

focus®

CREATE BEYOND CONVENTION





Seien wir bescheiden.

Solange die Unsterblichkeit
noch nicht erfunden ist,
bleibt der größte technologische
Sprung der Menschheit die
Beherrschung des Feuers.
Unsere Zivilisation, unsere
Intelligenz - auch die künstliche -
verdanken wir nach wie vor
einem Feuerfunken.

Ein Funke, der jedoch fast in
Vergessenheit geriet!
Je mehr wir es zähmten, desto mehr
verloren wir dieses „heilige Feuer“.
Deklassiert als simples Heizelement,
abgestellt in einer Ecke unseres Alltags
und eingemauert innerhalb unserer
eigenen vier Wände, erstickte
das Feuer nach und nach.
Einst vital, heute fast banal,
erstarb es vor Langeweile.

FOCUS hat
es wieder zum
Leben erweckt.



Create beyond **Convention**

Seit mehr als 50 Jahren setzt sich FOCUS auf allen Kontinenten über Konventionen hinweg. FOCUS war der allererste Hersteller, der die Feuerstelle aus ihrem Mauerdasein befreite, um sie in den Mittelpunkt des Wohnbereichs, der Aufmerksamkeit und sogar bis in die Kunstmuseen zu bringen. Weit mehr als bloßes Kamindesign, schafft FOCUS Überraschungen, Gefühlswelten, Erlebniswelten. FOCUS schafft Geschichtswelten.

FOCUS ist Teil der internationalen Designgeschichte geworden.

Das emblematische Kaminmodell der Marke, der GYROFOCUS, wird in Architekturschulen behandelt,

ist von den Italienern zur „La cosa più bella del mondo“ gekürt worden

und wurde bereits im Guggenheim-Museum in New York ausgestellt.

Der Architekt Norman Foster hat sich nicht geirrt, als er eine einzigartige und persönliche Konzeption für sein Privathaus in Auftrag gab.

Die Kaminmodelle von FOCUS haben zahlreiche Preise gewonnen und wurden in internationalen Museen ausgestellt. Für FOCUS jedoch sind Auszeichnungen kein Zweck an sich.

FOCUS ist deshalb noch lange nicht bei seiner letzten Weltpremiere angelangt.

Das Feuer digitalisiert sich, entmaterialisiert sich, verändert seine Bedeutung und entfacht neue Trends.

Regeln ändern sich, jedoch nicht die, die sich die Marke FOCUS selbst aufgestellt hat.

Das Feuer wird immer ihrer Kreativität dienen.

Im Jahr 2021 bestätigt FOCUS seine Position als nonkonformistisches Kreativunternehmen,

indem es zum ersten Mal in seinem Bestehen eine starke Baseline in seinen Namen aufnimmt, die perfekt zum Geist des Unternehmens passt:

Create beyond Convention

Die Positionierung des Unternehmens spiegelt sowohl seine Geschichte als auch seine Ambitionen wider. Es ist auch ein Manifest und eine Aufforderung an alle, sich nicht in alteingesessenen und erstarrten Komfortzonen fangen zu lassen.

FOCUS überrascht weiterhin mit:

- seiner Fähigkeit, sich neue, technologisch immer komplexere Produkte auszudenken, zu konzipieren und auf den Markt zu bringen;
- seiner handwerklich-industriellen Meisterschaft, seine Produkte auf die neuen Standards umzustellen und die Ästhetik der Modelle zu bewahren;
- seiner Fähigkeit, gesellschaftliche Veränderungen, neue Brennstoffe und neue Technologien vorwegzunehmen.

FOCUS ist mehr denn je eine inspirierende und innovative Marke.

4

INHALT

Create beyond Convention	5	Eine Geschichte der Leidenschaft - Über die Entstehung von FOCUS und Dominique Imbert	20
Die Ästhetik von FOCUS, ein eigenständiger Anspruch: Bis zum Äußersten gehen. Bis zum Schönen	6	Über die Forschungs- und Entwicklungsabteilung	21
Kollektive Kreativität mit Innovation als Leitbild	8	Antworten eines Experten	22
Eine einzigartige Fertigung: die FOCUS-Manufaktur	10	Eine inspirierende Marke (CSR)	24
„French roots, international reach“	12	Die Entstehung des GYROFOCUS: Geschichte eines disruptiven Gründungsakts	26
Prestigevolle Kooperationen	14	Der GYROFOCUS: Das Symbol der Marke	28
Die FOCUS-Fachhändler	16	FOCUS: Schlüsseldaten in der Geschichte der Marke	30
FOCUS, eine komplette Kollektion	18	Social Media FOCUS	31

5

Die Ästhetik von FOCUS, ein eigenständiger Anspruch: **Bis zum Äußersten gehen. Bis zum Schönen.**



Bei FOCUS ist dieser ästhetische Anspruch ein Ziel, das von allen geteilt wird und in sämtlichen Bereichen des Unternehmens präsent ist. Es ist eine kollektive Grundhaltung, sozusagen die DNA der Marke. Denn FOCUS umgibt sich vor allem mit Persönlichkeiten, die von Produkten der Marke leidenschaftlich begeistert sind.

