

Frankfurter Allgemeine  
*Magazin*

APRIL 2022



Model KATERYNA ZUB in Berlin / Wie in ZWIESEL Gläser  
entstehen / ANNABELLE SELLDORF im Porträt / Neues DESIGN aus  
aller Welt / FRAN LEBOWITZ über New York

Sie arbeiten in Kopenhagen, Warschau, Paris und Berlin und haben sich alle international einen Namen gemacht in ihrer Branche: Vier Designerinnen erzählen über ihren Weg zum Erfolg.

# Frau zu sein

Von Jasmin Jouhar

## THERESA RAND

Überlegt sie, irgendwann nach Deutschland zurückzugehen? Pause. Theresa Rand denkt nach. Höflich und zurückhaltend wie sie ist, will sie nicht direkt Nein sagen, aber das lange Zögern heißt nichts anderes. Schließlich ringt sich die deutsche Designerin zu einer Antwort durch: „Ich glaube ehrlich gesagt nicht, dass ich noch mal zurückgehe.“

Theresa Rand lebt seit 2011 in Kopenhagen, dabei wollte sie ursprünglich nur zwei Jahre für das Masterstudium bleiben. „Mir gefällt das Land sehr gut, mir gefällt die Mentalität sehr gut.“ In Dänemark sei der Gleichheitsgedanke wichtig, die Hierarchien seien flach. „Die Dänen sind unheimlich entspannt.“ Die Kölnerin zog aber auch zum richtigen Zeitpunkt in die Hauptstadt: Der Aufschwung des Dänischen im Design, in der Küche und der Mode begann zwar schon in den Nullerjahren – das Restaurant „Noma“ eröffnete 2003, das Möbellabel Hay startete 2002. Aber die Zehnerjahre brachten den großen kommerziellen Erfolg und die internationale Aufmerksamkeit für das „New Nordic“. Rand hat selbst miterlebt, wie sich beispielsweise die kulinarische Szene radikal modernisierte: „Als ich angekommen bin, war Kopenhagen eine andere Stadt. Das Essen ist heute auf einem ganz anderen Niveau.“

Die Deutsche war schnell mittendrin im Geschehen, kaum dass sie ihr Architekturstudium mit Schwerpunkt Möbelbau an der Königlichen Kunstakademie beendet hatte. Durch Vermittlung kam sie mit den Machern der Designmarke Menu in Kontakt, die ihren Entwurf für einen Beistelltisch umgehend auf den Markt brachten. Für eine junge Designerin, die gerade erst ihr eigenes Studio gegründet hat, ein immenser Erfolg. Die Kooperation hat sich bewährt, und weitere gemeinsame Projekte folgten. Zur Zeit arbeitet sie am nächsten Entwurf für die Marke. „Wenn man sich über so eine lange Zeit kennt, macht das vieles einfacher, das kürzt viele Dinge ab.“ Ein anderer treuer Kunde der ersten Stunde ist das deutsche Unternehmen Blomus, für das Theresa Rand vor allem Bestecke und Geschirr gestaltet hat. Aktuell ist eine Serie von schlichten, kleinen Holzmöbeln wie Hocker und Bänke dazugekommen.

Oft wird sie gefragt, ob sich die Zusammenarbeit von deutschen und dänischen Unternehmen unterscheide. Ja, tut sie, auf die denkbar klischeehafte Art: „Wenn ich mit deutschen Firmen zusammenarbeite, gibt es eine ganz andere Gründlichkeit und Pünktlichkeit.“ Das Bewusstsein für Qualität sei groß, aber es gebe eben auch mehr Förmlichkeit und stärkere Hierarchien. „Alles ist ein bisschen umständlicher.“ Für sie als junge Designerin ist ein weiterer Unterschied zwischen der alten und der neuen Heimat aber möglicherweise entscheidender: Dänemark ist in Sachen Gleichberechtigung viel weiter. „Das Konzept der Hausfrau gab es hier nie wirklich“, sagt Rand. „Frauen waren immer berufstätig. Das schafft andere Voraussetzungen in Bezug auf die Chancengleichheit.“ Sie will nicht ausschließen, dass es auch Ungleichbehandlung gibt, sie selbst hat es aber nicht erlebt.

