

Nicht »nur« ein Display, sondern vielmehr ein Arbeitsraum!

Verarbeiter und Architekten kamen zu Fries nach Hamburg, um dort den neuen »Innovus«-Showroom von Glunz zu bestaunen.

Es waren sicherlich 120 Gäste, die sich schwerpunktmäßig aus Verarbeitern und Architekten zusammensetzten, die im Oktober der Einladung der Firmen Fries und Glunz nach Hamburg folgten, um das schönste Display, das man von der globalen Dekorkollektion »Innovus« in Europa findet, zu begutachten. Der Begriff Display mag die Tatsache verniedlichen, dass es sich hierbei um einen Top-Showroom innerhalb der Fries-Ausstellungsfläche handelt, der als Arbeitsraum genutzt werden soll. Überhaupt scheint die rund 1600 m² große Fries-Ausstellung in Hamburg-Bahrenfeld den perfekten Rahmen für die »Innovus«-Inszenierung zu bieten. Das Gebäude selbst ist in seiner Anmutung architektonisch wertvoll, handelt es sich doch um die ehemalige Exerzierhalle von Kaiser Wilhelm II.

Auf rund 56 m² Galeriefäche hat nun der erste Showroom der Dekorreihe sowohl visuell als auch in funktioneller Hinsicht einiges zu bieten. Die Basisstruktur besteht aus einer puristisch anmutenden Kombination aus weißer Kompaktplatte auf schwarz durchgefärbtem MDF, das jedes der Designmuster perfekt in Szene setzt. Die inspirierende Vielfalt der 150 Uni- und Fantasydesigns sowie Holzrepro-

duktionen wird durch das vollständige Sortiment an durchgefärbtem MDF der Kollektion »Topan Colour« ergänzt. Für einen glänzenden Auftritt sorgen weiterhin 25 brandneue »Innovus«-High-Gloss-Designs als Schichtstoff. Besonderer Clou: die Beleuchtung! Inspiriert durch die spezifischen Bedürfnisse im Objektbereich sind als besonderes Highlight drei separate Beleuchtungseinrichtungen installiert, die jeweils unterschiedliche, in der Praxis häufig verwendete Lichtquellen repräsentieren. So kann der Anwender das gewünschte Muster unter die jeweilige Lichtquelle halten und sehen, wie es je nach Licht wirkt.

Davon wollten sich zur Einweihungsfeier auch eine Vielzahl an Innenarchitekten, Designern, Planern und Verarbeitern aus ganz Deutschland überzeugen. Neben informativen Gesprächen rund um »Innovus« bot ein Fachvortrag von Professor Axel Venn, Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Hildesheim, Einblicke in die Psychologie der Farbgestaltung. Und nicht nur das: Venn schlug gekonnt den Bogen von wissenschaftlicher Farblehre zu »Innovus«. Das Farbkonzept der Dekorkollektion ist nämlich wissenschaftlich fundiert und stellt somit eines von weiteren Differenzierungsmerkmalen dar. Der Abend klang mit Gesprächen und Büfett aus.



1 »Schwarz auf Weiß«: Die Zusammenarbeit wird auch beim POS-Material sichtbar.

2 Nicht nur ein absoluter Hingucker, sondern auch ein einzigartiger Arbeitsraum: Der »Innovus«-Showroom von Glunz steht beim Holz- und Bodenbelagsgroßhändler Fries in Hamburg.

3 Zwei, die sich mögen und gut miteinander arbeiten (von links): Peter Farber, Chief Marketing and Sales Officer bei Glunz, und Dr. Mario Hölscher, Geschäftsführer der Fries-Unternehmensgruppe.

4 Bemerkenswert ist die Architektur der Fries-Ausstellung, welche »Innovus« nun beheimatet: die ehemalige Exerzierhalle von Kaiser Wilhelm II.

5 Rund 120 Gäste aus dem Verarbeitergewerk und der Architektenszene kamen im Oktober zu Fries nach Hamburg, um der Eröffnung des »Innovus«-Showrooms beizuwohnen.



2



4



5

Zwei, die sich mögen

OBJEKT-Redakteur Thomas Ottaviano war bei der feierlichen Eröffnung mit von der Partie und nutzte die Gelegenheit, um mit Peter Farber, Chief Marketing and Sales Officer bei Glunz, und Dr. Mario Hölscher, Geschäftsführer der Fries-Unternehmensgruppe, zu

sprechen. Beide Unternehmen haben viel für den Showroom investiert. Dass der Holzwerkstoffhersteller und der Holz- sowie Bodenbelagsgroßhändler ein gutes Team sind, was die strategische als auch die persönliche Seite angeht, unterstreichen die beiden im Interview.

Redaktion: Herr Farber, Herr Hölscher – wie passen Fries und Glunz zusammen?

