Interview: MARK VAN HUISSELING
Porträt-Bilder: CYRILL MATTER

«ES FÄLLT MIR LEICHT»

IRIA DEGEN ist Interior Designer, Inneneinrichterin, in Zürich. Die studierte Juristin hat in den vergangenen 22 Jahren ihre FIRMA zu einer der gefragtesten aufgebaut, wenn jemand ein gehobenes HAUS oder OBJEKT schick einrichten und gestalten lassen will. Sie berichtet, wie's nun weitergeht.

«Iria Degen beschäftigt ein Team von zehn bis vierzehn Innenarchitekten, Architekten und Designern, die international sowohl private als auch öffentliche Projekte bearbeiten», steht in ihrem Profil bei Swiss-Architects, einer jurierten Branchen-Plattform (zurzeit sind es zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter). Sie selbst beschreibt ihren Stil als «puristisch und dennoch sinnlich», was es trifft in meinen Augen. Vor einigen Jahren habe ich sie in der Stil-Beilage der *Weltwoche* die «It-Interior-Decorator Zürichs» genannt, also die Innengestalterin, die man aufsucht, wenn man etwas auf sich hält, weil sie dem Wohn- oder dem Ferienhaus, dem Büro oder dem Spa et cetera das gewisse, schwer zu beschreibende Etwas verpasst.

Sie und ihre Mitarbeiter haben in den vergangenen 22 Jahren 454 Projekte umgesetzt – jeder Auftrag seit Gründung des Unternehmens wurde erfasst und erhielt eine fortlaufende Nummer –, darunter die Gestaltung des Restaurants «Metropol» oder der Klinik Hirslanden in Zürich, des Hotels mit Gourmetrestaurant «Post» in Andeer, der Novartis-Geschäftsleitungsbüros in Basel oder des vergangenes Jahr eröffneten, «Fortyseven» genannten Thermalbads in Baden, wo Mario Botta für die Architektur verantwortlich war.

Ihre eigenen Büros befinden sich in Zürich Höngg, wo sie auch lebt. Eine Zeitlang unterhielt sie zudem ein Büro in Paris; sie wohnte zuvor zehn Jahre in der Stadt und hatte dort ihre Berufslaufbahn bei der Innenarchitektin Andrée Putman begonnen. Seit einigen Jahren gibt es einen weiteren Geschäftsstandort auf Mallorca, wo sie ein Ferienhaus hat; der Inselableger wird von einer Lizenznehmerin geführt. Kürzlich begann sie mit dem Aufbau einer von ihr entworfenen Möbel- und Objektreihe mit Namen «ID Collection». Iria Degen hat zwei Kinder.

«Puristisch und dennoch sinnlich»: So beschreibt Iria Degen ihre Entwürfe. Das würde aber auch als Beschreibung der Entwerferin durchgehen.

Hotel «Märthof», zusammen mit Burckhardt + Partner, Basel.

Privatwohnung in München.

Bürogestaltung Firma Hyrock, Schindellegi.

Thermalbad «Fortyseven», zusammen mit Mario Botta Architetti, Baden.

Bilder: Sorin Morar (1), Rainer Schär (3)

«Es gibt keine Limite. Wir haben schon fast alles gemacht, vom ZIRKUSWAGEN bis zum POP-UP-STORE, 454 Projekte in den vergangenen 22 Jahren.»

«Wo sehen Sie sich und Ihre Firma in vielleicht zehn Jahren?», habe ich Sie 2009 gefragt. «Man kann weiter das Gleiche gleich gut machen. Oder besser. Und entspannter», haben Sie geantwortet. Jetzt, dreizehn Jahre später, treffen wir uns wieder – wo stehen Sie mit Ihrer Firma?

IRIA DEGEN: Schön, dass Sie mich daran erinnern, man weiss ja nicht mehr alles, was man vor Jahren gesagt hat. Aber heute kann ich das bestätigen, wir sind genau in derselben Struktur und Grösse geblieben, es sind immer noch zwölf Mitarbeiter. Vor zwei Jahren, als wir das zwanzigjährige Bestehen unserer Firma feierten, sagte ich den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern: «Wir haben schon viel erreicht. Jetzt müssen wir vor allem dafür sorgen, dass wir die Freude an unserer Arbeit nicht verlieren und unsere Lockerheit bewahren, das ist zentral.» Und nicht einfach ein Projekt nach dem anderen durchziehen, weil wir es schon so lange machen.

