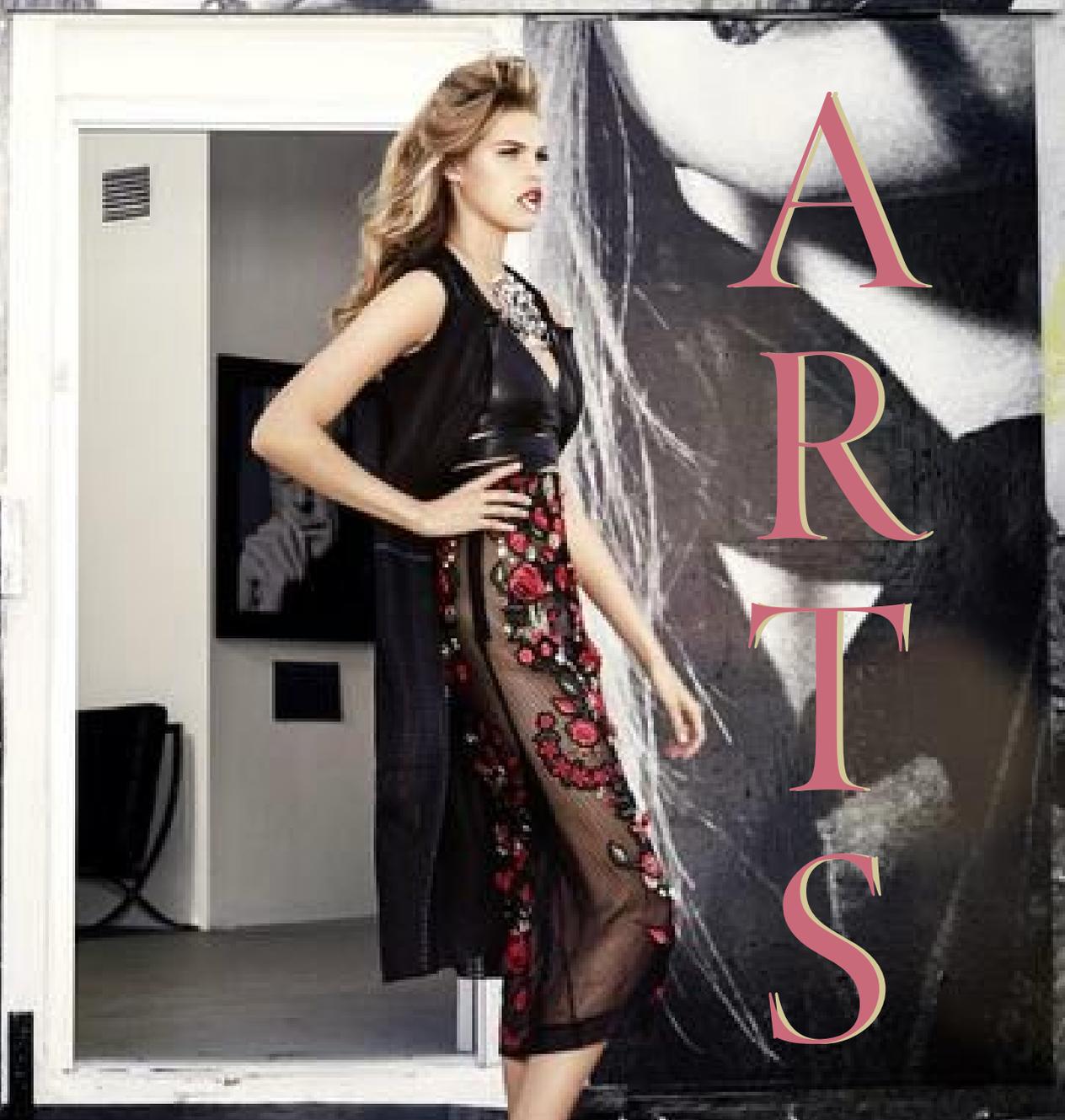


ICON

April 2015

A
R
T
S



WELT *am* SONNTAG

INTERVIEW

Ganz oben

Statt Taschengeld und Spielzeug bekam Matteo Thun nur Ton. Er sollte selbst was machen. Und was er dann alles gemacht hat! *Sven Michaelsen* hat den Designerstar befragt

Ich bin allergisch gegen alles, was ich selbst gestaltet habe



Sie heißen Matthäus Antonius Maria Graf von Thun und Hohenstein. Warum gaben Sie sich den prosaischen Namen Matteo Thun?

