

Designline Küche

Das Online-Magazin für Produkt- und Interiordesign

Home
Aktuelles
Produkte
Im Gespräch
Praxis
Feel
Finder

rss feed 

Newsletter bestellen



Sebastian Conran

04.04.2013

Autor: Claudia Simone Hoff

Das Faible für Design steckt Sebastian Conran in den Genen. 1986 gründete der Sohn von Terence Conran in London ein eigenes Designbüro. Die Bandbreite seiner Entwürfe reicht von Badewannen und Autos bis hin zu Stereoanlagen und Leuchten. Die Produkte des britischen Industriedesigners sind immer funktional und geradlinig, jedoch nie unterkühlt. 2009 gründete Conran das Label Universal Expert, unter dem er bisher 150 Produkte herausgebracht hat, vor allem Tableware, Küchenaccessoires und Elektrogeräte. Wir trafen Sebastian Conran in Chicago und sprachen mit ihm über seine Leidenschaft für das Entwerfen, das ewige Vorbild Dieter Rams und *Soft Minimalism*.

Sie haben dieses Jahr auf der **ambiente** in Frankfurt und auf der **International Home + Housewares Show** in Chicago die ersten 150 Produkte Ihres Labels Universal Expert vorgestellt. Wie fühlt sich das an?

Nun, ich bin sehr aufgeregt. Ich habe zwar schon sehr viele Produkte entworfen, aber das hier ist etwas anderes. Ich konnte die Produkte genauso gestalten, wie ich es wollte.

Nachdem Sie am renommierten Central Saint Martins College of Arts and Design in London studiert haben, haben Sie in sehr vielen unterschiedlichen Bereichen gearbeitet – von der Corporate-Design-Entwicklung über Shop-Gestaltung bis zu reinem Produktdesign. Außerdem waren Sie bis vor drei Jahren Designchef in der Firma Ihres Vaters, der Conran Design Group. Warum haben Sie Ihr eigenes Label gegründet?

Es begann in den Siebzigern, als ich in London Industriedesign und Ingenieurwissenschaft studiert habe. Damals habe ich meinen ersten Auftrag erhalten: Die Gestaltung eines Plattencovers für die Punkband The Clash. Das war amüsant. 1986 habe ich mich dann mit einem eigenen Designstudio selbständig gemacht und für ganz verschiedene Unternehmen wie Concorde, Leonardo oder McLaren gearbeitet. Bis vor drei Jahren war ich außerdem *Head of Design* in der Firma meines Vaters, in der ich insgesamt acht Jahre gearbeitet habe. Jetzt wollte ich etwas Eigenes machen – keine Shops und Restaurants mehr gestalten.

Was ist die Idee hinter Universal Expert?

Entwerfen ist meine Leidenschaft. Außerdem mag ich es, Dinge herzustellen. Mit Universal Expert versuche ich Produkte zu entwerfen, die aus traditionellen Materialien gefertigt und zeitgenössisch gestaltet sind. Ich nenne dieses Konzept *Soft Twentieth Century Minimalism*. Diese Tassen beispielsweise [er greift nach ein paar weißen Porzellantassen mit gerundeten Griffen; siehe Foto 6 links] sind stapelbar. Sie sehen zwar einfach aus, aber durch die farbigen Griffe bekommen sie Charakter. Ebenso wie das Holzbrett mit dem eingelassenen Schälchen aus Porzellan, in das ich Brot in Olivenöl tunken kann.

Wie sieht das Material- und Farbkonzept von Universal Expert aus?

Porzellan, Glas, Holz und Edelstahl – das sind unsere Materialien. Manchmal auch Silikon. Wir versuchen die Farbpalette so neutral wie möglich zu gestalten, damit sich die Menschen zuhause ihre eigenen Farbwelten gestalten können. Auch das Essen schafft zusätzlich Farbe.

Wo verkaufen Sie Ihre Produkte?

