kaufen & bauen

Das Magazin für private und gewerbliche Immobilien-Interessenten

Berlin • Frankfurt • Hamburg • München

2017 Sonderausgabe € 4,50

expo real

VOM BOOM ZUM WACHSTUM –

Ein Gastbeitrag von Nikolaus Ziegert | S. 26-27

Wer fordert muss auch fördern!

Ein Gastbeitrag von RA. G. Lipka | S. 92-93

11. PROJEKTENTWICKLER-STUDIE 2017 VERGLEICHT DEUTSCHE A-STÄDTE

Ein Gastbeitrag von Andreas Schulten | S. 126-127

HOLZKONTOR –

Schöner Wohnen in Haidhausen | S. 172-175

Titelthema - SOLID Home

„Anspruchsvolles Wohnen in Frankfurt" | S. 80-83

4 198641 704503 01

Ein Interview mit Olaf Kitzig , Geschäftsführender Gesellschafter der Kitzig Interior Design GmbH

Olaf Kitzig über die Trends im Interior Design

Innenarchitektur gewinnt stark an Bedeutung

Mercure Berlin Wittenbergplatz

Interior Design gewinnt sowohl im privaten Bereich als auch im B2B Bereich immer mehr an Bedeutung. Woran liegt das?
Olaf Kitzig: Unsere unmittelbare Umgebung beeinflusst uns in hohem Maße und gewinnt dadurch kontinuierlich an Bedeutung. Die Entwicklung der letzten Jahre hin zu einer vernetzten Welt, in der Digitalisierung einen immer höheren Stellenwert in der Gesellschaft erfährt, verändert die Bedürfnisse. Die Schnelllebigkeit und der rasante Wandel von bislang bewährten Strukturen bewirken, dass sich die Erwartungshaltung an die Lebensräume verändert. Sprich, es wird ein Kontrast zur digitalen und virtuellen Welt gesucht. Das Verlangen nach Plastischem und Greifbarem rückt in den Mittelpunkt. Räume wollen mit allen Sinnen begriffen werden. Doch nicht nur in den eigenen vier Wänden macht sich dieser Trend bemerkbar, auch sogenannte dritte Orte wie z.B. Hotels, Restaurants, Theater und Einkaufstätten entwickeln sich zu Orten, die uns die Möglichkeit geben im Moment zu verweilen. Das wiederum ist die Kunst eines Interior Designers genau dieses Gefühl mit einem durchdachten und stimmigen Ambiente zu vermitteln.

Wie erleben Sie die Entwicklungen der letzten Jahre in der Interior Branche?
Olaf Kitzig: Der Aspekt der Authentizität wird wichtiger. Bei den eingesetzten Materialien, egal ob im privaten Bereich oder im professionellen Bereich, wird der Qualitätsanspruch höher. Hochwertige und dadurch langlebige Materialien kommen zum Einsatz. Individualität wird groß geschrieben. Die Identifikation mit dem Interiorkonzept ist zunehmend wichtig. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Hotelbranche. Aufgrund

Olaf Kitzig, Geschäftsführender Gesellschafter von Kitzig Interior Design

unserer langjährigen Zusammenarbeit mit diversen Hotelketten und Projektentwicklern konnten wir in den vergangenen Jahren eine deutliche Entwicklung beobachten. War früher eine Hotelkette überall mit dem gleichen Interiorkonzept ausgestattet, so wird heute nach dem Motto „Think global, act local“ gearbeitet. Die Wiedererkennung findet durch ein einheitliches Farbkonzept, Logogestaltung, Raumlayout etc. statt, sodass das Hotel der jeweiligen Hotelkette intuitiv zugeordnet werden kann. Allerdings wird der Bezug zum jeweiligen Standort hergestellt. Gestalterisch kann sich das auswirken indem man z. B. regionale Farben in das Konzept miteinfließen lässt, Materialien aus der Umgebung verwendet oder Wahrzeichen des jeweiligen Standorts einbindet. Ein gutes Beispiel hierfür ist unser kürzlich fertiggestelltes Projekt Mercure Berlin Wittenbergplatz. In Anlehnung an das

