

dlv – Netzwerk Ladenbau

aus: „stil & markt“, Nr. 5_2011, S. 24 – 25

Ladenbau

Weniger ist mehr

Die Zeit der einfachen Interieurtrends ist vorbei – es gibt nicht mehr die Trendfarbe oder das Trendmaterial schlechthin. Heute realisieren Ladenbauer für Produkte und ihre Zielgruppen maßgeschneiderte Einrichtungskonzepte. Denn das «Store Design» des 21. Jahrhunderts verlangt individuelle Konzepte und kreative Lösungen. Entsprechend hoch sind die Erwartungen des Handels an die Ladenbauer.



Natürliche Töne, klare Strukturen und ein spannungsreicher Materialmix liegen derzeit im Trend.

Die Gesamtinvestitionen des deutschen Einzelhandels für den Aus-, Um- und Neubau seiner Geschäfte lagen 2009 bei 6,1 Mrd. Euro, wie der «Laden Monitor 2011» des EHI Retail Instituts in Köln zeigt. Abgestimmt auf ihre jeweiligen Produkte und Zielgruppen fordern Händler heutzutage flexible und originelle Bauelemente, die Integration moderner Technologien, effiziente und ansprechende Lichttechniken sowie nachhaltige Materialien. Kurz gesagt: einen Laden als Unikat, der das eigene Profil transportiert und beim Kunden fortwährend Interesse weckt. Vielfalt statt Tristesse: Ladenbauer sind heute Kulissenbauer, die für einen sinnlichen, authentischen Auftritt auf einer sich ständig verändernden Bühne sorgen.

Nahrung für die Augen

Statt einer beliebig zusammengestellten Warenpräsentation müssen die Produkte wie in einem Film inszeniert werden: «Möchte man z.B. Wertigkeit vermitteln, kann die Kombination von Kunstarrangements zusammen mit der Ware einen positiven Imagetransfer mit sich bringen», erläutert der Visual Merchandising-Experte Wolfgang Gruschwitz, Inhaber des gleichnamigen Design- und Realisierungsbüros. Auch die Mischung aus Warenbereitstellung und emotionaler Ansprache ist wichtig, wie Lars Koller betont, der Unternehmen zum Thema Ladenbau berät: «Der Kunde muss sich alleine im Laden zurechtfinden, soll Trendthemen durch erzählte Geschichten begreifen,

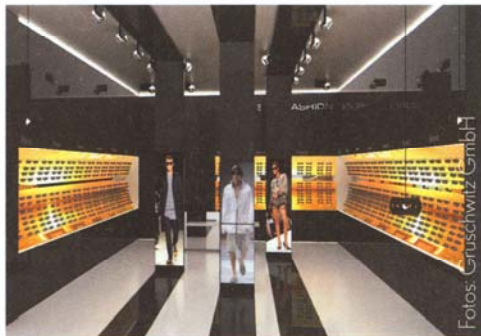
darf aber vor lauter Dekoration nicht vom Einkauf abgeschreckt werden». Daher lautet das Motto «Weniger ist mehr» – weniger Artikel für mehr Überblick, weniger Warenträger für mehr Platz, weniger Quantität für mehr Qualität.

Im Geschäft stehen dabei Emotion, Atmosphäre und Service im Mittelpunkt: die großen Vorteile eines Ladens gegenüber der Konkurrenz aus dem Internet. Riechen, sehen, spüren, fühlen – die Konsumenten wollen den Einkauf erleben. Gleichzeitig haben laut Gruschwitz «Einzelhändler, denen es gelingt, ihren realen Laden mit der virtuellen Welt zu verbinden, einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil». Diese Chancen der neuen Medien erkennen auch immer mehr Unternehmen, wie die Stu-

die «Public Relations im Handel 2011» des EHI Retail Instituts in Köln zeigt. Doch egal, ob im Internet oder im Geschäft: Der Handel muss seine Kunden durch ein immer schwerer zu durchdringendes Angebot führen und ihm seine Kaufentscheidung mithilfe einer logischen und ansprechenden Zusammenführung von Warengruppen oder Sortimenten erleichtern.

