

# Ausstellung 2020

Sonderdruck aus der Presse

baustoffmarkt 9/2014  
Stein Kermik Sanitär 6/2014

Eine Initiative von:



Bundesverband  
des Deutschen  
Fliesenfachhandels e.V.



Die Zukunft ist heute

## Ausstellung 2020



Die Europäische Union der Fliesenfachverbände – EUF und der Verband der deutschen Fliesenfachhändler – VDF haben gemeinsam mit Partnern aus der Fliesenbranche eine Vision für die Fliesenausstellung der Zukunft erarbeitet.

Das Kundenverhalten wird zusehends durch die sich rasant entwickelnden Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten geprägt. Das Projekt „Ausstellung 2020“ versteht sich als Impuls an die Fliesenbranche, die sich daraus ergebenden Veränderungen bei zukünftigen Ausstellungskonzepten zu berücksichtigen.

„Ausstellung 2020“ versteht sich als ganzheitliches Raumerlebnis, bei dem Kundenwünsche, Produkteigenschaften und handwerkliches Können miteinander verwoben werden. Der Kunde erlebt individuell und emotional seinen Raum in allen Details und Perspektiven, so wie er realisiert werden soll.

„Ausstellung 2020“ bedeutet aber auch das persönliche Wohlfühlen. Ausreichend vorhandene Sitzgelegenheiten, Bewirtung, Wohlfühlecken, Informationsquellen etc. bieten dem Kunden viel „Raum“ für sein ganz persönliches Wohlfühlambiente.

Raumerlebnis, Produktinszenierung und Service bilden die drei Grundpfeiler für eine kompetente und individuelle Kundenberatung. Ziel ist es, dem Endverbraucher nicht nur die Fliese sondern alle technischen Produkte sowie die Bauchemie nahe zu bringen – um sie mit auf den Auftragschein zu schreiben.

# Die Ausstellung 2020

## EUF und VDF erarbeiten die Vision einer Fliesenausstellung der Zukunft

Die Europäische Union der Fliesenfachverbände- EUF und der Verband der Deutschen Fliesenfachhändler- VDF haben gemeinsam mit Partnern aus der Fliesenbranche eine Vision für die Fliesenausstellung der Zukunft erarbeitet. Exklusiv im Baustoffmarkt gibt es dazu von Werner Altmayer und Wilm Kittelmann einen ersten Eindruck.

Das Projekt mit dem Namen „Ausstellung 2020“ versteht sich als Impuls an die Fliesenbranche, das sich aus der dynamischen Veränderung der Kommunikationstechnik ergebene, veränderte Kundenverhalten betreffend Information und Kaufprozess bei zukünftigen Ausstellungskonzepten zu berücksichtigen. Die beiden Verbände, die Europäische Union der Fliesenfachverbände-EUF, federführend ist hier **Werner Altmayer**, und der Verband der Deutschen Fliesenfachhändler, vertreten durch seinen Geschäftsführer **Wilm Kittelmann**, konnten für dieses zweijährige Projekt außerdem die Firmen Ardex (**Jochen Zimmermann**), Eurobaustoff (**Klaus Kühn**), Hagebau (**Thomas Bartkowiak**), Hauff

finden. Nach einer Studie ist es für ca. 75 % der Kunden zukünftig wichtig, dass der Handel für Konsumgüter die Produkte sowohl in einer Ausstellung oder einem Laden als auch online anbietet. Der Kunde kann sich durch das Surfen in sozialen Netzwerken permanent und an jedem Ort



Blick auf die Fliesenwand und die Bar, alternative in weiss.



Beratungsplatz und 3-D-Kubus, Alternative in weiss. Alle Fotos und Skizzen: Aktion Ausstellung 2020

(Ulrich Hauff) sowie ViSoft (Rainer Nissler) als Mitglieder des Projektkreises gewinnen. Die Studie gliedert sich in drei Themenbereiche:

### „Die veränderte Sicht des Kunden“

Das Kundenverhalten wird zusehends durch die sich rasant entwickelnden Kom-

munikations- und Informationsmöglichkeiten geprägt. Es ist nicht möglich die technische Entwicklung im Detail vorherzusagen. Wohl aber eine Prognose möglich, dass es ein Mehr an technischen Kommunikationsmöglichkeiten geben wird.