Zunächst einmal ist es das einzige Unternehmen der Branche, das den Brennraum seiner Kaminmodelle an ihre jeweilige ästhetische Form anpasst. Idealistisch, aber resolut entschlossen, stellt FOCUS extrem hohe Ansprüche an die Technologie, damit sie dezent und nicht aufdringlich erscheint. Jedes Modell ist folglich einzigartig und erfordert mehrere Jahre an Forschungs- und Entwicklungsarbeit, bevor es auf den Markt kommt.



Jede Phase, vom Entstehungsprozess bis hin zur Installation, ist anspruchsvoll und wird kompromisslos durchgeführt, jeder Schritt wird hinterfragt und sofort nachgebessert, sollte das Design nicht den strengen ästhetischen Kriterien entsprechen. FOCUS legt nicht nur Wert auf das große Ganze, sondern auch auf jedes Detail, auf das Sichtbare wie das nicht Sichtbare. Jedes Teil muss perfekt passen, jede Schweißnaht muss sich im Gesamtwerk einbetten und jede Endbearbeitung muss unmerklich spürbar sein. Selbst die Form, die Farbe und das Spiel der Flammen zeugen von dieser Detailversessenheit: Es geht darum, das Feuer ästhetisch schön zu gestalten.

FOCUS führt seine Ideen - manchmal verrückt erscheinende Einfälle - konsequent bis zum Ende durch, für die Schönheit der kreativen Geste und der technologischen Herausforderung. So ist die Marke in der Lage, Modelle zu entwickeln, die vier Jahre Forschung und Entwicklung erfordern und die nur in wenigen nummerierten und handsignierten Exemplaren hergestellt werden.

FOCUS ist bestrebt, außergewöhnliche Produkte zu liefern, regelrechte Sammlerstücke, von denen Emotionen ausgehen, die der eines Kunstwerkes nahekommen: Ob man nun von der FOCUS-Ästhetik überzeugt ist oder nicht, keinesfalls lässt sie einen gleichgültig. Der Kauf eines FOCUS-Kamins beinhaltet immer auch eine Geschichte und ein charaktervolles Interieur mit Stil.

Kollektive Kreativität **mit Innovation als Leitbild**

Bei FOCUS wird kein Unterschied zwischen einem Künstler und einem Handwerker gemacht. Kreativität ist keine dem künstlerischen Schaffen vorbehaltene Domäne. Zunächst einmal ist diese Kreativität, gepaart mit einem globalen ästhetischen Anspruch, bei allen FOCUS-Mitarbeitern zutiefst verankert. Sie ist grundlegend, um die technische Herausforderung der so dominanten Formfrage bei der Gestaltung eines Kamins, aber auch die Herausforderung der sich ändernden gesellschaftlichen Ansprüche zu meistern.

FOCUS hat ein spezielles Engineering entwickelt, um die Ästhetik seiner Kamine uneingeschränkt zum Ausdruck zu bringen. Die Marke hat dabei einzigartige Fachkompetenzen erworben und ist hochgradig spezialisiert. Um ihre Kamine auf die internationalen Zulassungstests vorzubereiten, ist sie sogar als einziges Unternehmen der Branche mit einem Prüfstand ausgerüstet, der identisch ist mit dem, der bei europäischen Zulassungsprüfungen eingesetzt wird.

Als innovatives Unternehmen konzipierte die Marke im Jahr 2014 den SLIMFOCUS, eine regelrechte technologische Meisterleistung: ein freihängender, schwenkbarer Kamin mit LAS-System. Dieses extrem feingliedrige Kaminmodell zeichnet sich durch seine formschlichte Eleganz aus und entspricht den strengsten europäischen Umweltstandards und sogar den strengen italienischen Normen, die wesentlich härter sind, als die der ÖKODESIGN-Verordnung.

2016 setzte FOCUS dann diese Weiterentwicklung mit der Einführung eines neuen Sortiments von Gaskaminen fort. Für die Zukunft verspricht die Marke FOCUS weitere neue Konzepte, die aus der federführenden Kreativität ihrer Spezialisten der Forschungs- und Entwicklungsabteilung stammen.



Eine einzigartige Fertigung: **die FOCUS-Manufaktur**



Die FOCUS-Manufaktur in Cavaillon (Vaucluse, Südfrankreich) ist die Weiterführung einer 1892 gegründeten Kesselbauschmiede, die auf mehr als hundert Jahre Erfahrung und Know-how in der Stahlbearbeitung zurückblicken kann. Alle FOCUS-Produkte werden hier hergestellt.

