



1 Ausstellung 2020: der Blick von der Bar auf Sitzgruppen mit Medienflächen und Medienwand

trierpartnern ein Arbeitskreis gebildet, um die aktuellen Trends und Entwicklungen zu erkennen und zu analysieren. Prägnant zusammengefasst hat den Wandel Werner Altmayer, der Initiator des Projekts: „Früher war der Kunde Zuschauer, morgen ist er Akteur. Die Kommunikation wird so wichtig sein wie das Produkt selbst.“

Die Ergebnisse der Analyse wurden im Konzept „Ausstellung 2020“ zusammengefasst. Ausgangspunkt ist eine Fliesenausstellung nicht auf der grünen Wiese oder im Gewerbegebiet, sondern in der Innenstadt oder einem Einkaufszentrum. So muss der Kunde nicht gezielt zur Ausstellung kommen, sondern diese kommt zu ihm. Er wird beim Einkaufen – quasi im Vorübergehen – über Fliesen informiert und kann sich Anregungen für seinen nächsten Umbau holen. Da die Mieten in Innenstadtlagen hoch sind, müssen in einer solchen Ausstellung auf kleinem Raum viele Informationen untergebracht

werden. Ermöglicht wird das durch die Kombination von realen Fliesen und digitalen Medien. So kann bei geringem Platzbedarf eine emotionale und informative Fliesenpräsentation realisiert werden.

Ausstellung 2020

Im Jahr 2013 fiel der Startschuss, die Ergebnisse der Analyse in ein Raumkonzept umzusetzen und zu visualisieren. Gefragt war nicht die Einrichtung eines bestimmten Raums, sondern die Entwicklung von modularen Bausteinen, die je nach Platz und Bedarf eingesetzt werden können. Solche Elemente ermöglichen auch das temporäre Bespielen von leerstehenden Immobilien (Pop-up-Store) oder die gemeinsame Nutzung mit anderen Mietern. Denkbar wären beispielsweise ein Café, Lesungen oder Public Viewing.

Die Gestaltung des Raums ist zurückhaltend, alle Flächen sind matt und dunkel. So treten sie in den Hintergrund, ähn-

lich wie im Kino. Die Fliesen – und nur die Fliesen – stehen optisch im Mittelpunkt. Vor den dunklen Flächen wirken sie edel, ähnlich wie der Schmuck beim Juwelier. Und da jeder Kunden anders ist, gibt es unterschiedliche Begegnungsmöglichkeiten: nebeneinander oder gegenüber auf Stühlen, Hockern, Sesseln, Sofas oder im Stehen. Die Medien sind ebenso variabel nutzbar wie die Sitzgelegenheiten.

Fliese digital

Die Eurobaustoff, einer der Partner der Arbeitsgruppe, hat die Anregungen aus „Ausstellung 2020“ zu einer eigenen Vision „Fliese digital“ weiterentwickelt. Auf dem letzten FORUM im November 2015 wurde das Konzept den Gesellschaftern auf einer Sonderfläche vorgestellt, ausgiebig getestet und diskutiert. Alle Elemente kombinieren reale und virtuelle Informationen und sind intuitiv und ohne weitere Erklärung zu benutzen. Dahinter

EMOTIONAL UND VERNETZT

Der Weg zur „Fliese digital“ ♦ In den letzten Jahren hat sich unser Kaufverhalten grundlegend gewandelt. Wir recherchieren nicht nur im Netz, sondern kaufen auch dort – und das zunehmend auf mobilen Geräten. Der Anteil der Onlinekäufe steigt ständig, und ein Ende der Entwicklung ist nicht absehbar. ♦ Birgit Hansen

Bereits heute werden viele Produkte online gekauft, bei denen man das noch vor kurzer Zeit nicht für möglich gehalten hätte, beispielsweise Sofas oder frische Lebensmittel. In vielen Bereichen allerdings wollen und können wir auf eine „analoge“ Erfahrung nach wie vor nicht verzichten, wir wollen die Produkte ganz real im Wortsinn „begreifen“. Online und Offline müssen daher mehr und mehr verschmelzen.

Die Vorteile und Bequemlichkeiten des Onlinehandels erwartet der Kunde inzwischen auch beim stationären Händler, zusätzlich soll das Einkaufen dort zum Erlebnis werden. Marken und Produkte

werden heute sinnlich inszeniert und erzählen eine Geschichte. Denn je emotionaler die Ware präsentiert wird, umso leichter lassen wir uns zum Kauf verleiten. Von einer zu großen Auswahl sind wir aber offenbar überfordert und kaufen dann eher gar nichts, weil wir uns nicht entscheiden können. Studien haben ergeben, dass eine kleinere Auswahl nachweislich zu höheren Verkaufszahlen führt! Durchaus eine bedenkenswerte Tatsache für Ausstellungen, die ihre Besucher mit Massen von Fliesenschränken „erschlagen“. Auch die Sortierung nach Marken ist nicht unbedingt im Sinne des Kunden – so hart das für die Hersteller

sein mag – die Marke interessiert nur ganz am Rande. Der Kunde möchte nicht zu drei oder vier in der ganzen Ausstellung verteilten Schränken gehen müssen, um sich eine beige Fliese auszusuchen. Weitaus kundenbezogener ist eine Sortierung nach Themen, Farbfamilien und/oder Formaten.