Wenn Sie als Italiener Ihre Steuererklärung machen, müssen Sie zig Formulare ausfüllen. Ich war es irgendwann leid, jedes Mal diesen ellenlangen Namen hinschreiben zu müssen.

Sie sind auf zwei Schlössern in Bozen aufgewachsen und sagen: „Es gibt nichts Grauenhafteres, als in einem Schloss zu leben.“

Es ist nahezu unmöglich, Schlösser zu heizen, und mit dem Komfort in Bad und Küche steht es auch nicht zum Besten. Meine Mutter verbot mir, am Boden zu spielen, weil der Marmor auch im Sommer eiskalt war. Aber welches Kind spielt schon gern an einem Tisch?

Später besuchten Sie eine Klosterschule des Franziskanerordens. Wie ging es dort zu?

Es herrschten strengste Disziplin und katholische Starrköpfigkeit. Eine lebende Fremdsprache zu lernen war verboten. Nur Esperanto und Stenografie waren erlaubt. Jeden Morgen um sieben war Messe, und am Anfang und am Ende jeder Schulstunde wurde gebetet. Auch bei uns zu Hause herrschte mönchische Askese. Ich bekam kein Spielzeug geschenkt, sondern Ton. Mit ihm sollte ich mir meine Spielzeuge selber machen. Taschengeld gab es auch nicht. Jede Lira wurde in die Keramikwerkstatt meiner Eltern investiert.

Ursprünglich wollten Sie Maler werden und waren Schüler von Oskar Kokoschka an der Sommerakademie für Bildende Kunst in Salzburg. War das eine prägende Erfahrung?

Kokoschka war schon sehr alt und interessierte sich hauptsächlich für seine Frau Inge, eine fantastische blonde Deutsche. Wir Schüler zeichneten Akte und Porträts. Meine Karriere als Maler endete, als wir die Opernsängerin Anneliese Rothenberger porträtieren sollten. Sie stand uns 20 Minuten lang Modell und war sehr von sich eingenommen. Als sie mein Bild sah, war sie entsetzt und behandelte mich mit Eiseskälte. Ich hatte ihre Pupillen falsch gesetzt, sie schielte. Von diesem Moment an war ich an der Akademie verloren.

1978 begann Ihre Zusammenarbeit mit dem 35 Jahre älteren Design-Avantgardisten Ettore Sottsass, der mit seiner leuchtend roten Schreibmaschine für Olivetti zu Weltruhm gelangt war. Wie haben Sie ihn kennengelernt?

Er hielt einen Gastvortrag, als ich in Los Angeles Architektur studierte. Er war ein unnahbares Idol, ein Mythos, der es ablehnte, zu unterrichten und Schüler zu haben. Vor seinem Rückflug nach Italien wollte er das Grab von Marilyn Monroe sehen. Ich fuhr ihn hin und besorgte ihm an einer Tankstelle eine Rose für das Grab der Monroe. Während der Fahrt konnte ich ein bisschen an ihn rankommen. Als wir uns am Flughafen verabschiedeten, sagte er, ich solle ihn besuchen, wenn ich mal nach Mailand käme. Ich spürte aber, dass das bloß eine Höflichkeitsfloskel war.

Dennoch standen Sie wenig später vor seiner Bürotür.

Er tat zumindest so, als würde er sich an mich erinnern und überließ mir eine Arbeit, zu der er gerade keine Lust hatte. Ich sollte für eine damals unbekannte Firma namens Alessi eine Menage für Essig, Öl, Salz und Pfeffer entwerfen. Als Architekt war ich ein Anfänger, und von Design hatte ich auch keine Ahnung. Ich

war der Spott der Profis, die mit ihren Rotring- oder -Stiften perfekte Zeichnungen anfertigten. Ich dagegen schmierte mit HB-Bleistiften rum, machte alles schmutzig und zweifelte dauernd an mir. Nichtsdestotrotz gelang es mir, für Ettore die meistkopierte Menage der Moderne zu zeichnen, die jahrelang der größte Umsatzbringer von Alessi war.

Hat Sottsass sofort erkannt, dass da jemand die Gabe des guten Auges hatte?