Das 22 000 m² große Fabrikgelände befindet sich im Herzen einer der wichtigsten Logistikplattformen Südeuropas. Hier werden handwerkliche Tätigkeiten mit den fortschrittlichsten Technologien kombiniert, um außergewöhnliche Teile zu produzieren. Die FOCUS-Manufaktur in Zahlen:

- Ein 7 800 m² großer Werkstattbereich, der mit einer umfangreichen und vielseitigen Produktionsausrüstung ausgestattet ist;
- ein Ingenieurbüro mit hochmoderner CAD-Technologie und leistungsstarker 2D- bzw. 3D-Software, um komplex geformte Objekte auf dem Reißbrett oder für die CAM-Fertigung zu entwerfen und zu entwickeln;
- 400 m² Bürofläche.



In den Werkstätten werden die einzigartigen Teile von versierten Handwerkern individuell von Hand hergestellt. Die jahrzehntelange Erfahrung im Kesselbau und bei Schweißkonstruktionen zeigt sich hier in präzisen Gesten, fachlicher Kompetenz und elegantem handwerklichem Können.

Jedes Stück wird mit außergewöhnlicher Akribie, Liebe zum Detail und Finish sowie mit permanenter Sorgfalt zugeschnitten, montiert, geschweißt und geschliffen. Es ist dieses französische Know-how in der Kaminherstellung, das den Erzeugnissen ihre Authentizität verleiht und für die typische Formgebung und einzigartige Haptik eines FOCUS-Kamins sorgt.

„French roots, **international reach**“

FOCUS beschäftigt knapp 100 Mitarbeiter, die auf 2 Standorte verteilt arbeiten. Fest in ihrer Region verankert, zwischen den Cevennen und der Provence und stolz auf ihr „Made in France“ ist die Marke FOCUS nicht nur auf die heimischen, sondern auch internationalen Märkte ausgerichtet. Die Marke FOCUS ist in allen Kulturkreisen beliebt, wobei sie - wie ein etwas scherzhafter Geist, der vom Ausmaß seiner Schelmenstreiche überrascht ist - immer wieder ein wenig erstaunt darüber ist, dass ihre Kaminmodelle weltweit so großen Anklang finden!

Die internationale Anerkennung für dieses außergewöhnliche französische industrielle Handwerk zeigt sich auch darin, dass mehr als die Hälfte der Produktion exportiert wird:

- Nach Europa, mit Italien an der Spitze, dessen Leidenschaft für das Design wohlbekannt ist;
- sowie weltweit, mit Australien, Nordamerika, Russland und seit Kurzem auch China.



Exporte in 80 Länder auf fünf Kontinenten, d. h. 60 % des Umsatzes. Die Logistikplattform von der FOCUS-MANUFAKTUR befindet sich in Cavailon (Südfrankreich) und beschäftigt 16 Mitarbeiter.



Prestigevolle Kooperationen



Architekt: cabinet Snøhetta

FOCUS ist eine Referenz für alle Akteure der Branche, angefangen bei den wichtigsten Designkritikern bis hin zu den Kunden, Entscheidungsträgern und Planern.

Es sind Letztere, insbesondere die Architekten, Innenarchitekten, Künstler und Designer aus aller Welt, die zum internationalen Ruf der Marke beigetragen haben:

- Norman Foster (England) *
- Fukuo Tamiwaki (Japan)
- Isay Weinfeld (Brasilien)
- Collectif Snøhetta (Norwegen)
- Christoph Ingenhoven (Deutschland)
- Renzo Piano (Italien)
- Marcio Kogan (Brasilien)
- Paola Navone (Italien)
- Théis + Khan (England)

Und noch viele andere mehr...

Dank ihres Einfühlungsvermögens, ihrer Intuition und ihres Talents erkannten sie von Anfang an das ganze Potenzial dieser Sammlerstücke - und sind ihnen treu geblieben. Sie forderten die Marke heraus, indem sie sich zunächst mit ihr vertraut machten, sie dann in ihre Konzeptvorstellungen einfließen ließen und letztlich ihre künstlerischen Ansprüche an die Marke immer höher setzten.



* LORD NORMAN FOSTER

Das Architekturbüro beauftragte FOCUS im Jahr 2000 mit dem Entwurf und der Konzeption eines Kamins für den Hauptsitz eines seiner Kunden, ein internationales Elektronikunternehmen in der Nähe von London.

Auf die Frage „Wie und warum wollten Sie einen FOCUS?“ antwortete Norman Foster mit einem Lächeln: „In unserer Firmenbibliothek wählen wir aus Katalogen stets die besten Produkte der Welt aus. Unter der Rubrik Kamine gibt es nur einen Katalog!“

In der Folge gab Norman Foster auch persönlich eine einzigartige und persönliche Konzeption für sein Privathaus bei FOCUS in Auftrag.



Die FOCUS-

Fachhändler

Dieser Erfolg basiert auf einem Netzwerk von exklusiven Fachhändler-Partnern in Frankreich und Importeuren im Ausland. Die strategische Entscheidung, vom direkten zum indirekten Vertrieb überzugehen, wurde vor rund zwanzig Jahren getroffen und hat FOCUS in die Lage versetzt, ein leistungsstarkes Vertriebsnetz auszubauen und zu strukturieren.

