

# dlv – Netzwerk Ladenbau

aus: „SPIELZEUG international“, S. 50, Nr. 11/2010

## Nachgefragt bei...



**Angela Krause (AK),**  
dlv – Netzwerk  
Ladenbau in  
Würzburg

**Si: Der Handel kämpft heute an vielen Fronten: Luxus versus Discount, Ladengeschäft versus Online-Handel – unterschiedlichste Kundengruppen treffen auf ein Warenüberangebot. Gibt es einzigartige Läden für anspruchsvolle Kunden, welche Tendenzen sieht Ihr Ladenbau-Verband?**

AK: Die Märkte sind gesättigt, der Wettbewerb heftig und die Preiskämpfe gnadenlos. Aber der Handel ist erfolgreich, wenn er seine Kunden kennt und das Angebot auf sie ausrichtet. Inzwischen gibt es Branding-Agenturen, die eine Marke im besten Fall vom Design über die Verpackung bis hin zum Shop und dessen Architektur mit einem durchgehenden CI begleiten.

**Si: Gibt es die Trendfarbe, das Trendmaterial?**

AK: Nein, heute müssen Läden schnell und unkompliziert veränderbar sein – mit modernen Technologien wie z.B. Digital Signage, neuen Materialien, vielfältigen Produktpaletten mit ständigen Innovationen. Dabei spielen Individualität, Einzigartigkeit, Emotionalität eine große Rolle. Der Ladenauftritt muss insgesamt zum Auftritt des Händlers passen: das CI ist durchgängig.

**Si: Die Renovierungszyklen werden kürzer, um dem Kunden immer Einzigartiges zu bieten und emotional zu binden. Was tun, wenn man nur Teile des Geschäftes umbauen oder auffrischen will?**



*My-Toys: Niedrige Möbel lassen die Flächen größer erscheinen, eine gute Beleuchtung kann Ware gezielt in Szene setzen*

AK: Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, gezielt Akzente zu setzen: Farbe ist ein wichtiges Stilelement im Ladenbau, es lässt sich leicht und kostengünstig immer wieder neu anpassen. Farben können einen Raum auch gliedern, in dem sie den einzelnen Sortimenten einen Rahmen geben, Ware hervorheben, Trennungen schaffen. Das gleiche gilt für Visualisierungen. Wer ohnehin sehr viel Ware auf kleinem Raum präsentieren muss, vermeidet jegliche Ablenkung und gibt der Ware die Hauptrolle.

**Si: Rückt bei der Beleuchtung die Energieeffizienz in den Vordergrund?**

AK: Sicher, allerdings werden LEDs momentan erst sehr vereinzelt eingesetzt. Bei aller Sparsamkeit ist eine gute Ausleuchtung der Ware vorrangigstes Ziel. Der Kunde wird immer die Ware auch anfassen, die Ladenatmosphäre spüren und das Besondere erfahren wollen. Die in den letzten Jahren so erfolgreichen Concept-Stores stellen durch einen speziell auf den Kunden abgestimmten Produkt- und Markenmix sicher, dass der Laden besucht wird.