Wenn er dieser Meinung war, hätte er es nie gesagt. Er kam auch nie auf die Idee, mich anzustellen, weil er als radikaler Kommunist aus Prinzip niemanden bezahlen wollte. Ich arbeitete zweieinhalb Jahre gratis für ihn und bekam oft verbale Prügel. Auch die Arbeitsbedingungen waren nicht die besten. Wir hatten keine Sekretärin, keine Fotokopierer, und wenn ich zu Alberto Alessi fuhr, um mit ihm über meinen Öltropfenrücklaufmechanismus zu sprechen, musste ich das Benzin und die Fotokopien selber bezahlen.

Der tonangebende Designer jener Zeit war Dieter Rams mit seinen Entwürfen für Braun. Über einen seiner berühmtesten spotteten Sie:

„Meine emotionale Bindung zu einem Braun-Wecker ist ähnlich einer, die ich zu einer toten grauen Maus haben würde, die mich jeden Morgen um 6.45 Uhr aus dem Schlaf schreckt.“

Ende der Siebziger herrschten überall das Bauhaus und die Ulmer Schule. Alles war mausgrau, ein steriler Funktionalismus ohne Lebensfreude und Witz. Das hat bei Sottsass und mir zu einer explosiven Proteststimmung geführt. Wir waren stinkwütend, dass uns niemand das machen ließ, was wir machen wollten. Die Zeit war reif für ein Erdbeben. Eines Tages sagte Sottsass: „Ich habe es satt! Ab jetzt geben wir uns selbst Aufträge.“ In der Praxis sah das so aus, dass ich tagsüber Haartrockner für Wella zeichnete und nachts an eigenen Projekten arbeitete, für die ich in Vorkasse treten musste. Die Nächte endeten mit Rotweinschlachten und weinenden Frauen. Nach Mitternacht beschimpfte Sottsass unsere Frauen als dumme Kühe, weil sie uns Männer von der Arbeit abhalten würden. Zu mir sagte er: „Wenn du heiratest, ist es aus mit uns! Entweder gehörst du zu mir und der gemeinsamen Sache, oder du gehst!“

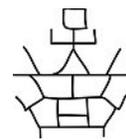
Die Entwürfe, die nachts in Sottsass' Büro entstanden, wurden unter dem Namen Memphis weltberühmt. Wie kam eine Gruppe italienischer Designer darauf, sich ausgerechnet nach einer Stadt in Tennessee zu nennen?

Das hat mit einer Schallplatte zu tun, die einen Kratzer hatte. Sottsass hatte an jenem Abend Bob Dylan aufgelegt, und es wurde jede Menge Rotwein getrunken. Trotzdem kam keiner von uns auf eine zündende Namensidee. Als die Platte bei der Zeile „With the Memphis blues again“ hängenblieb, notierte Sottsass ganz einfach das Wort „Memphis“.

1981 besuchte Sie Karl Lagerfeld in Mailand. Wie reagierte er auf Memphis?

Er hatte von uns gelesen und wollte sich aus Neugier ein paar Objekte ansehen, mehr nicht. Ich tat total gelassen, aber in Wahrheit schlotterten mir die Knie. Wir waren vollkommen pleite, weil wir die Sachen selbst finanziert hatten. Während des Rundgangs blieb Lagerfeld stehen und fragte: „Soll ich etwas kaufen?“ Mit dem Mut der Verzweiflung antwortete ich: „Karl, kaufen Sie doch einfach

„Soll ich etwas kaufen?“, fragte Karl Lagerfeld



alles.“ Er sagte: „Gut, schicken Sie mir die Sachen nach Monte Carlo.“ Viele Jahre später hat er die Objekte mit gutem Gewinn wieder verkauft.

Sie blicken mit gemischten Gefühlen auf Memphis zurück. Warum?

Ich sagte zu Sottsass, nach ein, zwei Jahren müsse Schluss mit Memphis sein. Aber er ließ sich durch den unglaublichen Erfolg verführen und machte weiter. Eine Schockwirkung kann aber nie von Dauer sein. Der Futurist Filippo Tommaso Marinetti schrieb mal, ein Rennwagen sei schöner als die Nike von Samothrake. So ein Satz kann im richtigen historischen Moment für kurze Zeit zu produktiven Gedanken führen, aber dann muss man ihn mit der nötigen Distanz betrachten. 2014 zu schreiben, ein Ferrari sei schöner als eine Symphonie von Beethoven, wäre dämlich.

1990 unterschrieben Sie einen Vertrag mit der Uhrenfirma Swatch. Deren Produkte galten damals bei Trendjüngern als hot shit.

