

Hochglänzendes in zeitlosen Formen



Im Gespräch mit Jan Philippi



Handschmeichler: Die hochglanzpolierte, von Eakkapob gestaltete Fruchtschale „Cocoon“ aus Edelstahl ist bis auf eine kleine Öffnung fast vollständig geschlossen.

Jan Philippi, 1960 in Hamburg geboren, absolviert eine Lehre als Groß- und Außenhandelskaufmann bei Schlubach & Co, ehe er in den Jahren 1988 bis 1992 für das Hamburger Handelshaus ein Tochterunternehmen in Hongkong aufbaut. Nach seiner Rückkehr gründet Jan Philippi in Hamburg die Philippi GmbH, eröffnet zwei Einzelhandelsgeschäfte und beginnt eigene Entwürfe zu realisieren.

1995 gibt er die Ladengeschäfte ab und konzentriert sich auf die Unternehmensbereiche Design und Vertrieb. Die etwa 600 verschiedenen Philippi-Produkte aus den Bereichen Wohnaccessoires, Reiseartikel und Geschenkideen gibt es inzwischen in rund 60 Ländern zu kaufen. Unsere Autorin traf Jan Philippi in Berlin und sprach mit ihm über seine Liebe zum Edelstahl, Lerneffekte auf Messen, Spitznamen und Bauchentscheidungen.

Jan Philippi



P&G: Herr Philippi, wie positionieren Sie sich auf dem Markt des gedeckten Tisches?

Jan Philippi: Wir versuchen sehr geradlinige und zeitlose Produkte zu entwerfen. Denn wenn ich meine Sachen in zehn Jahren betrachte, ist es wichtig, dass ich die Dinge auch dann noch mag. Ich möchte nichts machen, womit ich in zwei Jahren ein Problem habe. Auch die Schonung der Ressourcen ist ein wichtiges Thema für mich.

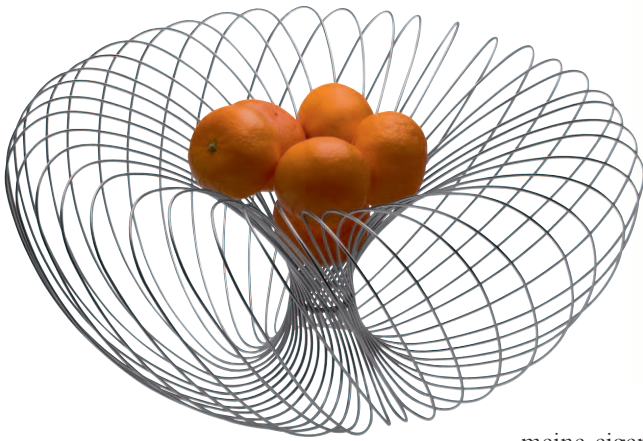
P&G: Sie fertigen Ihre Produkte hauptsächlich aus Edelstahl. Was ist so faszinierend an diesem Material?

Jan Philippi: Ich mag das Hochglänzende sehr gern. Ich mag auch Formen, die haptisch und handschmeichlerisch sind wie beispielsweise die Schale „Cocoon“ – das ist eine Idealform für mich. Das ist ja

eigentlich auch kein typisches Produkt für das Material Edelstahl, weil es ein steifes und hartes Material ist, das man eigentlich für eher geradlinige Formen benutzt.

P&G: Sie stellen die meisten Ihrer Produkte in China her. Ist es schwierig dort Hersteller zu finden, die Ihre Produkte in kontinuierlich hoher Qualität fertigen?

Jan Philippi: Ja, aber das ist generell schwierig. Und natürlich deutlich schwieriger, wenn die Fabrik 12.000 Kilometer weit entfernt ist. Wir haben Qualitätskontrollure vor Ort und ich bin etwa dreimal im Jahr dort – für mich ist es nicht ganz so schwer, denn ich habe ja einige Jahre in Hongkong gearbeitet und spreche Chinesisch. Wir haben bis zum letzten Jahr einige unserer Glasprodukte in Deutschland hergestellt, aber dummerweise ist mir nun



Die von Andreas Ostwald und Jan Christian Delfs entworfene Obstschale „Twist“ aus poliertem Edelstahl macht ihrem Namen alle Ehre.

das letzte Glaswerk weggebrochen – die haben einfach den Betrieb eingestellt, wahrscheinlich weil sie gegen die Chinesen nicht ankommen.

P&G: Wie hat Sie das Leben in China verändert?

