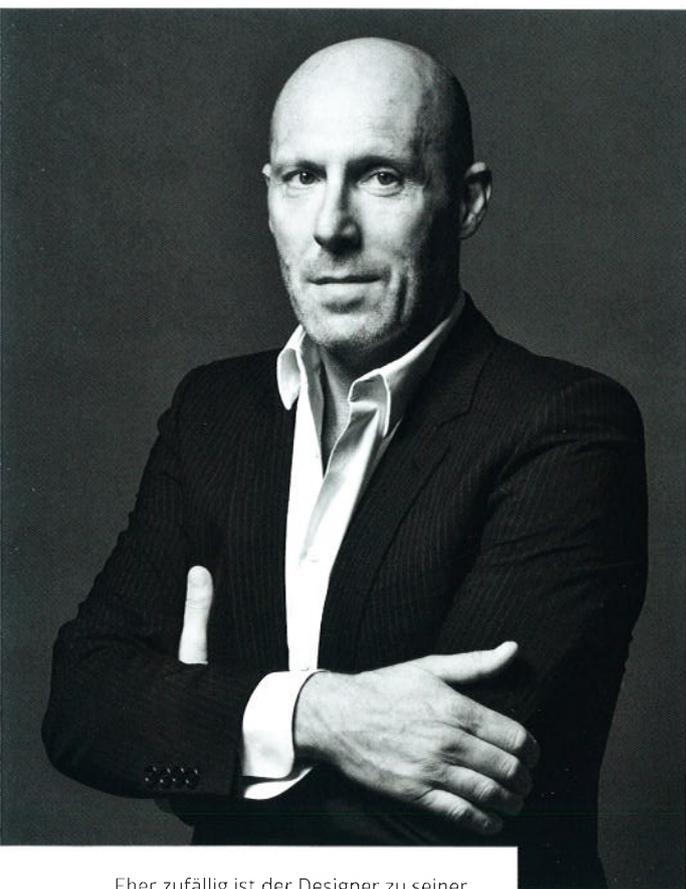


DESIGNER CHAT

CHRISTOPHE PILLET



Eher zufällig ist der Designer zu seiner Profession gekommen. Eigentlich wollte Christophe Pillet (Jg. 1959) Musiker werden. Dafür bleibt nun keine Zeit. Nach Stationen in Nizza und Mailand gründete er 1993 sein eigenes Büro. Zu seinen Kunden gehören Hersteller wie Cappellini, Emu, Driade und Offecct, aber auch Hotels, die Modeszene und Autobauer. www.christophepillet.com

Grenzenlos, das umschreibt den Designer wohl am besten. Christophe Pillet arbeitet mit seinem Pariser Büro interdisziplinär für internationale Unternehmen in China, USA, UK und Europa in den Bereichen: Möbeldesign, Objektkunst, Innenarchitektur, Architektur, Szenografie.

Monsieur Pillet, Sie arbeiten seit einigen Jahrzehnten als Designer...

Ja, ja, ich weiß, ich bin ein alter Mann!

Oh nein, das wollte ich damit nicht sagen. Sie haben sich aber auf vielen Gebieten wie der Innenarchitektur, Szenografie, Architektur, Möbeldesign oder Objektkunst profiliert. Gibt es etwas, das Ihnen besonders am Herzen liegt?

Nein. Um ehrlich zu sein, liebe ich die Diversität meiner Arbeit, ansonsten wäre ich schnell gelangweilt. Sehen Sie, ich bin eher zufällig zu meinem Beruf gekommen. Eigentlich wollte ich Musiker werden. Auch jetzt fühle ich mich mehr als Tourist in meinem Job, der aber einen guten Job als Tourist machen will.

Nach welchen Kriterien suchen Sie dann also Ihre Projekte aus?

Ich suche sie jedenfalls nicht wegen des Geldes aus oder wegen des vermeintlichen Prestige, sondern weil ich

mit spannenden Leuten zusammenkomme, die eine Aufgabe haben, die ich interessant finde.

Und die Aufgabe bei Vitra war für Sie interessant?

