



Leben



in

Farben

Die Designerin India Mahdavi sammelt seit ihrer Kindheit Farbeindrücke.

Aus ihnen entwirft sie Interieurs, die sie weltberühmt gemacht haben. Ein Gespräch über satte Töne, Gastfreundschaft und fehlende Visionen

Technicolor world India Mahdavi began absorbing colorful impressions as a child and now uses them in her world-famous interior designs. We met her in her studio in Paris and talked about the language of color, hospitality and a lack of vision

Die Architektin und Designerin India Mahdavi gehört zu den Superstars ihrer Zunft. Bekannter als sie selbst sind aber ihre Interieurs, die auf Instagram auf Heavy Rotation laufen: der fluffig-elegante Speiseraum in Marshmallow-Pink des Londoner Restaurants The Gallery at Sketch zum Beispiel. Oder die Innenausstattung der französischen Nobel-Konditorkette Ladurée in Genf, Tokio und Los Angeles. Oder zahlreiche ikonische Hotels wie das Claridge's in London und das Monte-Carlo Beach in Monaco. Mit ihren überwältigenden Farbeffekten aus monochromen Flächen und in außergewöhnlichen Kombinationen hat Mahdavi vor 20 Jahren den Spaß und den Willen zur Inszenierung in das Interieurdesign zurückgebracht. Sie selbst geht mit gutem Beispiel voran und empfängt in orangefarbener Bluse auf einem lila Samtsofa sitzend in ihrem Pariser Atelier. In den verwinkelten Räumen herrscht reges Treiben: Am Abend wird Mahdavis erste Kollektion mit dem traditionsreichen Pariser Wandfarbenhersteller Mériguet-Carrère gelauncht. Wenn es nach dem Willen der Designerin geht, soll nun auch privat das bunte Zeitalter anbrechen.

Frau Mahdavi, Sie sind im Iran geboren, in den USA und Frankreich aufgewachsen und haben kurz in Deutschland gelebt. Welche farblichen Eindrücke haben Sie aus den jeweiligen Ländern mitgenommen?

Als ich in die USA zog, war ich noch klein, und damals, Mitte der 1960er-Jahre, war der Farbfernseher die große Erfindung. Schon morgens liefen dort Tex-Avery- und Walt-Disney-Cartoons in diesen poppigen Tönen. Für mich gibt es eine Verbindung zwischen diesen Farben und meinem Kindheitsglück. Von den USA zogen wir nach Heidelberg, und das war so, als hätte jemand den Kanal von Farbe auf Schwarz-Weiß gewechselt. Für meine Familie war das nicht das Richtige. Deshalb zogen wir nach Südfrankreich. Damit kam der Sonnenschein in mein Leben zurück und dazu die französische Kultur, die völlig anders war als alles, was ich bis dahin erlebt hatte. Als Kind musste ich das alles verarbeiten, und bei mir geschah das vor allem durch das Malen.

Ihr besonderer Sinn für Farben vermittelt sich auch über die Sprache. Ihre Wandfarben tragen Namen wie "Je rougis" (ich erröte), "Voyage au bout de la nuit" (Reise ans Ende der Nacht) oder "Subway" (U-Bahn). Wie kommen Sie darauf? Wenn ich mir Farben anschaue, habe ich stets eine Assoziation, die über das Unmittelbare hinausgeht. Ich mag es, wenn sie eine Persönlichkeit haben. Für mich sind Farben wie Menschen, und ich erwecke sie zum Leben – auch durch Sprache. Gibt es schwierige Persönlichkeiten unter den Farben?

