

Matteo Thun

Publication

Publication
Christophorus (GER)

Page
89 / 96

Language
German

Issue
May 2005

Product / Project
Porsche Design Store



Matteo Thun
& Partners

Via Appiani 9
20121 Milano

Tel. + 39 02 655 69 11
Facsimile + 39 02 657 06 46

www.matteothun.com
mail@matteothun.com

nachrichten

Generationswechsel im Aufsichtsrat der Porsche AG: Professor Ferdinand Alexander Porsche hat sein Mandat niedergelegt. Auf Grund seiner großen Verdienste wurde der Gesellschafter zum Ehrenvorsitzenden des Aufsichtsrats ernannt. Zum Nachfolger im Aufsichtsrat wurde sein Sohn Dr. Ferdinand Oliver Porsche gewählt.

Fotografie
Christoph Bauer/Porsche Archiv

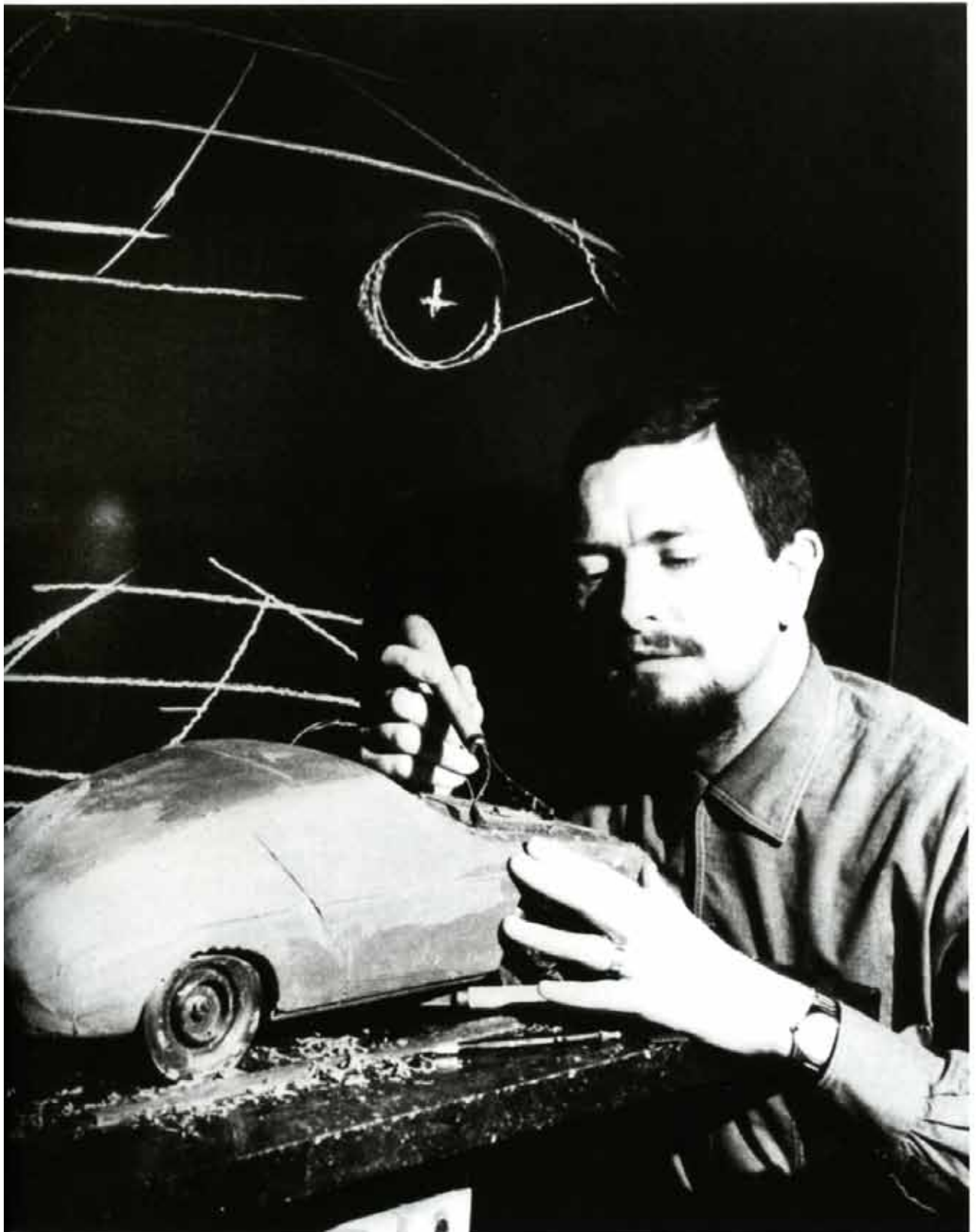
Ehrenvorsitz für F. A. Porsche

Beifall für großartige Zahlen, das gehört bei einer Porsche-Hauptversammlung inzwischen zur Tagesordnung. Außerordentlich sind die Standing Ovations, die die Rede des Vorstandsvorsitzenden Dr. Wendelin Wiedeking unterbrechen, als dieser auf eine bedeutende Personlichkeit zu sprechen kommt: „Es ist mir eine ganz besondere Ehre, berichten zu können, dass der Aufsichtsrat Herrn Professor Ferdinand Alexander Porsche zum Ehrenvorsitzenden des Aufsichtsrates ernannt hat.“

Es ist erst das zweite Mal, dass diese hohe Ehrung verliehen wird. Die erste Würdigung dieser Art galt Professor Ferry Porsche. Das Gremium würdigt damit das Lebenswerk von Ferdinand Alexander Porsche, der auf eigenen Wunsch sein Mandat als Aufsichtsrat niedergelegt. Ferdinand Alexander Porsche hatte seine berufliche Karriere 1958 im väterlichen Unternehmen begonnen und neben verschiedenen Rennfahrzeugen den Porsche 911 gezeichnet. ▶

