



Defilee der Herbst-Winter-Kollektion 2019. RECHTS: Anglepoise-Tischleuchte „Type 75“ gibt es in Paul-Smith-Farben



Der Lebenskünstler

Modedesigner Sir Paul Smith liebt es, Menschen zu begegnen – ob im Londoner Stadtteil Mayfair oder in München

Interview: ANITA GÜPPING



OBEN: Helle Farben und überlange Hemden trägt der Herr, die Dame einen Blumenprint-Mix. RECHTS: Paul Smith mit seinem Kugelschreiber-Set für Caran d'Ache



S

ir Paul Smith geht gerne auf Tuchfühlung. Die Besucher seines neuen Shops in München werden geherzt und gekniffen. Nach ein paar Augenblicken fühlen sich alle wie Freunde des Hauses. Die Kollektionen des britischen Modedesigners pulsieren vor Energie: Sie sind jung und dabei elegant, schlicht, aber immer etwas verrückt, farbtintensiv, aber nie bunt. Mitten im Interview greift der 73-Jährige zum Stift und kritzelt mit einem breiten Lächeln sein Lebensmotto auf ein Blatt Papier: „Every day is a new beginning.“

Sir Smith, Ihre Welt ist voller Inspiration.

Nennen Sie mich Paul. Ja, ich bin ein sehr neugieriger Mensch. Ich interessiere mich für Kunst, Architektur und alle Aspekte von Design. In meinem Londoner Studio in Mayfair stapeln sich Bücher, Kunst und Spielsachen. Menschen aus aller Welt schicken mir Geschenke, viele skurrile Dinge. Ich liebe das.

Wie wird aus Ihrem Ideenreichtum ein fertiges Produkt?

Das hat viel mit Erfahrung, Instinkt und auch Intuition zu tun. Wenn du in deinem Job aufgehst, kannst du dich auch in dieser verrückten Welt auf relevante Dinge fokussieren. Ich weiß, was ich in den vergangenen Saisons gemacht habe, und vieles folgt dann als logische Entwicklung. Für die Sommerkollektion habe ich mit Fotografien meines Vaters gearbeitet.

Hören Sie auf den Markt?

Du musst dir dessen bewusst sein, was die Leute um dich herum tun – um es dann anders zu machen.

Was können Mode und Interiordesign voneinander lernen?

Sie können einander beobachten, nicht unbedingt voneinander lernen. In meiner Modekollektion siehst du viele Kombinationen von Mustern mit Mustern oder auch kräftige Farben. Das findet sich auch im Interiordesign. Es werden wieder viel mehr Teppiche, Verzierungen und Spielereien eingesetzt. Ich formuliere es bewusst augenzwinkernd: Wir „dürfen“ heute wieder Souvenirs, Fundobjekte, Kunst und Lieblingsstücke aus der ganzen

Welt kombinieren. Davor „durften“ wir das nicht, alles war so minimalistisch. Wie gut, dass ich mich nie daran gehalten habe!

Warum betreten immer mehr Modelabels die Interiorbühne? Werden exklusive Marken dadurch zugänglicher?

Nein, viele Modemarken gehören zu großen Konzernen. Sie müssen immer mehr Profit machen, also schauen sie über den Tellerrand. „Brand Extension“ – ich mag diesen Begriff nicht, aber so funktioniert es. Mich haben beide Branchen schon mein Leben lang beschäftigt.

Entwerfen Sie Einrichtungsprodukte denn genauso gern wie Mode?

Ja, es ist fantastisch und es macht mir Angst. Ich habe gerne Angst vor Aufgaben, das fordert mich. Denken Sie an die Investition in Prototypen, wenn es um Uhren, Brillen oder Stühle geht. Das hat sich zwar in Zeiten des 3-D-Drucks verändert, aber der Aufwand ist ein ganz anderer als in der Mode.

Auch Möbelstoffe?

Unser Engagement für den US-amerikanischen Textilverlag Maharam ist mit Abstand unsere erfolgreichste Kooperation. Wir entwerfen zwei bis drei Kollektionen pro Jahr. Ich habe so viele Ideen, das Team von Maharam wird immer ganz nervös. Erst kürzlich schrieben sie mir: So viele schöne Dinge – bitte, Paul, schick uns nicht so viele Entwürfe!

Wie arbeiten Sie als Stoffdesigner?