Die Partner verpflichten sich zur strikten Einhaltung der Vorgaben und müssen einen szenografischen Raum präsentieren, der dem Image der Marke entspricht. Sie erhalten regelmäßige Schulungen und spezielle Dienstleistungen, wie beispielsweise technische Hilfe und Unterstützung bei komplexen Objektkalkulationen. Außerdem verfügen sie über einen persönlichen Online-Partnerbereich, in dem sie ihre Aufträge und die Produktionsplanung in Echtzeit verfolgen können und auf sämtliche technischen sowie kommerziellen Dokumente Zugriff haben.

Abgesehen von diesen fachtechnischen Aspekten besteht zwischen FOCUS und seinen Fachhändlern aber vor allem eine lange, menschliche Partnerschaft, bei der die Vermittlung und Übertragung von Wissen und Erfahrung eine wichtige Rolle spielen. Als passionierte Anhänger der Marke sind die Partner das Relais von FOCUS vor Ort, um die Kunden bei ihrem Wunsch nach außergewöhnlichen Gestaltungsmöglichkeiten zu begleiten. Für die Kunden ist dies die Gewissheit, von einem erstklassigen, architektonisch und technisch versierten Berater bei ihrem Projekt betreut zu werden. Und um welches Projekt es sich auch weltweit handeln mag: Die Marke achtet und validiert

jedes noch so kleine technische und ästhetische Detail, bis zur endgültigen Umsetzung des jeweiligen Kundenprojekts.

Mit 50 Fachhändler-Partnern in Frankreich und rund einhundert Partnern auf internationaler Ebene ist FOCUS auf der ganzen Welt präsent.

Derzeit zählt FOCUS mehr als 60 000 Kunden auf der ganzen Welt, die als leidenschaftliche Anhänger des FOCUS-Designs regelrechte Botschafter der Marke sind.



FOCUS, eine komplette Kollektion

Zu FOCUS gehören nicht nur einige Kultmodelle, sondern auch eine umfangreiche Kollektion von rund vierzig Kaminmodellen, die sich 2 Produktreihen gliedern:

- **EINE PRODUKTREIHE HEIZGERÄTE** mit umwelt- und energieeffizienten Kaminen,
- **EINE PRODUKTREIHE DEKORGERÄTE**, die je nach Modell und länderspezifischer Gesetzgebung im Außen- oder Innenbereich aufgestellt werden können.

In der **PRODUKTREIHE DEKORGERÄTE** sind 6 Kamin-Klassiker für die Aufstellung im FREIEN bestimmt, da sie mit einer speziellen Rostschutzgrundierung bzw. schwarzer Antikorrosionsfarbe behandelt wurden: **GYROFOCUS, BATHYSCAFOCUS, DOMOFOCUS, EMIFOOCUS, ERGOFOCUS, PAXFOCUS.**

Die komplette Kollektion ist auf unserer Website zu finden.

Seit einigen Jahren hat FOCUS die Markteinführung neuer Modelle dank eines gesteigerten Rhythmus bei der Konzeption intensiviert:



2022
GYROFOCUS vitré



2014
SLIMFOCUS



2017
CURVIFOCUS



2018
LENSFOCUS



2018
BOAFOCUS



2020
GYROFOCUS gasefeuert



2020
BUBBLE



2022
ERGOFOCUS vitré



2022
DOMOFOCUS vitré

FOCUS arbeitet auch daran, die bekanntesten Modelle entsprechend neuer Normvorschriften anzupassen, mit dem Ziel, die europäische ÖKODESIGN-Richtlinie 2022 zu erfüllen und die berühmten „Stelle“ der italienischen Norm zu erhalten, dem derzeit höchsten Standard auf dem Kaminmarkt.

So wird das Angebot geschlossener Kamine 2021 um weitere Kultmodelle der Marke in der Holz- und gasbetriebenen Version bereichert werden. Die technologische Weiterentwicklung der Modelle erfolgt dabei jedoch ohne die ursprüngliche Focus-Ästhetik zu verändern.