Die Schwierigkeit liegt darin, wie man sie miteinander kombiniert. Darum geht es mir. Denn Räume sind ja nicht leer. Möbel, Kunst, alles muss berücksichtigt werden, und Farbe ist

»Poppige, knallige Farben gehören zum Glück meiner Kindheit«

EN > The architect and designer India Mahdavi is one of the superstars of her trade, but her interiors, which feature heavily on Instagram, are arguably even better known than she is. For instance the elegant dining room in fluffy marshmallow pink at the London restaurant The Gallery at Sketch; or the interior of the upmarket French confectionery chain Ladurée in Geneva, Tokyo and Los Angeles; or the decors of many iconic hotels, including Claridge's in London and the Monte Carlo Beach in Monaco. Twenty years ago, Mahdavi put the fun and drama back into interior design by using striking colors against monochrome backgrounds and eccentric combinations. Receiving us at her Paris studio today dressed in an orange blouse and seated on a purple velvet sofa, she is her own concept personified. The studio's many rooms are buzzing with activity as everyone prepares for the launch of the first collection Mahdavi has created in collaboration with the Parisian paint company Mériguet-Carrère. If Mahdavi has it her way, the age of color will soon be dawning in our homes.

Ms. Mahdavi, You were born in Iran, raised in the United States and France, and lived for a brief spell in Germany. What colors made a lasting impression on you in those countries? I was still very young when I moved to the United States, but back then, midway through the sixties, color TV was the great invention. Brightly colored Tex Avery and Walt Disney cartoons were already flitting across the screen in the mornings. For me, those vivid colors are closely associated with childhood happiness. We moved from the States to Heidelberg in Germany, and it was as though someone had switched the station from color to black-and-white. It wasn't the right move for our family, and so we relocated to the South of France. That's when sunshine came back into my life along with the French way of life, which was so very different from anything I had experienced up to then. As a child, I had to process all of this, and it was mostly painting that helped me.

You also express your particular sense of color with language. Your wall colors have names like "Je rougis" (I'm blushing), "Voyage au bout de la nuit" (Journey to the end of night) and "Subway." How did you come up with them?

When I look at a color, I always connect it with something more than the immediately obvious. I like them to have a personality. For me, colors are like people, and I awaken them to life – also through language.

Are there any difficult characters among the colors?

The difficulty is deciding how to combine then. That's what fascinates me. Rooms are not just empty spaces; you have to take furniture, artworks and everything else into account – and color is just one element among many. The whole thing is like a recipe. A single ingredient doesn't make a cake.

Many people considering using bright colors on their walls worry about making mistakes. What's your advice?
Interior decoration is like fashion, meaning it's easier to wear black than colors because then you have to make sure everything matches. That's why I developed my paints. Even whites are complicated. There's a different white for north-facing

Showroom: In der Pariser Rue Las Cases stellt die Designerin in mehreren Räumen ihre farbgewaltigen Interieurs aus

> Burst of color: Just one of the designer's interiors on display at her showroom on Rue las Cases in Paris



nur ein Element von vielen. Das Ganze ist wie ein Kochrezept. Eine Zutat macht noch keinen Kuchen.

Viele Leute, die Farbe an die Wände ihrer Wohnung bringen wollen, haben Angst, Fehler zu machen. Was raten Sie?

Das ist in der Raumgestaltung wie in der Mode: Es ist einfacher, sich schwarz anzuziehen, als sich bunt zu kleiden. Dann muss nämlich darauf geachtet werden, dass alles gut zueinander passt. Deshalb habe ich meine Farben entwickelt. Sogar Weißtöne sind kompliziert. Da gibt es ein Weiß für den nach Norden ausgerichteten Raum und ein Weiß für den nach Süden ausgerichteten. Das Nordweiß ist weißer, im Südweiß ist ein Hauch Beige. Ein weiches Pink ist immer toll im Schlafzimmer.

Unabhängig von der Farbwahl wecken Ihre Interieurs stets Freude. Lässt sich gute Laune planen?

Ja, ich kann das. Dazu kommt eine Prise kalkulierte Nostalgie, die sich auf die glücklichen Jahre meiner Kindheit bezieht. Ich sehe auch Referenzen zum "Hollywood-Regency-Stil", zum unbeschwerten Glamour aus der Blütezeit der Filmstudios. Auf jeden Fall. Mein Stil ist kinematografisch und auf gewisse Weise sogar comichaft, stilisiert und vereinfacht. Es ist eine übertriebene Realität, in der jeder der Schauspieler seines eigenen Films sein kann.

