

Ein kleiner Leitfaden für Retailer und Investoren

Die besten Adressen für pfiffige Ideen, innovative Konzepte und erfolgreiche Geschäfte



Autor:
Reinhard Peneder,
Umdasch Shop-Concept.

Wo finden sich die besten Adressen für die Entwicklung und Realisierung von Retail-Konzepten? Wo stecken die kreativsten Köpfe im Retail Design? Gibt es auf den Handel spezialisierte Architekten? Wie weit reicht heute der Aktionsradius von Ladenbau-Unternehmen? Welche Ideen-Börsen und Informationsquellen gibt es im Zusammenhang mit Ladeninvestitionen? Das dlv – Ladenbau Magazin ist diesen von Händlern und Marken häufig gestellten Fragen nachgegangen und gibt einige Antworten.

Der insbesondere aus den USA und UK übergeschwappte arbeitsteilige Prozess bei Ladeninvestitionen hat auch hierzulande die Bedeutung von spezialisierten Agenturen, Architekten und Designern stark erhöht. Dabei sind die Grenzen der Tätigkeitsbereiche fließend geworden. Manche Anbieter decken nur Teildisziplinen ab, andere begleiten den gesamten Store Branding-Prozess, wieder andere sind auch bei der Realisierung mit im Spiel.

Dan Pearlman (Berlin), section.d (Wien) oder Interbrand (Paris) sind interessante Adressen im Bereich Branding. James Mansour, Robert Carullo, Ron Pompei (alle New York), Portland Design, Rodney Fitch (beide UK), CAPS (Zürich), Rem Koolhaas und Ole Scheeren (beide OMA Rotterdam) haben sich u. a. bei international tätigen Brands und Retailern bereits einen Namen gemacht. In Deutschland, aber auch in anderen Ländern groß im Geschäft sind Schwitzke & Partner (Düsseldorf) sowie Blocher und Blocher (Stuttgart). Beide Unternehmen bieten mittlerweile ein sehr umfassendes Leistungsspektrum. Das Designer Village an der EuroShop ist

übrigens immer wieder ein lebendiger Marktplatz in Sachen Retail-Architektur.

Die Ladenbau-Profis mit einem kompletten Netzwerk

Da Design- und Planungsleistungen zunehmend von spezialisierten Unternehmen (siehe „Agenturen, Architekten, Designer“) eingebracht werden, ist die Tätigkeit der Ladenbauer in vielen Fällen auf die Projekt-Realisierung (Engineering, Produktion/Beschaffung, Projektmanagement, Rollout, Montage) fokussiert. Nennenswerte Planungsleistungen werden von den Ladeneinrichtern in der Regel regional oder vor allem in speziellen Branchen erbracht.

In Deutschland sind fast alle wichtigen Ladenbauer Mitglied des „Deutschen Ladenbauverbandes“ (dlv). Diese umtriebige Interessensvertretung hat in den letzten Jahren ein attraktives Netzwerk (dlv – Netzwerk Ladenbau) aufgebaut, dem neben den Ladeneinrichtern selbst zahlreiche Unternehmen aus zuarbeitenden Branchen angehören: Beleuchtung, Boden/Decke, Klima, Gebäude- und Sicherheitstechnik, Oberflächen, Verkaufsförderung. Das übersichtlich gestaltete Mitgliederverzeichnis („Das Ladenbau-Netzwerk von A–Z“) des dlv gibt Interessenten einen erstklassigen Überblick über das Tätigkeitsgebiet und das Leistungsspektrum jedes einzelnen der knapp 100 Mitglieder. Informiert wird u. a. über Mitarbeiteranzahl, regionalen und inhaltlichen Tätigkeitsbereich sowie die Leistungspalette jedes einzelnen Unternehmens. Das Verzeichnis wird permanent gewartet und steht daher elektronisch (auf der dlv-Homepage www.netzwerk-ladenbau.de) in der jeweils aktuellsten Fassung zur Verfügung. Für

Schwitzke & Partner (im Bild links Karl Schwitzke) und Blocher und Blocher (im Bild rechts Dieter Blocher) sind in Deutschland erste Adressen in Sachen Laden-Architektur.



Firma, Anschrift Standorte in Deutschland	Tätigkeitsbereich nach Ländern/Regionen	Mitarbeiter	Kurzcharakteristik/ Branchenschwerpunkte	Leistungspalette
Objekteinrichtungen	International Schwerpunkt:	60	Fashion, Sport, Schuhe, Friseur, Apotheken, Parfümerien, Reform, Telekom, Optik, Foto, Essaden, Buch, Zeitschriften, Reiseshops, Hotel, Cafés	Turn key company all over Europe Facility Management Architektur-, Shopdesign GU, Projektmanagement

Das ständig aktuali-
sierte Mitgliederver-
zeichnis des dlv
(„Netzwerkpartner
Ladenbau“) ist eine
Fundgrube erster
Adressen im Ladenbau
und ergänzender
Gewerke.