Eine Geschichte **der Leidenschaft**

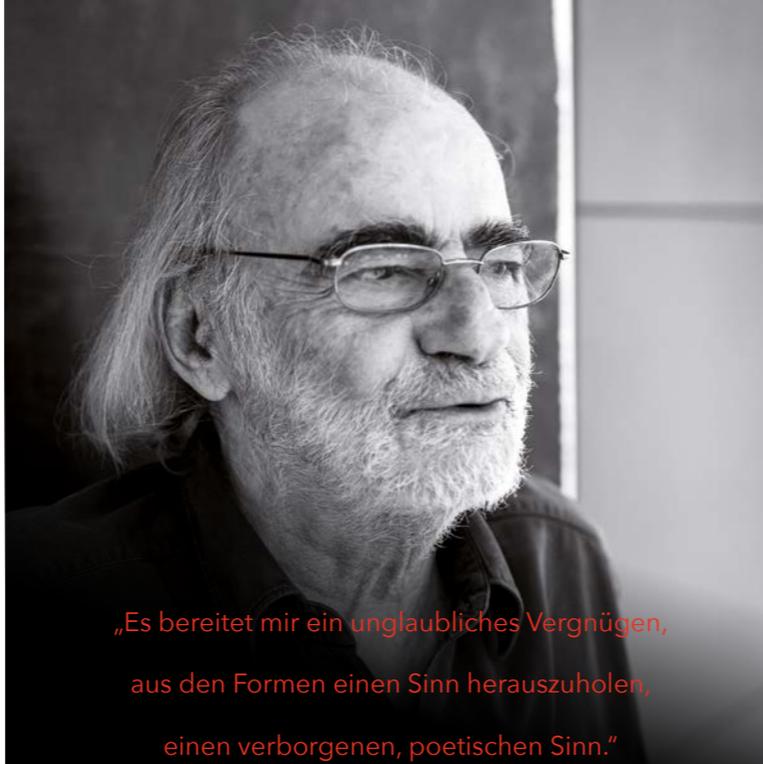
Über die Entstehung von FOCUS und Dominique Imbert (1940 - 2021).

Dominique Imbert, der Gründer von FOCUS, kommt 1940 in Montpellier (Südfrankreich) zur Welt.

Nach einem Literaturstudium in London und Paris bricht er auf, um zunächst in Alaska als Ethnologe und anschließend als Küchenhilfe in Manhattan zu arbeiten, ohne genau zu wissen, wie es dazu kam. Später schreibt er seine Doktorarbeit an der Sorbonne und unterrichtet als Französischlehrer an einem Pariser Gymnasium. Nach vier Jahren Lehrtätigkeit tauscht er dann die Tafel gegen Amboss und Schweißbrenner ein und zieht sich an den Fuß der Cevennen, nördlich von Montpellier, zurück.

Er beschäftigt sich mit den grundlegenden Elementen und begibt sich zunächst auf eine innere Suche, nach einem Sinn hinter der Form. Er entledigt das Feuer von seinem Beiwerk und sucht nach einer immer reineren Form für seine Ideen eines „schwebenden“ Feuers. Der philosophierende Schmied, pragmatisch und mystisch, humanistisch und widerspenstig, ist ein Eingeweihter in diesen Dingen und seine gleichsam alchemistische Begegnung mit dem Feuerelement wird sein Leben, aber auch die gesamte Designgeschichte verändern.

Nach mehr als 50 Jahren kreativen Schaffens hinterlässt Dominique Imbert ein überwältigendes Vermächtnis und eine wundervolle Kollektion von Kaminmodellen.



Sein Nachlass wurde innerhalb von FOCUS organisiert, indem man sich vor etwa 15 Jahren für die Gründung eines internen globalen Designstudios entschied und 2015 eine neue, ebenso visionäre Leitung an die Spitze des Unternehmens berief.

Christophe PLOYÉ, sein engster Mitarbeiter, ist heute für verantwortlich für Designprojekte und hat unter anderem die Feuerschale Bubble entworfen und ausgestaltet, die Ende 2021 mit dem German Design Awards ausgezeichnet wurde.

Das Unternehmen hat mit Architekten wie SNØHETTA und Designern wie Thibault DESOMBRE zusammengearbeitet, dessen Kaminmodell GRAPPUS mit einer der höchsten Designauszeichnungen, dem RED DOT AWARD, prämiert wurde. FOCUS plant auch in Zukunft neue Kooperationen, die sich im Laufe kreativ-inspirierender Begegnungen ergeben.

Und schließlich hat FOCUS in den letzten Jahren seine Teams im Bereich Forschung & Entwicklung erheblich verstärkt: eine konsequente Entscheidung, um den Erfindungsreichtum weiter zu steigern und die Beherrschung von Spitzentechnologien sowie innovativen Brennstoffen zu fördern.

Über die Forschungs- **und Entwicklungsabteilung**

Die Forschungs- und Entwicklungsabteilung wurde vor etwa zehn Jahren als Teil der FOCUS-Manufaktur in Cavillon gegründet. Zu ihr gehören heute rund fünfzehn Mitarbeiter sowie ein umfangreiches Budget.

Die Abteilung beschäftigt sich mit der technischen Entwicklung im künstlerischen Schaffensprozess. Bei der Entwicklung und Ausarbeitung eines Modells werden die Industrialisierung, die Kosten, die Einhaltung der Leistungsvorgaben sowie die verschiedenen europäischen und internationalen Umweltstandards berücksichtigt.

Die Forschungs- und Entwicklungsabteilung arbeitet auch an der Weiterentwicklung bestehender legendärer Modelle, um sie den neuen europäischen und internationalen Vorschriften entsprechend anzupassen, ohne ihre Ästhetik zu verändern, und ein perfektes Gleichgewicht zwischen komplexer technologischer Innovation und zeitlosem und legendärem Design zu bewahren.





Antworten eines Experten

3 Fragen an Sergio MONTICCIOLO, Leiter Technik und Normen

FOCUS ist eine internationale Marke. Vor welchen Herausforderungen steht FOCUS angesichts komplexer und zunehmend restriktiverer Vorschriften, die sich von Land zu Land stark unterscheiden?

