



## PRESSEINFORMATION

Christian Kaldewei im Interview

# Eröffnung Pluszahnärzte Düsseldorf

**Herr Kaldewei, Ihr Name ist seit 90 Jahren bekannt aus Deutschlands Badezimmern. Ein Name, der verpflichtet?**

Es ist für mich keine direkte Verpflichtung, sondern eher eine Chance, weil ich die Möglichkeit hatte, in einem solchen traditionsreichen Unternehmen aufzuwachsen. Ich war von Kindesbeinen an neugierig auf die Branche und auf die Produkte im Badbereich. Insofern habe ich früh die Leidenschaft entdeckt – für diesen Raum im Haus, der ja immer wichtiger wird.

**Aber dass der Name Kaldewei für Qualität steht, das hat man schon im Blut?**

Ja, das ist natürlich etwas, das man schon mit der Muttermilch mitbekommen hat.

**Sie haben vor einiger Zeit Ihre eigene Firma KANERA gegründet? Warum?**

Weil ich zu 100% meine eigenen Ideen verwirklichen wollte. Und um einen echten Neuanfang in die Tat umzusetzen, muss man einfach mit alten Dingen brechen. Deshalb bin ich auch das Risiko eingegangen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, das niemand kannte. Die Marke ist neu, alles ist neu. Aber mein Wunsch, eigene Ideen und eigene Produkte am Markt zu verwirklichen, war so groß, dass ich diesen Weg gegangen bin.

**Was unterscheidet Ihre eigene Firma KANERA vom Familienunternehmen Kaldewei?**

Tatsächlich zunächst einmal das Produktsortiment. Wir kümmern uns vorwiegend um den Waschplatz, während die Firma Kaldewei eher Bade- und Duschwannen anbietet. Zudem fokussieren wir uns sehr stark auf ein Segment – das Top-Segment, in dem wir unsere Produkte anbieten. Kaldewei hingegen bietet ein sehr breites Sortiment an. Vom Standard- bis zum Top-Produkt. Wir wollen ein ganz klarer Nischenanbieter sein, mit einem kleinen feinen Sortiment, das aber immer wieder innovative Produkte anbietet.

**Wofür steht Kanera?**

Kanera als Marke steht für Regeneration. Wir wollen Kraft geben und es durch unsere Produkte möglich machen, sich im Raum Badezimmer wieder aufzuladen. Kanera steht außerdem für Konzentration. Dafür, dass man sich auf das Wesentliche konzentrieren, andere Dinge über Bord werfen und zu sich kommen kann. Und natürlich für Transformation. Transformation von der einen Situation zur nächsten. Das haben wir im Vorfeld unseres gesamten Marktauftrittes in einer Marktforschung festgestellt, dass jedesmal, wenn man einen Waschraum betritt, eine Übergangssituation stattfindet – von der Nacht in den Tag und umgekehrt, zwischen zwei Sitzungen... Kanera möchte mit seinen Produkten diese Übergangssituation nutzen und den Verwender positiv begleiten.

Kanera steht außerdem für eine fließende Qualität. Wir haben es mit Emaille zu tun, das in flüssigem Zustand auf Stahl gebrannt wird – rein von der materiellen Seite betrachtet. Wir haben es außerdem mit dem Element Wasser zu tun, auch im fließenden Zustand. Beides mündet in unserer Formensprache. Wir bringen sinnliche, organische Formen an den Markt und konzentrieren uns darauf.

**Was bedeutet der Name Kanera?**

Kanera ist ein zusammengesetztes Kunstwort. Ka steht natürlich für Kaldewei, nera stammt aus dem Wort RegeNERation.

**Würden Sie sich selbst als Querdenker bezeichnen, der klassische Vorgaben/Vorgehensweisen in Frage stellt?**

In gewisser Weise ja. Aber wichtiger ist mir, dass man zunächst einmal sein Geschäftsfeld, sein Produkt, sein Fachwissen und seine Erfahrung als Basis nutzt. Und erst wenn ich das durchdringe, und wirklich weiß, wovon ich spreche, kann ich auch die Dinge in Frage stellen und neue Ansätze suchen. Dann ist es sogar notwendig, querzudenken. Dazu gehört eine gewisse Reflektion, zumal man immer aus Kundensicht versuchen sollte, seine eigenen Aktivitäten zu bewerten. Denn häufig unterliegt man irgendwelchen Zwängen, sei es produktions- oder vertriebsbedingt, die jedoch für den Kunden keinen zusätzlichen Nutzen bieten. Dann muss man querdenken und neue Ansätze im Sinne des Kunden finden.

**Waren Sie gleich begeistert von der Idee, gemeinsam mit Graft aus Berlin an dem neuen Interieur-Design der zahnärztlichen Praxisgemeinschaft die + zahnärzte zu arbeiten?**

Natürlich habe ich mich sehr gefreut darüber. Graft hat natürlich den Hauptteil der Arbeit geleistet, aber es ist auch sehr schön für uns, dass durch unser Produkt Kanera 1 E die Formensprache und die Architektur innerhalb eines Objektes unterstützt werden konnte. Das war für uns sehr spannend und wir freuen uns, dass wir einen so wichtigen Beitrag zu diesem tollen neuen Konzept leisten konnten.

**Was zeichnet dieses besondere Waschbecken aus, das bei den Pluszahnärzten am 10. April seine Deutschlandpremiere feiern wird?**

Es ist tatsächlich die erste Zahnarztpraxis, die wir mit Kanera 1 E realisiert haben. Was es auszeichnet, ist eigentlich das Gesamtkonzept. Unser Markenmotiv ist ja die Poesie des Wassers. Diese entsteht aus dem Element des Wassers und der Markenpersönlichkeit Kanera. Sie entsteht nicht einfach aus einem außergewöhnlichen Produktdesign, sondern aus der Verbindung von Produktqualität, -funktionalität und -materialität. Aber sie entsteht auch aus dem Wording, mit dem wir unsere Produkte beschreiben. Sie entsteht aus der farblichen Wahrnehmung, unserem Corporate Design – dem Gesamtkonzept. Wir haben für die Marke Kanera sogar einen eigenen Sound entwickelt, um auch dort das Produkt multisensorisch wahrnehmen zu können.

Dies alles mündet in der Poesie des Wassers. Das Produkt selber löst dabei durch seine Formgebung positive Assoziationen aus. Ganz spontan, ohne zusätzliche Erklärungen zu benötigen. Und dass ein Produkt es ermöglicht, gleich auf den ersten Blick positive Bilder abzurufen, das ist das ganz besondere Add-on unserer Marke, das andere nicht haben.

Deshalb haben unsere Produkte beispielsweise auch keine Namen, da wir den Interpretationsspielraum damit begrenzen würden. Und Poesie ist eben ganz viel Interpretation. Unsere Kunden sollen unsere Produkte einfach jeden Tag wieder aufs Neue erleben.

**Herr Kaldewei, Hand aufs Herz: Haben Sie jetzt einen neuen Zahnarzt?**

(lacht) Ich würde mich natürlich gerne mal in dieser schönen Praxis behandeln lassen. Ich habe mich einfach riesig gefreut, die Pluszahnärzte kennenzulernen.

**Kontakt für die Presse:**

**Kanera GmbH & Co. KG**

**Public Relations**

**Hafenweg 16**

**48155 Münster**

**Tel +49 251 609 803-0**

**Fax +49 251 609 803-29**

**Email [info@kanera.de](mailto:info@kanera.de)**

**[www.kanera.de](http://www.kanera.de)**