



DESIGN VIEWS # MARTIN LEHMANN

CREATIVE MOOD

Charismatisches

Fassungsdesign, das mehr der Intuition folgt als rigiden Gestaltungsregeln. Eine Kollektion, deren Kreativität sich stets aus sich selbst heraus erneuert und keine Kompromisse bei der Herstellung zulässt. Als Brillendesigner und Unternehmer in Personalunion geht Martin Lehmann seinen Weg. Der verläuft nicht immer gradlinig, lässt Raum für Brüche, für Veränderungen.

Köln, Innenstadt, Kyffhäuser Straße. Gleich hinter der Eingangstür liegt eine alternative Werkstatt für Schmuckdesign, die Räumlichkeit hat Martin Lehmann untervermietet. Durch einen lichten Innenhof geht es zu den Büros und dem Brillenversand. Ein Brillen-Biotop in reiner Form, drei Arbeitsplätze, an denen alle Fäden zusammenlaufen. Ein Standort mit Bodenhaftung. Denn die ist dem Designer für die eigene Life-Work-Balance besonders wichtig. So kreisen Gespräche mit ihm nie nur um Brillendesign, sondern darum, wie Leben und Arbeit sinnvoll zusammenzubringen sind.

Martin, ist das Nachdenken über das Leben an sich Teil Deiner kreativen Arbeit?

Letztlich geht es mir um ein Gesamtkonzept. Ich sehe Leben und Beruf als Ganzheit und möchte nicht Sklave meiner Arbeit und meines Unternehmens sein. Es gibt so viele Dinge, aus denen ich Kraft und Inspirationen ziehe. Ich singe in Chören, spiele Tennis, bin oft draußen in der Natur, gehe gern auf Wanderschaft und übernachtete in Klöstern. Dafür gehe ich Kompromisse bei meiner Arbeitszeit ein, stecke im Unternehmen etwas zurück, um Zeit zu haben für mich und meine Familie.

In welchem Maße nimmt die Aktualität Einfluss auf Dein Brillendesign?

Zum gegenwärtigen Zeitgeist gehört, dass es nicht mehr eine herausragende gesellschaftliche Strömung gibt, sondern viele Trends koexistieren. Auch in unserer Branche! Trotzdem sehe ich Unterscheidungen zwischen Massentrends, an denen sich das Gros der Bevölkerung orientiert, und eher individuellen Strömungen. Vieles in der Gesellschaft, der Politik, der Kultur kommt lautstark daher. Deshalb wird es im Individuellen, in der persönlichen Sphäre heute eher leiser und die Dinge werden runtergefahren. Generell sehe ich ein starkes Bedürfnis der Menschen nach Vereinfachung – vertraute Formen geben Sicherheit. Entsprechend wenig sehe ich an Individuellem, Experimentellem, an Expressivität in der Mode und im Design. Als Anfang der 1990er das Brillendesign explodierte, hatten wir ganz viele crazy Fassungen, die Formen konnten nicht abgedreht genug sein. Die Leute trauten sich, das im Gesicht zu tragen. Diese Suche nach dem individuellen Ausdruck gibt es heute auch, sie spielt sich nur mehr im Verborgenen ab. Der Mainstream zwingt die Menschen in enge Korsetts, aus denen nur wenige ausbrechen. Doch nur den Mainstream zu bedienen und an kommerzielle Verkaufsaspekte zu denken, bremst bei einem Designer die Kreativität.

Siehst Du im Brillendesign heute mehr oder weniger Kreativität?

Kreativität sehe ich in jedem Fall, jedoch ist sie eben nicht schreiend laut, sondern leise, subtil, detailverliebt. Der Trend zur Vereinfachung erklärt für mich auch die Rückbesinnung auf das Handwerkliche bei der Brillenherstellung. Beispielsweise, indem Bearbeitungsschritte und Technik sichtbar gemacht werden, indem man gröbere Schnitte im Material offen legt, es unbearbeitet lässt, indem Kanten bewusst nicht abgefeilt und rund getrommelt werden. Dieses „zurück zu den Ursprüngen“ kann für Hersteller und Optiker gleichermaßen ein erfolgreiches Konzept sein. Darin liegt zudem die Unterscheidung zu den Fertigprodukten aus dem Internet.

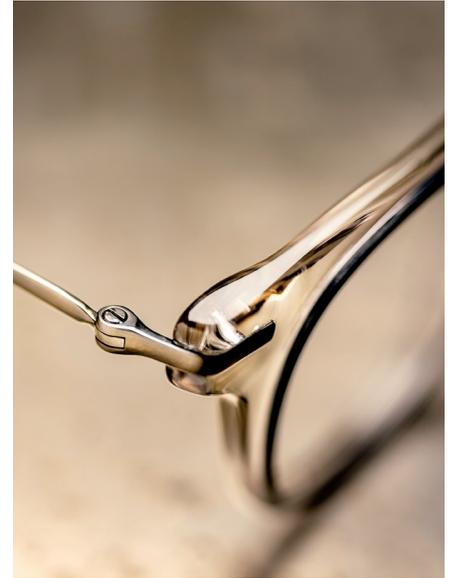
Hat Dein Brillendesign eine eigene Handschrift?

