

Lösen, nicht nur Handeln – Lösungen für den Innenaus- und Holzbau

Silvia Furlan
KURATLE GROUP AG
Leibstadt, Schweiz



Lösen nicht nur Handeln – Lösungen für den Innenaus- und Holzbau

1. Definition Handelstätigkeit im 21. Jahrhundert

Beruhete die Handelstätigkeit im vorherigen Jahrhundert noch vorwiegend darin, Produkte zu beschaffen und entsprechend Markt/Segment spezifisch zu distribuieren, müssen Unternehmen, welche im 21. Jahrhundert einer Handelstätigkeit nachgehen Kompetenzen im ganzheitlichen und integrierten Sinne beherrschen.

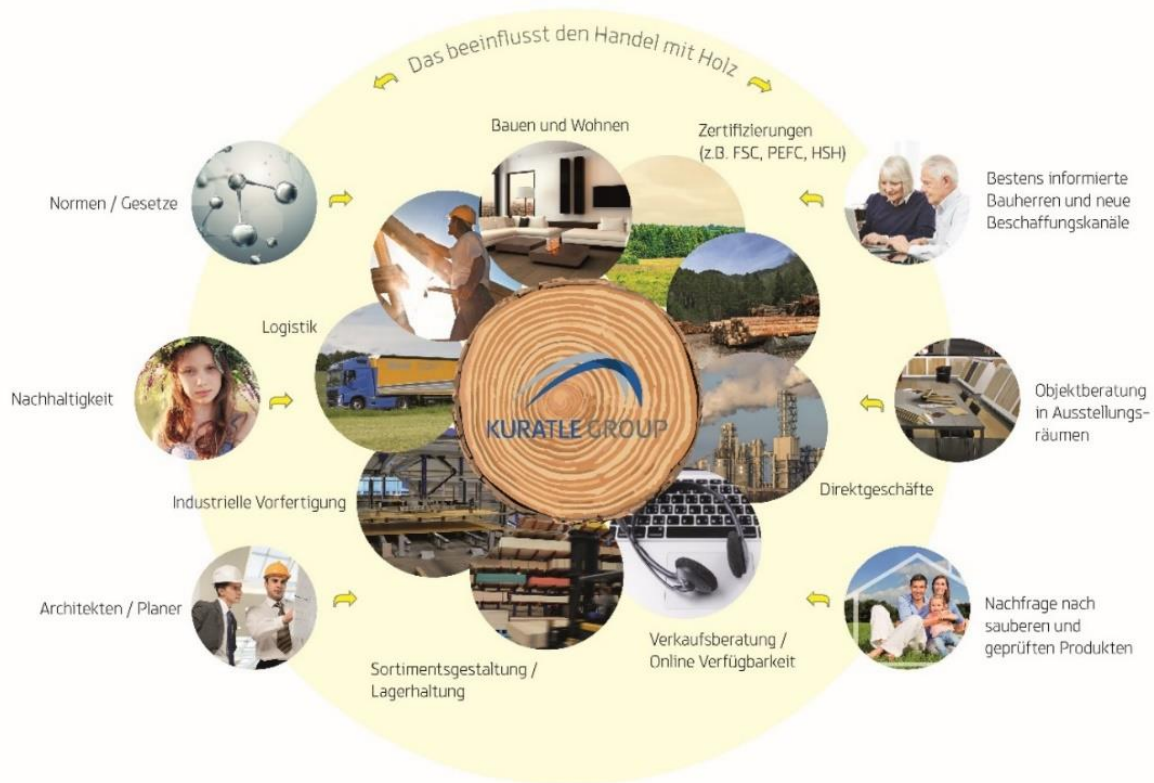
Zunehmende Marktsättigung, Angebotsüberhang und -vielfalt, sich veränderndes Konsumentenverhalten, abnehmende Kundenloyalität, Internationalisierung, Einkaufstourismus und Digitalisierung zwingen den klassischen stationären Handel – sich neu zu definieren und auszurichten.

Weiter gehen immer mehr Unternehmen einer Handelstätigkeit nach. Mit und ohne physischem Warenfluss, beeinflussen sie B2B und B2C Kunden unabhängig davon, ob sie den Kanal direkt oder indirekt bedienen. Hersteller suchen vermehrt den direkten Zugang zum Käufer und das Cross-Channel-Verhalten von Kunden und Beeinflusser wird immer ausgeprägter.

2. Herausforderungen des Holzwerkstoffhandels

Konzentrierte sich der klassische Holzwerkstoffhandel in der Vergangenheit vorwiegend auf seine Funktion der Beschaffung von Waren von Hersteller oder anderen Lieferanten, um diese an Wiederverkäufer, und/oder das regionale Handwerk der Holzverarbeitenden Industrie marktkonform abzusetzen, müssen heute zusätzliche Kompetenzen erfüllt werden.

- Verordnungen, Gesetze und Richtlinien im Bauwesen und die daraus abgeleiteten, stetig zunehmenden Anforderungen an das öffentliche und institutionelle Beschaffungswesen fordern Nachweise auf Herkunft und Herstellung der Produkte, welche der Handel als Bindeglied zwischen Hersteller und Verarbeiter einfordert und dem Verarbeiter zur Verfügung stellt.
- Bestens informierte Bauherrschaften stellen fundierte Bedingungen an Bauprodukte. Sie setzen sich intensiv mit den von ihnen gewählten Produkten auseinander, interessieren sich für die Herkunft des Grundmaterials und den Herstellungsverfahren von gewählten Materialien. Über Architekten, Baufachleute, Planer und den Fachhandel geben sie ihre Wünsche an das ausführende verarbeitende Handwerk weiter.
- Die Errungenschaften der Technik haben den natürlichen Qualitäten von Holz weitere Eigenschaften hinzugefügt und moderne Holzwerkstoffe erweitern das Spektrum für den konstruktiven Holzbau, die Anwendung in den Bereichen der Boden- und Wandbeläge, für Küchen und Möbel sowie energieeffizientes Bauen. Diese Komplexität setzt voraus, dass Mitarbeiter im Handel über ein umfangreiches Wissensspektrum von Beschaffung, Markt, Sortimenten und dessen Anwendung, Lagerung und Vertrieb verfügt. Der Kunde vertraut darauf, dass er stets das für ihn konfektionierte Angebot mit optimalem Preis-/Leistungs-Verhältnis bekommt.



