



Glanzvolle Premiere, hier des Bades Delight. Die Kristall-Dynastie Swarovski und der Armaturenhersteller Kludi präsentieren ein Komplettbad-Konzept: (v. l.) die Geschäftsführer Gerald Ecke (Kludi), Marcus Langes-Swarovski und Ingo H. Traskalik (Kludi)

Premiere: Swarovski und Kludi kooperieren

Kristallines Badvergnügen

Luxus pur: Das Swarovski Badezimmer made by Kludi überrascht mit unerwarteter Formensprache und neuer Produktphilosophie. Dabei wagt sich Kludi auch an Produktfelder jenseits von Armaturen und Accessoires, um als Komplettbadanbieter aufzutreten. Ziel ist u. a. die Eroberung des internationalen Marktes für das hochwertige Objektgeschäft.

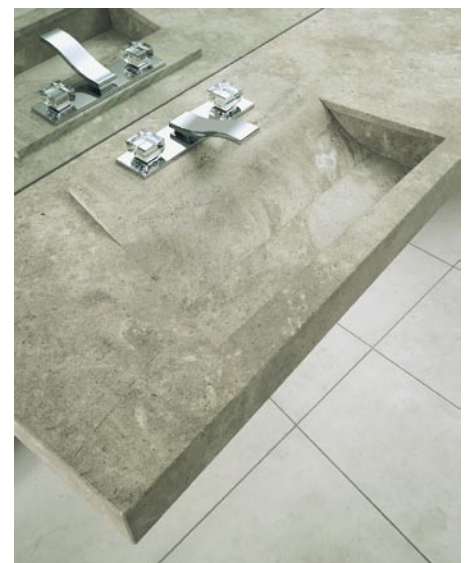
Kludi hat offensichtlich einen Hang zum Modedesign. Die Kooperation mit Joop hat den deutschen Armaturenspezialisten offensichtlich ermutigt, auf diesem Weg weiter voranzuschreiten. Partner bei der Realisation des Zieles, ein exklusives Komplettbad mit unverwechselbarem Charakter anzubieten, ist die Marke Swarovski. Ingo H. Traskalik: „Wir haben uns gefragt: Wie können wir uns differenzieren? Die Marke Kludi alleine ist nicht stark genug, also suchten wir nach einem starken Markenpartner.“ Auch Swarovski sondierte den Markt schon seit Längerem nach einem Kooperationspartner aus der Sanitärindustrie. Doch zö-

gerten viele Top-Marken. Mit Kludi fand Swarovski einen Partner, der das fachliche Know-how mitbringt, ohne an eine enge Markenstrategie gebunden zu sein. Hier war man offen für neue Konzepte.

Das Familienunternehmen Swarovski beschäftigt sich schon seit über hundert Jahren mit Kristallglas. Die Österreicher präsentieren sich als der weltweit führende Hersteller von geschliffenem Kristall und Kristall-Fertigprodukten wie Schmuck, Modeaccessoires und Heimdekor-Artikeln. Mit Leuchten und Lüstern von renommierten Designern wie Karim Rashid und Tom Dixon fand die expandierende Lifestyle-Marke den ersten Zugang ins Interior Design. Der Traum von Geschäftsführer Marcus Langes-Swarovski ist es, einen begehbaren Kristall zu schaffen. Als Raum habe sich hierbei das Bad angeboten.

Die neuen Partner verfolgen eine einfache Strategie: Sie wollen neue Märkte schaffen, statt um Marktanteile zu kämpfen. Langes-Swarovski: „Wir sehen beim Luxus eine deutliche Bewegung: Weg vom Wert der Materie hin zum Wert des Erlebnisses.“ Entsprechend ist auch die Formensprache extravagant und mit ihren schräg aufeinander stoßenden Flächen und Winkeln fast schon dramatisch ausgefallen, verzichtet aber bewusst auf jeden Strass-Prunk. Lediglich die kleinen Lüster aus

wie an Perlenschnüren aufgereihten Kristall-Tropfen erinnern an das klassische Swarovski-Sortiment. Das Programm punktet durch ein ganzheitliches, niveauvolles Gestaltungskonzept, in dem neben den Sanitärobjekten auch Möbel, Bodenbeläge und Wandverkleidungen integriert sind. Alle Elemente zitieren in Aufbau oder Oberfläche eine kristalline Struktur.



