



Der Pilotstore in Essen startete im 4. Quartal 2019 mit der Themenwelt „It's all about gadgets, baby“. Dabei werden coole Technikprodukte ästhetisch und inspirierend inszeniert

Die kreativen Möglichkeiten der Keramikfliesen wurden gekonnt genutzt bis hin zur Kennzeichnung von Fluchtwegen, im wahren Sinn des Wortes „wegweisend“

Fliesen auf dem Trockenen:

Schneller Boden für eine Shopping-Mall

Die Veränderung des Point of Sale hin zu einem Point of Experience ist eine Folge des Spannungsfeldes beziehungsweise der Verschmelzung von On- und Offline-Handel. Auf eine neue Plattform zur Markeninszenierung und Produktpräsentation setzt deshalb der Projektmanagement-Spezialist ECE, der mit rund 200 Einkaufszentren in 11 Ländern europäischer Marktführer im Bereich innerstädtischer Shopping-Center ist.



Mit einem Pilotstore in der Mall Limbecker Platz in Essen präsentierte jetzt das Unternehmen eine Mischung aus Pop-up- und Concept-Store mit wechselnden Themen- und Erlebniswelten. In der Essener Shopping Mall wurde der Bodenbelag so geschickt in den Verkehrsbereich der Mall integriert, dass Besucher direkt in den Store geleitet werden.

Mit dem Wechsel verbunden ist auch stets ein verändertes Interior-Design. Hier spielt der Faktor Zeit eine wichtige Rolle. Speziell der Austausch des in diesen Objekten stark beanspruchten Bodenbelags verursacht in der Regel die größten Bremsschritte. Ein neues System trocken, also ohne Kleber verlegbarer Keramikfliesen soll den Wandel deutlich beschleunigen.

ECE und das Unternehmen Pop Up My Brand haben das neue Konzept entwickelt, mit dem in einer Mischung aus Pop-up- und Concept-Store im

Abstand von einigen Monaten jeweils neue Themen- und Erlebniswelten propagiert werden. Gemäß dem Motto „It's all about stories“ erhalten Kunden rund um das jeweilige Thema Inspirationen sowie eine Auswahl an Produkten zum Anfassen und Erleben. Den teilnehmenden Marken wiederum soll ermöglicht werden, ihre Produkte flexibel, zeitlich begrenzt und im passenden Umfeld zu präsentieren. PUMB-Geschäftsführer Christoph Edler formuliert es so: „Wir können das, was digitales Shopping nicht kann: Die Sinne ansprechen und damit Produkte und Marken erlebbar machen.“

Multifunktionalität für wechselnde Themenwelten Das Store-Design zielt damit auf den Erlebnischarakter beim Shoppen ab. Den jeweiligen Marken wird eine flexible Plattform geboten, auf der Produkte und Dienstleistungen interaktiv erlebbar sind. Die multifunktionale Gestaltung und das modulare Design ermöglichen darüber hinaus eine passgenaue Integration der wechselnden Themen, während Highlight-Flächen sowie eine Bühne eine optimale Inszenierung mit Hilfe von Präsentationen oder Events gewährleisten.

Über den Bodenbelag Attraktivität erzeugen Um größtmögliche Aufmerksamkeit zu erreichen und Kunden direkt in den Store zu leiten, entschieden sich die Investoren, den Shop architektonisch in die Mall zu integrieren, eine Besonderheit für ECE und ein Unterfangen, das nur möglich war, indem der Bodenbelag des Ladens nach außen in die Verkehrsfläche der Mall gezogen wurde. „Wir waren in diesem Kontext auf der Suche nach einem Bodenbelag, der in beiden Bereichen verlegbar ist, aber auch schnell eingebracht werden kann, damit der laufende Betrieb nicht gestört wird. Außerdem sollte ein unkomplizierter Rückbau für etwaige anderweitige Nutzung möglich sein“, erläutert Edler.

Fündig wurde er mit dem neuen System „Drytile“,

das aus ohne Kleber verlegbaren keramischen Bodenfliesen besteht. Es verbindet die Vorzüge keramischer Fliesen mit aktuellen Anforderungen nicht nur wie hier im modernen Ladenbau, sondern überall dort, wo Bodenflächen regelmäßig in gewissen Abständen ausgetauscht beziehungsweise schnell realisiert werden müssen.

Das System kommt ohne Fliesenkleber aus und ermöglicht eine bis zu achtmal schnellere Verlegung als mit der herkömmlichen Methode sowie eine restlose und den Unterboden schonende Rückbaubarkeit. Voraussetzung ist ein besonders ebener Untergrund. Als Grundlage für die Bemessung gilt die DIN 18202 „Toleranzen im Hochbau“. Bei mechanisch höherer Belastung empfiehlt sich ein Stichtmaß von 2 mm auf einer Länge von 2 Metern. Hierauf erfolgt dann die Verlegung der speziellen Fliesen. Deren rückseitige dünne Korkschiicht, die bereits ab Werk dauerhaft appliziert ist, sowie eine explizit für das System entwickelte Spezialfugenmasse ermöglichen die schnelle und sichere Verlegung ohne Kleber. Zudem ergibt sich beim Aneinanderstoßen der Fliesen durch einen definiert überstehenden Korkrücken automatisch eine elegante Schmalfuge.

