IST FIXFRA-  
ME OFFEN FÜR VERSCHIEDENE EINBAUTEILE WIE  
HEBESCHIEBETÜREN, TERRASSENTÜREN ODER  
AUCH HAUSTÜREN. BESONDERS IN KOMBINATION  
MIT DER HOLZ/ALU-HEBESCHIEBETÜR PLATIN  
KONNTEN WIR BEREITS VOR VIELEN JAHREN DIE  
JURY DES RED DOT AWARD ÜBERZEUGEN.



## MET Loft

Puristische  
Gestaltungsfrei-  
heit durch klare  
Einfachheit

DIE VIELFÄLTIGE INNEN-  
TÜRERIE MIT HERAUSRAGEND  
REDUZIERTEM DESIGN –  
MIT EXTREM SCHLANKEM  
ANSICHTSPROFIL AUS  
ALUMINIUM UND OHNE SICHT-  
BAREN SCHLOSSKASTEN.

## Safir

Eleganz in Kunststoff/Alu

SAFIR IST EIN KUNSTSTOFF/ALU-FENSTER, DAS  
SICH DURCH BESONDERS BÜNDIGE UND SCHLANKE  
GESTALTUNG AUSZEICHNET: AUSSEN UND INNEN  
RAHMENBÜNDIG, AUSSEN SOGAR GLASBÜNDIG.



25



## Nevos Glass

Das Design-Statement

FÜR BESONDERS AUFREGENDE, AVANT-  
GARDISTISCH ANMUTENDE EINGANGS-  
BEREICHE SORGEN DIE INNOVATIVEN  
GLASOBERFLÄCHEN DER PURISTISCHEN  
NEVOS GLASS HAUSTÜRE.



# Wie Schönes entsteht

Gutes Design ist eine lange Kette vieler kleiner Details.  
Deshalb überlassen wir bei dieser Kette nichts dem Zufall.



# schön



## Alles, was unser einzigartiges Design und unsere Premiumqualität beeinflusst, liegt in unserer Hand.

27

### WARUM WIR SELBST DESIGNEN UND ENTWICKELN

Als führende europäische Premiummarke sind wir viel mehr als ein reiner Fenster- und Türenhersteller. Wir sind zugleich auch ein Designunternehmen, das seine Lösungen im eigenen Haus entwickelt. Denn bei Josko legen wir großen Wert darauf, alles Wesentliche, das unser Design und unsere Qualität bestimmt, selbst zu machen – von der ersten Idee bis zum fertig montierten Produkt vor Ort.

Das bedeutet: Der Großteil des Wertschöpfungsprozesses liegt in unserer Hand. Deshalb können wir unsere eigenentwickelten Produkte und Lösungen sorgfältig in jedem Detail aufeinander abstimmen. Und deshalb können unsere Produkte problemlos in den verschiedensten Materialien und Stilen im Rahmen unserer Josko Smart Mix-Philosophie auf vielfältigste Weise miteinander kombiniert werden.

Dieses nahezu grenzenlos kombinierbare Produktuniversum beginnt bei unserer hauseigenen Produktentwicklung und beim von uns entworfenen Design. Denn nur so können wir bei jedem einzelnen Schritt dafür sorgen, dass jede Lösung sowohl für sich sorgfältig ausgereift ist als auch gemeinsam mit anderen Josko Produkten optimal harmoniert.

### WARUM WIR SELBST PRODUZIEREN UND LIEFERN

Wir stellen unsere Designprodukte in unserer hochmodernen Fertigung in Oberösterreich her. Mit spezialisierten Partnerunternehmen, die unsere Designphilosophie und unsere Qualitätserwartungen rundum verstehen und erfüllen, arbeiten wir an jenen Komponenten, die wir nicht im eigenen Haus verarbeiten.

Das unterscheidet uns grundsätzlich von vielen anderen Fenster- und Türenherstellern. Denn speziell in Deutschland ist die Branche vor allem von sogenannten Assemblern geprägt: viele Weiterverarbeiter, die fertige Profile von denselben großen Systemgebern zu kaufen und zusammenbauen.

Die Folge: Die meisten Fenster und Türen sehen gleich aus, weil zahlreiche Hersteller dieselben Profile verarbeiten. Bei uns hingegen ist von Anfang an garantiert: Unsere schönen Produkte sind optisch wie technisch individuell und kein Massenerzeugnis.

Dieselbe Konsequenz gilt auch für unsere Transport- und Logistik. Denn viele Fenster- und Türenproduzenten lagern diese an andere Unternehmen aus. Wir hingegen übergeben unsere wertvollen Produkte nicht in fremde Hände, sondern liefern sie mit unserem eigenen Fuhrpark und unseren eigenen Fahrer:innen aus. Denn auch bei der Sorgfalt, mit der unsere Fenster und Türen an ihrem Bestimmungsort ankommen, haben wir die Qualitätsanforderungen gerne selbst in der Hand.

