

# Die It-Designerin

Wer einen schönen Raum möchte, geht zu Iria Degen. Falls er unter «schön» dasselbe versteht wie sie – Restaurants und Häuser, die sie gestaltet, sehen dann aus wie sie selber sozusagen.

Von Mark van Huissing

Es gibt in jeder Stadt ein paar Leute, die ihre Jobs ein bisschen besser machen und, manchmal, sich selber ein bisschen besser verkaufen als die anderen. Diese Leute kann man als *It*-Leute bezeichnen (*it* wie «es», dieses schwer zu beschreibende Es, das man haben muss). In Zürich gibt es zum Beispiel Charles Aellen, den *It*-Coiffeur, Dieter Meier, den *It*-Rinderzüchter, Weinbauern und Restaurantbetreiber, oder das *It*-Architekturbüro Wild Bär Heule. Und es gibt Iria Degen, die *It*-Inneneinrichterin.

Wer sie zum ersten Mal in ihrem Büro besucht, das sich in einem Anbau des Mehrfamilienhauses in Zürich Höngg befindet, in dem sie mit ihrem Mann, dem Fotografen Peter Hebeisen (von dem auch die Bilder dieses Artikels sind), und ihrem kleinen Sohn lebt, wird vermutlich denken, sie mache vielleicht ihren Job ein bisschen besser als andere. Aber sich selber besser verkaufen? Das Büro, in dem es ungefähr acht Mitarbeiter gibt, ist eher ein Beispiel für Zurückhaltung im Umgang mit Design als ein Beispiel für *It*-Interior-Design. Doch dieses Büro, das nicht auffällt (aber auch nicht abfällt), passt irgendwie zu ihr. Es ist weniger das Gegenstück zu dem Schuhmacher mit den abgelaufenen Sohlen, mehr vergleichbar mit den Geschäftsräumen eines Start-up-Unternehmens, die untermöbliert blieben, weil man nie Zeit hatte bzw. zu *busy* mit Wachsen war, um Möbel kaufen zu gehen.

Und dann kommt dazu, dass Iria Degen als Frau, was ihr Äusseres angeht, selber so etwas wie ein Beispiel für Zurückhaltung ist. Ich kenne sie seit zirka achtzehn Jahren, und ich habe sie noch nie irgendein Kleidungs-, Schmuckstück oder Accessoire tragen sehen, das man mit anderen Worten als «classy», «leise» oder «understated» hätte beschreiben können. Was nicht heissen soll, dass sie sich nicht schön anziehe oder einem nicht gefalle als Frau. Überhaupt nicht. Es soll aber heissen, dass ihr Erscheinungsbild und das Erscheinungsbild ihres Büros den



Ein Beispiel für Zurückhaltung: Interior-Design von (und mit Interior-Designerin) Iria Degen.



«Weil ich bereits die Häuser Ihrer Gäste eingerichtet habe»: die Designerin über Kompetenz.



«Nicht laut, nicht protzig, nicht schrill»: Iria Degen über ihren Stil («Metropol» in Zürich).



«Ist er ein Morgenmensch? Lädt er Gäste ein? Liest er?»: Sie will ihre Kunden kennenlernen.

Kunden darauf vorbereiten, was er bekommen wird, wie er wohnen, ja leben wird, wenn er sich seine Wohnung, sein Haus, sein Leben von ihr gestalten lässt.

«Nicht laut», «nicht protzig», «nicht schrill». Das sind Worte, die sie braucht, wenn man sie auffordert, das Ergebnis ihrer Arbeit zu beschreiben. Und das ist, vom Entwurf her, nicht weit weg von den Worten, mit denen ich ihr Büro und sie beschrieben habe. Das heisst, es gibt einen Unterschied: Wenn sie das Ergebnis ihrer Arbeit beschreibt, beschreibt sie, wie ein Haus, das sie einrichtet, nicht ist. Das geht auch.

---

**In Paris lernte sie, was sie noch nicht wusste über Einrichtung. Und das war ziemlich viel.**

---

Und alles andere wäre ja, auf eine Art, Reklame – laut, protzig oder schrill, in ihren Augen auf jeden Fall.

In ihren heutigen Beruf eingestiegen ist sie als Mitarbeiterin von Andrée Putman, der Interior-Designerin, in Paris. Dort lernte sie, was sie noch nicht wusste über Einrichtung und Design. Und das war ziemlich viel, kann man sagen. Zuvor hatte sie nämlich in Zürich ein Jus-Studium abgeschlossen. Doch dass sie quer eingestiegen ist, findet sie einen Vorteil. Man gehe aus einem anderen Blickwinkel an Aufgaben heran, sagt sie, «man ist freier, nicht auf der Schiene». Und deshalb stelle sie auch nur Mitarbeiter ein, die einen ähnlichen, nicht geraden Weg hinter sich hätten wie sie selber. «Wir wollen nicht das machen, was alle anderen schon gemacht haben.»

Ihre erste Arbeit, die mehr Leute sahen als bloss ihr Auftraggeber und seine Bekannten,

war die Inneneinrichtung des Restaurants «Jasper» im Luzerner Hotel «Palace». Es war auch das erste Mal, dass sie ein Restaurant einrichtete. «Weshalb trauen Sie sich zu, dass Sie das können», habe der Verantwortliche gefragt, erzählt sie. Sie antwortete: «Weil ich bereits die Häuser und Ferienhäuser Ihrer Gäste eingerichtet habe.» Sie bekam den Job. Und der Auftraggeber, so sieht es aus, hat seinen Entscheidungsbereit. Das «Jasper» – helle Erdfarben, keine Bilder; Licht, das Frauen schöner macht – ist so etwas wie eine Iria-Degen-Trademark («Puristisch und dennoch sinnlich», Homepage des

---

«Rezepte für ein erfolgreiches Design», *Hotel-Revue*; «aufregend gestaltet», *Schweizer Illustrierte*.

