

AUSGABE 2014 // SCHUTZGEBÜHR 39,00 EURO

L BR

Die Vermessung der deutschen Luxuslandschaft

LUXURY BUSINESS REPORT



BIG CITY LIGHTS

DER SCHRITT IN NEUE REGIONEN
STUDIE: TOP 20 LUXUSMÄRKTE

AUF SIEGER- TERRAIN

WO ALAPE, DORNBRACHT ODER LAMY DRAUFSTEHT, STECKEN SIEGER-QUALITÄTEN DRIN: RESPEKT VOR TRADITION UND HISTORIE ZUM BEISPIEL – UND GENAUSO VIEL HERZ WIE VERSTAND, SAGEN CHRISTIAN UND MICHAEL SIEGER ÜBER DIE PRODUKTWELTEN, DIE SIE GESTALTEN. AUF SPURENSUCHE IN DER WESTFÄLISCHEN KREATIVSCHMIEDE AUF SCHLOSS HARKOTTEN.

TEXT: HEIKE HUCHT



Zwei Brüder, die sich fast blind verstehen: Betriebswirt Christian und Designer Michael Sieger



Sieger-Facetten von kantig bis farbenfroh: handgewebte Kelims, extravagante Socken, Horizontal Shower

D

ie buchsbaumgesäumte Auffahrt schafft Raum und Zeit zum Staunen. Feiner Kiesel knirscht unter den Sohlen, während sich der Blick von der herrschaftlichen Fassade einnehmen lässt. Das hat schon was: ein barockes Wasserschloss mitten im Münsterland als anachronistische Wirkungsstätte. Seit Ende der 80er ist Harkotten Sieger-Terrain, „ein Zufallsfund“, sagen die Hausherren. Gepachtet und aufwendig saniert, um einst Wohnen und Arbeiten unter einem Dach zu vereinen. Rund 2.000 qm verteilen sich auf Haupt- und Nebengebäude, die von einer weitläufigen Gartenanlage umrahmt werden. Was bereits aus der Distanz beeindruckt, fasziniert auch innen mühelos. Viel Weiß, viel Luft, viel Licht. Kunstobjekte und auf Gemäldegröße gepimpte Kampagnenmotive setzen Farbakzente in der schlichten Großzügigkeit.

Kunst, Design und Architektur fließen hier genauso ineinander wie in der Arbeit von Michael und Christian Sieger. Der eine Designer, der andere Betriebswirt – „zusammen ein eingespieltes Team, das sich fast blind versteht“, sagt Christian Sieger (48), der ältere der beiden Brüder über die produktive Symbiose. 2003 haben sie das Designbüro von Vater Dieter Sieger übernommen, es zur Fullservice-Agentur und zum eigenen Label ausgebaut. Exakt 50 Jahre nach Gründung des Büros zählt die Mannschaft ziemlich genau 50 Köpfe, vom klassischen Produktdesigner bis zum Fotografen, vom Kommunikationsprofi bis zum Grafiker. Der Preis des Wachstums: Die privaten Räume mussten inzwischen Büros weichen, seitdem ist Harkotten nur mehr Arbeitsstätte.

DER INBEGRIFF VON LUXUS? ZEIT, PROZESSE REIFEN ZU LASSEN

Was an eigenem Design und Auftragsarbeiten dort stattfindet, ist mindestens so facettenreich, wie das rote Sieger-Stern-Logo Zacken hat. Und natürlich auch Spiegel der eigenen Entwicklung. Nachdem sich Dieter Sieger zunächst als klassischer Architekt einen Namen gemacht hatte, sattelte er auf Schiffsbau um. Anschließend startete der gebürtige Münsteraner als Produktdesigner durch. Zunächst ins Abenteuer Badesign. Nach wie vor gehören Hersteller wie Alape, Duravit und Dornbracht zu den ältesten Kunden der Agentur. Partner, wie die Brüder sagen. „Weil wir an langjährigen Beziehungen interessiert sind und nicht am schnellen Geld.“ Zeit nehmen, Partnerschaften, Prozesse und Produkte reifen lassen und damit der allgegenwärtigen Beschleunigung trotzen: für Sieger



nicht nur Voraussetzung schlechthin, um Außergewöhnliches zu erschaffen, sondern vielmehr der Inbegriff von Luxus. „Mit Dornbracht verbindet uns dieser Anspruch bereits seit 30 Jahren – das macht uns enorm stolz“, sagt Christian Sieger. Treue, die sich sehr wohl rechnet. Tatsächlich generiert die Agentur den größten Teil ihrer Erlöse mit der Stammkundschaft, auf Basis von Lizenzbeteiligungen. Ein lukratives Modell, aber unter ungünstigen Umständen durchaus riskant, wie das Jahr 2009 gezeigt habe, räumt der Betriebswirt ein. Ohnehin von der Wirtschaftskrise gebeutelt, brannte obendrein die Produktion von Dornbracht ab. Der Wiederaufbau dauerte mehr als ein Jahr. „Alles in allem hat uns diese Doppelbelastung etwa ein Drittel unseres Umsatzes gekostet – und leider acht unserer Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz.“

