

[interior | fashion]

more than furniture

5 | 2018

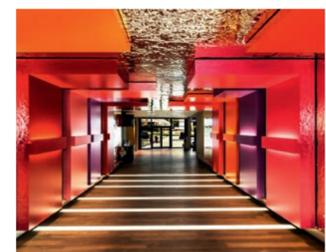
Jan Teunen im Interview: Büros als Gewächshäuser für Kreativität





„Für den Erfolg bin ich jeden Tag dankbar“

Am 26. August 1998 gründete Olaf Kitzig im ostwestfälischen Lippstadt das Innenarchitekturbüro Kitzig Interior Design. Heute sind unter dem Dach der Kitzig Design Studios drei Unternehmen vereint, in denen knapp 80 Mitarbeiter an fünf Standorten arbeiten. Seine Interior Designs sind weltweit gefragt – rund 60 abgeschlossene Projekte im Jahr zeugen von dem Erfolg. Nicht ohne Grund wurde das Unternehmen 2017 von Statista und dem Focus-Business-Magazin mit dem Titel „Wachstumschampion 2018“ ausgezeichnet. Bianca Schmidt hat sich mit Olaf Kitzig in seinem neuen Büro in Lippstadt getroffen – zu einem sehr offenen Gespräch.



Die GOP Variété Theater sind Kunden der ersten Stunde und haben einige Türen für das damals noch junge Unternehmen geöffnet.



Das 7Pines Resort des Projektentwicklers 12.18 auf Ibiza wurde erst vor kurzem abgeschlossen. Olaf Kitzig zählt es zu den Meilensteinen seines Unternehmens.

InteriorFashion: Herr Kitzig, Sie haben am 26. August Ihr 20-jähriges Firmenjubiläum gefeiert. Wie hat alles begonnen?
Olaf Kitzig: Nach einer recht langen Lehr- und Ausbildungszeit – ich bin gelernter Maler und Lackierer, Werbegestalter sowie staatlich geprüfter Einrichtungsberater – einem längeren Auslandsaufenthalt, Zivildienst und verschiedenen Stationen als Trainee, habe ich zu Beginn meiner Laufbahn als Interior Designer Golf-Clubs in Amerika eingerichtet. 1998 habe ich alles Geld zusammengenommen, das ich hatte, und mich hier in Lippstadt mit Kitzig Interior Design selbständig gemacht. Damals hatte die Innenarchitektur noch nicht den Stellenwert, den sie heute besitzt, und mit dem Begriff Interior Design konnten auch nur wenige Menschen etwas anfangen. Ich habe dann sehr schnell begonnen, über die Grenzen Deutschlands hinweg zu arbeiten und sehr hochwertige Textil- und Modeläden eingerichtet. Nach einem Jahr konnte ich meine erste Mitarbeiterin einstellen, die mich in der Verwaltung unterstützt hat. Seither sind wir kontinuierlich gewachsen. Heute beschäftige ich 76 Mitarbeiter – 95% Frauen – und verfüge über Büros in Bochum, München und seit Oktober auch in Düsseldorf. Zudem planen wir einen weiteren Auslandsstandort. Aber eines nach dem anderen. Hier agiere ich sehr bodenständig – westfälisch eben.

IF: In welchen Bereichen ist Ihr Unternehmen tätig?
Kitzig: Meine ersten Projekte habe ich im

Retail gemacht. Dann kam ich in den Gastronomiebereich, wodurch ich die GOP Variété Theater als Kunden gewinnen konnte. So wiederum bin ich an Hotelprojekte gekommen. Das erste habe ich 2005 gemacht. Heute bauen wir zwischen zehn bis 15 Hotelprojekte im Jahr. Dort gestalten wir natürlich auch Meeting- und Konferenzräume, wodurch wir wiederum einen Fuß in den Office-Bereich setzen konnten. Der Office-Anteil liegt in der Zwischenzeit bei 15% bis 20%, und ich gehe von einer Steigerung auf bis zu 40% aus. Sie sehen also, wir sind kein Büro, das sich auf einen Bereich konzentriert. Mir wäre das auch nicht bunt genug. Durch die Innenarchitektur sind wir ohnehin schon spezialisiert, so dass ich mir die komplette Range erhalten möchte.

