

# „Das hier ist nur ein erster Schritt“

## Der Designer Marc Sadler über Autokauf, über Skulpturen, Denkmäler und Mausoleen und gutes Licht zum Rasieren

Waschtischlösungen, Spiegelschränke, exklusive Solitärprogramme wie auch das architektonische Möbelprogramm „rc40“ hat dem Badmöbel-Hersteller Burgbad AG eine gute Reputation in der Branche der Badausstatter gebracht. Und das ganz sicher nicht nur dank seines beherzten, weil für die Szene unüblichen Auftretens in der Werbung in Zusammenarbeit mit dem französischen Comic-Zeichner Jean-Philippe Delhomme.

Auf der ISH 2013 kam nun ein weiterer Baustein im designorientierten Konzept des im Sauerland beheimateten Unternehmens hinzu. „Conceptwall“ sei, so die Philosophie, ein modulares, vielfältige Funktionen integrierendes Programm, das die Grenzen zwischen Waschtisch und Möbel weiter als bisher

bekannt vermischt. Seine hohe Individualisierbarkeit macht es zu einem äußerst flexibel einsetzbaren Produkt für viele Bereiche, aber auch für viele Zielgruppen. Von Melamin bis „Acryl-High gloss“, zwischen Farbe und Holzoberfläche ist alles möglich. Die Flexibilität schließt sogar das Preisniveau ein: nach unten wie nach oben.

Entstanden ist dieses anspruchsvolle Projekt in Zusammenarbeit mit einem der renommiertesten und oft ausgezeichneten Designer der europäischen Kreativszene: Marc Sadler. Der Franzose startete seine Karriere als Pionier im Sportausstattungsgebiet (er gilt u. a. als Erfinder des Kunststoff-Ski-Stiefels), kreierte Kleidung, Küchen und Bügeleisen, arbeitete in Studios in New York, Hongkong, Taiwan und Venedig und lebt und arbeitet heute in Mailand. Nachdem er in den letzten Jahren Lorbeeren vor allem für seine Leuchten Twiggy, Mite (beide Foscarini) und Drop (Flos) erntete, stürzte er sich für den westfälischen Badmöbel-Hersteller mit großem Engagement in ein Projekt, das nicht nur gestalterische Kreativität, sondern auch ganzheitliches, unternehmerisches Denken verlangte. Während eines Treffens im Fotostudio erläutert Marc Sadler die Hintergründe zu seinem System-Konzept.



Marc Sadler (links mit Burgbad-Vorstand Jörg Löw): „Nicht in eine Schublade stecken lassen ...“

**Bei Conceptwall geht es nicht nur um ein Möbel, sondern auch um Dinge wie Licht und Modularität. Was genau war der Ansatz bei dieser Produktentwicklung?**

Licht war tatsächlich einer der Aspekte. Aber nur einer unter mehreren. Als Burgbad zu mir kam und wir über die Ziele eines neuen Projektes nachdachten, haben wir nicht über ein Möbel, sondern über eine Plattform gesprochen. Es ging nicht um Fragen wie Farbe und Ästhetik, wir dachten vielmehr über Nutzungseffizienz von Wasser nach, über clevere Stauraumnutzung und über die Platzierung mehrerer Lampen anstelle nur einer einzigen, denn der Nutzer braucht zu unterschiedlichen Zeiten unterschiedliches Licht. Irgendwann war klar, dass wir nicht über ein Möbelstück sprachen, sondern über ein ganzheitliches Projekt.

**Wie war es, sich plötzlich der Herausforderung eines so komplexen Projektes zu stellen, nachdem die Anfangsidee geboren war?**

Das Produkt, das uns vorschwebte, wurde auf einmal zu einer Art Maschine. Das, was wir jetzt sehen, ist wirklich nur der erste Schritt. Conceptwall ist eine echte Teamarbeit, ein Experiment, bei dem wir viel voneinander gelernt haben. Am Ende mussten wir uns sogar bremsen und uns bewusst beschränken, so viele Ideen waren auf einmal da und so viele Räder, an denen wir gerne drehen würden. Doch wir haben uns entschieden, zunächst nur einen ersten Teil in den Markt einzuführen und dann davon zu lernen, bevor wir weitere Module fertigstellen.

