



ALLGÄUER KLEINOD

Fliesengalerie ♦ Klein, aber fein ist die Ausstellung in Kißlegg-Zaisenhofen, in der Ulrike Müller-Welte und ihr Team seit 1998 schöne Fliesen zeigen. Viele lose Muster und Collagen, ausgefallene Anwendungsbeispiele und die Verwendung von Handskizzen erleichtern Kunden die Auswahl. Wir haben das Unternehmen getestet. ♦ Petra Menke

Die 200 Quadratmeter große Fliesengalerie liegt unweit der Autobahn A96. Sie ist in einem ehemaligen Lager untergebracht, das Inhaberin Ulrike Müller-Welte speziell für ihre Zwecke ausbauen ließ. Wir betreten die über zwei Etagen verteilte Ausstellung durch eine große Glastür, die viel Tageslicht hineinlässt, ebenso wie die Oberlichter im Dach. Während das mit einem anthrazit-melierten Industrietepich ausgelegte Erdgeschoss vor allem den Fliesenschränken vorbehalten ist, dient der galerieartige erste Stock der Präsentation von Anwendungen.

Links vom Eingang befindet sich eine große Empfangstheke, rechts stehen die ersten zwei Badkojen: eine in kühlen Anthrazit-/Grautönen, die andere in warmen Beigetönen. „Auf diese Weise erhalten wir einen ersten Hinweis, in welche Richtung die Beratung gehen soll“, sagt Ulrike Müller-Welte, die Anfang der 1990er Jahre als Autodidaktin in den Flie-

senhandel eingestiegen ist. An die Anwendungen schließen sich mehrere Bodenschränke an, deren Schubladen so angeordnet sind, dass sie ihren Inhalt preisgeben, ohne sie aufziehen zu müssen. Nicht nur darin, auch darauf gibt es viel zu entdecken: Ornamentfliesen, Feinsteinzeug mit dem Konterfei Audrey Hepburns, Prospekte von Partnerfirmen, Flusskieselmatten, bunte Abschlusschienen, inspirierende Sinnsprüche. Auch auf dem Boden tut sich viel, den die Fliesengalerie nutzt, um Farben, Formate und Oberflächen zu zeigen.

Mehrlagige Bestückung

Am Geländer der ins Obergeschoss führenden Treppe sind zahlreiche Natursteinbordüren befestigt. In der dahinter liegenden Nische steht unter anderem ein Klapptafelschrank, auf dem eine beleuchtete, weithin sichtbare Badanwendung thront – eine Idee, die beweist, dass eine

gelungene Inszenierung keine Frage der Quadratmeter ist. Angetan sind wir auch von der Idee, die Schubfächer einzelner Bodenausziehschränke mehrlagig zu bestücken, sodass sich Fliesen nach Farb- und Abstufung sortiert präsentieren lassen. Realisiert ist dies im hinteren Teil des Erdgeschosses, wo sich neben Klapptafel- und Schiebeschränken ein Besprechungstisch sowie mehrere Displays befinden – darunter auch zwei mit Lagerangeboten ab 15 Euro, auf denen neben dem Preis auch die Restmenge ausgewiesen ist. „Ich möchte nicht, dass jemand wegen Kellerfliesen in den Baumarkt gehen muss“, betont Ulrike Müller-Welte. Weniger gut gefällt uns, dass die Schnäppchen ausgerechnet vor einer 1 x 3 Meter großen Natursteinoptik präsentiert werden.

Etwa die Hälfte der rund 1.500 ausgestellten Muster stammt aus Italien, das übrige Sortiment vor allem aus Spanien, Portugal und Deutschland. 70 Prozent

1 Das Team der Fliesengalerie (v. l.): Ulrike Müller-Welte, Silvio Battaglia, Gaby Seybold
2 Blick von der Empore ins Erdgeschoss
3 Badkoje aus Travertin mit beleuchteter Ablage



davon entfallen auf Feinsteinzeug, außerdem finden sich viel Mosaik, Dekorfliesen und Steingut; Naturstein indes ist nur zu fünf Prozent vertreten.