Die Vorinformation durch den Kunden, die Beratung und der Kauf werden sowohl im „Netz“ als auch in der Ausstellung statt-

informieren und auch kommunizieren. Das „Bummeln“ in den Geschäften wird durch das „Surfen“ im Netz ergänzt. „Der Kunde war früher Zuschauer, morgen wird er Akteur sein. Die Kommunikation wird so wichtig sein wie das Produkt selbst“, so Werner Altmayer.

Dass die neuen Kommunikationsmöglichkeiten das Kundenverhalten auch im Wohnbereich schon heute beeinflussen, illustriert sehr deutlich die Website [www.solebich.de](http://www.solebich.de). Demnach ist für Frauen das Gestalten und Verändern der Wohnung ein Hobby, aber auch eine natürliche Kernkompetenz. Für ihre Kaufentscheidungen sind das Vergleichen, der Austausch, bewegte Bilder, Videos, Social-Media sowie authentische Inhalte und ein gutes Bera-

tungsgefühl besonders wichtig – heute wie morgen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Kriterien des Kunden bei der Produktauswahl. Hierzu wurden diverse Studien analysiert, in denen der Zusammenhang von Sortimentsgröße, Aufmerksamkeitsbildung und letztendlich dem Kauf untersucht wird. Das Ergebnis ist eindeutig und belegt, dass der Kunde bei zu großer Auswahl offensichtlich in seiner Kaufentscheidung verunsichert wird, hingegen bei kleinerer Produktauswahl einen schnelleren Kaufabschluss trifft.

Demnach führt weniger Auswahl zu erhöhtem Verkauf. Dies ist eine sehr entscheidende Erkenntnis für die Fliesen-Branche, da bei der Konzeption von Fliesen-ausstellungen die Kundenmeinung, ob Endverbraucher oder Handwerker, bisher nicht erfragt wird.

### **„Die veränderte Sicht des Handwerkers“**

Die Handwerker nutzen zukünftig ebenfalls verstärkt die neuen Kommunikationsmöglichkeiten, privat wie geschäftlich. Beträgt heute der Anteil der Handwerksbetriebe mit einer eigenen Website ca. 25%, so wird sich dieser Anteil in den kommenden Jahren sukzessive deutlich erhöhen. Dies ist eine direkte Folge des veränderten Kundenverhaltens.

Der private Renovierer wird auch in der näheren Zukunft die bedeutendste Kundengruppe für die Fliesenbranche und damit für die Handwerker sein. Die demographische Entwicklung belegt diese Annahme eindeutig. Diese „50+ Kunden“ sind dabei schon heute zu über 80 % „online“. Sie werden zukünftig ganz selbstverständlich im „Netz“ surfen und ihre Informationen suchen, auch betreffend des Handwerksbetriebes, oder des Handels, der den besten und interessantesten Gesamteindruck vermittelt, oder sich am interessantesten darstellt.

Zukünftig werden Fotos der zu renovierenden Wohnung an Handwerker online übermittelt mit der Bitte um einen Konzeptvorschlag. Raumaufmaß und Raum-Fotos werden online ausgetauscht. Die Vor-Ort-Beratung des Handwerkers beim Kunden erfolgt mit Unterstützung elektronischer Systeme um Referenzen, Pläne und Produkte zu präsentieren.

Der Handwerker, der mit den jeweils aktuellen Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten arbeitet, gewinnt hierdurch neben seiner handwerklichen Kernkompetenz zusätzlich eine Verkaufs- und Präsen-

tationskompetenz. Hierdurch erfährt das Berufsbild des Handwerkers eine deutliche Aufwertung und damit ein attraktives Profil für Nachwuchskräfte. Handwerker sind sozusagen „online“.

### **„Das Konzept Ausstellung 2020“**

Die aus den Diskussionen, Projektsitzungen, der Fachlektüre und den Besuchen spezieller Seminare gewonnenen Erkenntnisse wurden durch eine beauftragte renommierte Innenarchitektin visualisiert.

