



Zusammen bringen, was zusammen gehört. Warum Daniel Medina das stilhaus baut.



Daniel Medina ist jung. Seine Leidenschaft für Architektur, Wohnen und gutes Design hat er zum Beruf gemacht. Aber an Stelle jahrelanger Branchenerfahrung setzt er auf seinen Instinkt. Und der sagt ihm, dass sich jede Branche verändern lässt. Oft muss man einfach die Grenzen neu denken. Bei manchen Ideen fragt man sich, weshalb nicht schon viel früher jemand darauf gekommen ist - so einleuchtend sind sie. Daniel Medinas Idee heisst stilhaus und eröffnet im Herbst 2012 seine Pforten. stilhaus steht für alle, die effizient und mit hohem Qualitätsanspruch planen, einrichten oder renovieren wollen. Hinter

stilhaus steckt ein ganzheitlicher Gedanke: zusammen bringen, was zusammen gehört. Im unüberschaubar grossen Angebot der Innenausbau-, Küchen-, Bad- und Einrichtungsbranche bietet stilhaus einen roten Faden: eine übersichtliche und gezielte Auswahl an qualitativ hochstehenden Produkten und Dienstleistungen aus allen Phasen im Bauprojekt. Von der Planung bis zur Inneneinrichtung und Gartengestaltung. Alles unter einem Dach, bequem erreichbar. Innovative Gastronomie, Ausstellungs-, Meeting- und Veranstaltungsangebote ergänzen das Konzept und machen das stilhaus künftig zu einem inspirierenden und vielseitigen Treffpunkt.

In einem harten Wettbewerbsumfeld eröffnen Sie 2012 das stilhaus. Weshalb sind Sie optimistisch, mit Ihrem Konzept erfolgreich zu sein?

Daniel Medina: Wo immer wir das stilhaus präsentieren, stossen wir auf Interesse und oft auch Begeisterung. Es scheint, als hätten wir einen wunden Punkt getroffen. Man merkt klar, dass der Markt nach neuen Ideen sucht. Insbesondere die Innenausbau- und Haustechnikbranche ist daran interessiert, sich in einem attraktiven Umfeld zu präsentieren, wie man es von der gehobenen Wohn- und Einrichtungsbranche kennt. stilhaus geht hier sogar noch weiter. Sie können im stilhaus auch einfach geniessen, gut essen oder ein Glas Wein trinken, sich von einem breiten Kulturangebot inspirieren lassen oder auch Meetings jeder Art durchführen. Die bestehenden Baumessen und die unterschiedlichen, ganzjährigen Formate haben hier noch starke Defizite. Aber auch die Möbel- und Designbranche profitiert von der Anbindung an die Baugewerke, erschliessen sich ihnen dadurch doch ganz neue Kundensegmente. Entscheidend ist allerdings, dass wir mit stilhaus Bedürfnisse befriedigen, die bisher stark vernachlässigt wurden.



Woran denken Sie konkret?

Zum Beispiel meine Freundin Christiane: Sie hat vor kurzem mit ihrem Mann gebaut. Beste Lage, bester Geschmack. Christiane startete damals ihren Marathon durch die Gewerke: Küche, Bad, Licht, Parkett... Um sich als Laie einen Überblick zu verschaffen, waren einige Kilometer im Range Rover nötig. Monatelang wurden Materialmuster, Pläne und Offerten aus einem Dutzend Unternehmen angeschleppt, die an den Wochenenden mit dem Ehemann durchgearbeitet werden mussten. Bei der Umsetzung wurde die Enttäuschung immer grösser. Absprachen unter den Gewerken fanden nicht statt, der Generalunternehmer war nicht wirklich ein Bauherrenvertreter und das, was die Handwerker ablieferten, entsprach oft gar nicht dem, was man sich gewünscht hatte. Mein Fazit aus dieser Geschichte: Es herrscht eine enorme Consumer Confusion in diesem Markt. Vertrauen und Kompetenz sind hier die Schlüssel zum Erfolg. Ich denke aber auch an Bedürfnisse von Architekten und Herstellern. Konkret die Erschliessung neuer Kundensegmente, branchenübergreifende Beratung oder die Möglichkeiten der professionellen Bemusterung.

Was macht stilhaus anders?

