

Anand Steinhoff ist nicht nur Inhaber von Steinhoff Einrichten + Wohnen, sondern auch Mitbegründer der Internetplattform Stylepark sowie der *designalliance.



Das kleinste Designmuseum Deutschlands befindet sich im zweiten Stock des Einrichtungshauses. Aktuell ist dort eine Ausstellung zur Arbeit des finnischen Designpaares Aino und Alvar Aalto zu sehen.

Ein Unternehmen mit Erlebnischarakter



Der Aluminiumbau am Braunschweiger Platz in Hannover aus dem Jahr 1989 ist aus architektonischer Sicht auch heute noch aktuell. Fotos: Steinhoff/Schmidt



Liebevoll, bis ins kleinste Detail ist die Ausstellung im Einrichtungshaus gestaltet. Dabei werden einzelne Welten inszeniert, die Anand Steinhoff gemeinsam mit seinem Team selbst entwickelt.

Steinhoff Einrichten + Wohnen ist in der gehobenen Einrichtungswelt – auch über Deutschland hinaus – eine feste Größe. Hinter dem Erfolg des Unternehmens steckt nicht nur die Fähigkeit geschmackvolle Einrichtungen zu gestalten, sondern vielmehr das Vermögen, Markttendenzen zu erkennen, Netzwerke zu schaffen und zu leben sowie der Wille zu Veränderungen. Auf die Spur des Erfolges von Steinhoff Einrichten + Wohnen hat sich Bianca Schmidt gemacht und in Hannover mit Anand Steinhoff gesprochen.

Die Wurzeln von Steinhoff Einrichten + Wohnen reichen bis in das Jahr 1936 zurück. Damals gründeten Heinz und Else Steinhoff das Unternehmen in Hannover und führten es trotz Enteignung und Vernichtung des Ladengeschäftes durch die Wirren der Kriegszeit. 1945 erfolgte die Neueröffnung und schon in den Jahren darauf entwickelte sich Steinhoff zu einem der führenden Einrichtungshäuser in der Landeshauptstadt Niedersachsens. Sohn Peter Steinhoff stieg 1958 in die Firma ein, prägte einen neuen Wohnstil mit skandinavischen Möbeln und Accessoires und wurde damit zum Trendsetter zwischen Hamburg und Frankfurt. Er ist es schließlich auch, der 1989 mit dem Aluminiumbau am heutigen Unternehmensstandort am Braunschweiger Platz die erste Trendwende im Unternehmen einleitet. Der Einrichtungsstil ist nun geradlinig und modern. Mit Anand Steinhoff steigt 1995 schließlich der Enkel des Firmengründers in das Unternehmen ein

und mit ihm beginnt eine neue Ära des Einrichtungshauses, die er 2004 als alleiniger Geschäftsführer noch konsequenter fortsetzt. Und das obwohl er 1995 gar keine so rechte Lust auf die Einrichtungsbranche hatte. Er stellte sich allerdings der Herausforderung und sein erster großer Coup war die Ausstattung des Deutschen Pavillons auf der Expo 2000 in Hannover und 16 weiterer Pavillons. Darauf folgte gleich die Zusage für das Deutsche Haus bei der Olympiade in Sydney. Damals generierte das Unternehmen 70% seines Umsatzes im Objektgeschäft. Für Anand Steinhoff eine gefährliche Entwicklung. „Mit ein bisschen Sensibilität konnte man im Jahr 2000 schon den Abgrund sehen“, erklärt der Unternehmer. „Zum einen zeichnete sich eine gesamtwirtschaftliche Krise ab, aber auch in Hannover wurde es zusehends schwieriger. Nach der Expo war alles gebaut und alles eingerichtet. Wo sollten also noch die Aufträge im Objektbereich herkom-

men? Zudem konnte man sich in diesem Segment auch nicht wirklich profilieren. Ich stellte mir also die Frage, wie wir unser Unternehmen in Zukunft aufstellen wollen.“ Den richtigen Weg sah Anand Steinhoff in das Luxussegment. Luxus bedeutet für ihn aber nicht einfach nur teuer, sondern vielmehr einmalig sein. Dem Kunden etwas bieten, was er sonst nirgendwo bekommt sowie weg vom Möbelverkäufer hin zum Innenarchitekten. Aus all diesen Überlegungen entwickelte Anand Steinhoff ein Konzept, das bis heute Bestand hat und das Unternehmen auf vier Säulen stellt. Die erste Säule stellt das Einrichtungshaus an sich dar. Hier bewegt sich der Kunde in unterschiedlichen Welten, die Anand Steinhoff mit seinem Team kreiert hat. Diese basieren auf sozialwissenschaftlichen Analysen sowie eigenen Erfahrungen, die ebenfalls einem System unterworfen sind. Auf diese Weise entstand unter anderem die „Martini



