

Sich als Produktdesigner international einen Namen zu machen, ist schwer genug. Wenn dieser Name dann auch noch mit dem eigenen Vater verbunden ist, wird es nicht leichter. Sebastian Conran hat es geschafft.

INTERVIEW: VANESSA OELKER

Mit einem scharfen Klappern lässt Sebastian Conran die graue Metalljalousie herunter, die seinen Arbeitsbereich von dem seiner deutschen Frau Gertrude, einer Schauspielerin, abteilt. Conran, vielfach ausgezeichnete Produktdesigner und Verwalter des Erbes seines Vaters, wendet sich dem Bildschirm und den Fenstern dahinter zu. Sein Blick fällt auf Obst- und Magnolienbäume, Jasminsträucher und eine Wildblumenwiese, die er selbst angelegt hat. Wir treffen uns online via Zoom in seiner viktorianischen Doppelhaushälfte in Bayswater, West-London – die dort grassierende Delta-Variante des Corona-Virus macht einen Besuch unmöglich. Der 65-jährige Brite ist das älteste Kind des 2020 verstorbenen Sir Terence Conran, der durch die Designmöbelketten Habitat und The Conran Shop, Stadtentwicklungsprojekte, Restaurants und Hotels zum Selfmade-Millionär wurde. Nationale Berühmt-

heit erlangte er 1989 durch die Gründung des weltweit ersten Design Museums in London – und durch ein buntes Privatleben inklusive vier Ehen. Sebastian Conran, der aus erster Ehe zwei erwachsene Söhne hat, trägt blaue Hosenträger über schwarzem Hemd, seine Brille dicke Ränder. Gertrude Conran bringt ihm einen Kaffee und grüßt »Hallo, guten Tag«, in den Bildschirm – einer der wenigen deutschen Ausdrücke, die ihr Mann versteht.

Gut ist nicht gut genug
Einmal Punk, immer Punk



Seit mehr als 40 Jahren designen Sie Haushaltsprodukte und Möbel, vor sechs Jahren gründeten Sie zudem ein Robotik-Unternehmen.

Sie sind Designer in Residence an der University of Sheffield, Vorsitzender des Architekturstudios Conran & Partners und der Conran Foundation, Treuhänder des Design Museums. Mit welchem dieser Projekte verbringen Sie Ihre Zeit am liebsten?

Ha, das ist, als würden Sie mich fragen, welcher meiner Freunde mir der liebste ist! Aber gut: Am leidenschaftlichsten bin ich, wenn ich designe. Gerade habe ich für ein Charity-Projekt mit Afghaninnen Teppiche kreiert – sie sind die größte legale Einnahmequelle des Landes. Jetzt sind die Frauen alle außer Landes geflüchtet. Zu meinem 65. Geburtstag habe ich mir mehr Zeit für solche Projekte geschenkt. Wissen Sie, noch vor zehn Jahren hatte ich große Kunden wie John Lewis, Williams Sonoma oder Marks & Spencer. Diese Einzelhändler beauftragen heute gar keine Designer mehr, ihre Umsätze sind durch Amazon drastisch eingebrochen. Und ich bin als britischer Unternehmer seit dem Brexit 2016 in Europa fast toxisch. Mein größter Stressfaktor ist die finanzielle Verantwortung für Angestellte geworden. Ich stelle niemanden mehr an – und mache die vergnüglichen Dinge selbst.

Zum Beispiel?

Das Designen des MiRo-E. Das ist ein Begleiter-Roboter, der zur Therapie und Überwachung älterer Menschen eingesetzt wird. Außerdem lernen Schüler an ihm, Künstliche Intelligenz zu programmieren. Ich arbeite gerade an der zweiten Generation. Das ist schon ein bahnbrechendes Produkt – der MiRo-E ist der erste Forschungs-Roboter an Schulen.

Ist das Ihr Anspruch – Bahnbrechendes zu schaffen?

