

Detail**[Schließen]**Ausgabe: 07+08/2005 | **Druckansicht »****Besuch bei****Piero Lissoni**

Ein groß gewachsener Herr, dezent gekleidet, stets mit leiser Stimme sprechend: Piero Lissoni pflegt das Understatement. Er ist einer der erfolgreichsten Designer Italiens, aber in den Medien kaum präsent. 1956 wurde er in Seregno geboren. Nach dem Architekturstudium in Mailand arbeitete er als Designer für Molteni und Lema, bevor er 1986 mit Nicoletta Canesi das Büro Lissoni Associati gründete. Die Firma hat heute ihren Sitz in einer ehemaligen Seidenfabrik inmitten der Mailänder Altstadt. Die rund 50 Architekten, Produktdesigner und Grafiker des Büros arbeiten im charmanten Ambiente eines Lofts mit weiß gestrichenen Wänden, hohen Fabrikfenstern und geöltem Dielenboden. Lissoni ist seit vielen Jahren als Art Director und Designer für zahlreiche renommierte Unternehmen wie Boffi, Cappellini, Cassina, Living Divani, Matteograssi, Porro und Thonet tätig. Er entwirft Showrooms, Ausstellungen, Möbel und Corporate Images. Zu seinen jüngsten Arbeiten zählen der Kufenstuhl „S44“ für Thonet sowie Boffi Showrooms in New York, Los Angeles und Mailand. Die Innenarchitektur von Luxushotels wie dem Monaco & Grand Canal in Venedig und dem Bentley Design Hotel in Istanbul tragen seine Handschrift ebenso wie Privatvillen und Segelyachten. Wir besuchten Piero Lissoni während der Mailänder Möbelmesse in seinem Büro.



'Ein junger Designer darf ruhig naiv sein.'

Herr Lissoni, als Juror des design report awards haben Sie die Entwürfe auf dem diesjährigen Salone Satellite intensiv begutachtet. Wie gefällt Ihnen dieses Forum des Designernachwuchses?

Die Idee ist nicht schlecht, das Niveau ist recht hoch, aber eigentlich mag ich die Veranstaltung nicht besonders. Zum einen halte ich die Annahme für irrig, Kreativität lasse sich nach Belieben in solche Ausstellungsboxen pferchen. Das geht auch bei der Kunst-Biennale schief. Es ist einfach nicht möglich, neues Denken und wagemutige Ideen an einem festgelegten Datum an einem bestimmten Ort zu fixieren. Zum anderen mag ich es nicht, wenn sich junge Designer wie alte Hasen präsentieren. Ich habe lauter professionell gestylte Messestände mit perfekt gelayouteten Kommunikationsmitteln gesehen, aber jede Frische und Natürlichkeit vermisst. Um ehrlich zu sein, es hat mich gelangweilt.

Auch die Arbeiten?

Leider sind 99 Prozent der Entwürfe nicht originell. Die Leute schauen ab und unterwerfen sich Trends. Dabei ist ihre Haltung sehr wankelmütig, so nach dem Motto: Heute bin ich pur, morgen dekorativ, übermorgen mach' ich auf Pop und demnächst auf High Tech. Sorry, aber wir sollten nicht immer sagen, alles ist gut, alles ist möglich, alles ist nett.

Und wie hätten Sie's gern?

Ein junger Designer darf ruhig naiv sein. Ich erinnere mich daran, wie Jasper Morrison seinerzeit seine ersten Entwürfe für Cappellini in London vorstellte. Die Präsentation war so rau und besonders. Aber jeder spürte: Das ist ein sehr interessanter Typ, nicht elegant, aber auf seine Weise perfekt.

Um unseren Lesern einen Eindruck von Ihrem Tätigkeitsspektrum zu geben: Was haben Sie für den diesjährigen Salone del Mobile gestaltet?

Ich habe die neue Präsentation für Boffi entwickelt, etliche Möbel für Living sowie deren Messestand entworfen, ferner Möbel für Kartell, Cappellini und Poltrona Frau, eine Leuchtenserie für Flos, einen vollkommen neuen Auftritt für Tecno sowie einen Beitrag für die Triennale.

Andere Designer Ihres Renommees sind nicht nur für ihre Entwürfe bekannt, sondern auch für ihre Statements zu Fragen der Kultur. Sie sind eher unterrepräsentiert in den Medien. Woher kommt das?

Ehrlich gesagt, spreche ich nicht so gern mit Journalisten, die über Design berichten. Merkwürdigerweise haben die meisten von nichts eine Ahnung. Bei Architekturjournalisten, Film- oder Literaturkritikern wäre das undenkbar – die

wissen Bescheid. Aber über Design lässt sich jeder aus. Dabei ist es eine hochkomplexe Angelegenheit, die man auch angemessen darstellen müsste. Aber meistens sondern die Journalisten Binsenweisheiten ab über das Leben und die Arbeit.

Sie sehen Ihr Gesicht nicht gern in einer Zeitschrift?

