

Innovationen sind das Ergebnis eines strategischen Prozesses. Design kann daran einen großen Anteil haben. Dies stellt das Stuttgarter Designbüro Phoenix Product Design seit seiner Gründung 1987 immer wieder unter Beweis – als Partner von Marken wie Lamy und Loewe, Hansgrohe, Kaldewei, Duravit und Laufen. Die drei Geschäftsführer Andreas Haug, Tom Schönherr und Andreas Dimitriadis nehmen im Gespräch mit Frank A. Reinhardt Stellung zu ihren ISH-Produktneuheiten, dem Thema Wellness und über Marktpotentiale für das beratende Handwerk.

**SBZ:** Mit der aktuellen ISH wird ja wieder einmal deutlich, daß Sie für die SHK-Branche so etwas wie der Hansdampf in allen Gassen sind. Sie machen alles von der Badewanne bis zum Heizkessel und arbeiten dementsprechend auch für mehrere Marken. Wie behalten Sie da den Überblick?

**Dimitriadis:** Wir haben für insgesamt sechs Marken von vier Herstellern Produkte für die ISH entwickelt. Alle vier – Hansgrohe, Kaldewei, Laufen und Viessmann – sind Kunden, mit denen wir zum Teil ja schon Jahrzehnte zusammenarbeiten. Und immer sind es andere Zielgruppen, Produktgattungen und Preissegmente, nach denen wir uns bei Konzeption und Entwurf orientieren. Manche Linien begleiten wir schon über mehrere Generationen.

**SBZ:** Phoenix ist ein alter Hase, wenn es um Sanitärprodukte geht. Die Firma Hansgrohe begleiten Sie nun schon fast 30 Jahre lang, Herr Haug. Ist da noch Erneuerung möglich?

**Haug:** Der Designprozeß, wie wir ihn verstehen, ist ein ständiges Neudenken von Vertrautem und das Suchen nach neuen Möglichkeiten.

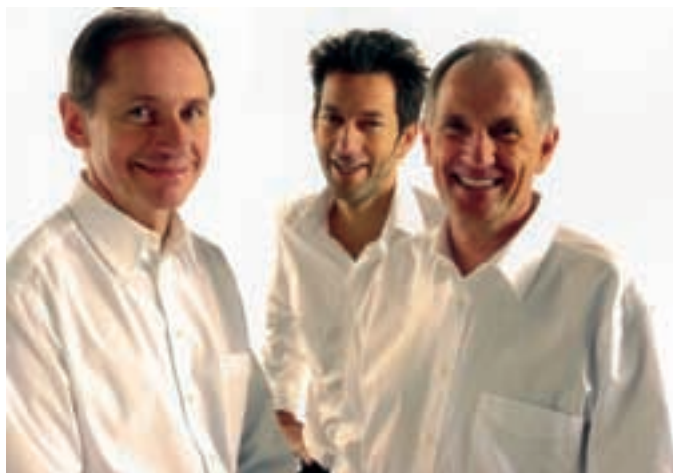
**Dimitriadis:** Das war auch der erste Schritt bei der Entwicklung der Handbrause Raindance: Wir wollten das Thema Wasser anders behandeln. Bis zum fertigen Produkt

» Tom Schönherr: „Kaum einer macht etwas aus dem Pfund Wellness“ «

haben wir dann ganze zwei Jahre gebraucht, denn es stellt eine echte Innovation dar. Und auf einem solchen Weg sind immer wieder Irrwege abzuarbeiten. Dabei ist Raindance aus technischer Sicht mit ihren zwei Strahlarten noch nicht einmal sehr

## Phoenix Product Design

# Die Handschrift des Erfolgs



Stuttgarter Trio Phoenix Product Design auf Erfolgskurs: Tom Schönherr, Andreas Dimitriadis und Andreas Haug

komplex. Aber wir sind eben einen neuen Weg gegangen und haben die Brause komplett auf den Kopf gestellt.

