

»» Kakšna bo denimo oprema kuhinje, je jasno že pred začetkom gradnje. Kupec točno ve, kaj bo dobil.«



»NA SPLETU NE MOREŠ SESTI NA ZOFO ALI PREGLEDATI KUHINJSKE OPREME.«

■ Kdo sta slovenska bratranca, ki stojita ob boku najboljših svetovnih obiskovalcev?

■ Kakšno vlogo imajo danes v nakupnem procesu arhitekti?

Goran Novković
Foto: Barbara Reya

Direktor Gospodarskega razstavišča (GR) Iztok Bričl o trendih na graditeljskih sejmih, odnosu Slovencev do ambienta v naših domovih, novostih na sejmih in o digitalnem komuniciranju podjetij iz te panoge.

Kaj bo novega in posebnega na novembrskem sejmu Ambient in Dom plus ter kaj na sejmu Dom spomladi 2026?

Med obema sejmoma je velika razlika. Spomladanski Dom je sejem vseh sejmov, jesenski Ambient pa je pohištvni sejem s poudarkom na ambientu in notranjem oblikovanju. Na slednjem se srečajo lesnopredelovalna industrija, inovativni startupi ter arhitekturni in oblikovalski biroji.

Na jesenskem sejmu izstopajo naše nagrade za Top ideje, povezane z ambientom. Spomladi pa bodo predstavljeni novi trendi celotnega graditeljstva. V ospredju bodo energetska učinkovitost, povezave med novimi tehnologijami in vrnitev k naravnim materialom.

Kateri trendi so trenutno hit v graditeljstvu? Katere opažate tudi na sejmih?

Slovenci zelo veliko damo na gradnjo. Naši obiskovalci zato radi pridejo pogledat, kakšni so trendi pri sistemih za boljše bivanje in udobnejši

življenjski slog pri vseh elementih gradnje od kriticin, klimatskih naprav do oken in vrat. Ljudem se zdi pomembno, da v današnjem hitrem tempu življenja lahko z drugimi sobivajo čim bolj prijazno.

Na sejmu Dom so ključni trendi trajnostnost in zelena gradnja, digitalizacija in pametne tehnologije ter inovativni gradbeni materiali in tehnike.

Prav bivalno počutje je češnja na torti graditeljstva. Se klasično gradbeništvo dovolj prilagaja trendom, ko gre za ambient?

Opažamo, da se naši veliki razstavljalci zelo posvečajo celostnim ambientalnim rešitvam. Kupci namreč danes najamejo arhitekta in z njim oblikujejo svoj dom. To je velika razlika v primerjavi s preteklostjo.

Naši razstavljalci ponujajo arhitekturne nasvete. Arhitekti na sejmu malim investitorjem dejansko narišejo dom po njihovi želji takoj na začetku, namesto da bi ga opremljali ad hoc po tem, ko je že zgrajen, kot smo to počeli nekoč. Kakšna bo denimo oprema kuhinje, je tako jasno že pred začetkom gradnje. Kupec od vsega začetka točno ve, kaj bo dobil.

Na jesenskem sejmu zato podelimo nagrade mladim arhitektom za prvo, drugo in tretje mesto med najboljšimi Top idejami, kjer so razstavljene avtorske kreacije obetavnih oblikovalcev, arhitektov, rokodelcev in drugih ustvarjalcev.

Gospodarsko razstavišče Ljubljana Exhibition and Convention



» Podjetja, ki so mlajša in imajo mlajše zaposlene, so na družbenih omrežjih prisotna veliko bolj kot starejša, klasična podjetja.«

Kako si razlagate, da je prav spomladanski sejem Dom paradni konj vseh vaših sejmov? Je graditeljstvo pri Slovencih res višje na lestvici pozornosti kot drugje?

Pri nas nismo lažno skromni, ko pravimo, da je sejem vseh sejmov v Sloveniji prav Dom. Obišče ga 40.000 ljudi. Privlači množice, obenem pa je to tudi poslovni sejem. Obiskovalci ne pridejo le zaradi radovednosti, temveč nameravajo tudi kaj kupiti ali vsaj pridobiti ustrezne informacije za nakup.

Kako na sejmih izpostavljate teme pametnih tehnologij in digitalnih rešitev?

Nekateri naši razstavljalci že ponujajo pametne rešitve. Ljudje lahko stopijo v hišo in pritisnejo na stikalo ali pa s funkcijami prek mobilne aplikacije upravljajo vrata, okna, ambientalna svetila. Seveda so možnosti razvoja tu velike. Želimo si čim več takšnih razstavljalcev, saj sejem mora biti trendovski.

Kakšno vlogo ima danes še dejanski sejem v primerjavi z digitalnimi dogodki oziroma digitalnimi promocijami?

Pred epidemijo kovida smo še vsi hodili na sejme, v času epidemije pa smo se bolj posvetili spletu. Vendar splet sejma niti približno ne more nadomestiti. Na spletu ne moreš sesti na zofo, pregledati kuhinjske opreme in podobno.

Kaj pa sami razstavljalci? Ali svoje sejemske nastope dovolj povezujejo z lastnimi objavami na družbenih omrežjih?

Mlajša podjetja, ki imajo mlajše zaposlene, so na družbenih omrežjih prisotna veliko bolj kot starejša, klasična podjetja. Seveda so tudi izjeme. Razstavljalci bi morali sejme napovedati in jih podaljšati na svojih profilih družbenih omrežij. Mislim, da na tem področju v Sloveniji še ni bilo digitalnega preskoka v marketingu in na družbenih omrežjih. Nekateri mlajši startupi pa dobro razvijajo tudi to področje.

Kateri mladi ustvarjalci so se že preizkusili na sejmu in potem postali znani?

Nekateri med njimi so postali ne ravno zvezdniki, pač pa podjetniki z dobrimi podjetji. Razvili so dobro podjetniško zgodbo. V zadnjem času izstopa oblikovalska znamka Hangry. Bratranca Žan in Valentin Kavčič sta jo prvič predstavila na naši platformi Top ideje. Njun inovativni lesen obešalnik je med finalisti DesignEuropa Awards 2024 in WIPO Global Awards 2024. To pomeni, da sta ob boku najvidnejših evropskih in svetovnih oblikovalcev.

Podobno zgodbo pišeta družinsko podjetje 3S design, ki je razvilo lastno blagovno znamko pohištvenih dodatkov, in Tadej Juran z Ateljejem

» Obiskovalci na naš sejem ne pridejo le zaradi radovednosti, temveč nameravajo tudi kaj kupiti ali vsaj pridobiti ustrezne informacije za nakup.«