

CARRERA geht aber noch einen Schritt weiter und lässt auch Rollenklischees mit dem Re-Launch der Marke hinter sich. Das neue Leitmotiv heißt: One tool boosts all! Die in kraftvoller Performance, Design und Materialität einheitliche und genderneutrale Produktfamilie steht dabei im Mittelpunkt.

In einer hochwertigen Verpackung, die vom ersten Moment an Lust auf das jeweilige Gerät macht, startet CARRERA zunächst mit acht Produkten: vom Performance-Haartrockner über Präzisionsrasierer bis zum Profi-Haarglätter. Eine Sortimentserweiterung in den Bereichen Personal Care und Küche wurde bereits auf der IFA 2015 vorgestellt und wird Mitte 2016 erhältlich sein. CARRERA unterstreicht das neue Markenversprechen zudem durch eine optionale Garantieverlängerung und die eigens eingerichtete Premium-Hotline für Kunden.

BOLD sprach mit CARRERA Gesellschafter Bastian Kühn, der im Management für den Aufbau der Marke verantwortlich ist und CARRERA's Offenheit als Omnisex definiert.

Herr Kühn, was möchten Sie mit CARRERAs neuer Offenheit erreichen?

Viele Meilensteine des Produktdesigns aus den unterschiedlichsten Lebensbereichen basieren auf dem Omnisex Prinzip und sind damit nicht geschlechtsspezifisch – von der Unterhaltungselektronik bis hin zum Automobilbau. Denken Sie nur an den Mini: ein kraftvolles kleines Auto voller technischer

Spielereien und vermeintlich männlichen Fahreigenschaften, das zum großen Teil von Frauen gefahren wird – aber dadurch keinesfalls als Frauenauto abgestempelt wird. Weitere Beispiele sind die Produkte von Apple, die RayBan Aviator Sonnenbrillen oder die legendären Notizbücher von Moleskine. In der Beauty Welt sieht das allerdings noch ganz anders aus. Dort werden Klischees, Rollenmuster und klare Abgrenzung auf die Spitze getrieben. Aber es gibt durchaus Männer, denen ein lila Haartrockner einfach zu blöd ist, und Frauen, die die technischen Vorzüge eines Herrenrasierers denen eines pinken Ladyshavers vorziehen. Da sind wir mit CARRERA Vorreiter und haben unseren Kunden genau zugehört. Omnisex heißt doch einfach nur, dass ein Produkt so designt und entwickelt wurde, dass es von beiden Geschlechtern gleichermaßen benutzt werden kann und sich dabei trotzdem jeder in seiner Haut wohlfühlt.

Welche Rolle spielt das Design Ihrer Produkte?

Zunächst ist das Design Ausdruck dieser genderneutralen Haltung, denn die gesamte Produktfamilie wurde mit den gleichen Formen, Oberflächen, Materialien und technischen Prinzipien entwickelt. Wir möchten damit allen unseren Produkten eine gemeinsame Herkunft geben, die sie schon äußerlich unverkennbar zu einem CARRERA Produkt macht. Neben einer zeitlosen Ästhetik bedeutet für uns ein gutes Design aber vor allem, dass die einfache Anwendung unserer Tools im Vordergrund steht. Ohne Schnick-Schnack, ohne ▶





komplizierte Zusatzfunktionen, sondern durchdacht und kompromisslos auf die Kernfunktion ausgelegt. Ein Rasierer muss rasieren! Ob die Stoppeln im Gesicht oder die Härchen an den Beinen bleibt dabei jedem selbst überlassen.

Wie entstand der Marken-Name CARRERA?