Unsere Herausforderung besteht darin, eine kohärente Produktpalette zu schaffen und anzupassen, um die Bedürfnisse so vieler Märkte wie möglich zu erfüllen, ohne die Anzahl der verschiedenen Ausführungen pro Bestimmungsland zu erhöhen. Unsere Größe als mittelständisches Unternehmen mit eigener integrierter Produktion macht dies unumgänglich.

Die Komplexität geht in der Tat von den Vorschriften aus, die dazu führen, dass unsere Geräte immer komplexer werden. Denn wir erfüllen sehr anspruchsvolle Umweltkriterien, sowohl in Europa als auch weltweit.

Aus diesem Grund haben wir unser Konstruktionsbüro und unser Testlabor nach europäischen Standards kalibriert. Für den weltweiten Export sind wir daher gezwungen, die Testlabors der betreffenden Länder zu durchlaufen, wie im speziellen Fall der USA, was jedes Mal eine strategische Entscheidung ist und beträchtliche Investitionen darstellt.

- Das anspruchsvollste Land in puncto Normen in Europa ist derzeit Italien, das wesentlich strengere Umweltkriterien als der zukünftige europäische Standard ÖKODESIGN 2022 vorschreibt.
- Aber auch andere Länder haben lange vor ÖKODESIGN 2022 zahlreiche Umweltauflagen vorgeschrieben, wie beispielsweise Deutschland und Österreich. In England werden die Staubemissionen durch ein spezielles Zertifikat des Umweltministeriums, DEFRA, sehr stark begrenzt.
- In einem ganz anderen Zusammenhang gibt es in den USA ebenfalls Umweltkriterien, die sehr niedrige Grenzwerte für Staubemissionen vorschreiben. Dies erfordert eine besondere Behandlung: Die Prüfprotokolle, Entwicklungen und Zertifizierungsprotokolle sind jeweils unterschiedlich.

Wie hat sich Focus auf die europäische Verordnung Ökodesign 2022 vorbereitet?

Seit 2015 hat FOCUS seine Umweltüberwachung formalisiert, indem ein regelrechter **Regulierungs- und Normen-Monitoringdienst** geschaffen wurde, der es uns ermöglicht, Entwicklungsprogramme aufzustellen, um unser Sortiment in Übereinstimmung mit zukünftigen Vorschriften zu bringen.

Was ist ÖKODESIGN 2022?

Es handelt sich um eine **europäische Verordnung**, die 2004 eingeführt wurde und seit 2015 in Kraft ist. Sie verlangt von den Herstellern die Einhaltung von Mindestanforderungen für Heizungssysteme. Diese Anforderungen betreffen 2 wichtige Aspekte aus Sicht des Umweltschutzes:

- die **Energieeffizienz**,
- die **Emissionen** von Feinstaub (PM), gasförmigen organischen Verbindungen (OGC), Kohlenmonoxid (CO) und Stickoxiden (NOx).

Die Verordnung legt auch die Mess- und Berechnungsmethoden fest, die auf europäischer Ebene harmonisiert, zuverlässig, genau und reproduzierbar sein müssen und auf fortschrittlichen und allgemein anerkannten Messmethoden basieren.

Die Ökodesign-Verordnung ist am 1. Januar 2022 in Kraft getreten.

Seit sieben Jahren liegt unser Hauptaugenmerk auf der Umrüstung unserer offenen Kamine in geschlossene, Ökodesign-zertifizierte Kamine. Wir streben sogar systematisch die italienischen „4 Stelle“ an, ein höherer Standard als Ökodesign. Alle in unserer F&E-Abteilung unternommenen Arbeiten sind auf die Entwicklung technisch innovativer und umweltfreundlicher Produkte ausgerichtet. Bei den offenen Kaminmodellen sind wir dabei, sie an andere Energien, wie z. B. Gas, anzupassen.

Was ist Ihre Vision für die Zukunft hinsichtlich des Kreativprozesses für FOCUS, einer Marke, die so sehr mit Design verbunden ist?

Unsere Vision für die Zukunft heißt Innovation!

Historisch gesehen hat FOCUS immer mit Holzscheiten gearbeitet. Dann wurde ein gasbetriebenes Kaminsortiment entwickelt, das sicherlich noch weiter ausgebaut werden wird. Heute erforschen wir die Energien der Zukunft.

Wir arbeiten an elektrisch betriebenen Kaminen und bringen derzeit eine neue Produktreihe mit solchen Geräten heraus, wie z. B. holographische Kaminfeuer. Wir erforschen auch andere Energien wie Biogas, und in Zukunft wird es vielleicht der Wasserstoff sein. Übrigens sind einige unserer Modelle bereits für den Betrieb mit Biogas zugelassen.