Ich war dort drei Jahre lang Kreativdirektor für die Kollektionen und neun Jahre für das Design der Läden verantwortlich. Als ich kam, wurden acht Millionen Uhren im Jahr verkauft, als ich ging, 24 Millionen. Für den damaligen Eigentümer war eine Swatch eine Uhr, und Uhren verkauft man in Juweliergeschäften und Kaufhäusern. Für mich dagegen war eine Swatch eine Lifestyle-Deklaration, mit der man nebenbei auch noch die Zeit ablesen konnte. Deshalb wollte ich unsere Uhren in eigenen Läden verkaufen und in die Segmente *Basic*, *Classic* und *Fashion* unterteilen. Den ersten Swatch-Laden ließen wir heimlich an einer Tankstelle in Bellinzona bauen. Nach dieser Initialzündung ging es rasant aufwärts. Allein 1995 eröffneten wir weltweit mehrere Tausend Läden.

Welche Lehre haben Sie aus Ihren Swatch-Jahren gezogen?

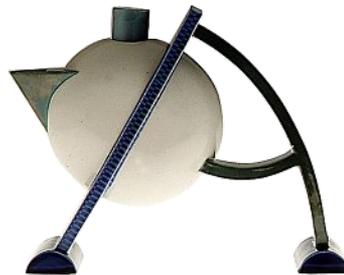
Mein Chef war der Swatch-Erfinder Ernst Thomke. Als ich eine Swatch aus Metall entwickeln sollte, landete ich nach einem Jahr harter Arbeit immer noch beim Vierfachen des vorgegebenen Herstellungspreises. Als ich Thomke um seine Hilfe bat, schimpfte er, ich hätte keine Ahnung von Technik. Es gebe da einen Mann, der ein Pulver bei 800 Grad zu etwas werden lasse, das wie Metall ausschaue. So ist die Swatch-Irony entstanden, bis heute der Umsatzbringer des Unternehmens. Für mich war diese Erfahrung ein unvergesslicher Tritt in den Hintern. Ich hatte ein Jahr lang an einer falschen Strategie gearbeitet, weil ich mich nicht für technische Innovationen interessiert hatte, in diesem Fall für den Sinterprozess. Das ist mir in meinem Leben nie wieder passiert. →



Die Memphis-Gruppe im Jahr 1981 (oben): Matteo Thun (liegt rechts unten) umringt von Design-Kollegen wie auch Ettore Sottsass (rechts oben)
Verkaufsschlager: die Menage für Alessi (unten)



In den 90er-Jahren entwarf Matteo Thun Uhren für Swatch (links), und 1982 die Teekanne aus der „Rara Avis“ Kollektion (unten)



Für das Hamburger „Side“-Hotel entwickelte Thun 2001 das Interiorkonzept



Er kann auch WC: Für Geberit entwarf der Italiener 2013 die AcquaClean Sela-Toilette



Für das JW Marriot Resort in Venedig (2015) zeichnete Thun den Masterplan



→ Warum blicken Sie auch auf Ihre Zeit bei Swatch mit gemischten Gefühlen zurück?

Ich habe Tonnen von Plastikuhren auf dem Gewissen, und wie Ihnen jeder Ökologe erklären kann, hat Plastik nun mal diese verdammte Endgültigkeit. Im Nachhinein finde ich es falsch, Kunststoffobjekte zu einem Wegwerf-Gadget gemacht zu haben. Ich war geblendet von der Vision, Millionen von Menschen für 50 D-Mark eine Identität geben zu können.

Haben Sie je Swatch-Uhren getragen?

Nein. Sie sind sehr laut. Das ist ihr großer Makel. Ich trage eine Uhr, die ich vor gut zehn Jahren entworfen habe. Sie ist ein No-Logo-Statement, weil das Ziffernblatt vollkommen leer ist. Diese Uhr ist für mich ein wahres Designobjekt, weil es keine Auskunft darüber gibt, wann und von wem es gestaltet wurde. Und vor allem ist diese Uhr kein Statussymbol.

Der Architekt Rem Koolhaas sagt, er habe noch nie in einem Haus gewohnt, das jünger war als hundert Jahre.

Das ist bei mir genauso.

Warum ziehen Architekten Altbauten ihren eigenen Kreationen vor?

Die Patina alter Gebäude hat eine sensorische Qualität, die etwas Neues nicht haben kann. Das gilt für Optik, Haptik und Geruch.