In den 1950ern war die „Carrera Panamericana“ ein legendäres Autorennen quer durch Mexico das wegen seiner kompromisslosen Härte und der vielen Unfälle schon nach wenigen Jahren wieder eingestellt wurde. Heute wird sie nur noch als historische Veranstaltung in einer sehr entschärften Version gefahren. Die zahlreichen Legenden sind aber geblieben und mit ihnen der Name „Carrera“, was aus dem Spanischen übersetzt schlicht „Rennen“ heißt. Rasierapparate mit dem Namen Carrera gibt es übrigens schon seit Jahrzehnten. Allerdings ist über die Jahre in Vergessenheit geraten, dass sich mit einem großen Namen auch Verpflichtungen gegenüber dem eigenen Ursprung ergeben. Wir haben uns jetzt wieder auf diese Werte besonnen und erfinden uns auf deren Basis komplett neu.

... und welche Verpflichtung ergibt sich für Sie daraus?

Was für uns zählt ist die Haltung! Wir haben uns bei der Entwicklung unserer Produkte einfach vorgestellt, wir würden einen Sportwagen entwickeln. Gut auszusehen, oder ein starker Motor allein reichen da nicht. Erst aus dem perfekten Zusammenspiel von

richtigem Treibstoff, Antrieb, Fahrwerk und Getriebe wird daraus ein schnelles Fahrzeug. Genau so haben wir die CARRERA Tools mit sehr viel Liebe zum Detail entwickelt und alle Komponenten aufeinander abgestimmt. Mit Formen, Oberflächen und Technologien, die ganz auf Performance ausgelegt sind: leistungsstarken Akkus, kraftvollen Motoren, sehr hochwertigen Schneidwerkzeugen und pflegenden Materialien. Wir haben uns dabei weniger an den Wettbewerbern orientiert, als an dem Ziel wirklich gute Tools zu bauen. Man kann ein Rennen nur gewinnen, wenn man nicht der Masse hinterher fährt.

Wie wurde der Re-Launch Ihrer Marke von Ihren Kunden angenommen?

Wir sind die Neuen am Markt und haben derzeit noch eine verhältnismäßig geringe Sichtbarkeit. Dadurch bekommen wir eine sehr direkte und persönliche Rückmeldung von unseren Kunden und sind überwältigt, wie intensiv sie sich mit unseren Produkten auseinandersetzen. Eine Kundin erzählte uns zum Beispiel, dass sie die Verpackung ihres Haartrockners so schön findet, dass sie das Gerät nach jedem Gebrauch immer wieder darin verstaut und dekorativ im Bad platziert.

Können Sie eine erste Bilanz ziehen?

Mit der Verbesonderung von Alltagsgegenständen liegen wir genau richtig, denn Individualität wird immer mehr zum Statussymbol. Die Menschen wollen etwas Neues entdecken, sind froh darüber sich von der Masse abheben zu können und empfinden

den Durchschnittgeschmack schon aus Prinzip als schlecht. Aber um das an Zahlen und wirtschaftlichem Erfolg zu messen, ist es viel zu früh. Wir werden weiter daran arbeiten CARRERA bekannt zu machen. Wir haben uns auf dieser Basis sehr realistische Ziele gesetzt und sind sehr optimistisch diese auch zu erreichen.

Was dürfen wir für 2016 alles erwarten?

Bereits im letzten September wurden Prototypen weiterer Geräte für die Körperpflege sowie eine mögliche CARRERA Küchenlinie vorgestellt, die wir beide im Herbst auf den Markt bringen werden. Bei den Küchengeräten folgen wir natürlich demselben Anspruch und Geist der aktuellen Produktlinie: Mit dem Stabmixer sollte man mindestens ein Motorboot antreiben können!

Wo sehen Sie CARRERA in der Zukunft?

Wir fühlen uns wohl in der Nische und sehen auch keinen Grund unsere Liebe zu jedem Detail, die persönliche Leidenschaft und nicht zuletzt die Qualität unserer Produkte aufs Spiel zu setzen, nur um der breiten Masse zu gefallen. Aber wir sprudeln über vor Ideen, wenn es um weitere mögliche Produktlinien geht, die Design, Qualität und Leistung vereinen und sich von der Masse abheben. Unser Rennen hat gerade erst begonnen! ◀◀

WEITERE INFORMATIONEN:
www.carrera.de