

Produktgestaltung und ihre wirtschaftlichen Auswirkungen

Design schuldet Erfolg

Dr. Peter Zec*

Design ist heute ein wichtiges Marketinginstrument. Der folgende Grundsatzartikel verdeutlicht, was es bewirken kann und wo seine Grenzen liegen. Außerdem werden das Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen und der „Rote Punkt“ sowie Produkte aus dem SHK-Bereich vorgestellt, die diese Auszeichnung für hohe Designqualität 1997 erhalten haben.

Design ist ebensowenig eine Wunderwaffe im Kampf gegen die herrschende Innovationsarmut wie ein Allheilmittel gegen die mangelnde Risikobereitschaft zahlreicher Unternehmer und Manager, die unter dem hierzulande weit verbreiteten Syndrom der Sättigung und Selbstgefälligkeit kranken. Dennoch ist es inzwischen nicht mehr aus dem Leben unserer modernen Konsumgesellschaft wegzudenken. Und wenn es sich in der Realität behauptet, kann es sehr erfolgreich sein.

Form & Funktion

Grundvoraussetzung dazu ist allerdings, daß man erkennt, was Design heutzutage ist, welche Rolle es spielt und wo es seinen Platz einnimmt. Selbstverständlich besteht kein Zweifel daran, daß Gebrauchsgegenstände so gestaltet sein sollten, daß sie gut zu gebrauchen sind. Aber es ist nicht mehr

so, daß die Form allein der Funktion zu folgen hat. Immer öfter ergibt sich der Nutzen einer Sache nicht mehr ausschließlich aus einer technisch perfektionierbaren Funktion, sondern aus der Befriedigung eines völlig anders motivierten Bedürfnisses. So erkennen z. B. mit wachsendem Einfluß der Ökologiebewegung immer mehr Hersteller und Designer, daß sich auch daraus ein Zusatznutzen für Produkte gewinnen läßt. Dieser kann zwar, muß aber nicht mit der gleichzeitigen Befriedigung eines rein technisch-funktionalen Gebrauchs einhergehen. Es ist sogar möglich, daß der ursprüngliche, rein funktionale Gebrauchszweck eines Gegenstandes im Verhältnis zu dem neu hinzukommenden Gebrauch an Bedeutung verliert oder in Vergessenheit gerät. So kann der hauptsächliche Gebrauchszweck von Produkten z. B. darin bestehen, ein schönes Geschenk zu sein und guten Eindruck zu machen. Dabei geht es dann häufig um die Inszenierung eines neuen (Gebrauchs-)Angebots, die in enger Relation zur Kommunikation steht. Je perfekter die Kommunikation gestaltet wird, desto besser ist der (Verkaufs-)Erfolg des Produktes.

* Essenz aus dem im Jahrbuch Design-Innovationen veröffentlichten, gleichnamigen Aufsatzes von Prof. Dr. Peter Zec, dem geschäftsführenden Vorstand des Design-Zentrums Nordrhein-Westfalen in 45309 Essen, Fax (02 01) 3 01 04 40



Der Durchlauferhitzer DHB von Stiebel Eltron wurde für seine flache und kompakte Bauweise ausgezeichnet. Aus Gründen der Ergonomie ist die Gerätehaube – je nach Einsatz als Über- oder Untertischgerät – um 180° drehbar. Der Leistungsstufenwähler ist optisch untergeordnet, um so die Priorität des Temperaturwählers hervorzuheben.



Die massiven Edelstahlbeschläge der Ganzglasdusche Nobile von Glamü vermitteln den Eindruck von Stabilität und betonen die Leichtigkeit der Ganzglas-Drehtüren. Reduziert auf das Wesentliche, sind sie besonders flach. Wobei die weiche Form des Kreises im Kontrast zur kühlen Farbe des Edelstahls steht.



Multimodul von Spelsberg ist ein flexibles Programm von Unterputz-Verteilern, die sich dezent und harmonisch in den Wohnbereich einfügen. Klare, schlichte Optik ist nach Ansicht der Jury genauso ein Sicherheitsfaktor wie die Verschließbarkeit und die einfachen Beschriftungsmöglichkeiten.

