

Trends 2007:

Wie man heute mit Naturstein wohnt

Der Wunsch nach Unverwechselbarkeit, ausdrucksstarken Materialien und Opulenz prägt die aktuellen Wohnraumgestaltungen – Chancen für die Natursteinbranche, wenn das Angebot an Farben und Oberflächen dem Trend entspricht.

Die diesjährigen Möbel- und Einrichtungsmessen in Köln, Frankfurt, Mailand, Barcelona und Paris haben gezeigt, dass der Stil europaweit von den gleichen Sehnsüchten inspiriert wird. Möbel aus Skandinavien, Osteuropa, Spanien, Italien oder der Provence sind nur noch durch die Firmennamen von deutschen Designprodukten zu unterscheiden. Die in den aktuellen nationalen und internationalen Zeitschriften präsentierten Wohnraumgestaltungen sind austauschbar. Welche Käufergruppen folgen welchen Trends?

Zuhause bleiben ist en vogue

Die mit über 30% stärkste und zahlungskräftigste Zielgruppe sind die »Konservativ-Kultivierten«, auch die »Werte-orientierten« genannt. Bei ihnen hat sich in den vergangenen zwölf Monaten viel verändert. Die Seh-

sucht nach einem Leben im Süden ist weitgehend einer Identifikation mit der heimischen Umgebung gewichen. Auch die Urlaubsziele spiegeln den Stimmungsumschwung: Ferien im eigenen Land sind en vogue, und die deutsche Nord- und Ostsee sind jetzt schon ausgebucht!

Woran liegt das? An der viel diskutierten Klimaverschiebung, der wir möglicherweise den milden Winter und das warme Frühjahr verdanken? Ist der Wandel gar eine Nachwirkung des sonnigen WM-Sommers 2006?

Mehr Opulenz ist angesagt

Sicherlich spielt in der Zielgruppe der gut betuchten »50+-Generation« auch der aktuelle Wirtschaftsaufschwung eine Rolle, der von zuversichtlichen Prognosen begleitet wird. Wie in früheren Jahrhunderten geht auch heute der Wohlstand Hand in Hand mit einer opulenteren Gestal-

tung des persönlichen Umfelds. Was Mode, Autos und Luxusgüter betrifft, sind die Umsätze bereits entsprechend gestiegen. Die Einrichtung zieht jetzt nach.

Wie sieht es denn aus, das private Umfeld, von dem diese Zielgruppe träumt? Das vorherrschende edle Weiß erhält deutliche Konturen durch ein klares Schwarz; Akzente werden mit Gold, leuchtendem Purpurrot, samtigen Violett oder – v. a. bei den Jüngeren dieser Zielgruppe – mit einem saftigen Apfelgrün gesetzt. Die bisher gespachtelten Wände verschwinden wieder unter Tapeten mit floralen Mustern oder barocker Anmutung, oft in Schwarz-Weiß-Kontrast bedeckt. Eine Mischung aus kühler Optik und schwingvollem Ornament, aus großer glatter Fläche und fein ziselierendem Detail, aus fließender Seide und funkelndem Kristall macht diese Optik interessant und luxuriös.

Weißer und schwarzer Marmor sowie dunkelgraue und schwarze Hartgesteine sind die perfekten Ergänzungen für diesen Stil. Dabei sind auch Gestaltung mit Designkompetenz und handwerkliche Verarbeitung gefragt. Der Stein soll sich deutlich von industriell gefertig-



Marmorbad mit Akzenten in Schwarz



Innenraumgestaltung mit Natursteinen

tigten Imitaten unterscheiden. Säulen mit fein gearbeiteten Kapitellen, Bordüren oder farblich abgesetzte Kanten sind nur einige Komponenten des angestrebten luxuriösen Ambientes. Während man Wohnräume und Treppenhäuser gern mit edlen dunklen Böden gestaltet, wählt man für Bäder die Farbe Weiß. Dezent wird mit Schwarz ergänzt; Üppige Wellness-Oasen werden mit frei stehenden Badewannen, Armaturen in Gold, großen Spiegeln in Barockrahmen und pompösen Kronleuchtern ausgestattet.

Stimmungsvoll kreativ mit Schiefer

Die schon ca. 15 % große, stetig wachsende Zielgruppe der »Stimmungsvoll-Konservativen«, zu der viele junge Familien mit ein bis zwei Kindern im Eigenheim gehören, würde auch gern luxuriös leben, allein – es fehlt an Geld. Zum Ausgleich wird man kreativ und schmückt das Eigenheim mit selbst gestalteten Dekorationen.

