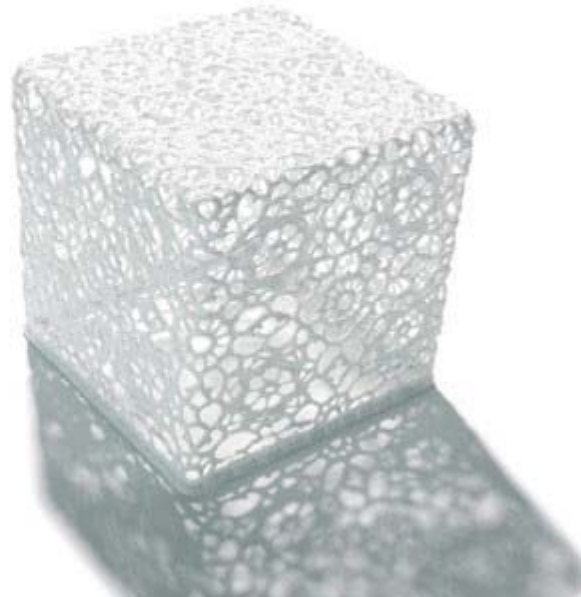


---

# Designline Living

Im Gespräch



## Marcel Wanders

Autor: Claudia Simone Hoff

Der 1963 im niederländischen Boxtel geborene Designer Marcel Wanders ist das *Enfant terrible* der Designszene. Nicht nur, dass er von der Design Academy Eindhoven wegen Unbelehrbarkeit verwiesen wurde und sich mit goldener Clownsnase inszeniert, auch die von ihm gestalteten Produkte und Interieurs sind alles andere als zurückhaltend. Da darf es schon mal blinken, glitzern und üppig sein – Wanders hat keine Angst vor Kitsch und betrachtet das Design mit einem Augenzwinkern. Neben Interieurs, Möbeln und Accessoires hat Wanders für den italienischen Leuchtenhersteller Flos gleich zwei Lampen entworfen, die es bereits jetzt in den Designklassiker-Himmel geschafft haben: die romantisch angehauchten Pendelleuchten „Skygarden“ und „Zeppelin“. Aber auch an holländische Gestaltungstradition hat er sich gewagt und das berühmte blau-weiße Delfter Porzellan neu interpretiert. Wanders, der auch leidenschaftlicher Fotograf ist, arbeitet von seinem Amsterdamer Studio aus für Unternehmen wie B&B Italia, Boffi, Magis, Droog Design, Moroso, Bisazza und Cappellini. Er ist Gründer, Art Director und Mitbesitzer des Designlabels Moooi. Wir haben mit Wanders in Berlin über die Planbarkeit des Lebens, das gemeinsame Kneten mit seiner Tochter und das Denken in Schubladen gesprochen.

Ihre Entwürfe haben meist etwas Besonderes – Wie kommt das Individuelle in ein industriell hergestelltes Produkt?

Ich beschäftige mich schon sehr lange mit Design. Design ist eine tolle Sache, und die Industrie gibt einem Designer fantastische Möglichkeiten, tolle Produkte zu entwerfen. Aber gleichzeitig hat das zur Folge, dass die Einzigkeit der Dinge verschwunden ist, und das ist sehr schade. Deshalb bringe ich in jedes meiner Projekte etwas Individuelles hinein. Ich versuche, die industriell hergestellten Dinge so zu verändern, dass sie anders werden – beispielsweise die Produkte, die ich für Moooi entwerfe, wie den „Knotted Chair“. Jedes Produkt sieht anders aus, weil es anders hergestellt wird.

**Sie haben vor kurzem die „One Minute Sculpture“ als Designedition für Lumas gestaltet. Was hat es mit diesem Projekt auf sich?**

Ich habe Zeit mit meiner Tochter verbracht, und sie hat so schöne kleine Dinge aus Knete hergestellt. Dabei hab ich mir plötzlich vorgestellt, dass ich eine Maschine anstatt ein Designer wäre [lacht]. Das bedeutet: Ich habe eine gewisse Zeit, um etwas herzustellen und das war's. So sind diese vergoldeten Skulpturen entstanden – es war ein Prozess, und der hat mir sehr viel Spaß gemacht.

**Und wieso gerade in einer Minute? Sie haben ja auch die blau-weißen Royal-Delft-Porzellan-Teller in einer Minute neu interpretiert ...**

Ich habe mich einfach für die eine Minute als Herstellungszeit entschieden. Ich möchte diese Dinge nicht so behandeln, als wären sie industrielle Produkte. In der Industrie könnte man ein Produkt nicht in so kurzer Zeit entwerfen. Manchmal scheitere ich auch, und dann fange ich wieder von vorn an. Deshalb liegt diesen Stücken eine gewisse Unmittelbarkeit inne, die ich beim Design vermisste. Als Designer bin ich nie in Eile. Wenn ich etwas am Sonntag nicht schaffe, dann mache ich es eben am Montag.