Der rote Punkt

Bereits seit 1954 agiert das Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen als Mittler zwischen Industrie, Unternehmen und Designern. Das Spektrum der designfördernden Aktivitäten umfaßt Messepräsentationen, Tagungen, Seminare, Workshops, Produktpräsentationen sowie die ständig aktualisierte Internationale Designausstellung mit 900 Exponaten auf über 4000 m² im Kesselhaus der Zeche Zollverein XII in Essen. Außerdem ermöglichen Wettbewerbe designorientierten Firmen einen internationalen Leistungs- und Qualitätsvergleich.

Am bekanntesten dürften dabei die jährlichen „Internationale Design-Innovationen“, bzw. deren weit über die Grenzen Deutschland hinaus anerkanntes Design-Qualitätssiegel, der „Rote Punkt“ sein. Schon weniger geläufig ist allerdings, daß es bei dieser Auszeichnung zwei Beurteilungsstufen gibt.

Während der rote Punkt für „Hohe Designqualität“ allen Produkten zugesprochen wird, die die gestellten Anforderungen in vollem Umfang erfüllen, werden

mit dem roten Punkt für „Höchste Designqualität“ nur diejenigen ausgezeichnet, die die Kriterien der Jury aus 28 Designpraktikern, Wissenschaftlern und Journalisten übertreffen. Dazu überprüfen die internationalen Experten Produkte der verschiedensten Bereiche zwei Wochen



lang auf Innovationsgrad, Gebrauchswert, Ergonomie, Selbsterklärungsqualität und ökologische Verträglichkeit sowie emotionalen Gehalt und Langlebigkeit.

Weil sich die Erkenntnis durchsetzt, daß Design ein gutes Kommunikationsinstrument zur Verbraucheransprache ist, unterziehen sich dieser Prozedur immer mehr Firmen. Übrigens nicht nur aus der Industrie, sondern auch vom Handwerk. So bewarben sich zur diesjährigen 42. Veranstaltung insgesamt 842 Firmen und

419 Designer aus 22 Staaten mit 1418 Produkten. 27 davon erhielten eine Auszeichnung für höchste Designqualität und 234 für hohe Designqualität.

Die Produktgruppe Haushalt, Küche, Bad, zu der auch die Themenbereiche Badeeinrichtungen, Sanitärobjekte, Elektro-, Gas-, und Heizungsinstallationen gehören, konnte in diesem Jahr sowohl einen Zuwachs an eingereichten Arbeiten als auch an Auszeichnungen verbuchen. Leider reichte es den SHK-relevanten Produkten nur zu einer Auszeichnung für hohe Designqualität. In „höchste“ Gefilde konnte keines vordringen. Außerdem zeigte sich, daß die Unternehmen im Verdrängungswettbewerb bei traditionellen Produkten eher weniger vom etablierten Design abweichen. Gestalterische Innovationen findet man vermehrt bei gänzlich neuen Produkten. Deren Formensprache mutet insgesamt eher emotional als kognitiv an. Auch der Trend zu dekorativen Elementen ist beständig, obwohl der Höhepunkt dieser Entwicklung bereits überschritten ist.



Der Waschtisch Esprit von Ideal-Standard ist durch seine geringe Ausladung raumsparend. Die aus einer Ellipse entwickelte Grundform erinnert an einen leicht geöffneten Mund, wobei sich die symmetrische Form harmonisch mit der ergonomischen Funktion verbindet.



Das Gestaltungskonzept des kompakten Durchlauferhitzers von Clage beruht auf der Funktionsvorgabe, die Wunschttemperatur möglichst exakt eingeben zu können. Deshalb erhielt das Gerät ein Tastatur-Bedienfeld mit gradgenauer Digitalanzeige. Eine Fernbedienung ermöglicht den versteckten Einbau in Badmöbeln.



