



# Die *exklusive* Welt designaffiner und der Anspruch *maximaler*

FOTOS: GÜNTHER SCHWERING TEXT: JACQUELINE KOCH

**I**m Rahmen dieser Interviewreihe stellen wir in jedem Heft interessante Themen anhand herausragender Produkte und kompetenter Gesprächspartner vor, wir nennen es – Crossover-Interviews. Viele verbinden „Crossover“ mit Sport: wenn zu einem Training verschiedenste Sportarten trainiert werden, um wirklich alle Muskeln und Fähigkeiten zu pushen. So wird das Training nicht langweilig und ist vielfältiger für Körper und Geist. So ähnlich ist es hier. Es erwartet sie kein klassisches Interview mit Porträtbild und dem bekannten Fragen-Antworten-Spiel, sondern wir laden Sie ein, an unserem Treffen visuell und inhaltlich teilzunehmen. Die Chefredaktion

lädt Hersteller, Designer, Planer und Techniker zu spannenden Gesprächsrunden ein, begleitet von einem Fotograf, viel Kaffee und der ein oder anderen Köstlichkeit. Entspannt, gesellig und höchst informativ. Lesen Sie selbst!

In der letzten Ausgabe der *inwohnen* BAD haben wir zusammen mit dem Geschäftsführer und renommierten Bad-Planer Markus Nölle und dem Techniker Frank Körbelin über die Faszination italienischer Bad-Architektur und smarterer Technik philosophiert. Heute laden wir Sie ein, bei einem weiteren spannenden Gespräch dabei zu sein, wenn **Stefan Hoske**, Senior Consultant Architektur und Design bei Hansgrohe Deutsch-



# Bad-Architektur Individualität

land, über edles Bad-Design erzählt. Im exklusiven Showroom von AXOR im Hamburger Stilwerk berät er sonst Architekten, Innenarchitekten, Designer und auch designaffine Endkunden zum Thema hochwertige Bad-Kultur. Heute lässt er uns teilhaben am Dialog um Qualität und Wertigkeit in deutschen Bädern. Als festes Mitglied unserer Interview-Reihe, **Stephan Koll**, technischer Planer und produktunabhängiger Spezialist für intelligentes Wohnen aus Hamburg, mit dem Ruf, einer der besten seiner Branche zu sein. **Und meine Person.** Als Chefredaktion der **inwohnen BAD** fungiere ich als Moderator, Diplomat, manchmal auch als Provokateur, aber immer als fleißige Schreibkraft. ›



Baddesign „AXOR MyEdition“ definiert persönlichen Luxus im Bad. Flach, modern und äußerst minimalistisch wird die Armatur von einer eleganten Platte aus einem selbst gewählten Material gekrönt oder eine Platte nach ganz individuellen Wünschen, realisiert.



# Das Thema: *Wertigkeit* von Produkten und den Willen sich etwas zu „*leisten*“



## Stefan Hoske:

Ein Thema, das nicht nur im Bad-Bereich immer mehr Bedeutung gewinnt, und bei dem auch AXOR viel zu bieten hat, ist die Individualisierung. Die Individualisierung bei Produkten. Egal, ob es um technische Elemente, Leuchten, den Naturstein, den Farbmix oder auch die Armatur geht, nichts soll von der Stange sein. Kein Fertighaus-Stil, sondern die Forderung nach dem Besonderen. Ein gutes Beispiel ist die Armaturenserie „AXOR MyEdition“. Holz, Leder, Marmor, Metall, der Armaturenkörper bietet all das zur Auswahl und wenn man irgendwann etwas verändern will, kann man das mit nur einem „Klick“ und schon hat man eine völlig andere Armatur. Im Sommer vielleicht eher eine kühle Marmoroptik passend zu den Fliesen, im Winter die Holzoptik passend zum Boden. Solche Produkte bedeuten für mich Qualität im Detail.

## Stephan Koll:

Solche Produkte gibt es auf dem Markt und sie sind heiß begehrt, wenn man darum weiß. Bei all der Produktvielfalt auf dem Markt ist es schwer zu wissen, was es alles gibt und vor allem, was wirklich gut ist. Qualität und Gewährleistung sind neben dem Design entscheidend. Auch die Produktionshintergründe rücken immer mehr in den Fokus. Genau hier kommen wir ins Spiel. Berater, die über den Tellerrand schauen, die Bekanntes hinterfragen, die die Erfahrungen haben und aus dem Produktdschungel die besten Produkteigenschaften filtern und daraus die besten Produkte für den jeweiligen Kunden. Also die Produkte, die den Nutzer später auch wirklich glücklich machen. Denn eine hochwertige Armatur ist nicht wie jede andere. Es gibt tausend Dinge zu bedenken, wenn man wirklich smart und komfortabel leben will.