VIELFÄLTIGES PORTFOLIO ALS ERFOLGSSTRATEGIE

Die wichtigste Lektion daraus? „Dass es sich auf mehreren Beinen sicherer steht“, sagt Christian Sieger. Seitdem gehe man das Thema Akquise deutlich offensiver an – und freue sich weiterhin über die große Bandbreite an Angeboten. Zum Beispiel über die Anfrage aus Shanghai, der weltberühmten Shopping-Meile Nanjing Road ein neues Gesicht zu geben. Ähnlich reizvoll: die Einladung von Singapore Airlines, mit anderen Global Playern um die Neugestaltung von First- und Business-Class zu pitch. Ganz oben in der Schublade „Kurioses“ liegt ein Sexspielzeug-Projekt. Auch wenn es letztlich nicht realisiert wurde, sorgte es immerhin für eine der amüsantesten Besprechungen in der Firmengeschichte. Schreibgeräte für Lamy, Isolierkannen und Kaffeefullautomaten für Kaffee Partner, Kamine für Comoto, Pflegebetten für Wissner-Bosserhoff: „Im Grunde gibt es kaum ein Thema, das uns nicht reizt“,



kommentieren die Brüder ihr vielfältiges Portfolio. Wie es Sieger immer wieder gelingt, so unterschiedliche Marken in Design zu übersetzen? „Maßgeschneiderte Gestaltung braucht Geduld und Gefühl, riskiert einen Blick zurück und tastet sich nach vorn. Den Archetyp eines Produkts ergründen und ihn in die Zukunft transferieren, nennen wir das.“ Dreh- und Angelpunkt sei letztlich der Konsument: Was braucht er, was wünscht er sich? Was macht sein Leben einfacher, schöner, komfortabler? Die Antworten darauf seien im besten Fall nicht nur funktionell, optisch wie haptisch ansprechend, sondern berühren auch emotional. Oder poetischer ausgedrückt: „Design by Sieger will Sinn und Sinnlichkeit verbinden, Kopf und Herz gleichermaßen ansprechen. Mit dieser Philosophie sind wir vermutlich das italienischste aller deutschen Designbüros“, ist Christian Sieger überzeugt.

„MASSGESCHNEIDERTE GESTALTUNG BRAUCHT GEDULD UND GEFÜHL. DEN ARCHETYP EINES PRODUKTS ERGRÜNDEN UND IHN IN DIE ZUKUNFT TRANSFERIEREN, NENNEN WIR DAS.“

Noch offensichtlicher, vor allem farbverliebter und deutlich verspielter spiegelt sich das im eigenen Label „Sieger“. 2005 gestartet, spannt sich das Portfolio inzwischen von Tableware über Teppiche bis zu Möbeln und Mode. Dafür hat man sich so namhafte Produzenten wie Fürstenberg und Regent ins Boot geholt. Sieger sei sowohl Spiel- als auch Standbein, kreatives

Austoben und Existenzsicherung, so die Münsterländer. Den Wunsch, selbst eine Marke aufzubauen, gibt es schon lange. „Mit Porzellan einzusteigen lag nahe, weil wir bereits durch die Zusammenarbeit mit Ritzenhoff und Arzberg bewiesen hatten, dass wirtschaftlicher Erfolg mit anspruchsvollen Produkten aus dem Bereich Tischkultur machbar ist.“ Der Sprung ins Fashion-Business sei eher persönlich motiviert, erzählt Michael Sieger. „Ich hatte schon immer Spaß an Mode und habe Frauen oft um die vielen Möglichkeiten beneidet, sich durch Kleidung auszudrücken. Als meine Sonderwünsche zu herausfordernd für den Maßschneider meines Vertrauens wurden, habe ich selbst angefangen zu experimentieren.“

Was zunächst zaghaft mit Krawatten und Manschettenknöpfen aus handbemaltem Porzellan begann, ist inzwischen zu einem ansehnlichen Sortiment gewachsen. Sieger Couture zielt auf den mutigen Individualisten. Anzüge und Mäntel werden ergänzt durch Bandanas, Schals und Accessoires aus Leder. Zwei Kollektionen schicken die polyglotten Westfalen jährlich auf Laufstege und in den Handel. Allein die Never-Out-of-Stock-Range zählt gut 600 Teile, sämtlich aufwendig gefertigt von Manufakturen in Deutschland und Italien. Inzwischen ist Sieger mit seiner Herrenmode weltweit in rund 100 Shops präsent. In diesem Jahr im Fokus der Vertriebsstrategie: der Launch eines Onlineshops für Händler; zudem will man mit einer Bestellplattform für Privatkunden nachziehen, die den Handel einbezieht. Der Herbst soll dann buchstäblich sagenhaft werden. Excalibur heißt die neue Kollektion, inspiriert vom Mythos um den britischen Herrscher Artus. ///



Eine Design-Ikone neu aufgelegt: die Badserie Happy D.2 für Duravit

INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

Geschäftsführung: Christian und Michael Sieger
 Rechtsform: GmbH & Co. KG
 Gegründet: 1964
 Standort: Sassenberg
 Mitarbeiter: rund 50
 Als Fullservice-Agentur gestaltet Sieger Design im Auftrag namhafter Markenhersteller Produkte und Produktwelten.
 Weitere Arbeitsgebiete: Marketing, Architektur, PR, Design-Management.
 Das eigene Label Sieger steht für Mode, Tableware, Teppiche und Möbel.
 Website: www.sieger-design.com



Minimalistisch und opulent zugleich: das neue Dekor Ca' d'Oro der MY CHINA!-Tableware von Sieger by Fürstenberg