Die persönliche Handschrift ist immer Veränderungen unterworfen, denn unsere Persönlichkeit entwickelt sich ja weiter. Jede Veränderung prägt somit auch die Handschrift des Designers. Um Design lebendig zu halten, muss es Veränderungsprozesse durchlaufen, muss den Zeitgeist mit einweben. Im Übrigen sprechen wir heute nicht mehr von „meiner“ Kollektion, sondern von einer Kollektion, die im Team entsteht.

„Ich brauche meine Freiheit im Design, setze lieber Kontrapunkte, als dass ich ein Konzept stringent umsetze.“



(Foto links) Mann der leisen Töne: Designer Martin Lehmann sieht Kreativität subtil, unterbewusst, im Verborgenen wirken. Fotos: Dirk Moll



Transparenz in der Tiefe: Die charismatische Kollektion „Cut-out“ variiert das Thema mit filigranen Linien, mit weichen und kantigen Formen im Wechsel.

Ich selbst arbeite eher intuitiv. Konzeptionelles Design wirkt mir oft zu bemüht, zu gekünstelt. Selbst wenn ich mich innerhalb eines Konzeptes bewege, muss ich dieses sprengen, aufreißen können. Ich brauche im Design meine Freiheiten, setze lieber Kontrapunkte, als dass ich ein Konzept stringent umsetze.

Deine Vorliebe gilt dem Acetat ...

Ich bleibe dem Acetat treu, weil es plastischer und in der Haptik ansprechender ist als Metall. Es ist ein warmes Material, dessen Basis der Naturstoff Zellulose, also im Prinzip Baumwolle bildet. Diesen im Fassungsdesign fühlbar zu machen, fasziniert mich. Unsere aktuellen Cut-out-Modelle sind aus einem umweltfreundlichen Bio-Acetat, das keine schädlichen Lösungsmittel verwendet.

An welchen Designs arbeitet Ihr derzeit?

Momentan sind es markante, die Formgebung der Fassung betonende Linien auf Transparenz. Transparenz ist ein großes Thema. In der neuen Kollektion haben wir starke, schrille Farben wie ein Orange oder ein Pink aufgenommen, als Kontrapunkt und Variation des Grundthemas. Farbe bringt frischen Wind in die Gestaltung einer Kollektion. Derzeit ist wieder ein starker Trend zum Metall zu erkennen. Wir bringen beide Materialien zusammen, indem die farbigen Linien auf dem Acetat in der Formgebung so filigran sind, dass sie von weitem wie Metall ausschauen.

Wie ist der Ablauf des Kreativprozesses?

Bevor eine neue Kollektion entsteht, gehe ich im Suchmodus durch die Welt, meine Wahrnehmung ist geschärft für Dinge, die mich interessieren, meine Aufnahmegeräte sind am Laufen. Kreativen Input kann ich nicht auf Knopfdruck abrufen. Damit eine Idee wirklich gut ist, muss es Klick machen. Meist handelt es sich um ein Grundthema, das viele neue Türen öffnet. Wie aktuell die Cut-out-Idee. Plötzlich siehst du ein Thema in tausend Facetten, in der Kunst, der Architektur, versuchst es philosophisch zu deuten. Beispielsweise Transparenz. Was ist Transparenz? Es hat mit Licht, mit Lichtdurchlässigkeit zu tun, mit Sehen, mit Filtern, mit Formgebung. Sofort hast du eine Skala an Variationen. Mit Transparenz kannst du fast schwebend, ja unsichtbar gestalten. Das finde ich sehr

spannend, es lässt sich ausbauen, zum Beispiel, indem man mit Transparenz und Farben arbeitet, Farben stehen lässt, oder reinfräst.

Gibt es in Deinem Design eine lokale Verbundenheit?

Der lokale Bezug einer Marke verleiht ihr Authentizität. Köln ist der Ort, an dem ich lebe, wo ich arbeite, wo viel entsteht. Unsere Produktion aber ist in Passau und in Österreich, unsere Kunden wiederum sitzen in aller Welt. Wir verstehen uns als eine kleine, aber internationale Marke. Lokalkolorit macht tatsächlich nur dann Sinn, wenn er stimmig und ehrlich in die Arbeit einfließt.

Designer, Unternehmer, wie bringst Du das zusammen?

Als Unternehmer muss ich kommerzieller denken, was meine Freiheit als Designer einschränken kann. Die Erfahrung aber zeigt, je freier man als Designer arbeitet, desto erfolgreicher ist man. Deshalb ist es wichtig zu wissen, wer wir sind! Wir müssen frei sein, um neue Türen zu öffnen. Dieser kreative Mood ist unsere Expertise.

Martin Lehmann, danke für das Gespräch.

Das Interview führte Angela Mrositzki

DESIGNER PROFIL

Martin Lehmann studierte Philosophie und Literatur # Berufliche Stationen: kaufmännische Ausbildung + BWL-Studium + Berufserfahrung im Controlling; arbeitete zudem im Gartenbau # Seit 2011 alleiniger Eigentümer von Martin&Martin # entwickelt die Form- und Farbsprache jeder Kollektion # ist verantwortlich für die Vertriebsstrukturen und die Markenkommunikation