Das Konzept basiert auf den drei Bereichen „Fliesendesign“, „Fliesentechnik“ sowie „Raumerlebnis“. Mit Hilfe moderner Multimedia- und Kommunikationstechnik wird dem Kunden sowohl das individuelle Produkt als auch der gestaltete Raum komplett und in unterschiedlichen Perspektiven vermittelt. Dabei werden Produkt, Haptik und Produktszenierung miteinander kombiniert.

Der Bereich „Fliesendesign“ ist eine Kombination aus Einzelprodukten und einer multimedialen Raumdarstellung. Referenzen, Pläne, Raum und Stilrichtungen können auf Monitoren und neuartigen interaktiven Glasflächen präsentiert werden. Die Einzelprodukte können natürlich auch real als Collagen und im Materialmix gezeigt werden (Foto Fliesendesign). Einen ähnlichen Ansatz praktiziert die Firma Keijsper&Reus in Alkmaar-Niederlande schon heute sehr erfolgreich ([www.tegelstudio3d.nl](http://www.tegelstudio3d.nl)).

Unter „Fliesentechnik“ wird der Bereich definiert, in dem Fliesenkleber, Fugenfarben, Bauplatten, Heizsysteme, Sockel, Bordüren etc. präsentiert werden. Dies sind die Produkte, die heute fälschlicherweise als „Zubehörprodukte“ bezeichnet werden. Wir haben uns entschieden hierfür zukünftig den Begriff „Fliesentechnik“ zu wählen, denn dies entspricht der Wertigkeit und der Bedeutung dieser Produkte für den Fliesenbelag und die Fliesenbranche.

Anhand von Monitoren oder elektronischen Präsentationstafeln erfährt der Kunde den Nutzen dieser Produkte, also die Auswirkung der Fugenfarbe auf die Belags- und damit die gesamte Raumgestaltung. Heizsysteme erklären den Spareffekt von Keramik in Verbindung mit Heizsystemen (siehe auch [www.energiesparen-mit-keramik.eu](http://www.energiesparen-mit-keramik.eu)).

„Raumerlebnis“ ist der Bereich in dem „Produkte in der Raumanwendung“, Pläne und Referenzen gezeigt und erlebt

werden. Der Kunde steht in seinem „Raum“ und kann die Wirkung von Fläche, Wand, Boden, Farbe, Dekoration, Farbe und Licht als Raumgefühl erleben.

„Raumerlebnis“ ist auch der Bereich der individuellen Beratung, des emotionalen Erlebens und des Verkaufens. Räume vorher sehen und erleben ist eine Chance um die Preis- und Rabatt Diskussion durch ein emotionales Produkt und Raumerlebnis zu umgehen. Kaufvorgänge sind bekanntlich zu mehr als 70 % emotionale Prozesse, deshalb ist es so wichtig diese dem Kunden zu bieten.



Beispiel für einen Shopaufbau mit ca. 160 qm Grundfläche.

„Ausstellung 2020“ versteht sich als ganzheitliche Fliesenausstellung, bei der Kundenwünsche, Produkteigenschaften und handwerkliches Können miteinander verwoben werden. Der Kunde erlebt individuell und emotional seinen Raum in allen Details und Perspektiven, so wie er realisiert werden soll. Alle Produkt- und Rauminformationen stehen natürlich auch als Stücklisten, Verlegepläne etc. zur Verfügung.

### Kein großer Flächebedarf notwendig

„Ausstellung 2020“ bedeutet aber auch das persönliche Wohlfühlen. Ausreichend vorhandene Sitzgelegenheiten, Bewirtung, Wohlfühldecken, Informationsquellen etc. bieten dem Kunden sehr viel „Raum“ für sein Wohlfühlambiente. Geschulte Berater erfragen die Kunden-Wünsche und

nützen hierbei die drei Themenbereiche Design, Technik und Raum für eine persönliche Kundenberatung. Raumerlebnis, Produktinszenierung und Service bilden die Grundpfeiler der kompetenten Beratung.

„Ausstellung2020“ benötigt keine großen Ausstellungsflächen. Ca. 150 bis 200 qm Fläche werden genügen um eine sehr gute und individuelle Kundenberatung zu ermöglichen. Hierbei ist ein Mix aus realer Produktpräsentation und neuer Präsentationstechnik wichtig, da der Kunde immer die Produktcharakteristika durch Fühlen, Sehen, Berühren erleben möchte.

