

dlv – Netzwerk Ladenbau

aus: „DAIKIN STEP IN“, 2011, S. 13



Dr. Wolfram Krause,
Geschäftsführer dlv

MEINUNG 13

„Nachhaltig Handeln ist Thema“

Interview mit Dr. Wolfram Krause, Geschäftsführer Deutscher Ladenbau Verband (dlv)

Herr Dr. Krause, wie ist die Stimmung Ihrer Mitglieder? Erfreulich, würde ich sagen. Wir sind vergleichsweise gut durch die Krise gekommen und verzeichnen deutliches Wachstum.

Welche Trends sind abzulesen, woher kommen innovative Impulse? Nachhaltiges Wirtschaften und Ressourcenschonung gewinnen sichtbar an Bedeutung. Eine Umfrage ergab, dass 50 % unserer Mitglieder dem Thema Corporate Social Responsibility, der CSR, einen hohen Stellenwert einräumen.

Nachhaltigkeit steht also im Brennpunkt? Ja, der Handel als Kunde des Ladenbaus beobachtet eine wachsende Käuferschicht, die krisenunabhängig verantwortungsbewusst konsumiert und sich nachhaltige Produkte leisten kann und will. Nachhaltigkeit

wird mehr und mehr ein Wettbewerbsthema.

Wie erreicht der Einzelhandel diese neuen Käuferschichten? Er muss glaubwürdig bleiben, wenn er sich Sozialverantwortung, Green Building oder Öko auf die Fahne schreibt. Also stellt er zunehmend höhere Anforderungen an eine ressourcenschonende Herstellung der Ladeneinrichtung, an die Herkunft des verbauten Holzes, an den Betrieb und an die Klimatisierung seiner Läden.

Läuft das nicht zwangsläufig auf qualitative Kompromisse hinaus? Nein, es geht ja nicht darum, dass weniger Lampen über der Ware hängen, sondern um innovative Ansätze, wie trotz hochwertiger Warenpräsentation Licht- oder Primärenergiekosten gespart werden

können. Selbiges gilt für die Klimatisierung. Also: Komfort halten und trotzdem ökologisch handeln.

Wie unterstützen Sie diesen Wandel? Unser Ziel als Verband ist es, Standards zu setzen und möglichst genau die Kriterien für einen nachhaltigen Ladenbau der Zukunft zu definieren. Kriterien, die künftig in Green Building oder Öko-Standards einfließen.

Zurück zur Klimatisierung: Pflicht oder Kür im Ladenbau? Wo der Kunde länger verweilt oder probiert, ist Komfortklimatisierung auf alle Fälle Pflichtübung. Auch der verantwortungsbewusste Konsument will seine Kaufentscheidung im entspannenden Ambiente treffen.

Herr Dr. Krause, wir danken Ihnen für das Gespräch.