#### WARUM WIR SELBST MONTIEREN UND SERVICIEREN

Über die Schönheit unserer Fenster und Türen entscheidet nicht nur das Design, sondern auch die Zeit. Denn ein Josko Produkt soll auch nach Jahrzehnten noch genauso viel Freude machen wie am ersten Tag. Das lässt sich nur erzielen, wenn bei der Montage vor Ort besonders sorgfältig gearbeitet wird. Denn das besondere Design unserer Produkte benötigt viel Detail- und Fachwissen, damit die fertig montierten Fenster und Türen über lange

Zeit hinweg optimal ihren Zweck erfüllen können. Deshalb legen wir bei Montage und Service besonders großen Wert darauf, dass alles aus einer Hand kommt. Unser Montage- und Servicenetzwerk besteht aus intensiv geschulten Profis – entweder als Mitarbeiter:innen bei uns selbst oder bei zertifizierten Partnerbetrieben. Erst durch deren Sorgfalt und Know-how erscheinen unsere Produkte in jedem Zuhause so schlank, schlicht und schön, wie wir sie designt haben.

#### WARUM WIR SELBST VERMARKTEN UND VERKAUFEN

Wenn ein Produkt über Groß- und Einzelhandelsstufen vermarktet wird, bedeutet das oft: Innovationen und komplexere Produkte bleiben auf der Strecke. Bei Josko suchen wir hingegen stets den direkten Draht zu unseren Kund:innen. Deshalb sind unsere Designlösungen direkt oder über unsere exklusiven Monomarken-Partner erhältlich. Diese beschäftigen sich ausschließlich mit Josko und finden deshalb stets die optimale, maßgeschneiderte Lösung.



# schön



»Wir bieten keine  
Massenerzeugnisse von  
der Stange, sondern  
individuelle, durchdachte  
Gesamtlösungen für  
jeden persönlichen  
Wohnstil.«

Johann Scheuringer, CEO



29



Fotos: Heidemarie Pleschko, Florian Stöllinger, Tom Son

WIE SCHÖNES ENTSTEHT



Der hohe Designanspruch führt dazu, dass wir regelrecht detailverliebt sind. Wir achten auf jedes kleinste Detail, denn die Summe der Details macht den Unterschied.

# Detailverliebt – 10 Beispiele

30



## Auf Überflüssiges einfach verzichten

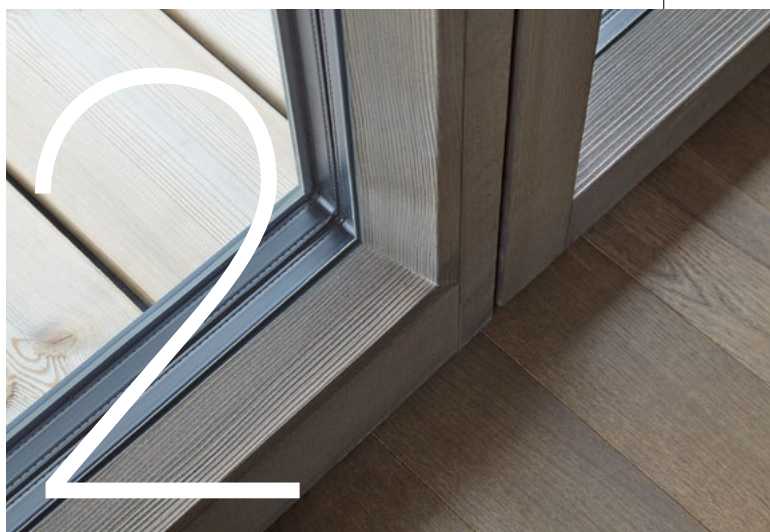
WEGLASSEN KANN SO SCHÖN SEIN. UNSERE PRODUKTFAMILIE PLATIN IST DAFÜR NUR EINES VON VIELEN BEISPIELEN.

Schönes bedeutet, verzichten zu können. Deshalb wird z. B. bei der Stockverglasung unserer Produktfamilie Platin der Wechselfalz mit größter Sorgfalt aus einem Teil gefräst. Die eingesetzte Leiste entfällt. So sind weniger Fugen und Leisten zu sehen und unsere Designphilosophie »schlank, schlicht und schön« wird konsequent umgesetzt.

## Durchgängige Oberflächen bewahren

**WEIL WIR MASSIVHOLZ AUF BESONDERE WEISE VERARBEITEN.**

Unsere Fensterrahmen aus echtem Massivholz werden verleimt, um der natürlichen Verzugsgefahr des Materials entgegenzuwirken. So ergeben sich oft an den Oberflächen unterschiedliche Strukturen. Wir haben uns eine spezielle Art der Verleimung einfallen lassen, sodass an der Oberfläche immer eine durchgängige Holzmaserung gewährleistet ist.





schön

## Auf Minimalismus reduzieren

SCHÖNHEIT IST KEIN ZAUBERKUNSTSTÜCK, SONDERN VIEL HARTE DETAILARBEIT. VOR ALLEM, WENN MAN DABEI AUF CLEVERE WEISE DINGE VERSCHWINDEN LÄSST.

Bei herkömmlichen Glastüren gibt es oft ein optisch störendes Detail, das wir gar nicht schön finden: den Schlosskasten. Deshalb haben wir ihn bei unserer MET Loft Türe ganz einfach weggelassen. Denn schön ist, was man nicht sieht. Dank neuartigem Schließmagnet und eigens entwickeltem Muschelgriff, der dezent und verdeckt im Aluminiumrahmen liegt, ist erstmals kein Schlosskasten an einer Glastür sichtbar. Dasselbe gilt übrigens auch für die Drehbänder – denn die sind bei unseren MET-Zargen ebenfalls unsichtbar.



