

GG

LIFESTYLE • PERSONALITIES • REAL ESTATE



Juni
Juli
August '13

POWERED BY ENGEL & VÖLKERS

POOLS

Slim Aarons & seine schönsten Aufnahmen der eleganten Society

SEGELN

Was Les Voiles de St-Tropez zur spektakulärsten Regatta des Sommers macht



CHARLOTTE DELLAL

Die neue High-Heels-Queen & ihr Label Charlotte Olympia

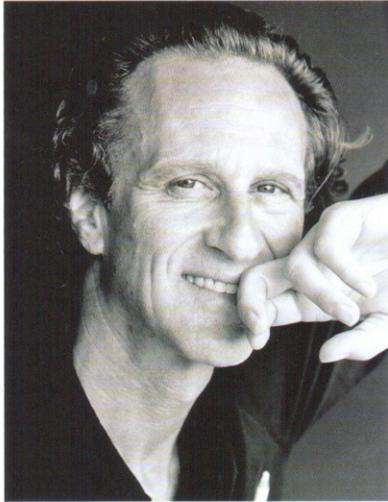
ISLAND LIFE

Leben wie Ernest Hemingway: Insel vor Key West zu verkaufen

HOW TO ENJOY YOUR ...

Summertime

VERSPIELT IN LONDON, SOPHISTICATED IN HOLLYWOOD, RELAXED IN CHILE



Matteo Thun

Mit reichlich Erfahrung geht Matteo Thun ans Werk. Der Italiener gehörte gemeinsam mit Ettore Sottsass zu den Mitbegründern von „Memphis“ und war Partner in dessen Büro „Sottsass Associati“. Seine internationalen Arbeiten als Architekt werden hoch gelobt. Für Duravit hat Matteo Thun mit „Durastyle“ einen neuen Standard definiert. Die Serie verbindet optische Leichtigkeit mit formaler Schlichtheit und eignet sich gerade deshalb sowohl für den Einsatz im Privaten als auch im Objektbereich. Matteo Thun: „Durastyle ist ein Badprogramm, das sich nicht selbst genügt, sondern seinen Aufgaben gerecht wird.“ So vereinen sich die vielfältigen Elemente zu einem perfekten Ganzen.





Ohne klares Ziel macht eine Strategie keinen Sinn. Das hat Duravit früh erkannt. Der Sanitärhersteller setzt deshalb Design seit vielen Jahren im besten Sinne strategisch ein, denn das Unternehmen aus dem Schwarzwald hat sein Ziel fest im Blick: Das Bad verdient ein gutes Image und soll ein Lebensraum sein, ein Raum mit Wohlühlqualitäten, der gern und oft genutzt wird. Mit dieser Entscheidung hat Duravit den Nerv der Zeit getroffen. Immer mehr Menschen wünschen sich das Badezimmer als einen besonderen Ort, als eine Art Home-Spa zum Abschalten und Relaxen. Fast schon wie eine kleine Oase, die den Alltag vergessen lässt und Körper und Geist gleichermaßen zu erfrischen vermag. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung war es nur folgerichtig, dass Duravit „Leben im Bad“ schon früh zu seiner Firmenphilosophie gemacht hat.

Was sich heute als schlüssige und erfolgreiche Strategie mit positiven Effekten für die wirtschaftliche Kraft des Unternehmens und als Glücksfall für viele Badnutzer darstellt, war vor einigen Jahren keineswegs selbstverständlich. Als Duravit im Jahr 1987 mit seiner Design-Offensive begann, betrat der Hersteller mit seinem Angebot für einen großen Nutzerkreis zweifelsohne Neuland. Nicht mehr nur die pure Funktionalität sollte den Kaufanreiz liefern, vielmehr sollte der Einsatz von Design der funktionalen Ausstattung eine begehrte Ästhetik verleihen. Design und Funktion also im Zusammenspiel zum Wohle aller Badbenutzer – und auch das Unternehmen profitiert davon. Der Leitspruch „form follows function“, das tradierte Credo der Industriedesigner, Ende des 19. Jahrhunderts vom amerikanischen Architekten Louis Sullivan geprägt, bot für Duravit den Ausgangspunkt für eine Erfolgsgeschichte, die heute immer noch fortgeschrieben wird.

Als Duravit also vor mehr als 25 Jahren Design zu einem Eckpunkt seiner Strategie gemacht hatte, war mit Dieter Sieger schnell der richtige Gestalter gefunden. Der Westfale Sieger, viele Jahre international als Architekt tätig, kannte sich auch in der Welt des Industriedesigns aus. Vertrauensvoll ließen die Schwarzwälder ihn an frischen Gestaltungsideen arbeiten. Dieter Sieger lieferte schließlich „Giamo“, eine komplette Ausstattungsserie für das Bad, deren Erfolg das Potenzial von Design im Bad eindrucksvoll belegte. Sanitärkeramik, Badmöbel und Accessoires passten perfekt zusammen und zeichneten ein neues Bild von den Möglichkeiten moderner Badgestaltung.