IF: Sie schließen rund 60 Projekte im Jahr ab. Sind Sie noch in alle persönlich involviert?
Kitzig: Ja. Bis zu einem gewissen Punkt. Ich bin immer beim Kick-off, bei der Ideengabe und -findung sowie bei der Präsentation eines Konzeptes dabei. Dann übergebe ich an den jeweiligen Projektleiter. In 90% der Fälle mache ich den Entwurf, was in Form eines Briefings passiert, in dem ich eine gestalterische Grundlinie vorgebe.

IF: 2017 haben Sie das Unternehmen neu strukturiert. Wie sieht diese neue Struktur aus und was machte sie notwendig?
Kitzig: Unter dem Dach der Holding Kitzig Design Studios befinden sich seit vergangem Jahr die Unternehmen Kitzig Interior

Design als klassisches Innenarchitekturbüro, Kitzig Details als Spezialist für Raumkonzepte, Interior Stylings, Produkt- und Materialrecherche sowie Kitzig Identities, das ganzheitliche Kommunikationslösungen entwickelt und umsetzt. Die Unternehmen agieren dabei im Verbund, aber durchaus auch eigenständig am Markt. Grund für diesen Schritt war, dass ich vor allen Dingen in der ganzheitlichen Betrachtung einer gestalterischen Aufgabe großes Potenzial sehe. Wir haben heute die Möglichkeit, mit Produkt-Designern, Kommunikations- und Grafik-Designern, Architekten und Innenarchitekten ein Team zusammenzustellen, das ein Projekt komplett begleitet. Wir bringen also die unterschiedlichen Fachdisziplinen zusammen – und das aus einer Hand. Beispielsweise haben wir beim Hotelprojekt 7Pines auf Ibiza auch die ge-



„Für den Erfolg bin ich jeden Tag dankbar“

samte Berufsbekleidung designt. Aktuell arbeiten wir an einem Hotel in Heidelberg, bei dem wir vom Logo über die Speisekarten bis hin zu den Hemden der Barkeeper alles entwickeln.

IF: Sie haben in der Zwischenzeit fünf Standorte. Wäre es nicht einfacher – vor allen Dingen organisatorisch – alles an einem Standort zu konzentrieren?

Kitzig: Natürlich wäre das einfacher, aber zum einen sind wir durch die verschiedenen Standorte bundesweit gut aufgestellt. Und zum anderen sehe ich das ähnlich wie bei unseren Kunden. Ich kann nicht erwarten, dass diese zu mir kommen, sondern ich muss zu ihnen. Und so kann ich auch nicht erwarten, dass der Architekt, Innenarchitekt oder Designer, mit dem ich gerne zusammenarbeiten würde, nach Lippstadt zieht. Ich schätze all meine Teams, aber sie ließen sich nicht umsiedeln.

IF: Welche Meilensteine sehen Sie für Ihr Unternehmen?

Kitzig: Meilensteine mache ich in Verbindung mit Menschen fest. Beispielsweise sehe ich in der Zusammenarbeit mit der GOP Varieté-Gruppe, geführt von der Familie Grothe, einen solchen. Weiterhin prägend war unser erstes Hotel, ein Accor-Mercure-Hotel in Stuttgart, und der Bau der Senator-Lounges für die Lufthansa. Und ich würde auch sagen, das Gleiche gilt für das jüngst abgeschlossene Hotelprojekt 7Pines vom Projektentwickler 12.18.

Durch all diese Projekte ging ein Ruck durch das Unternehmen, es wurden Prozesse überdacht und sie haben das Team noch mehr zusammengeschweißt. Zudem haben sie das Büro bekannt gemacht. Aus einer Stadt wie Lippstadt mit 80.000 Einwohnern heraus international Interior Design zu machen, habe ich mir immer gewünscht. Ich persönlich habe auch daran geglaubt, aber viele andere haben mich für verrückt erklärt. Dass wir so viel Erfolg haben, freut mich noch immer jeden Tag. Weiterhin hat uns jede Bürovergrößerung und -eröffnung weitergebracht, und wir sind noch lange nicht am Ende. Wir sind ein umtriebige Unternehmen und haben noch große Pläne.