Harmonisches Ambiente

Das Ladenambiente soll einen Kunden auf



Ob durch Farben, Formen oder Materialien: Wichtig ist der Wiedererkennungswert eines Ladens.

den ersten Blick positiv ansprechen und auf das Sortiment abgestimmt sein. «Hochwertige Materialien in schlichter, aber solider Bauweise.» So sehen laut Heike Fuhrmann, Leiterin der Akademie Handel in Dorfen, die Läden der Zukunft aus, «um den Mehrwert auf die Produkte zu übertragen». Diese Wertigkeit unterstreichen ökologische, nachhaltige Materialien, die im Ladenbau eine immer wichtigere Rolle spielen. Heute liegen natürliche Töne, klare Strukturen und ein Materialmix z.B. aus gebürstetem Metall, mattiertem Glas und Holzplanken im Trend. Aber auch Vintage-Möbel, knallige Farben und verzierende Ornamente, wie man sie aus dem Orient, aus Asien und Russland kennt, sind möglich. Wichtig ist ein harmoni-

scher Wiedererkennungswert. Bei der Gestaltung sollte außerdem ein regelmäßiger Warenbildwechsel, der für neue Eindrücke und Kaufimpulse sorgt, berücksichtigt werden. «Der Ladenbau und seine Optik müssen sich nach dem Sortiment richten, nicht umgedreht», sagt Lars Koller. Regale mit Rollen, flexibel umzuhängende Warenträger oder digital bespielbare Bilderrahmen sind für eine Um- und Neugestaltung nur einige Beispiele.

Begeisterte Konsumenten

Und die Kunden? Sie sollen in der inszenierten Ladenwelt mit all ihren Requisiten selbst aktiv werden und nicht nur als Statisten agieren. Dabei helfen neue Technologien: Geräte, die beim Einlesen eines Strichcodes über geeignete Kombi-Artikel informieren, Kameras, die dem Kunden auf einem Bildschirm nicht nur den Packungsinhalt anzeigen, sondern auch erste Anwendungsideen liefern, oder Computerstationen, die zur Teilnahme an unterschiedlichen Aktivitäten animieren. Technische Hilfsmittel machen den Einkauf zum abwechslungsreichen Erlebnis.

Angesichts dieser Möglichkeiten ist es nur verständlich, dass sich ein stimmiges Ladenkonzept heute nicht mehr alleine, sondern nur im kreativen Team aus unterschiedlichen Branchen umsetzen lässt. Denn Ladengeschäfte haben gute Chancen auf Erfolg, wenn sie es schaffen, ein Gefühl von Exklusivität, Begeisterung, aber auch Authentizität hervorzurufen und dabei Marken gekonnt in Szene zu setzen sowie Werte zu transportieren.



<http://www.ehi.org>

<http://www.gruschwitz.de>

<http://www.ladenbauverband.de>

<http://www.akademie-handel.de>

Trends im Überblick

Farben:	Naturtöne, Weiß, knallige Farben wie Gelb, aber auch Schwarz oder Anthrazit. Generell markenorientierte und für die Kunden wiedererkennbare Töne.
Boden:	nachhaltige Böden, Dielen, Teppich, Holzplanken, Naturstein, Estrich vergossen.
Materialien:	gezoomte Materialien mit Strukturen, wie z.B. Webstrukturen und Web-Muster, Edelstahl, Holz, gebürstetes Metall, mattiertes Glas.
Möbel:	Regale mit Rollen, flexibel umzuhängende Warenträger, nachhaltige Materialien, klare Strukturen oder verzierende Ornamente, «Vintage» und «geschichtenerzählende» Möbel.
Beleuchtung:	farbiges Akzentlicht, LEDs, OLEDs, klare Töne in der Lichtfarbe und fokussierte Beleuchtung.