



Am Touchscreen Farben, Motive und Strukturen auswählen und sie umgehend „live“ im Raum auf sich wirken lassen – der Alpina 3D Colour Designer macht's möglich.



Die Galerie im Knauber Freizeitmarkt in Pulheim bei Köln wurde in den Innovation Store umgewidmet, in dem Kooperationspartner gemeinsame Experimentierflächen für den „neuen“ Konsumenten schufen.

Knauber: Innovation Store

Zukunft zum Anfassen

Erleben, probieren und diskutieren am POS: Mit dem „Innovation Store“ eröffnete die Knauber Freizeit GmbH in ihrer Filiale in Pulheim ein Experimentierfeld, das den Kunden animiert, sich spielerisch mit Neuheiten, Prototypen und Dienstleistungen rund um DIY und Garten auseinanderzusetzen.

Osram zum Beispiel: Wie sich zukünftig die unterschiedlichen Lichtquellen eines privaten Haushalts drahtlos ganz einfach per App übers Smartphone ansteuern, ein- und ausschalten, dimmen und in der Farbe verändern lassen, und zwar von überall auf der Welt, demonstriert der Lichthersteller derzeit auf dieser neuen Plattform in der Pulheimer Knauber-Filiale. Nur ein paar Meter von der „Osram Lightify“-Präsentation entfernt hat der Besucher des Innovation Store die Gelegenheit, sich mithilfe einer Oculus-Brille virtuell an einen anderen Ort zu versetzen. Die dem Gaming-Bereich entlehene Augmented-Reality-Anwendung macht es möglich, in digital erzeugten Raumszenarien „umherzuspazieren“, gemütlich im Sessel sitzend, versteht sich. „Vor allem für flächenintensive POS-Aufbauten und Spezialkonfigurationen für Kunden ist der Einsatz von Virtual Reality spannend. Darin sehen wir großes Potenzial für den Handel“,

betont Dr. Nektarios Bakakis, Geschäftsführer der **Knauber Freizeit GmbH** – auch wenn sich sein Projektpartner Peter Stechmann, Geschäftsführer der **Alpina Farben GmbH**, die provokante Frage nicht verkneifen kann: „Und was passiert, wenn wir uns demnächst zu Hause alle unsere AR-Brillen aufsetzen und dann nur noch virtuell im Laden spazieren gehen?“

Fragen genau dieser Art will das Projektteam im Hintergrund des Innovation Store auf den Grund gehen, das Einzelhandel, Hersteller und Dienstleister gemeinsam an einen Tisch holt: Wozu braucht der Kunde den Einzelhandel in Zukunft? Wie kann und muss das klassische Rollenverhalten zwischen Einzelhandel und Lieferanten aufgebrochen werden? Wie kauft der Kunde in Zukunft? Braucht er Ware, Regale, oder braucht er einfach nur einen Bildschirm, also das digitale Einkaufsregal? Wie können reale Verkaufsflächen in Bau- und Gartenmärkten in Zeiten wachsender Online-Affinität wirt-

schaftlich funktionieren? Worin besteht ein echter Mehrwert für den Kunden?

Trendpoints in Pulheim

Eine „Blackbox“ im besten Wortsinn ist der abgedunkelte, begehbare Kubus, den die **Alpina Farben GmbH** als Trendpoint bei Knauber installiert hat. Der „Alpina 3D Colour Designer“ ist konzipiert, Farben nicht nur auf Papier zu zeigen, sondern räumlich zu simulieren. Mithilfe moderner Beamer-technologie werden Farbtöne, Strukturen und Designs auf Wände und Boden projiziert und erzeugen so einen 3D-Charakter des Raums. Konsumenten können auf diese Art ihre persönlichen Vorstellungen einer Wohnraumatmosphäre entwerfen, prüfen, wie verschiedene Wandfarben, Tapeten und Bodenbeläge miteinander harmonieren, ggf. bei Nichtgefallen wieder verwerfen oder bis zum gewünschten Ergebnis verfeinern.

Die Oculus-Brille und der Colour De-



Die kwbb Tools GmbH, Groß- und Außenhändler für Elektrowerkzeugzubehör und Handwerkzeug, richtete eine Werkbank ein, mit der hautnah herausgefunden werden soll, ob sich aktives Testen am POS verkaufsfördernd auswirkt.



Die „Osram Litify“-Präsentation demonstriert, wie sich zukünftig die unterschiedlichen Lichtquellen eines Haushalts drahtlos ganz einfach per App übers Smartphone ansteuern, ein- und ausschalten, dimmen und in der Farbe verändern lassen.

Fotos: Knauber, Jürgen Rengel

signier sind Weltpremierer, Osram Lightify immerhin eine Europapremiere, die seit der Eröffnung des Innovation Store Ende September 2014 erstmals der Öffentlichkeit präsentiert werden. Unter den Innovationen finden sich außerdem 3D-Drucker, virtuelle Bäderwelten oder auch die Solarleuchte, die 365 Tage im Jahr funktioniert. Und vieles mehr. Um möglichst breitbandig aufgestellt zu sein und sich unter Mitbewerbern nicht ins Gehege zu kommen, stammen die Einzelprojekte aus unterschiedlichen DIY-Segmenten.

