

## Interview

Philippe Starck im SBZ-Interview

# Das Bad als Ort des Vergnügens

»Deutsche Unternehmer kommen nicht von der Vorstellung los, dass man, wenn man etwas Neues erschafft, auch leiden muss«

**D**esigner und Architekt Philippe Starck hat mit seiner ersten Badkollektion Sanitärsgeschichte geschrieben. Mit der aktuellen Kollektion Starck X soll die Erfolgsstory eine Fortsetzung finden – oder vielleicht gar ihren Abschluss? Für die SBZ-Redaktion besuchte Frank A. Reinhardt den Design-Star im Londoner Stadtteil Notting Hill. Dort lebt der Multimillionär trotz Chauffeur, Privatjet und Kreativdomizil in Afrika. Kein Klingelschild verrät den Meister. Hinter der unscheinbaren Tür eines Reihenhauses führt eine steile Holzterrasse hinauf in die Wohn- und Arbeitsküche von Philippe Starck. Ein kitschiges Gasfeuer im obligatorischen offenen Kamin verbreitet Gemütlichkeit.

**SBZ:** Ist das hier ein guter Platz zum Träumen?

**Starck:** Nein, aber es ist trotzdem prima, denn ich versuche, hier niemanden zu kennen. Ich reise durch ganz Europa, komme nachts zurück, und freitags kommt meine Freundin, kocht eine Suppe und wir gehen um 10 ins Bett. Ich lebe hier wie ein moderner Mönch in einer künstlichen Welt. Fast so wie im Film „Die Truman-Show“, in einer Luftblase, einem Bühnenbild Namens Notting Hill.

**SBZ:** Sie sind ein erfolgreicher Mönch. Warum gibt es viele Designer, aber nur wenige Stars?

**Starck:** Ja, das ist paradox. Zum einen ist der Designer-Beruf einfach in Mode. Andererseits gibt es aber immer weniger echte Designer. Das eigentliche Problem ist, dass nur sehr Wenige wirklich von Design leben können. Weltweit vielleicht nicht mehr als hundert, darunter weniger als zehn so genannte Stars, also Designer, die richtig gut verdienen. Ich selbst gehöre noch nicht lange dazu, eigentlich erst, seit ich 40 bin. Davor sprach zwar jeder von mir, aber ich hatte nichts zu essen. Einige Ideen, mit denen ich später Erfolg hatte, beschäftigen

mich schon, seit ich 17 bin. Ich hatte also 23 Jahre Zeit, um über diese Sachen nachzudenken!

**SBZ:** Wie lange hat Sie das Badezimmer beschäftigt? Die Kollektion Starck I war etwas ganz Neues für unsere Branche...

**Starck:** Bei dieser Geschichte stand von Anfang an eine Idee im Mittelpunkt: Ich wollte nicht das Produkt zeigen, sondern das Wasser. Mein Ziel ist es, die mathematische Wurzel, das Minimum der Dinge zu finden. Natürlich nur da, wo die Notwendigkeit dazu besteht – manchmal ist ja auch das Gegenteil angesagt: ein Design, das für den Spaß gemacht ist. Aber Wasser ist so wertvoll, von so vitaler Bedeutung, dass das ganze Drumherum zu viel ist.



»Die Wanne ist so etwas wie ein Bett, ein Sofa aus Wasser und der Waschtisch ist auch nichts anderes als ein Tisch mit Wasserbecken«



Fotos: Duravit





Fotos: Martin Zentner

**SBZ:** Formal stehen aber doch die Verbindung zu Formen wie Eimer, Zuber und Pumpe im Vordergrund?

**Starck:** Das ist der zweite Parameter – die Erinnerung, die Teilhabe am kulturellen Gedächtnis. Darin ist der Eimer die minimale Form für Wasser, ebenso die Schüssel, die auf einen Tisch gestellt wird, um sich daran zu waschen. Und was vielleicht noch wichtiger war: Das Badezimmer dient nicht mehr dazu, sich zu waschen – das Badezimmer ist dazu da, sich zu erfreuen. Das war die eigentliche Aussage der Kollektion. Das Bad wird zu einem Ort des Vergnügens. Ich habe das mit dem Namen „Salon d'Eau“ ausdrücken wollen – eine Lounge für das Wasser.

