



Bildquelle: Redaktion/pen

Dr. Michael Metten (l.) und Thomas Hartmann in dem neuen „GaLa digital Studio“. Auf dem Boden und an der Wand hinter ihnen sind die beiden 4K-Monitore zu sehen. Der Bildschirm am Boden ermöglicht eine Eins-zu-Eins-Darstellung der Beläge.

Ausstellungen neu denken

Metten Stein + Design Der Apfel im Logo des Herstellers Metten Stein+Design ist „ein Kind der Neunziger“, wie Geschäftsführer Dr. Michael Metten sagt: Er steht für den Paradiesapfel - hatte das Overrather Unternehmen doch früher den Slogan „...für mein Gartenparadies“. Dieser hat sich mittlerweile gewandelt, aber der Apfel und der Anspruch, einen schönen Garten mitzugestalten, sind geblieben. Dafür hat das Unternehmen nun ein neues Beratungs-Tool entwickelt, das dem Handel eine zielgerichtete und erfolgreiche Beratung des Endkunden ermöglichen soll. Wir haben uns dafür mit Dr. Michael Metten (geschäftsführender Gesellschafter) und Marketingleiter Thomas Hartmann am Firmensitz in Overath zum Gespräch verabredet. Dabei wurde natürlich noch über andere Themen gesprochen.

Birte Penshorn

Das „GaLa digital Studio“ soll die Beratung des Endkunden beim Baustoff-Fachhandel auf die nächste Stufe heben. Dabei handelt es sich um eine Mischform aus analoger und digitaler Unterstützung. Das Beratungs-Tool wurde dabei nicht allein umgesetzt, sondern zusammen mit der Digital Concepts for the Future GmbH.

Eins-zu-Eins-Darstellung der Beläge

Das „GaLa digital Studio“ besteht im Wesentlichen aus zwei 4K-Monitoren, die auch bei Tageslicht funktionieren. Der Bildschirm am Boden ermögliche eine Eins-zu-Eins-Darstellung der Beläge. Der Bildschirm an der Wand zeigt ebenfalls den Belag, hier aber in Ambientebildern, um dem Kunden eine Vorstellung für die Fläche zu ermöglichen. Dies biete mehr Möglichkeiten, sich mit den Produkten auseinanderzusetzen – beispielsweise auch, wie die Farbwirkung im Verhältnis zum Haus sei. Farben, Formate, Fugen und unterschiedliche Verlegungsmöglichkeiten könnten dabei schnell variiert werden, wie Dr. Michael Metten vorführt. Der Kunde erhalte so eine wesentlich bessere Vorstellung als über kleine Ausstellungsflächen oder einen Musterständer. Die Berater können zielgenauer auf die Wünsche eingehen und so schneller zu einem Ergebnis kommen, das den Bedürfnissen des Kunden entspreche und seine Zufriedenheit garantiere. Für die Haptik sei außerdem jeder Stein in einem Regalsystem hinterlegt. Die Händler seien dadurch deutlich flexibler, da Neuheiten sofort eingespielt werden könnten. Der auf-

wendige und teure Austausch von Musterflächen werde somit zunehmend obsolet. „Die Baustoffhändler, denen wir es vorgestellt haben, hat das total fasziniert“, so Metten.

Mehrere hundert Artikel auf einzelnen Flächen ausgelegt und fotografiert

Auf die Idee seien sie gekommen, da viele Menschen, die neu bauten, aus dem Küchenbereich bereits fotorealistische Darstellungen kennen. Und dann kämen sie in den Bereich des Garten- und Landschaftsbaus, in dem dies oftmals noch anders sei, wie Metten erläutert. Die Pläne und Handmuster würden es ebenfalls nicht erleichtern, sich das Ganze in einer Fläche zu denken. „Und wir hören auch aus vielen Gesprächen, dass es ihnen schwerfällt, aus Musterständern, die wir beim Baustoff-Fachhandel in ausreichender Zahl stehen haben, sich das vorzustellen.“ Insofern seien die beiden sehr gespannt gewesen, als sie diese Themen im Fliesenbereich gesehen hätten und dann mit der Firma Digital Concepts for the Future das Thema entwickelt hätten, „von der Nutzung für die Fliese reduziert auf das, was wir im Garten- und Landschaftsbau benötigen“. Der erste Ideenaustausch zwischen Metten, Thomas Hartmann und Digital Concepts for the Future fand im Frühjahr des vergangenen Jahres statt. Danach ging es dann bereits schnell in die Umsetzung. „Die Fliese hat es dabei erheblich leichter als wir“, wie Hartmann erläutert. „Je nach Hersteller und Qualität besitzt diese bereits zwölf, 18 oder