Warum altert nichts schneller als Design?

Es stimmt, die Welt ist voller Designkadaver. Aber nur schlechtes Design erscheint uns schon morgen als hässlich. Ein Objekt sollte ästhetische Durabilität und Nachhaltigkeit besitzen und dazu gehört es, den Zeitgeist auf ein Minimum zu reduzieren. Ihn komplett zu ignorieren ist nahezu unmöglich.

Ihr weltberühmter Kollege Koolhaas klagt: „Als Architekt wird man nicht reich. Norman Foster vielleicht und Frank Gehry, aber nicht ich. Wir Architekten arbeiten wie in einer mittelalterlichen Gilde. Wir bekommen einen kleinen Prozentsatz von der Bausumme. Und der bleibt gleich, egal wie bekannt man ist.“

Perfekt ausgedrückt. Das kann ich nur unterschreiben. Die Tarife für Architekten sind ein Hungerlohn. Zu Geld kommen nur jene Kollegen, die einmal eine Formel entwickeln und sie dann viele Jahre lang wiederholen. Diese Bauten haben einen phänomenalen Wiedererkennungswert, weil sie alle gleich aussehen. Umgekehrt gibt es Architekten wie Koolhaas oder Herzog & de Meuron, die bei jedem neuen Projekt von vorne beginnen und sich fragen: In welchem Klima baue ich? Wie ist der Genius loci, und welchen Einfluss sollte die Seele des Ortes auf die Formgebung haben? Für diesen höchst bedeutsamen Teil der Arbeit gibt es leider keinen Cent Honorar.

Warum gestalten Sie nichts lieber als Bestecke und Klos?

Ich beschäftige mich seit vielen Jahren mit der Geschichte der Toilette. Die Nahrungsaufnahme und -abgabe sind anthropologisch die wichtigste Funktion einer Behausung, und es gibt nichts Intimeres als Defäkation und Essen. Gabel und Löffel stecken Sie in den Mund. Die Form dieser Gegenstände muss lippen-, finger- und speisengerecht sein, deshalb ist der Spielraum bei der Gestaltung minimal – eine höchst spannende Aufgabe!

Das japanische Unternehmen Toto setzt mit

Hightech-Toiletten 25 Milliarden Euro im Jahr um. Die Modelle haben beheizbare Klobrillen, Bidet- und Massagefunktionen, Warmluftgebläse, Raumdeodorierer und eingebaute MP3-Player, die die Verdauungsgeräusche mit selbstgewählter Musik übertönen. Einige Modelle leuchten sogar im Dunkeln. Sitzen Sie gern auf diesen Toiletten?

Mein Hinterteil braucht kein Licht und muss auch nicht erwärmt werden. Die meisten Attribute von Toto-Toiletten sind bloß Gimmicks, nutzloser Schnickschnack. Ich sage das, weil ich das Dusch-WC für ein zentrales Thema halte. Es säubert gründlich, ist hygienisch und benötigt kein Papier. Wir haben gerade ein Modell entworfen, das intuitives Bedienen ermöglicht. Das Design ist so einfach wie möglich, die Technik bleibt verborgen.

„Ethik ist genauso wichtig wie Ästhetik“, lautet ein Credo von Ihnen. Kann Formgebung unser Verhalten positiv beeinflussen?

Ja, und ich nenne Ihnen ein Beispiel. Italiener kennen kein Frühstück wie Nordländer. Sie gehen in eine Bar und trinken stehend einen Espresso. An den Espresso-Maschinen arbeiten hochbezahlte Superprofis, die einem enormen Druck ausgesetzt sind. Dieser Druck führt dazu, dass es keine Höflichkeit mehr gibt. Einen Espresso zu trinken sollte aber ein Ritual sein, ein zelebrierter Genussmoment. Stattdessen wird einem die Tasse auf die Untertasse geknallt. Um höflich bedient zu werden, habe ich für Illy eine Untertasse entwickelt, die in der Mitte nicht wie üblich eine Kuhle hat, sondern ein Höckerchen. Diese kleine Empore zwingt den Barista dazu, mir meinen Espresso mit einer höflichen Bewegung auf die Untertasse zu stellen.

Gibt es noch Objekte, die dringend einer neuen Form bedürfen?

