

VON HANAU
IN DIE WELT

DESIGN
LARS
CONTZEN

L. Contzen

29.03.–30.11.2025

samstags & sonntags 11–17 Uhr

Museum Großauheim

www.museen-hanau.de





PRESSEINFORMATION

Dem in Hanau-Großauheim wirkenden Industriedesigner gelang Außergewöhnliches: Lars Contzen machte seinen Namen zur Marke. Allein 25 Millionen Quadratmeter von ihm designte Tapeten wurden weltweit verkauft. Zudem gestaltete er Böden, Farben, Lampen, Alltagsgegenstände, Tische, Möbel, Messestände und Fertighäuser. Zuletzt entwickelte er Designs für Getränke, Zahnpasta und Sportgeräte.

Die Ausstellung im Museum Großauheim gibt einen Einblick in den vielfältigen Schaffenskreis des Künstlers und Designers. Sie ist von Lars Contzen mitgestaltet und konzipiert.

Die Presseinformation umfasst

- Ausstellungstexte (© Städtische Museen Hanau, Dr. Markus Häfner) mit Zitaten von Lars Contzen aus den vergangenen zwei Jahrzehnten
- Impressum der Beteiligten
- Termine im Begleitprogramm
- Fotoauswahl zur Berichterstattung
- Plakat und Flyer als digitale Anlagen

Das Ausstellungsprojekt wird gefördert von

- Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Forschung, Kunst und Kultur
- Museumsverband Hessen
- Stiftung der Sparkasse Hanau
- Kathinka-Platzhoff-Stiftung.





AUSSTELLUNGSTEXTE

BIOGRAPHIE

Weltbekannte Designs aus Hanau

Sein Name ist als Marke im Produkt- und Industriedesign weltweit bekannt. Seine Designs sind auffällig und farbenfroh, dynamisch und lebendig, raumprägend und dreidimensional wirkend, abwechslungsreich, bisweilen schrill und versprühen positive Energie. Seit mehr als 35 Jahren wirkt er als Künstler, Fotograf, Gestalter und Designer aus unserer Region heraus. Mittlerweile bringt er seine Erfahrung, Kreativität und Kompetenzen in den Markenaufbau von Unternehmen ein. Dies zeichnet Lars Contzen aus.

„Ich gestalte viele Produkte so, wie ich sie selbst haben möchte.“

Seine Markenzeichen sind grafische oder florale Muster, mal in grellen, mal in dezenten Farben und Designs. Sie sind mit stimmigen Namen wie Le Pop, Jardin des Plantes, Aloha, New Transparency, Royal Squares, Samba oder Wild at Heart betitelt und finden sich auf einer Vielzahl von Oberflächen wieder.

„Es ist schon lustig, wenn man Artikel über sich selbst beim Friseur lesen kann oder wenn man in Südspanien durch die Fußgängerzone läuft und in Filialen einer Modekette sein Dekor entdeckt. Da kommt man schon ins Schmunzeln.“

Weltkonzerne wie McDonald's, Burger King, IKEA oder Esprit statteten ihre Filialen mit Contzen-Dekors aus. Mit seiner Materialvielfalt von Tapeten und Verbundstoffen über Möbel und Geschirr bis zu Wandfarben sorgte er gleichermaßen für die Neugestaltung zahlreicher Privaträume.

„Ich denke, es geht vielleicht auch darum, ein Stück Club- oder Bar-Atmosphäre in den eigenen vier Wänden zu schaffen.“

Die Ausstellung „Von Hanau in die Welt“ zeigt ausgewählte dekorative Industrieprodukte, die weltweite Vermarktung gefunden haben, und Produktdesigns mit regionalem Bezug. Ebenso wird sein Wirken im Bereich Markenaufbau und als Künstler gestreift. Die gezeigten Objekte stammen alle aus Contzens Privatbesitz. Nehmen Sie sich die Zeit, tauchen Sie ein und entdecken Schönheit und Vielfalt seiner Designs.

„Ich begreife Kunst als Teil des Alltagslebens.“





Verwurzelt in der Region

Lars Contzen ist eng mit Hanau und der Region verbunden. 1970 in Frankfurt am Main geboren, wuchs er in Nidderau auf. Beeinflusst von seiner Großmutter begann er im Alter von 12 Jahren mit der Ölmalerei. Sein Abitur schloss er am Franziskanergymnasium Kreuzburg in Großkrotzenburg mit 15 Punkten im Fach Kunst ab. Bereits in jungen Jahren erhielt er den Kulturpreis der Schule. 1985 präsentierte er in einer Ausstellung seine ersten Werke und verkaufte seine erste Ölmalerei. Über 500 Werke zählte seine Mappe zu Beginn des Studiums.