24 verschiedene Druckdateien, die für das Oberflächenmotiv zugrunde liegen. Diese Druckdateien können einfach in ein solches System eingespielt werden und dann habe ich eine fotorealistische Darstellung.“ Betonsteine hingegen würden erheblich anders produziert, sodass sie den umgekehrten Weg hätten gehen mussten: Mehrere hundert Artikel seien von ihnen auf einzelnen Flächen ausgelegt und unter verschiedensten Lichtverhältnissen fotografiert worden, um eine realistische Darstellung einer Fläche zu erzielen. Dies habe viele Monate gedauert – aber auch noch einmal deutlich gezeigt, wie schwierig es sonst für den Kunden sei, sich dies vorzustellen. Innerhalb von drei Monaten hätten sie schätzungsweise 500 Flächen fotografiert. Dafür hätten auch erst einmal die gleichen Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, was Licht und Aufbau anbelangt. Insgesamt hat die Entwicklung ein gutes Dreivierteljahr gedauert – ein schneller Vorgang.

Testphase bei drei Baustoff-Fachhändlern

Im Oktober und November 2022 habe eine Testphase bei drei Baustoff-Fachhändlern gegeben, die auch sofort den Prototypen gekauft hätten, wie Metten lächelnd anmerkt. Derzeit hätten sie es circa 25 Händlern vorgestellt und die Gespräche liefen. Der Baustoff-Fachhandel hat dabei die Wahl zwischen einer Indoor- und einer Outdoor-Variante, die in einem Container untergebracht ist. Sie selbst verkaufen das „Gala



Bildquelle: Metten Stein + Design

Das „GaLa digital Studio“ in einer digitalen Gesamtansicht.

digital Studio“ übrigens nicht, dies macht Digital Concepts for the Future. Metten bringe das Produkt in den Markt und hat eine zweijährige Exklusivität bis 2025 – danach solle dies aber eine Plattform für alle interessierten Hersteller werden, die ihre Produkte ebenfalls einspielen könnten. „Es kann ja nicht sein, dass sonst beispielsweise fünf verschiedene ‚Studios‘ bei einem Händler stehen“, so Metten.

Intuitive und einfache Bedienbarkeit

Die Vorteile für den Baustoff-Fachhandel seien eine bessere Beratung des Kunden sowie eine Differenzierung im Markt. Durch eine intuitive und einfache Bedienbarkeit würden außerdem die Mitarbeiter im Handel entlastet, wie Hartmann ausführt. Von den Händlern, die im Fliesenbereich schon länger damit arbeiten, hätten sie außerdem gehört, dass es eine bessere Bindung gerade der jungen Mitarbeiter ermögliche und es sei eine signifikante Umsatzsteigerung zu verzeichnen gewesen. Außerdem könnten sie dadurch viel stärker auf Trends in der Gartengestaltung reagieren. Bisher ist dies immer nur mit einem Zeitversatz von zwei bis drei Jahren möglich: Die Außenanlage muss gebaut werden, es muss einwachsen und erst dann kann man es für den Katalog fotografieren. So seien sie viel schneller mit ihren Produktneuheiten unterwegs oder könnten auch mal einen Trend forcieren. „In der Summe können die Ausstellungen des

Baustoff-Fachhandels ganz neu gedacht werden“, so Metten. Im diesem Sommer sollen ihre Natursteine folgen, die in das „GaLa digital Studio“ eingespielt werden. „Wir müssen das Thema Digitalisierung nicht übertreiben, aber es ist schon wichtig für uns, offen zu schauen, welche Möglichkeiten gibt es. Und ob diese dann zu uns passen und diese dann vielleicht mit anschieben, sodass diese uns dann als Baustoffmarkt in Gänze zugute kommen“, wie Hartmann ausführt.

