

Oberflächen - Haptik und Optik schaffen Mehrwert

Farbe ist wie kaum ein anderes Ausdrucksmittel dazu geeignet Gefühle und Empfindungen darzustellen und anzusprechen. Farbe wird in Verknüpfung mit Relief und Erscheinung, matt oder glänzend, zur Oberfläche - der Steigerung in der Wahrnehmung durch die zusätzliche Ansprache des Tastsinnes des Menschen. Sehen und Tasten, Optik und Haptik, diese Sinnesansprachen stellen neben Geräusch und Geruch den direktesten Weg zur nachhaltigen Ansprache des Kunden in der Shopgestaltung dar.



▲ Ob Beton, Kupfer oder glänzende Oberflächen - verschiedene Materialien vermitteln Wertigkeiten

Die Palette der verfügbaren Oberflächen für Laden- und Möbelbau hat in den vergangenen Jahren gehörig zugenommen. Der Anspruch an den Ladenbau, ausdrucksstarke und emotional wirksame Präsentationen mit nachhaltigem Wiedererkennungswert zu realisieren je-

doch auch. Die heute verfügbare Vielfalt an Oberflächen eröffnet die Möglichkeit individueller Oberflächencollagen im Ladenbau. Eigenwillige, typische Oberflächenkombinationen unterstützen Markencharakteristik und Aussage. Solche Markenpräsentationen erzeugen die von der Marke geforderte nachhaltige Wirkung im Verkaufsraum. Sie schaffen die Brücke vom positiven Erleben zur Marke. Oberfläche ist Emotion.

jedoch in den individuellen, Marken spezifisch zusammengestellten Oberflächencollagen, dem Ausnutzen der gesamten Erscheinungsbreite Oberfläche, die heute verfügbar ist. Der fein abgestimmte Materialmix ermöglicht in Entwurf und Ladenbau, Aussagen zu Produkt und Marke noch weiter zu differenzieren. Denkbar ist die Zuordnung einer Marken-Oberfläche, z. B. weiß hochglänzend in Kombination mit Oberflächen, die produktspezifische Themen aufnehmen. Für die Inszenierung von Outdoor-Bekleidung bieten sich beispielsweise grobe Steinoptiken an. Denkbar wäre jedoch auch die Entwicklung einer Marken eigenen Oberfläche, wofür sich Manufakturen als Partner anbieten. An Möglichkeiten der Abgrenzung zum Wettbewerb ist auf diesem Wege nur zu gewinnen.

Große Bandbreite der Oberflächen

Oberflächen werden in ihrer großflächigen Präsenz im Verkaufsraum sinnlich erfasst. In der Variation von rau zu glatt, von matt zu glänzend in beliebigen Farbigkeiten und



Die Autoren

Stefan Peter (l.)

ist bei tendermark fine surface verantwortlich für Oberflächenentwicklung und Design.

Oliver Seehausen (r.)

verantwortet die Hotmelt- und Kantenfertigung.

Ausdrucksstarke Markenpräsentation

Der Trend der vergangenen Jahre zu echten (oder in der Oberfläche interpretierten) Materialien wie Beton und Stein, mittlerweile Rost und Metalloberflächen, grobes Holz etwa bezeichnen den Wunsch nach einer anziehenden, verblüffenden Optik mit stark haptisch ansprechenden Elementen. Der Kontrast des Groben oder sogar Brüchigen, des ästhetisch ansprechenden Verfalls, zum feinen Produkt stellt dieses besonders heraus. Die Zukunft liegt



▲ Das 2011 eingeführte Schiesser Shopsystem mit individuell für die Marke entwickelter Oberfläche

Materialitäten vermitteln sie Wertigkeiten und Qualitäten, denen sich der Betrachter nicht entziehen kann. Von geschnittenen natürlichen Materialien, Holz oder Stein, über Manufakturoberflächen bis zu hauchdünnen Highgloss, Supermatt oder Mirrorfoils reicht die Palette. Hier treffen sich der Anspruch der Marken an Design und Ladenbau mit dem Angebot der Oberflächenhersteller.

