



Foto: Moysig

Erlebnis für die Fingerspitzen

Haptische Sinneseindrücke gewinnen im Ladenbau an Bedeutung. Sie ergänzen und vertiefen den ersten visuellen Eindruck und können ein Raumerlebnis intensivieren. Neue taktile Effekte erweitern gewohnte Gefühlswelten und stellen diese mitunter auf den Kopf.

von Konny Scholz

Eine taktile Extravaganz leistet sich das Mode- und Schuh-Handelshaus Deerberg in seinen Stores: Auf der Holzplatte der Kassentresen ist vorne rechts eine wenige Zentimeter große Keramikplatte mit dem Markenlogo als Relief intarsiert – in Klarschrift und in Blindenschrift – also genau dort, wo der Kunde beim Bezahlvorgang oft seine rechte Hand ablegt. Das Kalkül liegt sozusagen auf der Hand, oder vielmehr darunter, und ist als eine Art taktile Abschiedsgruß zu verstehen. Der Kunde soll

nach einem zufriedenstellenden Kauf die Marke nochmal ertasten und am besten auch abspeichern.

Haptische Feinheiten wie diese sind in Storedesign und Ladenbau zwar selten, doch die Sensibilität dafür wächst. „Ob Kassentheke, Regal oder Umkleidekabine – dort, wo der Kunde mit dem Raum direkt in Kontakt tritt, ist die taktile Wahrnehmung sehr wichtig“, betont Volker Herwing, Head of Specification beim Materialhersteller Resopal und



Bild linke Seite: Unterschiedliche Oberflächen in einem Store wie hier bei Tamaris beschäftigen nicht nur die Sehnerven, sondern fordern geradezu auf, mit dem Tastsinn auf Entdeckung zu gehen

Bild oben: Die kleine Keramik-Plakette mit dem Firmenlogo im Kassentresen der Deerberg-Filialen, hier in Hannover, kitzelt die Fingerspitzen und verankert den Markennamen sogar im Tastsinn

verweist auf den Erlebnismfaktor. Das Fühlen gehöre als eine Dimension zum multisensorischen Erlebnis dazu.

„Menschen fassen Oberflächen – meist angezogen von ihrer Optik – oft unbewusst an. Fühlt sich etwas gut an, wirkt das positiv auf die Stimmung. Deshalb ist eine dekorative Oberfläche heute häufig nur noch zusammen mit einer entsprechenden Haptik vermarktbare“, erläutert Nina Kehler, Marketing-Manager beim Unternehmen Impress, das Holzwerkstoffoberflächen entwickelt.

Ein gutes Gefühl

Weiterhin ist es der Megatrend rund um Natürlichkeit, Authentizität und Nachhaltigkeit, der die ästhetische Wahrnehmung und damit auch das Tastempfinden heutzutage wichtig macht. „Die Oberflächen sollen sich so echt wie möglich anfühlen“, sagt Christiane Gebert, Leiterin Entwicklung und Design beim Holzwerkstoffhersteller Pfeleiderer. Die visuelle und haptische Anmutung soll einen naturgetreuen Eindruck von Holz, Stein, Beton oder Marmor vermitteln, auch wenn die Oberfläche per Folie, Druck oder Prägung auf Faserplatten, Pressbleche und Verbundwerkstoffe aufgebracht wurde. Gebert: „Man erkennt also: Aha, dies sieht nicht nur aus wie Eiche, es fühlt sich auch so an. Gegebenenfalls riecht das Material auch wie Eiche und hört sich beim Draufklopfen satt an wie Holz und nicht klapprig wie Laminat. Je mehr Sinne involviert sind, desto echter wirkt ein Produkt.“ Dabei ist eine Abkehr von übertrieben dreidimensionalen Effekten zu beobachten, räumt Nina Kehler von Impress ein: „Der Trend geht stärker in Richtung natürliche Eleganz. Deshalb werden Hölzer und Holzdekore auch nicht mehr ganz so rustikal gestaltet.“

An diese Tendenz knüpft der sogenannte Soft Touch an, der seit einigen Jahren in der haptischen Gestaltung von Materialien aktuell ist: eine angenehm samtige, „tiefe“ Haptik edelmatter Oberflächenbeschichtungen, die inzwischen auf nahezu allen Untergründen und mit Antifingerprint rea-



SHOP DESIGN. SHOPFRONTS. MÖBELBAU.



CORPORATE IDENTITY. EVENTMARKETING.



MESSEBAU. LADEN- UND INNENAUSBAU.

MATERIALIEN FÜR EINZIGARTIGE ERLEBNISWELTEN.

