



editorial

made in germany



Qualität gilt in der welt noch immer als ein markenzeichen, das sich per se mit der deutschen produktion verbindet. Da lässt sich das ausland ungern beirren. Das label „made in germany“, das die engländer den deutschen importen im 19. jahrhundert aufklebten, um sie vom eigenen markt fernzuhalten, hat sich längst als beständiges gütesiegel erwiesen, selbst wenn es manchmal so scheint, als ob das von den deutschen selbst als eine zu große verpflichtung empfunden wird. Hier ist gefahr im verzug. Denn was sonst hätten wir den anderen zu bieten als unser gewachsenes qualitätsbewusstsein. Weder verfügen wir über die natürlichen ressourcen russlands noch über das personelle reservoir chinas. Uns bleibt am ende immer nur das angebot einer qualität, die ihren preis hat. Nichts anderes wird aber auch von uns erwartet; dazu zu stehen ist ein gebot wirtschaftlicher vernunft, dem wir gern folgen.

Ihr

Dietmar Spielmann

leistung schafft vertrauen



In nahezu jeder branche wachsen die geschäftsfelder. Ständig werden neue märkte erschlossen; bisher unbekannte konkurrenten drängen auf die angestammten plätze. Wer sich behaupten will, muss sein angebot erweitern, nicht unbedingt um eine vielzahl neuer produkte, wohl aber um die offerte zusätzlicher leistungen. Nicht mehr allein die zuverlässige lieferung des einzelnen, perfekt gefertigten produkts entscheidet über den erfolg, sondern die fähigkeit, komplette lösungen für bestimmte probleme anbieten zu können, konzepte und strategien, bei denen diese oder jene objekte zum einsatz kommen. Wer sich ein office einrichten lässt, braucht, bevor er sich für das design entscheidet, eine raumplanung, die die optimale organisation der arbeitsabläufe garantiert. Viel zu sehr sind wir unterdessen auf die kommunikative vernetzung angewiesen – technisch und logistisch, als dass wir noch darauf vertrauen könnten, dass sich die nötigen verbindungen schon irgendwie ergeben werden. Nur mit umfassenden konzepten kann die qualität hochwertiger produkte und designobjekte heute – in der modernen office-welt – noch zur geltung gebracht werden. In der kreativen und individuellen anpassung an die unterschiedlichsten situationen muss sich der qualitätsanspruch des objekteinrichters beweisen. Routine und erfahrung, so nötig sie sind, helfen allein nicht weiter. Ideen und perspektivisches denken sollten das angebot bestimmen. Erst darin zeigt sich die gefragte kompetenz – eine leistung, die vertrauen schafft auf den expandierenden märkten der zukunft.

Wenn es um design for business geht, müssen ideen und perspektivisches denken überzeugen. Erst wenn das konzept stimmt, können die objekte der einrichtung ihre qualität entfalten.

.....
inhaltsverzeichnis

der standpunkt	2
research for business	2
100 jahre wilkhahn: design zwischen tradition und zukunft	3
aus dem unternehmen	4
impressum	4
.....	
d'box winter 2008	1

der standpunkt von



matthias horx

„Es gibt nur zwei gründe für zukunfts-forschung: die gegenwart besser zu verstehen, und dem bewusstsein auf eine höhere stufe zu verhelfen.“

„Ich habe festgestellt, dass die menschen sich gar nicht wirklich für die zukunfft interessieren. Sie interessieren sich eher für die verlängerung der ver-gangenheit ins morgen. Genau das aber hat die zukunfft nicht im pro-gramm.“

„Wir können uns die zukunfft immer nur als apokalypse, konsumhölle oder absurden comic-strip vorstellen. Wenn wir aber einmal dort sind, wird sie sich als ganz normaler ort zum lieben, hei-raten, autofahren und kinderkrigen erweisen.“

„Ich schlage eine haltung vor, die zukunfft als evolutionären prozess sieht. Evolution hat immer vier optio-nen: adaption, selektion, re-kombina-tion und extinktion. Das resultat dieser im grunde harten und einfachen prinzi-pien ist immer phantastisch.“

Der forschner matthias horx betreibt mit seiner zukunfts-institut gmbh trendforschung sowohl für die wirtschaft als auch für gesellschaftliche institutionen und die politik. Am 10. april 2008, auf dem frühlingstfest der spielmanns group, wird er über die evolution von management und märkten im 21. jahrhundert sprechen.