Nein. Ich bezweifle auch seit Jahren, ob ein Design-Festival wie die Mailänder Möbelmesse noch sinnvoll ist. Die meisten der dort gezeigten Produkte fügen dem Vorhandenen nichts hinzu. Ich finde es zum Beispiel unnötig, einen neuen Stuhl zu produzieren. Bei diesem Produkt gibt es kaum technische Innovation, und die Formgebung scheint mir auch ausgereizt. Die Stühle aus dem ligurischen Fischerdorf Chiavari, *Chiavarina* genannt, erfüllen alle meine Wünsche.

Leben Sie mit Thun-Objekten?

Nein. Ich bin allergisch gegen alles, was ich selber gestaltet habe, vielleicht weil bei mir unglücklicherweise etwas von der Askese der Franziskaner hängengeblieben ist. Mein Lehrmeister Sottsass hat es genauso gehalten. Er lebte in einer kleinen Wohnung mit weißen Wänden und schlief auf einer am Boden liegenden Matratze – und er war immerhin der bekannteste Designer des 20. Jahrhunderts.

Sind Peinlichkeiten unter Ihren Entwürfen?

Mir klappen stets die Fußnägel hoch, wenn mir etwas begegnet, das ich gestaltet habe. Betrete ich ein gerade eröffnetes Hotel von mir, sehe ich mindestens ein Dutzend für mich schwerwiegende Fehler. Weil die aber offenbar keinem anderen auffallen, verschwinden meine Depressionen wieder, und ich denke, vielleicht ist dieses Hotel ja doch einigermaßen akzeptabel.

Sie haben 1995 aufgehört, Ihre Entwürfe zu signieren. Warum?

Ich bin kein Freund des Autorendesigns und der Autorenarchitektur. Ich mag auch keine Marken. Wenn auf Schuhen ein Logo prangt, ziehe ich sie nicht an. Startum und große Egos sollten wir Popmusikern und Hollywood-Schauspielern überlassen. Ich glaube, dass wir einen fundamentalen Paradigmenwechsel erleben. Für mich war der 11. September auch das endgültige Aus für einen bestimmten Konsumhabitus. Heute zählt für mich nicht mehr Besitz, sondern mentaler Wohlstand. Ich habe in Mailand ein riesiges Archiv mit meinen Arbeiten. Vor Kurzem habe ich Hunderte von Objekten an meine Mitarbeiter verschenkt. Den Rest habe ich mit mehreren Lastwagen auf eine Müllkippe bringen lassen. Mich von meinen Arbeiten zu verabschieden, hat mir den Kopf für Neues frei gemacht.

Der bekannteste lebende Designer ist Philippe Starck. Wie erklären Sie einem Laien den Unterschied zwischen Ihnen beiden?

Privat sind wir gute Freunde, aber in unserem Beruf verkörpern wir das extremste Gegenteil, das sich denken lässt. Philippe macht Lifestyle-Design, bei dem man auch im Dunklen erkennt, dass es von ihm ist. Ob Stuhl, Lampe oder Haus, die Starck-Zeichen springen einen in der ersten Sekunde ins Auge. Ich dagegen mache etwas, das man Zero-Design nennen könnte. Meine Gestaltung beginnt mit Vereinfachung, mit der Wegnahme von allem Überflüssigen und der Suche nach dem ikonischen Archetyp. Für mich ist die Reduktion auf das Wesentliche die komplexeste Kunst der Formgebung. Einfachheit ist Wissen plus sehr viel Arbeit.

Die bedeutendste ästhetische Revolution der letzten 20 Jahre stammt von dem britischen Apple-Designer Jonathan Ive. Werden wir es bald satt haben, mit einem iPhone zu telefonieren, weil der Mensch neben uns ebenfalls mit einem iPhone telefoniert?

Das Problem des iPhones ist nicht der fehlende Distinktionsgewinn. In Fernost erleben Sie, dass Produkte von Samsung vorherrschen. Der Grund ist das bessere Preis-Leistungs-Verhältnis. Deshalb beherrscht Samsung in Fernost den Markt. Apple zeigt bei der Preisgestaltung und Distribution eine unglaubliche Überheblichkeit.

Warum benutzen Sie ein iPhone?

Es bedeutet mir nichts. Mit einem Billigtelefon könnte ich genauso gut auskommen. Mein Telefon liegt auf dem Tisch meiner Assistentin. Ich habe mir vor vielen Jahren eine neue Nummer geben lassen und führe nur noch durchschnittlich vier Telefongespräche am Tag. Dass ich überhaupt noch ein Handy habe, hat nur zwei Gründe: Ich will mit meiner Familie in Kontakt treten können und bei einem Unfall Hilfe rufen können.