**Offensichtlich können Sie gut in Systemen denken – mögen Sie sie besonders?**

Nein, nicht immer. Aber man muss aufpassen, nicht in eine Schublade gesteckt zu werden, weil einem die Leute irgendwelche Etiketten aufkleben. Mit Systemen ist es so: Die Aufgabe ist nicht unbedingt leicht. Man kann dabei keine Skulpturen machen, und schon deshalb wollen viele meiner Kollegen damit nichts zu tun haben. Es ist eine sehr komplexe Aufgabe, bei der man im Team mit dem Unternehmen arbeiten muss. Ich kann ihm schlecht irgendein System verkaufen, denn es hat ja schon sein eigenes. Also muss man sich integrieren, und das ist nicht immer leicht. Es ist einfacher, ein Denkmal oder ein Mausoleum zu kreieren, etwas Großes und Schönes, bevor man stirbt, etwas, für das man vielleicht einen bedeutenden Preis gewinnt. Aber ich finde es wichtig, sich auch mit gewinnorientierten Konzepten zu beschäftigen und auf populärer Ebene arbeiten zu können.

**Was gab im Entwicklungsprozess denn den Ausschlag: das Design, die Funktionalität oder die Wirtschaftlichkeit?**

Wir haben alle Faktoren gleichrangig diskutiert. Es gab kein Tabu, auch nicht beim Preis. Wir haben Entscheidungen bezüglich der Qualität des Lichts getroffen, der Nutzungseigenschaften und des Geräuschs. Denn wir mögen nun einmal keinen Lärm beim Schließen der Türen. Auch die Montage war Thema. Mir war vorher gar nicht klar, dass es auf dem deutschen Markt so etwas wie eine Vorwandinstallation für das Bad gibt. Wir haben uns dem Markt angepasst. Gleichzeitig wollten wir weg von den üblichen Standardwänden.

**Wird diese Lösung auch einer veränderten Badkultur entsprechen?**

Das Badezimmer ist ja schon heute nicht mehr dasselbe wie zu Zeiten unserer Elterngeneration. Es ist vielmehr ein Raum geworden, in dem eigentlich zwei Badezimmer Platz haben müssen: ein funktionelles Bad und ein stimmungsvolles Bad. Im letzteren wollen wir uns verwöhnen, zum Beispiel mit gutem Licht beim Rasieren oder beim Zurechtmachen für den Theaterbesuch, und mit weichem Licht, wenn ich mitten in der Nacht zurückkomme und ein bisschen Angst davor habe, zu genau hinzuschauen. Ich brauche also Licht, das ich verändern kann.

**Also ein anpassungsfähiges Konzept an stimmungsbedingte und funktionale Bedürfnisse – ist das alles?**

Nein, es geht auch um das Grundkonzept. Conceptwall ist, wie anfangs schon gesagt, eine Maschine, aber eine unsichtbare. Sie hat eine Front, eine Außenhaut sozusagen, die sich vielen Geschmäckern in Bezug auf Architektur und Dekoration anpassen muss. Aber unter dieser Haut ist immer das gleiche Produkt.

**Also ein Produkt mit langer Lebensdauer, sowohl für den Hersteller, wie auch den Kunden, sodass beide lange etwas davon haben. Das ist auch eine Form von Nachhaltigkeit oder?**

Natürlich. Wir haben dem System eine nicht sichtbare Intelligenz implantiert und damit kann sich das Produkt mit den Jahren weiterentwickeln. Es wird sogar die Denkweise des Verkäufers verändern: Er wird kein fertiges Produkt mehr verkaufen, sondern ein System, das auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten werden kann.

**Das bedeutet aber, dass das System mit all seinen Möglichkeiten gründlich verstanden werden muss ...**

Ja, aber das ist auch eine echte Chance, denn mit dieser großen Vielfalt des Produkts wird auch die Wahrscheinlichkeit geringer, ein Geschäft zu verpassen, denn man kann damit jedem Kunden etwas Passendes anbieten.

**Wie sind Sie als Designer so nah an die Probleme des Vertriebs und des Marktes herangekommen?**

Letztlich geht es doch um die Bedürfnisse der Menschen, die ein Bad nutzen. Natürlich bringe ich als Designer Vorstellungen dazu mit, aber ich musste hier auch auf das Wissen des Unternehmens zurückgreifen. Burgbad hat mich also zu einer ganzen Reihe seiner Partner mitgenommen, die untereinander zwar im Wettbewerb stehen, die mir aber allesamt das Gleiche sagten: „Um gemeinsam erfolgreich zu sein, brauchen wir Antworten und Lösungen für konkrete Probleme. Aber die kriegen wir nicht, wenn ihr euch zu enge Grenzen setzt.“ Wir wurden mit klaren Problemanalysen konfrontiert, auf die wir nun eine mögliche Antwort gefunden haben, hoffe ich.