Sie haben die Interieurs zahlreicher Hotels entworfen und damit auch eine neue Ära des Reisens eingeläutet.

Mir ging es darum, Gastfreundschaft neu zu erfinden, um den Austausch zwischen den lokalen Besonderheiten und dem Gast zu fördern. Das erste Hotel, das ich unter meinem eigenen Namen eingerichtet habe, war vor 20 Jahren das Townhouse Hotel in Miami. Es war eines der ersten schicken, aber günstigen Hotels, und es hatte viele witzige Elemente: Zum Beispiel war die Dachterrasse zu klein für einen Pool, deshalb stattete ich sie mit übergroßen roten Wasserbetten aus, die mit Sprinklern berieselt wurden. Es gab keinen Speisesaal, sondern eine Küche, in der die Gäste sich am Büfett bedienen konnten.

Klingt so, als hätten Sie das Millennial-Hotel erfunden.

Es war supermodern für diese Zeit. Und darauf folgten viele weitere Hotels. Ich möchte mit dem Interieur eine Geschichte erzählen und den Flair des Ortes übersetzen. In Miami war das Motto "Meer, Sex und Sonne" gepaart mit einem Schuss Neu-England. Bei meinen Hotelprojekten habe ich außerdem darauf geachtet, mit lokalen Handwerkern zusammenzuarbeiten und eine kleine Boutique einzuplanen, in der kunsthandwerkliche Souvenirs und Objekte verkauft werden. Ich mag es, wenn Hotels kleine, kulturelle Zentren sind.

Heutzutage gehören derlei Designkonzepte in der ambitionierten Hotellerie zum guten Ton. Sie haben sich jedoch aus dem Geschäft etwas zurückgezogen.

Ich werde immer noch angefragt, aber früher wurde ich von Hoteliers mit einer starken Vision beauftragt, die wir gemeinsam weiterentwickelten. Heute steht die gesamte Architektur schon fest, und dann möchte man, dass ich die Dekoration mache. Die Hotelbranche hat sich zu einer Industrie entwickelt. Oft geht es nur noch um schnell und günstig.

Ihr Stil ist inzwischen oft kopiert worden.

Ja, das ist ein Problem. Aber in Frankreich heißt es: "Kein Erfolg ohne Kopie." Es ist ärgerlich, aber man muss einfach weitermachen.

»Happily, my childhood was filled with bold, bright colors«

EN > and south-facing rooms. The north one is whiter, the south one has a touch of beige. A soft pink always looks good in a bedroom.

Irrespective of the colors you opt for, your interior designs are always joyful. Is it possible to set the scene for a happy mood? Yes, I can do that. I add a pinch of calculated nostalgia drawn from the happy years of my childhood.

I can also see references to the Hollywood Regency style, the carefree glamour of the film studios' heyday.

Absolutely. My style is cinematographic and to a certain extent cartoonish, stylized and simplified. It's an exaggerated reality in which everyone can be an actor in their own film.

You designed the interiors of a number of hotels and with them, sparked a new era of travel.

I wanted to reinvent hospitality, to promote an interaction between the location and the guests. The first hotel I decorated under my own name was the Townhouse Hotel in Miami; that was 20 years ago. It was one of the first smart, but low-budget hotels, and it had lots of quirky elements: The roof terrace was too small for a pool, for example, so I filled it with huge red water-beds and sprinklers. Instead of a dining room, it had a kitchen with a self-service buffet for the guests.

It sounds like you invented the millennial hotel.

It was ultramodern for the time. I did many more hotels after that. When I design an interior, I want it to reflect the atmosphere of the location and what sets it apart; I want it to tell a story. In Miami, the motto was "sea, sex and sun" coupled with a shot of New England. In my hotel projects, I always insist on working with local craftspeople and including a small store for artisan souvenirs and handicrafts. I like hotels to be miniature cultural centers.

Design concepts such as these have become the norm. But you don't seem to be doing as much in this line of business nowadays.

The offers still come in, but they used to be from hoteliers with a powerful vision that we would develop together. Today, the entire architecture is already set in stone, and they just want me to come in and do the decor. The hotel sector has turned into an industry. Often, the main priorities are to do things fast and do them cheaply.

