

FACTS

Test- und Wirtschaftsmagazin

DESIGN-SPECIAL



Einladung zu mehr Schwung



Bewegung kann man auf vielfältige Weise ins Sitzen bringen. Das zeigt aeris mit dem neuen Aktiv-Stuhl oyo, der sowohl am Arbeitsplatz als auch im Wohnbereich seinen Platz finden kann. Susanna Kindler, CEO von aeris, erläutert, was genau der oyo ist und was den Stuhl so begehrenswert macht.

FACTS: Ein Stuhl für zu Hause oder Sitzalternative im Büro – was ist oyo?

Susanna Kindler: Das Schöne an oyo ist: Er ist beides – ein echter Wohlfühlsitz, der an vielen Orten perfekt funktioniert. Als acht-Stunden-Bürostuhl ist er nicht gedacht, dafür gibt es ja die ergonomischen 3D-Bürostühle swopper und 3Dee von aeris. Aber der oyo ist ein echter Hingucker und Alleskönner – zu Hause am Esstisch, als Relax- oder Lesesessel und im Home-Office. Und im Business-Bereich punktet oyo als Objektstuhl bei Meetings, am Empfang und als Besucherstuhl.

FACTS: Der Businessbereich war bislang auch der Schwerpunkt von aeris – mit swopper, mumman und 3Dee. Wie kam es zu der Idee für den wohnlichen oyo?

Kindler: Die harte Trennlinie zwischen Büroarbeitsplatz und wohnlichem Ambiente löst sich immer mehr auf. Und das ist gut so. Brainstormings, Kreativmeetings, Besprechungen benötigen mehr als genormte Einheitsmöbel in den Firmen. Und zu Hause? Gerade in den Großstädten ... wer hat da noch Platz für ein separates Arbeitszimmer, und wer möchte schon, dass es dort aussieht wie

in einem Büro der 80er-Jahre? Der oyo von aeris ist ein wunderbares Produkt, das Arbeitswelt mit Wohnambiente verbindet – und dazu noch funktional, unkompliziert und gekonnt gestaltet ist.

FACTS: Im oyo steckt, anders als beispielsweise im 3Dee, keine Mechanik. Funktioniert das „Bewegtsitzen“ denn so überhaupt?

Kindler: Aber klar, sonst wäre es kein aeris-Produkt! oyo ist quasi ein schaukelnder Freischwinger mit flexibler Rückenlehne. Für diese Art Sitzen steht Mechanik nicht im Vor-



OYO ÜBERALL: Als Hingucker und Einstieg in das Bewegtsitzen zu Hause oder als Sitzalternative im Büro.

„Die harte Trennlinie zwischen Büroarbeitsplatz und wohnlichem Ambiente löst sich immer mehr auf. Und das ist gut so. Brainstormings, Kreativmeetings, Besprechungen benötigen mehr als genormte Einheitsmöbel in den Firmen.“

SUSANNA KINDLER,
CEO von Aeris



dergrund. Hightech aber schon. Und die versteckt sich in den Details: eine elastische, aber stabile, glasfaserverstärkte Sitzschale, eine Doppelrohrkonstruktion, die dem schwungvollen Design des Rahmens ausreichend Stabilität verleiht und eine völlig neue Art der Polstertechnologie, denn unter der schlanken Silhouette des oyo stecken fünf Zentimeter weicher Schaum. Und das ist ja das Hinreißende am oyo: Er wirkt so umgänglich und verständlich und ist ganz und gar bewegend – er schwingt, wippt, schaukelt und lädt zu vielen Sitzpositionen ein.

FACTS: *Der oyo passt also genau zur Produktphilosophie der Funktionalität und der 3D-Beweglichkeit von aeris ...?*

Kindler: Im Kern geht es bei aeris immer darum, Menschen zu bewegen, sie in ihrem natürlichen (aber teilweise verloren gegangenen) Bewegungsbedürfnis zu unterstützen. Und ihnen in einem auf Sitzen und Verharren ausgerichteten Alltag mehr Bewegung zu geben. Und das bieten alle unsere Produkte. Am klassischen Schreibtisch sind der swopper und der 3Dee ideal, denn die von aeris ent-

wickelte 3D-Technologie ist hier besonders wirkungsvoll, da sie mehr als doppelt so viel Bewegung möglich macht wie normale Bürostühle. Für Steh-Sitz-Arbeitsplätze, zum Beispiel in Banken, am Empfang, im Büro, an Montagearbeitsplätzen, gibt es den Aktiv-Stehsitz muvman. Und jetzt gibt es den oyo: als Einstiegsdroge für das Bewegtsitzen, als Hingucker oder Kommunikationsanreger in Besprechungen – und auch als Relax-Chair für zu Hause. Das passt sehr gut, finde ich.

FACTS: *Ist der oyo für aeris der Beginn einer neuen Strategie, hin zum wohnlichen Möbel?*

Kindler: Unsere Strategie richtet sich weniger nach – oft kurzlebigen – Branchentrends. Was uns primär interessiert, ist, dass es den Be-Sitzern von unseren Sitzmöbeln gutgeht. Sie sollen sich wohlfühlen, ganz nebenbei mehr Bewegung bekommen, ein schönes, wertiges Produkt besitzen und sich vor allem fitter und gesünder fühlen. Ich bin der Meinung: aeris verkauft Wohlbefinden und Pro-

duktivität – unsere Sitzmöbel sind dafür das Mittel der Wahl. Neben diesem Fokus möchten wir natürlich unseren Fachhändlern sinnstiftende, attraktive und gut verkäufliche Produkte zur Verfügung stellen. Und diese Strategie funktioniert gleichermaßen für die Be-Sitzer unserer Sitzmöbel und für unsere Fachhändler. Das gefällt mir, und diese Strategie verfolge ich.

FACTS: *Ein Designobjekt hat immer eine Komponente, die es beim Nutzer begehrenswert macht. Was ist das beim oyo?*

Kindler: Beim oyo kommen da gleich mehrere Dinge zusammen: seine spannende Ästhetik, sein Charme, dass er auf den ersten Blick eine Einladung zum „Anschmiegen“ ausspricht, und seine aktivierende Beweglichkeit. Und wenn der Nutzer das spürt und dann auch noch erfährt, dass der oyo schon für 389 Euro zu haben ist, dann macht das Begehren noch mehr Freude.

Nadia Hamdan ■