Mein Anspruch ist, außergewöhnliches Design zu kreieren. Gut ist nicht gut genug. Design muss eigenständig und neu sein, inspirierend und aufregend. Richtungsweisend. Vor allem muss es zugänglich für viele sein. Das ist das größte Problem. Wenn ich zum Beispiel den MiRo-E für 1000 Pfund auf den Markt bringen will, darf die Produktion nicht mehr als 200 Pfund kosten. Der Rest sind Händlermargen, Marketing, Steuern. Ich bin kein Freund von elitärem Design, das sich nur wenige leisten können. Denken Sie an

Picasso: Mit wenigen Mitteln – Leinwand, Farben, Pinsel – hat er Überraschendes geschaffen. Etwas, womit sich Menschen emotional verbinden. Erst der Kunstmarkt hat es mit seinen Fantasiepreisen zu etwas Elitärem gemacht – seine Werke sind es erst einmal nicht.

Welches Ihrer Designs erfüllt diese Standards?

Das ist eine schwierige Frage, ich habe über 1.000 Produkte designt. Einige davon sind herausragend. Zum Beispiel ein Lerntrinkbecher für Kleinkinder, den ich 1997 für Mandy Habermann entworfen habe. 300 Millionen wurden von dem Anywayup Cup verkauft. Mir wird noch immer warm ums Herz, wenn ich zufällig ein Kind mit diesem Becher sehe. Weil er beim Trinken nicht leckt, erfüllte er ein wichtiges Kriterium – er deckte einen bekannten, aber unerfüllten Bedarf.

Daneben gibt es auch die Erfüllung eines unbekanntem Bedarfs, wie es zum Beispiel Steve Jobs mit dem iPhone geschafft hat. Kein Mensch wusste vor 2007, dass er ein Handy mit Kamera in Form eines Taschencomputers braucht.

Muss man als Produktdesigner zuallererst Psychologe oder besonders emphatisch sein, um die Bedürfnisse von Menschen zu verstehen?

Nein. Man kann total unemphatisch sein und trotzdem große psychologische Einsicht haben, durch Forschung zum Beispiel. Ich kann leider nicht behaupten, Menschen wirklich gut zu verstehen oder besonders empathisch zu sein. Viele brillante Menschen leben mit Asperger-Syndrom, und interessanterweise sind viele Legastheniker: Albert Einstein, Henry Ford, Bill Gates, Steve Jobs oder Richard Branson. Weil sie Dinge anders sehen. Heute versteht man das zum Glück besser. Als ich mit meiner Legasthenie in den 60er Jahren zur Schule ging, dachten alle noch, ich wäre einfach dumm.

Was haben Sie über Menschen gelernt, das Sie vor zwanzig Jahren noch nicht wussten?

Ich versuche, bei Meetings das Wort »Ich« zu vermeiden. Wenn ich sage »Vielleicht ist das eine gute Idee« statt »Ich finde, das ist eine gute Idee«, dann fällt es den Teammitgliedern leichter, ihre eigenen Überlegungen einzubringen. Weil sie nicht in Opposition gehen müssen. Auch in E-Mails vermeide ich das »Ich«. Wenn ich mir heute Briefe meines Vaters anschau, sehe ich nur »Ich, ich, ich«. Er war ein großer Narzisst. Das war zwar einer der Gründe, warum er so gut war, entschlossen und nach außen selbstbewusst. Aber ich war immer überzeugt, dass er vor allem seine Unsicherheiten verdecken wollte. Ich habe gelernt, dass arrogante Menschen oft ein geringes Selbstwertgefühl haben.

Ist es das, was Ihnen Ihr Vater beigebracht hat – hinter eine selbstsichere Fassade zu schauen?

(Lacht.) Nein, das war nur eine kleine Beobachtung. Ich habe von meinem Vater die Wichtigkeit harter Arbeit gelernt, die Wichtigkeit, nicht die allererste Idee zu verfolgen. Die Wichtigkeit, das Leben zu genießen und Menschen mit Produkten vergnügliche, befriedigende Erfahrungen zu geben. Er hat mir beigebracht, im Entwicklungsprozess um jedes kleine Detail zu kämpfen – sonst wird ein Produkt seelenlos. Techniker schauen oft nur auf die Kosten und die evidenzbasierten Faktoren. Sie verstehen nicht, dass Produkte mit Menschen interagieren: indem sie sich anfühlen, aussehen, funktionieren. All die tausend Überlegungen, die in ein Design fließen. Steve Jobs sagte einmal, etwas zu designen ist, wie ein 5.000-teiliges Puzzle im Kopf zusammensetzen. Das Design ist das Erbe dieser Gedanken, und das Erbe des Designs ist ein Gedanke im Konsumenten.