Doch, doch, ganz uneitel bin ich nicht. Aber ich liebe eher das Understatement. Ich bin ja auch kein Rock-'n'-Roll-Star, sondern ein Designer. Wir werden nicht besser, wenn wir auf Teufel komm raus kommunizieren. Wenn ich ein schickes Cabrio fahre und meine Frau nackt präsentiere, dann ist das natürlich perfekt für die Kommunikation, aber es hat nichts mit Design oder Architektur zu tun. Ich mag auch nicht wie ein Prophet daherreden. Ich bin kein Design-Priester, sondern ein einfacher Arbeiter, der seinen Job tut.

Das klingt sehr bescheiden für jemanden, der fast ausschließlich für Nobelmarken tätig ist.

Ich akzeptiere es, dass ich für den gehobenen Markt, für teure Marken arbeite. Dass nur ein kleiner Kreis von Verbrauchern sich meine Entwürfe leisten kann, widerspricht vielleicht den Idealen der Demokratie, geht aber in Ordnung für mich – zumal unsere Auftraggeber die Umwelt respektieren, auf den korrekten Einsatz von Materialien achten und die Kosten im Blick behalten.

Würden Sie für Ikea entwerfen?

Philippe Starck äußerte unlängst in der Financial Times die Vermutung, es gäbe in absehbarer Zeit ohnehin nur noch ein einziges globales Ikea. Da bin ich anderer Meinung. Firmen wie Baccarat, Flos, Kartell, Duravit oder Cassina geht es sehr gut. Im Ernst: Wenn Ikea mich fragen würde, ob ich ein paar Stücke für sie entwerfe, würde ich es wahrscheinlich ablehnen.

Wie beurteilen Sie den Möbeltrend?

Wir haben ein bisschen mehr Freiheit im Moment, das ist die große Tendenz. Als puristischer Designer können Sie mit puristischen Entwürfen landen. Wenn Sie das Dekorative lieben, werden Sie Ihre dekorativen Stücke los. Wenn Sie die Pop-Art interpretieren möchten, bitte sehr. Was darüber hinaus ins Auge fällt, sind diese neu-barocken Sachen.

Ich sah auch sehr viele florale Dekorationen.

Auch sehr trendy. Aber warum auch nicht? Nur, mein Ding ist es nicht. Wenn ich überhaupt etwas mit Blumen schmücken würde, müsste es sehr konzentriert, sehr sophisticated sein.

Möbelhersteller klagen immer noch über die schlechte Marktlage. Ist ein Licht am Ende des Tunnels zu sehen?

Die Lage variiert ja von Land zu Land. In Italien war es im letzten Jahr nicht schlecht, manche Firmen wuchsen um etliche Prozentpunkte. Auch global betrachtet, gibt es Wachstum.

Wie sieht es in dem Marktsegment aus, für das Sie arbeiten?

Die meisten italienischen Firmen haben strategisch sehr gut gearbeitet. Das gilt für die Positionierung, die Wahl der Shops und die Kommunikation. Meine Auftraggeber sind um bis zu 18 Prozent gewachsen. Das liegt ganz entscheidend daran, dass wir unsere einmal definierte Linie unbeirrt beibehalten haben und nicht der Versuchung erlegen sind, einmal dies und einmal jenes auszuprobieren. Kontinuität zählt sich aus. Übrigens hängt der Erfolg eines Designers wesentlich damit zusammen, dass Sie mit starken, fantastischen Kunden zusammenarbeiten.

Sie sind ja für viele Kunden nicht nur der Produktdesigner, sondern als Art Director auch für die Grafik, das Image und die Werbung zuständig.

Sagt Ihnen der Name Michail Suslow noch etwas? Zu Zeiten Breschnews, Chruschtschows und Stalins war das die graue Eminenz des Kreml. Der Chefideologe. Genau das bin ich für die genannten Firmen. Der Suslow.

Ist es denn ein Vorteil für die Firmen, die Kreativität in einer Instanz zu konzentrieren?

In Wahrheit konzentriert sich die Kreativität nicht auf eine Person, sondern verteilt sich auf Teams. Ich mache das alles ja nicht allein! Alles entsteht im Team, alles wird im Team diskutiert. Meistens kann ich gar nicht sagen, ob diese oder jene Idee von mir kam oder von einem Teammitglied. Okay, am Ende entscheide ich, aber die Arbeit ist Teamarbeit.

Und welche Rolle spielt dabei der Kunde?

Glücklicherweise haben wir bei Firmen wie Boffi, Living, Kartell oder Flos

fantastische Gesprächspartner mit großem technischem Know-how. Auch die Arbeiter dort besitzen eine große Sensibilität. Manchmal kommt einer mit einem Stück Holz und sagt: Hey, ist es nicht das, was ihr die ganze Zeit gesucht habt?

Haben Sie Vorbilder?

Steven Spielberg, Steve McQueen, Keith Richards, Donald Duck. Ohne Donald Duck wäre ich nichts.

Zählt dieser Herr dort auch zu Ihren Idolen (auf dem Schreibtisch steht eine kleine Lenin-Büste)?