Allerdings können keine pauschalen Aussagen zu Stilrichtung oder farblicher Gestaltung der „Ausstellung 2020“ getroffen werden. Dies soll individuell und vor Ort entschieden werden, denn „Ausstellung 2020“ versucht den Inhalt und Ablauf der Kundenberatung zu definieren, nicht das gesamte Raumdesign der Ausstellung. Weniger wird hier auf jeden Fall mehr sein.

„Ausstellung 2020“ wird auch die Beratungsqualität sein, die der Kunde aus anderen Bereichen kennen wird, zum Beispiel bei Möbeln, Küchen, Mode, Automobilen etc. Dies wird der Präsentationsstandard der kommenden

Jahre sein, dies ist unsere Überzeugung nach Abschluss unserer Projektarbeit.

„Ausstellung 2020“, also die kleineren, aber sehr informativen, persönlichen Erlebnis- Ausstellungen oder Studios, werden wahrscheinlich auch einen Einfluss auf die Zusammenarbeit von Fliesenfachgroßhandel und Einzelhandel haben. Online sein heißt dann auch miteinander vernetzt zu sein, Lagerhaltung, Bestellwesen, Online- und Marketingservices ...

Die Fliese befindet sich mit einem Marktanteil von ca. 20 % mit anderen Bodenmaterialien im Wettbewerb. Die natürlichen Produktvorteile der Fliese müssen daher auch durch Ausstellungs-, Beratungs-, -Präsentations-Vorteile ergänzt werden. „Ausstellung 2020“ versteht sich deshalb als Motivation für die Branche in die Zukunft zu investieren und die Zukunft positiv zu sehen, denn wir können gemeinsam noch viel gewinnen. ■



**ViSoft:**  
**Ideen leben**





ViSoft ViSion:

## Ein Konfigurator für Fliesen und Sanitär

Wie sieht die Ausstellung von morgen aus? Der Projektkreis „Ausstellung 2020“ gibt dazu eine faszinierende Antwort: individuell, digital und mit wenig Platzbedarf. Im schwäbischen Sindelfingen arbeitet man bei der Firma ViSoft tatkräftig an der Umsetzung des digitalen Gesamtkonzepts.

**D**er Projektkreis „Ausstellung 2020“, bestehend aus den Verbänden EUF (Europäische Union der Fliesenfachverbände) und VDF (Bundesverband des Deutschen Fliesenfachhandels e. V.), mehreren Teilnehmern aus dem Fliesenhandel sowie dem Ausstellungsbauer Hauff und dem Softwarehaus ViSoft, hat sich eine hochwertige und individuelle Kundenberatung auf unter 250 m<sup>2</sup> zum Ziel gesetzt. Für diese Ausstellung der Zukunft sollen Shop-Aufbau, Softwarekonzept und Verkaufsprozess optimal aufeinander abgestimmt werden.

**Planung und Raumgestaltung sollen Stilfindung und Verkauf weichen**

Im Bereich der Projektplanung und Umsetzung stellt die seit 20 Jahren für die Wand- und Bodenbelagsbranche sowie die Sanitärbranche arbeitende Softwareschmiede bereits ein umfangreiches Produktspektrum mit ViSoft Premium als Herzstück bereit. Mit dem Verkaufs- und Marketinginstrument ViSion beschäftigt

man sich nun mit den Themen Kundenbindung und produktbezogene Schnellberatung. Planung und Raumgestaltung sollen Stilfindung und Verkauf weichen.