Jan Philippi: Wenn man von außen auf Deutschland guckt, dann ist das ganz spannend. Einerseits war die Erkenntnis spannend, dass wir nicht so bedeutend sind, wie wir immer denken, andererseits dass es Bereiche gibt, in denen wir absolute Weltklasse sind: Küchen, Küchenelektrogeräte, Küchenaccessoires und Badezimmerarmaturen. Es ist spannend zu sehen, wofür wir bekannt sind, für was wir eigentlich stehen. Man kommt zurück und hat einen anderen, vielleicht auch abgeklärten Blick auf die Dinge.

P&G: Als Sie zurück aus China kamen, haben Sie zwei Einzelhandelsgeschäfte eröffnet. Was haben Sie dort verkauft?

Jan Philippi: Ich wollte hochwertige, schöne Sachen in meinen Läden verkaufen und habe mich damals auf wenige Linien konzentriert – Georg Jensen, Royal Copenhagen oder Dinge von kleinen japanischen Firmen. Und ich habe viele Leder-sachen verkauft, die ich selbst entwickelt habe. Das war relativ einfach: Ich habe verschiedene Elemente aus Stoffen zusammengesetzt und bestimmte Teile wie beispielsweise die Taschengriffe gezeichnet und aus Pappe nachgebaut. Meine eigenen Entwürfe haben sich gut verkauft und mir steckte dann auch zu viel administrative Arbeit in den Läden – ich bin eher ein Design-Mensch. Ich konnte zwar von den Läden leben, musste aber ganz schön kratzen und manchmal wurde mir angst und bange. Die Frage war dann: Vergrößere ich



Stilvoll knacken: Der verchromte Nussknacker „Livio“ besticht neben seiner Funktionalität durch eine schlichte Formgebung.

meine eigene Kollektion oder weite ich meine Ladenkette aus und mache nichts Eigenes mehr. Ich habe mich dann für eine eigene Kollektion entschieden.

P&G: Philippi wurde vor fast zwanzig Jahren gegründet. Wie hat sich der Markt seitdem verändert?

Jan Philippi: Der Markt hat sich stark gewandelt. Damals waren Naturmaterialien angesagt mit Sisal-Teppichen und Wischtechnik an den Wänden. Heute ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema. Es gab verschiedene Phasen – in den Neunzigern konnten Sachen nicht qualitativ genug sein, dann gab es die Geiz-ist-geil-Phase – darauf habe ich mich aber nicht eingelassen. Ich bin meinem Stil eigentlich immer treu geblieben. Deshalb läuft es mal besser, mal schlechter.

P&G: Haben Sie auch einmal Lust mit anderen Materialien als Edelstahl oder Glas zu arbeiten, beispielsweise mit Porzellan?

Jan Philippi: Ja, Porzellan ist ein tolles Material. Ich arbeite gerade an einem Produkt aus Porzellan – eine schicke Wespenfalle für den Sommer. Aber wir sind bekannt als Metall-Firma und müssen aufpassen, dass wir uns nicht zu weit von unserem Ursprung wegbewegen.

P&G: Nach welchen Kriterien suchen Sie die Designer aus?

Jan Philippi: Die sind über die Jahre zu uns gekommen. Und glücklicherweise gibt es immer wieder welche, die uns ihre Designs anbieten. Mit einigen arbeiten wir eng zusammen, wie beispielsweise mit Christian von Ahn oder Andreas Ostwald. Das ist eine tolle Situation: Sie bekommen einen ganzen Korb voller Ideen geliefert und können sich das Beste davon aussuchen. Ich möchte ein Forum bieten für gute Designer und ihnen ermöglichen ihre Produkte zu verkaufen.



Formschön und freischwebend: Für „Esmeralda“ hat sich Andreas Ostwald eine Glasröhre ausgedacht, in die eine mundgeblasene Vasenform eingelassen ist.

P&G: Was bedeuten Ihnen Designpreise?

Jan Philippi: Sehr viel. Sie sind eine Bestätigung für den Designer und das Unternehmen. Ich bin stolz darauf, gebe aber nicht 10.000 Euro aus, um einen Designpreis zu gewinnen. Der Designername steht übrigens immer auf unserem Produkt – Flip Design, das bin beispielsweise ich. Ich wurde früher in der Schule Flippi genannt [lacht].

P&G: Herr Philippi, vielen Dank für das Gespräch.

Claudia Simone Hoff ■



Diese in einer durchsichtigen Glaskugel gefassten Tannenbäumchen namens „Arbre“ in gefroreter oder silberner Ausführung hat Lutz Gathmann entworfen.