## INFO

AXOR gehört als Marke zum Unternehmen Hansgrohe. Die Hansgrohe Group zählt auch 2020 zu den Innovationsführern des Mittelstands, bereits zum vierten Mal. Mit dem TOP 100-Siegel wird beachtliche Innovationskraft bescheinigt: „Die Innovationserfolge zeigen die positive Wirkung eines guten Innovationsklimas und innovationsorientierter Strukturen und Methoden.“ Seit 1993 vergibt compamedia das TOP 100-Siegel für besondere Innovationskraft und überdurchschnittliche Innovationserfolge an mittelständische Unternehmen.

Bild: Hansgrohe SE





### Stefan Hoske:

AXOR gehört ja als Marke zum Unternehmen Hansgrohe und wir sind immer auf der Suche nach neuen Innovationen. Aber gleichzeitig soll die Zuverlässigkeit und Qualität nicht geschmälert werden, damit zeigt man erst echte Produktkompetenz. Denn Themen wie Sicherheit, Gewährleistung, Erfahrung spielen beim Planer, dem Architekt und natürlich dem Endkunden eine entscheidende Rolle. Ja, die Leute suchen Innovatives, aber gleichzeitig verlangen sie eine gewisse Beständigkeit. Nichts Schnellebiges, sondern auf lange Sicht Sicherheit, auch bei Armaturen oder technischen Elementen. Wir haben zum Beispiel eine sehr hohe Fertigungstiefe, wir stellen wirklich fast alles selbst her. Deshalb hat AXOR die Zulieferproblematik der letzten Monate auch kaum getroffen. Unsere Kunden wollen wissen, wo das Material herkommt. Welches Leder mit welcher chemischen Behandlung auf ihre Badewannenarmatur zur Veredelung kommt, was für Holz aus welchem Land. Qualität und Wertbeständigkeit, dafür steht AXOR.

### Stephan Koll:

Richtig. Früher hat man sich eine Miele Waschmaschine gekauft und dann wusste man, die funktioniert, da ist gutes Material verbaut. Das gab Sicherheit und Ruhe. Diese Ruhe können wir als Berater bieten, einfach weil wir diese Produkt hintergründe kennen. Wir kennen die Werke, die Produktionsverhältnisse, die eingesetzten Materialien, die Stärken und Schwächen und können das passende Produkt für die passende Wohnung und den Besitzer aussuchen.

### Stefan Hoske:

Wenn Kunden bei höheren dreistelligen Preisen für eine Waschtischarmatur erstmal mit dem Kopf schütteln und sagen, dass sie das nicht für eine Armatur ausgeben wollen, dann frage ich gerne, was ihr Handy gekostet hat. Wenn man



es mal berechnet, wahrscheinlich oft an die 1000 Euro. Ein elektrisches Gerät, bei dem man nicht mal selbst die Batterien tauschen kann und das nach zwei Jahren schon zum alten Eisen zählt, und dann gegen einen ähnlichen Neupreis getauscht wird. Aber für eine Armatur, die von früh bis abends von allen Familienmitgliedern, Gästen und Besuchern ständig benutzt wird und vor allem immer zuverlässig funktionieren muss, ist dieser Betrag keine Option. Gleichzeitig ist die Erwartungshaltung, dass die Armatur jeden Tag hundertprozentig funktionieren muss, mindestens 20 Jahre. Wer nicht auf Qualität achtet, egal in welchem Preissegment, der muss damit rechnen, die Handwerker öfter im Haus zu haben oder bald eine neue Armatur zu kaufen. Rechnet man die Kosten zu den höheren Anfangskosten einer teureren Armatur

dazu, ergibt sich schnell ein Kopfnicken anstatt eines Kopfschüttelns. Man sagt ja oft, ein gebrauchtes Auto kann sich nur ein reicher Mann kaufen, weil man im Laufe der Zeit so oft zur Werkstatt muss, dass die Endrechnung nicht aufgeht. Wer den Anspruch hat, es muss funktionieren und soll sich gut anfühlen und gut aussehen, der muss auch investieren.

