



# Der lange Weg zum Markt

**Viel Leidenschaft steckt im Design von hochwertigen Möbeln. Den weiten Weg der Entstehung eines Designstuhls von der Idee bis zur Marktreife beschreibt Volker Speer am Beispiel des ARTISO aus dem Hause KÖHL.**

Die Entwicklung von Bürostühlen kann eine Leidenschaft sein, vor allem, wenn es sich um einen ganz besonderen Stuhl handelt. Allem voran steht meistens die Marktanalyse: Welche Stühle gibt es – und besser noch: Was für ein Stuhl fehlt? Im Fall des ARTISO kam die Idee von Produktdesigner Volker Reichert, der eine Mischung aus Lounge- und Bürostuhl für den Konferenzbereich schuf, dessen Wirkung schlicht und elegant zugleich ist, sodass er seine Umgebung aufwertet, ohne sich aufzudrängen. Dazu sollten die Nutzer nicht auf Sitzkomfort verzichten. Mit dieser Idee wandte er sich an den Hersteller KÖHL und konnte ihn gleich überzeugen.

Schon der Weg vom Reißbrett bis zum Prototyp ist lang. Viele Instanzen werden ins Boot geholt, um ein Ergebnis zu erzielen, das

im Markt bestehen soll. „KÖHL pflegt enge Partnerschaften mit seinen Lieferanten“, erzählt Volker Speer, verantwortlich für Marketing und Kommunikation bei KÖHL. „Für die fast schon symbiotische Zusammenarbeit haben alle ihren Sitz in der Nähe, das schafft ideale logistische Voraussetzungen. Als die Entwicklung des neuen Stuhls auf Hochtouren lief, setzte man sich abends schon einmal zusammen, um ein Modell zu schnitzen oder eine Nahtführung zu diskutieren. Alle haben ihren Elan mit eingebracht.“ Auch Reichert, der das Design die ganze Zeit über im Blick hatte, passe in diese Gemeinschaft, „denn er ist regional, bodenständig und hat eine Hands-on-Mentalität.“

Der hochwertige Stuhl soll gehobene Ansprüche erfüllen. Laut Speer kommen nur beste Materialien und komfortabelste Ausstattung

zum Einsatz. Ein 3D-Sitz, optional eine Gasfeder, Stahl, Schaum, Bezugsmaterialien – alles sei vom Feinsten, sagt Speer: „Und alles ist German Quality made by KÖHL bis ins Detail.“ Die „Hochzeit“ aller Bestandteile des Stuhls findet schließlich bei KÖHL in Rödermark statt, zu 100 Prozent in Handarbeit. Das passt zum Namen, den der Stuhl bekam: ARTISO bedeutet so viel wie handwerkliche Kunst.

Während der Entwicklungsphase ist eine Stuhlfamilie mit ungezählten Varianten entstanden. Die Basis bilden die vier Korpusse S bis XL mit den alupolierten Gestelloptionen Kufen, Pyramidenfuß, vierstrahliges Fußkreuz ohne und fünfstrahliges Fußkreuz mit Rollen. Gemeinsam sind allen die Stahlrahmenkonstruktion und das komfortable Taschenfederkernpolster. Hinzu kommt eine reiche Auswahl an hochwertigen Bezugsmaterialien.

terialien – Stoff, der Feuchtigkeit ableitet, oder Leder, das erst im Gebrauch seine wahre Patina entfaltet – in allen erdenklichen Farben, auch miteinander kombiniert. „Der Designstuhl wird in kleinen Stückzahlen hergestellt, jeder kann ihn nach Herzenslust konfigurieren und individuell ausstatten“, erläutert Speer. „Man kann ihn sich überall vorstellen: in Büroumgebungen, in Loungebereichen oder auch im Wohnzimmer.“

## DESIGN UND KOMFORT

Das sei aber noch nicht alles, denn ARTISO ist ein Designstuhl, der nicht einfach als Schmuckstück herumstehen, sondern wirklich genutzt werden soll. Dazu hat der Hersteller ihn mit allen ergonomischen Feinessen ausgestattet. So kommt es, dass Interessenten, vom Design angesprochen, vom unerwarteten Sitzkomfort überrascht werden, der unter anderem durch eine außergewöhnliche Sitzdynamik hervorgerufen wird, was bei einem Designstuhl niemand erwartet. „Der ARTISO ist nicht nur hübsch anzusehen, sondern auch technisch ausgereift“, weiß Speer.

Auf die lange Entwicklungsphase folgt eine sanfte Einführung. Schon auf der Orgatec 2016 war ARTISO der Star auf dem Stand von

„Den ARTISO kann jeder nach Herzenslust konfigurieren und individuell ausstatten. Man kann ihn sich überall vorstellen: in Büroumgebungen, in Loungebereichen oder auch im Wohnzimmer.“

**VOLKER SPEER**, verantwortlich für Marketing und Kommunikation bei KÖHL



KÖHL, der endgültige Markteintritt ließ noch fast ein ganzes Jahr auf sich warten. Der Stuhl hat ein neues Zeitalter auch bei den Präsentationsmitteln von KÖHL eingeläutet – angefangen bei der stuhleigenen Website bis hin zu einer hochwertigen Broschüre, deren Wertigkeit ihrem Präsentationsobjekt fühlbar nahekommt. Selbst die Verpackung zur Auslieferung ist etwas Besonderes.

Innerhalb eines halben Jahres hat KÖHL seinen ARTISO schon in einer stattlichen An-

zahl verkauft. Vor allem Innenarchitekten, doch auch Fachhändler, die einen besonderen Weg gehen möchten, bieten das Schmuckstück gern an, denn das Produkt überzeugt durch seine Stimmigkeit. Ob als Zweitstuhl in einem kleinen Büro oder gleich mehr als 50 Exemplare in einem Unternehmen, das großen Wert auf sein Erscheinungsbild legt: Viele Kunden haben sich für ARTISO begeistert und jeder hat ihn mit Leidenschaft auf seine Weise konfiguriert.

Anja Knies ■

**ORGATEC 2016:** Der Designer Volker Reichert hat die Entwicklung des ARTISO bis zur Messereife und darüber hinaus begleitet.