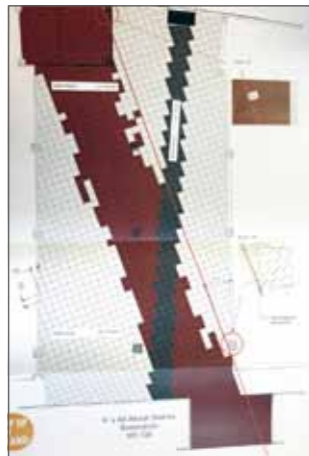
Unverfugt ist der Belag für Folgearbeiten anderer Gewerke wie Maler oder Elektriker sofort begehbar. Nach der Verfugung ist die Fläche nach 12 Stunden begehbar und nach weiteren 12 Stunden voll belastbar. Das System optimiert demnach den Bauablauf und spart so Zeit und damit Geld. „Erkauft“ werden muss sich das allerdings mit einer besonders sorgfältigen Vorbereitung der Rohbodens, was speziell in der Sanierung mitunter einen höheren Aufwand erfordert als bei konventioneller Verlegung im Kleberbett. Aber auch im Neubau ist angesichts der hierzulande häufig etwas zu salopp gehandhabten „Bautoleranzen“ mitunter mehr Sorgfalt nötig.

Dafür bekommt der Bauherr aber ein System, das

Schnell verlegt, schnell begehbar, schnell rückbaubar

Keine Trockenzeiten beschleunigen den Baufortschritt

Der Verlegeplan macht die Besonderheiten und die Funktion des Bodenbelags anschaulich: Die Fliesen im Format 60x60 cm sind in einem Winkel von rund 19° elegant diagonal verlegt und die drei Farben dynamisch miteinander verwoben. Durch das Hineinragen in die Verkehrsfläche der Mall (unten rechts) fungiert der keramische Bodenbelag als architektonisches Bindeglied.



Drytile-Fliesen sind in zahlreichen Designs und Formaten erhältlich. Das Standardsortiment umfasst 20 Serien mit einer entsprechenden Bandbreite an Farben und Oberflächen. Bei der Spezialfugmasse stehen ebenfalls mehrere Farben zur Auswahl, so dass Ton-in-Ton- oder auch Kontrast-Lösungen realisierbar sind. Im Rahmen projektspezifischer Individualproduktionen können darüber hinaus

weitere Serien aus dem Sortiment der Marke Agrob Buchtal in Drytile-Ausführung gefertigt werden. Das System ist eine Innovation der Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG mit ihrer Fliesenmarke Agrob Buchtal. Die Marktbetreuung erfolgt durch die beiden Vertriebstöchter Agrob Buchtal GmbH und DryTile Ceramics GmbH.

Der Bodenbelag mit trocken ohne Kleber verlegbaren Keramikfliesen ragt in die Verkehrsfläche der Mall hinein, um so Kunden subtil in den Shop zu führen. Der Abschluss dieser Fläche erfolgte unkompliziert durch ein handelsübliches Schrägprofil (siehe Rand der dunklen Fläche).
Foto: ECE / Pop Up My Brand / avtention.



➔ nicht nur restlos rückbaubar ist, sondern auch keine „Altlasten“ verursacht, da Keramik und Kork ökologisch eine reine Weste

haben und recycelt werden können. Gerade diese Rückbaubarkeit war in der Mall Limbecker Platz relevant, denn dadurch ist gewährleistet, dass der Originalzustand schnell und ohne großen Aufwand wiederhergestellt werden kann.

In diesem konkreten Fall wurde im Shop-Bereich der vorhandene Estrich leicht egalisiert, im Verkehrsbereich der Mall erfolgte die Verlegung direkt auf dem bestehenden Natursteinbelag. Der kleine Höhenunterschied am Rand der Drytile-Fläche zum angrenzenden Bodenbelag der Mall wurde über ein handelsübliches Profil angeglichen.

Auch die gestalterischen Optionen, die keramische Fliesen bieten, nutzte Edler. So ließ er die Fliesen nicht parallel zur Wand, sondern exakt um 19,2 Grad gedreht verlegen. Unterschiedliche Fliesenfarben wie in diesem Fall Erdbraun, Sandbeige und Schiefer

weisen bereits über die Bodengestaltung auf Highlights hin und auch Fluchtwege konnten kenntlich gemacht werden.

Technikwelt zum Auftakt

Der Pilotstore in Essen startete im 4. Quartal 2019 mit der Themenwelt „It's all about gadgets, baby“ und dreht sich rund um die Präsentation verschiedener Technikprodukte. Zu den Partnern gehören unter anderem Energieversorger sowie Hersteller von Elektrorollern, Haushaltsrobotern oder Musikboxen. Als weitere „Stories“ sind Themen wie Familie, Sport & Fitness oder nachhaltiges Leben geplant.

Informationen über das Verlegesystem Drytile: www.drytile-ceramics.de. Über den Fliesenhersteller Agrob Buchtal GmbH: www.agrob-buchtal.de, über den Initiator des Concept-Stores: www.popup-my-brand.de. Einblick in die Philosophie von „It's All About Stories“ bekommt man hier: <https://www.stores-shops.de/konzept/its-all-about-stories-alle-zwei-monate-mit-neuem-look/>.