Es ist ein grundsätzlicher Entscheid als Firmeninhaberin, ob man weiter im Geschäft arbeitet, in Ihrem Fall also Inneneinrichtungen et cetera entwirft, oder am Geschäft arbeitet, also das Unternehmen zu vergrössern versucht. Sie haben sich entschieden, weiter im Geschäft zu arbeiten, obwohl das manchmal als weniger bedeutsam gilt. Weshalb?

Wir haben unsere Firma natürlich auch stark weiterentwickelt, was von aussen vielleicht nicht immer wahrgenommen wird. Aber es stimmt, ich habe entschieden, dass ich nicht nur Managerin sein will, ich habe Freude an der Materie, an den Materialien, am Entwerfen, an den Kundenkontakten. Ich gebe aber auch vieles ab an Mitarbeiter, die sich bewähren. Doch für mich war immer klar, dass ich weiter an Projekten arbeiten möchte, mich in neue Gebiete vertiefen, aber auch weiter auf Messen gehen werde und so weiter. Weil mir das grossen Spass macht. Ich darf sagen: Ich lebe meinen Traum. Und der hat sich nicht verändert. Kommt dazu, und das tönt vielleicht überheblich, aber ich habe in den vergangenen zwanzig Jahren gelernt, dass ich gut bin auf dem Gebiet, auf dem ich arbeite. Es fällt mir leicht, meine Arbeit kommt an bei den Kundinnen und Kunden, und wir schaffen Mehrwerte.

Mein Eindruck ist, dass wer sich sein Haus, Ferienhaus, Geschäft et cetera von Ihnen einrichten lässt, kauft den Iria-Degen-Stil, ein berechenbares Ergebnis also. Oder gibt es auch Entwürfe, die man nicht als Ihre erkennt, weil Sie auf Traditionen des Orts oder spezielle Kundenwünsche und so weiter eingehen?

Ja, das ist so, wir stehen für einen bestimmten Stil, den man mit uns assoziiert. Und den unsere Kunden auch nachfragen, wenn sie mit uns arbeiten. Es ist aber nicht so, dass wir eine Routine entwickelt hätten und uns wiederholten. Das würde schon deshalb nicht gehen, weil wir von Anfang an offen waren bei der Annahme von Projekten, wir haben immer Privathäuser eingerichtet, aber auch öffentliche Gebäude. Und wir arbeiten oft im Ausland, was uns vielleicht unterscheidet von anderen Inneneinrichtern in der Schweiz, die mehr den Heimmarkt bearbeiten. In den vergangenen Jahren durften wir zudem immer mehr auch Produkte entwickeln; wir haben Badezimmermöbel entworfen oder Sessel und Tische für den Wohnbereich und anderes. Ich darf sagen: Es gibt keine Limite, wir haben schon fast alles gemacht, vom Zirkuswagen bis zum Pop-up-Store.

Ihre Firma heisst Iria Degen Interiors, Ihre Objektkollektion heisst ID Collection – wie erklären Sie's Kunden, wenn Iria Degen nicht persönlich ihren Auftrag erledigt?

Richtig, die Firma trägt meinen Namen. Aber wir sind seit vier Jahren eine AG (Aktiengesellschaft), und wir bauen verschiedene Bereiche innerhalb der Firma aus,

«Ich habe keine Marktforschung betrieben, als ich mich selbständig machte, und habe wohl tatsächlich zur richtigen Zeit auf den RICHTIGEN DAMPFER gesetzt.»

etwa die erwähnten Objekte. Mit anderen Worten: Wir arbeiten am Brand, an der Marke. Das ist die Chance, die wir haben. So ist es schon heute nachvollziehbar für unsere Kunden, dass ich nicht immer die bin, die einen Job selbst ausführt. Und darüber hinaus ergibt sich so die Möglichkeit, dass das Unternehmen weiterbesteht, wenn ich mich einmal nicht mehr persönlich darum kümmere. Weiter ist es so, dass öffentliche Auftraggeber weniger Wert darauf legen, dass sie mit mir persönlich zu tun haben. Aber auch Projekte von Privaten werden durch meine Mitarbeiter selbständig betreut. Und wenn's mich braucht, wenn ein Kunde mich sehen will, stehe ich natürlich zur Verfügung.