4

## Alles wie aus einem Guss

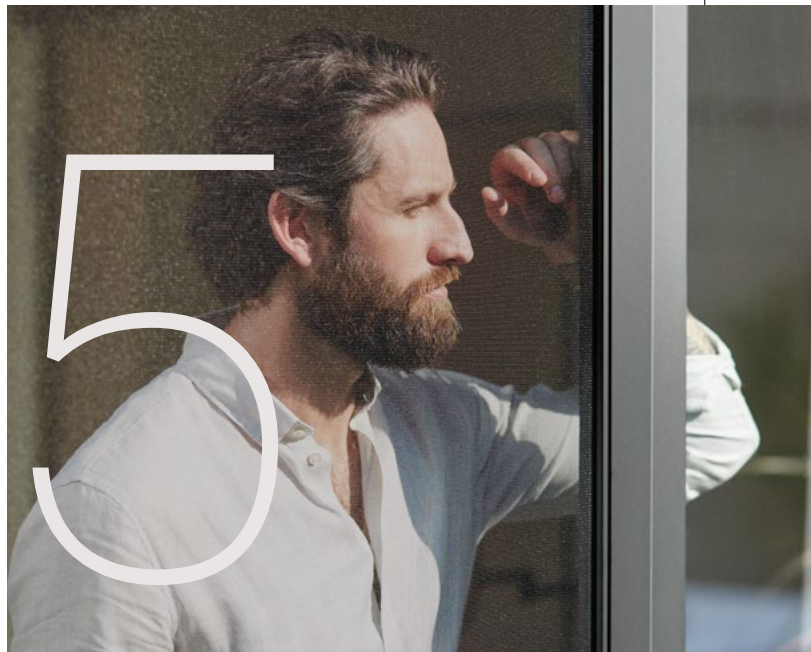
**WARUM SIND UNSERE FENSTER EIGENTLICH SO SCHÖN? WEIL WIR DAS UNSCHÖNE EINFACH WEGLASSEN.**

Bei Josko arbeiten wir gerne nach dem Designmotto: »Schön ist, was man nicht sieht«. Das gilt insbesondere auch für unnötige Glasleisten und Fugen. Diese lassen wir einfach weg, damit sie das schön schlichte Rahmendesign optisch nicht beeinträchtigen können.

## Schlank, schlicht und schön in jeder Perspektive berücksichtigen

**BEI HERKÖMMLICHEN FENSTERN IST DAS INSEKTENSCHUTZGITTER OFT EIN VERNACHLÄSSIGTES DESIGNDETAIL. ABER KEINESFALLS BEI UNS.**

Die meisten Insektenschutzgitter sind zwar praktisch, aber nicht schön. Bei ONE hat der Spannrahmen des Insektenschutzgitters allerdings exakt die gleiche Ansichtsbreite wie der Fensterrahmen und ist auch mit dem Rahmen genau deckungsgleich. Man glaubt, das Fenster selbst zu sehen – überzeugend schlank, schlicht und schön.



## Jedes Detail durchdenken

**ONE SETZT VÖLLIG NEUE DESIGNMASSSTÄBE. DA KONNTEN WIR UNS BEIM GRIFF NICHT MIT GEWÖHNLICHEM ZUFRIEDEN GEBEN.**

Mit ONE haben wir ein revolutionäres Fenster- und Schiebetürensystem mit kompromisslos schlanker Rahmenoptik geschaffen. Dazu passt natürlich kein gewöhnlicher Griff. Deshalb haben wir mit ONE FE einen eigenen Griff designed, der genauso schlank und minimalistisch ist wie das komplette System selbst.



## Barrierefreiheit schön lösen

**ONE S: BARRIEREFREIER DESIGN-ROST MIT NULLSCHWELLE.**

Wo bei Schiebetüren eine Schwelle notwendig ist, ist bei herkömmlichen Systemen die Lösung oft alles andere als schön. Unser Designrost ONE S mit Nullschwelle hingegen ist kompromisslos barrierefrei und neben der schönen Optik auch besonders praktisch, da er ganz einfach gereinigt werden kann. Und auch die Entwässerungslösung haben wir unter dem Designrost elegant unsichtbar versteckt.





# 8 schön

## Symmetrie sicherstellen

KONSEQUENT SCHLANK UND SYMMETRISCH IN JEDEM DETAIL UND AUS JEDER PERSPEKTIVE: MIT DER SPEZIELL ENTWICKELTEN FENSTERBANK FÜR ONE.

ONE ist ein bis ins kleinste Detail durchdachtes Fenster- und Schiebetürensystem mit überzeugend schlanken Dimensionen. Ein solch außergewöhnliches System braucht natürlich die passende Fensterbank. Deshalb haben wir auch diese bis ins Detail schön gemacht – und das völlig ohne sichtbare Montageschrauben.



# 9

## Auf Weglassen konzentrieren

EINE HAUSTÜR, BEI DER DAS UNSICHTBARE DAS SCHÖNE IST.

Keine sichtbaren Bänder, keine sichtbaren Rahmen, keine Griffe oder andere typische Türelemente – nur die pure Glasfläche liefert den Hinweis auf den Eingang.



## Verstecke für Details finden

AUCH DER SONNENSCHUTZ VON FENSTERN HAT ELEGANZ VERDIENT.

Deshalb haben wir auch dieses Detail konsequent zu Ende gedacht und eine volleinputzbare, dezente Führungsschiene entwickelt, die fast unsichtbar im Mauerwerk verschwindet.





schön

# DAS SCHÖNE ZU SICH NACH HAUSE HOLEN



35  
—

Wie macht man das Schöne zum ganz persönlichen Felsen in der bewegten Brandung des Lebens? Zum Beispiel mit einem Eigenheim, das schon lange gehegte Wunschträume in der Gestalt hochwertiger Architektur wahr werden lässt – gemeinsam mit edlem Design von Josko.