Foto: Klaus Vyhnalek

research for business



„Unser geschäft ist die zukunfft“, sagt volker hild. Wie wenige sonst weiß er, was viele unternehmen planen.

Gemeinsam mit seiner kollegin elvira trenn verfolgt er, was sich in der wirt-schaft tut, bei den banken und in der industrie oder wo sonst noch abzuse-hen ist, dass sich die moderne office-welt verändern könnte. Research im vorfeld der akquise betreibt seine abteilung in der kronberger zentrale der spielmanns group. Gestützt auf eine vielzahl von kontakten, werden hier projekte gesucht und ermittelt, an denen man sich mit dem eigenen know-how beteiligen könnte. Bedarfs-ermittlung im herkömmlichen sinn sei das aber nur zum teil, mit der arbeit eines callcenters habe das alles nichts zu tun, erklärt volker hild weiter; viel-mehr handle es sich um die erstellung erster bedarfsanalysen: „Damit schaf-fen wir die voraussetzung für eine individuelle und qualifizierte anspra-che des potentiellen kunden.“

Um dies zu gewährleisten, wird umfangreich recherchiert. Es entsteht ein bild vom charakter des jeweiligen unternehmens, von den aufgaben und anliegen der partner; man sucht die richtigen ansprechpartner, knüpft erste kontakten, wobei die präsentation des eigenen leistungsspektrums bereits mit blick auf die besonderen erforder-

nisse des jeweiligen projekts geschieht. Das ist arbeits- und vor allem zeitaufwendig. Im erfolgsfall bil-det es aber auch die basis vertrauens-voller zusammenarbeit, ist es der erste schritt qualitativ hochwertiger dienst-leistung, unabdingbar nicht zuletzt im wachsenden auslandsgeschäft.



Nur wer das blatt kennt, kann die karte herausfinden, auf die zu setzen sich lohnt. Schon im vorfeld der akquise werden mit research die weichen für den späteren erfolg gestellt.

Darauf, weiß dietmar spielmann, der ceo des unternehmens, kommt es heute mehr denn je an. Geht es doch nicht mehr nur darum, objekte, stühle, tische oder schränke anzubieten, wie schön ihr design immer sein mag, sondern um die entwicklung kreativer, funktional und ästhetisch überzeugender lösungen. Und dies wiederum

Volker hild und elvira trenn erforschen, was sich in der officewelt tut, um neue geschäftsbeziehungen anzubahnen.

erfordert ein entsprechendes product-placement, verlangt, sich von vornher-ein als informierter partner zu präsen-tieren – mit der fähigkeit, ideen zu ent-wickeln. „Das erwarten die anspruchsvollen kunden mehr als alles andere, weil es ihnen zeit spart, das wertvollste überhaupt“, so noch einmal dietmar spielmann. Und deshalb auch hat er die neue abteilung vor gut einem jahr ein-gerichtet, als teil einer umfassenden dienstleistungskette. Auf den ergebnissen ihrer arbeit können sowohl die masterplanabteilung als auch der ver-kauf aufbauen.

Ausgestattet mit den resultaten der research, kommen die berater nicht mehr als fremde zu den sorgfältig vor-bereiteten und persönlich vereinbarten terminen. Partnerschaftliche geschäfts-beziehungen lassen sich leichter knüp-fen, die erfolgsaussichten steigen deut-lich. Neue verbindungen entstehen, von denen dann wiederum elvira trenn und volker hild profitieren, wenn sie ihr netzwerk zu unternehmern, planern, architekten, bauherrn oder investoren immer weiter ausbauen, um die geschäfte der zukunfft vorzubereiten.

design zwischen tradition und zukunft

Aus vielen ländern europas, aus amerika und aus afrika, aus asien und australien, aus der ganzen welt, aus paris wie aus hongkong, aus sydney wie aus tokiokamen die glückwünsche. Neben lang-jährigen geschäftspartnern gratulierten architekten, gestalter und designer. Auch dietmar spielmann und die eidgenössische technische hochschule zürich gehörten zum kreis der gratulanten. Der 100. geburtstag der firma wilkhahn war ein ereignis der wirtschafts- sowie der kulturgeschichte.