**Für Sie war es das erste vergleichbare eigene Projekt in der Sanitärbranche. Welche Erkenntnisse haben Sie daraus gewonnen?**

Das war tatsächlich ein völlig neues Gebiet für mich. Neu war aber auch die Erfahrung, mit einem Unternehmen zu arbeiten, das sich der Bedeutung von Qualität so bewusst ist und technische Probleme löst, bevor es mit einem Produkt



Stilprägend für das Sadler-Konzept ist die fast grenzenlose Kombinierbarkeit der Elemente. Wie mit einem Baukasten lassen sich Waschtische mit Stand- oder Wandarmaturen, Hochschränke, halbhohle Schränke, Spiegel und Spiegelschränke, Regale in diversen Maßen sowie Abdeckplatten ganz nach Wunsch zusammensetzen. Dank unterschiedlicher Waschtisch- und Schranktiefen, größtmöglicher Freiheit bei der Platzierung der Anschlusselemente und sowohl in der Höhe wie seitlich unbegrenzter Erweiterbarkeit lassen sich nicht nur der Waschtisch, sondern auch (bestehende) Vorwandssysteme oder WC- und Bidet-Ausstattungen zu einer stilistisch wie funktional geschlossenen Einheit zusammenfassen.

an die Öffentlichkeit geht. Es ist zwar ein Klischee, aber oft sieht man wirklich nur eine schöne Attrappe, wenn wir mit irgendeiner der bekannten Marken auf den Salone del Mobile kommen und niemand weiß, ob das Produkt wirklich einmal zur Herstellung kommt. Das ist hier nicht der Fall. Wir mussten eine bestimmte Auswahl treffen und das haben wir getan, und zwar im Vorhinein.

**Worin genau liegt der Unterschied – im Design oder in der Unternehmenskultur?**

In beidem. Wir reden hier über Industriedesign, wir reden über echtes Design, das ist kein skulpturales Objekt. Burgbad erfüllt die Anforderungen des Marktes und besitzt die nötigen Kompetenzen in vielerlei Hinsicht: in Bezug auf Marketing, Design und Talent genauso wie auf das Geschäft. Das ist letztlich die Voraussetzung dafür, sich Glaubwürdigkeit auf dem Feld einer ganzheitlichen Badausstattung aufzubauen. Wir schaffen uns ja auch kein Auto an, indem wir erst die Reifen und dann die Sitze kaufen, wir kaufen ein komplettes, kompaktes Auto. Das gibt es im Badbereich heute nicht. Genau diese Chance bietet sich dem Unternehmen und ich bin gerne bereit, daran mitzuarbeiten. Vielleicht wird es kein ganzes Bad, aber ein großer Teil davon!

**Um beim Beispiel des Autos zu bleiben: Hier macht ja auch das Chassis den Charakter aus, und nicht die Plattform. Bei Conceptwall bleibt das System im Hintergrund und die Front zeigt ein sehr individuelles Gesicht. Erwächst Individualisierung also auf der Basis eines Systems?**

Das war unser Ziel. Es gibt zwei Produkte – ein darunterliegendes Produkt und ein Titelseiten-Produkt. Und das Cover könnte alles darstellen.

**Eine letzte Frage: Wie sieht Ihr privates Bad aus?**

Ich lebe in einer großen Familie und jeder will sich im Bad wohlfühlen, also gibt es viele Kompromisse. Aber das ist auch schön. Ein Teil des Raums ist mit Küchenmodulen gestaltet, die ich mal für Boffi gemacht habe, daneben hängt ein antiker Spiegel, die Lampen sind wieder Hightech und wir haben eine große, mit Mosaikfliesen ausgekleidete Dusche. Es ist eine Art Fusion aus verschiedenen Dingen, halb Profi-Bad, halb gemütlich.

Über Marc Sadler: [www.marcsadler.it/wordpress/](http://www.marcsadler.it/wordpress/)  
Über die Badmöbel-Serie „Conceptwall“: [burgbad.de/de/produkte/serien/conceptwall/alle/](http://burgbad.de/de/produkte/serien/conceptwall/alle/)  
(Burgbad AG, Bad Fredeburg, Kirchplatz 10, 57392 Schmallenberg, Tel.: 02974-96170, Fax: 02974-9617-278, [www.burgbad.com](http://www.burgbad.com))