Kinemator D von Ferroplast ist ein flexibles Acrylwannen-Untergestell. Es paßt zu nahezu allen Dusch- bzw. Badewannen in Fünfeck-, Viertelkreis- und Rechteck-Ausführung. Die besondere Konstruktion ermöglicht die Montage in maximal fünf Minuten.



Unter dem Namen Design-Innovationen gibt das Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen jährlich ein Buch heraus, in dem die prämierten Produkte vorgestellt und präsentiert werden.

Das 360-seitige Jahrbuch 1997 ist unter der ISBN-Nr. 3-929227-30-4 zum Preis von 96 DM über den Buchhandel oder direkt vom Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen zu beziehen.

Gefühl statt Verstand

Design ist heute also sowohl Positionierungsfaktor als auch Verkaufsargument in einem immer härter werdenden Wettbewerb. Einem Wettbewerb, in dem nicht mehr nur besser oder schlechter gestaltete Produkte in Konkurrenz zueinander stehen, sondern überzeugende oder nicht-überzeu-

gende Argumente zählen. Design tritt damit ein in den Wettbewerb besserer oder schlechterer Kommunikationsprojekte, die heute stellvertretend für Produkte stehen. Dabei geht es nicht mehr um einzelne Produkte an sich, sondern um die strategische Positionierung von Weltanschauungen. Mit Produkten wird dabei bewußt oder unbewußt der Anspruch verknüpft, daß sie weit-aus mehr leisten müssen, als nur gut zu funktionieren. Um erfolgreich zu sein, müssen sie heute über eine zusätzliche Wertigkeit verfügen.

Die Schaffung von höherer Wertigkeit ist eine der wichtigsten Aufgabenstellungen für das Design. Anders als der Gebrauchswert und der Tauschwert eines Produktes läßt sich die Höherwertigkeit desselben nicht als ein konkretisierbarer, objektiver Tatbestand bestimmen. Statt dessen geht es darum, wie man beispielsweise Produkten begegnet, sie erlebt und was sie in einem auszulösen vermögen. In der Regel geht es dabei um feine Unterschiede. Höherwertigkeit kann sich etwa als eine subjektiv empfundene Vorliebe für ein (ästhetisches) Detail äußern. Sie hat mehr mit Gefühlswelten als mit reinem Sachverstand zu tun. Damit ist zugleich das Ende ideologischer, vernunftbesetzter Produktkonzepte gekom-

men. Produkte müssen heute nicht mehr in allen Belangen makellos und perfekt sein, sondern sie müssen Begehren wecken und verführen können. Am wichtigsten ist, daß man von der Schönheit nicht nur fasziniert ist, wodurch die Dinge in eine unerreichbare Ferne rücken, sondern durch sie verführt wird und sie eben dadurch erfahren und an ihr teilhaben will. Hierin liegt der feine Unterschied begründet, der darüber entscheidet, ob Design erfolgreich ist oder nicht. Viele Hersteller und Designer wollen oder können dies aber nicht erkennen.

Wow-Effekt

Bei ihnen muß eine gute Lösung Bestand haben und wird mit hohem Aufwand weiter vervollkommen, um ihrer Substitution entgegenzuwirken. Das führt zwangsläufig dazu, daß Produktentwicklungen als viel zu komplizierte Problemlösungen nach viel zu langer Zeit auf den Markt gelangen. In einem Markt, der ständig im Fluß ist, gilt es aber die Realität ganzheitlich zu erfassen und dann schnell, sicher und zielgerichtet zu handeln. Es kommt also darauf an, potentielle Kunden mit völlig neuen, dafür aber nicht unbedingt ganz so perfekten Produktideen, in eine Art „Wow“-Zustand zu



Die Terra von Koralle-Coretta spielt mit einer elementaren, fast archaischen Formensprache. Ideal für das Baden zu zweit ist die konsequent identische Gestaltung der kurzen Seiten mit leichter ergonomischer Wölbung. Der abgerundete Boden- und Seitenbereich sorgt für Badevergnügen bei geringem Wasserverbrauch.