Vollständig zementfreier Betonstein ab Sommer 2023

Digitalisierung ist also wichtig, aber: „Viel mehr als das Thema der Digitalisierung beschäftigt uns allerdings das Thema Nachhaltigkeit“, so Metten. Im Sommer 2023 werden sie deshalb einen vollständig zementfreien Betonstein auf den Markt bringen: „Eco Terra Zero“. Vor acht Jahren haben sie mit der Arbeit begonnen, einen zementfreien Vorsatz für einen Betonstein zu entwickeln – damals hätten noch gar nicht mal unbedingt CO₂-Emissionen im Vordergrund gestanden, sondern eher, bestimmte Eigenschaften des Betonsteins zu verbessern, zum Beispiel Freiheit von Kalkausblühungen, brillantere Farben sowie einen in der mineralogischen Struktur beinhalteten Oberflächenschutz, wie Metten ausführt. Dies seien die Triebfedern für die Entwicklung der „Eco Terra“-Technologie gewesen.

Nachdem Greta Thunberg die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz dann deutlich stärker ins Bewusstsein gerückt hätte, hätten sie nachgerechnet und festgestellt, dass sie allein durch den kompletten Ersatz in der Vorsatzschicht 15 Prozent CO₂-Emissionen einsparen. Und dieses Thema hätten sie nun dahingehend weiterentwickelt, dass sie ab Sommer einen vollständig zementfreien Beton mit circa 65 Prozent Emissionsreduzierung haben. Auf die Zementfreiheit des Vorsatzbetons hätten sie eine Patentanmeldung in vielen Ländern. „Das ist ein Riesenschritt in die Zukunft“, so Metten. „Und insofern glaube ich auch, dass Beton eine Zukunft hat. Denn wir müssen auch in Zukunft Flächen befestigen und ebenso dürfen, können und sollen in Zukunft Gärten gestaltet werden. Und das werden wir in einer erheblich nachhaltigeren Art und Weise tun können.“ Das Produkt werde anfangs noch etwas teurer sein. Doch das Thema werde sich rasant entwickeln, und dadurch auch die Ausgangsstoffe besser zu erhalten sein, ist sich Metten sicher. Insofern halte er es für realistisch, dass in ein paar Jahren das Produkt dann preisgleich sei. Hinzu komme, dass durch steigende Preise für CO₂-Zertifikate auch die Preise für herkömmliche Betonsteine steigen werden. Die Rezeptur sei zu 100 Prozent mineralisch und recycelbar, „der Rest ist natürlich ein kleines und großes Geheimnis“, wie Metten sagt.

Einsatz von Recycling-Material zum Standard machen

Nachhaltigkeit hat für unsere Gesprächspartner eine Vielzahl von Facetten - aber wenn die Branche große Schritte im Bereich Nachhaltigkeit gehen will, dann müssten sie nicht nur darüber reden, wie die Produktions-Rahmenbedingungen seien, sondern dann müssten sie an den Kern: die Produkte und damit innovative Produktionstechnologien.

Neben dem deutschen Markt sei eine weitere wichtige Säule ihres Geschäftes die Lizenzvergabe an ausländische Betonsteinwerke. So hätten sie beispielsweise die „Eco Terra“-Technologie im letzten Herbst in Kanada in Betrieb genommen. Nun gebe es bereits weitere Lizenznehmer in USA und Deutschland, die folgen werden. Generell hätten aber auch schon viele Pro-



Luftaufnahme des Firmensitzes in Overath.