Eine der vier Säulen des Unternehmens ist die Anand Steinhoff-Kollektion. In erster Linie Accessoires tragen hier die Handschrift des Unternehmers.



Die komplette Gestaltung von sechs Speiseräumen der Hannover Re lag in den Händen des Teams von Anand Steinhoff. Aufgegriffen wurden dabei Besonderheiten der Stadt Hannover.



Ein Unternehmen mit Erlebnischarakter

Lounge", das „Miami Penthouse“ oder die Welt „Lago di Como“. Mit welcher Detailverliebtheit und Konsequenz diese Welten ausgestattet sind, lässt sich mit Worten kaum beschreiben. Vielmehr muss man dies mit eigenen Augen gesehen und vor allen Dingen gespürt haben. Innerhalb weniger Minuten nach Betreten des Hauses befindet man sich in einer anderen Welt. Leise Lounge-Musik ist dabei ein ständiger Begleiter. Die Welten fügen sich harmonisch aneinander und kein Blickwinkel wurde dem Zufall überlassen. Zum Beispiel wiederholen sich Farben beim Blick aus der Galerie in den jeweiligen Stock-

werken. Das ist sicherlich etwas, was der Kunde nicht mit Worten beschreiben kann, aber er spürt die Harmonie in der Ausstellung. Zu Hilfe kommt hierbei auch die Architektur des Hauses, die nach über 25 Jahren noch immer zeitgemäß ist. Alle drei bis vier Jahre wird die Ausstellung einem kompletten Relaunch unterzogen. So auch im vergangenen Jahr. Die gesamte Ware wurde abverkauft und schließlich Etage für Etage neu inszeniert. Im Haus finden sich die Top-Marken der Einrichtungsbranche. Von Minotti bis Flexform, Walter Knoll oder Baxter, um nur einige zu nennen. Ergänzt werden diese um die Anand Steinhoff-Kollektion, die 2014 ins Leben gerufen wurde und die zweite Säule des Unternehmens bildet. Entstanden ist die Kollektion, da Anand Steinhoff auf der Suche nach speziellen Vasen, ausgefallenen Accessoires oder besonderen Solitären nicht fündig wurde und kurzer Hand beschloss, eine eigene Kollektion zu entwerfen. Er arbeitet hier mit kleinen Manufakturen und Künstlern aus allen Teilen der Welt zusammen und legt unter seinem Namen Kleinstserien auf. Diese Kollektion unterliegt ebenfalls einer ständigen Weiterentwicklung, so dass aktuelle Trends Platz finden.

*designalliance

Anand Steinhoff gründete 2004 die *designalliance als Zusammenschluss führender deutscher Einrichtungshäuser. Ziel ist es, mit Herstellern gemeinsam Modelle zu entwickeln, vorzuschauen, Marktbewegungen zu erspüren und gemeinsam am Markt aufzutreten.

Heute zählen neben Steinhoff Einrichten + Wohnen, Böhmler im Tal (München), Clic (Hamburg), Dopo Domani (Berlin), Mathes (Aachen), Ruby (Berlin) und Wetscher (Österreich) zu den Mitgliedern. Weitere sollen folgen. Die Geschäftsführung liegt bei Georg Böhmler und Anand Steinhoff.

