

Puristen sind keine „Konsummuffel“!



Gabriela Kaiser.

Drei Fragen an Gabriela Kaiser, TREND-agentur Weißdorf. Von Ingrid Bednarsky

Puristen, so hört man zuweilen, seien „Umsatzkiller“, weil sie nur das Nötigste in ihre Wohnungen stellen. Ist das wirklich so?

Puristen leben nach der Devise „Weniger ist mehr“, was natürlich auch ihre Konsumgewohnheiten beeinflusst. Aber alles, womit sie sich umgeben, muss wertig sein. Produkte werden mit großer Sorgfalt ausgewählt; der Preis spielt eine untergeordnete Rolle. Mit anderen Worten: Puristen kaufen zwar weniger, dafür aber hochwertig, sprich teurer. Und obwohl sie funktionale Produkte bevorzugen, haben sie auch ein Faible für Dekoratives – vor-

ausgesetzt, dass es stilistisch in ihre Welt passt. Wer sie als Kunden gewinnen will, muss sie auf ihrer „Wellenlänge“ ansprechen.

Wie kann das im Gartenmarkt aussehen?

Produkte strahlen nur dann Wertigkeit aus, wenn sie repräsentativ dargeboten und inszeniert werden. Am besten gelingt das in Themenwelten, die im Idealfall eine Wohnsituation widerspiegeln. Nicht jeder Kunde kann sich vorstellen, wie sich bestimmte Accessoires zu Hause einsetzen oder dekorieren lassen.

Puristen brauchen Symmetrien, Leerflächen, (Frei-)Raum, wo sich die Produkte entfalten können. In überladenen Inszenierungen und unstrukturierten Darbietungen fühlen sie sich unwohl. Was sie zum Beispiel anspricht, sind Reihungen oder Dopplungen des gleichen Artikels – drei Mal die gleiche Vase nebeneinander, drei Mal die gleiche Lampe über einem Tisch. Das darf aber auch nicht zu

viel des Guten sein, sonst sieht es nach ramschiger Massenware aus. Hochwertigkeit zeichnet sich dadurch aus, dass wenig Ware auf viel Raum inszeniert wird und das Einzelprodukt zur Wirkung kommt. Hier ist also Fingerspitzengefühl gefragt. Die typischen Regeln des Wareendrucks im Regal und auf der Fläche sind beim puristisch orientierten Kunden völlig fehl am Platz.

Wer Puristen als Kunden gewinnen will, muss sie auf ihrer „Wellenlänge“ ansprechen. Hochwertigkeit zeichnet sich dadurch aus, dass wenig Ware auf viel Raum inszeniert wird und das Einzelprodukt zur Wirkung kommt.

Mit Blick auf die Ostermärkte: Welche Produkte können Sie empfehlen, die dem minimalistischen Geschmack gerecht werden?

Die Produkte sollten schlicht, aber nicht gewöhnlich und austauschbar sein. Hochwertigkeit des Materials ist wichtig. Was man in jedem Discounter bekommt, gehört nicht hierher.

Ein großes Trendthema für Ostern 2013, das den puristischen Geschmack bedient, ist Schwarz-Weiß mit nur einer Akzentfarbe, wie Gelb, Kiwigrün oder Mint. Man kann auch mehrere Akzentfarben zeigen, aber nicht bunt durcheinander, sondern zum Beispiel im Farbverlauf. Geeignete Produkte sind beispielsweise unifarbene Keramik-Hasen in Weiß sowie Gelb als Eyecatcher, wertige Glas- und Porzellanvasen für Frühlingssträuße, schlichte Porzellan- und Metallüber-töpfe, Schalen mit weißen Porzelleiern sowie Tischsets, einfarbig oder mit grafischem Muster oder Schrift. Ebenso Kerzenhalter in Chrom, Kerzenhalter und Schalen aus Drahtgeflecht, Papiertüten-Teelichter, Blüten aus Porzellan und weiße Zweige in Vasen.