Vitra sprach mich 2013 an. Das Unternehmen wollte verstärkt auch mit internationalen Designern zusammenarbeiten. Sie ließen mir viele Freiheiten, was sehr reizvoll ist. So begann die Zusammenarbeit an der Produktserie ‚Memoria‘. Vitra stellt neben reinen Sanitärobjekten auch seine eigenen Möbel her.

‚Memoria‘ ...

Um ehrlich zu sein, weiß ich nicht, wie es zu diesem Namen gekommen ist. Die Serie aus Sanitärobjekten und Badmöbeln ist nichts Revolutionäres. Der Ansatz ist ein anderer – wir haben nach der Essenz geschaut. Was braucht man wirklich? Dabei ist auch Altbekanntes dabei, an das man sich erinnert. Das wäre eine Erklärung.

Foto: privat

Interview
Katharina Feuer

Foto
Vitra



Die Aufsatzwaschtische ‚Memoria‘ aus Mineralguss waren der Auftakt, es folgte die Badmöbel-Kollektion ‚Memoria Black‘ für Vitra.

„Heute ist es **nicht wichtig, wo man arbeitet**. Sie brauchen einen **Laptop** und ein **Mobiltelefon**. Voilà!“

Auch das schwarze Waschbecken ist nichts Neues!

Natürlich nicht, aber wir wollten trotzdem zeigen, dass es nicht immer nur Weiß im Bad sein muss.

Was war Ihnen noch wichtig?

Abzusichern, dass dem Bad die Aufmerksamkeit zuteil wird, die der Rest eines Hauses schon längst erhält. Mir scheint, es wird bisher etwas stiefmütterlich behandelt. Aber auch hier sollten wir die Qualität bieten wie beispielsweise in der Küche.

Bei all den verschiedenen Projekten, schaffen Sie es noch, beim Einzelnen ins Detail einzutauchen?

Natürlich. Das Jahr hat 365 Tage. Das ist eine Menge Zeit. Mein Team ist relativ klein mit 12 bis 15 Leuten. Ich will nicht nur Art Director oder Manager, sondern selbst kreativ sein, selbst kochen! (lacht) Fragen Sie mich zu irgendeinem Projekt, ich kann Ihnen alles beantworten!

Das glaube ich gerne. Werden Sie im April wieder in Mailand sein?

Oh ja, aber nicht, um Geschäfte zu machen, sondern um Freunde und Partner zu treffen. Mailand ist für mich mehr Cocktailparty als Arbeit.

Also ist Mailand kein Ort der Inspiration für Sie?

Im Gegenteil, nur zwei Stunden auf der Messe deprimieren derartig, dass man denkt, man kann nichts. Es ist von allem zuviel!

Und welcher Ort inspiriert Sie?

Der Strand. Da kann es vorkommen, dass ich eine Idee habe, sie in den Sand male, fotografiere, ins Büro schicke und zwei Wochen später steht der erste Prototyp.

Sie können überall arbeiten?

Heute ist es nicht wichtig, wo man arbeitet. Sie brauchen einen Laptop und ein Mobiltelefon. Voilà! Paris ist natürlich meine Basis, wo auch meine

Familie lebt, aber ich reise unwahrscheinlich viel.

Gab es schon eine Zusammenarbeit mit einem deutschen Unternehmen?

Nein. Aber ich schließe das nicht aus.

Was halten Sie vom German Design?

Ach wissen Sie, ich finde es schwierig, in diesen Stereotypen zu denken. Natürlich sind die Deutschen präzise und zuverlässig. So weit, so gut. Ich bin zum Beispiel ein großer Fan von Dieter Rams. Und Konstantin Grcic, der in München lebt, aber kein Deutscher ist. Es gibt viele gute Designer aus Deutschland. Ich denke aber nicht in solchen nationalen Kategorien. Das entspricht meiner Meinung auch nicht der Realität.

Die wäre?

Gute Designer und gute Unternehmen sind erfolgreich – ungeachtet ihrer Nationalität. Das bleibt hoffentlich auch so.



Mehr Bilder zur Serie ‚Memoria‘ unter www.md-mag.com/pillet

