



Integration von
Concept Kitchen in
eine bestehende
Küche. Foto: Naber

Die Transferküche als offenes System,
das sich mit der Zeit und im täglichen
Gebrauch immer wieder neu ordnen
kann und darf. Fotos: Naber



Concept Kitchen bricht mit festen Strukturen & Traditionen und
rückt dagegen das Prozesshafte und sich stets Verändernde in den
Mittelpunkt, z.B. in dieser Loftküche. Foto: Naber



Die werkzeuglose Transferküche

Anders & offen aus Prinzip

In der Branche anfangs belächelt – und nach wie vor stark polarisierend in ihrer reduzierten Modernität – verweigert sich Naber Concept Kitchen (CK) einer allgemein gängigen Klassifizierung. Das konstruktiv erweiterbare und mit bestehendem, auch antikem Mobiliar, eigenen Küchengeräten, Haushaltsgegenständen, Deko-Elementen und Lebensmitteln bereicherungsfähige Küchensystem ermöglicht bzw. fördert eine stete Veränderung und Neuordnung. Oberste Priorität: Offenheit und Freiheit in der Benutzung.

Ein Zufall führte sie vor sechs Jahren zusammen, Hans-Joachim Naber und den frankophilen Produktdesigner und Inhaber der Karlsruher Designschmiede Bureau Kilian Schindler. Die Idee einer mobilen und wandelbaren Systemküche faszinierte Hans-Joachim Naber schon seit Jahren – inspiriert von seiner eigenen und den Küchen seiner Kinder, Freunde sowie junger und alter Menschen in seinem privaten und beruflichen Umfeld. Gleichzeitig beobachtete er den sich abzeichnenden Megatrend Urbanisierung & Mobilität. Es folgten Gespräche und Brainstormings mit Mitarbeitern, jungen Querdenkern, Produktentwicklern, Designstudenten und Designern. Hierbei entstanden erste Ideen, Skizzen und Modelle. Gemeinsam realisiert wurde das Projekt Naber Concept Kitchen (CK) dann mit dem jungen Designer Kilian Schindler – und 2011 auf der area30 erstmals präsentiert als stark polarisierende Studie. Die beiden Unternehmer ließen sich nicht beirren und verfeinerten ihr Konzept einer nachhaltigen, mobilen, wandlungsfähigen, erweiterbaren sowie aus Prinzip offenen Küche, die sich laut Schindler prozesshaft an das Leben ihrer Benutzer anpasst und in Zeiten steigender Urbanität und Mobilität „ein solides Gerüst für eine chaotische Alltagsästhetik ist“. Im September 2013 war es dann soweit und die ersten Grundelemente waren lieferbar.

Keep it simple

CK versteht sich als offenes System und an nichts gebunden – weder an räumliche Gegebenheiten noch an bestehende planerische Strukturen und Traditionen. Das Typenspektrum beschränkt sich bewusst auf wenige Basiselemente, die miteinander kombiniert, ergänzt und immer wieder neu arrangiert werden können. CK besteht aus zehn robusten Grundelementen, sechs Tischmodulen und vier Regalmodulen. Die festen und beweglichen Tischmodule (A bis D) werden in

folgenden Abmessungen und Ausführungen angeboten: 1330 x 640 mm mit Höhenverstellung oder auf Laufrollen mit Bremse (Module A); 730 x 640 mm inklusive Höhenverstellung oder Laufrollen mit Bremse (Module B); 900 x 350 mm (Modul C) und 640 x 350 mm (Modul D) – beide mit Höhenverstellung. Die vier höhenverstellbaren Regalmodule A bis D gibt es in den Maßen 1330 x 640 mm (A), 730 x 640 mm (B), 900 x 350 mm (C) und 640 x 350 mm (D).

Französische Expertise

Für die Produktion der Stahlblech-Grundmodule fiel die Wahl, nachdem verschiedene Lieferanten ausprobiert wurden, auf das französische Unternehmen Tolix. Der Spezialist für Stahlmöbel ist international bekannt, u.a. für seine Klassiker wie den stählernen und feuerverzinkten „Chaise A“. Er steht u.a. im Centre Pompidou. Auch wenn in Frankreich produziert wird – nicht kommissionsbezogen, sondern nach Losgröße –, so hält es Naber, um kurze Lieferzeiten zu garantieren, nach der Devise „keep it in stock“. Die Lieferzeit für die Grundmodule wird mit ein bis zwei Tagen angegeben.