In den Jahren 1989 bis 1994 studierte Contzen Freie Bildende Kunst an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz bei Professor Klaus Jürgen-Fischer. Mehr als 500 Interessierte bewarben sich auf die sieben Studienplätze. Contzen erhielt einen davon. Einige Zeit während des Studiums verbrachte Contzen in New York. Dies inspirierte ihn zur Gestaltung großflächiger Wandgemälde.

Parallel arbeitete er 1990 bis 1994 als freier Zeichner und Illustrator für den Buchverlag Michaela Naumann und schuf Illustrationen für 20 verschiedene Buchtitel. Im selben Verlag veröffentlichte er 1991 sein erstes eigenes Buch „Contzen's Urlaubsratgeber“. Zeitweise leitete er 1995/96 die damals dem Kulturstadtamt angeschlossene Jugendkunstschule Hanau.

Im Alter von 24 Jahren zog Contzen nach Hanau, lebte 1994 bis 2002 in der Hanauer Innenstadt, darauf in Steinheim und seit 2015 in Großauheim. Zwischen 1994 und 1996 arbeitete er in einem Atelier im Windecker Schloss. Im Anschluss schuf er 1998 mit Jörg Obenauer (Lichtprojekte) und Ulrich Opitz (Liveperformance) das Künstlerkollektiv und Gemeinschaftsatelier Drahtwerk in der Frankfurter Landstraße 52 in Hanau. Der in den ehemaligen Lagerhallen eingerichtete Contzentrade Showroom zeigte die Vielfalt seiner Designentwürfe.

„Ich versuche aus Künstlersicht aus Hanau eine attraktive Stadt zu machen, Stadtentwicklung im Geiste der Kunst zu betreiben.“

Von 2010 an bis 2015 mietete er den 250 m² großen ehemaligen Großauheimer Ballsaal in der Alten Langgasse an, bevor er 2015 in derselben Straße das ehemalige Gasthaus Engel am Zollturm am Mainufer mit dem angeschlossenen historischen Bootshaus kaufte. Unter dem Namen „Bootshaus Studio“ entwickelt Contzen dort heute Ideen für Markenaufbau, betreibt ein professionelles Fotostudio und führt dort sein





Künstleratelier, in dem parallel zu Auftragsarbeiten regelmäßig freie künstlerische Arbeiten wie Malereien und Grafiken entstehen. In den verschiedenen Stationen seines Schaffens kommt die enge Verbundenheit zur Region und zu Hanau zum Ausdruck.

Freier Künstler

Nach dem Studium arbeitete Lars Contzen als freier Künstler, stellte in Galerien und Museen aus und erhielt verschiedene Kunstpreise.

„Kunst ist wichtig und hat eine Aufgabe in der Gesellschaft.“

In Hanau zeigte er 1997 in der Remisengalerie zwei Serien mit großformatigen Ölbildern. In der Ausstellung „Das Magische Quadrat“ war er 1999 zusammen mit Irina Kraosnoff-Krause, Joachim Mennicken und Michael Werner als einer von vier Vertretern der jungen Hanauer Kunstszene mit seiner Fotokunst präsent. Er verfremdete Aufnahmen mit Filtern und Computertechnik, sodass sie an Leuchtreklamen oder Fernsehbilder erinnerten. In einem weiteren Werk modifizierte er Kernspintomografien menschlicher Körper, die hierdurch eine science-fictionartige Aufladung erhielten. Zudem arbeitete er mit der Mosaikkunst und erzeugte aus Kunststoff pixelartig aufgebaute Motive, die durch das Element der Unschärfe an digital erzeugte Bildnisse erinnern. Wie bei seinen 2018/19 realisierten Siebdrucken arbeitete Contzen mit Surf-Motiven.

„Kunst ist kein Luxus der Gesellschaft! Menschen sind vom Dialog, vom Kommunizieren abhängig. Kunst ist ein Teil davon, egal ob es die darstellende Kunst ist, die Musik und vieles mehr – es gibt unendlich viele Facetten von Kunst und alles ist eine Bereicherung!“

Im Jahr 2000 erhielt er den 1991 bis 2011 vergebenen Cläre-Roeder-Münch-Preis für gegenständliche, realistische Malerei und Bildhauerei und stellte seine Malereien in Philippsruhe aus. Hinzu kamen zwei Ausstellungen in der Galerie ARP 2019 mit Siebdrucken und Malerei 2024.

„Ich hatte nie eine Berufswahl, für mich kam nichts anderes als Kunst in Frage“

Seine Kunst war und ist keinem bestimmten Stil verpflichtet, sondern folgt technischen und gestalterischen Experimenten bei Verwendung vielfältiger und innovativer Medien und Materialien.

Obwohl er seine Werke in wichtigen Galerien für zeitgenössische Kunst wie Axel Thieme in Darmstadt ausstellte, hielt Contzen solche Galerien und Ausstellungen für eine





antiquierte Form der Kunstpräsentation. Nach 2002 gab er die Malerei für zwei Jahrzehnte auf und konzentrierte sich auf Designarbeiten.