Die Innenform der ungleichschenkligen Eckbadewannen Studioform und Studiostar von Kaldewei ist eine Verbindung aus Kreis und Ellipse, wobei das Kopfende einen großzügigen Sitzbereich mit ergonomisch geformter Rückenschräge aufweist. Integrierte Armlehnen und weiche Radien im Nackenbereich erlauben entspanntes Baden. Die ellipsoide Verjüngung des Fußbereichs sorgt für Wassersparnis.



Die drei Varianten des Porzellanwaschbeckens Änn von Ikea sind Teil einer kompletten Serie für das Badezimmer, die dem aktuellen Trend des Materialmixes aus hellem Holz (Birke), Milchglas und Metall Rechnung trägt. Änn ist geprägt von modernem, zeitlosem Design, das sich zu seinen skandinavischen Wurzeln bekennt. Die Gestaltung ist schlicht, schön und konsequent reduziert auf das eigentlich Wesentliche.

versetzen. Und dies nicht nur mit einer neuen Erfindung, sondern immer wieder aufs Neue.

Das setzt voraus, daß man in einem Unternehmen bereit ist, bestehende Positionen und festgefügte Handlungsweisen in Frage zu stellen. Davon sind deutsche Firmen in der Regel aber weit entfernt. Statt dessen macht sich Langeweile breit. Weit und breit sind kaum Produkte mit „Wow“-Effekt in Sicht. Produktpflege lautet das magische Wort, mit dem die mangelnde Risikobereitschaft, Ideenlosigkeit und Innovationsverweigerung sogar noch schöneredet wird. Das kann dazu führen, daß es Unternehmen, die einst durch revolutionäre Erfindungen begeisterten, heute wirtschaftlich schlecht geht. Sie selbst führen das darauf zurück, daß Billiganbieter inzwischen ihren Markt zerstören. In Wahrheit haben sie aber ihren eigentlichen Nerv verloren.

Sie dösten zwar nicht vor sich hin, sondern arbeiteten wie der Teufel, um die Qualität zu verbessern, um ihren Kundendienst freundlicher zu gestalten und um ihre Produktentwicklungszeiten erheblich zu verkürzen, veränderten damit aber nur, statt zu revolutionieren. Gewiß wurden Dutzende oder Aberdutzende neuer Merkmale angepriesen, und einige davon wurden natürlich

auch als revolutionär bezeichnet. Die Qualität war sicherlich auch „erste Sahne“. In Wirklichkeit aber bieten viele Konkurrenten ein hinlängliches Design und eine mehr als angemessene Qualität an. Das, was einmal Vorreiter war, wurde von anderen eingeholt oder sogar übertroffen.

Elitäre Disziplin

Besessen von der Ideologie des Strebens nach Perfektion und begleitet vom mangelnden Mut zum Risiko versuchen Designer und Hersteller, Produkte zu entwerfen und auf den Markt zu bringen, die sich sowohl von ihren eigenen Vorläufermodellen als auch von Konkurrenzprodukten auf den ersten Blick kaum noch unterscheiden. Wer nach der vielzitierten Differenzierung durch Design sucht, der muß sich mit dem Blick eines Experten auf Details konzentrieren, wo er – wenn er Glück hat – Unterschiede findet.

Wen wundert es da, daß heute relativ wenige Menschen über ein Urteils- und Unterscheidungsvermögen in Designfragen verfügen, wenn die Beurteilung in erster Linie anhand von Detailbeobachtungen und nicht durch den Gesamteindruck eines Produkts bestimmt wird. Design wird so zu

Designförderung . . .

. . . ist ein wichtiger Faktor zur Erschließung neuer Märkte, vor allem des asiatisch-pazifischen Wirtschaftsraumes. Mit der Präsentation ausgewählter Industrieprodukte auf Messen und Ausstellungen in Taipeh, Tokio und Seoul trägt das Design-Zentrum dazu bei, den Bekanntheitsgrad deutschen Designs zu steigern. Für exportorientierte Firmen ist die Dependance der Essener Institution in Tokio erste Anlaufstelle. Auch in Europa beteiligt sich das Design-Zentrum Nordrhein-Westfalen an vielen Messen.

einer elitären Disziplin, die mit normalem Geschmackempfinden und gesundem Menschenverstand nichts mehr zu tun hat. Wer sich aber in seiner Urteilsfindung unsicher ist, muß um Fehler zu vermeiden, auf die Meinung von Experten vertrauen.