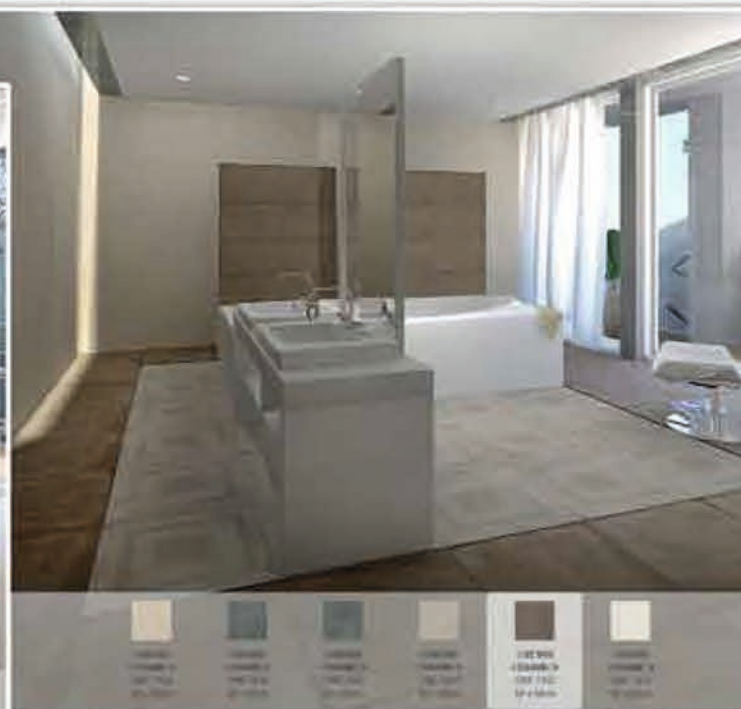
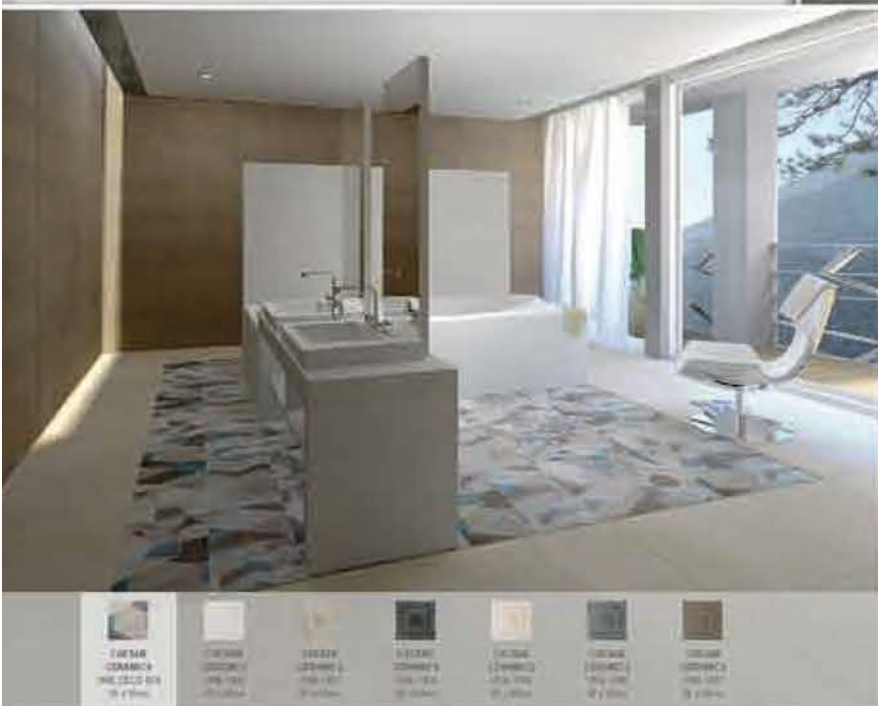
**Wohin bewegen sich Kunde und Markt?**

Der Kunde von morgen wird sich ganz selbstverständlich im Netz bewegen, um Inspiration zu suchen, sich vorab zu informieren und Produkte oder Anbieter zu vergleichen.

Davon keineswegs ausgenommen ist die einkommensstarke Altersgruppe über 50 Jahre, die als private Renovierer auch in Zukunft die bedeutendste Kundengruppe für die Fliesen- und Sanitärbranche darstellt. Seit der Jahrtausendwende hat sich in der Altersgruppe von 50 bis 59 Jahren die Zahl der regelmäßigen Internetnutzer vervierfacht (2014: 82 Prozent), in der Altersgruppe ab 60 Jahren gar verzehnfacht (2014: 45 Prozent)<sup>1)</sup>.

