

GESCHÄFTSEINBLICKE

mit Elke Park

Bei Brillinger Orthopädie in Tübingen sorgt Weiß mit Kontrasten für Kundennähe und lässt die Produkte für sich sprechen. (Foto: Ralph Koch Photos & more)

Mehr Mut zu Farbe und beim Materialeinsatz!

Holi ist ein aus der hinduistischen Überlieferung stammendes indisches Fest der Farben. Dessen Geist würde auch dem Sanitätsfachhandel gut tun. Die Stimmung von Farben und Materialien eines Geschäftes nehmen Kunden als nachhaltigen Eindruck mit nach Hause. Und wie für das Holi-Festival gilt auch in der Sanitätshausbbranche: mehr Mut zu Farbe!

Die Gesundheitsbranche bietet eine sehr hohe Vielfalt von Produkten. Lediglich der Sporthandel kann mit dieser Warenkomplexität mithalten. Somit gilt es, durch farbige Raumkulissen und mit Materialinszenierungen den Kunden emotional abzuholen und die Produkte wirken zu lassen. Shop, Kabine und Schaufenster müssen einen homogenen und kompetenten Raumeindruck hinterlassen.

Farbe und Material prägen nachdrücklich den Charakter einer Ladenfläche mit Kabinen bzw. Anprobe-Bereich: Für dessen Gestaltung spielen vor allem der persönliche Geschmack des Bauherrn sowie die Logo- und CI-Farben seines Unternehmens eine entscheidende Rolle. Dabei gibt es kein „Richtig oder Falsch“. Kompetente Innenarchitekten und Gestalter beraten neutral und orientieren sich an der besten Wirkung der Flächen auf die Kunden.

Bei der Planung bedingen sich Materialität und Farbigkeit: Sollen Showroom und angrenzende Kabinen freundlich, hell und lichtdurchflutet sein, dann ist eine transluzente Türe, durch die man den Kabinenraum betritt, obligat. Helle und zarte Farbtöne bestimmen die Raummaterialien. Weiß ist die Farbe der Gesundheit. Es ist eine unbunte Farbe, die den gleichen Farbeindruck hervorruft wie Sonnenlicht. In der westlichen Kultur steht Weiß für Reinheit, Hygiene, Erleuchtung und Freundlichkeit. Daher entscheiden sich viele Bauherren für Weiß als Hauptfarbton des Interieurs.



Bei Fußtechnologie Huber in Bühl absorbiert die Filzrückwand den Schall. Die Kiesrampe auf der Gehstrecke im Laden wiederholt sich im Barfußpark des Außenbereichs. (Foto: Markus Meier)

Organische Materialien bei Göldner in Eggenfelden: Im intimen Beratungs- und Anproberaum haben Naturmaterialien eine beruhigende Wirkung auf die Kunden. Mehr dazu: www.organoids.com (Foto: Bettina Matthiessen)

Als Kontrast zu weißen, hellen Rückwänden kommt gerne die Holzoptik, wie z.B. Spaltholz, zum Einsatz. Große Fotos auf Stoffspannrahmen mit warmen Farbtönen schaffen ein Wohlfühlambiente, das die Kunden positiv wahrnehmen.

Gleichzeitig bestimmt oft die Materialität die Farbigkeit von Oberflächen: Holz ist von Natur aus ein Brauntöne, es sei denn, es ist gebleicht oder gebeizt. Glas bleibt Glas in einem leicht blau-grünlichem Ton. Aber farbige Dekore, d.h. in Harz getränkte Papierfolien, können einen Raum so sehr mit Emotion füllen, dass sich die Produkte kundennah darstellen lassen und der Raum eine besondere Wirkung entfaltet. Ganz wichtig daher: Wir dürfen Courage zur Farbigkeit haben! Rückwände in Rot, Kassentheken in gelbem Plexiglas – warum nicht diesen Schritt wagen? Der Kunde nimmt diese Besonderheiten unterschwellig wahr und verbindet damit eine gute Erinnerung.

Hightech und Nachhaltigkeit

Aktuell bietet die Materialwelt Hightech: Vinyl wird zu dicken Fäden verarbeitet („Woven Vinyl“). Dabei handelt es sich um einen innovativen Bodenbelag, der dank Lufteinschluss nicht zu kalt ist. Frisch, sportlich und ein wenig gewagt, kann eine Tartanbahn als Deckensegel dienen: Wow! Die Wände bieten sich für Abwechslung an: Leicht glänzende mit Spezialoberfläche gewobene Tapeten lassen Schmutz keine Chance. Innovativ sind auch aus Metall geflochtene Vorhänge in wunderschönen Farbtönen.

Manchmal beeinflussen aber auch Bauvorgaben oder der Grundriss die Materialität. Filz- und Glasfaseroberflächen sind die erste Empfehlung, um ein störendes Echo im Raum zu verhindern. Oft legt auch das Brandschutzkonzept eine bestimmte Deckengestaltung fest.

Spannend: Immer mehr interessante und beständige Produkte entstehen aus recycelten Materialien:

Aus alten Jeanshosen in Weiß, Blau oder Naturfarbe zum Beispiel werden etwa 8 mm starke Paneele hergestellt, die der Kreativität bei der Gestaltung von Ladenbau-Möbeln wenig Grenzen setzen. Auch Echt-Pflanzen kommen als Dekor-Oberfläche zum Einsatz: Ob Rose, Heuwiese oder Kaffee, drei emotionale Komponenten zugleich beeindruckt den Betrachter: Farbe, Aussehen und Dufterlebnis.

Welche Farben und Materialien liegen im Trend? Fast alles ist im Sinne des Projektes und der beabsichtigten Stilrichtung des Bauherrn möglich. Dieser mit Respekt zu begegnen, hat Priorität! Außergewöhnliche Farben strahlen Individualität aus, ein besonderer Materialeinsatz bringt eine Alleinstellung. Es kommt aber auf die richtige Mixtur an. Kompetente Innenraumgestalter recherchieren daher für jedes einzelne Projekt individuelle Materialien und Farben – eine sehr intensive und zeitaufwendige Tätigkeit. Denn Homogenität und Ruhe eines Verkaufsraums müssen gewahrt bleiben, um Transparenz und Kompetenz auszustrahlen.

Farbe und Material sind Teil des Marketings. Das Shopdesign gehört zur Markenbotschaft. Für eine einzigartige und nachhaltige Wohlfühlbotschaft gilt daher: Mut zu Farben – Mut zu Materialität – Mut zu positiven Blickfängen!

GP



Material und Form in Symbiose bei RAS in Melle: Nur mit Spaltholz ist diese Segmentbogenwand zu realisieren. Für ein gutes Raumgefühl spricht die Wiederaufnahme desselben Materials in den Rückwänden. (Foto Saskia Straten, Stratengo)



Ein nachhaltiges Produkt par Excellence: Aus alten Jeanshosen wurde ein Werkstoff, der sich sehr gut zum Möbelbau eignet, entwickelt: Really (www.kvadrat.dk/en, Foto: Kvadrat)