Design ist also in erster Linie Vertrauenssache und kein objektiver Tatbestand mehr, obwohl man das Ding um das es dabei geht,



Die Kombination von weichen und runden mit asymmetrischen Formen macht den Reiz der Morelia 1500 FA von Düker aus. Eine kreisförmige Ablagefläche ergänzt den Innenraum der Wanne, deren Liegekomfort durch eine körpergerecht ansteigende Rückenpartie betont wird.



Die Waschtische Contura, Largo und Aqua stehen im Mittelpunkt der Keramikserie Cavelle von Keramag. Sie schenken der Reinigung, Pflege und Hygiene als dem Wesentlichen wieder die notwendige Beachtung. Mit dieser Optimierung auf das Alltägliche schlagen sie eine Brücke zwischen überzeugenden Werten von gestern, handwerklichem Können von heute und einer Gestaltung für die Zukunft.



Die Waschtischmischer Talis Sportive und Talis Elegance von Hansgrohe haben eine eingängige und unmißverständliche Formensprache. Während beim Sportive mit seinem Mischerdurchmesser von 50 mm für kleine Waschtische, vor allem an die designorientierte Badausstattung für den Objektbereich gedacht wurde, repräsentiert die Ausführung Elegance einen runderen, weicheren Designstil und richtet sich eher an den privaten Bauherrn.

deutlich sichtbar mit eigenen Augen betrachten kann. Je weniger sich ein Produkt durch seine Gesamterscheinung von Konkurrenzprodukten unterscheidet, desto mehr gerät es in die Abhängigkeit des am Detail orientierten Expertenurteils und ist auf begleitende Kommunikationsmaßnahmen, wie etwa das Ergebnis der Stiftung Waren-test oder des roten Punktes angewiesen. Langfristig können Kunden mit solchen Lippenbekenntnissen und dem Testat durch Expertenmeinungen aber nicht in überzeugender Weise befriedigt werden.

Mut zur Lücke

Deshalb kommt es auch bei der Vermarktung im Handel darauf an, mehr Bereitschaft zum Risiko und eine größere Aufgeschlos-



Die Duschkabine Rialto von Kermi verfügt über eine neu entwickelte bewegliche und schwenkbare Seitenwand. Sie ist mit einer durchgehenden Magnetteile versehen und läßt sich nach innen einschwenken. Dadurch ist die Seitenwand jederzeit ganzflächig und beidseitig zugänglich.

senheit für neue Konzepte zu zeigen. Bislang ist es wahrscheinlich nur nicht zu einer heftigeren Kritik am Handel gekommen, weil dessen Verkaufskompetenz zur Zeit noch immer von den meisten Herstellern völlig überschätzt wird. Kaum ein Hersteller wagt bislang zu erkennen, daß es auch



Die vollelektronische Personenwaage PS 20 Scala von Beurer verfügt über 150 kg Tragkraft bei einer 100-g-Einteilung. Der Meßvorgang beginnt automatisch bei Belastung der ergonomisch geformten und rutschfesten Trittpläche. Die in Anthrazit, Weiß und Blau lieferbare Waage verfügt über eine integrierte, platzsparende Aufhängevorrichtung.

andere Mittel und Wege gibt, mit seinen Produkten zum Kunden zu gelangen. Mit der zunehmenden Telematisierung und Computerisierung unserer Gesellschaft werden sich zwangsläufig auch neue Handelswege vom Hersteller zum Kunden eröffnen. Das Internet wird hierbei nur eine Möglichkeit von vielen Alternativen bieten. Vielleicht wird diese Entwicklung dann auch dazu beitragen, die Einstellung sowohl



