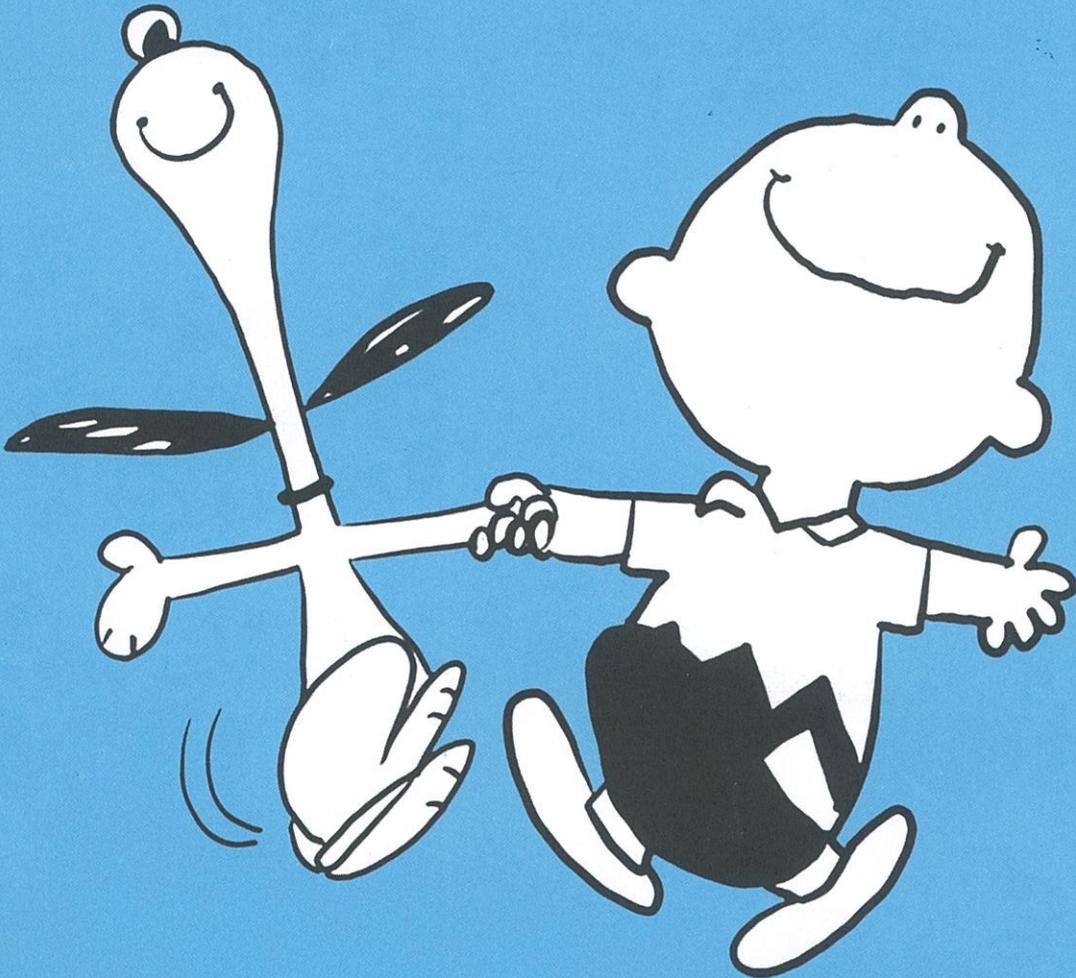


Ueli Maurer, Taylor Swift, Roman Josi, Martin Luther

DIE WELTWOCHEN

Nummer 17 – 28. April 2016 – 84. Jahrgang – Fr. 8.50 (inkl. MwSt.) – Euro 6.90

Luxus-Asyl
Zollikon räumt
Altersheim für Migranten



Freude

Anatomie eines Lebensgefühls

4 194407 006904
17



«Kein Quantum Kreativität»: Architekt und Designer Thun, 63.

MvH trifft

Matteo Thun

Von Mark van Huissing — Der Architekt und Designer will Branchenstars wie sich selber abschaffen.

Sie arbeiten als Architekt und Designer, realisieren Ladenbaukonzepte, eine Zeitlang waren Sie Swatch-Kreativdirektor, also Konzernangestellter – weshalb können Sie das alles?» – «Ich habe Architektur gelernt und beschäftige mich, wie die Mailänder Tradition das will, auch mit dem kleinen Massstab. Mein jüngstes Baby heisst «Matteo Thun Atelier» [Kollektion handgemachter Möbel, Lampen und Objekte] und geht davon aus, dass jeder Konsument Designer ist und sich sein Objekt gestaltet. Wir geben das Abc vor, und der Konsument – das kann ein Privatmann sein, ein Hotelier, ein Innenarchitekt – macht aus unseren Buchstaben Worte. Und Profis machen aus den Worten dann Sätze. Entscheidend ist, dass sich der Gestalter, in meinem Fall der Architekt, restlos zurücknimmt und der Konsument zur ehrlichen Überzeugung gelangt: «Ich hab das gemacht.» Das heisst: Jeder ist der Designer seiner selbst. Es braucht kein Quantum Kreativität, sondern den Mut, das zu sein, was man ist.»