Ihre Verbindungen mit Kopenhagen hat die Designerin gerade noch mal verstärkt: Gemein-

sam mit ihrem Mann, den sie im Studium kennenlernte, und zwei weiteren Partnern hat sie die Marke Fora Projects für Möbel aus Holz gegründet. Die ersten Stücke, Ess- und Beistelltische aus massiver Eiche, sind soeben auf den Markt gekommen, der Showroom im Zentrum Kopenhagens ist auch fertig. Produzieren lassen sie die Möbel in Werkstätten in Kroatien, mit Eichenholz von dort. „Es gibt da große Wälder, die dem Staat gehören und nachhaltig betrieben werden“, sagt sie. Das Holz könne ohne lange Wege direkt am Ort verarbeitet werden. „Wir produzieren nur on demand, die Möbel gehen von dort direkt zum Kunden.“ Sie will dennoch weiter als freie Designerin unter dem Label Studio Theresa Rand arbeiten. Aber: „Mit Fora Projects leben wir unsere Träume.“



Von Theresa Rand: Salz und Pfeffer Ro für Blomus (oben), Bank und Stuhl Eli für Blomus (Mitte) und Sofa Ensemble für Paustian



Foto: Unternehmen

## MARIA JEGLINSKA

Wenn Maria Jeglinska spricht, klingt ihre Lebensgeschichte durch. Das Englisch ist messerscharf britisch, hin und wieder schleicht sich ein Wort in weicher französischer oder polnischer Intonation ein. Polnisch ist ihre Muttersprache, und heute lebt und arbeitet die Designerin in Warschau. Geboren wurde sie allerdings in Paris, wohin die Eltern 1978 als Dissidenten geflohen waren. Dort verbrachte Maria Jeglinska die ersten sieben Jahre ihres Lebens.

Als die Eltern nach dem Fall des Eisernen Vorhangs zurück nach Polen zogen, schickten sie ihre Tochter in Warschau auf die französische Schule, so wurde Französisch zu ihrer zweiten Muttersprache. Den englischen Akzent schärfte Jeglinska Jahre später, als Mitarbeiterin des Londoner Designers Alexander Taylor. Dass sie auch eine Zeit lang im Münchner Studio von Konstantin Grcic gearbeitet hat – das hört man übrigens nicht. Weitere Stationen ihres wahrlich paneuropäischen Lebenslaufs: Produktdesign-Studium an der École Supérieure d'Art et de Design in Reims und danach an der École cantonale d'art de Lausanne (Ecal), zudem Assistenz in der Galerie Kreo in Paris.

Nach Warschau verschlug es Maria Jeglinska im Jahr 2011 schließlich eher aus Verlegenheit. „London war damals wirtschaftlich ein schwieriger Ort“, sagt die 38 Jahre alte Designerin. „Man konnte noch die Auswirkungen der Finanzkrise 2008 spüren.“ Obwohl sie eigentlich nicht nach Polen wollte – schon als Kind hatte sie ihre Eltern damit genervt, doch bitte zurück nach Frankreich zu ziehen –, stellte sich diese Verlegenheitsentscheidung schnell als genau richtig heraus. Denn in Polen hatte nach dem EU-Beitritt die ökonomische Entwicklung Fahrt aufgenommen, und diese Dynamik versetzte auch die Designszene in Bewegung: „in der Gestaltung, in der Produktion, bei den Unternehmen“.

Als international vernetzter junger Designerin eröffnete ihr diese Situation ungeahnte Chancen: Sie konnte etwa für Polens größtes Designfestival in Lodz eine Ausstellung kuratieren und gestalten und die Artdirektion der Möbelmesse in Posen übernehmen. „In London oder Paris hätte ich viel länger gebraucht, um das zu erreichen“, ist sie überzeugt. In Polen spürte sie dagegen eine große Energie und den unbedingten Willen, „Dinge zu verändern“.