Alle Produkte sind nur im Rahmen einer Gesamtlösung erhältlich und nicht einzeln zu erwerben

Planung nur vom Innenarchitekten

Kludi liefert nicht nur die notwendigen Komponenten für das Swarovski-Bad, sondern ist auch für die Planung und Abwicklung zuständig. Hierfür gründete Kludi ein eigenes Kompetenzzentrum. Die Entwürfe stammen mehrheitlich aus der Designschmiede von Swarovski. Im Kompetenzzentrum konnte die Entwicklung des „Swarovski Bathroom made by Kludi“ dann weitgehend unabhängig vom übrigen Kerngeschäft vorangetrieben werden. Von hier aus wird auch in Zukunft jedes Bauvorhaben zentral gesteuert. Neu ist für Handel und Handwerk auch, dass es keine einzelnen Produkte zu erwerben gibt, sondern nur Komplett-Bäder in unterschiedlichen Größen. Diese sollen ausschließlich über einen Innenarchitekten des Kompetenzzentrums geplant und an den Kundengrundriss angepasst werden. Bei einem Startpreis von rund 50 000 Euro für die Basisausstattung ist dies im Preis enthalten. Nicht jeder Installateur erhält Zugang zur Swarovski-Welt. Hier setzt Kludi ganz auf die Elite, sodass nur wenige als VIP-Kunde ein Swarovski-Bad verkaufen dürfen. Hat der Installateur diese Hürde erst einmal genommen, kann er auf die gesamte Dienstleistungspalette der Kooperation zurückgreifen. Da es sich um eine Komplettbadlösung handelt, werden nicht nur Armaturen oder Accessoires angeboten, sondern auch all die Produkte, die ein luxuriöses Badezimmer benötigt. Waschplatz, Bade- und Duschwannen mit passenden Duschtrennungen, Wandverkleidungen und natürlich auch Kristalleuchten sind erhältlich. Auf diesem neuen Terrain will Kludi auf bewährte Hersteller als Zulieferer zurückgreifen.

Zwei Modellbäder in jeweils drei Größen

Natürlich sollen sich auch gut situierte Privatkunden ihre Häuser mit einem Swarovski-Bad ausstatten lassen, doch das Augenmerk der beiden Kooperationspartner liegt in erster Linie auf dem hochwertigen Objektgeschäft. Und hier planen die ungleichen Partner ganz große Sachen, etwa die komplette Ausstattung von internationalen Hotels oder Appartement-Ressorts.



Das Komplettbad Passion setzt mit Granit, Kalkstein, Keramik, Kristall, Glas und Chrom starke und extravagante Akzente



Ein echter Hingucker: Das gradlinig geformte Brausepaneel



Die kristalline Grundform wird auf alle erhältlichen Produkte übertragen – bis hin zum WC

In 18-monatiger Zusammenarbeit wurden zwei Modellbäder auf die Beine gestellt: Das Modell Passion setzt mit Granit, Kalkstein, Keramik, Kristall, Glas und Chrom starke und extravagante Akzente. Das Modell Delight bevorzugt tendenziell wärmere Töne und arbeitet mit den Materialien Kalkstein, Kristall, Glas, Holz und Chrom. Beide Musterbäder sind in den drei Größen-Variationen Kompakt, Regular und Komplex erhältlich, die von der Standard-Umsetzung ab 10 Quadratmeter bis hin zur großzügigen Umsetzung reichen.

Der Vertrieb erfolgt in Deutschland über den traditionellen Vertriebsweg. Die zahlreichen Swarovski-Verkaufsstellen in Deutschlands Innenstädten sollen überraschenderweise nicht als erste Anlaufstelle für Bad-Liebhaber genutzt werden. Broschüre und Werbefilm sind auf die Bedürfnisse der kapitalstarken Entscheidungsträger abgestimmt und vermitteln Sinnlichkeit und Emotionalität. Bei der Premiere in Budapest demonstrierten Kludi und Swarovski, dass sie auch ansonsten viel von Luxus verstehen. *far*