„Mich langweilten Vernissagen, bei denen Menschen mit einem Glas Sekt in der Hand Interpretationen für meine Bilder suchten, immer.“

Kunst im Stadtraum

„Großflächige Arbeiten – das war und ist immer noch mein Ding. Raumgreifend und ausdrucksstark muss es sein.“

Das enge Korsett von Malerei und Fotografie war für Lars Contzen schon in den 1990er Jahre zu monoton. Daher erweiterte er sein Portfolio um Kunst am Bau und auftragsbezogene Wandgestaltungen. Langfristig entwickelte sich daraus der Wunsch, großflächig im Innenraum zu arbeiten und die Ideen in Serie zu vervielfältigen.

„Kunst kommt nicht von oben, sondern aus der Subkultur. Heute muss sie interdisziplinär funktionieren: Musik, Mode, Clubkultur, Design und freie Kunst lassen sich in vielen meiner Projekte auf denselben Nenner bringen.“

Seit 1994 schuf Contzen Wandmalerei und verstärkte Graffitis im Stadtraum. Der Kunstform gab er den Namen Spray-Art und bot in Deutschland seinerzeit als einzige Agentur für Malerei und Grafik solche Graffiti-Kunst an. Regional und überregional verschönerte er viele Betonflächen mit seiner Kunst: in Nidderau das Schwimmbad und einen Baumarkt, in Hanau die ehemalige Schweinehalle mit einer Werbung für die Night-Life-Show „Nacht der schrägen Männer“ im Comoedienhaus und das Parkhaus am Heinrich-Fischer-Bad mit dem Konterfei der Brüder Grimm, in Saarbrücken die Diskothek Kaktus, in Halle ein Möbelhaus, in Wien ein Verlagshaus und 1998 den Sockel des Leuchtturms in Helgoland.

In seinem künstlerischen Wirken blieb er abwechslungsreich und kreativ: So gestaltete er 2001 die 24 Motive für den Adventskalender in den Fenstern des Neustädter Rathauses und vier Camouflage-Muster im Stadtraum mit Wortmarken zu Völkerverständigung und Zwischenmenschlichkeit.

„Kunst ist für mich die ständige Suche nach neuen Visualisierungsformen.“

Manches Werk ist aus dem öffentlichen Raum schon wieder verschwunden und eine Gedenktafel erinnert daran. So stellte Contzen im Jahr 2000 auf der Friedhofsmauer in Windecken die Schöpfungsgeschichte in 18 Bildmotiven in metaphorischer Form dar.





Die Werke malte er mit Acrylfarbe auf den grundierten Putz. Doch zwei Jahrzehnte später wich die baufällige Mauer mit seinem Bildzyklus zugunsten einer grünen Begrenzung.

Fokus auf Produktdesign

„Während meines Studiums lernte ich eine wichtige Lebensweisheit: Je besser du als Künstler wirst, desto schwieriger wird es, verstanden zu werden. Nach dieser Wahrnehmung hatte ich es satt, den Leuten zu erklären, was die Mission der Kunst ist. Also verlagerte ich meinen Fokus auf das Gegenteil von Kunst: Dekor. Plötzlich fühlte ich eine solche Freiheit, etwas zu erschaffen, ohne es den Leuten erklären zu müssen.“

Parallel zu Ausstellungen und Auftragsarbeiten wandte sich Lars Contzen ab 1998 dem Industriedesign für Produkte und Oberflächen zu und fokussierte sich auf Strukturen und Farben. Zunächst entwarf er für Resopal Oberflächendesigns und baute darauf seine Dekor- und Farbenwelt für Innenräume und Innenarchitektur auf.

„Mein Design ist die Gegenreaktion auf ein Kunstverständnis, das immer noch ausschließlich die technischen Fertigkeiten bewertet. Ich wollte etwas schaffen, das mich mehr befriedigt, als die authentische Wiedergabe meiner Umwelt.“

Der Durchbruch gelang ihm 2002 als er mit seinen Designs und Kollektionen für Möbel, Tapeten, Stoffe, Teppiche, Architekturglas, Bodenbeläge, Lamine und Farbe für verschiedene Hersteller international zur Marke wurde. Er schuf nicht nur die Designs, sondern kümmerte sich auch um Vertrieb und Vermarktung der Dekore. Künstlerisches Schaffen und Massenproduktion ist für ihn kein Widerspruch. Vielmehr bringt er die beiden Pole in Einklang.