Es beginnt bereits vor der Türe. Normalerweise finden Sie hier Parkplätze für 1000 Autos, Einkaufswagen, Würstchenbuden und Promotionsstände. Wir empfangen Sie vor dem stilhaus mit einer von Landschaftsarchitekten gestalteten Gartenanlage - in deren Mitte ein Wohnhaus steht. Die Überraschung ist Teil des Konzeptes. Das gelingt allerdings nur mit einer starken Regie, die nicht nur entscheidet wer und was zum Konzept passt, sondern auch wo man was findet und in welcher Art sich die einzelnen Anbieter präsentieren. Es ist nicht wichtig, dass Sie ein Dutzend Küchenhersteller zur Auswahl haben. Viel entscheidender ist, dass Sie eine gute Selektion der top Brands vorfinden, aber auch qualitativ hervorragende Produkte anderer ausgesuchter Hersteller und Designphilosophien und diese mit sinnvollen Produkten kombiniert werden. Im konkreten Beispiel mit Küchengeräten, Abdeckungen, Kochutensilien und vielleicht sogar Kochbüchern. Wie war das doch gleich mit der Geschichte vom Schiffe bauen? Du sollst den Leuten vom Meer erzählen, statt ihnen Konstruktionspläne zu erklären. Es gibt in der Schweiz und im nahen Ausland keine vergleichbaren Konzepte. Die meisten Formate, die Ähnliches versprechen, sind immobiliengetrieben. Das heisst, sie sind in erster Linie daran interessiert, ihre Fläche zu vermieten. Im stilhaus sitzen wir aber alle im selben Boot. Wir haben eine unabhängige Firma gegründet, ich habe mein eigenes Geld investiert und wir haben eine langfristige Strategie. Wir betreiben selber eigene Läden im stilhaus, Hommage Interieurs oder die Lichterei zum Beispiel, deshalb sind wir sehr stark daran interessiert, dass die Auswahl der Anbieter stimmt und das Gesamtkonzept nicht verwässert wird.

Sie treffen eine Vorauswahl für den Kunden – ist das nicht schwierig? Die Geschmäcker sind verschieden!

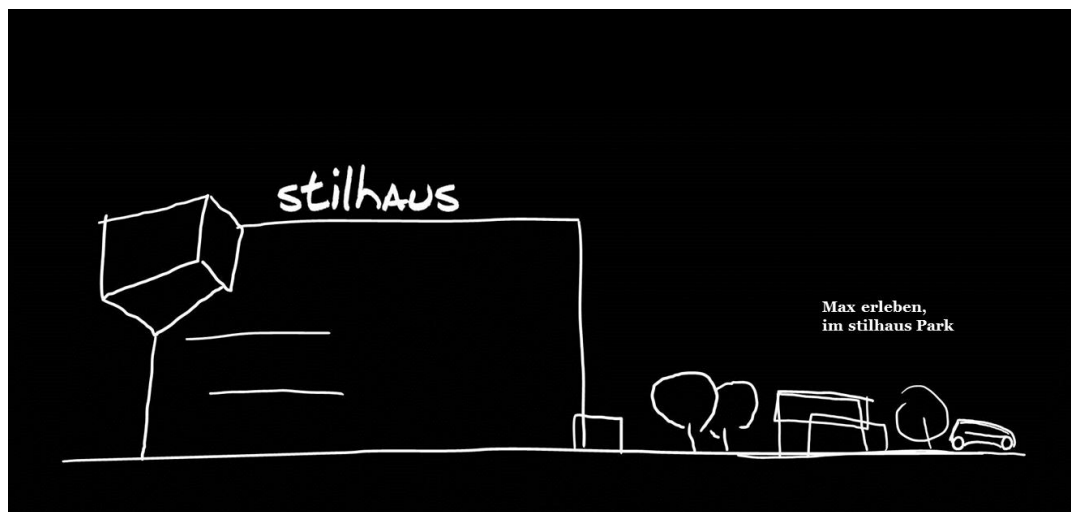
Da spielt uns der Trend in die Hände. Immer mehr Leute sehnen sich nach wahren, echten und langlebigen Werten. Dabei spielt die Qualität, aber auch Nachhaltigkeit der Produkte eine wichtige Rolle. Das fängt beim Möbel und der Inneneinrichtung an und geht weiter über die Energieversorgung der Häuser bis hin zu gesundheitlich unbedenklichen Baustoffen. Was den Geschmack angeht versuchen wir uns, frei nach Dieter Rahms daran zu halten, dass gutes Design so wenig Design wie möglich ist. Trotzdem werden Sie bei



allen unseren Partnern auch eine persönliche Handschrift erkennen. Das ist auch gut so. Denn es gibt kein „richtiges Design“ und schon gar keines, das wir unseren Kunden vorschreiben wollen.

Sie mussten aber auch Interessenten ablehnen?

