

Lorenz Kilga und sein Team gehen mit ganzheitlicher Arbeitsweise an die Projekte heran.



# Der Querdenker

Lorenz Kilga kommt aus einer Unternehmerfamilie, die bereits seit mehreren Generationen in der Möbel- und Designbranche tätig ist. Trotz seines jungen Alters kann er auf diese Erfahrungen und das Wissen zurückgreifen. Heute arbeitet er mit seinem Team von Design Network an innovativen und kreativen Strategien, um Herausforderungen der Möbelbranche zu lösen.

## Sie arbeiten mit international renommierten Marken zusammen. Nach welchen Kriterien wählen Sie diese aus?

Im Portfolio der Designagentur sind ausschließlich Marken präsent, die eine Geschichte zu erzählen haben. Diese Geschichte, die jedem einzelnen Stück eine Seele einhaucht, wird gerade im High-End-Segment eine Beziehung aufbauen, die über Generation weiter erzählt wird. Vertrauen, Wertschätzung, aber auch Nachhaltigkeit bilden die Basis für dieses Konzept, von dem einerseits der Handel, andererseits auch die Marke im gegenseitigen Austausch nur profitieren können.

## Wen wollen Sie mit Design Network ansprechen?

In erster Linie die Menschen, die den Wert eines Möbelstücks schätzen – sei es im Vertrieb, in der Produktion oder ganz zu Beginn schon im Designprozess. Unser Netzwerkgedanke soll ein Motivator sein. In erster Linie sprechen wir natürlich Geschäftskunden an. Aber in meinen Augen steht hinter jedem Geschäftspartner ein Mensch und somit ein Endkonsument. Mit unseren drei Dienstleistungsbereichen: Design Agentur, Design Management und Design Service sprechen wir so auch gezielt unterschiedliche Zielgruppen der Möbelbranche an. Genau diese breite Ausrichtung befähigt eben einen Netzwerkgedanken. Unterschiedliche Fähigkeiten und Kompetenzen finden zusammen und werden gebündelt und ergeben so einen Nutzen für unsere Kunden. Während die Älteren im ersten Moment skeptisch reagieren, ist die jüngere Generation dafür schon offener und sieht in einem Netzwerk ihre Chance, wettbewerbsfähig zu bleiben.

Eines der erfolgreich umgesetzten Projekte von Design Network ist das Haus der Musik.



© Günter Egger (2)

## Was war die Initialzündung für Design Network?

Meine Großeltern hatten in den Siebzigerjahren die Idee, ihr Innsbrucker Möbelgeschäft mit dem Kaffeehaus nebenan zu „vernetzen“. Kunden, die im Geschäft etwas gekauft haben oder sich beraten ließen, konnten hinterher gleich einen Kaffee trinken. Oder umgekehrt. Das ist genau das, was man heute „concept store“ nennt. Diese Denkweise ist auch heute noch die treibende Kraft in unserer Unternehmerfamilie.

## Was darf man sich unter dem Design Network vorstellen?

Die Basis der strategischen Agentur Design Network bildet die Handelsagentur Kilga, die seit mehr als 30 Jahren erfolgreich als Schnittstelle zwischen Marke und Händler den österreichischen Möbelhandel mitgestaltet. Der Tätigkeitsbereich geht dabei weit über die klassische Agentur hinaus. So werden seit vielen Jahren für die Partner Marketingkonzepte, Werbestrategien und Design entwickelt und kuratiert, um so neue Märkte zu erschließen und neue Zielgruppen anzusprechen.

## Wie ist Design Network aufgebaut?

Design Network gliedert sich in drei Leistungsbereiche, denen auch visuell verschiedene Farben und Symbole zugeordnet sind. Kommuniziert wird bewusst in der Sprache der Konsumenten. Adressiert werden damit Möbelhändler, Produzenten, Architekten und Projektentwickler, die einen außerordentlichen Service schätzen. Denn das Credo von Design Network ist klar: Am Ende des Tages sind es immer Menschen, die Entscheidungen treffen – egal ob im Objekt- oder im Privatbereich.

Interview: Barbara Jahn

**Was ist auf den ersten Blick der größte Benefit?**

Die primäre Idee ist es, sich so gut zu vernetzen, dass man möglichst ressourcenschonend und effizient an sein Ziel kommt. In anderen Worten: Man holt sich sozusagen genau die Unterstützung aus seinem Kompetenznetzwerk, die man gerade braucht. Design Network ist selbst das beste Beispiel: eine schlanke, überschaubare Struktur und ein breit aufgestelltes, vielfältiges Netzwerk.

**Was erwartet die Kunden bei Design Network?**

Neben Persönlichkeit, Format und Wertebewusstsein haben Neutralität und Individualität bei Design Network oberste Priorität. Als umfassender Partner bieten wir unseren Kunden Out-of-the-Box-Lösungen in Form eines intelligenten Baukastensystems an, bei dem auf jene Teillösungen zurückgegriffen werden kann, die wirklich gebraucht werden. Design Network ist mehr als ein Dienstleistungsunternehmen. Der Fokus liegt auf Vernetzen, Inspirieren, Evaluieren und Motivieren – Design einfach richtig einzusetzen.

**Was unterscheidet Design Network von anderen Agenturen?**

Es ist die Vielseitigkeit unserer strategischen Design Agentur. Durch unsere drei Dienstleistungsbereiche erhalten wir tiefe Einblicke in die täglichen Aufgaben und Herausforderungen unserer Kunden. Dieses übergreifende Wissen, welches wir Mikrowissen nennen, führt oft zu schnellen und einfachen Lösungen. Dieser persönliche Einsatz unterscheidet uns von großen Dienstleistungsunternehmen, die auf große Datenmengen und makroökonomische Elemente zugreifen, aber nicht auf die Feinheiten eingehen können. Wir beschäftigen uns intensiv mit unseren Kunden und nehmen uns Zeit, hinter die Kulissen zu blicken. So erarbeiten wir Strategien, die eben auf kleinster Ebene beginnen und nicht durch große Datenmengen standardisiert und vordefiniert werden.

**Wie könnte man Design Network in wenigen Worten zusammenfassen?**

Die Symbiose aus langjähriger Markterfahrung, einem gewachsenen Netzwerk und spannenden Geschäftsideen ließ Design Network entstehen. Als innovativer Ideengeber begleitet Design Network seine Kunden, wobei die kreativen Fähigkeiten mit Business Management fusionieren und so gemeinsam individuelle, maßgeschneiderte Lösungen entwickelt werden.

**Ein neues Konzept, das aus der Reihe tanzt, zu etablieren ist mutig ...**

Man muss mutig sein. Ich habe das große Glück, in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen zu sein. Von klein auf habe ich bei geschäftlichen Gesprächen meines Vaters vieles mitbekommen und konnte somit immer schon Praxis mit Theorie verbinden. Weiterbildung findet eben auch im Gespräch statt. Und an Ideen und Mut hat es in unserer Familie nie gefehlt. •