

OANH PHAM-PHU

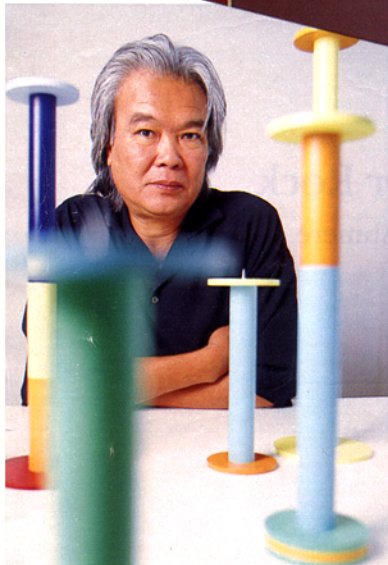
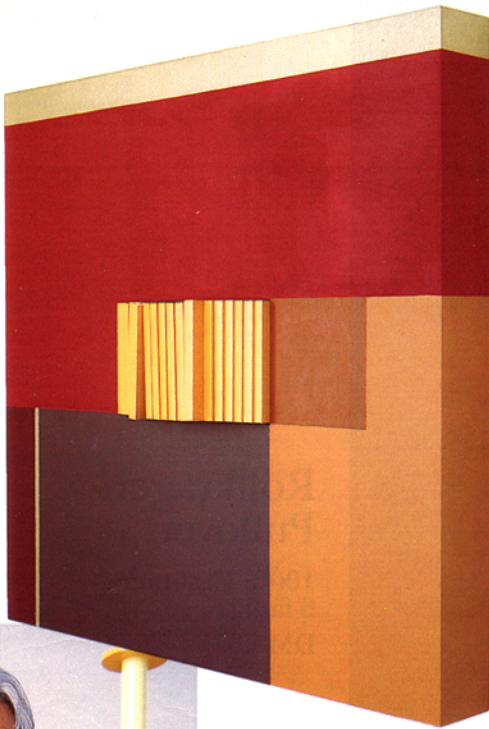
SINN STATT DESIGN

Auch ein Toaster braucht Moral, sagt der vietnamesische Designer. Als Waffe gegen Konsumrausch und schlechten Geschmack

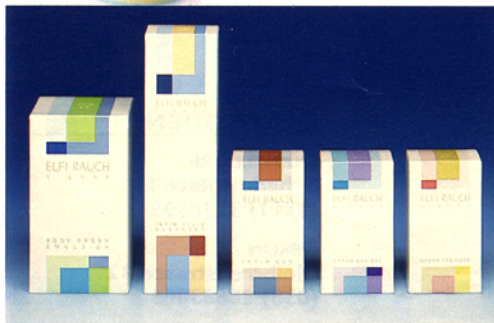


Keiner weiß, was ihn eigentlich ausmacht. Aber jeder behauptet, ihn zu haben: guten Geschmack. Wo also sind die objektiven Grenzen zwischen geschmackvoll und geschmacklos? Das fragt man am besten einen aus der Branche, die weltweit als geschmacksbildend gilt: die der Designer. Einen wie Oanh Pham-Phu, vietnamesischer Designer mit deutschem Wohnsitz, italienischer Ehefrau und internationalem Ruf. Er hat Firmenlogos entworfen und Feuerzeuge, Koffer und Kerzenständer, Skier, Möbel, Parfumflaschen und Zigarettenschachteln. Statt des üblichen Outfits der geschmacks-priesterlichen Kollegen – nichts als Schwarz – trägt Pham-Phu weiches Dunkelblau. Und statt der selbstsicheren Siegermiene ein mildes Lächeln. "Geschmack", sagt er, "hat mit Mut zu tun. Der schlechte Geschmack kommt aus dem Wunsch, beliebt sein zu wollen. Viele richten sich im Bierstubenstil ein, mit Schrankwand in deutscher Eiche, weil es die anderen auch so haben. Bloß um kein Außenseiter zu sein." Wer meint, schlechter Geschmack sei also ein Problem der unteren Bildungs- und Gehaltsklassen, täuscht sich. "Es gibt diesen uniformierten Einrichtungsstil bei den Vermögenden und Gebildeten genauso", sagt Pham-Phu. "Da sehen auch alle Wohnungen gleich aus, und an der gleichen Stelle steht die gleiche Designer-Liege." Geschmack braucht Mut. Und was braucht das Design? "Noch mehr Mut. Denn wer keinen hat, macht nur brav, was die Konsumenten wollen." Oanh Pham-Phu macht etwas anderes: "Das, was die Konsumenten brauchen." Das klingt, als maße sich der Designer an, ein Erzieher der Menschheit zu sein, der allen erklärt, was sie gut zu finden haben. "Keines-

Oanh Pham-Phu in seiner Schwabinger Wohnung. Die zartgelb bespannte Wand hat er selbst beschriftet – mit einer Geschichte über die Verlangsamung der Zeit (links). Unten: Zwei Edelstahlobjekte, die man auch als Beistelltischchen nutzen kann. "Zuneigung zur Neigung" hat sie der Designer betitelt



