



Wanders Wonders: Sein
Designbüro gründete Marcel
Wanders 1995 – die Keimzelle des
niederländischen **Designwunders**.
Heute gilt der immer gut gelaunte
1,90-Meter-Mann in der Branche
nicht nur wegen seiner bunten Ent-
würfe als Nachfolger von Philippe
Starck. Die ersten Firmen haben
ihre Verträge mit Altmeister Starck
bereits auslaufen lassen – machen
lieber mit Wanders weiter

„**WIR ALLE**“

Text: **Norman Kietzmann**

Herr Wanders, Sie haben im vergangenen Jahr in Miami das erste Hotel für die Morgans Hotel Group fertiggestellt, die vorher ausschließlich mit Philippe Starck zusammenarbeitete. Auch der Meister selbst zieht sich zurück, etwa beim Immobilienentwickler Yoo, an dem er Anteile besitzt – dort vertraut er jetzt Ihrem Gespür. Sie statten den größten Teil der Apartments aus. Sind Sie der neue König des Designs?

Ich denke, dass Philippe und ich persönlich sehr verschieden sind. Aber wir haben eines gemeinsam: Unsere Arbeit ist viel leichter zu kommunizieren als die von anderen Designern. Wir langweilen die Menschen nicht mit funktionalen Produkten, sondern sprechen sie auf emotionaler Ebene an.

Was heißt das?

Design dient dazu, unsere Herzen zu öffnen. Zuerst öffnet es unsere Augen und dann unsere Herzen. Wir sind doch alle noch Kinder und wollen neue Dinge erfahren. Wenn wir etwas sehen, das wir nicht kennen, beginnen wir, uns auch selbst zu öffnen. Das ist es, was Design für mich ausmacht: ein aktives Werkzeug für mehr Qualität, Aufregung und Inspiration im Leben. **Geht es beim Design nicht letzten Endes immer nur um Oberflächen?**

Nicht ganz. Ich glaube, dass die Oberfläche etwas über den Inhalt verrät. Die Form drückt einen Gedanken aus. Sie kann sogar Gefühle wecken.

Im November eröffnet in Bonn das von Ihnen gestaltete Kameha Grand. Erzeugen Sie dort auch Emotionen?

Viele Hotels sind langweilig, weil kaum Ideen in ihnen stecken. Ein Hotel ist mehr als nur ein Platz zum Schlafen – vor allem eines wie dieses, das viele Geschäftsleute anziehen wird. Ich will sie mit einem Interieur überraschen, das bunt und exzentrisch ist.

Was uns wieder zu Philippe Starck führt, der seine Geschäftspartner im Privatjet auf dem Rollfeld trifft, bevor er weiterfliegt zum nächsten Termin. Auch Sie haben ein Image als Enfant terrible, seit Sie von der Eindhoven Design Academy flogen.

Wenn ich ein langweiliger, dummer Pain-in-the-ass-Designer wäre, dann würde ich nicht meinen Namen an meine Entwürfe heften. Diese ganzen Minimalisten wie Jasper Morrison zum Beispiel, die ich ansonsten sehr schätze: Warum schreiben sie

ihren Namen auf einen schlichten Hocker, der keine Erklärung braucht? Das verstehe ich nicht.

Und Sie dürfen Ihre Arbeiten signieren, weil Sie laut und farbenfroh sind? Auf den Bezügen für Sofas und Polstermöbel ist sogar Ihr Konterfei eingewebt.

Ein Name ist immer auch eine Person. Er sagt „Ich“! Meine Entwürfe sind Teil von mir. Meine Arbeit ist so dumm, wie ich es bin. Man kann sie gern haben, wie man mich gern haben kann. Sie ist mit mir identisch. **Mit Entwürfen wie dem „Knotted Chair“ von 1996 haben Sie entscheidend zum Erfolg des holländischen Designs beigetragen. Warum sind gerade die Niederländer international so erfolgreich?**

Oh, viele Leute sehen das anders. Niederländisches Design wird zwar in den Medien viel beachtet, aber das bedeutet nicht automatisch hohe Stückzahlen. Allerdings haben wir eine neue Qualität ins Design gebracht. Der „Cow Chair“ von Niels van Eijk beispielsweise sieht aus wie eine Fettecke von Joseph Beuys. Selbst wenn Sie keinen besitzen, können Sie ihn genießen, da er Sie zum Lachen bringt, Ihnen neue Ideen gibt und Sie auf vielen Ebenen anspricht. Wir sind nicht nur darauf fokussiert, Business zu machen.

Was Sie nicht daran hindert, viel Geld zu verdienen.

2000 haben Sie mit Moooi ein eigenes Label gegründet, um Ihre Entwürfe unabhängig zu produzieren und zu vertreiben. Damit erzielten Sie 2006 bereits elf Millionen Euro Umsatz. Und brachten das Kunststück fertig, den italienischen Premiumhersteller B&B Italia mit 50 Prozent ins Boot zu holen.

Wenn eine Firma nicht wächst, stirbt sie. Doch um zu wachsen, muss sie sich auch verändern. Der Zusammenschluss war für uns daher mehr als nur ein finanzieller Deal. Wir haben auf unternehmerischer Seite gelernt, sie haben von uns frischen Wind bekommen.

Wie nutzen Sie die neu gewonnene Freiheit?

Ich entwickle gerade mein eigenes Hotel in Amsterdam, plane Apartmentgebäude und gehöre zum Beraterstab von Premierminister Jan Peter Balkenende. Zurzeit arbeite ich sogar an einem Zeppelin.

Bekommt der auch Ihr Gesicht als Signatur?

Das wäre wohl etwas zu viel. Ich denke zwar alles andere als gering von mir. Aber es gibt eine Grenze, bis zu der ich mich aufblasen kann. Wenn ich mit meinem Logo arbeite, geht es schließlich nicht um Größenwahn. Es geht um Spaß. ■



Scheinbar aus dicken Bindfaden geknotet: der „Knotted Chair“ für Droog, 1996



Opulente Lobby des Kameha Grand Hotels in Bonn, das im November eröffnet



Wellness inmitten poppiger Tapeten: die Sauna des Kameha Grand



Schaltzentrale der Designwelt: Besprechungsraum im Amsterdamer Studio von Wanders



Wanders überall: Das Konterfei des Designers blickt von den Bezügen für Sofas und Stühle

Die neue Nummer eins im Design? Marcel Wanders gilt als Nachfolger von Philippe Starck. Der 46-Jährige über Emotionen, Fettecken und Zeppeline

SIND KINDER“