Auch die weniger technologiegetriebenen und weniger spektakulären, die „leiseren“ Neuheiten bekommen gleichermaßen ihren Auftritt: Die **Floragard Vertriebs GmbH für Gartenbau** etwa präsentiert eine torffreie Bio-Blumenerde, gelabelt mit der Knauber-Eigenmarke, die den Richtlinien verschiedener Bio-Verbände entspricht. Hintergrund-Info: Qualitativ hochwertige Bio-Erden ohne Torf herzustellen bedarf einer komplexen Rezeptur, da viele alternative Rohstoffe nicht pH-neutral sind und teilweise gegensätzlich wirken. Zum Innovationsprojekt gehören die Entwicklung der geeigneten Rezeptur unter den genannten Vorgaben, ein Pflanzenwachstumstest, die Entwicklung einer modernen Verpackung im Knauber-CI sowie ein Resonanztest, so Floragard: „Wir wollen vom Kunden erfahren, welche Rolle die Themen ‚bio‘ und ‚torffrei‘ spielen. Es geht darum, frühzeitig Trends zu erkennen und diese in die Planung von Ressourcen und Rohstoffen einfließen lassen zu können.“

Die **kwbb Tools GmbH**, Groß- und Außenhändler für Elektrowerkzeugzubehör und

Handwerkzeug, richtete eine Werkbank ein, bei der die Werkzeuge des Akku-Top-Sortiments der Marke nicht nur aus dem Regal genommen, sondern an Ort und Stelle zum Einsatz kommen – durch den Kunden. Hautnah herausgefunden werden soll, ob sich aktives Testen am POS verkaufsfördernd auswirkt. Und ob sich der Kunde in der kwbb-Atmosphäre wohl fühlt.

Den Innovationssprung wagen

Erfahren, erleben, diskutieren, austauschen – das sind die Schlagworte hinter der Idee des „Innovation Store“. Das von Knauber vor rd. eineinviertel Jahren initiierte und gemeinsam mit 15 Netzwerkpartnern aus Industrie, Dienstleistungssektor und Wissenschaft auf die Schiene gesetzte Kooperationsprojekt dient als Testlabor, Dialogplattform und Erlebnisort. Ziel ist es, Kunden neue Präsentationsformen, Dienstleistungen und mehr oder weniger geniale oder epochemachende Produktinnovationen nahezubringen, die sonst schon mal unerkannt in Regalen vor sich hindümpeln oder im Meer der Informationen und Produkte schlicht untergehen. Denn mit herkömmlichen Methoden, so die Initiatoren unisono, sei im DIY-Bereich kein Wachstumspotenzial mehr zu erkennen. „Wir sehen in unserer Branche die Notwendigkeit, einen Innovationssprung zu machen“, meint Peter Stechmann. Ziel ist es auch, den Dialog mit den Konsumenten anzuregen und Kundenmeinungen stärker in die Produktentwicklung einzuflechten – um einer vagen Handelszukunft

mit kundenwunsch-optimierten Produkten entgegenzutreten. Feedback-Tools zur Kundeninteraktion stehen auf der Homepage bereit, über eine durch iBeacons bespielte App sowie über Tablets direkt im Innovation Store. „Wir haben es heute mit einem mündigen Konsumenten zu tun, der schnell mal etwas herunterlädt, der hinterfragt und klare Haltungen vertritt“, ergänzt Dr. Ines Knauber-Daubenbüchel, Inhaberin und Geschäftsführerin der Carl Knauber Holding GmbH & Co. KG. Diesem selbstbewussten Verbraucherverhalten gilt es Rechnung zu tragen.

Experimentierfeld

Um den einzelnen Ideen gebührend Raum und Aufmerksamkeit zu geben, räumte die Knauber-Filiale in Pulheim, eine von insgesamt sieben in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz, rd. 240 qm auf ihrer Galerie ein, die über zentrale Treppenaufgänge aus der Verkaufsfläche im Erdgeschoss zu erreichen sind. Die neun Kojen auf der Galeriefläche sowie die weiteren in den Verkaufsraum integrierten Trendpoints werden jeweils für die Dauer von drei bis sechs Monaten bespielt. Danach wechseln die Produkte bzw. Innovationen, es gibt Wartelisten. Das gesamte Projekt ist auf eine Dauer von zunächst drei Jahren angelegt. Das IFH Köln, Institut für Handelsforschung, begleitet die Initiative analytisch und wertet die Ergebnisse aus. Alle Erkenntnisse werden unter den Projektpartnern geteilt, Umsatz- und Ertragszahlen weitergegeben. ▀

Konny Scholz