„Wir alle kennen die kleinen Muster der vergangenen Jahrzehnte, die meist langweilig waren, weil sie sich innerhalb der Komposition ständig wiederholten. Meine Idee war, etwas zu schaffen, das mehr mit Kunst als mit Mustern zu tun hat. Viele meiner Designs für Lamine und Tapeten weisen keine Musterwiederholung auf.“

Contzen verbindet das künstlerische Handwerk mit digitaler Technologie und schafft hiermit eine einzigartige Verbindung aus Kunst und Grafikdesign. Seine Dekore druckt er wie Bilder auf verschiedene Oberflächen und kombiniert Farben, Einrichtungsgegenstände und Wandgestaltung zu einem stimmigen, dreidimensionalen Gesamtbild.





„Wenn ich einen ganzen Raum als Bild verstehe, muss ich alle Elemente so zusammensetzen, dass ein homogenes Ergebnis entsteht. Meine Idee ist es, eine Gesamtlösung für die verschiedenen Materialien im Innenraum zu finden, um eine stimmige und eigenständige Welt zu schaffen. Generell gefällt mir die Idee von konzeptuellen Dingen aus einer Hand.“

Dabei kombiniert er auch immer wieder seine verschiedenen Schaffensphasen und die Bereiche Kunst und Design miteinander wie bei der Neukonzeption des Café Purrot (ehemals Café Pierrot) in der Nordstraße. Zusammen mit den Betreibern entwickelte er 2005 ein neues Konzept samt Namensänderung und Design. Im Zentrum standen das aus der Raumausstattung entlehnte Logo aus drei roten Kugeln, das sich auf Gläsern, Arbeitskleidung, Rückwänden und Karten wiederfand. So fand er eine ganzeinheitliche Lösung.

„Meine Absicht ist es, Bilder zu schaffen, in die man hinein- oder durch die man hindurchgehen kann. Ich mag es, wenn ein dreidimensionales Möbelstück von einer zweidimensionalen Form inspiriert ist oder die gleichen Umrisse aufweist, wie zum Beispiel eine passende Tapete oder ein Teppich.“





TAPETENKOLLEKTIONEN

„Wir haben die Tapete neu erfunden.“

Lars Contzen entstaubte die Tapete und damit unsere Wohnräume. Nachdem seit den 1980er Jahren helle Raufasertapeten dominierten, brachte er Grafik, Dekor, Farbigkeit und einen Anklang urbaner Clubkultur in stillvoller und moderner Weise zurück. Die Raufaser war Geschichte. „Er hat dazu beigetragen, dass die Tapete ein modernes Image hat. Sie wird wieder als Designelement angesehen“, lobt das Deutsche Tapeten-Institut Contzens Kreationen.

Vermutlich jeder hatte bereits eine von Lars Contzen entworfene Tapeten-Rolle in der Hand oder im Blick. Bis heute wurden rund 25 Millionen Quadratmeter an Contzen-Vlies- und Papiertapete verkauft. Dies entspricht ungefähr der Landfläche von Nordmazedonien. Unser Nachbarland Belgien könnte man ebenso damit fast einmal tapezieren.

„Wenn ich in eine Bar komme, in der meine Tapeten hängen, habe ich sicherlich dasselbe Gefühl wie ein Musiker, der seinen Song im Radio hört.“

Insgesamt acht Kollektionen mit rund 300 Tapetengrafiken brachte er zwischen 2007 und 2018 in Zusammenarbeit mit dem Gummersbacher Tapetenhersteller A.S. Création auf den Markt. Zunächst war eine Kooperation über drei Jahre angedacht, doch „Contzen I“ und „Contzen II“ entwickelten sich zu den seinerzeit erfolgreichsten Tapetenkollektionen Europas. Weltweit fanden Contzens frische und hippe Designs rasenden Absatz, je nach regionalen Vorlieben: In Asien verkauften sich schrillere und grafische Muster besser, in Russland waren Gold, Prunk und edle Dekore beliebter.

Sein Erfolgsrezept sind die grafischen, bisweilen reduziert-technoiden oder futuristischen, bisweilen organischen und floralen Muster. Dabei spielte er mit Positiv-Negativ- und Groß-Klein-Kontrasten sowie mit Farbvielfalt und Dekorvarianz. Natürliche Formen kombinierte er mit klarem Design und zeitloser Ästhetik. Immer wieder finden sich auch Anklänge an seine Graffiti-Kunst. Zu allen Dekoren gestaltete er farblich abgestimmte unifarbene Tapeten, die im Zusammenspiel von Muster und Farbe harmonieren.

„Dekore drücken ein Lebensgefühl aus.“





INTERIEUR

„Damals sahen die Oberflächen wie Holz oder Stein aus. Grafische Muster oder Retro-Designs gab es vor meiner Zeit nicht.“

Die ersten Gestaltungselemente und ausgefallenen Dekore von Lars Contzen waren schon vor seinen Tapeten-Kollektionen in Fashion-Stores, Clubs, Hotels und Szenegastronomie zu sehen. Hierzu zählen die Raumkonzepte für Umkleidekabinen im Berliner KaDeWe, den Chanel Shop-in-Shop im Karstadt München, europaweit die Labelstores der Modemarke Esprit oder die Tokio Design Week in Japan.