Ganz klar. Wenn ein Produkt nicht in unser Konzept passte oder wir bereits einen vergleichbaren aber interessanteren Partner mit an Bord hatten, mussten wir auch Absagen erteilen. Bei der Auswahl waren uns jedoch nicht nur die Produkte wichtig. Zentral an der stilhaus Idee ist, dass alle beteiligten Partner eine ganzheitliche und ineinandergreifende Beratung gewährleisten. Dass sich zum Beispiel der Fachmann für Bodenbeläge und der Küchenbauer kennen und den Kunden gemeinsam durch den Prozess leiten, um ein optimales Ergebnis zu erhalten. Glauben Sie mir, wenn es nur darum ginge, Fläche zu vermieten, hätten wir das Haus an dieser Lage schnell voll gehabt.



Sie sprechen den Standort an. Wären Sie nicht viel lieber im urbanen Raum zuhause?

Wir wollen nicht an die Bahnhofstrasse, die ist uns zu teuer. Aber auch nicht in die unattraktive Agglomeration. stilhaus liegt dazwischen - in der Zwischenstadt - im Zentrum der grossen Agglomerationen von Zürich, Luzern, Bern und Basel. Ich spreche in diesem Zusammenhang gerne vom religionsneutralen Raum. Wir werden mit keinem der grossen Pole in Verbindung gebracht - das erlaubt uns auch eine gewisse Freiheit. Hier sind Dinge möglich, die anderswo in der Schweiz nicht möglich wären. Natürlich profitieren wir auch von der optimalen Verkehrsanbindung. Heute fahren hier täglich 90'000 Fahrzeuge vorbei. Rund 750'000 Kunden besuchen jährlich das Areal am Autobahnkreuz A1/A2. Möbel Hubacher und das neue Gewerbe- und Dienstleistungshaus Ausfahrt 46, unsere beiden Nachbarn, haben sich nicht zufällig für diesen Standort entschieden, der sich mehr und mehr zum eigentlichen Zentrum für Bauen, Wohnen und Einrichten entwickelt.



Vor kurzem haben Sie mit Ihrer Idee einer neuen Design-Plattform bei den Herstellern für Aufsehen gesorgt. Was haben Sie vor?

Unter dem Namen „die Form“ entsteht im stilhaus auf 3'000m² Ausstellungsfläche eine neue ganzjährig geöffnete und kuratierte Plattform für Interieur und Design. Damit bieten wir internationalen Designmarken und New Labels aus den Bereichen Möbel, Textil, Licht, Accessoires und innovativem Produktdesign eine einmalige Bühne auf dem Schweizer Markt. Wir entsprechen damit einem Bedürfnis der Industrie, die sich und ihre Produkte im Fachhandel oft nicht ideal präsentieren kann. An der Form präsentieren sie sich mit ihren bevorzugten Produkten und im eigenen Corporate Design. Vergleicht man die Mietkosten an der Form mit den Schaltkosten einer Printkampagne - dann ist das Angebot mehr als attraktiv. Rund 50 Ausstellern bieten wir jedes Jahr Gelegenheit an der Form vertreten zu sein - im ersten Jahr sind wir inzwischen schon fast ausgebucht.

Das erinnert an Formate, wie Neue Räume in Zürich oder Design Post und Pure Village in Deutschland. Kann man die Form mit diesen Designmessen in eine Reihe stellen?

Durchaus - nur dass wir ganzjährig geöffnet und eben nicht in Zürich oder einer anderen bekannten Grossstadt zuhause sind. Wir erreichen damit neben einem urbanen Publikum auch ein neues Kundensegment – man könnte also auch von einer Demokratisierung von Design sprechen. Wir wollen aber vor allem die Lust am Design und die Freude an gut gemachten und qualitativ hochwertigen Objekten fördern. Die Besucher der Form können alleine oder zusammen mit einem Architekten oder professionell geschultem Personal ihre Wohnung, Praxis oder Atelier einrichten, Dinge zusammenstellen und sich hier inspirieren lassen. Die Form ist zudem ein Arbeitsinstrument für den Aussendienst der Hersteller oder den Architekten. Der Verkauf der Ausstellungsobjekte erfolgt aber ausschliesslich über den Fachhandel oder bei den Händlern im stilhaus.

Gewohntes hinterfragen, um Neues zu entdecken, könnte man so das Credo von stilhaus umschreiben?

Nicht aus Prinzip - aber es gibt in unserer Branche, sicher einige Dinge, die man neu andenken kann. Gerade beim Hausbau und Wohnen liegt noch viel Potenzial brach. Mit der Firma Renggli, dem Schweizer Marktführer im Systemholzbau, gehen wir deshalb auch hier neue Wege. Wohnen reduziert auf das Wesentliche, energieeffiziente Technik und das Ganze in einem möglichst hohen Vorfertigungsgrad, um sowohl Qualität als auch Kosten im Griff zu halten. Das alles lässt Begeisterung für den konsequenten Modulbau aufkommen. Mehr verrate ich aber nicht bis zur Premiere im Herbst 2012. Sie sind herzlich eingeladen.

Februar 2012