Selbst die politik nahm davon notiz; und das gewiss nicht nur, weil man 2007, während der deutschen eu-ratspräsidentenschaft, ein jahr lang auf wilkhahnstühlen und an wilkhahn-tischen gesessen hat. Immer wieder, sagte außenminister frank-walter steinmeier, sei es dem hersteller hochwertiger designmöbel gelungen, „in einem globalen markt neue maßstäbe zu setzen“. Die laudatio galt einem unternehmen, dessen geschichte beispielhaft ist für das qualitätsbewusstsein und die innovationskraft des deutschen mittelstands.



den. Zu einem begriff in der designwelt wurde das unternehmen, als dann in den fünfziger jahren des vorigen jahrhundert, wesentlich angestoßen durch den 1920 geborenen fritz hahne, die intensive zusammenarbeit mit namhaften architekten und gestaltern begann, insbesondere aus dem umkreis der ulmer hoch-

Wie mit den produkten so setzte wilkhahn mit der firmenarchitektur von frei otto maßstäbe. Zu einem kennzeichen moderner büroeinrichtung hat sich die „fs-linie“ entwickelt; ihre produkte zählen seit jahren zu den meistverkauften designobjekten – ebenso wie der „stitz“, die geniale stehhilfe mit kultcharakter.



Die schaukelplastik, die walter pabst 1958/59 entworfen hat, wurde zu einer ikone ihrer zeit.

1907 von christian wilkening und friedrich hahne in eimbeckhausen bei hannover gegründet, hat es wilkhahn von anfang an verstanden, handwerkliche tradition so mit den möglichkeiten des fortschritts zu verbinden, dass unverwechselbare produkte entstan-



schule für gestaltung. In der tradition von werkbund und bauhaus entwarfen sie wilkhahn-möbel, die zu klassikern wurden. Die berühmte „schaukelplastik“ von walter pabst, der „stitz“, die stehhilfe von hans „nick“ roericht, oder die „fs-linie“ sind längst in die designgeschichte eingegangen.

Es damit nicht genug sein zu lassen, heißt es bei wilkhahn, sei zugleich eine wirtschaftliche notwendigkeit, eine soziale verpflichtung und ein kultureller auftrag. Denn: „Wie bei der produkt- und marktentwicklung gilt es, auch bei den unternehmenswerten auf den grundlagen der tradition immer wieder zeitgemäße übersetzungen für die zukunft zu finden.“

**wachablösung
neuer chef in kronberg**

Um sich intensiver dem wachsenden auslandsgeschäft widmen zu können, hat dietmar spielmann die leitung des hauptsitzes der spielmanns group in kronberg zum 1. 1. 2008 an markus schumm übergeben, der wie bisher auch noch die niederlassung in mainz führen wird. Ebenso wie die geschäftsführung des gesamten unternehmens bleibt die verantwortlichkeit für das marketing in den händen von dietmar spielmann. Daneben wird er vor allem die expansion im arabischen raum und in nordafrika vorantreiben, wo schon im vergangenen jahr bedeutende planungsaufträge übernommen werden konnten, unter anderem für die errichtung mehrerer fußballstadien in libyen sowie für den bau eines neuen stadtteils in tripoli.