Many people have imitated your style...

Yes, that's a problem. But there's a saying in France that goes roughly like this "Every success has its copy." That's annoying, but you just have to keep going.



Am Eingang ihres Studios empfängt Mahdavi in lässiger Pose als 3-D-Figur > Mahdavi posing casually as a 3D figure at the entrance to her studio

Worauf achten Sie bei der Gestaltung von Privathäusern?

Sie sind wie Porträts. Ich muss verstehen, wer die Bewohner sind, wie sie leben wollen. Dann höre ich auf das Gebäude – auch das hat viel zu erzählen. Es ist wie eine Gleichung, die am Ende aufgehen muss.

Gibt es in Ihrem Haus etwas, das Sie bisher nirgendwo anders realisieren konnten?

Meine Wohnung in Paris beherbergt vor allem Sedimente meines Lebens. Es gibt in dem Sinn keine Dekoration. Aber soeben habe ich mir ein Haus in Arles gekauft. Hier werde ich versuchen, meine Arbeit noch mal anders auszudrücken. Was mich interessiert, ist der Rhythmus des Raumes. Gestalter wie ich sind in der Regel empfänglicher für solche Energien. Man reagiert extremer auf positive wie negative Schwingungen.

Welche Räume sind für Sie problematisch?

Flughäfen zum Beispiel. Da wäre bei vielen noch ein gestalterisches Upgrade möglich – nicht nur für die VIPs.

Was würde das Wohlgefühl der Reisenden denn verbessern? Die Materialien und Farben, die an Flughäfen genutzt werden, sind äußerst unpersönlich. Am Pariser Flughafen Charles de Gaulle habe ich das Restaurant "I love Paris by Guy Martin" entworfen, und da wurde mir erst einmal klar, mit wie vielen Regulierungen man es vor Ort zu tun hat. Aber es ist machbar. Was empfehlen Sie für gute Schwingungen auf Reisen?

Meine Decke "Every day, everywhere". Sie ist aus nepalesischem Kaschmir, und es gibt sie in verschiedenen Farben. Vor allem aber kann man sich richtig gut in sie einkuscheln.

India Mahdavi

Die 57-Jährige wurde in Teheran geboren, studierte Architektur an der École des Beaux Arts in Paris und arbeitete eng mit dem französischen Interieurdesigner Christian Liaigre zusammen. Mit ihm realisierte sie unter anderem die Gestaltung des Mercer Hotels in New York. 1999 machte sich Mahdavi selbstständig. Sie lebt und arbeitet in Paris.

Born in Tehran, 57-yearold India Mahdavi
studied architecture at
the École des Beaux Arts
in Paris and went on to
work closely with the
French interior designer
Christian Liaigre.
Projects on which they
collaborated include the
design of the Mercer
Hotel in New York. In
1999, Mahdavi opened
her own studio. She lives
and works in Paris.

EN > What do you focus on when designing private homes?

They are like portraits. I need to understand who the people are and how they want to live. Then I listen to the building – it also has a lot to tell me. It's like an equation that ultimately has to be solved.

Is there anything in your house that you haven't been able to do anywhere else?

My Paris apartment houses the sediments of my life. That's the main thing, so there's no decoration as such. But I have just bought myself a house in Arles and there, I'm going to try and express my work in a different way. What interests me is the rhythm of a space. Designers like me are generally susceptible to such energy. Our responses to both positive and negative vibes are more extreme than other people's.

What spaces do you consider lacking in style?

Airports, for example. Many could do with a creative upgrade – not just for the VIPs.

What would improve travelers' wellbeing, would you say?

The materials and colors people choose for airports are highly impersonal. I did the design for "I love Paris by Guy Martin," a restaurant at Charles de Gaulle Airport in Paris. That experience brought home to me for the first time just how many regulations apply there – but they can be accommodated.

What do you recommend for good vibes on the move?

My cozy blanket "Every day, everywhere." It's made from Nepalese cashmere and comes in a range of colors. But the best thing about it is that it's gorgeously soft and snug.