**Vier Fragen an Philippe Starck**

**Über die Evolution der ikonischen Starck Tonne und die Philosophie hinter dem zeitlosen Design**

* **Designklassiker nach 30 Jahren modernisiert**
* **Zeitlosigkeit durch Reduktion auf das Wesentliche**
* **Langlebigkeit und funktionale Eleganz**

Zum 30-jährigen Jubiläum der legendären Starck Tonne präsentiert Duravit in Zusammenarbeit mit Philippe Starck eine überarbeitete Version des Designklassikers. Ursprünglich als typologische Revolution gefeiert, zeigt das Design heute, wie sich mit glänzenden und matten Keramiken, neuen Lacken und der innovativen c-bonded Technologie Form und Funktion in einem harmonischen Gesamtwerk vereinen.

Philippe Starck gibt Einblicke in die Prinzipien, die die Evolution seines Designs prägen, und erklärt, wie Langlebigkeit und Nachhaltigkeit zu den zentralen Werten seiner Arbeit gehören.

**1. Herr Starck, was hat Sie dazu bewegt, das Design der ikonischen Starck Tonne nach 30 Jahren neu zu interpretieren?**

Diese Neuauflage ist mehr eine Auffrischung als eine Neuinterpretation. Das minimalistische und essenzielle Design bleibt unverändert, inspiriert von den Ursprüngen der Menschheit. Die Tonne verkörpert im Wesentlichen einen Eimer – das einfachste und effizienteste Gefäß zur Aufbewahrung und Nutzung von Wasser im Haushalt. Ein zeitloses Design, das nun durch modernste Technologie, innovative Materialien, elegante Oberflächen und eine breite Farbpalette neu interpretiert wurde.

**2. Wie gehen Sie an neue Designprojekte heran, und wann wissen Sie, dass ein Werk seinen endgültigen, perfekten Zustand erreicht hat?**

In einer Gesellschaft, die von Schnelllebigkeit geprägt ist, zeigt Duravit, dass es auf das Wesentliche ankommt: Know-how und sorgfältige Ausführung. Gute Arbeit ist durch nichts zu ersetzen, und diesen Wert teile ich voll und ganz. Ob Perfektion existiert, weiß ich nicht. Aber Langlebigkeit ist sicher ein Zeichen dafür, dass ein Produkt gut ist und echten Nutzen bringt. Die Starck Tonne war vor 30 Jahren das perfekte Design und ist es heute noch, weil es nicht auf Trends basiert, sondern auf etwas Zeitlosem und Menschlichem.

**3. Ihr Designansatz basiert auf der Reduktion auf das Wesentliche. Wie integrieren Sie diesen Minimalismus in Ihren kreativen Prozess, und wie spiegelt er sich in der Entwicklung der Starck Tonne wider?**

Das zentrale Prinzip meiner Arbeit ist Zeitlosigkeit. Die heutige Konsumgesellschaft, Werbung und Marketing treiben uns in eine schnelllebige Welt voller Trends. Doch das muss aufhören – unser Planet kann das nicht länger verkraften. Das Leben selbst ist ein kontinuierlicher Prozess. Unsere Umwelt und unsere Entwicklung folgen keinen Trends und funktionieren nicht im Zehnjahresrhythmus. Kreationen müssen deshalb zeitlos, ehrlich und von höchster Qualität sein – sowohl materiell als auch kulturell –, um ihre Langlebigkeit zu gewährleisten. Denn heute ist Langlebigkeit der bedeutendste ökologische Aspekt.

Um Zeitlosigkeit zu erreichen, suche ich immer nach dem Kern eines Projekts – nach dem Grundgerüst, dem Wesentlichen, der Legitimation für seine Existenz. Genau auf diesem Prinzip basiert die Starck Tonne. Sie ist auf das absolute Minimum reduziert: ein Rohr, das Wasser ableitet, und ein Behälter, der es speichert und nutzbar macht. Ich habe nichts Neues erfunden, sondern etwas gezeichnet, das schon immer Teil unseres kollektiven Gedächtnisses war – etwas, das ewig Bestand hat. Es geht nicht um Mode oder Trends, sondern um Emotionen, denn wahre Kreation sollte immer mit Liebe, Poesie und Humor geschehen – und natürlich mit einer Vision.