Werkzeuglos & kombinierbar

Die zum Teil aus feuerverzinktem und pulverbeschichtetem Stahlblech (mit 1,1 bis 1,3 mm Stärke) gefertigten Bauteile der Grundmodule lassen sich ohne Werkzeugeinsatz mittels Gewindeschrauben mit ergonomisch gestalteten Kunststoffdrehknebeln aufbauen und auch wieder schnell zerlegen. Die Konstruktions- und Regalböden können aufgrund von Rasterbohrungen sehr flexibel angeordnet werden. Gestalterische Freiräume ergeben sich durch das Kombinieren und Ergänzen mit weiteren Naber-Komponenten, beispielsweise Arbeitsplatten im Preiseinstiegsbereich in einem breit gefächerten Dekor-Angebot in Schichtstoff und sechs Farbstellungen (sand beige, fango, vanille, geo grau, sienarot und



■ Die besondere Küche

Werkzeuglose Montage für einen schnellen Auf- und Abbau. Foto: Naber

Die Bauteile der Grundmodule sind z.T. aus feuerverzinktem und pulverbeschichtetem Stahlblech. Foto: Naber



Altes & Neues modern urban interpretiert und kombiniert
Foto: Naber



»Küche ereignet sich, schwirrt aus und nimmt ihre Gestalt dort an, wo und wie sie benötigt wird«

**Kilian Schindler,
Produkt designer**

parosblau). Darf und soll es etwas mehr sein – alternativ auch in Stahlblech weiß (RAL 9003), silk grey (RAL 7044) und oxyd 3 oder als Topausstattung in Edelstahl.

Zum Vorbereiten und Spülen gibt es Edelstahl-Arbeitsplatten mit einer hochwertig geschliffenen Oberflächenstruktur inklusive integriertem Spülbecken (z.B. Variante basic) – auch mit Abtropffläche (de Luxe) – sowie als Spül-/Kochmodul (Pantry) mit einem vorbereiteten Ausschnitt für das Duo-Kochfeld. Die Arbeitsplattendaten können im CAD-Format angefordert werden, um beim Tischler oder Steinmetz individuelle Arbeitsplattenlösungen zu realisieren und mit den Rahmen der Concept Kitchen zu kombinieren. Für Käufer, die zusätzlichen Stauraum wünschen, gibt es Schubladen mit Push-to-open-Technik. Zudem werden weiße Verkleidungselemente in verschiedenen Höhen und Breiten für die CK Seiten- und Rückwände angeboten. Einen ersten Vorgeschmack, wie die flexible Systemküche im eigenen häuslichen Kontext aussehen könnte, sich erweitern und aufpoppen ließe, ermöglicht der interaktive Online-3D-Konfigurator.

Horizontal und vertikal

Fehlt noch die Küchentechnik. „Die Einbaugeräte lassen sich sehr schnell und einfach

einfügen“, erläutert Nico Bergmann. Er ist seit dem Start der Systemküche im September 2013 bundesweiter Verkaufsbereichsleiter für das Produktsegment Concept Kitchen. Backofen und Dampfgarer im 60er-Standardformat können vertikal, aber auch horizontal integriert werden, indem z.B. zwei Regalmodule als „Koch-Tower“ zusammengebaut werden. „Entscheidet sich der Kunde zusätzlich für einen Einbau-Kaffevollautomaten plus Geschirrwärmer, damit er seine Espresso-/Kaffeetassen oder auch das Essgeschirr vorwärmen kann, ist das ebenso möglich“, so der Verkaufsbereichsleiter. Aufgrund des 5-cm-Rasters für die Einlegeböden ließen sich die gewünschten Höhen problemlos erstellen. Beim Thema Kühlen & Gefrieren empfiehlt Bergmann Sologeräte, ebenso bei den Geschirrspülern, auch wenn es Modelle gibt, die sich integrieren lassen wie ein Backofen. „Da es immer öfters zu einer Verschmelzung der herkömmlichen Küche und Concept Kitchen kommt, werden die Einbaugeräte meist in Hochschränke integriert.“