© Kitzig Interior Design GmbH

legendäre Nachbargebäude das Kaufhaus des Westens zieht sich das Thema Mode wie ein roter Faden durch das Design. Stoffe, Schnittmuster und Modeentwürfe wurden auf unterschiedlichste Weise im Interiorkonzept neu interpretiert und so die Brücke zur unmittelbaren Umgebung geschlagen. Die Gestaltung endet dabei nicht beim Interiorkonzept, die Grenzen zu den Nachbardisziplinen verschwimmen.

Sie sind ein interdisziplinäres Team bei KID, wie wirkt sich das auf Ihre Herangehensweise bei Projekten aus?
Olaf Kitzig: Da wir mit sehr anspruchsvollen Kunden sowohl im privaten als auch im professionellen Bereich zusammenarbeiten, ist es für uns elementar, sich stetig weiterzuentwickeln. Derzeit befinden sich in unseren Büros aufgeteilt auf die vier Standorte, Lippstadt, Bochum, München und London etwa 51 Mitarbeiter. Unsere Innenarchitekten und Architekten arbeiten Hand in Hand mit den Verantwortlichen aus den Bereichen Kommunikationsdesign, Produktdesign und Interior Styling an einem ganzheitlichen Konzept. Die Idee dahinter war, dem Kunden eine schnittstellenübergreifende Lösung anzubieten, bei der kein Wissen verloren geht und so ein Corporate Design optimal umgesetzt werden kann. Nichtsdestotrotz wird bei uns Kosten- und Zeitmanagement groß geschrieben, der umfassende Blick auf das Projekt zeichnet unsere Arbeit aus.

Können Sie uns zum Schluss noch eine Einschätzung geben, wohin der Trend in der Innenarchitekturbranche gehen wird?
Olaf Kitzig: Vor allem das Thema Storytelling wird die Branche prägen. Menschen suchen in unserer kunterbunten Welt nach Wurzeln und sehnen sich nach Echtheit und Inseln der Geborgenheit. Die diversen Bereiche, die mit der Innenarchitektur verknüpft sind, werden nahtlos ineinander übergreifen. Ein ganzheitliches Konzept, das stimmig ist von der Speisekartengestaltung, über Arbeitsuniformen hin zur Innenarchitektur wird zumindest im Premiumbereich ein relevanter Wettbewerbsfaktor sein, der den Kunden von der Konkurrenz abhebt und Notwendig sein wird. Wir bieten diesen Service mit unserem Team an und stoßen dabei auf ausgesprochen positive Resonanzen.

Herr Kitzig, wir bedanken uns für das Interview.

Kontakt

KITZIG INTERIOR DESIGN
ARCHITECTURE GROUP

Kitzig Interior Design GmbH
Rosenheimer Straße 12, 81669 München

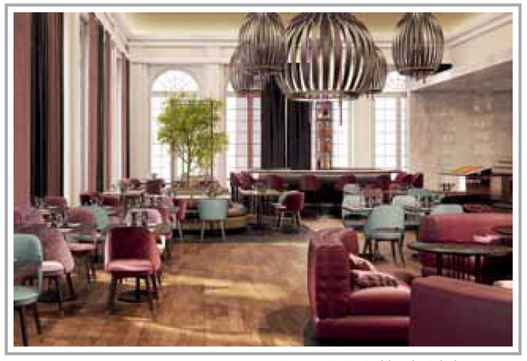
Telefon 089 - 449 991 36 - 0
Fax 089 - 449 991 36 - 9

Mail info@kitzig.com
Internet www.kitzig.com

Gourmetbar im Novotel München Arnulfstrasse

Piano Bar im GOP Varieté Theater Bonn

Restaurant Blüchers by Johann Lafer, Schlosshotel Fleesensee



Orangerie im Schlosshotel Fleesensee