**SBZ:** Gelten diese Prinzipien für alle Ihre Badkollektionen?

**Starck:** Ja, diese drei Gedanken waren die treibende Kraft für alle drei Kollektionen, und das war im Grunde auch schon die ganze Innovation. Weil es nicht mehr gibt.

**SBZ:** Demnach kann es jetzt keine weiteren Starck-Projekte im Bad geben?

**Starck:** Ich habe keine Ahnung. Ich arbeite nicht, um zu arbeiten. Ich mache nur etwas, wenn es auch etwas Interessantes zu sagen gibt. Es sind noch einige Entwürfe mit Du-

ravit und Hansgrohe in der Pipeline. Aber in drei Jahren will ich sowieso aufhören.

**SBZ:** Ist es Ihnen denn jetzt wirklich ernst damit?

**Starck:** Ich habe meine Firma letztes Jahr an meine Mitarbeiter überschrieben, ich habe also kein Unternehmen mehr. Wir nehmen auch keine neuen Klienten mehr an. Natürlich kann es immer mal wieder etwas geben, was so interessant ist, dass ich es tun muss.

**SBZ:** Sie haben mir gerade Ihre Entwürfe für die Starck-Kollektionen gezeigt. Einiges davon ist nie verwirklicht worden, bei anderen Ideen scheinen Ihnen andere Wettbewerber zuvor gekommen zu sein.

**Starck:** Es war nicht leicht, die Hersteller zu überzeugen. Das hat Zeit gekostet. Deutsche sind sehr korrekt und seriös, aber auch langsam. Es ist schwierig, Vorstellungen von den Dingen zu ändern, die fest im Kopf sind. Als wir unsere Entwürfe präsentierten, hatte das die Wirkung einer Atombombe. Erst mal haben alle nein gesagt. Aber sie haben es eben nicht laut gesagt, denn niemand wollte unhöflich sein. Und monatelang, jahrelang ist nichts passiert, bis wir eine Erklärung verlangt haben. Und dann zeigte sich, dass man ein bisschen irritiert

war, weil sie fanden, dass dieses Design nicht Starck sei. Man hatte wohl etwas mehr Aerodynamisches oder ein lustiges Design erwartet. Aber ich bin wohl der Einzige, der sagen kann, was Starck ist. Auch von der Idee, die Kollektion ausschließlich in Weiß anzubieten, musste man die Unternehmen damals überzeugen. Es brauchte Jahre, bis alle das Konzept akzeptiert hatten. Aber dann haben sie es gemacht, und es war ein Riesenerfolg.

**SBZ:** Warum arbeiten Sie so wenig mit deutschen Unternehmen zusammen?

**Starck:** Weil sie so langsam sind. Eine gute Idee muss schnell umgesetzt werden. Aber der deutsche Unternehmer kommt nicht von der Vorstellung los, dass man, wenn man etwas Neues erschafft, auch irgendwie leiden muss. Das ist schon fast eine religiöse Haltung. Aber das ist nicht gut, denn wenn man leidet, verliert man nicht nur Energie, sondern letztlich auch die Idee.

**SBZ:** Fehlt es an Know-how? Oder an Mut?

**Starck:** Nein, nein, es ist eine andere Art des Denkens, nach dem Motto: Alles braucht seine Zeit. Wenn man etwas zu schnell macht, wird man etwas übersehen. Oder es ist ihnen zu leicht – die Dinge haben einfach nicht leicht zu sein!



»Ich denke an  
Produkte für  
new, sexy old  
people«

**SBZ:** Wie war das mit Starck X?

**Starck:** Starck X hatte ich ursprünglich als reine Image-Kollektion gedacht, einfach, um Tatsachen zu schaffen, nicht, um es zu verkaufen. Aber dann packte doch alle der Ehrgeiz, es entstand eine ganze Kollektion serienreifer Produkte, et voilà!

**SBZ:** Ist der Erwartungsdruck an Sie hoch, dass alles, was Sie machen wirklich etwas Neues und Innovatives sein muss?

**Starck:** Ein wenig ja. Man kann natürlich auf sehr unterschiedliche Arten innovativ sein – technisch innovativ, philosophisch, politisch, visionär oder auch sexuell innovativ. Wenn es darum geht, etwas zu wiederholen sage ich nein danke! Der Badbereich hat sich in den letzten Jahren enorm entwickelt, es gibt sehr gute, saubere Produkte. Es gibt fast nichts, was es nicht gibt. Das Problem sind die Kosten. Eine Armatur zum Preis eines Motorrads, das ist schon merkwürdig.