### Stephan Koll:

AXOR bedeutet für viele meiner Kunden, sich etwas zu leisten. Ein Produkt wie dieses, egal ob eine Armatur für den Waschtisch, die Badewanne, Dusche oder auch Bad-Accessoires, Waschtische oder Wannen, diese Produkte sind es wert den Preis zu bezahlen. Denn die Produkte sind gut, und wer ein harmonisches, exklusives Bad möchte, der braucht genau solche Produkte. >

## AXOR

Die Marke AXOR gehört zum deutschen Traditionsunternehmen Hansgrohe Group. Bekannt für Qualität auf höchstem Niveau steht AXOR für Armaturen, Brausen und Accessoires für luxuriöse Bäder und Küchen. Seit mehr als 20 Jahren werden Unikate und Kollektionen produziert, die sowohl einen hohen ästhetischen Anspruch als auch ein hohes technisches Niveau aufweisen. International renommierte Designer, darunter Philippe Starck, Antonio Citterio, Jean-Marie Massaud und Patricia Urquiola, entwickeln jedes Jahr neue zukunftsweisende Designobjekte, die AXOR zur führenden Marke in der Bad- und Küchenbranche machen. Nach zahlreichen Auszeichnungen, wie dem Red Dot Award u.a., erhält AXOR 2017 den „iF gold award“ für die Zero und Select Stilvarianten der neuen Armaturenkollektion AXOR Uno sowie den German Design Award für die „Citterio Select“ Küchenarmatur.

[www.axor-design.com](http://www.axor-design.com)

# AXOR



### Stefan Hoske:

In meinen Beratungsgesprächen sehe ich oft, wie wichtig eine ganzheitliche Beratung ist. Denn was nützt das teuerste Waschbecken, wenn die Armatur farblich nicht dazu passt und die Beschläge der Duschwände nicht zu den Bad-Accessoires oder anderen Details im Bad. Um keine Stilbrüche ins Bad zu bringen, die oft die gesamte Raumharmonie stören, sind Berater wie Stephan Koll wichtig. Wir haben zum Beispiel nicht nur einen Goldton bei unseren Armaturen, nein, es gibt zahlreiche Goldtöne. Brushed Brass, Brushed Gold, Polished Gold, Polished Red Gold. Um eine durchgehende Linie, einer Farbe zu haben, sollte man nicht drei verschiedene Goldtöne im Bad verwenden, denn Gold ist eben nicht gleich Gold. Wir haben viele Kunden, die von unseren Farben begeistert sind und bei denen unsere Farbauswahl und Brillanz ein klares Kaufargument ist.

### Stephan Koll:

Ja, die Farbvielfalt bei Produktserien ist wichtig. Denn die Unterschiede sind da und nur durch das Persönliche kann man Kunden die Möglichkeiten geben, sich selbst ein Bild zu machen, denn oft entscheiden nur Nuancen über die gesamte Farbgebung in einem Raum. Dafür muss man wissen, welcher Hersteller genau diese Nuancen im Sortiment hat und wo man diese entspannt anschauen

kann. Man muss sich auskennen, deshalb sind die Kontakte zur Industrie für Produktdesigner wie mich so wichtig. Wenn Stephan Hoske mich anruft und sagt, es gibt bald was ganz Neues, dann kann ich meinem Kunden etwas empfehlen, das wirklich neu und innovativ ist. Darauf kann ich mich verlassen und punkte bei meinem Kunden.

### Stefan Hoske:

Wie findet ein Kunde, der renoviert oder baut, seine Wunschprodukte? Wo geht er hin? Zum Architekten, Bad-Planer, Handwerker oder besucht er unzählige Showrooms und Shops, um wirklich das Gefühl zu bekommen, er hat „alles“ gesehen. Das kostet Zeit und auch Nerven. Wahrscheinlich wird auch die Beratungsqualität dabei sehr verschie-

den ausfallen und man geht nicht überall zufrieden wieder nach Hause. Aber bei Beratern wie zum Beispiel Stephan Koll kann man sich das sparen. Man studiert auch nicht Jura, wenn man ein rechtliches Problem hat oder studiert alle Paragraphen, sondern man geht zum Anwalt, der sagt einem was es für Möglichkeiten gibt und kümmert sich. Unabhängige Produktberater machen im Prinzip dasselbe nur in Bezug auf Design und Smartness. Wenn ich weiß, welchen Stil ich will und wie hoch mein Budget ist, dann müssen die einzelnen Sanitärelemente, der Boden, das Licht, die Fliesen, die Armaturen und alles, was zu einem wirklich gelungenen Bad dazugehört, perfekt aufeinander abgestimmt werden.