Retailer und Brands signalisiert die dlv-Mitgliedschaft den besonders hohen Qualitätsstandard des jeweiligen Unternehmens.

Plattformen für den Gedankenaustausch

Messen, Handelskongresse, spezielle Seminare, da und dort auch attraktive Schauräume, sind ideale Plattformen für einen Gedankenaustausch für Profis aus den Bereichen Handel, Marken bzw. Architektur, Design, Ladenbau. Übertroffene Bedeutung hat die im Dreijahresrhythmus (z. B. 2008 und 2011) in Düsseldorf stattfindende EuroShop. Sie hat ihre Position als globale Leitmesse der Branche systematisch ausgebaut. Erwartet werden jeweils knapp 100.000 Besucher aus aller Welt (Auslandsanteil bei 60 %), bei einer Ausstellungsfläche von über 100.000 m². Ein Pflicht-

termin für alle, die im Bereich von Ladeninvestitionen auch nur in irgendeiner Form tätig sind.

Die Global Shop in den USA, zuletzt als jährliche „Wanderausstellung“ in Las Vegas, Orlando und Chicago, kann trotz klingendem Namen und erstklassigen Kongressprogrammen der EuroShop das Wasser nicht reichen. Das gilt auch für kleinere Ladenbaumessen in Europa, die phasenweise auftauchen und in der Regel schnell wieder verschwinden. Der Messeveranstalter easy fairs versucht derzeit in den verschiedenen Ländern, kleine regionale Ladenbaumessen zu positionieren.

Für Veranstaltungen mit sehr Store Branding- bzw. Ladenbau-nahen Themen sind das EHI (Europäisches Handelsinstitut Köln), das GDI in Zürich/Rüschlikon sowie das Managementforum Bad Homburg bekannt. ►

Die EuroShop in Düsseldorf ist die globale Leitmesse in Sachen Ladeninvestitionen.





„Visual Merchandising & Shop Design“, „RLI“, „Stores + Shops“, „SHOP aktuell“, „Inspiration“ und „Style Guide“ sind hoch spezialisierte Publikation in Sachen Shop Design.

Der dlV – hier bei er Mitgliederversammlung 2007 in Zürich – hat ein kompetentes Ladenbau-Netzwerk aufgebaut.



EHI und GDI betreiben außerdem nennenswerte Handelsforschung. Besonders praxisnahe Seminare in Sachen Laden-Marketing bietet im gesamten deutschsprachigen Raum die Umdasch Shop Academy, darunter Shopexpeditionen nach Las Vegas, New York und Dubai mit dem Wiener Laden-Dramaturgen Dr. Christian Mikunda.

TW mit überragender Bedeutung

Die Auswahl an spezialisierten und kompetenten Medien im Bereich Store Branding & Shopfitting ist überschaubar (abgesehen von allgemeinen Architektur-

Publikationen). Globale Bedeutung hat das in den USA erscheinende Magazin „Visual Merchandising & Shop Design“. Eine gute Wahl sind auch die Publikationen des bereits legendären New Yorkers Martin M. Pegler (Retail Design). Ebenfalls internationale Bedeutung hat die britische Retail Week. Spezialisierter in Richtung Shop-Architektur und Shop-Design ist das ebenfalls englischsprachige Magazin RLI (Retail Leisure International). Global ist auch der Aktionsradius des von Umdasch herausgegebenen „SHOP aktuell“ (erscheint in vier Sprachen).

In Deutschland hat die Branchen-Gazette TextilWirtschaft (TW) gleichzeitig überragende Bedeutung in der allgemeinen Handelsberichterstattung (durchaus international), inkl. ausführlichen Reports über neue Konzepte, Projekte und Läden. Halbjährlich erscheinende englisch- bzw. russischsprachige Ausgaben, ein täglicher elektronischer Newsletter und das Jahrbuch „Läden“ runden dieses Kompetenzpaket ab. Die „Lebensmittel-Zeitung“ ist das Pendant der TW in Sachen Food Retail. Das vom EHI herausgegebene „Stores + Shops“ führt die Liste der schon sehr spezialisierten Medien an. In Österreich spielt SHOP STYLE eine ähnliche Rolle. Einen kompetenten Fokus auf das Thema POS-Marketing hat „Handel heute“ in der Schweiz. In Österreich gibt es mit „Media Net Retail“ sogar eine nahezu täglich erscheinende Handelszeitung. Instoregestaltung und Dekoration sind Schwerpunkte der Fachzeitsungen „Style Guide“ bzw. „Inspiration“.



Inspirierend für neue Laden-Konzepte: Die Reiseexpedition „Laden-Dramaturgie LIVE!“ mit dem Wiener Dramaturgen Dr. Christian Mikunda (im Bild in der Emirates Mall in Dubai).

Internetadressen zum Artikel:

www.danpearlman.de
www.ehi.org
www.euroshop.de
www.gdi.ch
www.globalshop.org
www.interbrand.com
www.ladenbauverband.de
www.lz-net.de
www.sectiond.at
www.shopnet.cc
www.twnetwork.de