Matteo Thun, eigentlich Matthäus Antonius Maria Graf von Thun und Hohenstein, ist ein Architekt und Designer aus Bozen (Südtirol). Wahrscheinlich sei jeder schon einmal mit einem Produkt von ihm in Berührung gekommen, stand in der *Süddeutschen Zeitung*: Er entwarf Espressotassen für Illy, Armbanduhren für Swatch, Toiletten, Waschbecken, Vasen oder Bürostühle. Als Architekt hat er etwa das «JW Marriott Resort» auf der privaten Isola delle Rose bei Venedig gestaltet, das «Vigilius Mountain Resort» bei Meran oder das «Waldhotel» des «Bürgenstock Resort» bei Luzern, das kommende Jahr eröffnet werden soll. Thun ist verheiratet und hat zwei erwachsene Kinder; er und seine Frau Susanne leben in Mailand und auf Capri und haben zudem, sagt man, das schönste Haus von Celerina im Engadin. Dieses Gespräch – er spricht deutsch – fand in seinem Büro im Zentrum von Mailand statt, einem Stadthaus, das seinen zirka siebzug Mitarbeitern Platz bietet.

«Sie sind heute, Ihre Worte, «die Hebamme, die dem Verbraucher hilft, sich selbst zu finden». Früher traten Sie als Stardesigner oder -architekt auf ...» – «War ich nie, muss ich negieren. Ich hab immer versucht, mich maximal zurückzunehmen; ab und zu sickert durch, wer der Autor ist. Ich glaube an das Credo meines Lehrmeisters Ettore Sottsass [österreichisch-italienischer Architekt und Designer, der nach dem von ihm miterfundenen «Anti-Design»-Ansatz gestaltete]: die absolute Einfachheit und die Rückführung zu den Ur-Ikonen. Zum Beispiel diese Vasen [von «Matteo Thun Atelier»; Material sowie Ausführung können Kundenwünschen angepasst werden], die Formen kommen aus dem Keramikmuseum von Montelupo Fiorentino und wurden von den de' Medici für Hochzeitsgeschenke verwendet. Ich bin meilenweit weg vom Produzieren neuer Babys, wenn's schon so viele Babys auf der Welt gibt.» – «Meine Meinung: Konsumenten wissen nicht, was sie wollen. Der Designer muss es ihnen zeigen.» – «Wir geben dem Konsumenten etwas vor, zum Beispiel diese Vasen haben wir in dreizehn Formen mit dreizehn verschiedenen Farbkombinationen, und es werden Vorschläge gemacht. Eine der interessantesten Aussagen, die ich nach fünf Tagen [seit die Atelier-Website online ist] bekommen habe, ist, überraschenderweise: «Ihr gebt so lustige Farben vor, die so viel Spass machen, dass ich's genau so übernehm' und keinen Grund für die Konfiguration seh'.»»

«Stört es Sie nicht, wenn Käufer sagen: «Die Vasen sind nicht von Matteo Thun, sondern von den de' Medici?»» – «Nein, im Gegenteil, ich bin froh, dass mein Name endgültig verschwindet zugunsten der Kreativität des Endverbrauchers.» – «Sie stellen alles auf den Kopf, was man über Markenbildung zu wissen meint. Und darüber, dass man eine Prämie verlangen kann, wenn man Markenartikel verkauft.» – «Ich glaube, ich stell' gar nichts auf den Kopf. Sondern es ist mein absolutes Vertrauen in die Demokratisierung unserer nächsten Umgebung und die Fähigkeit, die in jedem Menschen steckt.» – «Falls sich Ihr Ansatz durchsetzt, schaffen Sie sich selber ab – keiner braucht mehr Architekten oder Designer, die Rechnungen stellen ...» – «Man sieht in verschiedenen Branchen Konsumverweigerung, ein sehr interessantes Phänomen. Die Generation der Konsumverweigerer braucht nur das Essenzielle. Das Essenzielle wollen sie aber ganz genau so konfigurieren, wie sie glauben, dass es für sie richtig ist. Weil sie mit der Subtraktion, nicht der Addition, leben. Und ich denke, diese Welt des Überflusses, der zum Überdruß geführt hat, führt jetzt in eine wunderschöne neue heile Welt, [ich habe] volles Vertrauen in die Zwanzigjährigen.»

Sein liebstes Restaurant: La Latteria di San Marco, Via San Marco, 24, Mailand, Tel. +39 02 659 7653