1998 begann seine Zusammenarbeit mit dem Oberflächenhersteller Resopal aus Groß-Umstadt. Contzen verwandelte den Schichtstoff mit seinen Dekoren vom Oberflächen- zum Raumgestaltungsmaterial. Für den Fußbodenhersteller Parador entwickelte Contzen 2005 das weltweit erste Laminat mit bunten und bedrucktem Design-Dekor. In Kooperation mit dem Großkrotzenburger Fabrikanten Hock entstanden seit 2007 Lounge- und Liegellandschaften aus Schaumstoff mit Gummihaut.

„Wir versuchen, unsere Produkte optisch miteinander zu verknüpfen.“

Sein bei Verbundstoffen, Bodenbelägen und Tapeten erprobtes Erfolgsrezept baute er in den 2010er Jahren für den Interieurbereich aus. Erfolgreiche Designs seiner Tapetenkollektionen wie Whispering Grass, Jardin de Plantes, Samba, Dynacombs, Pretty Drips, Micro, Homycompositions oder Le Pop übertrug er auf verschiedenste Oberflächen. Je nach Absatzmarkt verkauften sich grelle wie auch dezente Farben und Motive.

Die seriell gestalteten Muster fanden sich auf verschiedensten Oberflächen wie flauschigen Teppichen, bedruckten Hockern, Bänken, Tischen, Sideboards, Regalen, Lampen und weiteren (Objekt-)Möbeln, bedruckten Glasscheiben und Glastüren, Handtüchern, Tassen und Tellern, Bettwäsche und Handtaschen. Auf allen Oberflächen wurden Contzens Kreationen getreu seinem Markencredo *„Art, straight from the heart“* zum Hingucker.

„Niemand stattet sich heute mehr für die Ewigkeit aus.“

Eines von Lars Contzens Erfolgsrezepten liegt in seiner Erkenntnis, dass sich Menschen modisch ausstatten möchten, ohne Jahrzehnte weiterzudenken oder daran gebunden zu sein. So fangen seine Dekors den Zeitgeist ein, der für ihn vom technischen Fortschritt und den Neuen Medien geprägt ist. Dabei will er keine Kunst für die „oberen Zehntausend“ machen.





Furore machte er 2014 mit individuellen Fertighäusern, die designorientierte Gestaltung und ökologisches Denken verbanden. Die Energie für Warmwasser und Heizung wurde mittels Luft-Wasser-Wärmepumpe und durch eine Entlüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung gewonnen und im Sommer schützte eine Holzfaserdämmung auf natürliche Weise vor Hitze. Die von der Berlin Max-Haus-GmbH produzierten Fertighäuser ließen sich binnen zwei Tagen montieren, demontieren oder neu aufbauen.





FARBEN

„Alles beruht auf Farbe.“

Für Lars Contzen spielen Farben eine ebenso große Rolle wie das Design eines Raums oder von Oberflächen. In den 2010er Jahren verfolgte er sein Konzept der umfassenden Raumgestaltung weiter und entwarf farblich abgestimmte Wandfarben. Somit brachte er die Farbe an die Wände zurück. Nach den schrillen Mustern und Wandfarben der 1970er Jahre hatten in den folgenden drei Jahrzehnten meist weiße Wände die Innenräume geprägt.

Contzen gewann sein Partnernetzwerk für die Idee ein Farbsystem zu entwickeln und diese Produkte zu verwenden. Das colourcourage-System umfasst aufeinander abgestimmte Farbfamilien mit harmonischen Farbklingen. So passen alle Materialien und Produkte farblich hundertprozentig zueinander. Jeder kann so zum Designer der eigenen vier Wände werden. Der Raum wird zum Ornament, ohne dass die vorhandenen Flächen Dekor besitzen.

„Wir haben acht Farbklinge definiert, die jeweils aus drei bis fünf Farben bestehen. Daraus ergeben sich 24 unterschiedliche Harmonien mit hoher ästhetischer Wirkung im Zusammenspiel der Farben.“

Contzen definierte seine Farben nach farbpsychologischen Gesetzmäßigkeiten und aktuellen Trends der Wohnkultur. Hiermit erhalten Räume eine ganzheitliche Komposition und werden durch markante und ästhetische Farbklinge aufgewertet.

Für die Farbkreationen kaufte sich Contzen ein Wohnmobil, baute dieses um und reiste 2012 bis 2017 in seinem „Colour Search Van“ quer durch Europa. Inspirationen boten ihm die Natur, Lichtstimmungen, kulturelle Prägungen von Regionen oder Szenen des Alltags. Er fotografierte die Realität, mischte den Farbton vor Ort und brachte ihn mit nach Hause. In seiner Werkstatt mischte er die Farben als Prototypen auf einer Farbkarte. Eine Hälfte behielt er, die zweite ging an das Labor des Herstellers. Dort analysierte ein Farbspektrometer das genaue Mischverhältnis und ermittelte die Rezeptur für die serielle Produktion von Wandfarbe und Tapete. Hierfür erhielt er 2018 den German Design Award.