Warum zieht es immer mehr Star-Architekten in ferne Länder?

Weil Europa im großen und ganzen fertig gebaut ist. Das Problem ist das unglaubliche Tempo, mit dem in Ländern wie China gebaut wird. Dieses Tempo geht auf Kosten der Detailqualität, und die ist am Ende entscheidend für die ästhetische und technische Durabilität. China könnte ein ähnliches Schicksal erleben wie Dubai, das in 20 Jahren eine Ghost Town sein wird. Diese Stadt ist das größte Umweltfiasco, das der Mensch je zustande gebracht hat. Das Szenario des Films „Blade Runner“ wird

man in ein oder zwei Generationen in Dubai ähnlich erleben. Meine Kinder werden ihre Kinder dorthin führen, um ihnen zu zeigen, wie verrückt ihre Großeltern waren.

Sie hatten mal ein Büro in Riad. Warum haben Sie es wieder geschlossen?

Weil ich meine Kunden nie verstanden habe. Beduinen denken anders, und ihr auf dem Prinzip Inshallah beruhendes Zeitverständnis liegt mir auf Effizienz getrimmten Zentraleuropäer nicht. Im arabischen Raum ist die Zeitachse ein Gummiband, und es ist sehr schwer, im dortigen Architekturgeschmack einen roten Faden zu finden. Das Einzige, was momentan gut ankommt, ist Greenwashing, verlogene Ökologie. Man hängt sich ein grünes Mäntelchen um, damit die Sünden nicht sofort ins Auge springen.

Zu den Erfahrungen von Reisenden gehört es, dass man selbst in gehobenen Hotels mit absurden Planungs- und Einrichtungssünden konfrontiert wird. Wie erklären Sie das?

Ich schlafe über hundert Nächte im Jahr in Hotels, ich weiß, wovon Sie sprechen. Im Badezimmer spiegelt man wegen der ungünstigen Beleuchtung aus wie Nosferatu, man weiß nie wohin mit den Hygieneutensilien, und um zu verstehen, wie die Dusche funktioniert, müsste man eine ausführliche Unterweisung erhalten. Schon der normale Hausverstand müsste einem Planer sagen, dass der Gast nicht erst seine Brille aufsetzen möchte, um herauszufinden, wie man die Wassertemperatur einstellt. Das Schlimmste sind die Lichtanlagen. Wenn man abends im Bett das Licht ausmachen möchte, muss man noch mal eine Runde durchs Zimmer drehen, um auch den letzten Lichtschalter zu finden.

Stimmen Sie zu, dass zwei Drittel aller deutschen Restaurants am Licht scheitern?

Ja. Die meisten deutschen Restaurants sind dreimal so hell beleuchtet wie amerikanische und entsprechend ungemütlich. Die Beherbergungsverordnung schreibt eine bestimmte Lux-Zahl am Tisch vor, weil Sie sonst angeblich das Schnitzel auf Ihrem Teller nicht finden würden. Das Gleiche gilt für Büros. Grauensvoll! Es gibt in Deutschland auch Vorschriften, die den Isolierschutz von Fenstern festlegen. Letzteres hat dazu geführt, dass deutsche Neubauten momentan die hässlichsten Fenster der Welt haben.

In immer mehr Hotels ist das Bad nur noch mit einer Glasscheibe vom Wohnbereich abgetrennt. Halten Sie das für einen Fortschritt?

Tageslicht im Bad ist ein Muss, denn der Mensch funktioniert nun mal besser mit natürlichem Licht. Trotzdem möchte ich bei der Körperhygiene keine Zuschauer haben. Diesen Widerspruch zu lösen, ist die Kunst des Innenarchitekten. Eine Möglichkeit sind verstellbare Holzlamellen vor der Glasabtrennung. Was Tageslicht angeht, bin ich nur bei einem einzigen Ort kompromissbereit: dem WC. Wissen Sie übrigens, dass Martin Luther zeitlebens an Verstopfung gelitten hat und ewige Zeiten auf dem Klo zubrachte? Die lutherische Lehre ist quasi im WC entstanden.

Ihr Rat an Kollegen?

Die Lehre von Sottsass ist: *massima semplicità*, so einfach wie möglich. Ettore's Einfachheit war seine Genialität. Die echten Genies waren immer einfach.