IF: Worin sehen Sie die Grundlage für Ihren Erfolg? Immerhin wurden Sie 2017 mit dem Titel „Wachstumschampion 2018“ ausgezeichnet.

Kitzig: Ich mache es an unserer Konsequenz fest. Für die GOP Varietés arbeite ich zum Beispiel schon 19 Jahre. Ich habe das große Glück, dass ich noch nie einen Rechtsstreit führen musste. Natürlich gibt es einmal Differenzen mit einem Auftraggeber, aber wir konnten das bisher immer ohne Anwälte klären. Wir achten unsere Kunden und gehen offen mit Problemen um. Fehler passieren, aber es ist immer eine Frage, wie man mit ihnen umgeht. Zum Erfolg beigetragen hat sicherlich auch, dass ich ein neugieriger Mensch bin und im Interior Design gerne auch einmal experimentierfreudig. Ich mache auch gar nichts anderes als Interior Design. Das ist aber nicht schlimm, denn für mich ist es keine Arbeit, sondern mein Hobby. Natürlich habe ich auch einmal einen schlechten Tag und keine Lust auf die Arbeit, aber es ist ein großer Teil meines Lebens, auf den ich sehr stolz bin, der mir sehr viel Freude und Glück, aber auch manchmal Kummer bereitet. Ich behaupte immer, ein Unternehmen ist wie eine Beziehung – man hat von allem alles.

IF: Sie sprachen vorhin davon, dass der Anteil von Büroprojekten stetig wächst. Wie sehen Sie die Entwicklung in der Büro- und Arbeitswelt? Was ist wichtig und was wird aus Ihrer Sicht wichtig?

Kitzig: Wenn wir ein Office-Projekt übertragen bekommen, starten wir mit einer Bestandsaufnahme. Und zwar nicht nur von der Architektur, sondern auch von der Aura des Gebäudes. Ganz wichtig sind natürlich auch die Mitarbeiter. Hier schauen wir uns an, welche Struktur die Belegschaft hat und welche Art von Menschen dort arbeitet. Dann erst entwickeln wir ein Design-Konzept. Und hier stellen wir immer den Menschen und die Arbeitsabläufe in den Fokus. Kurz gesagt, man muss sich einfach anschauen, für wen das Büro bestimmt ist und welche Arbeiten dort stattfinden. Dann ist ein ganz individuelles Konzept gefragt. Ein gut gemachtes, auf die Menschen abgestimmtes Interior Design



fördert nicht nur die Zufriedenheit, sondern auch die Effektivität.

Bei der Bürogestaltung sind mir vor allem folgende Aspekte ganz wichtig. Zum einen ist dies die Integration von Kunst und Grün. Und damit meine ich in erster Linie inszenierte Natur. Es ist wichtig, dass sich die Menschen in einem Büro wohlfühlen. Natürlich muss ein Büro eine digitalisierte Welt sein, aber man braucht eben auch den Ausgleich und die Möglichkeit, sich aus der ständigen Kommunikationsfähigkeit herauszuziehen und sich für einen Moment zurückzuziehen.

Ein weiterer Punkt ist eine hervorragende Akustik, denn ein hoher Geräuschpegel ist ein maßgeblicher Stressfaktor. Aufgrund der Komplexität des Themas arbeiten wir hier immer mit Fachplanern zusammen. Wahnsinnig wichtig ist mir zudem die Verkehrsführung im Büro. Wie sind die Wege verbunden, wer läuft an wem vorbei, wie und wo findet die Kommunikation statt. Ich stelle immer wieder fest, dass die Kommunikation nach außen wunderbar funktioniert, aber es intern Probleme gibt. Ich versuche deshalb, die Kommunikation durch Lounges oder Silence Areas zu fördern bzw. fast schon zu erzwingen.