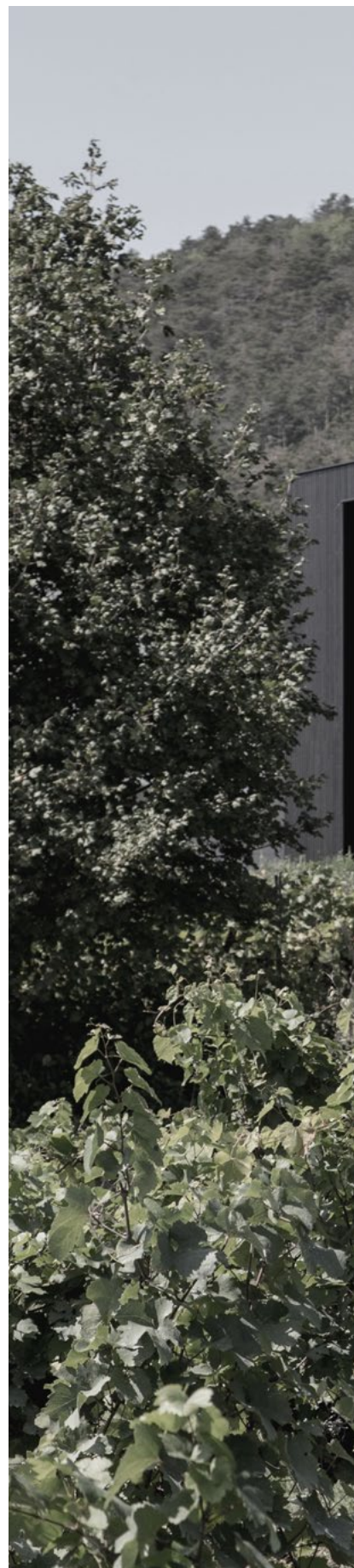
## Wenn die Natur das Maß des Schönen definiert

Mit seinem Projekt »Avos« setzt der junge niederösterreichische Architekt Oliver Steinbauer beeindruckend minimalistische Architekturakzente inmitten eines alten Weinbergs: mit einem Einfamilienhaus in puristischem Schwarz, dessen Formen dem Rhythmus der Natur gehorchen.

Der auffallende Kontrast der beiden Wohnebenen – das Untergeschoß präsentiert sich nahezu völlig offen und transparent, während die Fenster im Obergeschoß hinter charakteristisch ausgeformten Fensterlaibungen beinahe wie schmale, hohe Schießscharten wirken – ist den unterschiedlichen Charakteren des Bauherren-Paares zu verdanken: „Mein Bruder ist eher der Extrovertierte, der den Wohnbereich im Parterre nach außen möglichst offen gestalten wollte. Meine Schwägerin ist hingegen die vergleichsweise Introvertierte, die sich für die Familie private, gemütliche Rückzugsmöglichkeiten gewünscht hat“, erzählt Steinbauer über die gegensätzlichen Anforderungen, die es harmonisch unter ein Dach zu bringen galt. Beiden Wünschen konnte mit Fensterlösungen aus der puristisch schlichten Holz-/Alu-

Produktfamilie Platin von Josko optimal entsprochen werden – im Wohnbereich des Untergeschoßes als imposante, dreiseitige Glasfront von insgesamt sechsundzwanzig Metern Länge und beinahe drei Metern Höhe. Eine technisch wie auch ästhetisch anspruchsvolle Herausforderung, die mit dem Platin Blue Ganzglassystem realisiert wurde, während die Proportionen der Fensterteilung genau den Pflanzabständen der Reben entsprechen.

Auf rund 150 Quadratmetern Nutzfläche und insgesamt fünf raffiniert angeordneten Split-Levels, welche die einzelnen Wohn- und Rückzugsbereiche in großzügig offener Weise gliedern, hat Oliver Steinbauer übrigens nicht nur außergewöhnlichen Lebensraum für die Familie seines Bruders geschaffen, sondern zugleich auch eine liebevoll symbolische Verneigung vor seinem Großvater realisiert, der einst den umliegenden Weingarten bewirtschaftete: Das Projekt firmiert ebenso unter dem Namen »Avos« (= lat. »Großvater«) wie der exzellente Rotwein, den Steinbauers Bruder heute nebenberuflich in Bio-Qualität aus den Reben rings ums Haus keltert.