**Das kann ich mir gar nicht vorstellen ...**

Wenn du ein Schauspieler im Theater bist, dann hebt sich der Vorhang, und dann ... stehst du da! Und wenn man so viele Jobs auf einmal macht, dann muss man sie jetzt sofort machen [schnipst mit dem Finger]. Genau in diesem Moment musst du etwas fertig machen. Es ist dieser Moment, in dem etwas getan werden muss. Dies ist einer der Gründe, warum ich die „One Minute Sculptures“ mache.

**Differenzieren Sie zwischen Kunst, Design und Dekoration? Sehen Sie sich vielleicht sogar als Künstler?**

[lacht] Ich stecke in einer großen Schublade und es gibt Leute, die wollen mich in viele kleine Schubladen stecken. Ich möchte das nicht, das ist deren Problem. Ich möchte nur in meiner eigenen Schublade stecken. Und wenn ich da nicht mehr hineinpasse, dann schmeiße ich sie weg und nehme eine größere.

**Wenn man sich Ihre Produkte und Interieurs anschaut, dann fallen die vielfältigen Muster und Farben auf. Woher nehmen Sie denn die Anregungen dafür?**

Meine Inspiration kommt aus meinem Inneren. Ich glaube sogar, dass wahre Inspiration nur im Inneren eines Menschen zu finden ist. Ich muss wissen, warum ich hier bin und warum ich etwas mache. Wenn ich mir die richtigen Fragen stelle, dann werde ich auch die Antworten dazu finden. Ich finde keine Inspiration, wenn ich beispielsweise Bücher über chinesische Kunst anschau. Das ist keine Inspiration für mich, das ist Nachahmung.

**Zurzeit spricht ja jeder über die Finanzkrise ...**

Wirklich? [lacht]

**Auf jeden Fall in Berlin. Welche Auswirkungen hat die Finanzkrise auf Ihr Design, das für seine Opulenz und Extravaganz bekannt ist? Sind Wirtschaftskrise und opulentes Design ein Widerspruch?**

Natürlich hat die Finanzkrise Auswirkungen auf meine Arbeit. Ich entwerfe auf der einen Seite Dinge, die preiswert sind, auf der anderen Seite Dinge, die sehr teuer sind. Ich werde immer beides machen, denke ich. Wenn ich etwas mache, dann muss es funktionieren, ich möchte damit etwas ausdrücken, es muss etwas aussagen. Wenn es dann fertig ist, kann man es an die Wand hängen und die Leute können es sich anschauen. Meine Aufgabe ist es, den Menschen Kreativität zu geben und etwas zu teilen – das ist mein Job. Und das kostet gar nichts.

**Aber gibt es nicht einen Unterschied, ob man beispielsweise ein Bild malt oder ein Produkt entwirft? Beim Entwerfen von Industrieprodukten bestehen ja starke Abhängigkeiten, vom Unternehmen, von ökonomischen Vorgaben, vom Herstellungsprozess – beispielsweise, wenn Sie mit einem Unternehmen wie Moroso zusammenarbeiten.**

Nein. Wenn das eine Unternehmen etwas nicht mit mir machen möchte, dann mache ich es eben mit einem anderen.

**Das ist toll, aber wohl nicht immer so einfach ...**

Warum denn nicht? Nein, nein, nein – es ist für jeden so einfach. Ich werde es auf jeden Fall machen, egal ob mit Moroso oder sonst wem. Ich finde meinen Weg. Ich habe etwas zu sagen und deshalb sage ich es auch.

**Dies klingt nach einer Lebensphilosophie.**

Ich denke gar nicht so weit. Ich möchte einfach Dinge schaffen und Gedanken vermitteln.

**Sie sind Gründer, Art Director und Miteigentümer von Moooi. Wie wählen Sie die Designer aus, die für das Unternehmen entwerfen?**

Ich weiß nicht ... [lacht]. Das ist eine schwierige Frage. Ich finde sie einfach, die Designer. Ich habe keinen Grund, darüber nachzudenken. Wir haben beispielsweise gerade eine Lampe von einem Typen entdeckt, der schon siebzig Jahre alt ist und davor noch nie etwas entworfen hatte. Aber er hat diese fantastische Lampe gemacht [es handelt sich um die Lampe „Raimond“ von Raimond Puts, einem Mathematik-Professor; Anm. d. Red.]. Das ist eine verrückte Lampe, und sie hat einen unglaublichen Erfolg. Den größten, den wir bisher hatten. Ich folge nicht den allgemeinen Regeln, ich habe eine Mission: Ich möchte, dass Moooi etwas nach außen transportiert, dass das Unternehmen eine bestimmte Richtung einschlägt.