**4. Welche Bedeutung hat Nachhaltigkeit für Ihren kreativen Prozess, und inwiefern beeinflusst sie Ihre Designentscheidungen?**

Nachhaltigkeit spielt seit jeher eine zentrale Rolle in meiner Arbeit. Diese Überzeugung entstand früh, als ich mit 17 Jahren auf der noch unberührten Insel Formentera einen Amerikaner traf, der mir die Bedeutung der Ökologie näherbrachte.   
Wenn es um Ökologie geht, sind die ersten Fragen immer die gleichen: Brauchen wir das wirklich? Verdient dieses Produkt seine Existenz? Ehrlich gesagt lautet die Antwort in 80 % der Fälle „nein“. Nicht zu konsumieren und nicht zu produzieren sind daher die besten ökologischen Maßnahmen, die wir ergreifen können. Lautet die Antwort jedoch „ja“, dann müssen wir das beste Produkt schaffen oder auswählen – ein Produkt, das nachhaltig und ehrlich ist, aus langlebigen Materialien besteht und uns ein Leben lang dient. Idealerweise ist es so gestaltet, dass wir es später an unsere Kinder und Enkelkinder weitergeben können.

**Bildunterschriften:**

*01\_4\_Questions\_Philippe Starck*

Reboot: Anlässlich des 30-jährigen Jubiläum der ikonischen Starck Tonne präsentierte Duravit in Zusammenarbeit mit Philippe Starck eine überarbeitete Version des Designklassikers. (Bildquelle: Duravit AG)

*02\_4\_Questions\_Philippe Starck*

Neuinterpretation: Während die charakteristische Designidentität bewahrt wurde, erhielt die Starck Tonne dank der c-bonded-Technologie einen noch moderneren Look. (Bildquelle: Duravit AG)

*03\_4\_Questions\_Philippe Starck*

Zeitlose Eleganz: Die Starck Tonne besticht durch ihre schlichte und funktionale Gestaltung, die auf Zeitlosigkeit und Langlebigkeit setzt. (Bildquelle: Duravit AG)

*04\_4\_Questions\_Philippe Starck*

Minimalistisch gestaltet: Die Starck Tonne zeigt exemplarisch, wie durch reduziertes Design und handwerkliche Sorgfalt ein Produkt entsteht, das nicht dem Wandel der Zeit unterliegt. (Bildquelle: Duravit AG)

*05\_4\_Questions\_Philippe Starck*

„In einer Gesellschaft, die Schnelllebigkeit predigt, ist Duravit ein Beispiel dafür, dass es auf das Wesentliche ankommt: Know-how und Sorgfalt in der Ausführung. Es gibt keinen Ersatz für gute Arbeit, und das ist ein Wert, den ich voll und ganz teile“, sagt Philippe Starck (Bildquelle: Alberto Zanetti)

*06\_4\_Questions\_Philippe Starck*

Zwei Generationen: Die Starck Tonne feiert ihr 30-jähriges Jubiläum mit einem Upgrade. Eine große Auswahl an Farben für Waschtisch, Möbel und Griffe transferiert die elegante c-bonded Variante der Ikone in die Gegenwart und eröffnet individuelle und moderne Gestaltungsmöglichkeiten.(Bildquelle: Duravit AG)

**Über die Duravit AG**

Die Duravit AG mit Sitz in Hornberg ist einer der international führenden Hersteller von Designbädern und in weltweit über 130 Ländern aktiv. Bei der Produktentwicklung arbeitet das interne Design-Team des Komplettbadanbieters Hand in Hand mit einem globalen Netzwerk aus Designern wie Cecilie Manz, Philippe Starck, Antonio Citterio, Christian Werner und Sebastian Herkner. Als energieintensives Unternehmen will die Duravit AG bis 2045 ausnahmslos klimaneutral agieren und dabei weitestgehend auf CO2-Kompensation verzichten.

**Bild- und Textmaterial steht unter dem folgenden Link zum Download bereit: https://dura-cloud.duravit.de/index.php/s/mZd00BjwMyTX8TK**

**Internationale Pressekontakte**

Duravit ist in über 130 Ländern aktiv. Für regionale Presseanfragen finden Sie hier die richtigen Ansprechpartner: [www.duravit.de/pressekontakte](http://www.duravit.de/pressekontakte)