Wir steigen die Treppe hinauf in den ersten Stock und erkunden zunächst die rechte Hand liegende Empore, auf der in Kooperation mit Sanitärfirmen eine Garderoben- und zwei Badanwendungen in Szene gesetzt werden. Hier ist der Boden

CARO-KUNDENTEST

Kriterien und Noten für die Fliesengalerie in Kißlegg

- ◆◆◆◆ Außenauftritt: Verkehrsanbindung, Lage, Ausschilderung, Gebäudearchitektur, Eingangsbereich, Parkplatzangebot
 - ◆◆◆ Innengestaltung: Empfangstheke, Präsentation, Raumaufteilung, Übersichtlichkeit, Ausleuchtung, Kundenführung
 - ◆◆◆ Produktangebot: Sortimentstiefe und -breite, Herstellermix
 - ◆◆ Randsortimente: z. B. Verarbeitungsmaterial, Pflegemittel, Einrichtungsgegenstände, Accessoires etc.
 - Sanitärangebot: Keramik, Armaturen, Badausstattung etc.
 - ◆◆◆ Warenauszeichnung: Auspreisung, Warencharakteristika etc.
 - ◆◆◆ Informationsangebot: Prospektmaterial, allgemeine Hinweise, Infotafeln etc.
 - ◆◆◆◆ Beratungsleistung: Kundenansprache und Kompetenz des Beraters, Nennung von Alternativprodukten, allgemeine Gestaltungsvorschläge
 - ◆◆◆ Preisgestaltung: Preiswürdigkeit, Sonderangebote, Kojen-Komplettpreis
 - ◆◆◆◆ Weitere Serviceleistungen: Verlegung, Handwerkervermittlung, Lieferservice, Geräteverleih, Raumgestaltung – evtl. mit Kooperationspartner etc.
- CARO-Gesamturteil: 38 ♦ von 45** ◆◆◆◆ = sehr gut ◆◆◆ = gut
◆◆ = befriedigend ◆◆ = ausreichend ◆ = mangelhaft ● = entfällt

mit Parkett bedeckt. Links vom Treppenabsatz folgen die nächsten Gestaltungsbeispiele: ein erlesenes Bad ganz aus Travertin, ein weiteres mit Relieffliesen aus Steingut sowie eine Anwendung mit einem Blumenrelief aus Feinsteinzeug. In der Mitte der Galerie weckt ein mit Ornamentfliesen gefüllter Bodenschrank unsere Aufmerksamkeit, dessen Inhalt wir ebenso inspizieren wie die große Auswahl an Mauerverblendern im hinteren Bereich.

Rechts davon führt eine Tür in einen separaten Raum, dessen durchkomponierte Anwendungen verschiedene Wohnbereiche zeigen. Ob Dusche, Badewanne, Waschbecken, Küche, Arbeiten oder Wohnen: Überall ist der Boden mit unterschiedlichen Formaten einer bestimmten Fliese bedeckt. Wir entdecken Beton- und Natursteinoptiken, Feinsteinzeug mit anpolierter Oberfläche und Holzoptik-Formatmische. Nach diesem „Musterfeuerwerk“ sind wir in der Stimmung, neue Fliesen für unser Badezimmer auszusuchen – am liebsten unter Verwendung von Ornamentfliesen. Aus der Vielzahl der Möglichkeiten, die uns Ulrike Müller-Welte aufzeigt, entscheiden wir uns für

zwei perfekt aufeinander abgestimmte Feinsteinzeuge von Grespagna: eine 31,5 x 100 Zentimeter große Fliese aus der Serie „Austin“ in der Farbe „Blanco“ für die Wand, die wir mit dem Dekor „Gris“ aus der derselben Serie kombinieren. Für den Boden wählen wir eine Betonoptik von Castelvetro, der Farbe „Piombo“ aus der Serie „Fusion“ mit dem Grau der Wandornamentik harmonisiert.

Fazit

Die Fliesengalerie belegt eindrucksvoll, dass Fläche nicht alles ist. Die sehenswerte Ausstellung ist offen gestaltet, ausgefallen sortiert und bietet reichlich Gestaltungsideen, die die Fantasie des Kunden anregen. ♦

Mehr Infos

zum Beratungsgespräch bei der „Fliesengalerie“ gibt es im Bereich Händlertest auf

www.caro-magazin.de

Schlagworte für das Online-Archiv

CARO-Test, Fliesenhandel, Trend, Feinsteinzeug