**Wie sieht denn die Mission von Moooi aus?**

Ich möchte, dass Moooi ein Design-Unternehmen ist, das die Dinge erforscht – Design mit einem kuratorischen Anspruch. Erforschen meint, dass wir nicht nur Dinge entwerfen, von denen wir wissen, dass sie erfolgreich sein werden. Wir versuchen nicht nur innovative Produkte zu entwerfen, wir versuchen vor allem, ein innovatives Unternehmen zu sein. Beispielsweise in unserer Kommunikation, dazu gehört auch die Art, wie wir unsere Arbeiten fotografieren. Moooi ist nicht einfach ein Design-Unternehmen, das schöne Dinge macht.

**Haben Sie Pläne für die Zukunft?**

Wenn es denn eine gibt ... [lacht]

**Ich glaube schon.**

Den Großteil meines Lebens habe ich immer ganz klare Pläne gehabt und darüber auch mit Leuten gesprochen. Oft hab ich mir dann etwas vorgenommen und dann gesagt, ach, in fünf Jahren! Und nach zwei Jahren wollte ich dann wieder neue, aufregendere Pläne machen. Irgendwann fand ich das albern und habe verstanden, warum ich immer wieder neue Pläne machen musste: In dem Moment, in dem ich einen neuen Plan mache, kann ich bereits sehen, wohin die Reise geht. Das eigentliche Ziel aber muss es sein, in diesem Moment nicht zu wissen, wohin man gehen wird. Wenn man heute Designer ist, kann man nicht wissen, was morgen neu sein wird. Ich habe also aufgehört, Pläne zu machen, jetzt bestimme ich lediglich die Richtung, in die es gehen soll. Und die Richtung ist ganz klar, denn ich verfolge sie seit Jahren. Jetzt ist da mehr Geschwindigkeit drin.

**Wie sieht es denn mit der konkreten Planung von Projekten aus, wenn Sie beispielsweise ein Hotel entwerfen?**

Es muss natürlich konkrete Planungen bei den Projekten geben, um sie fertigzustellen, so wie beispielsweise bei dem Hotelprojekt in Bonn [das im November 2009 eröffnete Kameha Grand Bonn Hotel; Anm. d. Red.].

**Ich kann mir vorstellen, dass Ihnen diese Art der Planung – nach dem, was Sie mir gerade erzählt haben – bestimmt nicht leicht fällt ...**

Ja, das ist sehr schwer für mich [lacht]. Aber in meinem Studio in Amsterdam arbeiten ja insgesamt 40 Personen, die meisten davon sind Designer oder Architekten – die machen das alles.

**Haben Sie ein Lieblingsprodukt oder -interieur, das Sie gern entworfen hätten?**

[Stille]

**Warum sagen Sie nichts?**

Ich bin der einzige, der diese ganzen tollen Dinge macht – der ganze Rest ist blöd. Come on! [lacht]. Es gibt so viele Dinge, die ich gern entworfen hätte. Am liebsten die Toilettenbürste von Philippe Starck, auch wenn sie nicht das Stück ist, das ich am liebsten mag. Ich unterrichtete zu dieser Zeit an einer Designschule in Rotterdam. Ein halbes Jahr lang haben wir an der Aufgabe Toilettenbürste gearbeitet. Ich habe aber keine Entwürfe dazu gemacht – ich finde ein Lehrer, der entwirft, ist ein schlechter Lehrer und sollte den Schülern stattdessen helfen. Als das Projekt fertig war, gab es kein wirklich gutes Ergebnis. Und genau zu diesem Zeitpunkt brachte Philippe Starck die Toilettenbürste auf den Markt. Sie funktioniert, sie ist so einfach, so schön.

**Wir sind hier mitten in Berlin – was sagt Ihnen die Stadt?**

Ich mag die Stadt. Besonders mag ich ihre Energie. Die Menschen, die Stadt – das ist interessant. Man fühlt, dass man an einem wichtigen Ort ist.

**Herr Wanders, vielen Dank für das Gespräch.**

Im Gestalten-Verlag ist eine ausführliche Marcel-Wanders-Monografie erschienen:  
*Robert Klanten, Shonquis Morena und Adeline Mollard (Hrsg.):  
Marcel Wanders. Behind the ceiling. Berlin 2009.*

## **Links**

### **Marcel Wanders**

[www.marcelwanders.com](http://www.marcelwanders.com)

### **Moooi**

[moooi.com](http://moooi.com)

### **Produkte von Marcel Wanders**

[www.designlines.de](http://www.designlines.de)

### **Marcel Wanders: Daydreams**

Ausstellung Philadelphia Museum of Art bis 13. Juni 2010

[www.philamuseum.org](http://www.philamuseum.org)