„Der Einsatz von Farbe hat unmittelbare Auswirkungen auf das Wohlbefinden der Menschen, die einen Raum nutzen. Die Farben sind für die vorherrschende Stimmung und Atmosphäre in einem Raum verantwortlich, daher tragen Sie bei diesem Entscheidungsprozess eine große Verantwortung.“





DESIGN-KUNST

„Unsere Grundidee ist es, Architektur und Innenarchitektur durch markante, aber sehr ästhetische Farbklänge derart aufzuladen, dass die Anmutung eines Raumes oder Gebäudes an ein überdimensionales grafisches Dekor oder an die Malerei des Konstruktivismus erinnert.“

Was zeichnet Lars Contzen aus und was treibt ihn an? Er verfolgt als Industrie- und Produktdesigner die Idee, für alle in einem Raum befindlichen Oberflächen eine einheitliche Designlösung aus einem Dekor anzubieten. Er vermischt hierfür Kunst und Design und lässt die Grenzen zwischen Kunst und Design und zwischen Lebens- und Ausstellungsraum verschwinden. Somit entstehen neue Blickwinkel.

„Über meine Person sagen die Designs nichts aus.“

Im Fokus seines kreativen Schaffens steht nicht der Inhalt, sondern formale Aspekte wie Komposition oder Farbigkeit. Dabei greift Contzen Stilelemente vergangener Epochen auf und transferiert diese in eine moderne, avantgardistische Formsprache. Mit Ornament, Oberflächenwirkung und Transparenz schafft er unverwechselbare wie charaktervolle Designs. Dabei reizt er die Extreme bei Farbe, Form und Gegenständlichkeit gänzlich aus.

„Die Entwicklung neuer Designs beginnt bei mir immer mit zeichnerisch erarbeiteten Formen und Kompositionen. Ich entwerfe zunächst eher Bilder als Muster.“

Seinen Erfolg garantieren die qualitätvolle Arbeit und das richtige Gespür für den Zeitgeist. So interpretiert er die Vielzahl und Pluralität unserer digitalisierten Welt dahingehend, dass wir diese Vielfalt auch in unseren Innenräumen wiederfinden und Interieur und Wände farbig gestalten wollen. Designhandwerk und Zeitgeistgespür treffen den Geschmack der Konsumenten. Seine gestalteten Produkte gibt es nicht nur in der Luxusklasse, sondern für alle auch bei Versand- und Bauhäusern.

„Gutes Design kann günstig sein.“

Dabei vereint er in seiner Person künstlerische Kreativität mit Geschäftstüchtigkeit und Vermarktungsfähigkeiten. Contzen gelang es, sich ein Netzwerk an industriellen Partnern aufzubauen, die seine Designs und Ideen produzieren und in den Regalen platzieren.

„Meistens gehe ich sehr klassisch an die Erstellung eines neuen Designs heran, indem ich Ideen auf ein Blatt Papier zeichne. Auf Grundlage dieser Skizzen entwickle und definiere





ich eine sehr genaue Zeichnung davon – in diesem Stadium noch handgezeichnet. Später beginne ich mit der Arbeit am Computer, um das Bild zu digitalisieren und eine Komposition und eine Musterwiederholung für die industrielle Produktion aufzubauen. Die Definition der Farben ist der letzte Teil dieses Prozesses, bevor es in die Produktion geht.“

Contzen musste häufig gegen Plagiate kämpfen, was auch seine Klasse widerspiegelt. Schon seine Tapetenkollektion „Contzen I“ wurde in China als Picasso widerrechtlich kopiert. Illegal auf Resopalplatten gedruckte Motive verkauften sich in Thailand so gut, dass der Produzent die Dekore nachlizenzierte. Mit anwaltlicher Unterstützung gewann er alle der insgesamt mehr als 30 Fälle von Markenstreit.

„Das Interessante an Farbe ist, dass es eine ewige, zeitlose Reaktion darauf gibt, die immer gleich ist, aber auch eine modisch orientierte Reaktion, die sich ständig verändert. Als Designer muss man beide Aspekte berücksichtigen, um die richtige Farbe für etwas zu definieren.“

Er erhielt mehrere wichtige internationale Designpreise, darunter 2010 den „Adam Award“ für den Messestand der Marke Resopal. Diesen gestaltete er als Wabe als Symbol für einen perfekt gestalteten Lebensraum und als Inspiration, eigene Räume zu kreieren. Messegäste können den Raum betreten, den Schichtstoff und seine Einflüsse durch Akustik und Atmosphäre erfahren.