Haben Sie dieses *brand building*, den Markenaufbau, bei Ihrer Lehrmeisterin Andrée Putman gelernt? (Eine Inneneinrichterin und Designerin in Paris, bei der sie am Anfang ihrer Laufbahn arbeitete.)

Ja, das war zwar noch alles weit weg von meinem damaligen Leben und meiner Arbeit, aber ich bin dort auf die Ausgangslage aufmerksam geworden. Und später habe ich bei selbständigen Freundinnen und Bekannten gesehen, dass sich viele zu lange zu wenig damit beschäftigt haben. Wenn man ein Geschäft einmal weitergeben möchte, vielleicht an eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter, müssen schon früh dafür die Voraussetzungen geschaffen werden. Ich erlebe heute bei vielen Angestellten, dass ihnen ihre Work-Life-Balance sehr wichtig ist und der Anreiz, sich selbständig zu machen und Verantwortung zu übernehmen, manchmal nicht besonders ausgeprägt ist.

Vereinfacht gesagt: Vor zwanzig Jahren hat man das Haus oder Geschäft selbst eingerichtet, heute holt man einen Profi dafür. Täuscht mein Eindruck, oder ist Interior Design eine Boombranche?

Richtig, diese Entwicklung hat stattgefunden. Und das ist zu einem Teil auch mein Glück. Denn ich habe keine Marktforschung betrieben, als ich mich vor 22 Jahren als Inneneinrichterin selbständig machte, um meine professionelle Ausrichtung darauf abzustützen. Ich habe wohl tatsächlich zur richtigen Zeit auf den richtigen Dampfer gesetzt; Inneneinrichtungsmessen, die «Maison & Objet» etwa, die ich oft besuche, wurden vor rund 25 Jahren gegründet, die meisten Einrichtungszeitschriften sind zu dieser Zeit entstanden, und die *coffee-table books* über Einrichtungsstile et cetera gab's vorher auch noch nicht in diesem Ausmass. Ein kleiner Nachteil dabei ist vielleicht, dass viele Leute meinen, sie seien eigentlich auch Interior Designer, zumindest im Nebenamt. Aber über alles gesehen, ist es natürlich eine gute Sache für uns, wenn immer mehr Leute mehr Interesse und höhere Ansprüche an Einrichtungen und Objekte haben. Dadurch kommen wir auch zu neuen Aufträgen. Regelmässig melden sich etwa Schreiner bei uns und sagen, ihre Kunden hätten Anforderungen, die sie nicht erfüllen könnten, sie seien Handwerker und nicht interessiert daran, Konzepte zu entwerfen oder Storytelling zu betreiben. Da kommen wir dann zum Zug.

Schliessen wir, wie wir begonnen haben – wo sehen Sie sich und Ihre Firma in noch einmal zehn Jahren?

Dann muss feststehen, wie genau es weiterläuft mit der Firma. Das möchte ich nicht anbrennen lassen, wie gesagt. Und darum arbeite ich schon heute an diesem Fernziel. Weiter wird dann meine heute noch kleine Tochter zwanzig sein – und wer weiss, vielleicht interessiert sie sich ja fürs Geschäft. Auf jeden Fall stelle ich mir vor, dass ich mir die Rosinen rauspicken, also noch mehr das machen werde, was ich am liebsten tue. Vielleicht werde ich auch schon mehrheitlich auf Mallorca sein und nur noch nach Zürich kommen, wenn's mich wirklich braucht. Kurz, ich hoffe, noch weniger *must-dos* und noch mehr *want-to-dos* in meinem Tag zu haben.

Blick ins Büro von
Iria Degen Interiors
in Zürich Höngg.