Innerhalb des Konstruktionsbüros unserer Manufaktur in Cavaillon haben wir eine kleine Abteilung für Grundlagenforschung, die an neuen Energien und neuen Konzepten arbeitet. Ganz sicherlich werden wir uns nicht in einen fest definierten Rahmen stecken lassen, denn wir sind für alles offen. Wir haben schon immer eine Art Außenseiterrolle gespielt und werden auch weiterhin innovativ sein.

Die Vision für die Zukunft von Dominique IMBERT
„Da der Schaffensakt eine unerwartete Begegnung zwischen Liebe und Zufall ist, ist es vollkommen illusorisch, sich vorzustellen, die Zukunft vorherzusagen zu können. Für FOCUS ist es deshalb dringend notwendig, das Unvorhersehbare vorherzusehen.“

Eine inspirierende **Marke (CSR)**

Nach dem Vorbild ihres Gründers, Dominique Imbert, Künstler und Kamindesigner, Humanist und Philanthrop, der das gesamte Unternehmen seit mehr als 50 Jahren mit seiner Philosophie prägt, hat die Marke FOCUS immer wieder den Menschen in den Mittelpunkt ihres Interesses gestellt, so wie sie die Feuerstelle in den Mittelpunkt des Wohn- und Lebensraumes gesetzt hat: **Priorität dem Einzelnen und seiner Persönlichkeit, individuelle Freiheiten, um seine Kreativität freizusetzen, interne Mobilität und Steigerung der eigenen Kompetenzen sowie letztlich die Entscheidung für ein horizontales Organigramm.**

So scheute sich FOCUS vor knapp 30 Jahren (1993) auch nicht, die Fabrik aufzukaufen, die die FOCUS-Kamine seit Langem herstellte, als diese geschlossen werden sollte. Die Produktionsanlagen mit entsprechendem technischen Know-how konnten somit in Frankreich nicht nur erhalten, sondern auch noch weiterentwickelt werden, da das Unternehmen massiv investierte und das Personal der Werkstätten, aus denen die FOCUS-Manufaktur wurde, von 10 auf (durchschnittlich) 80 Mitarbeiter vergrößerte. Als sozial engagiertes und umweltbewusstes Unternehmen setzt sich FOCUS entschlossen für lokale Partnerschaften ein, ob es sich nun um Industrie- oder auch Dienstleistungsunternehmen handelt. Es wählt seine

Partner in erster Linie nach seinen eigenen Kriterien aus, die FOCUS zu dieser einzigartigen Marke haben werden lassen. Als resolut entschlossenes Unternehmen in puncto Unabhängigkeit hat FOCUS eventuelle Kapitalbeteiligungen niemals anderen als seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ermöglicht. So gibt es bis heute keinen Fremdinvestor an der Spitze des Unternehmens und sämtliche Gewinne werden reinvestiert. Das ist es, was es zu einem avantgardistischen, nachhaltigen und wirklich inspirierenden Geschäftsmodell macht!



Die Entstehung des GYROFOCUS

Geschichte eines disruptiven Gründungsakts

Grundstein für den Aufbau von FOCUS war ganz zu Anfang ein starker symbolischer Akt, der den Kamin aus seinem traditionellen, jahrhundertelangen Mauerdasein befreite. Symbolisch aber auch deshalb, weil FOCUS Kaminen somit nicht nur mehr Freiräume verschaffte, sondern auch neue Horizonte und Möglichkeiten aufzeigte.

Gleichzeitig besann sich das Unternehmen auf einen elementaren, wesentlichen Akt: am Feuer sein. Denn es geht ja darum, Familie und Freunde gemeinsam um eine Feuerstelle zu versammeln; um einen zentralen Kamin mit organischen Formen, der - als Weltneuheit - schwenkbar ist, damit alle die Wärme und das Flammenspiel genießen können.

FOCUS wollte mit traditionellen Werten brechen und eine neue Ästhetik anbieten, die aber zunächst missfiel: Bei der ersten Präsentation auf einer Fachmesse wurde der ikonische GYROFOCUS, Symbol der Marke, von der breiten Öffentlichkeit sogar belächelt und zum Gespött der Branche gemacht! Auf diesen für einen kleinen Kreis bestimmten, aber missverstandenen Entwurf wurden jedoch Designästheten, internationale Architekten und schließlich - als krönende Anerkennung - auch Museen aufmerksam.

Diese nonkonformistische Haltung sollte sich weiter fortsetzen und zu den fundamentalen Werten der Marke werden. Und so ignoriert FOCUS auch weiterhin souverän Kritiker wie Modetrends und bietet Jahr für Jahr außergewöhnliche Kaminmodelle an - auch wenn dies bedeutet, zu missfallen.



Der GYROFOCUS: Das Symbol der Marke

Dieses 1968 von Dominique Imbert entworfene Modell ist sowohl in seinem Design als auch in seiner technischen Konzeption revolutionär. Der GYROFOCUS ist der weltweit erste hängende und um 360° schwenkbare Kamin. Dieses prestigeträchtige Modell ist zu einer internationalen Ikone geworden und ein Symbol der Marke FOCUS. Es gewann 2009 den ersten Preis beim internationalen Pulchra-Wettbewerb (Italien) als «schönstes Objekt der Welt» unter Hunderten bekannten Design-Objekten. 1996 wurde es im Musée d'Art Contemporain in Bordeaux ausgestellt, 1997 im Centre National d'Art Contemporain in Grenoble und 2008 im Guggenheim Museum in Paris.