MARKENAUFBAU

Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung in Gestaltung und visueller Kommunikation wandte sich Lars Contzen um 2020 dem Markenaufbau zu. Nun bringt er seine Erfahrungen aus Kunst und Fotografie und aus Industrie- und Produktdesign in die Entwicklung neuer oder von ihm miterdachter Marken ein.

Mehr aus einer Bierlaune heraus als aus Marketingzwecken kam Lars Contzen mit seinem Freund Rocky Musleh 2019 die Überlegung, Apfelwein mit Pepp und als cooles Getränk zu vermarkten. Ein Jahr später ging die GmbH Mein Main an den Start. Contzen verband das klassische Getränk mit einem modernen Logo und einem Schuss Heimatverbundenheit als Hommage an den Main.

„Wir haben in unserer Region die Gunst der Stunde erwischt. Es gibt im Frankfurter Raum keine regionale Brauerei mehr, mit der man sich identifizieren kann. Wir bespielen den Frankfurter Raum so stark wie kein anderes Bier.“

Da sich Apfelwein vorwiegend als Sommergetränk gut verkaufte, wurde die Produktpalette um Bier der Sorte Helles erweitert. Nach der Markteinführung im Frühjahr 2022 war der Gerstensaft ein Jahr später in 300 Rewe-Filialen sowie bei Edeka, Globus und Nahkauf erhältlich. Zunächst vom lokalen Partner Glaabsbräu aus Seligenstadt gebraut, füllt mittlerweile die Spessart-Brauerei in Kreuzwertheim das Bier in die Flaschen. Mit einer Produktion von einer Million Flaschen findet sich das Hanauer Helle nun auch in Hamburg und Berlin. Mittlerweile verkauft die Firma 80 Prozent Bier und 20 Prozent Apfelwein – und zudem zwei Hanau-Gins.

„Mein Wunsch ist das Mein Main Herz als Sponsor auf dem Eintracht Trikot zu sehen.“

Neben seinem eigenen Unternehmen brachte Contzen 2024/25 seine Expertise für die Positionierung neuer Marken und Produkte wie Dr. Bauer's Zahn- und Mundpflege oder das Aktivmöbel und Trainingsgerät Standpolin ein. Mit seinen Netzwerkpartnern sorgt er für professionelle Platzierung innovativer Produkte am Markt und schafft digitale Lösungen.

Gleichzeitig kehrt er zu seinen künstlerischen Wurzeln zurück und wendet sich in seinem Bootshaus Studio verstärkt der Malerei, der Fotografie und dem Siebdruck zu. Bei allen Projekten bleibt er stets kreativ und sicherlich darf man sich auf weitere innovative Produkte und herausragende Kunstwerke freuen.





HANAU-VERBUNDENHEIT

Lars Contzen ist ein Künstler mit großer Heimatverbundenheit. Schon für seinen ersten Auftrag 1985 schuf er ein Plakat für den Hanauer Anzeiger. Über die Jahre sind zahlreiche Logos, Designs und Kunstwerke für Hanauer Institutionen und Vereine, Lokale, Geschäfte oder lokale Start-Ups entstanden.

Als besondere Liebesklärungen an Hanau und Hessen brachte er 2018/19 Handzeichnungen mit Siebdrucktechnik auf Büttenpapier und Holz heraus. Hierin skizzierte er Persönlichkeiten der Stadtgeschichte wie die Brüder Grimm oder den Fußballer Rudi Völler als „Legends of Hanau“. Ebenso thematisierte er den Main und die Kultur und Kulinarik unserer Region mit stimmigen Slogans wie „Protein is our Gazoline“ für den Handkäs' oder „In Äppler we trust“ für das hessische Nationalgetränk. Diese verband er mit grafischen Fragmenten der Ferne wie Palmen, Surfboards oder Meer. Hiermit entstand ein einzigartiges Crossover aus hessischer Heimatliebe, lokaler Verbindung zum Main und Suft-Art. Die 40 Drucke sind jeweils auf 50 bis 100 Stück limitiert.

„Wie Siebdruck funktioniert, habe ich mir eigens für das Projekt beigebracht, habe mir viele Videos dazu angesehen und dann einfach ausprobiert.“

Mit seinen Kunstwerken will er für die Schönheit unserer Region sensibilisieren und uns Hanauerinnen und Hanauer verdeutlichen, dass die Grimm-Stadt und die Rhein-Main-Region eine ebenso tolle Kultur wie ferne Landschaften haben: „Wir haben genauso Wasser, Ufer, Strände und so viele andere, regionstypische Dinge“, betont er.