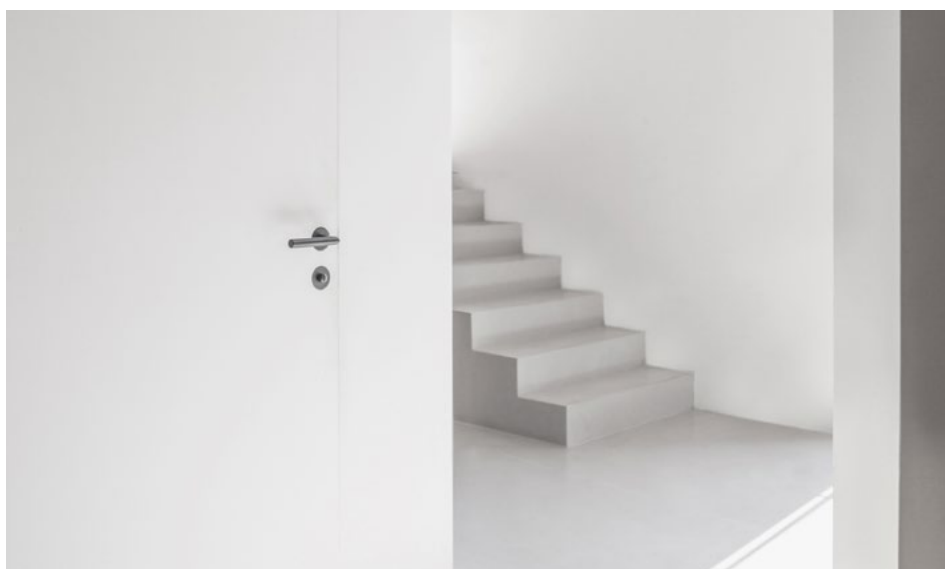






»Die Proportionen  
von Avos folgen genau  
dem Abstand der Weinreben  
im alten Weinberg  
meines Großvaters.«

Architekt Oliver Steinbauer



Im Außenbereich bilden die minimalistisch schlanken, mattschwarzen Rahmen des Platin Blue Ganzglassystems eine nahezu nahtlose Einheit mit der kohlschwarzen Holzfassade.

Ein weiteres puristisches Design-detail: die zargenlosen und mauerbündigen Josko MET Innentüren in schlichtem Weiß, die das betont reduzierte Innenraumkonzept konsequent unterstreichen.



# schön

»Das Schöne an Josko:  
Man kann auch zu vergleichsweise  
leistbaren Kosten konsequentes  
High-End-Design realisieren.«

Architekt Oliver Steinbauer





»Zuerst wollte ich unser Haus im Alleingang planen. Doch die Zusammenarbeit mit unserem Architekten war eindeutig die bessere Wahl.«

Daniel D.

## Einfach schön: ein Architekturjuwel aus zwei schlichten Kuben



Um den persönlichen Weg zum Schönen zu finden, ist manchmal auch ein kleiner Umweg nötig. Diese Erfahrung machte zum Beispiel Bauingenieur Daniel D. gemeinsam mit seiner Frau. Denn ursprünglich wollte er sein Zuhause in Eigenregie planen. Im zweiten Anlauf setzte er dann doch auf die Zusammenarbeit mit dem Architekturbüro Schlicht Lamprecht Architekten aus Schweinfurt – und freut sich heute umso mehr über ein in Rekordzeit fertiggestelltes Architekturjuwel in elegant minimalistischem Design. Die durchdachte Lösung präsentiert sich von außen als schlichter, kubischer Baukörper, Unter- und Obergeschoß wirken wie zwei übereinandergestapelte Quader. Die Raffinesse liegt allerdings im Detail, denn Richtung Garten kragt das Obergeschoß um mehr als drei Meter aus und bildet so ein Vordach, das sowohl die Terrasse als auch den Wohnbereich vor zu viel Sonnenlicht schützt. Der große, lichtdurchflutete Wohn- und Essbereich mit der durchgehenden Fassadenverglasung erfüllt konsequent den wichtigen Wunsch des Ehepaars, einen fließenden Übergang zwischen Wohnraum und dem Blick hinaus in die unverbaute grüne Natur zu schaffen. Ausgeführt wurde die Glasfront mit raumhohen Josko FixFrame-Holz-/Alu-Elementen, die sich mit ihren schlanken Rahmen und dem flächenbündigen Design harmonisch in das Architekturkonzept einfügen.



# SO SCHÖN KANN ZU HAUSE SEIN

Wie wird ein schönes Zuhause noch schöner? Mit neuen Inspirationen unserer beHome Ambassadors, die du auf unserer Plattform »beHome by Josko« entdecken kannst.

Niemand kann besser zeigen, wie schön ein Zuhause sein kann, als die Menschen, die darin wohnen. Deswegen haben wir beHome by Josko ins Leben gerufen: Einen digitalen Ort der Inspiration für ein schönes Zuhause.

Die Online-Plattform hat das Gesicht einer modernen App und ist inspiriert von Elementen, wie sie aus der Social-Media-Welt bekannt sind: Fotos im smart-phonefreundlichen Hochformat etwa oder Challenges, die speziellen Wohnthemen gewidmet sind.

Hier geben unsere vorerst fünfzehn exklusiven Ambassadors authentische Einblicke, wie schön sie mit unseren Fenstern und Türen wohnen. Mit eigenen Bildern, Videos und Texten meistern sie zu Beginn zehn verschiedene Challenges, die darauf abzielen, einen Einblick in ihr schönes Zuhause zu bekommen. So lernst du sie von einer sehr persönlichen Seite kennen, denn jedes Zuhause ist ein individueller Spiegel seiner Bewohner:innen.

## DIE 10 CHALLENGES

### LIEBLINGSPLATZ

Wo gehst du in deinem Zuhause deiner liebsten Tätigkeit nach?

### FLIESSENDER ÜBERGANG

Wo in deinem Zuhause ist der schönste Übergang in die freie Natur?

### AUSBLICK

Wo hast du den schönsten Ausblick in deinem Zuhause?

### TREFFPUNKT

Welcher Platz in deinem Zuhause ist der Treffpunkt, an dem deine Liebsten zusammenkommen?

### HOLZLIEBE

Wie sieht Holz in seiner schönsten Form in deinem Zuhause aus?