Der GYROFOCUS in einigen Eckdaten:

1968

Geburtsstunde des GYROFOCUS

1996

Der GYROFOCUS hält seinen Einzug ins Museum für zeitgenössische Kunst von Bordeaux - Installierung von Xavier Veilhan (Frankreich)

1997

Ausstellung im Museum für zeitgenössische Kunst von Grenoble (Frankreich)

1998

Ausstellung im Guggenheim-Museum von New-York (USA)

2009

Auszeichnung als „Schönstes Objekt der Welt“ beim Design-Wettbewerb „Pulchra“ (Italien)

2010

Wahl zur „Most Inspired Creation“ von den 68000 Besuchern der Design Week in Helsinki (Finnland)

2011

Auszeichnung als „Ikone des Designs des 20. Jahrhunderts“ durch die Fachzeitschrift *Schöner Wohnen*, sowie Aufnahme im „Buch der Klassiker: Die 500 besten Möbel und Wohnaccessoires“ vom Callway-Verlag (Deutschland)

2020

Neue Weltpremiere mit dem patentierten gasbetriebenen GYROFOCUS*
*Die Zulassung für den deutschen Markt ist beantragt.

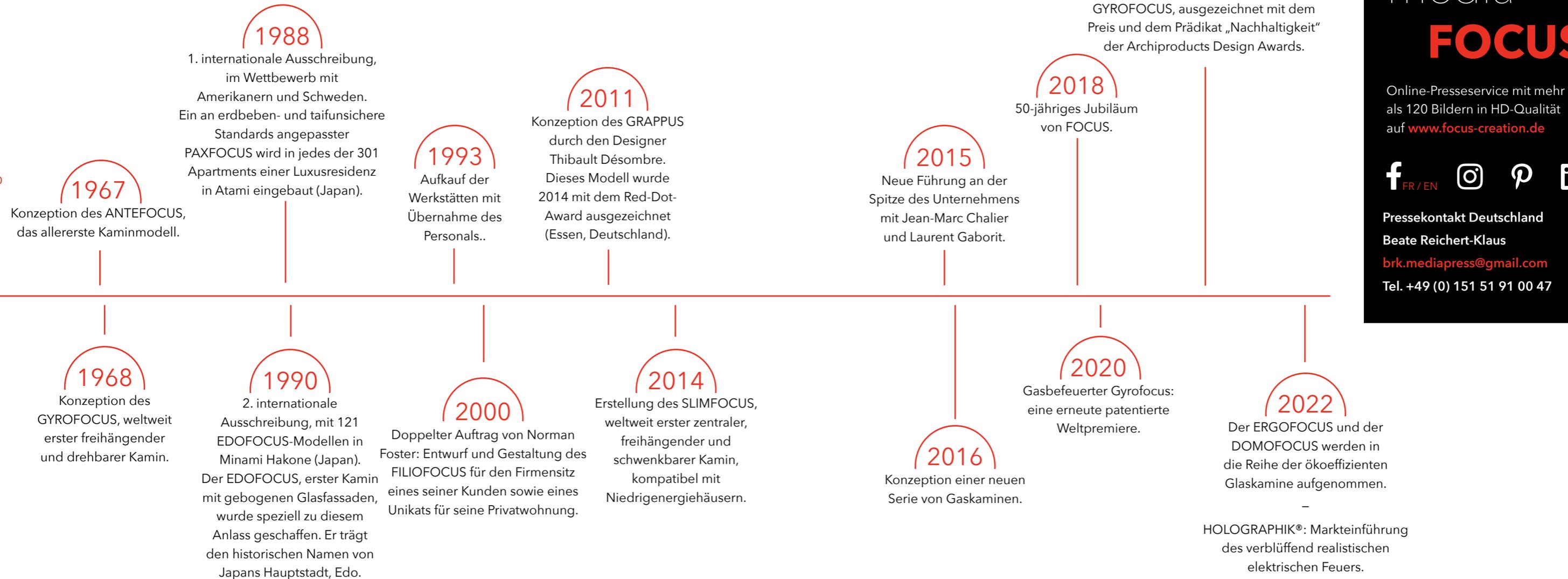
2021

Neue technologische Innovation mit dem GYROFOCUS als geschlossener Holzkamin



Schlüsseldaten in der Geschichte der Marke

30



31

Social
media
FOCUS

Online-Presseservice mit mehr als 120 Bildern in HD-Qualität auf www.focus-creation.de



Pressekontakt Deutschland
Beate Reichert-Klaus
brk.mediapress@gmail.com
Tel. +49 (0) 151 51 91 00 47

focus[®]

CREATE BEYOND CONVENTION