Das ist eher eine Reverenz an meinen Großvater mütterlicherseits: Cesare Ponti gehörte 1921 zu den Gründern der Kommunistischen Partei Italiens. Er war Bankierssohn und Kommunist: eine etwas delikate Kombination – besonders für seine Familie.

Gibt es auch Gestalter, die Sie bewundern?

Ich liebe Mies van der Rohe für seine Klarheit, Le Corbusier für seine theoretische Kraft, Pierre Chareau für die Poesie seiner Dekorationen. Dann bewundere ich Vico Magistretti, weil er ein wirklicher Gentleman des Designs ist, Achille Castiglioni wegen seines Esprits, Ettore Sottsass als unabhängigen Kopf.

Können Sie Ihre eigene Design-Philosophie skizzieren?

Ich fühle mich zu jung, um über Philosophie zu reden. Ich bin kein Philosoph, ich bin ein Arbeiter, ein ernsthafter, ehrlicher Arbeiter. Das ist es.

In Ihrer Arbeit spiegelt sich eine Neigung zu klaren Linien, Transparenz, Leichtigkeit. Da ist mehr Mies zu spüren als Sottsass.

Ich mag die Stille lieber als den Lärm. Stellen Sie sich vor, alle würden sich anschreien, man würde nichts mehr verstehen. Deshalb entwerfe ich gern stilles Design, stille Architektur. Klarheit, Stille – und manchmal einen Akzent, in der Dimension, in der Proportion, in der Farbe. Natürlich auch hin und wieder eine Reverenz an den Zeitgeist, aber große Sprünge mache ich nicht, ich folge meiner großen Linie.

Sie sind ja gelernter Architekt. Sind Architekten die besseren Designer?

Ich denke, ja. Architekten halten sich nicht für perfekt, sie pflegen eine Kultur des Unfertigen. Deshalb, denke ich, sind wir besser. Nein, im Ernst: Wenn Sie Architekt sind, müssen Sie viele Variablen in Ihre Pläne einbeziehen. Sie denken an den Raum, an das Licht, an die Bewegungen der Menschen im Raum und außerhalb des Raumes, an die Umgebung.

Und Sie haben eine andere Beziehung zur Dauer. Architektur ist langlebiger.

Da bin ich allerdings etwas anderer Meinung. Wir müssen nicht für die Ewigkeit bauen. Dieser Anspruch erscheint mir manchmal arrogant. Warum errichten wir nicht Gebäude, die nach 20 Jahren wieder abgerissen werden? Als Student dachte ich noch anders. Als ich zum Beispiel erfuhr, dass der Barcelona-Pavillon von Mies van der Rohe zerstört worden war, regte ich mich unglaublich auf. Das ging doch nicht! Da handelte es sich doch um ein Monument der modernen Architektur! Aber andererseits? Schließlich war es ein Ausstellungs-Pavillon, nicht für die Ewigkeit errichtet, sondern für die Dauer einer Ausstellung. Letztlich entscheidet nicht der Architekt, ob etwas stehen bleibt. Die Zeit befindet darüber, ob etwas Bestand haben soll.

Hat Ihr Bekenntnis zur Architektur damit zu tun, dass Sie Mailänder sind?

Natürlich. An unserer Architektur-Universität herrscht ja eigentlich ein permanentes Chaos, aber ungeachtet dessen haben sie mir dort etwas Wunderbares beigebracht, nämlich neugierig zu sein. Man versucht etwas, geht Risiken ein, weiß nicht alles schon vorher – das ist fantastisch.

Und im Design sieht es mau aus?

Um Gottes willen, nein. Wir haben natürlich eine Menge wunderbarer Designer, wie etwa Marc Newson oder Jasper Morrison, die nicht nur Objekte entwerfen, sondern dabei auch den Kontext im Auge behalten.

Sie sind Produktdesigner, Grafiker, Innenarchitekt und Architekt. Geht das gut zusammen?

Ich mag diese alte Idee der Renaissance, auf ganz verschiedenen Feldern tätig zu sein: Technik, Kunst, Wissenschaft, Literatur. Design gehört dazu, macht aber nicht das Ganze aus. Übrigens entspricht es guter Mailänder Tradition zu sagen: Wenn du Architekt bist, bist du auch Designer und Grafiker. Schließlich gibt es noch einen Aspekt. Sie müssen sich als Designer

in der Kulturgeschichte auskennen. Sie müssen sich mit Filmen beschäftigen, mit Literatur und Fotografie und Geschichte. Sie müssen wissen, was der Dekonstruktivismus ist, müssen den Kubismus kennen, die Literatur der Romantik, den Fotorealismus in der Malerei. Sonst verstehen Sie ja nichts.

Was möchten Sie in Zukunft noch entwerfen?

Eine weitere Tochter. Sehr schwierig, sage ich Ihnen.

/ Interview: Klaus Meyer

Quelle: design report

design report established by  **Rat für Formgebung**
German Design Council

© 2013 · Konradin Medien GmbH · Leinfelden-Echterdingen