### NATÜRLICHES LICHTSPIEL

Welchen Platz in deinem Zuhause findest du besonders schön aufgrund des natürlichen Lichtspiels?

### MUT AUSBRUCH

Wie hast du bei der Gestaltung deines Zuhauses Mut bewiesen und etwas Außergewöhnliches gewagt?

### ENTSPANNUNGSSORT

Wo kannst du dich in deinem Zuhause am besten entspannen?

### EINZIGARTIGKEIT

Welcher Platz in deinem Zuhause ist so einzigartig, dass es ihn kein zweites Mal gibt?

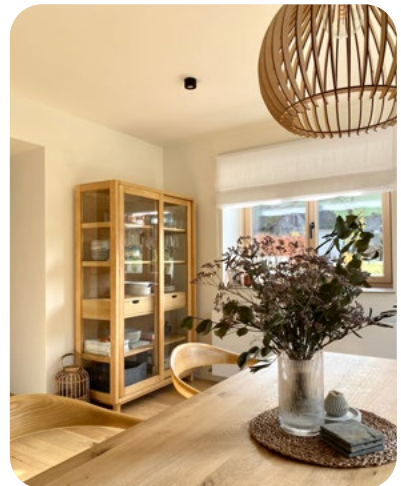
### HERZLICH WILLKOMMEN

Wo heißt du Gäste in deinem Zuhause willkommen?



Die dazu passenden Antworten findest du auf [behome.josko.com](https://behome.josko.com).  
Lass dich inspirieren!

schön



# Architekt Johannes Will

## WARUM SCHÖNES

---

## AUS WAHRHEIT

---

## ENTSTEHT

---

44  
—

### JOHANNES WILL

Johannes Will studierte Architektur an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien und diplomierte mit Auszeichnung unter der Diplomjury von Wolf D. Prix, Zaha Hadid und Hans Hollein. Er ist seit 2008 Architekt und Ziviltechniker. Mit seinem Architekturbüro in Wien realisiert er außergewöhnliche Projekte für außergewöhnliche Auftraggeber:innen unter dem Motto: »Für uns ist Architektur ein Maßanzug mit hohem Mehrwert für Kund:innen, die auch mitwachsen können – ein Gefühlsverstärker, der Staunen und Erlebnisse fördert«. Bleibende Werte für Kund:innen und wertvolle Beiträge zur Baukultur schaffen – beides ist ihm ein Anliegen. Für ihn ist Architektur gebaute Verantwortung.

»Architektur ist kein Bild, das man an die Wand hängt.«

Johannes Will

**Herr Will, wie ist als Architekt Ihr ganz persönlicher Zugang zum Thema des Schönen? Ist die Emotion des Schönen in der Architektur überhaupt ein ausschlaggebendes Kriterium? Geht es hier nicht viel mehr um sachlichere Themen wie Form und Funktion?**

Schön ist für mich das, was mich emotional berührt. Das können die unterschiedlichsten Dinge sein: ein einzelner Sonnenstrahl, der durch die Wolkendecke dringt. Das Lächeln eines Menschen, den man mag. Ein schöner Sportwagen aus den sechziger Jahren. Oder auch ein Spaziergang am Meer. Dieses bewusste Erleben von schönen Dingen kann dann wiederum umso mehr zu einer vielfältigen Inspirationsquelle im Leben werden. In Bezug auf Architektur und Design ist es nicht viel anders: Auch hier sind Schönheit und Emotion untrennbar miteinander verbunden. Im Vergleich zum Design, das primär auf den:die Nutzer:in fokussiert, kommen in der Architektur allerdings noch viele weitere Betrachtungsebenen hinzu – Architektur ist schließlich kein Bild, das man sich einfach die Wand hängt. Denn ein Bild kann man wieder abnehmen. Die Architektur bleibt allerdings meist lange Zeit bestehen. Eine dieser vielen, wichtigen Betrachtungsebenen ist z. B., dass Architektur stets mit dem Ort verbunden ist. Oft ist Architektur auch öffentlich wahrnehmbar oder öffentlich sichtbar. Maßstab und Umfeld spielen bei ihr eine große Rolle, ebenso wie Form und Funktion. Diese Form entspringt idealerweise einer Funktion, folgt ihr aber nicht zwangsläufig, denn eine Form muss keineswegs immer rational sein. Auch müssen architektonische Eingriffe mit Bedacht gesetzt werden, denn ihre Auswirkungen betreffen zu meist nicht nur eine, sondern viele Generationen von Menschen. Und von Schönheit oder einem gelungenen Projekt kann man aus meiner Sicht in der Architektur dann sprechen, wenn all diese Faktoren stimmig zusammengeführt werden.





## Wann ist für Sie persönlich dieser besondere Moment da, an dem diese Stimmigkeit erreicht ist, die dann zum Schönen führt?

Auch da komme ich wieder auf die Emotion zurück. Denn in jedem architektonischen Entwurfsprozess gibt es diesen einen, bestimmten Moment, in dem man sehr genau spürt und weiß: Jetzt hat alles seine Richtigkeit. Der Weg dorthin ist allerdings oft weit. Und auch mit der Erfahrung vieler realisierter Projekte ist es für mich keineswegs immer absehbar, wann man diesen speziellen Punkt erreicht, denn dafür müssen viele Ebenen zugleich abgedeckt sein. So müssen sich beispielsweise die Auftraggeber:innen selbst in ihrem Projekt sehen und wiedererkennen können. Das Raumerlebnis muss stimmen, die Akustik, der Maßstab, das Organisationsschema, die Integration ins Umfeld und noch vieles mehr. Und es ist auch schon öfter vorgekommen, dass ein Konzept vor einem Präsentationstermin noch einmal völlig neu gedacht werden musste.