„Ich möchte damit dem Betrachter einen Spiegel vorhalten. Dazu auffordern, die eigene Heimat wahrzunehmen. Unsere eigene Kultur hat auf Reisende ja eine ähnliche Wirkung, wie wenn wir auf Reisen sind und Neues sehen.“





IMPRESSUM

Projektleitung: Dr. Markus Häfner, Leiter der Städtischen Museen Hanau

Kuratoren: Lars Contzen, Dr. Markus Häfner

Leihgaben und Abbildungen: Lars Contzen

Gestaltung: Volker Stelzner, United Power Fields Hanau

Produktion: plot.com, Erlensee

Aufbau, Installationen und Transporte:

Thomas Adamowicz, Dr. Markus Häfner, Kai Jakob, Vitalij Kohl,
Florian Lange, Sven Weber, Delfina Winter

Öffentlichkeitsarbeit:

Nina A. Schneider, Städtische Museen Hanau; Sven Goeddel, wortratundtat

Bildung und Vermittlung:

Clara Dippel, Katharina Völk, Kathinka-Platzhoff-Stiftung

Die Städtischen Museen Hanau danken Lars Contzen für seine Unterstützung.

Gefördert durch:



Die Ausstellung ist Teil des Kulturangebots des Fachbereichs Kultur, Stadtidentität und Internationale Beziehungen der Stadt Hanau unter Leitung von Martin Hoppe.





BEGLEITPROGRAMM

WISSENSDURST / FÜHRUNG

Preis: 6 € zzgl. Museumseintritt (inkl. Getränk)

Mittwoch • 07.05.2025 • 18.00 Uhr • Design in Hanau

Referentin: Susanna Rizzo, Kunsthistorikerin und Museumspädagogin

Mittwoch • 12.11.2025 • 18.00 Uhr • Zwischen Kunst und Design: Eine fließende Grenze

Referenten: Lars Contzen, Designer und Henrik Statz, Kommunikationsstrategie

FÜHRUNGEN SONNTAGS UM 3

Einstündige Führung durch die Ausstellung jeweils 15.00–16.00 Uhr

Preis: 3 € zzgl. Museumseintritt

Sonntag • 27.04.2025 • Sonderführung mit Designer Lars Contzen und Henrik Statz

Sonntag • 18.05.2025 • Internationaler Museumstag

Sonntag • 22.06.2025 • Reguläre Führung

Sonntag • 28.09.2025 • Familientag

Sonntag • 12.10.2025 • Reguläre Führung

FAMILIEN-DRUCK-WERKSTATT

Preise: Kinder: 5 €/Erwachsene: 6 €/Familien: 10 € Für Kinder ab 6 Jahren

An diesem Nachmittag zeigen wir Euch, wie ihr mit einfachen Materialien drucken und damit tolle Ergebnisse erzielen könnt. Nach einer kurzen Führung durch die Ausstellung können die Teilnehmenden im Museumspädagogikraum echte Lars Contzen-Designs mit Milchkarton und Linolfarbe auf verschiedene Materialien drucken.

Sonntag • 31.08.2025 • 14.00–16.00 Uhr

Sonntag • 26.10.2025 • 14.00–16.00 Uhr

FAMILIENTAG

Sonntag • 28.09.2025 • 11.00–17.00 Uhr

Anmeldung per E-Mail: museen@hanau.de oder telefonisch: **06181 2950-2148**.

Nutzen Sie auch gerne unser **Buchungsformular**:

<https://www.museen-hanau.de/formular/veranstaltungen>





FOTOAUSWAHL/DOWNLOAD/MAILSERVICE

BILDNACHWEIS ZUR VERWENDUNG © LARS CONTZEN, BOOTSHAUS STUDIO

FOTO 1

Lars Contzen in seinem Studio. © Lars Contzen, Bootshaus Studio.



FOTO 2

Lars Contzen und von ihm designte Produkte © Lars Contzen, Bootshaus Studio.



FOTO 3

In search of the perfect colour -
Auf der Suche nach der perfekten Farbe. © Lars Contzen, Bootshaus Studio.



FOTO 4

Auf der Suche nach der perfekten Farbe. © Lars Contzen, Bootshaus Studio.



FOTO 5

Lars Contzen in seinem Bootshaus Studio bei der Entwicklung
der Farbpaletten für colourcourage. © Lars Contzen, Bootshaus Studio



FOTO 6

Lars Contzen in seinem Bootshaus Studio bei der Entwicklung
der Farbpaletten für colourcourage. © Lars Contzen, Bootshaus Studio



PRESSEKONTAKTE

Städtische Museen Hanau Schloss Philippsruhe / Philippsruher Allee 45
63454 Hanau Telefon: 06181/ 2950 2148, E-Mail: museen@hanau.de

Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Hanau / Am Markt 14-18 * 63450 Hanau
Telefon: 06181/295 664, E-Mail: oeffentlichkeitsarbeit@hanau.de

Das aktuelle Pressematerial zur Ausstellung finden Sie hier als Download
www.museen-hanau.de/presse

