

WOHN!DESIGN

DIE SCHÖNEN DINGE DES LEBENS ● INTERIOR. KUNST. GENUSS UND REISEN

DAS ERWARTET SIE:

VENEDIG Art von Fabrizio Plessi
Relaxen am COMER SEE
Deutschlands BESTES Weingut

D 8,50 €
A 9,40 €
CH 13,60 srf
Lux 9,80 €
I/E 11,50 €

DAS GUTE, WAHRE UND SCHÖNE
GUEST STAR Cristina Celestino. GARTENTRENDS Alles für draußen
Nachhaltig unterwegs: SPEZIAL Hotels, Gepäck und Nobelvelos





DIE MADAME HINTER DEM MAISON SARAH LAVOINE

„Wahrheit. Schönheit. Ehrlichkeit. Werte wie diese sind für mich so wichtig und bedeuten mir mehr denn je. Etwas lieben, aufrichtig von schönen Dingen träumen. Gegenüber sich selbst achtsam sein und die Gabe haben, alles hinter sich zu lassen und in Gedanken reisen, während man zu Hause ist. Es geht darum, sich gut zu fühlen, authentisch zu handeln. Es geht um innere Schönheit“, erklärt Sarah Poniatowski Lavoine und konkretisiert damit den Tenor unseres Titelthemas.

2011 eröffnete die Französin ihre erste Boutique in der Rue Saint Roch im Herzen von Paris. Ein kleiner Raum über zwei Etagen, elegant, hell. „Es war eine Möglichkeit, mein farbenfrohes und zeitloses Universum mit der Öffentlichkeit zu teilen.“ Seitdem hat es sich stark ausgedehnt: Ein Jahr später folgte die Gründung ihrer Marke Sarah Lavoine. Einrichtungsprojekte entstehen, wie das Restaurant „Victoria 1836“, mit dem die Designerin das Vokabular von Chic und diskretem Luxus neu dekliniert. 2016 öffnet ihr Flagshipstore am Place des Victoires. Vor zwei Jahren bittet sie L'Oréal, den Hauptsitz für die Gruppe am Seine-Ufer in Levallois-Perret zu gestalten. Ein gigantisches Projekt von 45.000 Quadratmetern auf acht Stockwerken, in dem 2.500 Menschen arbeiten. Und im letzten Jahr expandiert ihr Maison nach Lyon und Lille. Mit insgesamt 50 Mitarbeitern passiert ihr Business einen



Sarah Poniatowski Lavoine, oben in einem Kleid aus ihrer eigenen Kollektion, kam auf Umwegen zur Inneneinrichtung. Heute steht ihr Haus mit Sitz in Paris und Dependancen in Lille und Lyon für lässigen Chic à la française. Oben die Bank „Le Tube“, um 1.420 € und die Doppeltische „Tokyo“, um 340 €. Sofa „Sarah“, 4.800 € Mitte steht auf dem Teppich „Pissenlit“.



Meilenstein; sie arbeiten an Projekten wie Einrichtungen für das Pariser Büro von Maje, für eine VIP-Lounge von Facebook, einem privatem Landhaus und einem neuen Buch über Farbe mit Édition du Chêne. Dazu kommen eine komplette Möbelkollektion, Accessoires und eigene Fashion. Unglaublich. Wie geht das alles? „Dekoration. Mode. Ich bin damit aufgewachsen. Mein Vater leitete sehr lange die Zeitschrift Vogue. Meine Mutter und auch meine Großmutter waren sehr elegante Frauen. Sie haben mich auf den Geschmack gebracht“, erzählt Poniatowski, die zunächst Psychologie, Theaterwissenschaft und Kommunikation in New York studierte und wie durch einen inneren Automatismus beim Interieur landete. „Es war einfach das Leben. Ich lernte einige Leute kennen, die mich dazu ermutigten.“ Zu ihren Förderern gehörte der Dekorateur François Schmidt, mit dem sie viele Projekte bestreitet. „Mir schien es ganz selbstverständlich, diesen Weg zu gehen. Meine Psychologie- und Theaterkenntnisse kommen mir nach

wie vor zugute.“ Ihr Feingefühl für Proportionen, Farbkombinationen und besondere Möbel zeigt sich bei der Ausstattung des Pariser Hotels „Le Roch“, mit der sie 2017 betraut wurde. „Dieses Projekt bedeutet mir sehr viel. Es ist mein Baby und das erste Hotel, an dem ich gearbeitet habe – und ich hatte das Glück, eine »Carte Blanche« zu haben. In den Farben und dem Materialmix offenbart das Haus die DNA meiner Arbeit. Die Idee war, eine gemütliche und zeitlose Pariser Inneneinrichtung zu kreieren.“ (siehe W|D 2/2017, S. 136/137).