Markus Schumm

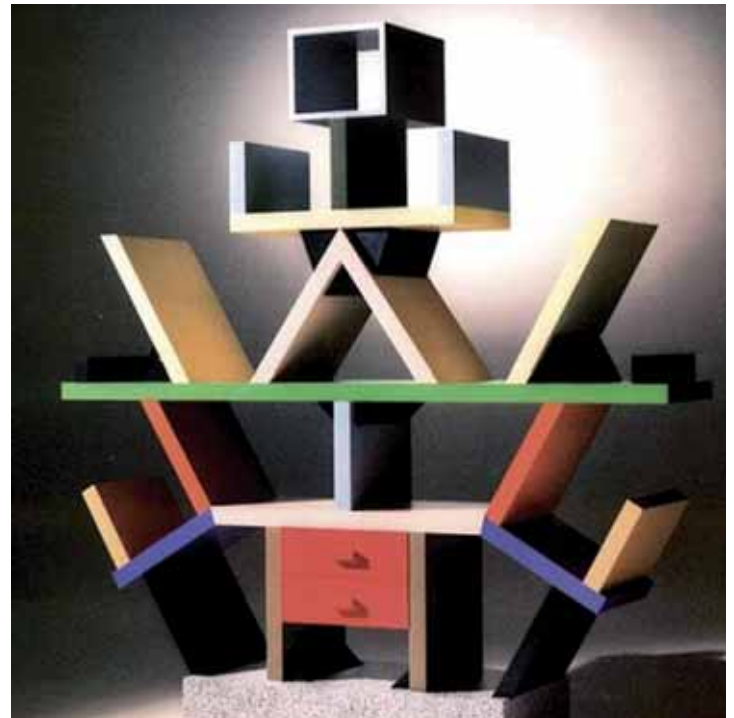


**frühlingserwachen
ein blick voraus**

Auch in diesem jahr wird die spielmanns group partner und freunde zu einem frühlingfest in den poelzigbau der frankfurter goethe-universität einladen, kurz nach ostern, am 10. april. Auf dem programm steht u. a. ein vortrag des zukunftsforschers matthias horx über „die evolution von management und märkten im 21. jahrhundert“. Vorausweisendes zeigt außerdem eine tanzperformance aus der schweiz, bei der die architektur zum partner der akrobaten wird.

**nachgelesen
ettore sottsass**

Am 31. dezember 2007 ist der italienische „designer-papst“ etторе sottsass im alter von 90 jahren gestorben. Mit der roten schreibmaschine, die er 1958 für olivetti entwarf, hat der studierte architekt weltruhm erlangt, ebenso wie als mitbegründer von „memphis-design“ 1981 in mailand. „Der Aufstieg von Sottsass“, schrieb die FAZ jetzt in einem nachruf am 2. januar 2008, „erfolgte nicht zufällig Ende der fünfziger Jahre, als die schwungvolle Modernen der europäischen Wiederaufbaujahre in öder Betonstapelei zu versanden begann. Dem Abstieg ins Grau antwortete der Designer mit einem knallbunten Feuerwerk aus Kegeln, Kugeln, Zylindern, Kuben, Pyramiden und Dreiecken ... Bald fragte Sottsass, warum Design sich sklavisch an den



Mit der reiseschreibmaschine „valentine“ setzt sottsass 1958 das erste farbsignal. Später wurde seine designwelt immer bunter, möbliert mit gelben stühlen und vielfarbigen regalen.

Äußerlichkeiten des technischen Fortschritts orientierte, und entwarf Gegenmuster – Produkte, deren Form den architektonischen Chiffren des zeitlos Erhabenen entstammten. Doch mit feierlicher Unnahbarkeit hatte das wenig zu tun: Seine oft aus Kunststofflaminaten gefertigten Möbel, Tischgeräte und Lampen redeten wenig von Memphis, aber viel von Entenhausen; so etwa sein legendärer ‚Micky-Maus-Tisch‘ oder der ‚gelbe Sekretärsstuhl‘.“



**irischer frühling
spielmanns in dublin**

Ende vorigen jahres wurde an der north circular road in dublin die firma „design flow“ eröffnet, das erste spielmanns-haus in irland. Vorausgegangen war mit der einrichtung des hauptsitzes der depfa bank die abwicklung eines ersten großauftrages auf dem irischen markt. „Für den aufbau einer eigenen niederlassung sprach danach

nicht nur das beeindruckende wirtschaftswachstum des landes, seine mittelständische dynamik“, erklärt dietmar spielmann, „sondern auch die tatsache, dass da ein ausgesprochen investitionsfreundliches klima herrscht. Das entstehen neuer unternehmen wird nicht skeptisch verfolgt, sondern großzügig befördert, auch steuerlich unterstützt. Es herrscht unverminderte aufbruchstimmung.“

www.designflow.ie

impresum

d'box winter 2008

- herausgeber
dietmar spielmann
spielmann officehouse gmbh
kronberg
- redaktion
dr. thomas rietzschel
- gestaltung
stolzdesign
- fotos
wilkhahn
spielmanns officehouse
stolzdesign