

Atelierluft und Werkstattreiben im 19. Arrondissement. Acetatfarbmuster an den Wänden in einem Loft in Bagnolet. Ein stylischer Showroom für Brillenchic im Marais. Dies sind die Welten von Lucas de Staël, Caroline Abram und Jérémy Tarian. OPTIC+VISION besuchte die drei Pariser Brillendesigner. Junge, couragierte Entrepreneurinnen und doch geerdet, gehen sie ihren Weg und kultivieren ihren Designstil.

Handmade in Paris. Lucas de Staël. Dieser Eindruck im Brillenbügel zeugt von einem Primat. In der Rue d'Aubervilliers liegen Designatelier und Werkstatt, in denen die Brillen der beiden Labels Lucas de Staël und Undostrial von Hand gearbeitet werden. Das Rüstzeug gab dem Designer ein Studium an der Pariser Hochschule für Industriedesign. Sieben Tage in der Woche besuchte er Workshops für Metall, Holz, Kunststoffe, Foto, Video, Siebdruck. „Wir hatten die besten Maschinen und konnten die Nächte durcharbeiten.“ Auch heute arbeitet er viel, die Kollektionen verkaufen sich immer besser. Vor allem die Fassungen aus hochwertigen Materialien wie Leder und neuerdings Stein. Entsprechend engagiert sind seine Mitarbeiter bei der Sache: Handarbeit erfordert höchste Konzentration. Ihre Stärke sei das Produktkonzept, die Innovation der handwerklichen, vor allem manuellen Herstellungsverfahren. „Die Lederlieferanten geben Ratschläge, aber davon können wir nur 20 Prozent umsetzen. Wir finden eigene Lösungen, damit das Ergebnis anders ist.“ Die Investitionen in die Rohmaterialien seien hoch. Er zeigt mir ausgewählte Lederstücke und geht in die Materie: „Dies ist natürliches Leder von französischen Rindern. Eine Lederbrille hat alle Vorteile dieses wunderbaren Materials und ist sehr gut anpassbar. Auch verändert sich die Brille nicht, ihre Basis ist aus rostfreiem Edelstahl.“ Wir bleiben an einem Arbeitsplatz stehen, wo die Ränder der Lederbrillen mit einem japanischen Wattestäbchen nachgefärbt werden. Das sei besser als französische, lächelt Lucas.

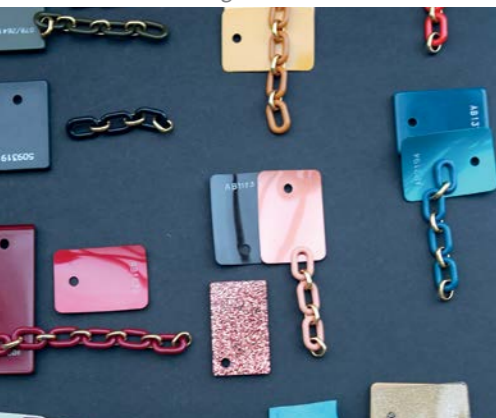
Vier Kollektionen führt er mit seinem Premiumlabel: Minotaure, Petrus, Monsieur Seguin und die Neuheit Stratus: Edelstahl mit einer 0,2 mm Steinschicht verkleidet, das Bügelinnere ist aus Leder. Das hauchdünne Gestein aus Schiefer oder Granit wird in feinsten Schichten geliefert und verarbeitet. Zu jeder Kollektion gibt es eine Story. So die von Monsieur Seguin und seiner Ziege. Die Brillen aus Vollleder sind eine Hommage an die Erzählung von Alphonse Daudet. Ein Stück über die Freiheit. Freiheit hat wiederum viel mit ihm, seiner Arbeit und dem Firmen- und Markennamen zu tun.

