

dlv – Netzwerk Ladenbau

aus: „Factbook Einzelhandel 2011“, S. 192

Ladenbauer stellen sich auf veränderte Märkte ein

Die deutschen Ladenbauunternehmen sind nach dem schweren Jahr 2009 spürbar optimistisch. Steigende Auftragseingänge sind ein gutes Zeichen für eine zunehmende Investitionsbereitschaft des Handels. Allerdings haben die DLV-Mitgliedsunternehmen mit den gestiegenen Anforderungen zu kämpfen. Der Einbruch auf den osteuropäischen Märkten hat zu einer Rückbesinnung der Ladenbauunternehmen auf den deutschen Heimatmarkt geführt. Natürliche Folge ist ein spürbar angestiegener Wettbewerb. Kritische Verbraucher und sich rapide verändernde Märkte verlangen verstärkt Innovationen und den Mut, sich abzugrenzen. Dafür brauchen die vielfach mittelständisch aufgestellten Unternehmen Ressourcen und Kraft. Viele wollen daher auch ihre interne Organisation neu aufstellen oder verbessern. Die Zahl der Beschäftigten steigt nach der aktuellen Umfrage zum 1. Quartal 2010 wieder an. Nachhaltigkeit und Authentizität sind Begriffe, die die Trends im Ladenbau prägen. Der Handel ist Vorreiter und bietet heute seinen

Kunden zahlreiche Informationen über die Herkunft der Ware, die Herstellungsbedingungen, die Transportwege und vieles mehr. So erwartet er von seinen Einrichtungslieferanten konkrete Nachweise über die Beschaffung von Materialien für die Ladeneinrichtung. Die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards, der Verzicht auf umweltbelastende und gesundheitsgefährdende Chemikalien, der Nachweis sonstiger Inhaltsstoffe sowie eine nachhaltige Produktion entlang der Wertschöpfungskette haben in den Handelsunternehmen einen hohen Stellenwert bei der Beurteilung der Lieferanten. Recyclebare Ladeneinrichtungen bzw. Materialien, Energieeffizienz und umweltschonende Herstellung sind mehr als nur Schlagworte. Das wird den Ladenbau langfristig beschäftigen. Angesichts der Zunahme des Onlinehandels wird es erforderlich sein, dass sich der stationäre Handel positioniert. Kaum ein Geschäft kommt heute ohne Online-shop aus. Welchen Grund sollte es geben, dass der Kunde das La-

dengeschäft aufsucht? Es ist im Internet rund um die Uhr alles verfügbar, die Konditionen und die Sicherheit für Besteller haben sich in den letzten Jahren deutlich verbessert. Bevor sich der Ladeninhaber daher mit Trends der Innengestaltung befassen kann, muss er sich darüber klar werden, was er in seinem Geschäft bieten will. Die Sehnsucht der Menschen nach dem Unverfälschten, dem Artgerechten, dem Echten und Ehrlichen wächst. Schlechte Zeitgeistkopien und künstliche Lifestylekonzepte werden erkannt und abgelehnt. Die vielbeschworene „Kunst der Inszenierung“ ist eben doch eine Disziplin, die man beherrschen muss. Nur wenn echte, tiefe Gefühle geweckt werden, lässt sich der Konsument bereitwillig verführen.



Foto: DLV

Wolfram Krause,
Geschäftsführer
des Deutschen
Ladenbau-
Verbands (DLV).