Wenn der Vater mit dem Sohne: Professor Ferdinand Alexander Porsche (links) und Dr. Ferdinand Oliver Porsche vor dem Ur-Eifer





„Ich wollte ein modernes Auto schaffen, aber kein modisches. Schon im Stillstand sollte es Kraft und Geschwindigkeit ausdrücken.“

Drei Buchstaben und drei Ziffern:
F. A. P. und 911



Bei der Geste des Aufsichtsrat-Gremiums allein will es Wiedeking nicht bewenden lassen. Er legt persönlich Zeugnis ab über seine Erfahrungen mit dem gerade Geehrten: „F. A. – wie er sich selbst gerne abkürzt – ist ein außergewöhnlicher Mensch. Sein Strich auf dem Papier, sein Auge für das Unauffällige, seine zeichnende Hand für das Ganze – all das macht ihn zu einem Designer von Welt-ruf. Aber das ist es nicht allein. Selten klar wie kaum ein anderer seiner Zunft formulierte er, dass Design nicht einfach Kunst sei, sondern Gestalt gewordene Anwendung.“ Nicht nur die schöpferischen Verdienste will der

Vorstandschef gewürdigt wissen: „Er hat das, was in dieser Welt und mit dieser Popularität oftmals verloren geht: Menschlichkeit. Selten ist mir jemand begegnet, der so einfühlsam und so interessiert ist, sich mit soviel Rücksicht auf andere mitgeteilt hat wie F. A. Porsche.“ Eine filmische Hommage über dessen Wirken unterstreicht die Worte.

Wiedeking wendet sich im Anschluss noch einmal direkt an den 69-Jährigen: „Ich weiß, was Sie für das Unternehmen geleistet haben, und ich weiß, was Sie für mich bedeuten. Mit Ihnen zusammenarbeiten zu dürfen ist ein ▶

Es bleibt in der Familie: Ferry Porsche mit seinen vier Söhnen (o.), Ferdinand Alexander mit seinem Vater beim Funktionstest (u.)