Highgloss, Supermatt oder Mirrorfoils

Kaschierte (Hotmelt) Oberflächenfolien sind dabei in hohen Qualitäten kurzfristig und vergleichsweise günstig verfügbar. Solche Qualitäten waren früher nur im Mehrschichtlackbereich oder im Falle der Mirrorfoils mit dem schweren und teuren Original erreichbar. Die nahezu freie Wahl der Träger lässt eine zielgenaue Spezifikation des fertigen Verbundes auf die gewünschten Eigenschaften zu – Gewicht, Baustoffklasse (Brand), Witterungsbeständigkeit, mechanische Belastbarkeiten. Dabei sind es die technischen Entwicklung bei Maschinen, den Klebstoffen und vor allem den Folien, die diese Innovation ermöglicht haben. Der Glanz einer perfekten Mehrschichtlackierung lässt sich ebenso ohne Orangenhaut erzeugen, wie supermatte Oberflächen oder Spiegel mit nahezu bruchfreien Reflexionen. Die Oberflächenhärten können bis zur Bodennutzung va-

riiert werden. Kanten können mittels Lasertechnologie so homogen ausgearbeitet werden, dass das Werkstück perfekt ohne Materialbruch umschlossen erscheint. In der Folienkaschierung sind es der genau dosierte und gleichmäßige Auftrag des Klebers, die Vielfalt maßgeschneiderter Klebstoffe am Markt, die hohe Kontrolle über Auftragsmenge und Viskosität des Klebers sowie die kontrollierte Aushärtung des Klebers, die in Verbindung mit modernen Maschinen, entsprechende Ergebnisse vom Spezialisten ermöglichen. Für die klassischen Kaschierverfahren mit Leim oder Sprühkleber in der Tischlerpresse bieten sich Manufakturoberflächen, geschnittene und aufbereitete Originalmaterialien sowie die klassischen Furniere und Schichtstoffe an.

Mehrwert Oberfläche

Durch die Kombination vielgestaltiger Oberflächen und Fertigungstechniken innerhalb eines Shops können einzigartige Erscheinungsbilder geschaffen werden. Mit dem Einsatz eigens für die Marke entwickelter Oberflächen, z. B. Manufakturoberflächen, verringert sich zudem die Kopierbarkeit. Bei der manuellen Fertigung können auch Patent- und Gebrauchsmusterschutz den Schutz weiter erhöhen. Auf diesem Weg wird Individualität gewonnen und die Investition in ein außergewöhnliches Erscheinungsbild am Verkaufsplatz

wirkungsvoll geschützt. Die Investition in ein ausgefeiltes Oberflächenkonzept generiert so einen ökonomisch-psychologischen Mehrwert.

Fazit

Der Anspruch an Marken- und Produktpräsentation am POS ist hoch. Die emotional wirkende Ansprache, Marken spezifische Erscheinungsbilder mit Wiedererkennungswert und eindeutiger Zuordnung, die intensive Ansprache zu Käuferlebnis werden vorausgesetzt. Dem Bedarf nach Oberflächen, die entsprechend intensiv wirkende Optik und Haptik besitzen, entsprechen die Hersteller mit einer bisher nicht gekannten Produktvielfalt. Von der Manufakturoberfläche bis zu Hightec-Foils sind alle gestalterischen Möglichkeiten gegeben. Die Marke gewinnt mit der Investition in ein ausgefeiltes Oberflächenkonzept. Design, Architektur und Ladenbau können die gegebenen Möglichkeiten voll ausschöpfen, wenn sie diesem Anspruch gerecht werden wollen.

Anzeige

effizient gestalten mit Licht



LICHT+KONZEPTE

pb
Alles was Licht ist.

Max-Volmer-Straße 5 · 40724 Hilden
Telefon 0 21 03 / 89 01-0
pb-Licht.u.Konzepte@t-online.de
www.pb-Licht-Konzepte.de