

# wohninsider.at

»Hier spricht die Branche

Ausgabe 5/2019  
Oktober/November  
www.wohninsider.at

Zukunftsforum:  
Wie Innovationen  
gelingen

Küchenmeile:  
Die Kollektionen  
für 2020

## Lust auf Umsatz?

[ **WOHNEN &** ]<sup>®</sup>  
[ **INTERIEUR** ]

18.–22. März 2020  
Messe Wien

Eine Veranstaltung von  
 Reed Exhibitions<sup>®</sup>



destilat – Architecture & Design

## „Begeisterung treibt uns an!“

Angefangen haben sie mit einer Möbelsérie im Rahmen eines departure-Projekts.

Heute begeistert destilat mit innenarchitektonischen

Konzepten für private und Corporate Architecture und ist für seine klare Formensprache

bekannt. Gutes Design helfe immer und das Bewusstsein dafür sei deutlich gewachsen, so

Mag. Thomas Neuber. *Von Sylvia Pilar*



Kreatives Dreamteam: Henning Weimar, Harald Hatschenberger und Thomas Neuber begeistern als und mit „destilat“. © Joachim Haslinger



Klarer Stil: „destilat“ beeindruckt mit maßgeschneiderten innenarchitektonischen Konzepten für private und Corporate Architecture, wie mit dem Projekt Apartment H&M. © Monika Nguyen

Vom Möbeldesign zur Innenarchitektur – wie hat sich das Profil von destilat entwickelt?

**Mag. Thomas Neuber:** Wir sind alle aus Linz, kommen aber aus verschiedenen Bereichen: Henning Weimar aus dem Möbelhandel und -design, Harald Hatschenberger ist Möbeldesigner und Innenarchitekt und ich bin Betriebswirt. Mit diesen unterschiedlichen Ansätzen und unseren gebündelten Stärken haben wir 2008 das erste gemeinsame Projekt gestartet. Aus dem Projekt wurde schnell Ernst und „destilat“. Wir sind 2008 als Möbeldesigner gestartet und mit unseren unseren Beistelltisch-Kuben „Grandma“ und „Grandpa“ als Möbeldesigner bekannt geworden. In der Anfangszeit haben wir uns intensiv dem Möbeldesign gewidmet, aber leider festgestellt, dass es in Österreich jedoch nicht so einfach zu realisieren ist, und

beschlossen, verstärkt die Innenarchitektur zu forcieren. Dann ist alles Schlag auf Schlag gegangen. Von Anfang an haben wir Standards gesetzt, Projekte und ein paar Wettbewerbe gewonnen, mit denen wir unser Designempfinden präsentieren und auf unsere Standards aufmerksam machen konnten. Daran zu glauben, mit Innenarchitektur in Österreich etwas bewirken zu können, ist die beste Basis, um eine eigene Handschrift im Interior Design zu entwickeln.

Wie ist aktuell das Verhältnis der beiden Bereiche?

Unser Fokus liegt klar bei der Innenarchitektur, Möbeldesign machen wir vereinzelt und vor allem im Rahmen komplexer Projekte. Da hilft unser Background immens und verschafft uns ein zusätzliches Feature. Privat- und Corporate-Kunden halten sich in etwa die Waage. Zu uns kommen vor allem Menschen, die etwas außerhalb der Norm suchen und sehr individuelle Lösungen brauchen. Das Bewusstsein für gute Innenarchitektur ist in beiden Bereichen deutlich gewachsen.



Eyecatcher: Die Möbeldesign-Kompetenz zeigt sich in Kreationen wie dem Asanoha Bett der gleichnamigen Möbelsérie, entwickelt für Grüne Erde. © Monika Nguyen



Links: Ausgezeichnetes Interior Design: Das Penthouse V. © destilat/Harald Hatschenberger Rechts: Geschmackvoll: Mit einem flexiblen Präsentations-, Ausstellungs- und Shopsystem sorgt „destilat“ in der Brauerei Schlägl-Bier für Atmosphäre. © Monika Nguyen

Woher kommt die wachsende Design- und Innenarchitekturaffinität?

In anderen Ländern spielen Design und Innenarchitektur immer schon eine größere Rolle, auch im Corporate-Bereich. Dass Produkte in einer entsprechenden „Corporate Architectur“ besser präsentiert und verkauft werden können ist keine Neuigkeit. Gutes Design kann Markenwerte in Erleben übersetzen und Stimmungen erzeugen, die Menschen in Staunen versetzen und ein Gesamtbild kreieren. Das ist in den Verkaufszahlen nachzulesen und ein Bewusstsein, das sich auch in Österreich immer stärker durchsetzt.

Gibt es einen „destilat“-Designfaden?