IF: In welchen Bereichen sehen Sie Wachstumsmöglichkeiten?

Kitzig: Die Hotellerie ist aktuell ein wahnsinnig heißer Markt, in dem viel passiert. Das wird auch noch eine Zeit so bleiben. Der Retail-Bereich gestaltet sich schwierig, denn er hat sich in den vergangenen 20 Jahren durch das Internet und die Filialisten sehr verändert.

Healthcare und Office hingegen sind für mich größere Themen. Es sind Orte, bei denen der Mensch im Fokus steht, was allerdings in den vergangenen Jahren nicht oder nur wenig Berücksichtigung gefunden hat. Ein Grund ist, dass an diesen Orten bisher kein Wettbewerb stattgefunden hat. Im Bürobereich hat sich schon etwas getan und auch beim Thema Healthcare wird sich vieles ändern. Das ist auch wichtig!

15% bis 20% aller Projekte bei den Kitzig Design Studios sind Office-Projekte – Tendenz steigend.

IF: Fällt Ihnen spontan ein Projekt ein, das besonders war – in welcher Hinsicht auch immer?

Kitzig: Nein, denn ich habe alle parat. Wir haben in den vergangenen 20 Jahren über 600 Projekte abgeschlossen, die ich Ihnen jetzt nicht alle aufzählen kann, aber es sind eben 600 Babys und irgendwann denke ich über jedes einzelne wieder einmal nach. Besondere Herausforderungen waren allerdings immer Projekte im Ausland. Das liegt an der Sprache, an der Mentalität und an der Art, Geschäfte zu machen. Diese Projekte sind mir so gut im Kopf wie eines, das wir in Lippstadt umgesetzt haben, aber das Drumherum war einfach phänomenal – anstrengend, spannend und das Bewusstsein erweiternd – auch über den Tellerrand hinaus. Das ist befreiend und gibt neue Impulse.

IF: In einem Blogbeitrag haben Sie über Architekturuniformierung und Herausforderungen der Digitalisierung geschrieben. Darin warnen Sie vor Innenarchitektur-Allerlei. Was meinen Sie damit konkret?

Kitzig: Ich bin sicherlich kein Mensch, der von sich behauptet, dass er ein Talent zum Schreiben hat. Aber das musste ich mir einmal von der Seele schreiben. Ich habe Kunden, die legen sich bei Pinterest ein Album an und sagen, so möchte ich das. So funktioniert das aber Gott sei Dank nicht. Man kann sich nicht aus allem das Schöne zusammensuchen, in einen Raum packen und meinen, nun ist er schön.

Mark Zuckerberg kann uns sicherlich über Facebook vorgaukeln, dass Blau die Farbe des Jahres ist. Dann sehen Sie überall nur noch blaue Bilder. Aber wo bleibt die Individualisierung, die eigentliche Kreativität? Früher haben wir Fotos gemacht, wir haben aus Zeitungen etwas ausgeschnitten, Bücher kopiert, gemalt, Materialien gesucht. Heute schaut man bei Pinterest hinein. Ich möchte, dass sich meine Mitarbeiter anders informieren. Wir müssen nicht alles googeln, wir können uns auch gedanklich einmal etwas vorstellen, aus Gegenständen abstrahieren.

Ich habe keine Angst vor guten Kollegen. Auch nicht vor besseren. Ich arbeite mein Leben lang daran, meine Schwächen zu schwächen und Stärken zu stärken. Ich musste natürlich viel ausprobieren, um herauszufinden, was ich alles nicht kann. Das lasse ich dann einfach weg.

IF: Herr Kitzig, vielen Dank für das sehr offene Gespräch und weiterhin viel Erfolg!
www.kitzig.com



Vor kurzem wurde ein zweites Büro in Lippstadt eröffnet. Dazu hat Olaf Kitzig eine alte Jugendstilvilla komplett saniert. Ein Highlight: die Materialbibliothek im Keller, die insgesamt 170 Laufmeter umfasst.