



Ladenbau im Mittelpunkt

„Euroshop“ brach alle Rekorde

Mit über 2000 Ausstellern in 15 Messehallen war die diesjährige „Euroshop“ die größte seit 45 Jahren. Bereits vor Eröffnung der Messe war die gute Stimmung unter den Ladenbauern deutlich zu spüren.

Für den Handel immer wichtiger wird das große Thema „Nachhaltigkeit“. Die Leitmesse für Handelsinvestitionen hatte ihm deshalb in diesem Jahr durch den „Eco-Park“ und das „Eco-Forum“ eine eigene Plattform geschaffen. Energie- und kosteneffiziente Lösungen verbessern die CO₂-Bilanz des Unternehmens, verleihen ihm ein grüneres Image und sind damit ein wirksames Marketinginstrument gegenüber seinen Kunden. Insbesondere umweltverträgliche LED-Beleuchtung

sowie energiesparende und dadurch klimafreundliche Kühlmöbel standen im Fokus von Ausstellern und Besuchern. Dafür sorgten auch neue gesetzliche Vorgaben und stetig steigende Strompreise. Die Verwendung nachhaltiger Materialien – z. B. für Wand- oder Bodenbeläge – gehört ebenfalls zum neuen Trend der Nachhaltigkeit. Ursächlich hierfür sind auch immer kürzere Renovierungszyklen.

Neben dem Einsatz wertiger Materialien, zeigt sich insgesamt ein Trend zu individueller Ladeneinrichtung mit starker, emotionaler Ausrichtung auf die Marke, um so ein stimmiges und unverwechselbares Einkaufserlebnis für den Kunden zu schaffen. Die zahlreichen Neuerungen bestärken den Handel in seiner derzeit hohen Investitionsbereitschaft. Die meisten Aussteller waren begeistert über die großartige Stimmung auf den Messeständen und

konnten sich über regen Kontakt zu Kunden und Interessenten freuen. Schon im Vorfeld der Messe hatte der DLV außergewöhnlich gute Branchenzahlen liefern können. Die Zahlen zum 4. Quartal 2010 zeigen einen deutlichen Aufwärtstrend. Die Lage ist so gut wie lange nicht mehr. Die Ergebnisse der Umfrage des DLV-Netzwerk Ladenbau wurden durch den positiven Verlauf der „Euroshop“ bestätigt.

Verband auf Wachstumskurs

Im vergangenen Jahr haben sich 14 neue Unternehmen dem Deutschen Ladenbau Verband angeschlossen. Der DLV freut sich diese begrüßen zu dürfen. Zusammen mit weiteren, diesjährigen Neuzugängen hat sich die Mitgliederzahl auf 128 erhöht. Die neuen Mitglieder kommen aus allen im Verband vertretenen Fachbereichen.



In Halle 11 war der Messestand des DLV-Netzwerk Ladenbau einer der Anziehungspunkte.



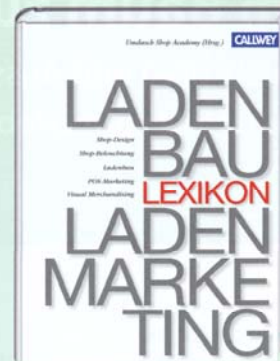
Energie- und kosteneffiziente Lösungen verbessern die CO₂-Bilanz und sind ein wirksames Marketinginstrument. Insbesondere umweltverträgliche LED-Beleuchtung sowie klimafreundliche Kühlmöbel standen im Fokus.

Ladenbau-Tagung in Hamburg

Das jährliche Treffen der Ladenbaubranche findet am 19. und 20. Mai unter dem Titel „Die Zukunft sichern“ in Hamburg statt. Die Hansestadt hat in den letzten Jahren durch den Neubau der Hafen-City Furore gemacht. Zwar geriet die Elbphilharmonie wegen explodierender Baukosten in die Schlagzeilen, wird aber wegen ihrer anspruchsvollen Architektur bewundert. Grund genug für das DLV-Netzwerk Ladenbau, die ehrgeizige Hafenstadt für das Jahresmeeting auszusuchen. Zumal Hamburg auch jede Menge tolle Geschäfte hat. Das Programm für die Veranstaltung, zu der auch Nichtmitglieder herzlich eingeladen sind, ist auf der Website www.netzwerk-ladenbau.de zu finden und kann auch telefonisch unter 0931/35292-0 angefordert werden. ■



Angesichts der guten Stimmung freuen sich die DLV-Mitgliedsunternehmen auf die diesjährige Ladenbautagung am 19. und 20. Mai in Hamburg.



Ladenbau-Lexikon

Lexikon für Ladenbau und Ladenmarketing: Shop-Design, Shop-Beleuchtung, Ladenbau, POS-Marketing, Visual Merchandising. Von Umdasch Shop Academy (Hrsg.) mit einem Vorwort von Reinhard Peneder. Verlag Georg D. W. Callwey, München, 2011. Gebundene Ausgabe mit 304 Seiten und 500 Abbildungen. Format 17 x 24 cm. Preis 49,95 Euro.

Das Ladenbau-Lexikon ist das neueste und wohl umfangreichste Kompendium, das derzeit den Stand des Wissens zum Thema abbildet, ein erfrischendes Standardwerk für Studium und Beruf. Die moderne und farbenfrohe Gestaltung erleichtert auch Neulingen den Einstieg in das Thema. Zahlreiche Abbildungen veranschaulichen die Stichworte im lexikalischen Teil: So finden sich bei „Duft-Marketing“ zum Greifen nahe Kaffeebohnen und unter „Gerümpeltotale“ verdeutlicht ein total überlaufener Laden das Gemeinte. Und auch der „Ladendieb“ wird auf frischer Tat im Bild festgehalten. Nach rund 130 Seiten Begriffserläuterungen informieren knapp 30 Fachbeiträge renommierter Autoren über aktuelle Themen, die die Branche bewegen; von Shop Design über Trendforschung bis zum Visual Merchandising. Praxisnahe Methoden für ein effizientes Handelsmanagement vermittelt auch die Umdasch Shop Academy (Herausgeber des Buches) in zahlreichen Aus- und Weiterbildungsangeboten. Reinhard Peneder ist langjähriger Marketingleiter bei Umdasch Shop-Concept, Chefredakteur von „Shop aktuell“, Vorstandsmitglied im Deutschen Ladenbauverband und Mitglied des „Euroshop“-Beirates. An dem Buch haben des Weiteren zahlreiche Fachleute beratend sowie redaktionell mitgearbeitet; im Buch werden sie alle kurz portraitiert. cg