Jeglinska hat sich nie auf eine Designaufgabe spezialisiert. Ihre Kundenliste ist so bunt wie ihr Lebenslauf: Sie entwirft Möbel und Produkte für einheimische Hersteller wie MMD und für Hotels wie Autor Rooms und Puro, sie arbeitet zudem als Kreativdirektorin und gestaltet Ausstellungen für Kulturinstitutionen wie das Museum für angewandte Kunst in Budapest. Ihr Studio liegt mitten in Warschau, südlich des Stadtzentrums, zu Fuß

braucht sie von ihrer Wohnung aus nur wenige Minuten dorthin.

Der Boom der Gestaltung in Polen finde allerdings weitgehend unter Ausschluss der westeuropäischen Designszene statt, die sich viel zu wenig für den dynamischen Osten interessiere. Und wenn, dann wird das Land vor allem als Produktionsstandort für Unternehmen aus Frankreich, der Schweiz oder Deutschland wahrgenommen. Denn viele bekannte Marken lassen ihre Möbel hier fertigen, Polen ist einer der



Foto: Kasia Bobula, Unternehmen

größten Möbelexporteure Europas. Arbeit für örtliche Designerinnen und Designer bringen die ausländischen Unternehmen aber nicht mit. Die Branche werde nach wie vor dominiert von den ewig gleichen westeuropäischen Gestalternamen, klagt Jeglinska. Deshalb fordert sie ganz direkt: mehr Aufträge für den Nachwuchs, für Frauen und für Gestalter aus Osteuropa!

Jeglinska selbst ist dank ihres europaweiten Netzwerks privilegierter. Sie konnte schon für bekannte Marken wie Kvadrat, Vitra und Ligne Roset arbeiten. Auf ihrer Kundenliste stehen aber auch kleine, neue Unternehmen, Trame aus Paris und Plato aus Breslau etwa. „Mit jungen Marken zu arbeiten ist phantastisch“, sagt die Designerin. „Sie haben eine gute Dosis Naivität, und sie sind wirklich offen.“ Für Trame hat sie Gefäße aus Keramik und handgeknüpfte Teppiche entworfen, für Plato entwickelt sie zur Zeit ein universelles, anpassbares Regalsystem, das zu Hause genauso funktionieren soll wie in Büros oder Geschäften. Ein durchaus aufwendiges Vorhaben für eine junge Firma.

Was Maria Jeglinska antreibt, immer wieder neue Projekte zu starten, sich neue Arbeitsfelder zu suchen? „Meine Neugierde!“ Und was macht, bei aller Unterschiedlichkeit der Aufgaben, ihre Arbeitsweise aus? „Das Beobachten“, sagt sie. „Meine Haltung ist, immer zu beobachten.“

Von Maria Jeglinska: Schale Entwine für Trame (oben), Benchmark für Arco (Mitte), Serie 3 für Plato



## JULIE RICHZOZ

„Die haben gar nicht gemerkt, was sie da eigentlich gesagt haben“, sagt Julie Richoz und lacht. „Einen weiblichen Touch“, das wünschte sich ein italienisches Unternehmen, als es sich kürzlich an die Pariser Designerin mit einem Auftrag wendete. Richoz nimmt es mit Humor, dass sie als junge Frau mit ihrer Arbeit und ihrem Gesicht das durchweg männliche Produktportfolio des ebenso männlich geführten Unternehmens aufhübschen soll. „Am Ende sind sie professionell, und sie nehmen mich ernst“, sagt sie. „Das ist das Wichtigste.“

Und für die 31 Jahre alte Julie Richoz ist es eine Chance, ein neues Möbelstück für die Serienfertigung zu entwickeln und damit Geld zu verdienen. Ohnehin hat sie das Gefühl, dass sich die Stimmung in der konservativen und männerdominierten Möbelbranche gerade ändert. „Vor fünf Jahren war es schwieriger“, sagt Richoz. „Ich habe das Gefühl, dass die Leute mittlerweile besser aufpassen, wie sie sich benehmen.“