Der Monoplan EKS Elegance I von Baufa ist ein glatter, einlagiger Fertigeizkörper mit Konvektionslamellen. Seine klare Form wird geprägt durch asymmetrische seitliche Schattenfugen, die die sonst übliche Kastenform auflockern und den oberen Wasserkanal optisch beidseitig weiterführen. Beim abgebildeten Modell Elegance II flieht das Abdeckgitter vom Betrachter aus nach hinten, wodurch der Heizkörper noch schmäler wirkt.

des Handels als auch der Hersteller zum Marktgeschehen grundlegend zu verändern. Bislang sind die meisten Hersteller allerdings noch nicht weit genug, um dies zu erkennen und entsprechend zu handeln. Vielmehr sind sie ebenso wie die Händler darauf fixiert, ihren Erfolg mit Produktpflege-maßnahmen zu sichern, statt nach dem wesentlich Neuen zu suchen. Verkannt wird dabei, daß jeder Händler und jeder Hersteller durch sein Handeln an der Entwicklung des Marktes beteiligt ist. Das ist eine besondere Chance für jeden der bereit ist, sich auf diesen ständigen Prozeß einzulassen, dessen Erfolg im Erkennen sich permanent wandelnder Weltanschauungen und damit einhergehender Handlungsweisen liegt. Diese Erkenntnis über das Erkennen verpflichtet zu einer Haltung ständiger Wach-



Das Einrohr-Entlüftungssystem ER 60/ER 100 von Maico erscheint besonders flach und leicht. Ein umlaufender 3 mm breiter Rand läßt das über einer Fuge schweben, sphärisch gekrümmte Oberteil hervortreten und das Unterteil fast völlig verschwinden. Eine Griffmulde am Unterteil sowie eine gegenüberliegende Griffleiste am Oberteil verdeutlichen, wie man die Abdeckung öffnet.

samkeit gegenüber der Versuchung der Gewißheit. Und in gleichem Maße, wie Design diesem Erkennen und effektiven Handeln verpflichtet ist, schuldet es Erfolg. □

Literatur

- [1] Humberto R. Maturana, Francisco J. Varela: Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln des menschlichen Erkennens, Bern und München, 1984
- [2] Peter Zec: Design goes virtual. Entwürfe zur Ästhetik in der Informationsgesellschaft, Essen 1996
- [3] Hans-Jürgen Warnecke: Revolution der Unternehmenskultur. Das fraktale Unternehmen, Berlin, Heidelberg, New York, 1993 (2. Auflage)
- [4] Paul Feyerabend
- [5] The Tom Peters Seminar: Crazy times call for crazy Organizations, New York, Toronto, 1994
- [6] Jürgen W. Braun: Griffe und Geschichten, In: Design Report Spezial. Design Report Nr. 6, 1996

