



Jean-Marie Massaud ist Industriedesigner und Architekt. Mit seinen Kreationen will er die Welt ein Stück verbessern.

„Ich bin nicht dreist genug“

Visionen und Werte, Märkte und Marken, Ängste und Autos. Ein Interview mit einem der bekanntesten Designer Frankreichs: Jean-Marie Massaud.

Interview: Maria Schoiswohl

Es ist schon erstaunlich. Jean-Marie Massaud, Architekt und Designer, ist einer der größten Macher seiner Branche, entwirft von großen Bauprojekten über Autos bis hin zu kleinen Badarmaturen so ungefähr alles - und klingt dabei wie ein Surfer vom Strand. Jahrelang, sagt er, sei er zwischen den Kontinenten hin- und hergependelt. Dann irgendwann habe er beschlossen: Er möchte lieber „cool bleiben“ in seinem Leben. Eine Unterhaltung über Stil und Stress, Haben und Teilen.

Sie designen vom Fußballstadion in Zapopan in Mexiko über die Badezimmerarmatur für Axor bis zu Luftschiffen und Flugzeug-Interiors. Was bedeutet Design für Sie?

Es ist eine Disziplin der kreativen Synthesen. Kreatives Design versteht einen größeren Kontext und hebt Bereiche dieses Kontextes hervor. Wenn ich über Design spreche, dann geht es dabei um das Erlebnis, den Fortschritt. Darum, mit weniger Besseres zu machen.

Auf dem letzten Salone del Mobile präsentierten Sie etwa ein Aufbewahrungssystem für Poltrona Frau namens „Lloyd“. Wo ist da das Erlebnis?

Nachdem ich selbst keine Trennlinie zwischen Technologie und modernem Design ziehe, habe ich bei „Lloyd“ Schritt für Schritt versucht, das Formale zu vergessen und in etwas Leichteres und Komfortableres zu transformieren. Poltrona Frau ist eine sehr

konservative Marke. „Lloyd“ ist etwas, bei dem ich gesagt habe: Ihr macht nicht das Richtige, um ein Raumerlebnis zu schaffen. Wir brauchen flexible Elemente für dieses Erlebnis. Wenn man etwa Boxen kreiert, verweigert man sich diesem Raum.

Sie sind seit über 20 Jahren Designer - was hat sich in dieser Zeit im Design verändert?

Bei Möbeln ist man nicht mehr so formal, Raum ist flexibel - auch ich arbeite ja von überall aus: Mein Büro ist in Paris, ich lebe in Saint-Paul-de-Vence. Man jongliert alles rund um das Leben. Inhalt und Funktion ändern sich. Ich komme ursprünglich nicht aus der Möbelindustrie - aber hier kann man, etwa wenn man mit Ikea arbeitet, eine Art der Revolution herbeiführen. Poltrona Frau ist da hingegen eher ein kleiner Markt.

Stichwort: Markt. Wie beeinflusst der Ihre Arbeit?

Der Markt hat sich geändert. Das operative System auf der Welt ist der freie Markt, das kann man nicht stoppen. Man ist verpflichtet, es zu nutzen, und kann versuchen, andere Werte zu vermitteln. In meiner Arbeit geht es nicht um Gewinn, es geht um alternatives Erleben: Weniger ist besser! Davon bin ich überzeugt. Seit drei Jahren arbeite ich an eigenen Vorhaben oder realisiere Projekte wie das Stadion in Mexiko: Ich bringe Menschen dazu, eine Vision zu teilen.

Sie hatten auch eine Vision für ein Auto: „ME.WE“ für Toyota. Wie sieht das Auto der Zukunft aus?

„ME.WE“ war eine Revolution, wenn man sich die »

„Bei Möbeln ist man heute nicht mehr so formal, Raum ist flexibel.“

LUI VON TEAM 7
in Leder gepolstert ab:

€ 569,-



IT'S A TREE STORY
STUHL LUI

Lui kommt zwar unverschämte lässig daher, wirkt in seinem Outfit aber in jedem Umfeld passend. Die schlanke Gestalt des Tisches **tak** verrät dabei nichts von der Möglichkeit des Ausziehens und bietet gleichzeitig maximale Beinfreiheit beim Sitzen.