[lacht] Bisher noch nirgendwo. Alles ist brandneu. Wir haben Universal Expert für den europäischen Markt erstmals auf der **ambiente** in Frankfurt gezeigt und nun auf der **International Home + Housewares Show** in Chicago. Bisher waren die Rückmeldungen positiv, und wir sind im Gespräch mit verschiedenen Unternehmen. Was aber jetzt schon klar ist: Unsere Produkte wird es nicht bei Amazon zu kaufen geben, denn wir sind eine Premiummarke. Das Wort *Universal* im Namen Universal Expert bedeutet, einen universellen Anspruch an das Produkt zu haben. Es soll nicht modisch sein, kein *Catwalk Style*. Wir versuchen trotz dieses Qualitätsanspruchs, Produkte zu moderaten Preisen anzubieten.

Ist es nicht schwer, mit einer neuen, noch unbekannten Marke den Markt mit Tableware, Küchenaccessoires und kleinen Elektrogeräten zu erobern? Dieser Markt ist ja ein sehr geschlossener – mit sehr vielen, bereits seit Jahrzehnten etablierten Herstellern.

Wir bieten ein Produktportfolio, das untereinander harmoniert: Tableware, Küchenaccessoires und kleine Elektrogeräte wie Wasserkocher oder Toaster. Bisher haben wir 150 verschiedene Produkte im Angebot, bald werden es 300 sein.

Es steckt sicher viel Vorarbeit in diesem Konzept.

Es hat zweieinhalb Jahre gedauert, die ersten 150 Produkte zu entwerfen und zu produzieren. Außerdem habe ich das gesamte Corporate Design entworfen, auch den Messestand [der auf der *International Home + Housewares Show* in Chicago als bester Messestand ausgezeichnet wurde; Anm. d. Red.].

Ihr Wasserkocher ist sehr schön. Oft sind Wasserkocher ja unansehnlich.

[lacht] Ja, da haben sie recht. Unser Wasserkocher ist simpel und funktioniert. Dafür braucht man keine Gebrauchsanweisung. Er ist einfach zu öffnen und das Licht zeigt den Wasserstand an. Da sind eine Menge Überlegungen und Gedanken reingeflossen.

Haben Sie so etwas wie eine Design-Philosophie? Sie haben gesagt, dass Sie **Dieter Rams** und den Werkbund bewundern.

Ja, ich mag alles, was Dieter Rams gemacht hat. Und auch der Werkbund. Mein Motto ist: *Form follows fabrication*. Man muss verstehen, wie etwas hergestellt wird. Jeder kann etwas entwerfen, das kompliziert ist. Und jeder kann etwas entwerfen, das teuer ist. Ich mag Produkte mit dem speziellen englischen Pragmatismus, der immer auch ein wenig spielerisch ist. Und auch wenn ich bewundere, wofür Dieter Rams und seine Entwürfe stehen: Ich glaube, dass ein Produkt auch eine menschliche Seite haben muss.

Platz ist ein wichtiges Stichwort – gerade in der Küche. Auch wenn uns Lifestyle-Magazine suggerieren, die Küche sei ein großer offener Raum von mindestens sechzig Quadratmetern. Tatsache ist doch, dass immer mehr Menschen als Single in kleinen Wohnungen in teuren Großstädten leben. Und dort ist Platz Mangelware.

Ja, das stimmt. Deshalb sind die Produkte von Universal Expert vielseitig einsetzbar und brauchen wenig Platz. Auch das Thema **Nachhaltigkeit** ist ein wichtiger Aspekt. Wie lange hält ein Produkt und wie lange bleibt es modern? Wir versuchen, Produkte zu entwerfen, die gleichzeitig elegant und neutral sind – kein Plastikzeugs in Modifarben. Das bedeutet auch, dass wir über Dieter Rams und seine zehn Thesen zum guten Design nachdenken. Design heißt für mich, Werte zu schaffen. Das kann ein emotionaler Wert sein oder, dass man einen fairen Gegenwert für sein Geld bekommt.

Kochen Sie selbst?

Ja, seh gerne. Deshalb entwerfe ich schon lange Produkte für die Küche.

Herr Conran, vielen Dank für das Gespräch.

Sebastian Conran Design

sebastianconran.com

Universal Expert

www.universalexpert.co.uk