



Flauschige Holzböden

Fotos (2): Winkelmann

Teppichböden galten im Ladenbau lange als „out“, doch ganz weg waren sie nie, denn ihre guten Eigenschaften bezüglich Gehkomfort und Raumakustik sind überzeugend. Die Hersteller warten heute mit Böden aus Recycling-Materialien oder mit naturidentischen Holz- oder Stein-Dessins auf, wie man sie sonst nur von Designbelägen kennt.

von Brigitte Oltmanns

„Teppich? Haha, den haben wir vor sieben Jahren rausgerissen – und jetzt wollen Sie hier wieder Teppichboden verlegen?“ Der Storedesigner Thorsten Winkelmann erntet oft als erste Reaktion Belustigung oder Skepsis, wenn er bei der Projektplanung den Handelspartnern seine Ideen für neue Bodenbeläge präsentiert. Holz-, Schiefer- und Betonoptiken sind angesagt, auch Fliesen aus Zement und Feinstein-

zeug feiern ein Comeback. Teppichboden dagegen – ist doch mega-out, so die Meinung vieler Händler.

Obwohl vielerorts schon vor etlichen Jahren von den Verkaufsflächen verbannt, war Teppichboden allerdings nie ganz von der Bildfläche verschwunden, weil die angenehme Haptik und der Gehkomfort die wohnliche Atmosphäre einer Inszenierung betonen und für Ruhe auf

den Verkaufsflächen sorgen. Wieder vollflächig auf Teppichboden zu setzen, war allerdings bis vor Kurzem noch verpönt. Mit innovativen Ideen und Gestaltungsvarianten gelingt es kreativen Teppichherstellern und Storedesignern jetzt aber zunehmend, Handelsunternehmen wieder für Teppichboden zu gewinnen.

Optisch unerschöpfliche Möglichkeiten bietet dazu der Digitaldruck, mit dem man täu-

