

COR-Preis Wohnen und Design 2009

*Daniel Sander, KulturSPIEGEL, März 2008,
Gewinner des Nachwuchspreises*

ES LEBE DER SCHNÖRCEL

Wohnen muss Spaß machen, findet der spanische Designer Jaime Hayon. Und möbelt mit verspielten Formen und Farben den kühlen Minimalismus von gestern auf.

Es ist schwer vorstellbar, dass Jaime Hayon sich einmal in diese wunderbar einladende Badewanne legt, die er für die Firma Artquitect entworfen hat, um sich einfach mal zu entspannen. Der Mann steht unter Strom. Mit rudernden Armen rutscht er auf dem Sofa in der Lobby eines schicken kleinen Londoner Hotels herum, die Sätze schießen wie Maschinengewehrsalven aus ihm heraus, auf die Frage nach seiner persönlichen Design-Philosophie fallen ihm tausend Antworten ein. Am Ende bleibt eine: "Ach, eigentlich ist es ganz einfach", verkündet er. "Man darf nur keine Scheiße machen."

Das scheint ihm ganz gut zu gelingen. Hayon, 33, gilt als einer der großen neuen Stars der Design-Welt. Er zählt Benetton und Adidas zu seinen Kunden, für das mallorquinische Schuhlabel Camper richtete er Shops ein, die altehrwürdige Porzellanfigurenfirma Lladró hat ihn zum Art Director erklärt. Seine Installation "Pixel Ballet" mit einem Riesenpinocchio als stummem Diener in der Mitte für den Mosaik-Hersteller Bisazza war das wohl meistdiskutierte Spektakel der letztjährigen Mailänder Möbelmesse; wer etwas auf sich hält, besorgt sich ein Stück aus seiner von alten Hollywood-Musicals inspirierten "Showtime"-Möbelkollektion für BD Barcelona Design, die Kreativen-Bibel "Wallpaper" nannte ihn in der Februar-Ausgabe einen der fünf besten Möbelgestalter der Welt.

Im Moment ist er mit einem Hotelprojekt in der Nähe von Hongkong beschäftigt ("da arbeiten viele mit, aber ich mache die Präsidentensuite!"), in Dubai arbeitet er an der Ausstattung eines Luxuskaufhauses. Aus Jaime Hayon, der vor ein paar Jahren noch als Ein-Mann-Betrieb in Barcelona belächelt wurde, ist ein Global Player mit einem Dutzend Mitarbeiter geworden. Neben dem Stammsitz in Barcelona arbeitet er mit seinem Team hauptsächlich in einem Studio in Italien, demnächst soll noch ein Büro in London dazukommen, seinem Hauptwohnsitz. "Es wird immer mehr, immer größer", sagt Hayon und freut sich, was er eigentlich das ganze Interview lang tut. Und die Zeit spielt für ihn, denn die Ära der kalten, minimalistischen Loftwohnung mit ihrer verchromten Künstlichkeit ist an ihr Ende gekommen. Hayons Entwürfe sind laute Hingucker, farbig und glänzend, voller absurder Formen und Materialien, eine verschnörkelte und verspielte Mischung aus Barock und Moderne. Alles, was vor ein paar Jahren noch als höchst uncooler Kitsch belächelt worden wäre. "Was bedeutet schon cool?", sagt Hayon. "Wenn ich zum Beispiel einen Stuhl entwerfe, geht es mir um den Spaß - den ich habe, wenn ich ihn mir ausdenke, und den derjenige hat, der später drauf sitzt."

Diese Einstellung hat eine ganze Riege von Designern für sich entdeckt, besonders die Niederländer sind ganz vorn dabei, wenn es um eine möglichst radikale Umsetzung lustiger Ideen geht. Eine Teekanne von Hella Jongerius sieht da aus wie eine dickbäuchige Marie-Antoinette-Figur, die Lampen von Marcel Wanders sind mit Goldornamenten verziert oder erschlagen einen geradezu in ihrer

glitzernden Glaspracht, und was von Studio Job kommt, ob es Papier-Kronleuchter oder geschnörkelte Schränke sind, scheint grundsätzlich irgendeiner entrückten Märchenwelt zu entstammen.

Manch einer sieht bei all den verspielten Formen und Farben schon eine neue Welle der Postmoderne anrollen, jene in den späten Siebzigern und fast den ganzen achtziger Jahren populäre Bewegung der Design-Studios Alchimia oder später Memphis, die generell die Form über die Funktionalität stellten, Produktdesign lieber als Kunst verstehen wollten und damit gezielte Angriffe auf damalige Geschmackskonventionen unternahmen.

Damit mag sich Hayon nun doch nicht assoziieren. Zwar zählt er etwa Memphis durchaus zu seinen Einflüssen, doch trotz seiner erklärten Experimentierfreude in allen Fragen der Form bleibe bei ihm die Funktionalität des fertigen Stücks ein entscheidender Faktor, sagt er. "Man kann das schönste Sofa gebaut haben, es bringt nichts, wenn niemand darauf sitzen will." Indes ist es ihm wichtig, auch als Künstler verstanden zu werden, nicht nur als Industriedesigner. Seine Badkollektion hat es in das Londoner Design Museum geschafft, seine schwarzweißgoldene Installation "Mon Cirque" mit ihren Clown-Lampen und Pinguin-Vasen war unter anderem in Paris und Minneapolis zu sehen.