### Stephan Koll:

Deshalb erwarten meine Kunden, dass mein Team und ich uns auskennen, zu Recht, denn wir beschäftigen uns tagtäglich mit Produkten, ihrer Qualität und Funktion. Welcher Lichtschalter ist für welche Situation und Anforderung der richtige, welche smarte Technik wann sinnvoll, welche Armatur wo bequem und optisch stark. Dabei agieren wir nicht wie ein Versicherungsmakler, der vertragsmäßig an eine Versicherung gebunden ist, sondern für uns zählt nur das Beste. Das, was für das jeweilige Projekt und den individuellen Nutzer am besten



Bild: Hansgrohe SE

passt. Unabhängig von Verträgen oder Prämien von Herstellern. Ich arbeite nur mit den besten Firmen und AXOR zählt dabei zu meinen Favoriten.

**Stefan Hoske:**

Wirklich gute Produkte zu finden ist für Bauherren oft nicht leicht. Obwohl Hersteller in anderen Branchen immer mehr gezwungen werden eigene Shops und Showrooms zu eröffnen, ist das im Sanitärbereich eher selten. Unser Showroom hier im Stilwerk in Hamburg ist wirklich besonders. Aber da Ausstellungsflächen häufig begrenzt sind, ist man auf Handwerker und Bad-Planer und Planer wie Stephan Koll angewiesen, wenn man exklusive Produkte hat mit hohem Innovations- und Neuigkeitsgehalt.

**Stephan Koll:**

Stimmt, denn als freier Planer habe ich mehr Spielraum. Ich zeige nicht hunderttausend Produkte, sondern ich zeige Anwendungen, wie ich mir eine Situation vorstellen kann und nehme das als Beispiel, damit der Kunde sieht wie es funktionieren kann. So versteht er, dass wir individuell auf seine Wünsche eingehen können. Welche Armatur, welches Schalterprogramm, welche Leuchten, alles im Einklang mit seinen Wünschen und für sein Budget. Auch hier geht es immer um maximale Individualität und Empathie dem Kunden gegenüber.

**Stefan Hoske:**

In meinen heutigen Beratungsgesprächen und früher als Innenarchitekt war ich oft viel mehr als ein klassischer Berater. Besonders bei Familien und Paaren die gerade bauen ist man schnell Psychologe, Eheberater, Diplomat. Man steht zwischen zwei Menschen die man in Wohnfragen berät, die sich oft in einer schwierigen und zum Teil auch stressigen Situation befinden. Denn häufig prallen verschiedene Stilrichtungen und Erwartungen in kurzer Zeit aufeinander. Oft will der Mann typische



Männertemen und Designs ins Haus bringen, puristisch, stark technisch geprägt und die Frau will oft Wärme und mehr Farbe. Beide Stilrichtungen in einem Haus zu kombinieren ist nicht immer leicht. Meist werden dann Zimmer getrennt designt, um eine faire Aufteilung für alle zu haben. Obwohl Klischees heute immer weniger funktionieren. Viele Männer kochen gerne, wollen richtig gute Geräte, Dampfgerar, Kaffeeautomaten mit direktem Wasserzulauf und andere besondere technische Highlights.



**Stephan Koll:**

Die technischen Forderungen kommen tatsächlich immer noch mehr von den Männern. Aber das Gute an smarter Planung ist, die Individualisierung dieser Technik, angepasst an den jeweiligen Nutzer. Der Mann kann also bei fantastischem Sound laut seinen Liebblingssender hören, wenn er ins Bad geht. Die Sonne reinlassen, im Spiegel die Nachrichten sehen und die Dusche geht automatisch an, mit kälterer Temperatur, so wie er es mag. Kommt die Frau ins Bad, fahren die Jalousien wieder runter, die Musik wird leiser und ein anderer Sender läuft, die Duschtemperatur ist wärmer und das Licht gedimmt. Individualisierung pur. Per App vom Bett aus oder mit Tastendruck auf die vorprogrammierte Taste. Durch den Zusammenschluss von Spezialisten wie wir es sind, können wir Kunden all das bieten. Und ich bin mir sicher, in zehn Jahren wird fast alles smart sein. Berufs- und Einkommensgruppen übergreifend. Denn das Interesse ist unglaublich groß. Es geht da gar nicht nur um Luxusbauten, es geht um Heizungssteuerung, Temperaturfühler, automatische Jalousienführung für optimale Sonneneinstrahlung und vieles mehr. Und das alles auf einer Oberfläche, nicht auf 25 Apps.