Eines ist für mich jedenfalls fix: Kein Projekt geht in die Realisierung, eher dieser besondere Moment der Stimmigkeit nicht erreicht ist. Ich würde deshalb sagen: Schönheit kommt von Wahrheit. Denn erst, wenn man zu all diesen Themen gültige Antworten findet, kann Architektur gelingen. Und dazu nehmen wir einen oft langwierigen und aufwendigen Weg auf uns: Im Interesse dieser Stimmigkeit und Wahrheit entwickeln wir unsere Projekte von innen nach außen und auch wieder nach innen zurück. Und wir decken dabei die Architektur genauso ab wie die Innenarchitektur und denken beides gleichwertig mit.

**Könnte man daher sagen, dass Schönheit auch viel mit Durchdachtheit und mit der Aufmerksamkeit für sorgfältig aufeinander abgestimmte Einzelheiten zu tun hat?**

Man kann es spüren, wenn Architektur nicht nur alleine Form ist, sondern wenn sie mit Inhalt gefüllt ist. Und wenn ich sage, dass Schönheit von Wahrheit kommt, meine ich damit Echtheit, Richtigkeit und Authentizität. Dazu müssen viele Dinge aufeinander abgestimmt und die richtigen Fragen beantwortet sein, zugleich muss es aber immer auch eine tragende Idee des:der Architekt:in geben, die lesbar sein muss.

Das beginnt bei mir persönlich meist ganz einfach mit einem Stift, einem leeren Blatt Papier und den ersten Skizzen, dann folgt ein Arbeitsmodell. Damit meine ich allerdings kein digitales, sondern ein maßstäblich gebautes reales Modell. Denn mit digitalen Modellen kann vieles weitaus besser und eindrucksvoller dargestellt werden, als es dann tatsächlich in der Realität wirkt. Doch schon während meiner Studienzeit hat mein Professor gerne gesagt: »Ein Modell lügt nicht. Was im Maßstab eins zu hundert nicht gut aussieht, sieht in der Realität hundertmal so schlecht aus.« Das bedeutet keineswegs, dass wir nicht auch digital arbeiten, virtuelle und analoge Prozesse laufen bei uns im Büro parallel. Doch aus meiner Sicht kommt ein reales Modell schon im kleinen Maßstab diesem Anspruch der Wahrheit, Echtheit und Authentizität weitaus näher als jede Computersimulation – und damit auch meinem Anspruch, dass das, was wir für unsere Auftraggeber:innen bauen, Generationen überdauern soll.

Denn ein nachhaltiger Mehrwert definiert sich ja nicht nur alleine über die ökologischen Qualitäten eines Gebäudes, sondern auch über seine Lebensdauer: Was für lange Zeit gedacht und gemacht ist, schont Ressourcen. Und speziell Eindrücke und Werte, die auf Dauerhaftigkeit ausgelegt sind, können viel mit Schönheit zu tun haben: Wenn es um das Schöne geht, wollen Menschen zumeist, dass es möglichst lange bleibt, und nicht, dass es flüchtig schnell wieder vergeht.

## Ehe ein Projekt geschaffen ist, ist es ja oft ein weiterer gemeinsamer Weg für Auftraggeber:innen und Architekt:innen. Worauf kommt es aus Ihrer Sicht besonders an, damit dieser Weg erfolgreich verläuft?

Das Gefühl echten Vertrauens ist dazu der wesentlichste Faktor. Die menschliche Chemie zwischen Auftraggeber:innen und Architekt:innen muss stimmen, sonst hat es wahrscheinlich wenig Erfolgchancen, diesen Weg gemeinsam zu gehen. Das bedeutet keineswegs, dass man von Anfang an in allen Punkten derselben Meinung sein muss. Aber es bedeutet die grundsätzliche Bereitschaft, sich für ein gemeinsames Ziel offen aufeinander einzulassen. Für Bauherr:innen beginnt ein Projekt oft mit Bildern und Vorbildern, mit Inspirationen und Details. Für Architekt:innen steht hingegen der Blick für das große Ganze im Mittelpunkt, mit der sehr wichtigen zentralen Frage: Was ist tatsächlich möglich und zu welchem Budget? Denn die Kostenwahrheit ist ein essenzieller Punkt bei jedem Bauprojekt und vor allem auch ein Punkt, der gerne unterschätzt wird. Ein Bauprojekt ist ja nicht alleine mit der Fertigstellung der Räume beendet, sondern setzt sich mit Themen wie Innenarchitektur, Gartengestaltung und vielem mehr noch um einiges weiter fort. Als Architekt:in muss man daher gut zuhören und zwischen den Zeilen lesen können, um die Wünsche der Auftraggeber:innen richtig erkennen zu können und um sie auch in realistische Bahnen der Machbarkeit lenken zu können. Dazu gehört auch, dass man als Architekt:in vor Auseinandersetzungen keinesfalls zurückscheuen darf. Persönlich bin ich deshalb ein sehr diskussionsbereiter Mensch, wenn es darum geht, Ideen zu erklären, zu verteidigen, zu verstehen oder auch manchen Punkten ganz klar zu widersprechen. Eines der schönsten Komplimente, die ich nach einem Projekt erhalten habe, lautete deshalb: »Danke, dass du so oft Nein gesagt hast.« Denn spannend wird die Zusammenarbeit zwischen Architekt:in und Auftraggeber:in ja erst dann, wenn der gemeinsame Weg ein Lernprozess ist, wenn Menschen, die ein Projekt beauftragen, zu Projektende nicht nur ein Gebäude erhalten, sondern auch ein tiefgehendes Verständnis für dieses Gebäude und seinen Entstehungsprozess mitnehmen, um dessen Stellenwert in ihrem Leben dann umso mehr zu schätzen.