dukte in ihrem Portfolio einen Recyclinganteil, „ich denke, dass auch nur darüber die wirkliche Lösung funktioniert.“ Dieses Material stamme aus ihrer eigenen Produktion und werde entsprechend wiederverwertet. Aus seiner Sicht sei es ein vielversprechender Lösungsansatz, einige wenige Produkte mit einem sehr hohen Recyclinganteil zu produzieren - aber einen durchschlagenden Effekt ergebe es, in fast allen Produkten, wo es möglich ist, einen gewissen Recyclinganteil einzufahren. „Denn dann ist es nichts Besonderes mehr, sondern Standard.“

Recyclingmaterial von Baustellen hingegen werde bei ihnen nicht verwendet. „Bei allem, was wir tun, bleibt die Qualität das entscheidende Kriterium, die Nebenbedingung ist die Nachhaltigkeit. Genau aus diesem Grund: Es bringt nichts, einen mittelmäßig guten Betonstein zu produzieren, der vielleicht 10 bis 15 Jahre hält, das ist auch nicht nachhaltig. Es muss nach wie vor unser Anspruch sein, Produkte herzustellen, die 30, 40, 50 Jahre halten.“ Wenn Material von einzelnen Baustellen zurückgeholt werden, seien die Transportwege unglaublich. „Ich bin ganz fest davon überzeugt, dass die Kreislaufwirtschaft im Baubereich nur funktionieren kann, wenn wir sehr viele kleine,

dezentrale Aufbereitungen haben und das Material, das vor Ort ist, auch vor Ort belassen und versuchen, dort wieder einzubauen.“ Hier beginne aus seiner Sicht gerade politisch und gesellschaftlich ein Umdenken. Auch Recycling-Material sei schließlich ein „Wertstoff“. Und dieser müsse mit möglichst kurzen Transportwegen in eine neue Verwendung gebracht werden.

Positiver Blick in die Zukunft

Das Unternehmen hat also viel vor. Blicken unsere Gesprächspartner also positiv in die Zukunft? „Die Zinsen sind historisch betrachtet in einem vernünftigen Mittelfeld unterwegs. Es sind also keine extremen Zinsen nach oben. Aber es sind auch nicht mehr diese unnormalen Niedrigzinsen der letzten Jahre“, wie Metten ausführt. Das allein könne also nicht das Argument für den derzeit herrschenden Bau-Pessimismus sein. „Das Problem hier ist vielmehr eine Kombination von verschiedenen Faktoren: der superschnelle Zinsanstieg, der Leute schlichtweg verunsichert hat. Dahinter steckt auch die Frage: Wenn ich ein Bauvorhaben heute durchplane und -rechne, was passiert dann mit den Zinsen, bis ich die Verträge abschließen kann? Wobei die Ka-

pitalmärkte hier auch zeigen, dass wir nicht weiter in dieser Dramatik steigen. Es wird vermutlich noch ein bisschen steigen aber auch in diesem Jahr den Höhepunkt der Zinsentwicklung geben. Das Zweite, was Verunsicherung ausgelöst hat, war mit Sicherheit die Entwicklung der Baustoffkosten. Das Dritte der Fachkräftemangel, da selbst wenn man Zinsen und Baustoffkosten im Moment im Blick hatte, nicht sagen konnte, wann das Projekt durchgeführt werden kann.“ Dennoch blicken unsere Gesprächspartner positiv in die Zukunft: In den größeren Gärten sei die Nachfrage weiterhin sehr hoch – oftmals auch, weil es sich hier um eine Renovierung handelt. Bei den kleineren Gärten habe es hingegen schon eine „Schockstarre“ gegeben. „Diese könnte sich aber in diesem Jahr in dem Moment wieder auflösen, in dem sichtbar wird, dass die Energiekosten - durch welche Maßnahmen auch immer - nicht mehr extrem steigen werden und wieder kalkulierbar sind.“ Die Fokussierung auf Haus und Garten, die es schon in der Corona-Zeit gegeben habe, halte seiner Einschätzung nach wie vor an. „Deshalb gehe ich davon aus, dass der Gartenbereich auch in den nächsten Jahren wachsen wird.“ ■