

Leichter Aufwärtstrend im Bereich Ladenbau



Bild: Wanzl/Leipheim

Befriedigende Geschäftslage bei 42% der Mitgliedsunternehmen, aber 39% sind unzufrieden: das ergab die Auswertung der quartalsweisen erfolgreichen Umfrage unter den Mitgliedsunternehmen des

dlv. Die Auftragslage hat sich gegenüber dem Vorquartal wieder etwas entspannt. 33% der dlv-Unternehmen erwarten in den nächsten beiden Quartalen eine steigende Geschäftsentwicklung. Das sind dop-

pelt so viele Unternehmen als im 1. Quartal 2009. Insgesamt deutet sich ein leichter Aufwärtstrend an.

19% der Befragten im dlv beurteilen ihre Geschäftslage im Zeitraum April bis Juli 2009 als gut. Diese Zahl ist gegenüber dem Vorquartal unverändert. 42% sind zufrieden, aber 39% bezeichnen die Lage als schlecht. Diese Zahlen sind gegenüber dem 1. Quartal 2009 ebenfalls nahezu unverändert. Beim Auftragseingang ergeben sich aber Verschiebungen zum Vorquartal: waren es noch 65% im Zeitraum Januar bis März, die einen gesunkenen Auftragseingang gemeldet haben, sind es jetzt noch 51%; bei 30% ist er gleichgeblieben, bei 19% gestiegen. Allerdings klagen 50% der befragten Unternehmen über ein zu kleines Auftragsvolumen, immerhin 19% sehen den Auftragsbestand als unüblich an. Dennoch blicken die Unternehmen zuversichtlicher in die Zukunft als noch Anfang des Jahres: erwarteten da nur 18% der Firmen eine steigende Geschäftsentwicklung in den nächsten zwei Quartalen, sind es jetzt schon 33%. Waren Anfang

des Jahres 49% der Firmen der Ansicht, die Geschäfte werden sich zurückentwickeln, sind es jetzt nur noch 32% der befragten Unternehmen.

Für die Beschäftigten hat die Krise allerdings Folgen: im 1. Quartal meldeten 16,5% der Firmen Kurzarbeit an, 8% rechneten in Kürze damit und 24,5% gaben an, über kurz oder lang ebenfalls kurzarbeiten zu müssen. Bei 47% der im 2. Quartal 2009 befragten Unternehmen ist die Beschäftigtenzahl gesunken.

Grüne Läden kommen! „Green“ ist ein Thema, was den Ladenbau zunehmend einnimmt. Eigentlich ein Widerspruch! Die Renovierungszyklen wurden in den letzten Jahren immer kürzer, warum denkt man dennoch verstärkt nachhaltig? Der Handel als Auftraggeber des Ladenbaus setzt sich zunehmend mit Umweltschutz auseinander, ob freiwillig oder durch die im Umweltbereich zunehmend restriktive Gesetzgebung gezwungen. Der Konsument ist aufgeklärter als noch vor wenigen Jahren und hinterfragt, sensibilisiert durch viele Verbraucherinformationen, die Produktion und Herkunft der Produkte. Der Preis spielt weiterhin die zentrale Rolle, zunehmend interessieren sich aber die Käufer für nachhaltiges Handeln. Wer hier nachweisen kann, dass er aktiv geworden ist, wird zukünftig Wettbewerbsvorteile haben. Alle Experten sind sich einig, dass „Green“ kein kurzfristiger Trend ist, sondern das Handeln verantwortungsbewusster Unternehmen zukünftig bestimmen wird. Diese Unternehmen verlangen bei der Ladeneinrichtung beispielsweise Umweltmanagement nach Öko-Audit/DIN-ISO 14001. Im Kosmetikbereich setzt u.a. die Firma Body-Shop Maßstäbe und verlangt von den Ladenbauunternehmen den Nachweis des Öko-Audits. Darüberhinaus setzen mittlerweile auch Supermärkte wie bspw. Tegut verstärkt auf Naturkosmetik. Der Ladenbau muss sich hier in einem Lebensmittelmarkt optimal dem Produkt anpassen. Im neuen Tegut in Weiterstadt wird der Bereich der Naturkosmetik auf einer eigenen, rund 80 qm großen Verkaufinsel im Markt präsentiert. Hier sind die kompletten Sortimente der Naturkosmetik-Marken Lavera, Logona, Sante, Weleda, Alviana, Savon du Midi, Sanotint und Extracta zu erhalten, ergänzt von dekorativer Bio-Kosmetik.

Bild: Wanzl/Leipheim