Die Jahrtausendwende wurde in diesen Häusern und Wohnungen mit fröhlichen Farben gefeiert. Das in den 1990er-Jahren vorherrschende Blau wurde von Pink und Orange ergänzt oder abgelöst. Im vergangenen Jahr ergänzten bereits dunklere Beerenöne diese Farbenpracht. Gegenwärtig verstärkt sich in dieser Zielgruppe der Wunsch nach dezenteren Farben, die sich in die vorhandene Wohnwelt integrieren und die dominanten Nuancen von Pink-Orange-Rot-Violett ruhiger wirken lassen.

Viele wählen jetzt sog. Schlammtöne – eine Farbpalette, die von einem dunklen Olivgrün über verschiedene Grau- und Grauschwarz-Abstufungen bis zum Schwarzbraun reicht. Diese Farben verleihen der bunten Umgebung Bodenhaftung, Kontur und Eleganz, ohne die Brillanz der hellen Töne zu stören. Insbesondere Schiefer sorgt hier für die begehrte Patina. Die in dieser Zielgruppe oft anzutreffende Kombination von Erbstücken mit Ikea-Möbeln und Souvenirs von Fernreisen wird durch einen Schieferboden ideal verbunden. Es entsteht der Eindruck einer gewachsenen Familientradition. Der Neubau mausert sich so zum individuellen Domizil.

Eine wachsende Vorliebe für Naturstein teilen noch zwei weitere Zielgruppen in Deutschland, die unter-



Statt Markenmöbeln exklusive Steine



Schiefer »erdet« Räume

schiedlicher kaum sein können: die bislang ganz von Marken geleiteten »Modern-Ambitionierten« und die umweltbewussten »Authentischen«.

Naturstein für Umweltbewusste

Bislang gestalteten die »Authentischen« ihren Lebensraum v. a. mit Holz, wobei sie großen Wert auf Qualität und Verarbeitung legten. Die Möbelindustrie reagierte; zusätzlich bot sie in den letzten beiden Jahren Möbelunikate mit fast skulpturalem Charakter aus besonders ausdrucksstarken Hölzern an. Auch Naturwerkstein ist ein natürlicher, gesunder, ausdrucksstarker und zudem langlebiger Baustoff, weshalb er nun verstärkt ins Blickfeld auch dieser Zielgruppe gerückt ist. Die Natur wird durch große Fenster und bepflanzte Innenhöfe ins Haus geholt; dazu passen Innenwände aus Natursteinmauerwerk. Diese Steine sollen aus der Region stammen, dem Charakter der Landschaft entsprechen und damit dem Lebensraum Authentizität verleihen.

Statt Markenmöbel Steine

Auch die Modern-Ambitionierten haben sich dem Baustoff Naturstein zugewandt, aber aus anderen Gründen. Sich über Marken zu definieren, ist heute kaum mehr möglich; zu viele leisten sie sich, und erschwingliche Repliken sind von teuren Originalen häufig nicht mehr zu unterscheiden. Deshalb werden die vorhandenen Designer-Möbel mit strengen Formen und kühlen Farben nun oft durch

Wandbekleidungen oder Bodenbeläge aus dem so lebendigen Werkstoff Naturstein ergänzt. Besonders gefallen dieser Klientel Steine mit ausgeprägten Strukturen und Farben, die wie Gemälde wirken. Brasilianische Quarzite sind hier so begehrt wie farbenprächtige Onyx und Travertine. Die Einsatzmöglichkeiten sind breit gestreut, zumal die moderne Technik die Produktion 9, 7 oder gar 5 mm dünner Unmaßtafeln ermöglicht. Naturstein wird dadurch leicht, teilweise sogar transluzent und damit für Anwendungen interessant, für die er noch vor wenigen Jahren in keiner Weise geeignet schien. Der weiteste Weg für die Beschaffung des Steins ist vielen Modern-Ambitionierten gerade recht nach dem Motto: Je spannender die Geschichte der Steingewinnung und des Transports, desto besser. Der Preis spielt nur eine untergeordnete Rolle, wenn es darum geht, sich deutlich von der Masse abzusetzen.

Richtig präsentieren und beraten!

Naturstein liegt im Trend! Allerdings sind die Erwartungen und Anforderungen, die die jeweiligen zahlungskräftigen Zielgruppen an ihren Naturstein-Traum knüpfen, sehr unterschiedlich und bei der Vermarktung unbedingt zu berücksichtigen. Je besser man hier mit Blick auf die jeweilige Zielgruppe präsentiert und berät, desto sicherer ist einem der Erfolg. Packen Sie es an!

Ingeborg Burggaller