

# 1 Vom „Gewölbe“ zum Verkaufsraum

- **Point of Sale** | Vermieter und Nutzer von bestehenden Einzelhandelsimmobilien sind oft mit schwierigen Grundrissen konfrontiert. Solche Räume optimal zu nutzen, erfordert Fantasie und Mut, berichtet der Deutsche Ladenbauverband.

In neu gebauten Einkaufszentren werden Geschäftseinheiten nahezu optimal geplant: Klare Linien, geradlinige Grundrisse, Übersichtlichkeit prägen das Bild. Das Raumkonzept wird von Anfang an auf die Ansprüche des Händlers und dessen Sortiment zugeschnitten. Dem Kunden wird eine Einkaufswelt geboten, die all seinen Bedürfnissen gerecht wird und Freude und Lust am Einkaufen wecken soll. Die Realität sieht indes selten ideal aus. Stattdessen wird der Ladenbauer konfrontiert mit Flächen in alten, teils historischen Gebäuden – Grundrisse, die Vermieter und Nutzer vor große Herausforderungen stellen: Extreme Asymmetrie, unübersichtliche Ecken und Nischen oder tragende Pfeiler mitten im Raum, erschweren nicht nur ein stimmiges Ladenbild, sondern sie behindern auch den Kunden bei der Orientierung. Trotz dieser offensichtlichen Schwierigkeiten bieten sich jedoch gerade in solchen Fällen ungeahnte Möglichkeiten für eine außergewöhnliche Präsentation – wenn man das Potenzial der Fläche zu nutzen weiß.

## 2 Präzise strukturiertes Ladensystem wichtig

Speziell in der PBS-Branche mit der Vielzahl ihrer Produkte ist es für den Geschäftserfolg wichtig, dem Kunden durch ein präzise strukturiertes Ladensystem das Finden der gewünschten Ware zu erleichtern. Papierwaren, Büroartikel, Zeichenbedarf – jede dieser Artikelgruppen stellt im Prinzip einen eigenen Bereich dar, den es auch dementsprechend zu gestalten gilt. Treffen nun unübersichtliche Räumlichkeiten auf ein chaotisch präsentiertes Sortiment, wird es dem Kunden erschwert, wenn nicht gar unmöglich gemacht, sich zurecht zu finden. Zuviel Ware auf begrenztem Raum endet oft in einem Wirrwarr, das schließlich jeden Kunden verschreckt.



Geschickt in das Raumkonzept integriert, wurde der störende Pfeiler zu einem unübersehbaren Anlauf- und Orientierungspunkt für Kunden.

### **3 Intelligente Raumkonzepte sind gefragt**

Eine sinnvolle Option, um die Vielfalt des Sortiments in Griff zu bekommen, sind Shop-in-Shop-Systeme. Klug in das Ladenkonzept integriert, präsentieren sie unübersehbar die unterschiedlichsten Artikel und geben dem Laden zugleich Struktur und Identität. Von besonderer Relevanz ist hierbei die richtige Platzierung der Systeme. So kann eine unscheinbare Nische durch ein stilvolles Shop-in-Shop-System aufgewertet und in den Vordergrund gerückt werden. Die Warenplatzierung und das Raumkonzept stehen sich im Idealfall kommunikativ gegenüber und bilden als Warenraum eine Einheit, die es dem Kunden ermöglicht sich wohl zu fühlen.

Hierzu gehört unter anderem auch, dem Kunden im Falle von Beratungsbedarf einen ständigen Ansprechpartner zu garantieren. Wenn es die Größe des Ladens erlaubt, eignet sich eine Art Informations-Insel im Zentrum des Ladens hierfür am besten. Der besondere Vorteil besteht nun darin, dass freistehende Pfeiler, die unter Umständen störend wirken, hier perfekt integriert werden können. Mehr noch, erst durch sie wird der Informations-Insel eine besondere Präsenz verliehen, die sie zu einer unübersehbaren Anlaufstelle für Kunden macht und somit einen wichtigen Beitrag zu deren Zufriedenheit leistet. Eben diese Zufriedenheit ist maßgeblich. Längst sind die Zeiten vorbei in denen PBS-Artikel als reine Bedarfsartikel galten.

### **4 Produkte richtig in Szene setzen**

Eine Inszenierung, die den Käufer zusätzlich emotional anspricht, wird auch in einer Branche gebraucht, die in der Hauptsache auf „rationale“ Bedarfsdeckung ausgerichtet ist. Einen wichtiger Faktor spielt hierbei die individuelle Inszenierung einzelner Bereiche durch Licht. Licht ist in der Lage, einem Raumkonzept zusätzlich Struktur zu verleihen ohne zu dominant zu wirken. Dabei werden auch eher ungünstige Nischen buchstäblich in ein besseres Licht gerückt. Gerade ältere Gebäude profitieren von einer passenden Beleuchtung,

da sie oftmals über ein besonderes Flair verfügen, das man in hochmodernen Kaufhäusern vergeblich sucht.

Ein weiteres Mittel sind thematisch passende Tapeten oder großformatige Bilder. Eine verwinkelte Wand, die nicht zur Warenpräsentation taugt, kann mit taktisch klug eingesetzten Motiven ganz wesentlich zu einer positiven Atmosphäre beitragen. Räume, die auf den ersten Blick den notwendigen Schick vermissen lassen, sind also mit Hilfe der richtigen Inszenierung in der Lage, bei dem Käufer ein essenzielles Wohlgefühl hervorzurufen. In diesem Fall wäre es ein Fehler, die Räumlichkeiten gewaltsam modernisieren zu wollen. Besser ist es, die natürlichen Gegebenheiten zu nutzen, sie eventuell sogar hervorzuheben und die Raumgestaltung so anzupassen, dass ein harmonisches Ladenkonzept entsteht. Sicherlich stellen schwierige Flächen im Ladenbau eine besondere Herausforderung dar, jedoch bieten sie auch ein großartiges Potential, das keinesfalls ungenutzt bleiben sollte.

[www.netzwerk-ladenbau.de](http://www.netzwerk-ladenbau.de)



Athesia in Bozen: Die Ware wird durch Shop-in-Shop-Systeme und ein stimmungsvolles Lichtkonzept übersichtlich und stilvoll präsentiert.

## 5 Herausforderungen gemeistert

Ein gutes Beispiel für eine optimale Nutzung schwieriger Räumlichkeiten ist die die Buchhandlung und Papeterie Athesia in Bozen. Die Einrichtung für die im Herzen der Altstadt in den historischen Lauben gelegenen Geschäftsräume hat der Einrichtungsspezialist Umdasch geplant und geliefert: „Die Räumlichkeiten waren in der Tat eine Herausforderung. Es schien auf den ersten Blick äußerst problematisch, in die verwinkelten Räume, die zudem mit Säulen und Gewölbedecken ausgestattet sind, eine übersichtliche und modernen Grundsätzen genügende Einrichtung zu integrieren. Jedoch konnten wir durch eine gut durchdachte Planung die natürlichen Gegebenheiten für eine bedarfsgerechte Sortimentsgliederung bei gleichzeitig hoher Orientierungsleistung nutzen. Charme und Atmosphäre

sind hier mit modernster Verkaufstechnik verknüpft“, heißt es von Unternehmensseite.  
[www.umdach.de](http://www.umdach.de)  
[www.athesiabuch.it](http://www.athesiabuch.it)