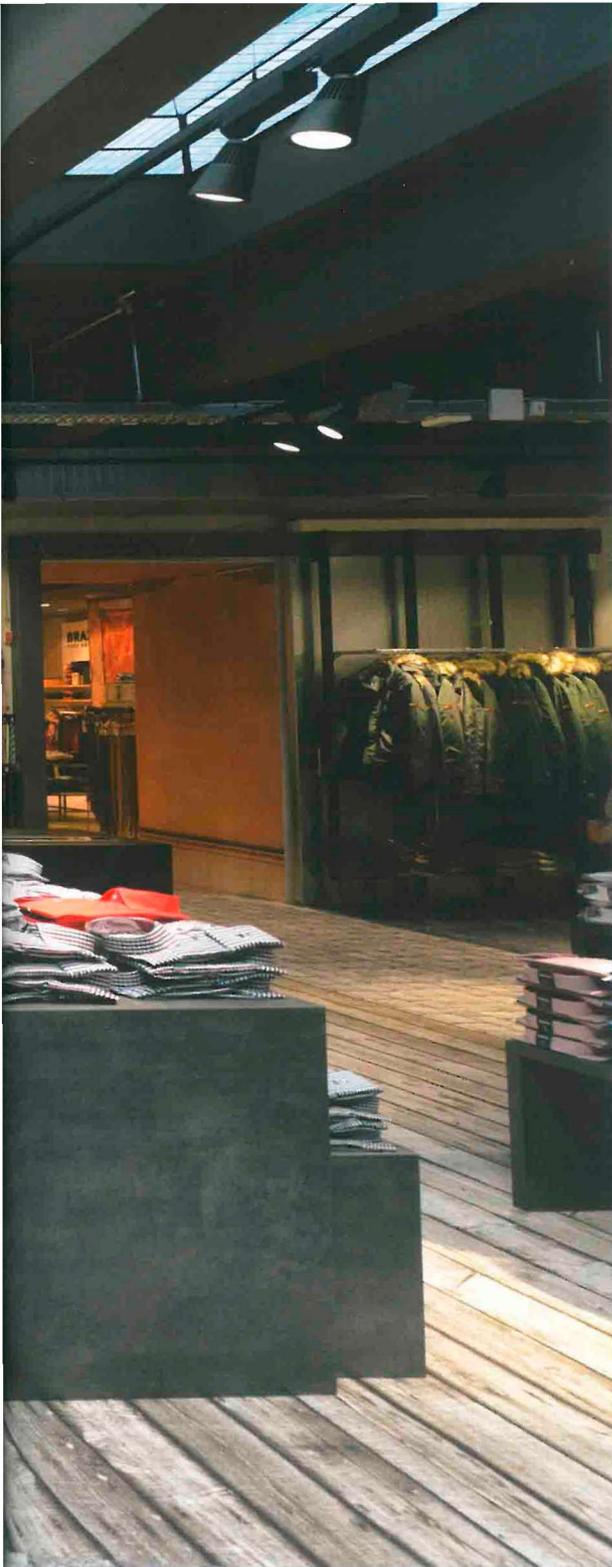


Bild linke Seite: Kaum zu glauben, aber wahr: Holzplanken und Kopfsteinpflaster sind aus Teppichböden, Digitaldruck macht's möglich. Das Modehaus Honer in Ulm überrascht damit seine Kunden

Bild oben: Auch das Schuhhaus Darré in Gießen wollte nicht auf den Komfort von Teppichböden verzichten – und hat gleichzeitig eine Bodenoptik in Holzplanken

schend echt trendige Boden-Optiken mit natürlichen oder synthetischen Garnen imitieren kann: von der groben Schiffsplanke aus Holz über Betonböden, Fliesen, Schieferplatten und Marmor bis zum Riffelblech oder Kopfsteinpflaster. Sie treten zunehmend in Konkurrenz zu den Designböden in gleicher Optik – wenn

sich die Projektverantwortlichen nicht gleich für das Original entscheiden.

Weiche Steine

Der vollflächig verlegte Teppichboden kann also die Kombination verschiedener Optiken wie Holz und Stein abbilden – und bietet dazu

Foto: Object Carpet



Selbstliegende Fliesen, die für den Ladenbau besonders interessant sind, gibt es durchaus auch in hochwertigen Dessins, hier aus der Kollektion „Freestyle“ von Object Carpet

seine spezifischen Vorteile: Eine starke Trumpfkarte ist der weiche federnde Auftritt, der den Füßen schmeichelt, den Trittschall dämmt sowie Komfort und Rutschsicherheit beim Gehen erhöht. Außerdem verbessert Teppichboden

die Raumakustik – und ist auch für Allergiker geeignet, betonen die Hersteller. Textile Beläge (und nicht die Hartböden) minimieren nämlich deutlich die Feinstaubkonzentration in Innenräumen, weil sie dafür sorgen, dass

Schmutz und Staubflusen gebunden werden und nicht in der Luft herumwirbeln. Auch hinsichtlich Strapazierfähigkeit und Hygiene können sich moderne Textilbeläge sehen lassen. Der Teppich lässt sich während des Ladenbetriebs bei Bedarf schnell mal absaugen, wenn er verschmutzt ist; feuchtes Wischen entfällt.

Ein weiterer Pluspunkt für die Renovierung im Ladenbau ist zudem die schnelle Verlegbarkeit – auch über einem alten Designbelag. Pro Tag können nach Aussagen von Experten bis zu 500 qm verlegt werden – Schleifen, Spachteln oder Aufbringen von Ausgleichsmasse für eine ebene Fläche entfällt.