Fotos untere Reihe (v.l.n.r.):
 French Chic: Caroline Abram
 Neo-Avantgarde: Jérémy Tarian
 Handwerkstradition und Innovation: Lucas de Staël
 Foto rechts: Lucas de Staël: „Unseren Brillen sieht man die Zeit an, die wir aufwenden.“

„Ich bin kein Industriedesigner, ich bin Undostrial-Designer!“ Back to the roots, von der seriellen Produktion zurück zur handwerklichen Kunstfertigkeit. Sogar spezielle Maschinen und Werkzeuge werden selbst gebaut und nach ihren Anforderungen adaptiert. Die Auszeichnung der Pariser Handwerkskammer Métiers d'Arts bestätigt die handwerkliche Qualität. 2006 hat er sein Unternehmen gegründet. Sein Wunsch: „Wir wachsen langsam, aber gesund.“ ▶



Text: Angela Mrositzki



Fotos: Tarian, Lucas de Staël, Angela Mrositzki



Caroline Abram. Ihr Brillen- und Accessoiresdesign spielt mit immer wieder frischen Farbkombinationen



Material und Farbe bestimmen die Form: Jérémy Tarians Designs überraschen

Wir haben neue Projekte und werden darauf achten, dass wir unsere Identität und unsere festen Wurzeln behalten.“

Nach der Auszeichnung mit dem Silmo d'Or für ihre Kinderbrillen herrschte am Stand von Caroline Abram Hochbetrieb. Ihre Mutter, eine bekannte Pariser Optikerin und Optometristin, half aus. Auch Caroline ist Augenoptikerin. Die Eltern, der Vater arbeitet als Augenarzt, gingen kurz vor ihrer Geburt für ein Non-Profit-Projekt in den Senegal, um dort Menschen mit medizinischer und optischer Hilfe zu versorgen. „Sie zogen mit einem Truck von Dorf zu Dorf, mein Vater operierte Patienten, meine Mutter machte Augenuntersuchungen.“ Ihr Vater lebt noch heute im Senegal, Mutter und Tochter kehrten zurück nach Paris, wo Mitte der 1970er Jahre ihr erstes Optikgeschäft nahe der Moulin Rouge eröffnet wurde. Ihre Mutter habe ein gutes Gespür, wie ein Geschäft zu führen sei, sagt Caroline. Auch sie selbst sei von ihrem

und die Brille soll meinem Stil entsprechen.“ Frauen, ist sie überzeugt, möchten schön aussehen und sexy! Dazu gehöre eben auch die Brille im Zusammenspiel von Kleidung, Gesicht und Frisur.

2007 bringt sie dann ihre erste eigene Kollektion heraus – gegen den Trend ausschließlich mit Cat-Eye-Modellen von klein bis groß, sehr farbig, aber im Design schlicht und elegant, ohne Bling-Bling, wie sie sagt. „Wirklich verstanden haben das meine Kollegen damals nicht, aber die Brillen verkauften sich trotzdem sehr gut.“ Wenn ihr jemand ein tolles Acetat zeige, werde sie crazy, lacht Caroline. Ihre Ideen zu einem Design seien intuitiv. „Ich sehe irgendwas und zeichne es auf. Und manchmal ist die erste Idee besser als das Endresultat.“ Anfangs dachte sie, ihre Kollektion würde eher bei älteren Damen ankommen, bis eine junge 18-jährige Kundin im Geschäft zu ihr sagte: „Your frame rocks!“ Der Tragekomfort ihrer Brillen sei mit der wichtigste Aspekt. „Klar, ich bin Optikerin!“

lacht sie. Die letzte Silmo war grandios, plötzlich wollten alle ihre Brillen – „sehr aufregend!“ Caroline zeigt mir die Kollektion zusammen mit Ketten und Brillenanhängern aus Acetat. Auch die entwirft sie selbst. Brillen- und Accessoiresdesign sind Ausdruck ihres feinen Gefühls für das Kolorit. „Farbe ist nicht

„Farbe ist nicht einfach nur Farbe, jede Farbe wirkt auf die nebenstehende.“

beruf erfüllt. Brillen begeistern sie, weshalb sie für den Einkauf der Fassungen zuständig war. „Ich ging auf die Messen, fand aber nie hundertprozentig das, was ich selbst gern aufsetzen würde.“ Bei unserem Gespräch trägt sie eine schlichte doch ebenso elegante schwarze Acetatfassung zu einem schwarz-weiß gemusterten Designerkleid. „I'm a pretty girl“, lächelt sie selbstbewusst. Mit Brille habe sie noch schöner aussehen wollen und nicht lustig, intelligent, modisch oder exzentrisch. „Ich möchte ich selbst sein

einfach nur Farbe, jede Farbe wirkt auf die nebenstehende“, erklärt sie ihre teils kräftigen, an afrikanische Farbfantasien erinnernden Kombinationen.