**SBZ:** Aber Ihre neue Starck X-Armatur ist nicht gerade billig.

**Starck:** Das macht mich nicht gerade glücklich, aber andere Armaturen sind genauso teuer. Bei der Hansgrohe-Armatur kann ich als Designer für die kulturelle Langlebigkeit des Produkts und Hansgrohe für die technische Qualität und Langlebigkeit garantieren. Die Armatur ist teuer, aber von hoher Qualität. Nur wenn Armaturen verkauft werden, die zwar teuer sind, aber diese Qualitäten nicht haben – dann ist das eine Schande!

**SBZ:** Wir sind eine alternde Gesellschaft – welche Wirkung hat das aufs Bad-Design?

**Starck:** Es gibt technische Veränderungen, etwa in Form niedrigerer Badewannen. Aber insgesamt sehe ich keinen großen Unterschied. Denn alte Leute – die gibt es nicht mehr! Wir werden immer älter, aber gleichzeitig auch immer jünger.

**SBZ:** Der Marktbedarf an Produkten für ältere Menschen ist enorm. Ist das nicht eine reizvolle Aufgabe für anspruchsvolles Design?

**Starck:** Aber ja, hier gibt es großen Entwicklungsbedarf, weil das derzeitige Angebot für Ältere nicht berücksichtigt, was alte Menschen heute ausmacht. Ich denke an Produkte für „new, sexy old people“. Also an Produkte, die zwar technisch etwas anders konzipiert sind, aber nicht nach Krankenhausprodukten aussehen.

**SBZ:** Sehen Sie in der Verschmelzung von Badezimmer und Schlafzimmer einen Trend?

**Starck:** Das ist genau das, was ich in fast

allen meinen Häusern und vielen Hotels umgesetzt habe. Ich finde es gut, eine Badewanne im Schlafzimmer zu haben. Die Wanne ist so etwas wie ein Bett, ein Sofa aus Wasser, und der Waschtisch ist auch nichts anderes als ein Tisch mit Wasserbecken.

**SBZ:** Und wie steht es dabei um die Intimität?

**Starck:** Ich mag die Vorstellung, mit meinem Partner jede Minute zusammen zu sein. Es ist doch schade, wenn man aufwacht und der andere verschwindet ins Bad, und man sieht sich vielleicht erst am

»Das Badezimmer dient nicht mehr dazu, sich zu waschen – das Badezimmer ist dazu da, sich zu erfreuen«

Abend wieder. Wenn Bad und Schlafräum in Verbindung stehen, hat man mehr voneinander. Wenn man das Glück hat, einen sexy Partner zu haben ist es besonders schön, sich auch nackt zu sehen. Eine Fusion von Bad und Wohnzimmer erscheint mir schon etwas schwieriger. Es sei denn, man hat ein kleines Haus am Strand und kommt unterkühlt vom Segeltörn heim. Dann wäre es schon eine tolle Sache, in eine Badewanne zu steigen, während im Kamin ein Feuer knistert und Ihre Frau eine Champagnerflasche öffnet ...

**SBZ:** Ohne Zweifel eine nette Vorstellung, aber wohl nur für wenige Realität. Ihre Produkte zeugen von viel Kreativität. In der Kollektion Starck X gibt es einen Waschtisch, der eigentlich ein reiner Tisch ist.

**Starck:** Die Idee eines Waschtisches mit flachen Becken ist nicht neu, sie ist zehn Jahre alt. Wir hatten sie nur noch nicht umgesetzt. Dieser Waschtisch nun hat beides: Minimalismus und auch etwas Surrealistisches. In das eine Becken wird Wasser gefüllt, und in das andere, das keinen Ablauf hat, können Sie Objekte stellen: Kosmetik, Handtücher, Parfümflaschen, Sexspielzeug ...

**SBZ:** Ein Platz zum Spielen also?

**Starck:** Es klingt etwas von der Relativität der Dinge darin an. Ich liebe Produkte, die einem im Kopf etwas Raum lassen.

**SBZ:** Ich denke wir sollten uns alle ein wenig Raum im Kopf für Kreatives freihalten. Danke, dass die SBZ bei Ihnen zu Gast sein durfte. \*