Als Sie nach der Schule beschlossen, Produktdesigner zu werden – da war Ihnen schon klar, dass Sie fortan immer mit Ihrem Vater verglichen werden würden, oder?

Nun, zunächst einmal war mein Vater nicht wirklich Designer. Ja, er fing als Designer an, aber bald designte er nicht mehr selbst, er benutzte Design: Er engagierte Designer und briefte sie, und er verkaufte Design. Ich aber wollte Erfinder sein, schon seit meiner Kindheit. Ich wollte meine Ideen verwirklichen.

Es war also problemlos, sich als Conran in der Designwelt zu behaupten?

Ganz und gar nicht. Schon als 19-Jähriger, als ich in London an der Central School of Art and Design einem Auswahlpanel meine Arbeiten für den Studiengang Industriedesign zeigte, hieß es: »Sie glauben jetzt aber nicht, dass Sie hier einen Platz bekommen, nur weil sie Terence Conrans Sohn sind!« Meine Arbeiten fanden sie dann »etwas derivativ«, und ich fragte, was sie damit meinten. »Fragen Sie Ihren Vater«, hörte ich. Na ja, er hatte halt als Gründer von Habitat den Ruf, das Design anderer Leute zu kopieren. Das Gespräch lief nicht gut. Doch dann erzählte ich von meiner Begeisterung für George Orwell. Ein linker Autor! Das hat sie beeindruckt. Bis dahin dachten sie, ich wäre nur ein verwöhnter Junge aus der Oberschicht.

Waren Sie das nicht?

Nein. Als ich aufwuchs, startete mein Vater erst durch. Dann trennten sich meine Eltern, da war ich sechs Jahre alt. Ich wurde von meiner Mutter großgezogen, und ja, ich hatte einen guten Vater. Aber ich habe nie

gewusst, wie es ist, Sohn eines Millionärs zu sein, anders als meine Halbgeschwister. Aber egal.

Der Name Conran ist eine internationale Marke, die für Produkte, Restaurants, Geschäfte oder auch für das Design Museum steht. Fühlen Sie sich als Teil dieser Marke – oder eher als ihr Entwickler?

Ich fühlte mich schon immer als ihr Entwickler. Ich habe 15 Jahre lang mit meinem Vater gearbeitet und Designs geschaffen, für die er Anerkennung erhielt. Kurz vor seinem Tod veröffentlichte er das Buch *My Life in Design* und ich war überrascht, wie viele der Designs darin von mir stammten. Produkte, die er das erste Mal wahrnahm, als sie im Verkauf waren. Ich sollte es wohl als Kompliment nehmen.

Er hat Sie nicht erwähnt?

Doch, das hat er. Er schrieb: »Mein Sohn Sebastian führte das Design-Team.« Ja, Dad, das stimmt. Aber es war *mein* Design-Team, es hatte nichts mit dir zu tun! Ich habe sehr schöne Erinnerungen an meinen Vater. Aber es konnte frustrierend sein, mit ihm zu arbeiten. Doch das Leben ist zu kurz, um sich mit so was aufzuhalten.

Das klingt sehr abgeklärt. Während Ihrer Collegezeit arbeiteten Sie für die Punkband The Clash, erst als Roadie, später designten Sie die Kleidung der Band, Kulissen und Albumcover. Sie gaben den Sex Pistols ihr erstes Booking. Ich frage mich gerade, wie viel Punk noch in Ihnen steckt.

Zu Beginn war Punk eine positive Kunstbewegung, die einen großen Einfluss auf die britische Gesellschaft hatte. Sehr kreativ – und ich war mittendrin! Aber als es politisch wurde und gewalttätig, habe ich das Interesse verloren. Meine Nachbarn sagen, mein Garten sei Punk – sie sind nicht besonders glücklich darüber –, und meine Freunde, dass meine Kleidung und mein Humor Punk seien. Mit anderen Worten: unpassend, anti-establishment. Mehr als alles andere ist Punk ein bestimmtes Mindset: nicht den üblichen Weg zu gehen, Dinge anders zu machen als andere. Das gefällt nicht jedem. Aber nennen Sie mir eine Kunstrichtung, die ohne Provokation auskommt. So ist es wohl: Einmal ein Punk, immer ein Punk. Auch wenn ich jetzt lieber Bachs Goldberg-Variationen höre. •