**SBZ:** Das sind hohe Erwartungen. Können Sie die mit Raindance auch erfüllen?

**Schönherr:** Daran glaube ich fest. Beim Raindance-System stehen Duschkomfort und Duschspaß im Mittelpunkt. Da kommt viel Wasser, vor allem viel sanftes Wasser. Die Herausforderung bestand darin, diesen Effekt auf die Handbrause zu übertragen. Dafür haben wir die Proportionen der üblichen Handbrause wortwörtlich auf den Kopf gestellt. Die Strahlscheibe wurde mit jetzt knapp 155 mm Durchmesser riesig gemacht, und den Duschkopf haben wir ganz flach gestaltet, weshalb die Brause auch nur zwei Strahlarten hat. Damit sie auch handlich bleibt, haben wir statt eines langen einen ganz kurzen Griff gewählt.

**SBZ:** O.k., aber es bleibt eine Handbrause.

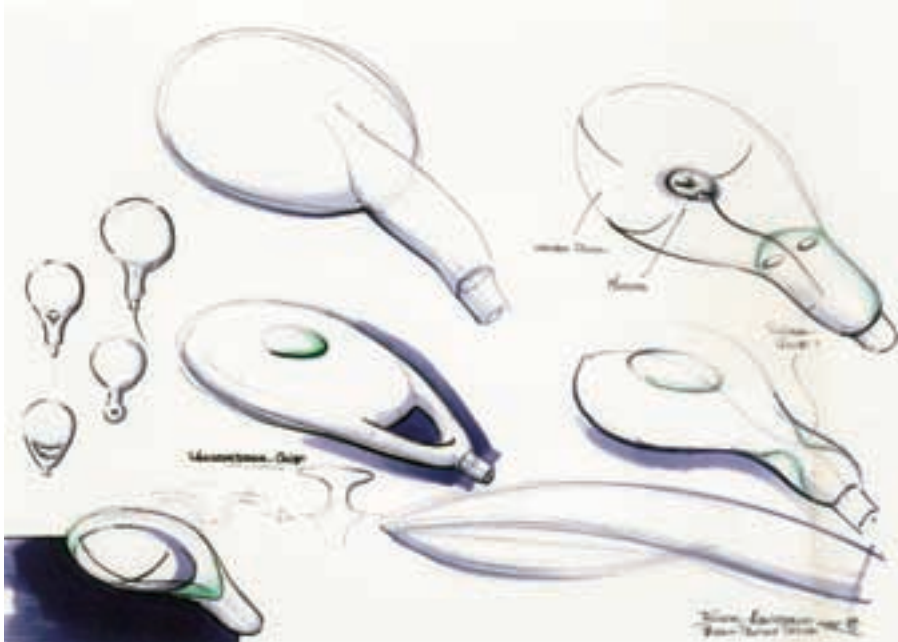
**Schönherr:** Raindance ist nicht nur ein ganz neuer Typus von Handbrause, es ist ein ganzes System. Durch die neue Art der Aufhängung – nicht wie üblich am Konus, sondern direkt am Brausenkopf – und den weit ausladenden Halter Allrounder erreichen wir auch einen großen Wandabstand und

schon fast wieder eine klassische Kopfbrausenstellung, so daß das Wasser direkt von oben kommen kann. Durch Schwenken des Halters nach unten können Sie aber auch genauso gut eine Seitenbrausenstellung haben. Das System erfüllt somit mehrere Funktionen, die bislang nicht miteinander kombinierbar waren.

» Andreas Haug: „Der Handwerker ist nun einmal der Spezialist im Umgang mit Wasser“ «

**SBZ:** Wie wird Ihrer Meinung nach der Markt darauf reagieren?

**Schönherr:** Wenn Raindance auf den Markt kommt, wird dies den gesamten Markt schlagartig verändern und viele Hersteller werden nachziehen. Denn das Produkt paßt in unsere Zeit. Jeder hätte heute gerne etwas Wellness, kann aber deshalb nicht gleich das ganze Bad umbauen. Das Tolle an Raindance ist, daß nur eine Brause ausgetauscht werden muß. Abschrauben,



Auf dem Weg zu einem neuen Typus von Handbrause: Hansgrohe und Phoenix Product Design entwickelten in knapp zwei Jahren das System Raindance

anschrauben – und Sie erhalten ein anderes Duschgefühl.