Von unten nach oben: Vater und Sohn Porsche gehen dem Elfer auf den Grund



Text
Elmar Brümmer

Lifestyle

Fotografie
Matthias Martin

Matteos Passion



Ein-Laden: Matteo Thun macht über das Schaufenster hinaus den ganzen Store zum Spiegel der Produkte

Premiere für den weltweit ersten Porsche Design Store einer neuen Generation in Berlin: Stararchitekt Matteo Thun geht es bei der Gestaltung um mehr als den Vorbildcharakter. Für ihn funktioniert das noble Einkaufen schon heute nach einer Erlebnisformel von morgen – sehen, fühlen, shoppen.



Berühren. Kann es einen besseren gestalterischen Ansatz geben als diesen? Kaum. Einen schwierigeren allerdings auch nicht. Matteo Thun macht seine Arbeit aus Prinzip zur Gefühlssache. Wer mitfühlen will, der kann die Aufforderung dazu auch gern schriftlich haben. Dort, wo die Berliner Flaniermeile Kurfürstendamm so nobel ist, wie man sich das immer vorgestellt hat, steht an der Fensterscheibe der Hausnummer 190/192 die unmissverständliche Aufforderung „Touch me“. Das ist keine billige Anmache, sondern eine klare Botschaft: Mit der Gestaltung des ersten Porsche Design Stores der neuen Generation legt der Architekt und Designer aus Südtirol dem Kunden eine neue, edle Produktwelt quasi in die Hand. Versonnen spricht Thun von der „taktilen Erotik“ seines Tuns. Aus den Augen, aus den Händen spricht das Motto, das er im Interview umgehend mündlich manifestiert: „Die Lust, etwas zu ergreifen!“ Tasten wir uns heran.

Den Porsche-nahen Gedanken, dass die Form der Funktion folgt, interpretiert Thun – Mitbegründer der Mailänder Gestaltungs-Gruppe „Memphis“ – auf seine Art weiter: Die Form folgt auch der Emotion, woraus sich mit einem Augenzwinkern ein berühmter Design-Slogan umformulieren lässt: Form follows fun. Der Spaß an der Aufgabe, den Läden der Porsche Design Group ein in die Zukunft gerichtetes Gesicht zu geben, ist dem Sohn eines Keramikfabrikanten anzusehen. Er hat ein Retail-Konzept entworfen, das vom vorbildlichen Store in der Bundeshauptstadt aus in 30 Läden, die in den nächsten Jahren weltweit eröffnet werden, exportiert wird. In unterschiedlichen Größenordnungen zwar, aber stets nach dem gleichen Vorsatz.

Die Welt des Matteo Thun ist ein komplexer Kosmos, bestimmt von Leichtigkeit, Geschwindigkeit, Genauigkeit, Erfassbarkeit, Zeitlosigkeit und Beständigkeit. Das mündet in alles, was in seinem Mailänder Studio entsteht – ob es Besteck für WMF, Uhren für Bulgari oder gleich ein Designhotel in seiner Heimat ist: „Was wir schaffen, muss nachhaltig wirken.“ Das Motto hat weniger mit seiner Hochschulprofessur, mehr mit seiner Profession zu tun, am meisten mit seiner Passion. Bei aller gestalterischen Leidenschaft bleibt die Kreativität einer Lebensauffassung des 52-Jährigen unterworfen: „Die konsequente Suche nach Nachhaltigkeit hat mit der moralischen Pflicht zu tun, die ein Architekt erfüllen muss. Ich möchte den Planeten Erde in einem so guten Zustand an meine Kinder weitergeben, wie ich ihn angetroffen habe. Das beeinflusst die Frage, ob, wie und was man baut.“ Die Antworten findet er eben in seiner holistischen Vorgangsweise, die er aus der Philosophie ableitet: Eine Lehre, die alle Erscheinungen des Lebens aus einem ganzheitlichen Prinzip erklärt. Das Ganze betreffend, so denkt und baut Thun. Vom Großen ins Kleine. „Bei dem, was ich tue, gehe ich stets nach dem Rezept vor, wie man ein Haus baut. Ob man eine Stadt plant oder einen Löffel gestaltet, es sind die gleichen Kriterien gefragt. Wenn man so will, ist auch der Porsche 911 ein Haus, ein sehr dynamisches eben.“ Tempo im Denken, im Arbeiten und im Leben schätzt er ohnehin. Groß geworden in den Bergen und in der Zeit der Bergrennen, ist der Porsche-Pilot Edgar Barth für ihn ein Idol. Selbst hat er sich vorzugsweise auf zwei Brettern ins Tal gestürzt, es auf Abfahrtski sogar zu Meisterehren gebracht. Seinen ersten Elfer steuerte er mit 18; einen gebrauchten, orangefarbenen 911 S.