Markenwerte und das damit verbundene Lebensgefühl weltweit und langfristig zu transportieren ist ein Erfolgsfaktor für einzigartige Erlebniswelten. Mit diesem Ziel entwickelt, produziert und vermarktet die 3A Composites GmbH qualitativ hochwertige Materialien für genau diese Erlebniswelten: ein vielfältiges Angebot von Alu-Verbundmaterialien, Kunststoff- und Papierplatten bis hin zu transparenten und transluzenten Platten, die für Shop- und Innendesign, im Möbelbau, für Produktregale, Preisschilder, Wegweiser oder Kabinenbeschilderung zum Einsatz kommen.

Eine Produktpalette mit viel Spielraum zur Umsetzung Ihrer kreativen Ideen!

DIBOND® FORÈX® SMART-X® KAPA® DISPA® BANOVA® LUMÈX®
CRYLUX® CRYLON® LENTICULAR®



POLYCASA

YOUR HOME
FOR PLASTICS
AND COMPOSITES

” Wir sehen für den stationären Handel gerade in haptisch interessanten Materialien und Oberflächen großes Potenzial, sich vom Onlinehandel zu differenzieren.



Hannes Bäuerle
Raumprobe



Foto: Maloja

Derbe Altholzoberflächen, die wie hier im Store des Sportswear-Labels Maloja in Wiesbaden nach wie vor ein großer Trend im Ladenbau sind, erweisen sich bei Berührung oft als samtweich

lisierbar ist, dem Tastsinn schmeichelt und als wohltuend wahrgenommen wird. Verknüpft ist diese haptische Anmutung mit dem Wellness-Trend.

Neue Gefühle

Hochentwickelte Fertigungstechniken erlauben weitgehende Freiheiten. Nahezu jeder Werkstoff kann mit nahezu jeder Textur ausgestattet werden. So werden immer häufiger gewohnte optische und haptische Erfahrungswesen gezielt außer Kraft gesetzt. Optisch sägeraues Holz zum Beispiel erweist sich beim Darüberstreichen als butterweich, oder ge-

bürsteter Edelstahl fühlt sich ungewohnt warm an, da er sich als veredelte HPL-Platte entpuppt. Hannes Bäuerle, Materialspezialist und Inhaber der Materialbibliothek Raumprobe bestätigt, dass durch innovative Verarbeitungstechniken „neue Gefühle“ hervorgehoben werden können. „Neue Materialien haben das Potenzial, neu begriffen zu werden, das hat die inzwischen große Gruppe der supermatten Oberflächen mit ihren samtigen Anmutungen eindrücklich gezeigt. Weiter geht es mit weichem Beton, kaltem Holz oder flexiblem Stein.“

redaktion@ehi.org

Die Fühligkeit des Menschen

Touch mit Folgen

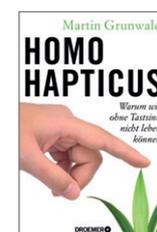
Führt das „zweidimensionale“ Wischen auf Bildschirmen zu einer Verarmung des „dreidimensionalen“ Er-Tastens in der physischen Realität?

Das ständige Wischen auf Touchscreens wirkt sich vielleicht nicht unmittelbar aufs taktile Empfinden aus. Doch das Bedürfnis, bewusst zu fühlen, wächst dadurch, meint Dr. Martin Grunwald, Diplom-Psychologe, Autor und als Haptikforscher Leiter des Haptic Research Laboratory an der Uni Leipzig. „Es gibt wieder Tastentelefone, Schallplatten werden wieder Mode, die Wellness-Industrie boomt mit Körperstimulationen aller Art. Kuschelpartys

in jeder Stadt und Kuschler, die Berührungen als Dienstleistung anbieten – der haptische, körperliche Bedarf ist da, eine Sehnsucht nach Mehrdimensionalität lässt sich beobachten.“

Grunwald erwähnt auch mittelfristig zu erwartende Folgeerscheinungen des digitalen Lebens auf die taktilen Fähigkeiten: „Sensorische Fähigkeiten reifen gemäß ihrer Benutzung. Wir haben keinen direkten Beweis, dass die haptischen Leistungen insgesamt zurückgehen, aber wer sich vorzugsweise in zweidimensionalen Welten bewegt und nicht in der dreidimensionalen Realität, der wird sein sensorisches und kognitives Maximum nicht erreichen können. Aus Studien zur motorischen

Entwicklung und den aktuellen Untersuchungen der Leistungen von Viertklässlern können wir schließen, dass es sowohl um die motorische als auch die sensorische Entwicklung der Kids nicht gut bestellt ist.“



Buchtip

Homo hapticus: Warum wir ohne Tastsinn nicht leben können.
Autor: Martin Grunwald.
Droemer, August 2017