Mario Hölscher: Wir haben uns ganz bewusst für »Innovus« entschieden, weil wir davon überzeugt sind, dem Verarbeiter, Planer und Architekten hand-

	<p style="text-align: center;">www.kwg-bodendesign.de</p> <p style="text-align: center;">KWG Wolfgang Gärtner GmbH, In den Kreuzwiesen 32, 69250 Schönau, Tel.: 06228 9206 0, Fax: 06228 9206 90, email: info@kwg-kork.de</p>	<p style="text-align: center;">DOMOTEX</p> <hr/> <p>Hannover 11–14 Jan. 2014</p> <hr/> <p>WIR STELLEN AUS: Halle 09 Stand E30</p>
--	---	--

»Gipfeltreffen: Holz/Laminat/Kork«



Professor Axel Venn, Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Hildesheim, gab auf der Veranstaltung Einblicke in die Psychologie der Farbgestaltung und schlug so einen Bogen zur Dekorkollektion »Innovus«.

festen Vorteilen zu bieten. Das »Innovus«-Konzept basiert auf aktuellster Farbgestaltung, untermauert wird dies von wissenschaftlich fundierten Trendscout-Analysen. Wir haben damit die erste globale Dekorkollektion bei uns in der Gruppe vertreten. Und im Gesundheitswesen, im Messe- und Ladenbau oder im Hotelobjekt sind wir mit diesem Konzept ganz genau richtig aufgestellt. Im späten Frühjahr ist die Idee für den Showroom gereift. Wir haben lange darauf hingearbeitet, und jetzt kann es endlich losgehen!

Peter Farber: Warum Fries? Ganz einfach: Fries ist eindeutig der stärkste Partner, den es im Norden und Osten von Deutschland gibt. Zu Beginn von »Innovus« war Fries Storkow der erste Leithändler. Nachdem sich »Innovus« in kürzester Zeit sehr erfolgreich entwickelt hat, wollten wir das auf die gesamte Fries-Gruppe ausdehnen. Wir haben entsprechende Gespräche geführt und bedienen jetzt den gesamten Streifen von der Nordsee bis zur polnischen Grenze über Fries. Bei dem Konzept wollten wir auch nicht auf Masse setzen, sondern auf qualitativ hochwertige Partner, die sich für uns engagieren und in die wir investieren. Von daher war eine Entscheidung pro Fries nicht schwer.

Redaktion: Ist der Showroom, so wie er steht und konzipiert ist, bislang einmalig?

Farber: Ja, er ist der einzige und erste

Showroom, den wir zusammen »geboren« haben. Allein die Örtlichkeit, eine alte Halle mit Geschichte, ist die architektonische Lokalität, die wir brauchen, um etwas Tolles zu präsentieren. Hier haben wir die Chance, in einer entsprechenden Atmosphäre »Innovus« bestens in Szene zu setzen – und das mit einem starken Partner, der in der Lage ist, das Konzept vernünftig in den Markt zu tragen. Einen solchen Showroom kann man natürlich nicht jeden Monat bauen! Sicherlich könnte man dies duplizieren, aber nicht 1:1.

Redaktion: Ist das Konzept auch für andere Standorte anwendbar und adaptierbar?

Hölscher: »Innovus« lässt sich sicherlich in angepasster, abgewandelter Form in anderen Standorten noch stärker präsentieren. Somit kann diese Veranstaltung durchaus auch ein Stück weit Kick-Off-Charakter haben.

Redaktion: Rundet »Innovus« Ihr Portfolio ab?

Hölscher: Wir bedienen den Innenausbauer, den Holzverarbeiter, den Bodenleger. So haben wir mit »Innovus« eine perfekte Ergänzung zu unserem Sortiment. Das Programm ist ein Baustein, mit dem wir unser »Bild« abrunden und somit für den Innenausbau alles aus einer Hand liefern.

Redaktion: Wie wichtig ist es, emotional zu präsentieren?

Hölscher: Kaufentscheidungen im Interieur sind immer hochemotional besetzt. Funktionalität ist nur eine Facette. Aber ich bin fest davon überzeugt, dass das Anschauen von Haptik und Optik in natura eine ganz wichtige Rolle spielt und sich von daher eine Ausstellung verdient macht, indem man die Objekte vor Ort zeigen kann. Das lässt sich nicht nur allein durch Broschüren abwickeln. Die Ausstellung – wie bei »Innovus« – hat eine deutliche Berechtigung.

Redaktion: Was erhoffen Sie sich vom Konzept?

Farber: Wir hoffen, dass wir gerade aus Hamburg und Schleswig-Holstein die Verarbeiter und Architekten hierhin locken können und dass diese sich mit dem Material beschäftigen. Der Showroom ist weit mehr als »nur« ein Display – er soll ein Arbeitsraum sein.

Redaktion: Danke für das Gespräch!

Thomas Ottaviano

Über »Innovus«

Die globale Dekorreihe von Sonae Indústria, portugiesische Konzernmuttergesellschaft der Glunz AG, vereint innovatives Design mit hochwertigen Materialien. Die Kollektion bietet Architekten, Designern und Verarbeitern ein umfassendes und klar strukturiertes Angebot an 150 optimal aufeinander abgestimmten Dekoren in sechs Produktbereichen (melaminbeschichtete Spanplatte, Schichtstoff, Schichtstoff im Türenformat sowie Kompakt-, Verbund- und Brandschutzplatte).