Anfassen, berühren, herantasten sind menschliche, sinnliche Funktionen, die im Porsche Design Store gefordert sind und durch Einrichtung und Gestaltung gefördert werden, die in Zusammenarbeit mit der Münchner Corporate Design Agentur KMS entstanden sind. „Nicht wie herkömmlich das Schaufenster mit seiner Auslage, sondern der Store selbst soll Spiegel der angebotenen Produkte sein. Dafür haben wir ein ‚Gate to the Future‘ entwickelt“, sagt Matteo Thun über seine jüngste Schöpfung. Das (gedachte) Tor in die Designwelt hochwertiger Porsche-Accessoires besteht aus drei großen Plasma-Monitoren, die sich an einer Säule in der Mitte des Ladens und rechts und links davon an den Wänden befinden. Zentrum ist der „Scantable“, ein im Zentrum angeordneter quadratischer Schieferblock, in dessen Oberfläche Scanner und Monitor integriert sind. Sobald ein Kunde ein Produkt auf diesen intelligenten Tisch legt, erscheinen auf den Bildschirmen Filme und Informationen zum jeweiligen Produkt. So wird virtuell der Eindruck eines sich öffnenden Tores erzeugt.

Die innovative Form der Präsentation setzt auf besseres Verstehen, auch ohne große Worte. Dreidimensionales Einkaufen. Den Eröffnungs-Event für den ersten Porsche Design Store einer neuen Generation nutzt Dr. Siegmund Rudigier, Geschäftsführer der Porsche Design Group, zu einer richtungweisenden Standortbestimmung: „Wir haben die deutsche Hauptstadt bewusst für diesen Generationswechsel ausgewählt, da von Berlin derzeit viele kreative Impulse ausgehen. In dieser pulsierenden Metropole ist es für uns als deutsches Unternehmen ein Muss, Flagge zu zeigen.“ Der Star-Architekt bestätigt seinen Auftraggeber darin: „Ich glaube an die positive Kraft der Metropolen.“ Auch aus Statik kann Dynamik entstehen.

Das Zusammenspiel von natürlichen Materialien und futuristischen Effekten – je nach Produktgruppe variiert die Hintergrundbeleuchtung des Porsche Design Stores farblich – dient weder dazu, Hightech-Junkies noch Luxus-Voyeure zu befriedigen, und schon gar nicht das Ego des Designers. Thun denkt da schlichter als manch anderer seiner ähnlich berühmten Kollegen, die Boutiquen zu Tempeln in eigener Sache umfunktionieren: „Das Produkt, die Marke gehört in den Vordergrund. Der Gestalter soll sich zurückhalten. Ich nenne es das Hebammenprinzip. Ich möchte dem Markenauftritt aus dem Bauch helfen, aber nach dem Trennen der Nabelschnur ist das Konzept allein lebensfähig. Die Kunden sollen sich für das Produkt ▶

Pfellschnell: Das Night Shopping ist für den Porsche Design Store entwickelt worden

Materialismus der schönsten Art: Auf die Oberflächen-gestaltung kommt es bei der Ware und der Präsentation an





Klare Haltung: Matteo Thun und Dr. Siegmund Rudigier bei der Eröffnung des Porsche Design Store in Berlin

Räumliches Sehen: Das ganzheitliche Denken des Architekten wird in der Shop-Gestaltung plastisch