



Mit der richtigen Farbwahl lassen sich beim Käufer Emotionen wecken. *With the right choice of colour, emotions can be aroused in the buyer.*

bezeichnete dies als wesentlichen Aspekt bei der Entwicklung von Möbeldekoren. Die Teilnehmer lernten auch, dass es bei der Farb-

wahl wichtig sei, deren Wirkung auf unterschiedlichen Materialien zu kennen und zu berücksichtigen.

Emotionen durch Berühren

Ein weiterer Punkt auf der Workshop-Agenda befasste sich mit der Bedeutung des Tastsinns, der für die Selbstwahrnehmung und das Begreifen der Welt – im wahrsten Sinne des Wortes – von zentraler

Bedeutung sei. Berühren und berührt werden schaffte Vertrauen. Beim Produktdesign hält der Referent es daher für wesentlich, dass die Optik auch mit den Erwartungen an die Haptik übereinstimmt. In der heutigen digitalisierten Welt allerdings seien die Möglichkeiten des Anfassens stark eingeschränkt. Der Referent führte die Flut an Warenrücksendungen bei Online-Händlern auf die fehlende Möglichkeit des Käufers zurück, die Ware anzufassen und in der echten Farbe zu sehen.

Wie Oberascher weiter ausführte, arbeiteten die Hersteller von Touchscreens aktuell an Bildschirmen, die dem Nutzer ein taktiles Feedback geben können, um den visuellen Eindruck haptisch zu verstärken. Oberascher riet den Teilnehmern, künftig auf Multisensuales Marketing zu setzen. Je mehr Sinne koordiniert angesprochen würden, desto stärker würden sich Produkte, Marken- und Werbebotschaft einprägen.

Ein weiterer Punkt auf dem Workshop war die Frage nach der Funkti-

on von Farbe und insbesondere, welche Folgen eine geplante oder erforderliche Änderung haben könne.

Farbe als Kommunikationsmittel

Der Referent bezeichnete Farbe als wichtiges Kommunikationsmittel: Allein durch die Farbgestaltung könne die Produktaussage gezielt verändert werden. Die Teilnehmer erfuhren auch, dass sich mit Farbe Signale setzen ließen. So würden Effektpigmente in Gold das Produkt aufwerten und durch die Verwendung von „vertrauten“ Materialien wie etwa Holz, Leder, Stein werde dem Konsumenten ein besseres Gefühl vermittelt.

Die Teilnehmer des Workshops gingen mit der Erkenntnis nach Hause, dass sie mit der Wahl der richtigen Farbe die Wertigkeit eines Produktes nicht nur steigern, sondern in Kombination mit haptischen Effekten beim Käufer die Sinnesorgane so ansprechen können, dass bei ihm die gewünschten Kaufemotionen geweckt werden.

Richard Barth

Offen und Multifunktional



Die offene Wohnraumgestaltung stand bei der interzum-Präsentation von Schüco Alu Competence im Fokus. Ein Beispiel dafür ist das neue multifunktionale Raumgestaltungssystem Schüco „Openstyle.“ Es folgt dem Prinzip der offenen Gestaltung und durchgängigen Optik verschiedener Lebensräume. Je nach individueller Wohnsituation und Nutzungsanforderung fügt es sich in alle Lebensbereiche und -stile ein. Es verbindet oder unterteilt Räume und kann als festes oder verschiebbares Element vielfältige Funktionen übernehmen – als Wand- oder Nischenanwendung, Raumteiler, Sichtschutz oder als dekoratives Gestaltungselement. Konzipiert ist Schüco „Openstyle“

Schüco „Openstyle“ ist ein neues Raumgestaltungssystem, das sich harmonisch in verschiedenste Lebensbereiche planen lässt. *Schüco „Openstyle“ is a new room design system which can be designed to fit harmoniously into even the most varied areas of life.*

Photo: Schüco

für 16 Millimeter starkes Dekor-Plattenmaterial. So kann auch optisch mit Farbe und Material eine Durchgängigkeit verschiedener Lebensräume realisiert werden.

Zur Unterteilung der Elemente und Türen werden Sprossen eingesetzt. Beidseitig kann diverses Zubehör wie Holzboxen oder das Regalsystem Schüco „Smartcube“ eingehängt werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Felder innerhalb eines Elementes offen zu lassen – für eine leichte, transparente Gesamtoptik. leo

Open and multi-functional

At the interzum, Schüco Alu Competence particularly focused on presenting their concept for a more open-plan design. One example of this is the new, multi-functional room design system Schüco „Openstyle.“ Depending on usage requirements, it can be integrated into all lifestyles and areas of life. The system has been designed for 16 millimetre-thick decorative panel material. Bars are used to divide elements and doors. A range of accessories, such as wooden boxes or the Schüco „Smartcube“ shelf system, can be attached on both sides.