| Produkt | Hersteller | Design |
|--|---|---|
| 97-2-0670 Wandheizungskörper Baufa Monoplan EKS Elegance I | Baufa Werke GmbH Postfach 21 60, 58681 Menden Tel. (0 23 73) 95 70, Fax 95 72 96 | Werksdesign: Harald Klostermann |
| 97-2-0671 Wandheizungskörper Baufa Monoplan EKS Elegance II | Baufa Werke GmbH Postfach 21 60, 58681 Menden Tel. (0 23 73) 95 70, Fax 95 72 96 | Werksdesign: Harald Klostermann |
| 97-2-0445 Personenwaage PS 20 blau+anthrazit | Beurer GmbH & Co. Söflinger Str. 218, 89077 Ulm Tel. (07 31) 3 98 91 92, Fax 3 98 91 45 | Werner Scholpp Untere Gasse 13, 71739 Oberriexingen Tel. (0 70 42) 9 82 42, Fax 9 82 81 |
| 97-2-0447 Elektronischer Durchlauf- erhitzer DX 18..27 | Clage GmbH Pirrolweg 1-5, 21337 Lüneburg Tel. (0 41 31) 89 01 38, Fax 8 32 00 | Design Planet José Delhaes Hausener Str. 2, 69242 Mühlheim/Lämmerspiel Tel (0 61 08) 7 19 15, Fax 7 24 47 |
| 97-2-0135 Badewanne aus Acryl Morelia 1500 FA | Eisenwerke F.W. Düker GmbH & Co. Postfach 12 60, 97748 Karlstadt Tel. (0 93 53) 79 12 60, Fax 79 11 98 | Triplano Associati Massimo Farinatti Via frua, 12, I-20146 Milano, Italien Tel. (00 39-2) 48 01 29 43, Fax 48 01 09 63 |
| 97-2-0010 Duschwannengestell Kinemator „D“ | Ferroplast GmbH Sanitäre Bauelemente Niederstr. 19, 40789 Monheim Tel. (0 21 73) 9 59 70, Fax 95 97 97 | Werksdesign: Reinhard Weber, Matthias Tomaszczyk |
| 97-2-1094 Ungleichenklige Eckbadewanne Studioform/Studiostar | Franz Kaldewei GmbH & Co. Beckumer Str. 33-35, 59229 Ahlen Tel. (0 23 82) 78 52 69, Fax 78 52 55 | Phoenix Product Design Kölner Str. 16, 70376 Stuttgart Tel. (07 11) 9 55 97 60, Fax 55 93 92 |
| 97-2-0780 Glanzglasdusche Nobile | Glamü GmbH Zienkener Str. 8a, 78379 Hügelsheim Tel. (0 76 31) 3 68 80, Fax 1 30 36 | |
| 97-2-0815 Badarmatur Talis Elegance | Hans Grohe GmbH & Co.KG Auestr. 5-9, 77761 Schiltach Tel. (0 78 36) 51 12 11, Fax 51 11 70 | Phoenix Product Design Kölner Str. 16, 70376 Stuttgart Tel. (07 11) 9 55 97 60, Fax 55 93 92 |
| 97-2-0814 Badarmatur Talis Sportive | Hans Grohe GmbH & Co.KG Auestr. 5-9, 77761 Schiltach Tel. (0 78 36) 51 12 11, Fax 51 11 70 | Phoenix Product Design Kölner Str. 16, 70376 Stuttgart Tel. (07 11) 9 55 97 60, Fax 55 93 92 |
| 97-2-0434 Waschtisch Esprit | Ideal Standard Hansastr. 14, 41460 Neuss | Andreas Struppler Design Baumstr. 15, 80469 München Tel. (0 89) 2 01 06 70, Fax 2 01 06 32 |
| 97-2-0296 Änn Waschbecken | Ikea Deutschland Verkaufs GmbH Am Wandersmann 2-4, 65719 Hofheim-Wallau Tel. (0 61 22) 99 74 15, Fax 99 71 95 | Werksdesign: Ikea of Sweden S-34300 Älmhult, Schweden |
| 97-2-1022 Bad-Serie Cavelle | Keramag Keramische Werke AG Kreuzerkamp 11, 40878 Ratingen Tel. (0 21 02) 91 63 65, Fax 91 63 53 | Thun Design Via Appiani 12, I-20121 Milano, Italien |
| 97-2-0779 Duschkabine Kermi Rialto Schwingtür mit Seitenwand beweglich | Kermi GmbH Pankofen-Bahnhof 1, 94447 Plattling Tel. (0 99 31) 50 11 35, Fax 50 16 44 | |
| 97-2-1003 Luxus-Badewanne Terra | Koralle-Coretta Nidderstr. 10, 63697 Hirzenhain | Nexus Product Design Muerfeldstr. 22, 33719 Bielefeld Tel. (05 21) 33 33 52, Fax 33 33 82 |
| 97-2-0851 Einrohr-Entlüftungs- system ER 60/ER 100 | Maico Elektroapparate-Fabrik GmbH Steinbeisstr. 20, 78056 Villingen-Schwenningen Tel. (0 77 20) 69 42 05, Fax 69 43 20 | Industry-Design Fritz-Neuert-Str. 40, 75181 Pforzheim Tel. (0 72 31) 5 45 31, Fax 5 18 54 |

Auszeichnung SHK-relevanter Produkte in der Gruppe 2 „Haushalt, Küche, Bad“ für hohe Designqualität bei den Design-Innovationen '97