**SBZ:** *Machen Sie es sich da mit dem Wellness-Konzept nicht etwas zu einfach und strapazieren damit einen Begriff, der in der Branche einerseits für alles und jedes verwendet wird und den man zum anderen für Whirlbäder, Saunen und Dampfduschen usw. zu reservieren versucht?*

**Haug:** Ich gebe Ihnen Recht, wenn Sie meinen, daß die Branche noch keine wirksame und eindeutige Antwort auf das Bedürfnis nach Wellness gefunden hat. Das Thema ist noch gar nicht so weit in den Markt gedrungen, wie die Gestalter vorausgedacht haben. Aber Wellness muß ja nicht immer etwas Kompliziertes sein. Im Gegenteil: Dadurch, daß wir bei Raindance die Funktionen auf einen wesentlichen Strahl zurückgeführt haben, haben wir das Duschen deutlich komfortabler gemacht. Dieser Strahl erinnert an Regen und vermittelt ein besonderes Erlebnis von Sinnlichkeit.

**SBZ:** *Wie kann der Wellness-Trend für die Branche sonst noch stärker erschlossen werden? Fehlt es an innovativen Ideen?*

**Schönherr:** Nein, es fehlt vielmehr an der Freiheit, innovative Ideen zu realisieren. Das liegt natürlich auch an einem stark restriktiven Umfeld, das auf den erreichten Standards besteht, statt neue Wege auszuprobieren. Hier steht gerade die Installationsroutine – bei vorgefertigten Bauteilen wie Wandinstallationen, elektrischen Leitun-

gen, Wasserführung etc. – der Durchsetzung von Innovationen entgegen. Dabei bedeutet der damit erforderliche Mehraufwand ja auch gleichzeitig eine Chance für das Handwerk, sich zu spezialisieren. Als Berater könnte der Fachhandwerker eine wichtige Vermittlungsrolle für neue Ideen spielen, statt auf Altbewährtes, deshalb aber nicht immer Besseres zu verweisen.

**SBZ:** *Sie meinen, daß die Produktentwicklung weiter wäre, wenn der Handwerker*



Ganzkörper-Duscherlebnis aus der Handbrause: Durch den schwenkbaren Allrounder wird aus der Handbrause gleichzeitig eine Kopf- und Seitenbrause

*sich auf seine Beraterkompetenz zurückbesinnen würde?*

**Schönherr:** Es gibt in Deutschland genug Kapital, speziell in bezug auf Renovationsobjekte. Doch gerade hier wird oft einfach Altes fortgeführt, anstatt die Gelegenheit für einen Neuanfang zu nutzen. Das Bedürfnis ist da – nur macht kaum einer etwas aus dem Pfund Wellness.

» Tom Schönherr: „Das Design bestimmt nicht nur den Charakter eines Produkts, sondern auch seine Lebensdauer“ ‹

**Haug:** Das Handwerk muß sich klar machen, daß der erste große Wellnessbedarf sich am Wasser orientiert. Und der Handwerker ist nun einmal der Spezialist im Umgang mit Wasser. Hier liegt seine Chance, vom Trend und vom industriellen Produktangebot zu profitieren. Alles andere – Licht- und Aromatherapie usw. – braucht erst im zweiten Schritt mit dem Kunden realisiert zu werden.

**SBZ:** *Also ist das Handwerk verantwortlich für den Innovationsstau?*

**Haug:** Nein, das wäre zu simpel. Die Branche schaut insgesamt einfach immer noch zu viel auf sich selbst und orientiert sich bei den Neuentwicklungen zu sehr am Wettbewerb, statt eigene Kreativprozesse konsequent voranzutreiben. Deshalb ist in den letzten Jahren das Originäre etwas verlorengegangen. Wenn es der Wirtschaft gut geht, macht man sich nicht viel Gedanken um Inhalte. Aber in den jetzigen schwierigen Zeiten muß man sich wieder stärker darauf besinnen, wo die Stärken liegen und welche Bedürfnisse die Menschen eigentlich haben.

**SBZ:** *Welche Rolle spielt dabei das Design?*

**Schönherr:** Das Design bestimmt nicht nur den Charakter eines Produkts, sondern auch seine Lebensdauer. Das wiederum ist nicht nur wichtig für den Nutzer, sondern auch für die Wertschöpfungsdauer. Unsere Kollektion Caro, die wir vor zehn Jahren für Duravit entworfen haben, läuft immer noch und ist 2001 nochmals um Produkte ergänzt worden. Hinzu kommen natürlich Aspekte wie ergonomische, ökonomische und nicht zuletzt ökologische Optimierung. \*