Ihr eigenes Studio hat die Französin mit Schweizer Wurzeln 2015 gegründet, nach einer Zeit als Assistentin beim Pariser Designer Pierre Charpin. Zu gründen hieß für sie vor allem, ein „richtiges Atelier“ zu haben und „nicht mehr am Küchentisch“ zu arbeiten. Denn eigene Designprojekte hatte sie zu diesem Zeitpunkt schon einige vorzuweisen, ihre Karriere begann direkt nach Ende des Studiums mit maximalem Schub. Kaum hatte sie den Bachelor in Produktdesign an der renommierten Schweizer Designhochschule École cantonale d'art de Lausanne (Ecal) absolviert, wurde sie auch schon mit dem Großen Preis des französischen Festivals „Design Parade“ ausgezeichnet. Zum Preis gehörten mehrere Handwerks- und Designstipendien, verbunden mit der Produktion ihrer Entwürfe. Eine unbezahlbare Starthilfe, fehlt doch vielen jungen Designerinnen und Desig-

nern die Möglichkeit, ihre Ideen auch in die Realität umzusetzen – um damit dann erste Unternehmen aus der Industrie für sich gewinnen zu können.

Julie Richoz dagegen konnte im ersten Jahr nach dem Studium schon eine Serie von Glasvasen und Keramikgefäße produzieren, außerdem brachte die in der Designszene bedeutende Pariser Galerie Kreo eine Leuchte von ihr heraus. Kommerzielle Auftraggeber folgten, bis heute hat Richoz unter anderem Teppiche für Hay und die Manufaktur Cogolin entworfen, Outdoormöbel für Tectona und Leuchten für Louis Poulsen, kleinere Objekte für die Marken Mattiazzi und Trame. „Ich warte noch auf den großen Lizenzerfolg, den Bestseller!“ Denn Designer werden meist nach Lizenzen bezahlt, die auf dem Preis und den Verkaufszahlen ihrer Entwürfe basieren. „Aber grundsätzlich kann ich mich nicht beklagen. Ich habe sogar eine Assistentin, die mir hilft.“ Ihr Studio teilt sie sich mit einer Fotografin, es ist ein ehemaliger Galerieraum im migrantisch geprägten Pariser Viertel Belleville.

Julie Richoz' Arbeitsweise ist stark geprägt von ihrer Zeit in Lausanne. „In der Schweiz muss alles auf die richtige Weise gemacht werden, sehr präzise, sehr rigoros.“ Am Anfang hatte sie Schwierigkeiten damit, diese Haltung schien nicht recht zum freien kreativen Arbeiten zu passen. Heute steht sie selbst für einen klaren konzeptionellen Ansatz, den sie mit großer Ernsthaftigkeit verfolgt.

Und so jung, wie sie noch ist, gibt sie ihre Haltung und ihre Erfahrung schon an die nächste Generation weiter. Seit 2017 unterrichtet die Pari-



Von Julie Richoz: Die Schweizerin verfolgt in ihren Arbeiten einen klaren konzeptionellen Ansatz.

serin selbst an der Ecal. Was sie den Studierenden zu vermitteln versucht? „Persönlich zu sein“, antwortet sie, ohne lange zu überlegen. „Jeder hat eine bestimmte Sensibilität, eine eigene Art, die Dinge zu sehen.“ Das sollten sich die Studenten unbedingt erhalten und schärfen. Denn wenn einen jemand beauftragt, dann doch wegen des Besonderen, das einen von allen anderen unterscheidet.

## HANNE WILLMANN

Als Hanne Willmann vor zwei Jahren schwanger war, hat sie sich selbst ausgetrickst. Statt wie ursprünglich geplant erst mal das Kind zu bekommen und mit dem neuen Büro noch zu warten, mietete sie kurz vor der Geburt größere Räume an. Durch die Pandemie gab es Bewegung auf dem an sich engen Berliner Immobilienmarkt. „Alles oder nichts“, erinnert sich die Designerin mit einem Lachen. „Das war ein Ansporn, wenn mein Kind da ist, dass es dann direkt weitergehen muss mit der Arbeit. Dass ich die Miete zahlen muss und die Mitarbeiter.“

Und so ist es dann auch gekommen: Heute, zwei Jahre später, hat die Vierunddreißigjährige ein Team aus fünf jungen Designerinnen und Designern um sich, und die Räume in einem Hinterhof im Stadtteil Weißensee dürften nicht kleiner sein. Am Tisch steht ein Exemplar ihres üppig gepolsterten Stuhls „Nana“, vor der Tür warten Bänke und Pflanzkübel auf den Sommer. Hier entwirft die ausgebildete Produktdesignerin Möbel, Leuchten und Objekte für Unternehmen wie Leolux aus den Niederlanden und Freifrau, Favius, Schönbuch, Interlücke und Schramm aus Deutschland.