Die dritte Unternehmenssäule bildet schließlich die Einrichtungsplanung. Obwohl heute nur noch 40% des Umsatzes im Objektbereich generiert werden, laufen 70% über die Planung. „Dabei variieren die Aufträge sehr in ihrem Umfang“, erzählt Anand Steinhoff. „Wir können aber von den Möbeln, über die Wand-, Boden- und Deckengestaltung bis hin zur Beleuchtungsplanung alles liefern. Zudem sind wir auch auf dem Gebiet der Kunst zu Hause, so dass es dem Kunden an nichts fehlt.“

Auch im Objektbereich verfügen die Han-

noveraner über eine beachtliche Liste an Referenzobjekten. Aktuell steht die Planung für ein Krankenhaus an. „Hier geht es weniger um die Ausstattung mit Möbeln, sondern vielmehr um die Gestaltung der Patientenzimmer. Unsere Aufgabe ist es, diese mit Farbe, Materialien und Licht so zu gestalten, dass sich der Patient wohler fühlt.“

Mit Stolz erzählt Anand Steinhoff von einem ganzheitlichen Einrichtungsprojekt, das er im Auftrag des Rückversicherers Hannover Re in Zusammenarbeit mit Hirsch Architekten, Hildesheim, umsetzen konnte. Hier wurden sechs Räume aufwändig gestaltet, die den Gästen des Unternehmens als Speisezimmer dienen. Dabei wurden die Besonderheiten Hannovers aufgegriffen, so dass die Gäste der Stadt auch in ihren kurzen Aufenthalten erleben können. Zum Beispiel stellt die Decke eines Zimmers den Trichter eines Grammophons dar – in Hannover wurde das Grammophon erfunden – oder ein Baum aus Corian symbolisiert die „grüne Stadt“. Herrschte im Hause der Hannoverer an einigen Stellen zu Anfang des Projekts Skepsis, sind heute alle überzeugt von der Umsetzung. Und der nächste Planungsauftrag wurde bereits erteilt. „Für ein Einrichtungsprojekt sind dies sicherlich alles sehr ungewöhnliche Aufträge“, ist sich Anand Steinhoff sicher. „Doch das liegt ganz in meinem Sinne, dient es doch einer gewissen Profilierung und bringt uns neue Kunden.“

Die vierte Säule des Unternehmens stellt seit 2012 das Museum dar, das als kleinstes Designmuseum Deutschlands gilt. Die Idee dahinter heißt: „Design erlebbar machen“. Zudem sollte im Geschäft eine Fläche geschaffen werden, in der wechselnde Ausstellungen zum Thema Design zu finden sind. In einem Architekturwettbewerb setzte der Hamburger Architekt Tim

Lüdtke die Anforderung am konkretesten um. Zum einen sollte eine Mikroarchitektur entstehen, die wie das 1989 erbaute Gebäude selbst, zeitlos ist. Zum anderen sollte der Besucher beim Betreten des Museums heraus aus dem Einrichtungshaus und hinein in eine andere Welt kommen, in der seine Aufmerksamkeit ausschließlich den ausgestellten Exponaten gilt. Alle zehn Monate wechselt die Ausstellung, die nicht zwangsläufig Möbeldesign abbilden muss. So beleuchtete die Ausstellung „Käfer de Luxe“ die Arbeit des Karosseriebauers Friedrich Rometsch. Aktuell und noch bis zum 31. Juli lautet der Titel „Finnische Welle“ und zeigt Auszüge aus der Arbeit des finnischen Architekten- und Designerpaars Aino und Alvar Aalto. Wie das Museum angenommen wird, wusste bei seiner Geburtsstunde niemand. Wurden im ersten Jahr noch 5.000 Besucher gezählt – was schon als großer Erfolg galt – waren es im vergangenen Jahr bereits über 12.000. Dabei werden nur die Gruppen registriert, die explizit zum Besuch des Museums kommen. Kunden, die im Laufe des Rundgangs durch das Haus zu Besuchern werden, werden nicht separat erfasst.

Der Erfolg des Unternehmens gibt Anand Steinhoff in seiner Ausrichtung und Vorgehensweise Recht. „Gerade die Resonanz auf unsere neugestaltete Ausstellung ist überwältigend“, zeigt sich der Unternehmer sichtlich zufrieden. „Wenn man planerisch als Einrichter agieren will, dann muss man anders auftreten, denn in diesem Bereich hat sich die Spreu deutlich vom Weizen getrennt. Und eines ist noch ganz wichtig: Man darf sich nicht zu sehr auf den Wettbewerb konzentrieren, sondern sich auf das, was man tut und seine Kunden. Und das sehr zielorientiert, authentisch und mit ganzem Herzen.“

www.steinhoff-einrichtungen.de