Und welche Fragen werden dem Verkaufsbereichsleiter seitens der Händler am häufigsten gestellt? „Es sind fast immer die gleichen und in dieser Reihenfolge: Welche Zielgruppe soll Concept Kitchen ansprechen? Welcher Kunde ist bereit, sich die Module zu leisten? In welchen Farben gibt es die Grundmodule?“

Die Küche als Organismus

Eine neue Küche muss viele Funktionen und unterschiedlichste Ansprüche erfüllen. Für manche ist sie das neue Statussymbol schlechthin, für andere ein hygienischer und perfekt durchgeplanter Funktionsraum oder eine professionell ausgestattete Kochwerkstatt. Einigen erfüllt sie die Sehnsucht nach einem zentralen Wohn- und Erlebnisraum, an dem man sich mit Familie und Freunden zum gemeinsamen Kochen und Genießen trifft. So mancher sieht in ihr eine vernetzte HighTech-Zentrale, von der aus sich mit der Welt kommunizieren und interagieren lässt.

Concept Kitchen bricht bewusst mit den bisherigen Planungsregeln und rückt dagegen das Prozesshafte und sich stets Verändernde in den Mittelpunkt. Ein Prozess, in dem nicht Form, Struktur, Funktionalität und Effizienz die Organisation und Gestalt einer Küche herausbilden, sondern das Leben und Verhalten ihrer Nutzer. Mit den Worten von Produktdesigner Kilian Schindler: „Raum, den wir heute als Küche definieren, ereignet sich da, wo wir ihn benötigen – im Büro, im Studio, im Atelier, im Lebensraum, auf offener Fläche oder im Winkel eines Raumes, dem wir die Funktion Küche zukommen lassen. Dieser Raum wird von seinen Benutzern durch den sich darin vollziehenden Lebensprozess als Agitationsraum mitgestaltet.“ (gr) ■

„Concept Kitchen zielt auf urbane Menschen und Querdenker“

Küchenhandel-Gespräch mit Martin Staaks und Jürgen Heilen

Weltweit ist „Concept Kitchen von Naber“ in rund 500 Küchenstudios und Möbelhäusern platziert. Eine Küchenidee, die zu Anfang oft belächelt und wenig verstanden wurde, hat sich durchgesetzt. Mittlerweile ist die Reihe der nationalen und internationalen Designpreise lang. Nach der Vorstellung des Konzepts auf den drei vorherigen Seiten lesen Sie nun in unserem Interview, das unsere Autorin Angela Grond mit Martin Staaks und Jürgen Heilen führte, wie die Entwicklung dieses Konzepts weitergeht. Von einem Designkonzept hin zur jungen Marke „n by naber“. Nachfolgend Auszüge aus dem Gespräch.

Küchenhandel: Herr Staaks, Sie sind seit über 20 Jahren im Unternehmen tätig, zeichneten jahrelang auch für Marketing- und Produktentwicklung verantwortlich und leiten seit September 2015 das neue Ressort Produktmanagement. Sie, Herr Heilen, fingen im Juli 2015 bei Naber an und sind Leiter Marketingkommunikation. Polarisiert Concept Kitchen immer noch so stark?

Staaks: Auf jeden Fall und nach wie vor. Es gibt Händler, die spricht unser mutiges Konzept sofort an. Andere sind skeptisch. Bei den Endverbrauchern gelingt es uns wesentlich leichter, weil sie schon vieles in ihrem Umfeld mobiler handhaben, als sich das mancher Händler heute vorstellt.

Küchenhandel: Wer sind die wichtigsten Zielgruppen für Concept Kitchen?

Heilen: Im B2B-Bereich sind die Hauptzielgruppen unsere Kunden Küchenstudios und Möbelhäuser. Zusätzlich sehen wir natürlich auch Einrichter, Innenarchitekten und den ganzen Bereich Innenausbau als potentielle Kunden. Concept Kitchen füllt dabei gewollt und gekonnt die Lücke zwischen Ikea und High-Komfortküchen. Wir bieten unseren Zielgruppen damit die Möglichkeit, insbesondere jene junge urbane und studierte Generation, die keine klassischen Küchenstudio- und Möbelhauskäufer darstellt, mit einem attraktiven Produkt anzusprechen. Denn wenn diese junge Zielgruppe erst einmal abgewandert ist, wird es schwer sie zurückzugewinnen.