Teppichfliesen

Als selbstliegende Fliesen im Format 50 x 50 cm lässt sich beispielsweise die neue Kollektion „Freestyle“ von Object Carpet in 16 „wertigen“ Designs bequem verlegen. Durch die vielfältige Kombinierbarkeit ergibt sich immer wieder ein neues Gesamtbild, das jede Bodenfläche zu einem Unikat machen und damit den An-

Interview

Teppich entschleunigt

Thorsten Winkelmann, Geschäftsführer des Ladenbauunternehmens Winkelmann Impulse aus Fulda, über seine Liebe zu Teppichböden im Einzelhandel.

Was hat Sie veranlasst, sich intensiv mit Teppichböden zu befassen und neue Design-Ideen zu entwickeln?

Wir haben vor längerer Zeit bei dem Modehaus-Filialisten Fischer in Leipzig Teppiche mit Digitaldruck verlegt. Der Betreiber war begeistert, vor allem, als er feststellte, wie der Teppich dazu beitrug, seine Kunden zu entschleunigen. Der weiche Bodenbelag strahlt Ruhe und Gemütlichkeit aus, sorgt für eine angenehme Raumakustik und ein besseres Raumklima. Damit steigen die Aufenthaltsqualität und die Verweildauer der Kunden. Diese Effekte haben wir durch Tests überprüft und bestätigt. In der Folge sind inzwischen eigene Design-Kol-



Thorsten Winkelmann
Geschäftsführer
Winkelmann Impulse

lektionen entstanden, wir kreieren aber auch gemeinsam mit den Kunden ganz individuelle Teppichbodenlösungen.

Welches Projekt gehört zu Ihren Lieblings-Referenzen im Einzelhandel?

Das Schuhhaus Darré in Gießen. Dort haben wir Teppichböden mit einer Mischung unterschiedlicher authentischer Optiken wie Pflasterstein, Holzdielen oder Schiefer verlegt, alles in einem hellen Grundton, der die hochwertige Darstellung der Schuhe und Lederwaren unterstützt. Der Boden fügt sich sehr gut in das

gesamte Ladenbaukonzept ein, das zum Teil dem Stil einer alten italienischen Villa nachempfunden ist.

Wie reagieren die Kunden im Laden auf diese eigentlich paradoxe Erscheinung: vermeintlich harter Bodenbelag, der sich beim Betreten ganz weich anfühlt?

Sie können es gar nicht fassen, befühlen den Boden, staunen, lachen und freuen sich. Der Überraschungseffekt begeistert die Leute. Und das spricht sich ganz schnell rum.

Ist es aktuell schwer, Ihre Handelspartner für Teppichboden zu begeistern?

Zuerst reagieren sie häufig spöttisch, aber sobald ich Muster oder Referenzprojekte zeige und mit den Kunden über die zahlreichen Vorteile und Möglichkeiten rede, sind 99 Prozent überzeugt.

spruch an Individualität erfüllen kann. Zugleich erlauben Teppichfliesen das selektive leichte Auswechseln beschädigter oder abgenutzter Komponenten. Ob in Showrooms, Boutiquen, im Textil- oder Schuhhandel, ob für Umkleidekabinen oder für den Lesebereich in Buchhandlungen – Teppichfliesen machen vielerorts im Handel eine gute Figur.

Auch die klassischen natürlichen Ziegenhaar-Bodenbeläge von Tretford werden laut Hersteller im Handel nachgefragt, um individuelle Gestaltungsvarianten umzusetzen. Man beobachtet auf den Verkaufsflächen einen klaren Trend zu Holz- und Designböden in Kombination mit den Tretford-Teppichen. Storedesigner und Innenarchitekten im Ladenbau können so „weichere Übergänge“ erzielen sowie bestimmte Bereiche in Shops hervorheben und aufwerten. Neben dem 60 verschiedene Farbtöne umfassenden Farbspektrum des Klassikers will Tretford mit der neuen Kollektion „Voyage“ und ebenfalls neuen Bordürenteppichen frische Inspirationen geben.