## Dieser hohe Anspruch bildet ja ein Leitmotiv Ihrer Arbeit, bei der oft ein Projekt die gebauten, sehr persönlichen Gefühle der Bauherr:innen widerspiegelt. Wie findet man den richtigen Weg zu solchen sehr individuellen Projekten?

Für diesen Weg ist der zweite wesentliche Faktor vor allem Mut. In der Auseinandersetzung mit der Bauaufgabe und den Auftragge-

ber:innen werden oft Dinge entdeckt, die nicht offensichtlich sind. Wünsche und Sehnsüchte werden erst durch das Verwerfen konventioneller Ansätze entwickelt oder entdeckt. Dazu gehört auch der Mut, Dinge zuzulassen. Ich hatte etwa schon mit Auftraggeber:innen zu tun, die anfangs nur zwei Zimmer umbauen wollten. Als wir dann gemeinsam analysiert haben, was tatsächlich hinter diesem Wunsch steckt, wurde dann ein gesamtes Geschoß entkernt und neu organisiert. Und wenn es bei meinen Projekten dann auch noch um sehr spezielle räumliche Ausformulierungen geht, wird es noch spannender.

So entstand beispielsweise aus dem Wunsch eines:iner Auftraggeber:in nach einem Raum zum Meditieren und zum fokussierten Arbeiten letztlich ein außergewöhnlicher Denkraum mit fünf Metern Deckenhöhe. Und aus dem Wunsch nach einem Ruheraum nach der Sauna mit Ausblick in einen Lichthof wurde schließlich ein einzigartiges Projekt: Der Ausblick wurde über einen riesigen, um 45° geneigten Spiegel endlos hinaus in den gesamten Himmel umgelenkt – so, als würde man als Kind in einer Wiese liegen und den Wolken zusehen. Derartige Räume existieren nicht im Vorhinein. Sie werden Schritt für Schritt am Arbeitsmodell entwickelt und erfordern mutige Bauherr:innen für deren Umsetzung. Hier werden Räume geschaffen, die wir als »Gefühlsverstärker« bezeichnen.



## »Schönheit kommt von Wahrheit.«

Johannes Will

## Viele Ihrer Projekte bewegen sich im eher exklusiven und budgetär gehobenen Bereich – realisieren Sie auch kleinere Projekte?

Eines unserer kleinsten Projekte ist ein Kleingartenhaus in Wien, das wir für einen Schauspieler und seine vierköpfige Familie realisiert haben. Bei einer relativ

kleinen Grundstücksfläche von nur 240 m<sup>2</sup> standen wir vor der strategischen Herausforderung, ein Gebäude zu entwickeln, das die Nachbarschaft weitgehend ausblendet und den Garten dafür maximal einblendet. Entstanden ist ein teilweise als dreigeschossig wahrnehmbarer Baukörper, der mit einer Außenbreite von nur 3,8 Metern relativ schmal gehalten ist, der im Inneren allerdings umso mehr mit seiner räumlichen Großzügigkeit verblüfft. Das ist einerseits den großen Glasflächen zu verdanken: Das Haus ist zum Garten hin komplett verglast, abgesehen von den justierbaren Holzlamellen, die zur Beschattung und als Sichtschutz dienen. Andererseits macht dies der sehr groß dimensionierte Küchenbereich mit Esstisch und vorgelagerter Terrasse möglich, denn durch diesen weitläufigen Gemeinschaftsbereich können andere Räume umso kompakter gehalten werden. Ein Haus zu bauen, ist im kleinen Maßstab deshalb ein wenig ähnlich, wie eine Stadt zu planen: Wo dicht gebaut wird, braucht es umso mehr auch große Plätze und Freiflächen zum Ausgleich.





Unser Zuhause ist  
nicht zufällig der  
schönste Ort der Welt

---

GANZ SCHÖN JOSKO

DIE SCHÖNEN FENSTER UND TÜREN

[josko.com](https://josko.com)   

#### Impressum

HERAUSGEBER Josko Fenster und Türen GmbH, A-4794 Köpfing, Josko-Straße 1, [office@josko.at](mailto:office@josko.at)

MARKETING Simone Ecker, Josip Vinojic, Marianne Gollhammer REDAKTION Nikolaus Prokop, [section.d](mailto:section.d), [sectiond.at](mailto:sectiond.at)

GESTALTUNG Alexander Stürzer, [section.d](mailto:section.d), [sectiond.at](mailto:sectiond.at)

Technische Änderungen, Satz- und Druckfehler sowie drucktechnisch bedingte Farbabweichungen vorbehalten. Texte und Abbildungen können Sonderausführungen beinhalten.





**Josko Fenster und Türen GmbH**

A-4794 Kopfing, Josko-Straße 1, [office@josko.at](mailto:office@josko.at)

Den Josko Partner in deiner Nähe findest du unter [josko.com](http://josko.com)

**[www.josko.com](http://www.josko.com)**