Auch wegen der steigenden Verbreitung von





Spielerisch: Der Konfigurator für Webseite und Ausstellung lässt sich einfach bedienen. Variantenwechsel erfolgt mit einem Klick auf die im Auswahlmü vorgeschlagenen Produkte.

Früher war der Kunde Zuschauer, morgen ist er Akteur. Die Kommunikation wird so wichtig sein wie das Produkt selbst.

WERNER ALTMAYER, EUF-GENERALSEKRETÄR

Tablets und Smartphones wird immer mehr Zeit im Internet verbracht. Laut einer repräsentativen Umfrage bezeichnen sich 9 von 10 Befragten als Online-Käufer. Ebenso haben sich 9 von 10 schon einmal aktiv im Netz auf die Suche nach Inspiration begeben. Im Bereich Möbel und Wohnen finden es 75 Prozent der Kunden wichtig, dass der Handel diese Produkte sowohl in der Ausstellung als auch im Webshop anbietet, 31 Prozent haben beim Thema Inneneinrichtung bereits online eingekauft<sup>1)</sup>.

Eine ansprechende und informative Onlinepräsenz wird so nicht nur zum Aushängeschild von Handwerk und Handel, sondern auch zu einem wichtigen Medium, über das sowohl zwischen Unternehmern aber auch mit dem Endverbraucher kommuniziert wird. Dabei ist heutzutage eine ei-

gene Webseite sowie die Erstellung eines „digitalen Ausstellungsraumes“ mit relativ wenig Aufwand und ohne allzu große Investition realisierbar. Die Firma ViSoft bietet dazu die kostenlose App ViSoft 360 (ViSoft360.com) an. Ziel des betreffenden Handwerksbetriebs oder Handels muss es sein, dem potenziellen Kunden online einen interessanten Gesamteindruck zu vermitteln und ihn dazu zu ermuntern, seine Kontaktdaten zu hinterlassen und den Ausstellungsraum zu besuchen.

**Kunden binden und zielführend beraten**

Das Konzept von ViSoft ViSion beginnt mit der Kundenbindung. Der Konfigurator lädt zur spielerischen Entdeckung von Fliesen- und Sanitärvarianten ein. Dazu werden vorab hochwertig gerenderte Fliesen- und Sanitärobjekte in Standardräumen mit festgelegten Perspektiven dargestellt. Diese „digitalen Kojen“ werden als Web-Anwendung und als App für Android und iOS

<sup>1)</sup> ARD/ZDF-Onlinestudie 2014

<sup>2)</sup> Zukunft des Handels - Umfrage 2013

**Händler, die es schaffen, ihr Kerngeschäft um neue, flexible und möglichst individuelle Konzepte zu erweitern und den Kauf zu einem Erlebnis machen, werden zukünftig erfolgreicher sein.**

**DR. KAI HUDETZ, GESCHÄFTSFÜHRER IFH INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH**

betrieben und können somit überall wie individuell gewünscht eingesetzt werden. ViSion ist mit seiner Benutzerfreundlichkeit sowohl für den Gebrauch durch den Verkaufsberater als auch durch den Endkunden gedacht.

### **Vor- und Schnellberatungssoftware ganz nach den Wünschen des Marktes**

Die Entwicklung dieser Vor- und Schnellberatungssoftware geht laut Geschäftsführer Rainer Nissler direkt auf Wünsche des Marktes zurück. Mit ausgesuchten Partnern aus dem Fliesenfachhandel werden derzeit Praxistests durchgeführt. „Wir gehen mit ViSion auch unternehmerisch neue Wege, da wir in enger und regelmäßiger Abstimmung mit dem Fachhandel oder Handwerksunternehmen jedes Detail seines Projekts gemeinsam entwickeln. Worauf soll der Schwerpunkt liegen? Auf dem Web-Konfigurator zum erstmaligen Erleben des Produkts, die im Eingangsbereich fest installierte Touchscreen-Lösung oder die Tablet-Lösung für den Kundenbetreuer.“

Aus langjähriger Erfahrung weiß der ViSoft-Chef sich mit den unterschiedlichsten Ideen und Wünschen konfrontiert: Beispielsweise, weil der Handwerksbetrieb mit dem Konfigurator, den seine Kunden vom Autokauf kennen, seine Webseite aufwerten will; oder weil im Großhandel eine

Schnellberatungslösung her muss, um den Kundenansturm am Samstagvormittag zu stemmen. „Kein Projekt ist wie das andere, spannend sind sie alle. Wir entdecken hier gerade zusammen mit unseren Kunden die Möglichkeiten der Kundenberatung neu“, so Rainer Nissler weiter.