mehr auf www.schwarzott.at

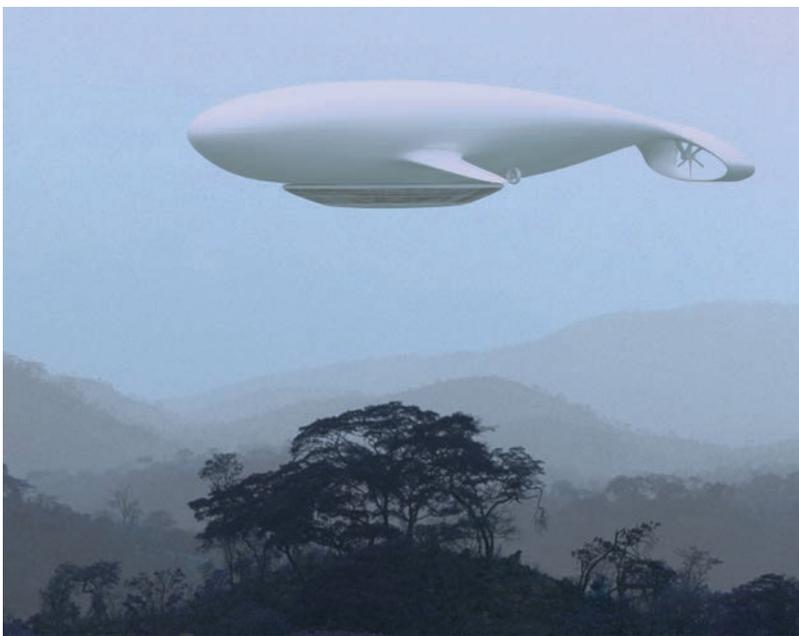


SCHWARZOTT

TEAM 7

Einrichtungshaus & Werkstätte





„Lloyd“-Serie von Jean-Marie Massaud für Poltrona Frau: Dazu gehört ein Regal.

Fliegender Wal?

Das Projekt „Manned Cloud“, ein fliegendes Hotel, von Massaud für ONERA



Badamaturen.

Die Kollektion Axor Massaud umfasst filigrane, natürlich anmutende Amaturen.

„Mewe“ heißt das Projekt von Massaud mit Toyota – „eine Öko-Box auf Rädern“ sei das Auto.



» Architektur und die Produktion ansieht. Hier geht es um einen großen Kontext. Ökonomie, Industrie, Kultur, Verbrauchererfahrung, Nutzbarkeit - alles. Ich habe eine sehr einfache Lösung angeboten: Plug and play, vier Räder, keine Mechanik, ein Toyota-Motor. Alles wurde limitiert, das Erlebnis wurde besser. Bei Toyota war ich aber dann der Mensch, der Probleme bringt. Wir hatten unsere Differenzen, ich habe wohl dem Innovationsmanager ins Territorium gepinkelt. Es war ein großer Wettbewerb der Egos. Seitdem habe ich beschlossen: So möchte ich meine Zeit nicht verbringen. Andere von meinen Ideen zu überzeugen. Ich mache es lieber selbst!

Keine Kooperationen mehr?

Ich möchte cool bleiben in meinem Leben. Ich nehme keine Projekte mehr in Japan an, weil ich nicht jedes Wochenende zwischen Jetlag und Stress pendeln will. Ich wollte schon seit einiger Zeit mein Leben umstellen, aber wenn die Welle kommt, musst du eben darauf surfen. Somit habe ich lange Jahre viele Projekte gemacht. Das hat Zeit gekostet - fünf Jahre lang war ich zwischen Tokio, San Francisco, Mexiko, New York unterwegs. Ich dachte, das ist spannend. Viele Projekte blieben aber in der Schublade. Wer in und mit großen Unternehmen arbeitet, verliert oft Zeit, Energie und Optimismus. Meine Prioritäten im Leben sind heute: das Leben leben, manchmal „Nein“ sagen und die richtigen Partner finden, um Visionen und Perspektiven zu teilen.

Welche Werte sehen Sie in Ihren Arbeiten realisiert?

Kompetenz. Qualität. Zeitlosigkeit. Mein Design ist keine Dekoration. Und es geht natürlich um Emotion.

„Vielleicht können wir künftig alles teilen anstatt es zu besitzen?“

Ich mache soziale Dinge, zum Genießen, mit Humor, mit Gefühl. Ich denke immer ans Produkt und mache nichts Arrogantes. Nichts steht für sich alleine, sondern im Zusammenhang. Ich mag Projekte, bei denen ich mehr beeinflussen kann, bei denen wir ein besseres Erlebnis kreieren oder etwa eine neue Art der Ökonomie.

Haben Sie eine Vision für ein neues Auto?

Mein Team und ich arbeiten an einem neuen Autotyp: ein Auto für Gentlemen. Keine Farbe, kein Stahl, keine Kosmetik, einfach Effizienz. Es fühlt sich wie eine Lounge an. Sehr komfortabel. Es ist etwas, wo die Komplexität auf etwas sehr Industrielles fokussiert, und das Potenzial des Nutzers freier ist.

Wer sind die Designvisionäre der Zukunft?

Das sind heute Thinktanks und Start-ups und keine großen Unternehmen. Aber wenn du ein Designer sein willst, musst du zuvor Stühle stylen, dann hast du den Stempel, dass du etwas Schönes machen kannst. Und danach kannst du etwas Smarteres machen.

Was erwarten Sie sich von der jungen Designergeneration?

Dass sie die Welt neu erfindet. Vielleicht können wir künftig ja alles teilen anstatt es zu besitzen? Jede Zeit hat ihre eigenen Herausforderungen und Potenziale und wir brauchen Veränderung. Ich persönlich arbeite gerne alleine. Ich habe Angst, Menschen zu stören oder jemanden um einen Gefallen zu bitten. Ich bin da nicht dreist genug. Vielleicht ist das dumm. Man schafft mehr, wenn man gemeinsam arbeitet. Die jüngere Generation muss sich damit auseinandersetzen - wir haben viel zu viel und wir brauchen das ganze Zeug nicht. Es geht vielmehr um die Lebenserfahrungen, die wir machen. ☆