- Grossflächen-, Baustoffhändler sowie Einkaufsgruppen penetrieren den hartumkämpften Markt.
- Hersteller übernehmen Handelsfunktionen und bemühen sich direkt um deren angestammte Kundschaft – die Handwerker.
- Rückläufige Volumengeschäfte erheben den Anspruch auf Losgrösse Eins. Just-in-time Lieferungen, in die Werkstatt oder auf die Baustelle zählen zur Tagesordnung, was eine ausgeklügelte Logistik voraussetzt.
- Der Online-Handel breitet eine zusätzliche Konkurrenz und punktet mit hoher Lieferbereitschaft und einkaufen rund um die Uhr.
- Verkaufen ist heute ein mehrdimensionales Thema und somit werden Marketingaktivitäten und integrierte Kommunikation vermehrt eingesetzt. Informationskanäle und Vertriebswege aller Anspruchsgruppen müssen übergreifend angepasst werden.

3. Gemeinsam Lösungen finden

So individuell die Bedürfnisse von Markt und Kundengruppen sind, so herausfordernd sind heute die Aufgaben des Holzwerkstoffhandels. Wie kann sich der Fachhandel dennoch behaupten? Wichtig ist, dass das Gesamtpaket stimmt und zielgruppenkonforme Lösungen geboten werden können.

- Bedürfnisgerechte Sortimente zusammenstellen
- Beratungsqualität und integrierter Objektarbeit
- Partnerschaft zwischen Hersteller und dem Handel
- Cross-Channel (aufeinander abgestimmte Vermarktungs- und Vertriebskanäle)
- Gesamtlösungen bieten (Sortiment, Vorfertigung, Kommissionierung, Logistik)



Trotz den heute unterschiedlichen und vielfältigen Möglichkeiten Produkte und Dienstleistungen rund um die Uhr und egal von wo, auszuwählen, ist der persönliche Kontakt oder ein individuelles Beratungsgespräch (in einer emotional gestalteten Ausstellung) nicht wegzudenken.

3.1. Eine perfekt abgestimmte Gesamtlösung



Der sechs Tonnen schwere, 19 Meter hohe Skifahrer aus Holz, der als Bühne im Einsatz war, spielte an der Ski-WM 2017 in St. Moritz eine wichtige Rolle. In erster Linie eine Hommage an den Olympiasieger Edy Reinalter und weiter repräsentierte der imposante Eyecatcher, Holz als multifunktional und vielfältig einsetzbaren Werkstoff.

Dieses wunderbare Kunstwerk durfte die KURATLE GROUP im Auftrag vom Holzbauer A. Freund Samedan mit CNC und Logistik Leistungen unterstützen. Eine Partnerschaft von der Idee bis zur Realisierung. Edy wurde hergestellt aus 637 NOVATOP 3-Schichtplatten.



design
to
production



Ski-Weltmeisterschaft 2017

Ein Skifahrer als Bühne

St.Moritz

Zur Ski-Weltmeisterschaft 2017 wird im Zentrum von St.Moritz ein 17 Meter hoher, begehbare Skifahrer aus Holz nach dem Entwurf der Zürcher Agentur Aroma errichtet. Die Holzskulptur ist zur Begleitung der Medaillenvergabe als Eventspace beispielbar, Projektionen, Tanz- und Klettershows sowie Fernsehmoderationen werden im und auf dem Skifahrer stattfinden. Die Hülle ist aus über 600 per CNC-Technik zugeschnittenen Holz-Platten zusammengesetzt. Ein Turm mit Treppenhaus unterstützt die Struktur und erlaubt die Erschliessung des Innenraums über drei Plattformen.

Design-to-Production GmbH
Seestrasse 78
8700 Erlenbach/Zürich
Schweiz

T +41 (0)44 814 74 98
F +41 (0)44 814 74 99
info@designtoproduction.com
www.designtoproduction.com



Design-to-Production hat die parametrische 3D-Planung der Platten und ihrer Verbindungen übernommen, so dass aus dem detaillierten digitalen Modell direkt die Fertigungsdaten für den computergesteuerten Zuschnitt erzeugt werden konnten. Für die fast 1000 individuellen Verbindungen an den Kanten wurden parametrische Details entwickelt, die sich präzise vorfertigen und damit sehr einfach montieren lassen. Durch eine ausgeklügelte Nummerierung und umfassenden Informationen auf den ausgefrästen Platten, kann der Skifahrer in nur drei Wochen montiert und aufgestellt werden.

Standort St.Moritz (CH)

Fertigstellung Februar 2017

Bauherr Organisationskomitee Ski-WM2017

Entwurf aroma, Zürich (CH)

Beratung Création Holz, Hermann Blumer

Holzbauer A.Freund Holzbau, Samedan (CH)

Statik sblumer ZT, Graz (AT)

Details IHT Rafz (CH)

Zuschnitt Bearbeitungs- & Zuschnittszentrum AG, Leibstadt (CH)

Digitale Planung Design-to-Production, Zürich (CH)