Staaks: Grundsätzlich zielt Concept Kitchen auf den modernen urbanen Menschen sowie jene Querdenker ab, die die Flexibilität, Mobilität und unbedingte Nachhaltigkeit der Starrheit heutiger Einbauküchen vorziehen. Das Konzept von Concept Kitchen ist so stark, dass die junge Marke „n by Naber“ hieraus schon weitere interessante Varianten entwickelt hat und wir nicht mehr nur im Bereich Küche zu Hause sind, sondern auch in den Bereichen Home, Office, Shop und Outdoor. Aus dieser Variantenvielfalt ergibt sich natürlich ebenfalls eine Vielzahl neuer Zielgruppen.

Küchenhandel: Wieviel Geld wurde für die Entwicklung und Realisation von Concept Kitchen in die Hand genommen?

Staaks: Das Investitionsvolumen in den Bereichen Entwicklung und Werkzeuge hält sich dank der Modulbauweise und vieler Gleichbauteile sowie der Fertigung aus pulverbeschichtetem Metallblech in einem überschaubaren Rahmen.

Küchenhandel: In wie vielen Verkaufsausstellungen sind Ihre Küchen präsent und wie ist die Segmentierung nach Vertriebskanälen?

Heilen: Concept Kitchens stehen in circa 500 Studios und Häusern weltweit, davon entfallen 60 Prozent auf Deutschland. Insgesamt entfallen circa 65 Prozent auf Küchenhäuser und Vollsortimenter, 25 Prozent auf Designhäuser, 8 Prozent auf die Zielgruppe Architekten und Innenarchitekten sowie 2 Prozent auf Gastronomie und Filmgesellschaften.

Küchenhandel: Wie läuft das Geschäft international? Gibt es Unterschiede zum deutschen Markt?

Heilen: Wir beobachten, wie die Lebensgewohnheiten der Mobilen und Jungen mehr und mehr international greifen. In modernen Metropolen, wie London, New York, Tokio, Paris, Mailand, Shanghai und Sydney, „mobilisieren“ Menschen ihre Küchenmöbel. Soeben hat die britische, weltweit als Trend- und Designikone bekannte Firma Conran in London die ersten Concept-Kitchen-Module für ihren Design Store in London-Chelsea geordert. Weitere Conran-Häuser sollen folgen. In Tokio stehen wir im größten und bekanntesten Designhaus, in New York bei ABC Home in der berühmten Madison Avenue und auch in vielen weiteren bekannten Häusern weltweit. In Deutschland stehen wir auch in kleinen deutschen Studios, vom Allgäu bis Ostfriesland, ebenso wie in den großen Häusern in München, Düsseldorf oder Hamm. Und vor allen Dingen: Concept Kitchen wird vom Endverbraucher gesehen und gekauft. Unsere guten steigenden Auftragseingänge zeigen das.



»Es gibt Händler, die spricht unser mutiges Konzept sofort an. Andere sind skeptisch«

Martin Staaks, Leiter Produktmanagement



»Wir beobachten, wie die Lebensgewohnheiten der Mobilen und Jungen mehr und mehr international greifen«

Jürgen Heilen, Leiter Marketingkommunikation

Es erreichen uns sogar viele Dankesschreiben von Endverbrauchern, auch mit Fotos.

Küchenhandel: Welches sind Ihre wichtigsten internationalen Märkte?

Heilen: Neben Europa zählen USA/Canada und die asiatischen Märkte, insbesondere China, für uns zu den attraktivsten Potenzialfeldern. Ihre Stärken sind junge, dynamische Zielgruppen, eine steigende Kaufkraft und hohe Wachstumsraten für intelligente Produkte wie die Concept Kitchen. Insbesondere in China, aber auch in den USA entstehen immer mehr sogenannte „Mega-Citys“, in denen Wohnraum knapp und sehr teuer ist – und das zwingt zu einer optimierten Wohnraumnutzung. Concept Kitchen ist unter anderem für diese Ansprüche konzipiert. Wir stehen daher mit diversen internationalen Designhäusern und auch Ausstellungen in Verbindung und Verhandlungen, können aber zum jetzigen Zeitpunkt noch keine konkreten Informationen weitergeben.

Küchenhandel: Wie sehen Ihre Planungen bzw. Schätzungen für die kommenden Jahre aus?