Eines haben jedoch alle Projekte gemeinsam: Man reagiert auf ein sich veränderndes Käuferverhalten und den Willen, eine moderne und persönliche Kundenberatung anzubieten. Der Endverbraucher will heute online in aller Ruhe Farb- und Stilkombination durchspielen, um diejenige zu finden, die am besten zu ihm passt. Dabei sichert er sich mit der Möglichkeit, Varianten durchzuspielen und zu vergleichen, die Kaufentscheidung ab. Vorher sehen und erleben, wie man nachher wohnen wird, dies ist der besondere Vorteil von visueller Digitalisierungssoftware.

Gleichzeitig darf der Kunde aber auch nicht von der schier Vielfalt an Serien und Kollektion erschlagen werden. Die vom Händler vertriebenen Fliesen- und Sanitärserien werden zu Stilwelten, Farbspektren und stilistisch sinnvollen Kombinationsmöglichkeiten zusammengefasst, die dann auch dem Kundenberater beim Verkaufsgespräch helfen, schneller zum Ziel zu gelangen.

Überzeugender Sofortvergleich: Gewissermaßen auf Knopfdruck lassen sich die Stimmungen von Fliesen, Naturstein oder Parkett am gleichen Objekt und Ambiente nebeneinander darstellen, eine Möglichkeit, die sich in traditionellen Ausstellungen selbst mit großen Aufwand nicht realisieren lässt.





Linke Bildreihe:  
Vorkonfektionierte Stilwelten:  
Wand- und Bodenbeläge in Bad,  
Küche und Wohnraum lassen  
sich mit digitalen Medien nicht  
nur effektiv präsentieren,  
sondern auch beliebig variieren.

Die Abbildung oben  
zeigt ein Beispiel für  
eine „Ausstellung  
2020“.



Standardmäßig wird ViSion Filter für die Kategorien Farbe, Format, Stil, Material sowie Preiskategorie und Serie bieten. Der Kunde kann seine Auswahl dann als PDF oder in der App als Favorit speichern und diese mit Freunden und Bekannten via Twitter, Facebook oder E-Mail teilen. Ebenso lässt sich ein Projekt-Code erzeugen, die der Verkaufsberater im Ausstellungsraum einlesen und die Stilfindung so nahtlos fortsetzen kann.

Dabei will ViSion keine Komplettlösung für den Verkaufsprozess sein, sondern den Endverbraucher im Entscheidungsprozess begleiten, stilfindend unterstützen und emotional binden. Es ist nur einer, aber eben ein wichtiger Baustein im Ausstellungskonzept der Zukunft.

Mehr Informationen zu ViSoft Vision und der Ausstellung 2020 finden Sie auf der BAU in München, Halle C3, Stand 301. Alle Adressen im Register am Ende dieser Ausgabe.

Promotion  
Text/Abbildungen: ViSoft GmbH





**Europäische Union der Fliesenfachverbände (EUF)**

Kolbenholz 4-6  
D-66121 Saarbrücken

Fon: +49 (0) 681 / 9 35 65 20

Fax: +49 (0) 681 / 9 35 65 19

[www.eufgs.com](http://www.eufgs.com)



Bundesverband  
des Deutschen  
Fliesenfachhandels e.V.

**Bundesverband des Deutschen Fliesenfachhandels e.V.**

Hohenzollerndamm 18  
10717 Berlin

Tel. ++49 (0) 30 / 84 31 58 80

Fax ++49 (0) 30 / 84 31 58 81

[www.fliesentraeume.de](http://www.fliesentraeume.de)



**ViSoft GmbH**

Mercedesstr. 1  
71063 Sindelfingen

Tel.: +49 - (0) 7031 - 49165 73

Fax: +49 - (0) 7031 - 49165 79

[www.visoft.de](http://www.visoft.de)