Die sympathische und resolute Designerin hat seit der Gründung des eigenen Studios 2015 eine steile Karriere hingelegt, als junge deutsche Vorzeigedesignerin. Es gab viel Aufmerksamkeit in der Presse, spannende Aufträge folgten, etwa zuletzt ein ganzes Sofasystem – eine komplexe Aufgabe, von der viele junge Gestalterinnen und Gestalter träumen. Aktuell arbeitet sie zum ersten Mal an Outdoormöbeln und Produkten für Küche und Bad. Dass sie mit ihrer Karriere vom Zeitgeist profitiert hat, der sich wandelt, gibt sie gerne zu. Ihr daraus einen Vorwurf zu machen, wie es gelegentlich schon geschehen sei, das blockt Willmann souverän ab: „Wir sind gut. Punkt.“ Und außerdem sei die Parität ja lange noch nicht

erreicht, es müssten noch viel mehr Aufträge an Designerinnen gehen. Und mehr Führungspositionen von Frauen besetzt werden. Die deutsche Möbelbranche sei gerade erst aufgewacht.

Ihre persönliche Erfolgsgeschichte erklärt Willmann auch aus ihrer Kindheit. Mit zwei älteren Brüdern wuchs sie robust und frei auf dem Land auf, der Vater Geschäftsführer eines Unternehmens. Da habe sie gelernt, auf männliche Weise Geschäfte zu machen. Für sie heißt das, zu wissen,



Von Hanne Willmann: Sessel Nana für Freifrau (rechts oben) und Leuchte Fungi für Favius



was sie gut kann, und das im Gespräch auch zu vermitteln, auf Augenhöhe. „Ich will doch auch nichts kaufen von jemandem, der nicht überzeugt ist, ob das gut ist, was er zu verkaufen hat.“

Das gesunde Selbstbewusstsein mag ihr ebenso bei der Karriere geholfen haben wie der Zeitgeist – ohne Förderung aus der Branche hätte es trotzdem nicht so schnell geklappt mit den Aufträgen. Drei Frauen und ein Mann waren es hauptsächlich, so Willmann, die an sie geglaubt und sie nach ihrem Studium in Berlin und Barcelona unterstützt hätten. Deswegen lautet ihr Rat an den Nachwuchs: rausgehen, Kontakte knüpfen, Gesicht zeigen, auch wenn es manchmal schwerfalle. Designer müssten Selbstdarsteller sein.

Doch die Wirkung nach außen ist das eine. Gemeinsam mit Auftraggebern eine neues Produkt zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, das andere. „Was mir am meisten Spaß macht, ist die Kommunikation mit dem Kunden.“ Da geht es ums Zuhören, da werden Ideen hin und her gespielt wie der Ball beim Pingpong. Zudem macht sie am Anfang einer Zusammenarbeit grundsätzlich eine Portfolioanalyse, dafür schaut sie sich die vorhandenen Produkte an, findet Lücken im Angebot und identifiziert Themen, die für das Unternehmen interessant sein könnten. „Ich bin Design-empathisch“, sagt Willmann. „Ich kann spüren, was Unternehmen fehlt.“ Aus diesen Lücken entwickelt sie die Projekte, leitet das Design der Entwürfe ab. Anders als im Dialog kann sie auch gar nicht arbeiten: „Ich gestalte doch nicht einfach drauf los, weil ich in mir spüre: Ich will einen Beistelltisch machen.“

Foto: Stephanie Füsserich, Mark & Mark, Unternehmen

**MY STYLE.  
MY STATEMENT.**  
**GERARD BUTLER'S CHOICE.**

**OLYMP 24/SEVEN DYNAMIC FLEX JERSEY  
BEQUEM WIE EIN T-SHIRT, STILVOLL WIE EIN HEMD**

**OLYMP**

DISCOVER THE NEW  
OLYMP 24/SEVEN STYLES  
OLYMP.COM/24-SEVEN