Der Arbeitskreis

Mit all diesen Veränderungen beschäftigen sich seit geraumer Zeit auch die EUF (Europäische Union der Fliesenfachverbände) und der VDF (Bundesverband des Deutschen Fliesenfachhandels e. V.). Bereits 2012 wurde gemeinsam mit Indus-



Besuchen Sie uns
 SHK ESSEN 9.-12. März 9.430
 ifh THERM 5.-8. April 7.420

HSK
 DIE BADEXPERTEN

SANIERUNG UND NEUBAU | Mit HSK alles aus einer Hand
 HSK bietet edle Duschkabinenlösungen, komfortable Duschwannen, kreative Wandverkleidungssysteme für den fugenlosen Nassbereich sowie vielfältige Armaturen-, Spiegelschrank- und Designheizkörper-Modelle für eine individuelle und barrierefreie Badgestaltung.
 HIER STIMMEN KONZEPT, PREIS UND QUALITÄT

www.hsk-duschkabinenbau.de

HSK Duschkabinenbau KG | Zum Hohlen Morgen 22 | 59939 Olsberg | Tel. 02962 97903-0 | Fax 02962 6570 | info@hsk-duschkabinenbau.de

stecken nicht nur eine Menge Technik, sondern auch viele Produktdaten. Eurobaustoff wird die zugrunde liegenden Datenbanken laufend ausbauen und ergänzen. Als einzelne Bausteine lassen sich die Komponenten auch in bestehende Ausstellungen integrieren. So können diese ohne Komplettumbau an die aktuellen Entwicklungen angepasst werden.

Die Komponente „Displayband“ – sie besteht aus mehreren Monitoren nebeneinander – ist sicherlich die am schnellsten und unkompliziertesten zu realisierende Anwendung. Über die Bildschirme lassen sich im Eingangs- oder Aufenthaltsbereich einer Fliesenausstellung Stimmungsbilder von Räumen als Einstimmung und Anregung für die Kunden abspielen. Ebenso möglich sind Videos zu

technischen Neuheiten und Produkten. Dafür bietet die Industrie bereits eine große Zahl nutzbarer Informationen an. Aber auch der einzelne Fliesenhändler kann sich und sein Unternehmen über dieses Medium darstellen und beispielsweise Referenzobjekte zeigen. Denkbar ist zudem, dass der Kunde über ein Auswahlmenü gezielt Informationen abrufen kann.

Der „Collagentisch mit Funktechnik“ ist kombiniert mit einer Einzelfliesenwand und ebenfalls mit einem Bildschirm. Die Fliesen im Regal sind auf der Rückseite mit einem kleinen RFID-Chip versehen. Legt nun der Berater eine Fliese in einem bestimmten Bereich auf den Tisch, wird diese durch die Funktechnik erkannt und auf dem Bildschirm erscheinen wie

von Zauberhand Raumbilder und weitere Informationen zum gewählten Produkt. Damit wird die Beratung ergänzt und erleichtert. Fragen nach alternativen Farben oder Formaten beispielsweise können so schnell und ohne langes Nachschlagen beantwortet werden. Und die Raumbilder vermitteln einen Eindruck von der Fliese in der Fläche, anhand eines Einzelmusters ist das kaum vorstellbar.

Der „Bodenauszugsschrank mit Touch-Bildschirm“ ist vorwiegend für die Benutzung durch den Kunden ohne einen Berater gedacht. Sobald eine Tafel aus dem Schrank gezogen wird, erscheint auf dem Bildschirm darüber ein Raumbild mit dem gleichen Produkt. Über die Touchfunktion können dann ein Fliesenkonfigurator, Kataloge und technische Details

abgerufen werden. So wird der Kunde dazu angeregt, sich eigenständig Inspirationen zu holen und eine Vorauswahl zu treffen. Der „Vision Room“ soll in Zukunft das Herzstück der Fliesenausstellung werden. An einem Multitouchtable und einer damit verbundenen Projektion auf der Wand kann der Berater dem Kunden die für ihn erstellte Planung präsentieren. Parallel stehen natürlich auch dabei wieder technische Daten und Videos zur Verfügung. Der Kunde kann sogar – zurzeit noch mittels einer 3D-Brille – virtuell durch die geplanten Räume gehen und sich so einen dreidimensionalen Eindruck verschaffen.

All diese Elemente werden noch weiterentwickelt und mit fortschreitender Technik sicher auch verändert werden. In Zukunft wird es Techniken geben, die wir heute noch gar nicht kennen. Wie genau eine Fliesenausstellung im Jahr 2020 aussehen wird, kann niemand vorhersagen. Aber wir können gemeinsam an neuen Ideen arbeiten, um den Kunden auch in Zukunft eine optimale und zeitgemäße Beratung zu bieten.



Die Autorin

Diplom-Ingenieurin Birgit Hansen leitet das Büro hansen innenarchitektur materialberatung in Köln. Ihre Schwerpunkte sind die Planung privater Bäder im Bestand und die Materialberatung für Planer und Hersteller. www.hansen-innenarchitektur.de

Mehr Infos zu modularen Bausteinen finden Sie im Bereich Branche auf

www.caro-magazin.de

Schlagworte für das Online-Archiv

Ausstellung 2020, Fliese digital, Medienfläche



Möbel und Konzepte für erfolgreiche Fliesenausstellungen



Bernhard Jüssen GmbH
 Rüttersweg 44, 53332 Bornheim-Rösberg
 Telefon: 0 22 27 / 43 89, Telefax: 0 22 27 / 68 92
 Internet: www.juessen.de, E-Mail: info@juessen.de

IHRE FACHMEDIEN
 JETZT AUCH ONLINE BESTELLEN

VORTEILE:

- ✓ Bücher, E-Books, Software und Zeitschriften – alles in einem Shop!
- ✓ Einfacher Bestellprozess
- ✓ Leseproben, Inhaltsverzeichnisse und vieles mehr...

Gehen Sie jetzt in den Online Shop und erweitern Sie Ihr Fachwissen! bau.fachmedien.de
 DER ONLINE-SHOP FÜR BAUPROFIS