Ein Werk aus dem "Jahreszeiten-Zyklus" von Oanh Pham-Phu. In der Mitte ist Platz für Lexika (oben). Links: Verwandlungskünstler – die Kerzenleuchter sind beliebig aufeinanderstecken. Unten: In zarten Pastelltönen verpackte der Vietnamesen diese Kosmetiklinie



wegs. Was einfach und gut ist, überzeugt auch so." Pham-Phus Beispiele dafür: "Jeans und italienische Küche. Die sind so erfolgreich auf der ganzen Welt, weil sie genau das bringen." "Ethik in der Ästhetik", das ist Oanh Pham-Phus Idee von gelungenem Design. Aber mal ehrlich: Wozu brauchen eine Thermoskanne oder ein Toaster Moral? "Weil nur die dem Konsumrausch entgegenwirkt." Das

Schlimme an diesem Rausch: Die Betroffenen merken gar nicht, wie süchtig sie sind, wenn sie maß- und haltlos kaufen. Wenn sie allerdings schlagartig ernüchtern ihre Kontoauszüge betrachten, überlegen sie vielleicht doch, ob die Methode "Ethik und Ästhetik" helfen würde beim Entzug. Doch woran merkt man, daß ein Produkt Ethik hat? "Daran, daß es den Menschen Freude macht."

Wie ein Bulimiker seine Freßsucht mit minderwertigem Fast food befriedigt, wird die Konsumsucht mit blindwütigem Erwerb von minderwertigem Zeug gestillt. Wer aber bewußt Qualität zu sich nimmt, wird nicht süchtig.

Das Problem dabei: Qualitativ wertvolle Produkte sind meistens leise. Das, was wir nicht brauchen, brüllt aus dem Regal: "Nimm mich auch noch!" Das, was etwas taugt, hält sich vornehm zurück. Denn es will nicht verführen, sondern überzeugen. "Durch die Macht des Einfachen", meint Oanh Pham-Phu. „Vielen Menschen fehlt die Beziehung zu den Dingen.“ Neureichen beispielsweise. Sie decken sich mit Dingen ein, die teuer sind, aber bei ihnen dennoch billig wirken.

"Zu mir kommen oft japanische Firmen, die sich auf dem europäischen Markt nicht durchsetzen können. Sie glauben, es läge daran, daß sie nicht europäisch genug sind. Und ich sage ihnen: 'Ihr seid nicht authentisch genug.' "Authentisch zu sein heißt, sich zu seinen Wurzeln zu bekennen. "Eigentlich", sagt

Pham-Phu, "hat doch jeder das Originale lieber als das Unechte. Will lieber frische Milch im Krug auf dem Tisch haben als Dosenmilch. Und kauft trotzdem Dosenmilch." Der Grund: "Weil es bequemer ist. Und Bequemlichkeit macht kritiklos und faul." Er selbst hat seine Wurzeln nicht vergessen. Oanh Pham-Phu stammt aus einer buddhistischen Familie, studierte zuerst in Hanoi an der Kunstakade-

mie, später Bildhauerei in Budapest. Schließlich kam er nach Deutschland, wo er seit über 30 Jahren lebt. "Ich versuche, das asiatische und das europäische Denken zu verbinden."

Wo sieht er die Unterschiede? "Das asiatische, oder sagen wir besser: das buddhistische Denken ist sanfter, passiver, geduldiger. Das westliche und christliche ist aktiver, auch aggressiver." Und was prophezeit er dem Design der Zukunft? "Das Ende der Statussymbole. Weil die nur das kurzfristige Vergnügen beschieren, jemandem zu imponieren." Aber angesichts der streßbedingten Leiden suchen viele Menschen in der westlichen Welt nach einem anderen, tieferen Erleben. Sie entdecken die Langsamkeit. "Und das Erlebnis des Originalen läßt die Zeit langsamer vergehen."

Hochwertige Produkte sind leise. Was etwas taugt, will nicht verführen, sondern überzeugen

In seiner Wohnung in München-Schwabing vergeht die Zeit langsam. Mildes Licht, das durch weiße, mehrschichtig gespannte Stoffbahnen fällt, erhellt die großen, sparsam möblierten Räume. An den Wänden Bilder mit sanften Farbflächen – ein "Jahreszeiten-Zyklus" von Oanh Pham-Phu. Im hintersten Zimmer an der Wand eine sandig-gelbe Fläche, dunkelrot beschriftet. "Wenn ich an meine Kindheit denke, erinnere ich mich an einen alten Mann", beginnt der Text. Und in den folgenden Zeilen erzählt Pham-Phu, wie dieser Mann seinen Tag beginnt. Wie er seine Wasserteile raucht, in die Morgensonne tritt, sein Boot besteigt und auf den Fischteich hinausstakt. "Ruhig, konzentriert, gelassen." Auf diesem See macht er nichts anderes, als den Tau von den Lotosblumen zu sammeln für seinen Morgen-Tee. Oanh beschreibt, wie der alte Mann den Tee bereitet und ihn schließlich trinkt, "langsam und entspannt, in vielen Schlucken. Dazwischen hält er inne und denkt nach, was ihm der Tag bringen wird." Ein Text, der so gar nicht zu dem Bild passen mag, das wir uns normalerweise machen von einem dynamischen Designer. Aber er paßt zu Pham-Phu. Und zu seiner Vision von der Verlangsamung der Zeit. **EVA GESINE BAUR**