Schon in meinen späten 20ern habe ich in Yorkshire Stoffe für Modekollektionen entwickelt und mit vielen Webereien zusammengearbeitet. Wir zeichnen noch heute von Hand, setzen Linolschnitt- und Siebdruck-Techniken ein. Ein Möbelstoff wird anders gefertigt als ein Modestoff. Die Garne und Farben der Weberei geben uns die Richtung vor. Die Funktionalität ist wichtig. Ein Möbelstoff durchläuft übrigens einen verrückten Prozess, wenn seine Strapazierfähigkeit getestet wird. Er wird unter eine rotierende Scheibe gelegt. Ich liebe es: 50 000 Scheuertouren, das sind 50 000 Popos.

„Ich habe gerne Angst vor Aufgaben“

Mit Gravur und rosa-rot: Kugelschreiber für Caran d'Ache. UNTEN: Zum gerade geschnittenen Mantel Hose mit Animalprint





LINKS UND RECHTS: Smith' ikonische Streifen - neu interpretiert für Teppiche (The Rug Company) und Vasen (1882 Ltd.)



Wie entsteht ein gutes Raumgefühl?

Wenn du einen Interiordesigner beauftragst, kann es passieren, dass du dich in einem Showroom wiederfindest. Also frage dich: Willst du ein Haus oder ein Zuhause? Dann entspann dich, sei niemals elitär. Ich liebe Wände voller Kunst. Da hängt eine bekannte Fotografin neben einer Kinderzeichnung. Alles hat denselben Status. Und mach es dir gemütlich: Richte dir einen Platz zum Sitzen ein, der bequem und komfortabel ist.

Wie sieht es bei Ihnen zu Hause aus – wild und vollgestopft wie in Ihrem Studio?

Ich darf das nur in einem Raum machen. Darin sieht es allerdings wirklich verrückt aus.

Sprechen wir über Ihren neuen Shop in München. Welche Ideen haben Sie umgesetzt?

Er ist anders als die anderen, jedes Detail soll überraschen. Eine Tür setzt sich aus hölzernen Meterstäben zusammen, du kannst Kunst von Dame Lora Knight kaufen, Drucke von Jean-Michel Basquiat. Es gibt Sofas, Sessel, Accessoires, eine Landkarte von Schottland hängt neben einem alten Kleiderbügel an der Wand. Und wir verkaufen Mode von Paul Smith.

Brauchen wir in der digitalisierten Welt überhaupt noch Ladengeschäfte?

Für uns werden sie immer wichtiger. Viele Geschäfte unserer Konkurrenten verlieren an Bedeutung, bei uns geht es immer noch nach oben. Das ist erstaunlich.

Warum ist das so?

Mein ganzes Leben lang habe ich Läden geführt. Noch heute stehe ich jeden Samstag in meinem Geschäft in Mayfair. Ich finde, wir sollten Kommunikation, Freundschaft und reale Erfahrungen nicht aufs Spiel setzen. Ich erinnere mich gut, als in meinem Shop, den ich schon als 21-Jähriger eröffnet habe, so manche Stars aufgetaucht sind. Und ich konnte ihnen die Hände schütteln! Das ist unvergesslich. Unsere Geschäfte sollen Kunden Gänsehaut machen.

Woher kommt Ihre Energie?

Lebensfreude! Ich liebe das Leben.



Alles im Eimer? Paul Smith inszeniert sich in der Porzellanmanufaktur von 1882 Ltd. RECHTS: Lucie Kaas' Kokeshi-Puppe



„Jeder Tag ist ein neuer Anfang“

PORTA ROMANA



THOMAS HERRENDORF
INNENEINRICHTUNGEN

030. 755 42 04 50
mail@herrendorf.com

WWW.HERRENDORF.COM

INES GRESS INTERIOR DESIGN

0049. 89624 235 88
interior@ines-gress.com

WWW.INES-GRESS.COM

SOMMER EINRICHTUNG GBR

0951. 51 95 36 70

info@sommer-einrichtung.de

WWW.SOMMER-EINRICHTUNG.DE

KAMPE 54

0711. 284 14 002

kampe@kampe54.de

WWW.KAMPE54.DE

+44 (0)1420 23005

sales@portaromana.com

PORTAROMANA.COM

JULIA KORZILIUS

FINE INTERIORS

040. 41 33 94 94

korzilius@fine-interiors.de

WWW.FINE-INTERIORS.DE

KONTOR LIGHTING & LIVING GmbH

0341 3087 4620

info@kontor-leipzig.de

WWW.VILLAKONTOR.COM