Genau das zeichnet die eigene Möbelkollektion seit Jahren aus, die farblich abgestimmte Dekorations- und Alltagsgegenstände ergänzen. „Wir setzen auf das Niveau unserer Handwerker und die Qualität jedes einzelnen Entwurfs. Dabei wird dem Thema Tradition ein gewisser Raum gegeben.“ ⇒



Nächtlichen Beistand neben dem Bett leistet „Essence“ links, 990 €. Passend dazu Accessoires wie die Teller „Sicilia“, je um 170 €. Die gleichnamigen Becher um 110 €. Bezugsquellen auf Seite 120.



reich-Liebhaberin, zeigt sich unter anderem an ihrem neuen Bett, das sie für Treca Paris entworfen hat. Formal lassen Kopfteil und Nachttische an einen Mix aus Art déco und mondänen Seventies denken. Parallelen ergeben sich im Anspruch beider Marken: „Das Bett ist ein Objekt unseres alltäglichen Lebens, aber ein unverzichtbarer Teil der Lebenskunst. Gemeinsam wollten wir ein einzigartiges, designorientiertes und komfortables Möbel für anspruchsvolle Kunden schaffen“, so die Französin, die dabei auch an die internationale Hotellerie denkt. Materialien wie edles Holz, Marmor, Samt, Kaschmir und Seide sind typisch für die Designerin, für die es keinen Unterschied macht, ob sie für die eigene Linie oder eine andere Marke einen Entwurf vorlegt: „Ich investiere genauso viel Leidenschaft und Energie wie in meine eigene Kollektion. Die Herausforderung besteht darin, die DNA der anderen

Dieser Bezug auf die eigene Kultur, Poniatowski ist bekennende Frank-

Marke zu verstehen, sie zu meiner eigenen zu machen und Verbindungen mit meinem eigenen Universum zu finden. Das ist sehr interessant und abwechslungsreich.“ Wie gut das funktioniert, zeigen die Accessoires auf den Nachttischen, die sich in der Kollektion Maison Sarah Lavoine wiederfinden – passend zur ausdrucksstarken Tonalität in Petrol, Weiß und Schwarz.

Selbst in der aktuellen Fashion-Linie des Hauses tauchen die charakteristischen Streifen auf T-Shirts auf. Poniatowskis Look ist tragbar, klar und feminin. Wenig Muster und Rot, Leder in Naturtönen, viel Weiß und Blau – die erklärte Lieblingsfarbe der Pariserin. Schon 2011 entstand ihre Markenfarbe „Bleu Sarah Lavoine“ zusammen mit Ressource Peintures. „Unsere Idee, Interior Design und Mode anzubieten, soll als ein »Art of Living«-Konzept gesehen werden – mit dem Ziel, alle Räume eines Hauses zu bespielen: Wohn-, Ess- und Schlafzimmer, aber genauso auch die Ankleide, in der sie ihre Kleidung aufbewahren. Die Werte unseres Labels bestehen darin, dass wir es unseren Kunden ermöglichen, sich in ihrem Haus und in ihrer Kleidung wohl und damit glücklich zu fühlen.“ Voilà. |sd

Neben großen Einrichtungsprojekten wie Restaurants, Hotels und sogar Büros, gestaltet die Designerin auch für andere Einrichtungsmarken. Oben ihr neues Bett mit Nachttischen aus der Kollektion „Sarah“ für die Nobelmarke Treca Paris. Rechts ihr Sofa „Milo“ für ihre eigenes Label Maison Sarah Lavoine, um 3.200 €. Bezugsquellen Seite 120.