"Eine klare Grenze zwischen Produktdesign und Kunst gibt es doch heutzutage gar nicht mehr", sagt er. Künstler wie Jeff Koons, einer seiner großen Helden, seien schließlich auch zwischendurch für die Industrie tätig. "Wir wissen alle, dass Design ein erfolgreiches Business ist. Es ist aber auch eine Plattform, seine künstlerischen Ideen zu verwirklichen und zu verbreiten. Das ist ja nicht nur bei mir so, der ganze Beruf hat sich geändert."

Zum Beruf gehört mittlerweile auch ein geschärfter Sinn für Eigen-PR, ebenfalls eine Kunst, der sich Hayon, ähnlich wie sein Kollege Wanders, verschrieben hat. Seinen Entwürfen entsprechend tritt er gern als eine Art verrückter Professor mit abstehenden Haaren auf. Seine Lebensgefährtin, die Fotografin Nienke Klunder, lichtet ihn für ihre Produktionen als Zirkusdompteur oder im rosa Hasenkostüm mit einem Spatzen auf dem Daumen ab. Auffallen hilft immer, das weiß Hayon, und das lebt er.

Gelernt hat der gebürtige Madrilene das spätestens, als er 1997 nach seinem Industriedesign-Studium in Madrid und Paris bei Benetton's Zentrum für Kommunikation unterkam, dem berüchtigten Think-Tank Fabrica in der Nähe von Venedig. Dort sucht man erklärtermaßen nach anderen Wegen "als den üblichen Arten der Werbung", ein Grundsatz, der bei Hayon hängengeblieben ist. Offenbar hat er bei Fabrica gute Arbeit geleistet, nach nur einem Jahr wurde er zum Chef der 3D-Design-Abteilung berufen, bis vor vier Jahren ist er dort geblieben. Während er tagsüber hauptsächlich den Manager gab, musste er seine Ideen nach Feierabend ausleben. "Vielleicht habe ich mir gerade deshalb für meine abendlichen Kreativ-Sessions so wenige Grenzen wie möglich gesetzt und einfach alles Mögliche ausprobiert." Was das heißt, erlebte ein chinesischer Sammler, der Hayon um "irgendwas Cooles" bat, und dem schließlich ein grellgrüner Schaukelstuhl in Form eines überlebensgroßen Hühnchens überreicht wurde. "Fand er super", sagt Hayon.

Weniger begeisterte Kritiker werfen Hayon allerdings eine gewisse Beliebigkeit vor. Seine Art, alle möglichen Stile zu kombinieren und wild zu vermischen - beispielsweise bei seinem Sideboard für BD Barcelona Design, das er mit einer Vielzahl verschieden geformter Füße aus den unterschiedlichsten Stilrichtungen ausgestattet hat - stößt nicht immer auf glühende Gegenliebe.

Was er wiederum nicht gelten lassen will. "Ich denke schon, dass ich meinen eigenen Stil habe, den die Leute auch erkennen", sagt er. "Man muss aber aufpassen, dass man nicht immer nach demselben Schema arbeitet, das ist doch irgendwann nur noch langweilig."

Also kombiniert und mischt er unbeirrt weiter, immer auf der Suche nach spektakulären neuen Ideen. Im Moment experimentiert er damit, Keramik und Fiberglas zusammenzubringen. Und wenn man ihn davon erzählen hört, mit atemlosem Enthusiasmus und fast kindlicher Freude, könnte man tatsächlich glauben, er arbeite gerade an der Neuerfindung des Rades. "Kühles, hartes Fiberglas mit warmer, zerbrechlicher Keramik, es ist unglaublich, aber es geht! Ein Tisch aus Keramik? Warum denn nicht?"

Was er für die kommende Mailänder Möbelmesse im April plant, werde eine "schöne Überraschung", sagt er, zu viele Details mag er aber nicht preisgeben. Allerdings könne man sich schon einmal auf Neuigkeiten für die Porzellanfiguren von Lladró gefasst machen, die er dort vorstellen will. "Ich habe mir gedacht, dass die Figuren auch Möbel und Porzellankleidung brauchen. Die sollen sie jetzt bekommen."

Seine Kunden wüssten schon, worauf sie sich einlassen, wenn sie ihn engagierten, sagt Hayon. "Wer sich etwas von mir designen lassen möchte, will und bekommt etwas Ungewöhnliches, denn nur das Ungewöhnliche und das Unerwartbare interessieren mich." Mittlerweile ist er in der Position, dass er sich seine Kunden aussuchen kann. "Ich weiß zum Beispiel, dass ich nie für einen Süßigkeitenhersteller eine neue Art Lutscher entwerfen würde."

Ein riesiger Lutscher aus Bronze mitten auf dem Trafalgar Square jedoch, das sei eine andere Frage.