Der typische destilat-Stil ist klar, zeitlos, eher minimalistisch und immer warm. Es geht darum, nicht zu überborden, sondern mit wenig viel herauszuholen. Wir bewegen uns meist in einem erdigen, natürlichen und fein abgestimmten Farbspektrum und setzen ganz einfach dort Akzente, wo sie hingehören.

Könnte man es nachhaltige Innenarchitektur nennen?

Nachhaltig sogar in zweierlei Richtung: Einerseits, indem wir so viel wie möglich mit Naturmaterialien arbeiten und mit Oberflächen, denen das Alter eine schöne Patina verleiht. Aber auch nachhaltig in der Art der Gestaltung, sodass unsere Lösungen auch nach Jahren noch zeitgemäß sind. Wer zu sehr auf modische Strömungen setzt, ist auch sehr schnell wieder „out“.

Arbeiten Sie mit bestimmten Marken oder generiert sich die Auswahl von Projekt zu Projekt neu?

Wir schöpfen das Feld frei aus. Konkrete Marken platzieren wir nur, wenn der Kunde es wünscht. Natürlich suchen wir jene Marken und Objekte aus, die nicht nur zum Budget sondern in ihrem Wesen zur Persönlichkeit der Kunden passt.

Dafür bedarf es eines großen Überblicks über alle Entwicklungen und Produktneuheiten.

Sind Sie viel auf Messen unterwegs?

Die wichtigste Messe ist für uns der „Salone del Mobile.Milano“ in Mailand, aber auch auf der imm cologne in Köln sind wir regelmäßig. Manche Schauen lassen wir bewusst aus. Neben den kommerziellen Foren finden wir im Alltag unzählige alternative Inspirationsquellen.

Woher beziehen Sie dann Inspirationen und Innovationen?

In unseren Projekten steckt viel Recherche. Es gibt viele tolle Produkte großer Marken, aber auch kleiner Labels, die innovative Kreationen hervorbringen, die man in Österreich wenig oder gar

nicht sieht. Genau diese Dinge abseits des Mainstreams interessieren uns, wir sind offen für Neues und wählen Objekte bewusst aus. Unsere Interiors sind auch immer sehr individuell, man erkennt die destilat Handschrift, aber sie sind ganz spezifisch auf die Marke, die Nutzung und die Menschen zugeschnitten. Schließlich sind wir Konzeptionisten und keine „Möbelsteller“. Jedes Projekt starten wir bei null, lernen den Kunden kennen, schauen uns an, was er macht, will, braucht, analysieren Ist-Zustände und Zukunftsperspektiven und entwickeln sehr persönliche Konzepte.

Sie arbeiten national und international.

Wie teilen sich die Projekte auf?

Der Fokus liegt auf Österreich. Wir sind hier verwurzelt, haben Standorte in Wien und Linz und hier auch den Großteil unserer Kunden. In letzter Zeit kommen aber immer mehr Anfragen aus dem Ausland auf uns zu. Die Medien machen es immer einfacher, weltweit Aufmerksamkeit zu generieren. Das stärkt uns rückwirkend auch am österreichischen Markt.

destilat hat mit dem „Penthouse V“ den Austrian Interior Design Award 2019 gewonnen und das ist bei weitem nicht der erste Designpreis. Welchen Stellenwert haben solche Auszeichnungen?

Wenn man seinen Designanspruch lebt und versucht, den hohen Standard zu halten, sind Auszeichnungen nur eine Frage der Zeit. Sie sind eine schöne Anerkennung, bestätigen, dass wir etwas können, und schaffen Vertrauen beim Kunden. Unser Business hat ja sehr viel mit Zutrauen und Sympathie zu tun. Wir arbeiten schließlich in der Privatsphäre des Kunden oder jonglieren mit dem Markenimage eines Unternehmens. Der Austausch ist intensiv, egal ob im Privat- oder Corporate-Bereich, da muss die Chemie stimmen. Natürlich braucht es auch ein Budget, aber wichtiger als das Geld ist das Vertrauen in unsere Arbeit. Auch hier bemerken wir eine positive Tendenz.

Welche Ziele haben Sie vor Augen?

Wir haben es geschafft, uns in den letzten zehn Jahren am Markt zu etablieren und „destilat“ bekannt zu machen. Für die nächsten zehn Jahre geht's darum, die Marke weiterhin zu schärfen, größere Projekte zu forcieren und international noch stärker wahrgenommen zu werden. Das gelingt am besten mit tollen Projekten. Sie sind die beste Werbung und das wirksamste Marketing-Tool. Sich nicht verbiegen zu müssen, sondern seine Ideen realisieren zu können, begeistert uns nach wie vor. Diese Begeisterung teilen auch unsere Kunden, das ist wohl einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren von destilat.

[www.destilat.at](http://www.destilat.at)