

# Stephane Parmentier – der Möbelschöpfer



Luxuriöse Materialien, raffinierte Details und klare Formen: Was den Designer Stéphane Parmentier schon zu Modezeiten bei Givenchy und Lanvin faszinierte, zeichnet heute seine elegant durchdachten Interior-Welten aus.

Text Sarah Lau

**N**ein, in Hamburg oder Berlin sei er noch nicht gewesen, dafür kenne er Trier und Stuttgart. »Meine Großmutter stammt aus der Region, deswegen kann ich auch noch ein ganz klein bisschen Deutsch«, eröffnet Stéphane Parmentier das Gespräch und klärt nebenbei mit der Bedienung, wie groß das allergrößte Wasser ist, das man hier in dem kleinen Pariser Café bestellen kann. Er wird viel reden heute. Schließlich hat Monsieur gleich zwei spannende Leben, von denen es zu erzählen gilt. In seinem ersten war der Franzose in der Fashionbranche tätig. Es fallen Namen wie Karl Lagerfeld, Lanvin, später dann Givenchy, wo er zuständig für die Ready-to-wear-Kollektion der Damen war, und Claude Montana, den er als Artistic Director unterstützte. Unter eigenem

Namen verkaufen sich seine Entwürfe in Luxuskaufhäusern wie Saks Fifth Avenue; und dann kam dieser Tag, an dem er gebeten wurde, die First- und Business Class von Singapore Airlines zu redesignen. »Sie ahnen nicht, wie sehr mich die Luftfahrt fasziniert. Wenn ich an ein Sinnbild für mein Leben denke, entscheide ich mich für den Propeller. Ich liebe, dass hier alles – vom Logo bis zur Armlehne durchdesignet ist, eine eigene Welt!« Dass Parmentier sich 2002 dann vollkommen der Interior-Welt verschreibt, ordnet er folgendermaßen ein: »Viele Dinge in meinem Leben passieren aus einem Gefühl heraus. Das hat mehr mit meinem Bauch als meinem Verstand zu tun. Ich habe gelernt, meiner inneren Stimme – ich nenne sie Jiminy Cricket, wie die kleine schlaue Grille bei Pinocchio – zuzuhören. Und für die war irgendwann selbstverständlich, dass ich aus der Fashion- in die Interior-Branche wechseln sollte.« Denn natürlich sei der Druck im Laufe der letzten Jahre arg gestiegen – Stichwort: *Fast Fashion* – Kollektionen wie vom Fließband seien der Normalfall. Einrichten sei vergleichsweise langlebig, man habe mehr Zeit für die

**1/** Interior-Installation in Mailand, 2019: Reduktion auf das Wesentliche – die Eleganz. **2/** Zoom: die Wandleuchte *Timide* für Pouenat. Aus Alabaster mit patiniertem Messing und Satinlack.

© POUENAT

**Rechte Seite** Stéphane Parmentier war Modedesigner für Luxusbrands und sagt: »Man kann Luxus entwerfen, ohne blasiert durch die Welt zu laufen.«

© FRANCOIS GOIZÉ





1

2

3

4

5

6

1/ Sessel aus der limitierten Puglia Collection für Gallipoli. 2/ Parmentier entwirft mittlerweile immer öfter für Privatkunden, hier ein Pariser Apartment. 3/ Das dazugehörige Wohnzimmer – Messing und große Sitzmöbel sind typisch für Parmentiers Stil. 4/ Hocker Torre aus Lavagestein, ebenfalls aus der Puglia Collection. 5/ Spiegel Atari Albers für Rabitti, 1969. 6/ Die Kontrolltürme des Pariser Flughafens Roissy inspirierten Parmentier zu diesen Beistelltischen für Ormond.

© GIOBAGNARA, LUXPRODUCTIONS (5)



Produktentwicklung, und natürlich bleibe ein Sofa auch ein paar Jahre länger bei seinem Besitzer als die Bluse in einer aktuellen Trendfarbe. »Dennoch sage ich Danke an die Mode – für alles, was sie mir beigebracht hat. Die Art, wie ich arbeite, wie ich denke und verhandle, habe ich durch sie gelernt. Bissig und schnell zu sein und auf Details zu achten, die darüber entscheiden, ob ein Stück großartig oder mies ist – das kommt mir heute zugute.«

**Detailverliebt bis zur Bio-Sonnencreme**

Parmentier denkt gern groß, auch deswegen liegt ihm Interior so. Und dabei ist es egal, ob er gerade als Creative Director Brands wie Giobagnara und den Concept Store The Webster unterstützt, oder ein ganzes Domizil einrichtet – er dringt einfach immer gern tief in die Materie ein, nicht selten, bis ihm der Kopf schwirrt. Wer so hingebungsvoll arbeitet, wird belohnt. So hat einer seiner Klienten dem Designer auch schon mal einen Hauskauf samt kompletter Inneneinrichtung übertragen. Jackpot? Ja und nein. »Es klingt so glamourös, aber unterschätzen Sie nicht die

Verantwortung, die ein solcher Auftrag mit sich bringt.« Zwei Jahre widmete sich der 53-Jährige akribisch dem Domizil. Er entwarf Möbel, suchte Farben aus, kaufte einen 54er-Porsche, stellte Bio-Sonnencreme für die Kinder ins Bad und Playlists zusammen: »Eine zum Aufwachen, eine fürs Frühstück, die richtige Musik für den Pool, eine, um Liebe zu machen, eine, um mit Freunden Partys zu feiern.« Als der Tag der finalen Präsentation kam, war Parmentier vor Aufregung krank. »Mein Klient stieg aus seinem Wagen, warf einen Blick auf den Vorgarten und sagte nur: »Ein guter Anfang.« Zum Glück fand er den Rest dann auch wunderbar!« Dass Parmentier diese Geschichte bislang für sich behalten wollte, passt. Nichts liegt ihm ferner als unfeines Protzen. »Ich erzähle Ihnen diese Geschichte nur, um meine Detailverlietheit zu unterstreichen.« In der funktionalen Welt des Designs sei es ja leider ziemlich verpönt, dekorative oder elegante Dinge zu entwerfen. »Viel zu bourgeois! Ich aber habe keine Angst vor dem Wort »elegant«. Im Gegenteil – ich habe einfach einen natürlichen Zugang dazu.«

1/ Für Hermès entwarf Parmentier 2012 einen Pop-up-Store für Damenschuhe. Natürlich dominierte hier die Signatur-Farbe des Labels, Orange. © LUXPRODUCTIONS 2/ Verschiedenfarbige Tablettis Enzo Rally mit Lederintarsien. Für Giobagnara. © GIOBAGNARA