



Das neue Duscha Handy: Hüppe setzt auf futuristische Anmutung und USP



Offensichtlich über beide Ohren in das neue Handy verliebt: Hüppe-Geschäftsführer Dr. Eckhard Keill (r.) und Christoph Hugenberg, Leiter Produktmarketing und Entwicklung

Immer mehr Anbieter wollen ihren Umsatz steigern, indem sie ihr Basissegment um weitere Produktgruppen ergänzen. So hat der Bad-Zwischenahner Spezialist für Duschabtrennungen sich nun in das Brausensortiment gewagt.

SBZ: Der Markt der Handduschen und Duschsyste-
me ist gut besetzt. Warum will Hüppe ausgerechnet hier Fuß fassen?

Hugenberg*: Der Markt für voll integrierte Duschanlagen mit kompletter Technik ist Kerngeschäftsfeld für den Spezialisten Hüppe. Entsprechend haben wir nach der optimalen Handbrause zur Abrundung unserer Anlagen gesucht. Die Produkte anderer Hersteller leisteten nicht das, was wir uns bei Hüppe vorgestellt haben, also mußte eine eigenständige Lösung entwickelt werden. Und die ist nun auch im freien Handbrausenmarkt lieferbar, weil wir festgestellt haben, daß Duscha Handy viel mehr zu bie-



* Nach dem Ausscheiden von Ewald Kunsch hat Christoph Hugenberg, Telefon (0 44 03) 6 71 70, Telefax (0 44 03) 6 71 06, die Leitung des Bereiches Produktmarketing und Entwicklung bei Hüppe übernommen. Die Produktinformation zum Duscha Handy finden Sie auf Seite 38.

Warum Hüppe Duschsyste-
me anbietet

Ein Handy zum Duschen

ten hat als herkömmliche Handbrausen.

SBZ: Sie begeben sich in einen Verdrängungswettbewerb zu Hansgrohe und Co. Warum soll der Handwerker jetzt plötzlich Ihre Duschsyste-
me vertreiben?

Hugenberg: Weil wir mit dem Duscha Handy eine völlig neue Form auf den Markt bringen, die ergono-

misch weit mehr dem menschlichen Ideal von einer mobilen Wasserquelle entspricht, als übliche Handbrausen.

SBZ: Wenn dem so ist, warum haben die Armaturenspezialisten dies bisher noch nicht aufgegriffen?

Hugenberg: Manchmal sieht man als Spezialist den Wald vor lauter Bäumen nicht. Schön für uns jedenfalls, daß das bisher noch kein anderer Hersteller umgesetzt hat. Durch die neue Form bieten wir einfach mehr Nutzen.

SBZ: War das ISH-Publikum nicht eher skeptisch?

Hugenberg: Nein, genau das Gegenteil war der Fall. Die Besucher, die das Duscha Handy in die Hand nehmen konnten, wußten anschließend, warum diese Handbrause anders als andere ist – die Leute waren einfach begeistert.

SBZ: Wer ist der Designer dieser außergewöhnlichen Kreation?

Hugenberg: Die Anforderung an das Produkt, bei dem das Wasser direkt aus der Hand kommt, also die Handling- und Zielgruppendifinition, sind im Hüppe-Produktmanagement entstanden. Das Design wurde maßgeblich von Target Design definiert.

SBZ: Wäre Handy nicht im Sortiment eines Armaturenspezialisten besser aufgehoben?

Hugenberg: Hüppe versteht sich als Duschbereichsspezialist – ein Wort, das präzise definiert, wofür wir uns zuständig fühlen. Unsere Produktmanager und Techniker sind darauf geeicht herauszufinden, wodurch sich das Wohlbefinden des Menschen beim Duschen steigern läßt. Also kamen wir im Rahmen unserer Marktstudien logisch auch dahinter, daß die Handhabung der üblichen Brausen zwar gewohnt, aber optimierbar ist.

» Das Duscha Handy hat viel mehr zu bieten als herkömmliche Handbrausen «

Wir entscheiden uns konsequent für Formen, die angenehmer oder platzergiebiger, einfach besser sind. Und für Materialien, die optimal den Bedürfnissen von Menschen bei Berührung entsprechen, wie hautfreundliches Marano bei den Duschwannen.

Und für Produktdesign, das mehr Wohlfühlen, weniger Putzen, mehr Transparenz, weniger Verschleiß oder anderen spürbaren Nutzen zu bieten hat.

SBZ: Fertigen Sie die Handbrausen in Bad Zwischenahn?

Hugenberg: Nein, die Duschen werden von einer Masco-Tochter außerhalb Deutschlands produziert. Die Hüppe-Mutter Masco ist der größte Armaturenproduzent der Welt und verfügt über genug Produkt-Know-how für eine zuverlässig hohe Fertigungsqualität.

SBZ: Und wie ist es mit dem Service für Ihre neue Produktgruppe?

Hugenberg: Duscha Handy wird durch eine der größten deutschen Außendienstorganisationen in dieser Branche, nämlich durch Hüppe betreut. Fachhandwerk und -handel dürfen sicher sein, daß die Vor-Ort-Betreuung funktioniert.

SBZ: Wir haben damit gerechnet, daß Sie auf der ISH mit einem Dampfduchen-

» Manchmal sieht man den Wald vor lauter Bäumen nicht «

bereich aufwarten. Wollen Sie sich den Wellness-Kuchen entgehen lassen?

Hugenberg: Mit der Entrada 2000 haben wir den Einstieg in diesen Bereich gemacht. Weitere Produkte werden folgen.

SBZ: Wird Hüppe sein Produktsortiment auch sonst noch weiter ausdehnen? Was ist mit weiteren Brausemodellen oder Armaturen, die gehören ja auch zum Duschbereich.

Hugenberg: Waschtisch- und Badewannenarmaturen wollen wir nicht in unsere Produktpalette aufnehmen. Sicherlich werden wir aber weitere innovative Lösungen für den Duschaum, mit integrierten Rückwänden und kompletter Technik, auf den Markt bringen. □