---

Betriebs). Und vermutlich auch ein Grund, weshalb das Restaurant von den meisten, die darüber urteilen, als Beispiel für eine gelungene Inneneinrichtungslösung und eine gute Umsetzung beschrieben wird («Rezepte für erfolgreiches Design», *Hotel-Revue*; «aufregend gestaltet», *Schweizer Illustrierte*). Inzwischen hat sie noch weitere Restaurants eingerichtet. Das «Metropol» in Zürich etwa oder das «Noohn» in Basel («sanft geklotzt», *Hochparterre*).

Was wollen Kunden, die zu ihr kommen? «Stilsicherheit», antwortet sie. Also «genau das, was ich liefern kann». Das war bereits die Antwort auf die nächste Frage, die wäre gewesen: Ist es nicht auch gefährlich manchmal, wenn man einen Trademark-Stil entwickelt hat? Wird man dann nicht berechenbar? Diese Gefahr sehe sie nicht, sagt sie. Sie müsse kaum Absagen erteilen, weil Bauherren, die zu ihr kommen, das wünschten, wofür sie stehe. Es komme keiner und sage, er möchte ein Interior von ihr – aber anders. Worauf sie ja erwidern müsste, dass das nicht gehe. Weil es den Degen-Trademark-Stil nur gebe, wie es ihn gebe. Weil dieser Trademark-Stil sei, wie sie sei. Und eben nicht «anders».

Das Ergebnis: Interior und Interior-Designerin werden zu einer Art Einheit. Sie als Person ist wichtig für ihre Kunden. Was ihr, im Grunde, natürlich nicht nur angenehm ist. Sie ist ja, wie gesagt, ein Beispiel an Zurückhaltung. Aber das sind dann wohl Zugeständnisse, die man machen muss, wenn man Erfolg hat im Geschäft. Sie als Person, sagt sie, sei wichtig für ihre Kunden. Bauherren, die zu ihrer Firma kommen, wollen sie erleben. Darum muss die Chefin immer dabei sein, vor Ort auf jeder Baustelle, zu sehen an jeder Sitzung. Denn der Degen-Trademark-Stil ohne die Degen ist nur die halbe Miete sozusagen.

Nicht alle Kunden, natürlich, wollen einen öffentlichen Raum einrichten lassen, Iria Degen gestaltet auch Wohnräume. Die Liste solcher Arbeiten ist länger als die für Geschäftskunden, aber die Auftraggeber wollen oft



Erste Arbeit, die mehr Leute sahen als bloss der Auftraggeber: «Jasper» im «Palace», Luzern.

nicht, dass ihre Namen öffentlich gemacht werden. Man weiss, zum Beispiel, dass Carolina Müller-Möhl, eine Unternehmerin und Anlegerin, Kundin ist. Im Grunde, sagt Degen, gebe es keinen Unterschied in ihrem Vorgehen, ob sie ein Restaurant oder das Zuhause einer Familie einrichte. Ihren Auftrag verstehe sie immer gleich: Der Kunde will schöne Räume. Und kann alles, was es braucht, dass man zu diesem Ergebnis kommt, an sie abtreten. Wenn sie an einem Restaurant arbeite, müsse sie wissen, was der Betrieb für Gäste habe und wie deren Gewohnheiten seien. Und wenn es eine Wohnung sei, interessierten sie die Lebensgewohnheiten der Bewohner (Ist er ein Morgenmensch? Lädt er viele Gäste ein? Liest er? Et cetera). Sie nennt das «Servicegedanken auf hohem Niveau». Wenn es jemand will, kauft sie auch seine Küchenausstattung und die Bettwäsche. Der Haushalt, sagt sie, funktioniere, wenn der Auftraggeber einziehe.

#### Fisch in der Stadt

Gibt es so etwas wie ein Lieblingsprojekt, das sie umsetzen möchte, etwas, was sie so noch nicht machen konnte? «Ein Boutique-Hotel in einer Stadt.» Das «Bulgari» von Antonio Citterio in Mailand findet sie gut. Sie mag

Städte sowieso lieber als die *countryside*. In der Stadt fühle sie sich wie ein Fisch im Wasser, sagt sie, zum Beispiel in Paris, wo sie einige Jahre mit ihrem Mann lebte und noch immer ein Büro hat. Und wie geht es weiter mit ihrer Laufbahn und ihrem Geschäft, nach zehn oder so erfolgreichen Jahren? Wo sieht sie sich und die Firma in vielleicht zehn weiteren Jahren? «Ungefähr am gleichen Ort wie heute. Und wir werden auch noch ungefähr das

---

Sie als Person ist wichtig für ihre Kunden. Was ihr, im Grunde, nicht nur angenehm ist.

---

Gleiche machen.» Wer das bloss liest, wem der Zusammenhang fehlt, den sie gibt, wenn man mit ihr spricht, könnte meinen, sie sei ein bisschen sehr zufrieden mit sich selber und dem Erreichten oder vielleicht nicht mehr so, wie soll man schreiben?, «hungrig». Aber diese Einschätzung wäre falsch, finde ich. Man kann es auch anders verstehen: Iria Degen hat vermutlich gefunden, was sie suchte. Und dann sagt sie: «Man kann doch weiter das Gleiche gleich gut machen. Oder besser. Und entspannter.»