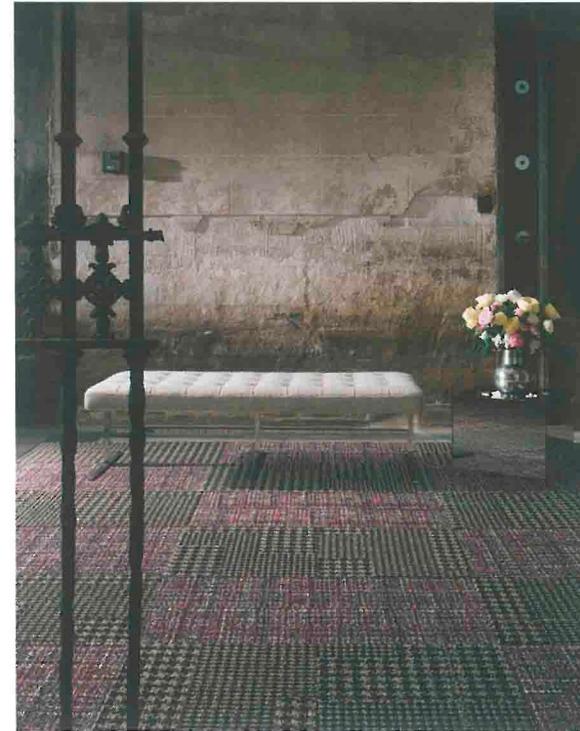
Von der Natur inspiriert

Der Teppichboden-Hersteller Interface beobachtet aktuell einen Trend zu Pastellfarben und Retro-Designs. Auch von der Natur inspirierte Dessins und der Natur nachempfundene Strukturen würden stark nachgefragt. Auf diese Trends zielt der Hersteller beispielsweise mit

der neuen Kollektion „World Woven“. Sie wurde von Texturen inspiriert, die sich weltweit in verschiedenen Kulturen und Epochen wiederfinden. Die Kollektion folgt dem globalen Trend zur Wiederentdeckung handgefertigter, traditioneller Materialien wie etwa Tweed und maßgeschneiderter gewebter Textilien.

Eine weitere Facette, die die Renaissance von Teppichböden beeinflussen kann, sind Nachhaltigkeitsaspekte. In der Teppichbranche wird aktuell das Thema Nachhaltigkeit in der Herstellung intensiv diskutiert, ist von Seiten der Hersteller zu erfahren. Bis zum Jahr 2020 rechnen Experten damit, dass der Faserverbrauch in der Textilindustrie um 30 Prozent ansteigen wird, also die Umweltbelastung weiter zunimmt. Höchste Zeit umzudenken, befand auch die Thüringer Manufaktur Carpet Concept und hat mit dem Garnhersteller Aquafil einen Partner ins Boot geholt, der den Rohstoff für das Garn aus alten Fischernetzen gewinnt, die in den Meeren der Welt mäandern. Die Ausbeute ist hoch: Mit jeder Tonne gesammelter Meeresabfälle lassen sich rd. 1.000 qm Teppichboden herstellen. Die mit zahlreichen Design-Preisen ausgestatteten Teppiche weisen laut Carpet Concept eine hohe Strapazierfähigkeit und akustische Wirksamkeit auf und sind deshalb für den Einsatz im Objektbereich prädestiniert.

Foto: Interface



Neben den naturidentischen Optiken sind bei Teppichböden Inspirationen aus Natur und Ethnologie im Trend, hier ein Beispiel aus der Kollektion „World Woven“ von Interface

Interface sieht sich in Sachen Nachhaltigkeit auch ganz weit vorn. Ebenfalls in Kooperation mit Aquafil produziert das Unternehmen Teppiche aus 100 Prozent recyceltem Garn. Neu ist dabei die Linie „Touch of Timber“, ein modularer Textilboden, der das natürliche Muster eines Holzfußbodens imitiert. Auch Object Carpet bietet eine nachhaltige Lösung: Die „Free-stile“ Teppichfliesen bestehen aus 100 Prozent recyclebarem PET.