Staaks: Durch die neuen Varianten und Einsatzmöglichkeiten Home, Office, Shop, Outdoor der Concept-Kitchen-Module erreichen wir neue Zielgruppen jenseits des klassischen Küchen- und Möbelhandels. Der Ausbau unserer Händlerstruktur über Architekten, Inneneinrichter, Objekteinrichter und innovative Ladenbauer wird den Umsatz ebenfalls deutlich steigern. Inzwischen finden sich unsere Module ebenfalls in vielen Katalogen namhafter Hersteller aus dem Interieur-, Haushaltswaren- und Office-Bereich, die zum Teil auch ihre Messestände mit unseren Modulen gestalten. Filmgesellschaften für Kochshows und verschiedene Köche, darunter auch Sternekoch Sören Anders aus Karlsruhe, arbeiten mobil mit Concept Kitchen. Vor kurzem erhielten wir die Information, dass der SWR die Staffel „Leibspeise mal ANDERS“ in diesem Jahr neu auflegt, so dass unsere Concept Kitchen auch hier wieder zu sehen sein wird. Und gegen Ende 2016/Anfang 2017 kommt noch ein Jugendfilm in die Kinos, der als Hauptrequisite unser Möbelsystem Concept Kitchen verwendet.

Küchenhandel: Wo liegt eigentlich der VK für eine durchschnittliche Kommissionsgröße?

Staaks: Hierfür können rund 6.000 Euro veranschlagt werden. Natürlich gibt es auch Kommissionen darunter, aber ab einem gewissen Ausstattungsniveau, z.B. mit einer Arbeitsplatte in Edelstahl, erreichen wir diese Größenordnung.

Küchenhandel: Concept Kitchen hat schon etliche Auszeichnungen eingeheimst, einen Plus X Award 2011, Interior Innovations Award 2012, iF Gold 2013, reddot 2013, German Design Award 2013, einen style proved by Schöner Wohnen und den Focus Open Silver 2013 ...

Staaks: Ja, das freut uns sehr. Im letzten Jahr bekam Naber im Bereich der Marketingkommunikation bzw. Markenkommunikation den begehrten „Iconic Award Communication“-Preis. Zudem war Naber mit Concept Kitchen unter den Finalisten des Querdenker Awards. Leider mussten wir uns hier einem Konkurrenten aus dem Automotive Bereich geschlagen geben. Was diesen zweiten Platz aber durch den Branchenvergleich, Küchenzubehör versus Automotive, um so bemerkenswerter macht.

Küchenhandel: Sind spezielle Händlerschulungen für Concept Kitchen nötig?

Heilen: Eine Händlerschulung ist eigentlich nicht nötig, da das System selbsterklärend ist. Trotzdem bieten wir diese an und haben auch schon Schulungen in Studios und großen Möbelhäusern durchgeführt. Die Küchenverkäufer haben sich dadurch intensiv mit dem stärker werdenden Trend Urbanität & Mobilität befasst und sind von den Möglichkeiten der Gestaltung und den Kombinationsmöglichkeiten begeistert. Haben sie doch die Möglichkeit, nicht nur Concept Kitchen als eine mobile Küche zu planen, sondern auch als Kombination mit bestehenden oder neuen geplanten, festeingebauten Küchen zu gestalten. Der Wunsch des Endverbrauchers nach Modulküchen oder Insellösungen ist sehr groß, glaubt man den Studien und Befragungen der Trend- und Meinungsforscher. Zudem hat jeder unserer Händler Zugriff auf die Konfigurations-App bzw. auf unseren Online-Konfigurator, in dem der Kunde sich mit wenigen Klicks seine für sich optimalen Module zusammenstellen kann. Auch dieser Service ist, wie die Module selbst, selbsterklärend.

Küchenhandel: Und welche neuen Concept-Kitchen-Ideen sind bei Naber in der Pipeline?

Staaks: Geplant sind unter anderem wandhängende Regalelemente im Concept Kitchen Design sowie ein auf das Design der Küche abgestimmtes LED-Lichtsystem. Denkbar sind auch Möbellösungen für ältere Menschen und/oder Menschen mit Handicap. Aber auch die Idee der „mobilen Systeme“ wird sicherlich weitergedacht und entwickelt ...

Küchenhandel: Meine Herren, ich danke Ihnen für dieses Gespräch. ■



»... Verschmelzung der herkömmlichen Küche und Concept Kitchen ...«

Nico Bergmann,
Verkaufsbereichsleiter