Erst spät verlassen wir ihr Büro. Das sei normal, sagt sie zum Abschied. Ihr Unternehmen sei klein, sie selbst in alles involviert. Trotzdem bleibe genug Zeit für die Familie. „Ich bin eine Self-made-Woman und arbeite sehr fokussiert.“ Supermutter und

Supergeschäftsfrau, das wisse sie, sei nicht möglich. „Man kann nicht in allem perfekt sein. Aber meine Kinder werden mich trotzdem lieben.“

Abends darauf bin ich mit Jérémy Tarian in seinem Showroom in der Rue Dupetit Thouars im Haute Marais verabredet, im gehobenen Marais, lacht er. Studio mit stylischem Ambiente, ausgewählte Fassungen und Sonnenbrillen sind wie in einer Boutiqueauslage arrangiert. Im oberen Raum liegt das Büro, essenziell eingerichtet, mehr eine Denk- und Schaltzentrale für den jungen Designer. Von hier aus managt er sein One-Man-Unternehmen, fährt alle zwei Wochen in die Fabrikation ins französische Jura, wo die Prototypen gefertigt, die Kollektion gelagert und die Brillen verschickt werden.

Wir machen es uns auf dem Sofa bequem. Jérémys leise, weiche Stimme vermischt sich mit kubanischen Rhythmen des Buena Vista Social Club. In entspannter Atmosphäre plaudern wir über ihn, dessen Nachname eigentlich Miklitarian ist. Und der alles wollte, nur nicht seinem Vater Alain – mit seiner Marke Mikli eine Ikone des Brillendesigns – nacheifern. Sohn Jérémy schlägt mit dem Label Tarian seinen eigenen Weg ein. Sein Konzept ist eigenwillig: „Es gibt pro Modell nur eine Auflage von 500 Brillen, jede ist im Bügel mit ‚Limited Edition‘ und der laufenden Nummer gekennzeichnet. Es gibt auch nur einen Preis. Die Kollektion ist klein und die Modelle sind nie länger als ein- bis eineinhalb Jahre aktuell.“ Wo andere von Exklusivität reden, setzt er sie mit seinem Konzept durch. Voilà! Studiert habe er Finanzwesen in Paris, Köln und Berlin. Über ein Stage bei IC Berlin und ein Zusatzstudi-

um an einer New Yorker Designschule näherte er sich dann doch der Brille und dem Designprozess an. Es sei die Herausforderung gewesen. Die hat er angenommen und seinen eigenen Stil im Brillendesign entwickelt: ausdrucksstarke Formen, ganz fein ausgearbeitet. Er spielt mit Asymmetrien und mit Materialraffinesse, vornehmlich über wunderschöne Acetate aus den Altbeständen von Mazzucchelli. Auch Metall findet Verwendung, immer aber in der

„Ich mag es, wenn meine Ideen sich frei entfalten können, um eine Geschichte zu erzählen.“

Kombination mit Acetat. Die Besonderheit der Texturen und der Farbwirkungen suggerieren ihm die Form. „Wir wählen erst das Acetat aus und entwerfen danach das Fassungsdesign. Von der Farbe zur perfekten Form.“

Nach dem ersten Silmo d'Or 2012 gehört er zu den Newcomern der Neo-Avantgarde. Er hat viele Projekte laufen. Tarian+ ist sein Label für Kollaborationen mit Designern und Künstlern, so mit der in Berlin ansässigen Judith Sönnecken. An der Designhochschule in Genf gibt er Workshops in einer Meisterklasse. Der Austausch mit jungen Designern sei inspirierend für seine eigene Arbeit. Die ist frei und nicht zementiert in einem bestimmten Stil. Wie auch die gesamte Kommunikation, die Motive der auffallenden Werbekampagnen. Blumenbouquets, Pappnasen, Haarkreationen und zuletzt Füße. Kreativität, Humor und Charme gepaart mit Pariser Eleganz und Stil. Nach unserem abendlichen Gespräch kann ich sagen: Das ist er, Jérémy! ■