

*Bedeutung wird weiter wachsen*

# Design als Wirtschaftsfaktor

**SBZ:** Herr Kook, die Sanitärbranche war es über Jahre hinweg gewohnt, langfristig zu planen und war wegen der aufwendigen Produktionsprozesse auch darauf angewiesen. Heute wechselt die Mode schneller, der Innovationsdruck steigt. Was bedeutet das für Duravit und die SHK-Branche?

**Kook:** In unserer schnellebigen Zeit ist es in der Tat schwierig, überhaupt noch von einem Trend zu sprechen. Es scheint vielmehr so, daß sich viele Richtungen parallel zueinander entwickeln und verändern.

**SBZ:** Als eine der stärksten Tendenzen scheint sich ein Bedürfnis nach Ausgeglichenheit zwischen Körper und Seele durchzusetzen, nach einem Freiraum, in dem der Mensch Entspannung vom Alltag findet und „die Seele baumeln lassen kann“. Heißt das: Zurück zur Natur?

» Die Menschen haben heute ein stärkeres Bewußtsein für Gesundheit und Wohlbefinden «

**Kook:** Nun, Wellness ist sicherlich einer der wenigen stringenten Trends für die Zukunft. Die Menschen haben heute ein stärkeres Bewußtsein für Gesundheit und Wohlbefinden. Aber technische Geräte begeistern viele Menschen ebenso wie ein gemütliches Zuhause als „Zufluchtsort“ in einer hektischen Zeit. Wellness und Technik-Aufgeschlossenheit schließen sich meiner Meinung nach also nicht aus, im Gegenteil.

**SBZ:** Keine simplen Rezepte also?

**Kook:** Letztlich läßt sich kein allgemeiner Trend feststellen, der für alle Menschen gültig ist. Das Nebeneinander verschiedener Tendenzen und Richtungen ist das Interessante und auch die Herausforderung für uns als Hersteller, da wir versuchen müssen, mit unserem Sortiment die verschiedenen Geschmacksrichtungen optimal abzudecken.

**SBZ:** Wie hoch schätzen Sie den Stellenwert ein, der dem Wettbewerbsfaktor Design in der Sanitärbranche zukommt?

**Kook:** Wir spüren, daß das Design ein immer wichtigerer Wettbewerbsfaktor wird. Nur so kann man sich in einem Markt mit immer mehr Anbietern von der Masse abheben. Viele Käufer legen inzwischen großen Wert auf ansprechendes Design und Funktionalität und informieren sich vor einer Kaufentscheidung ausführlich über das Angebot.

**SBZ:** Und im Vergleich zu anderen Branchen der Konsumgüterindustrie?

**Kook:** Inzwischen stößt man auch im Sanitärbereich fast zwangsläufig auf Namen bekannter Designer. Allerdings spielen hier die Designernamen bei der Kaufentscheidung für weniger Menschen eine gleich große Rolle wie bei der Kleidung.

**SBZ:** Wie schätzen Sie die Bedürfnisse der Menschen von morgen ein? Und welche Ansprüche werden Sie an Design stellen?

**Kook:** Die Bedürfnisse der Menschen werden sehr vielfältig sein. Daher muß Design in erster Linie funktionell sein, aber auch flexibel. Es wird sehr wichtig sein, daß Produkte veränderbar sind oder unterschiedlich einsetzbar. Und sie müssen sich den unterschiedlichen Lebensphasen der Menschen anpassen. Warum muss beispielsweise ein Badmöbel nur für das Badezimmer geeignet sein? Zunächst für das Bad gekauft, wäre es doch ideal, wenn es nach einem Umzug beispielsweise auch in der Küche oder dem Flur eingesetzt werden kann – also das multifunktionale Produkt. Dafür gibt der Käufer dann auch gerne etwas mehr aus, weil er ja einen viel höheren Nutzen hat.

**SBZ:** Der Konsument von morgen wird komplexer und schwieriger einzuschätzen sein. Wie müssen die vorhandenen Produkte und Produktkonzepte sich verändern, um den veränderten Bedürfnissen gerecht zu werden?

**Kook:** Die Grundvoraussetzung dafür ist sicherlich, ein möglichst komplettes und attraktives Programm anbieten zu können. Von der Jeans bis zum Smoking lautet die Devise von Duravit, wobei wir mit unserem Angebot alle Budgets und Lifestyles abzudecken versuchen. Es wird für uns zunehmend wichtiger, Trends im Anfangsstadium aufzuspüren, bzw. mitzugestalten und

**Franz Kook,  
Vorstandsvorsitzender der  
Duravit AG**



die Entwicklungszeit bis zur Marktreife weiter zu minimieren. Es wird künftig nicht darum gehen, den ewig gleichen Produkten einfach ein anderes Aussehen zu geben. Das wird keinen Kaufanreiz bieten. Produkte, die im Gebrauch besonders einfach sind oder mehrere – auch ganz neue – Funktionen gleichzeitig erfüllen können, darin liegt unsere Zukunft.

**SBZ:** Die Farbe Weiß bestimmt seit Jahren nicht nur die Sanitär-Keramik. Können Sie sich vorstellen, daß sich dies in Zukunft wieder ändern wird?

**Kook:** Bei Anschaffungen, die für einen längeren Zeitraum gedacht sind – wie auch beim Badezimmer – gehen die Überlegungen der Käufer sehr stark dahin, möglichst zeitlose Dinge anzuschaffen, die auch in vielen Jahren noch gefallen. Da liegt die Farbe Weiß sowohl bei Fliesen als auch bei Sanitärkeramik natürlich nahe. Die Moosgrün- und Currybäder der 70er Jahre gelten nach wie vor als abschreckendes Beispiel. Und die Fehler aus der Vergangenheit sollen möglichst nicht wiederholt werden. Auf längere Sicht wird wohl auch diese Weißwelle abebben und dem Wunsch nach mehr Farbigkeit weichen. Vielen ist Weiß allein aber schon jetzt zu kühl. Dann kombinieren sie mit Möbeln in warmen Holztönen oder setzen bei Fliesen oder Dekorationen auf farbige Akzente. □