Die positiven Erfahrungen aus der Zusammenarbeit mit Dieter Sieger führten schnell auch zu weiteren Arbeiten mit anderen Designern. Philippe Starck hatte Mitte der 1980er-Jahre von Paris aus mit seinen frechen Entwürfen die internationale Designwelt kräftig aufgerüttelt. 1994 präsentierte Starck die ersten Produkte für Duravit. Der Franzose hatte gründlich recherchiert und sich eingehend mit den Bedürfnissen der Menschen beschäftigt. Philippe Starck reduzierte die typischen Sanitärprodukte auf einfache, archaische Grund-

formen. Die Waschschüssel lieferte das Vorbild für den Waschtisch, Eimer und Zuber standen Pate für WC und Bidet. „Starck 1“, so der schlichte Name der Serie, markierte den Auftakt einer Zusammenarbeit, die bis heute andauert. 2004 konnte Philippe Starck sein Können auch bei einem größeren Projekt unter Beweis stellen. Am Stammsitz der Firma im baden-württembergischen Hornberg wuchs der Platzbedarf und der Wunsch, die eigenen Produkte in einer besonderen Umgebung zu präsentieren. Duravit beauftragte den Franzosen mit dem Gebäudeentwurf und bekam vom Meister der Provokation eine ebensolche geliefert: Starck spielte mit Größenordnungen und so wurde schließlich ein überdimensionales WC in die Fassade des trapezförmigen Duravit Design Centers integriert. Das riesige Design-Schaustück dominiert das Erscheinungsbild des Gebäudes und dient zur Freude der Besucher als Aussichtsplattform.



Philippe Starck vereint in seinen Entwürfen für Duravit designorientierte Eleganz und wohnlichen Komfort. Sehr praktisch sind die großen Auszüge der Unterbauten.

Seine ersehnte Rolle im heimischen Bad hat das Design heute wohl längst gefunden. Doch auch im Objektbereich ist für Architekten und Projektentwickler eine durchdachte und gelungene Gestaltung der Sanitäräume längst Pflicht. Anders als im Privaten, wo Ausstattung und Einrichtung des Bades in hohem Maße auch ein Ausdruck von Individualität sind, steht in Hotels, Wellness-Einrichtungen und auch in Bürohäusern Effizienz in Bad und WC mit an oberster Stelle. Ein schneller und damit kostengünstiger Einbau lässt sich mit einem durchdachten und sorgfältig abgestimmten Produktprogramm erreichen. Und wenn WC, Dusche und Waschbecken dann in der Nutzung und Pflege dank solider Konstruktion und nachhaltig wirkendem, zeitlosem Design auch in der Unterhaltung die Kostenschraube nach unten drehen, sind nicht nur die Immobilienentwickler und Objektverwalter, sondern auch die Mieter und Nutzer der Einrichtungen zufrieden.

Solche Anforderungen lassen sich nur befriedigen, wenn erfahrene In-

genieure, pfiffige Techniker und innovative Designer Hand in Hand an neuen Produkten arbeiten. So wie bei der neuen Produktreihe „Durastyle“, für die Matteo Thun als Gestalter verantwortlich zeichnet. Matteo Thun ist weltweit als Architekt anerkannt und hat mit seinen Bauten vielfach architektonische Referenzen – beispielsweise das Vigilius Mountain Resort in Meran – geschaffen. Seine reichen Erfahrungen aus diesen Projekten hat der Italiener gekonnt in die Gestaltung mehrerer Linien für Duravit eingebracht. Mit der neuen Serie „Durastyle“ ist Matteo Thun gar das Kunststück gelungen, einen Hybrid zu entwickeln, der den Bedürfnissen im privaten Bad ebenso gerecht wird wie den Anforderungen im Objektbereich.

Design gehört für Duravit zum festen Bestandteil der Marke und wird mit hoher Kontinuität gepflegt und weiterentwickelt. Als Beleg dafür kann die andauernde Zusammenarbeit mit Sieger Design gelten. Seit dem Ausscheiden von Gründer Dieter Sieger sind auf Firmensitz Schloss Harkotten die Söhne Michael und Christian am Werk. Mit „Happy D.2“ wird die Vorgängerserie frisch und feminin neu interpretiert. Mit eleganten Formen im Bad in den Tag starten – dieser Wunsch lässt sich heute erfüllen.

JZ