

Würzburg, den 17.06.2009

Liebe Leserinnen und Leser,

heute erhalten Sie die 6. Ausgabe unseres Newsletters im Jahr 2009 mit den neuesten Infos und Meldungen zur deutschen Ladenbaubranche! Themen diesmal sind:

1. **Konsumklima bleibt konstant**
2. **Neue AC Nielsen-Studie: Wer kauft wo warum?**
3. **Entwicklung in der deutschen Holz- und Möbelindustrie**
4. **Wirtschaftskrise dämpft Expansionen – Tesco auf dem Weg zum Finanzdienstleister**
5. **viscom – Die Messe für visuelle Kommunikation**
6. **Neue Mitglieder**
7. **Termine**

### 1. **Konsumklima bleibt konstant**

Scheinbar unberührt von der Wirtschaftskrise konsumierte der deutsche Bürger im April diesen Jahres stabil weiter. Nach geringen Einbußen im März können die Konjunktur- und Einkommenserwartungen sogar ein wenig zulegen. Um 3,4 Punkte auf 8 Zähler erhöhte sich die Einkommenserwartung. Aus diesem Grund kann die bisherige Bilanz für 2009 in Bezug auf die Einkommensaussichten sicherlich positiv gewertet werden. Die Konsumenten trotzen den schlechten Nachrichten über dramatisch sinkende Auftragseingänge und gehen einkaufen. Die niedrige Inflation, steigende Renten und geringe Energiepreise waren dabei die kaufkraftstärkenden Faktoren. Doch der Himmel über dem sonnigen Konsumenten wird sich schnell verdunkeln, falls die arbeitsmarktpolitischen Instrumente nicht greifen. Eine Entlassungswelle würde den Arbeitsmarkt und damit einhergehend das Konsumklima stark belasten.

+++++

### 2. **Neue AC Nielsen-Studie: Wer kauft wo warum?**

Wonach entscheidet der Konsument, wohin er einkaufen geht? Was sind die wichtigsten Kriterien und Ansprüche? Laut The Nielsen Company (Germany) GmbH rangiert auf Platz eins mit 97 % die Tatsache, dass die Einkaufsstätte leicht zu erreichen sein muss. Denn ersten Platz mit ebenfalls 97 % konnte sich aber auch das Preis-Leistungs-Verhältnis sichern. Dicht gefolgt von sauberen, hygienischen Verhältnissen. Die niedrigen Preise der Einkaufsstätte konnten 90 % erzielen. Wichtig ist auch, dass 80 % der Konsumenten die Discounter als den günstigeren Lebensmittelanbieter ansehen und 73 % der Antwortenden ihn für bequemer erreichbar halten. (Quelle: HDE)

+++++

### 3. **Entwicklung in der deutschen Holz- und Möbelindustrie**

Laut den Quartalszahlen 2009 der Verbände der Deutschen Holz-, Möbel- und Fertigungsbauindustrie e.V. gab es im März im Vergleich zu den Vormonaten eine positive Entwicklung. In der Möbelindustrie sank der Umsatzrückgang von 16,8 % im Januar auf 2,2 % im März. Die gesamte Holzindustrie konnte ebenfalls eine Reduzierung im Umsatzrückgang verzeichnen. Von 25,7 % im Januar auf 6,7 % im März. Es ist jedoch zu beachten, dass die Umsatzentwicklung im März aufgrund des zusätzlichen Arbeitstageeffekts überzeichnet, wohingegen Januar und Februar unterzeichnet waren. Dennoch wäre es voreilig von einer konjunkturellen Erholung der Branche zu sprechen. Denn in der Summe der ersten drei Monate liegt das Umsatzminus für die Möbelindustrie bei 12,7 % und für die gesamte Holzindustrie bei 16,2 %.

+++++

### 4. **Wirtschaftskrise dämpft Expansionen – Tesco auf dem Weg zum Finanzdienstleister**

Zwar gibt es große und unabhängige Konzerne, die die Krise ohne größere Schäden überstehen. Aber das Gros der Unternehmen leidet unter den Folgen. Sie haben aus diesem Grund ihre Investitionen zu-

rückgeschraubt und die Expansionspläne, sofern sie welche hatten, auf Eis gelegt. Die Devise lautet: Was nicht dringend nötig ist, kann bis nach der Krise warten. Wie Expansion in Krisen dennoch möglich ist zeigt Tesco. Tesco, die führende britische Supermarktkette, plant bis Ende 2009 zusätzliche 30 Bankstellen in ihren Märkten. Damit kündigt der britische Riese offiziell die Expansion seines Finanzdienstleistungsgeschäfts an. Die Sterne dafür stehen günstig. Das Vertrauen der Menschen in die traditionellen Kreditinstitute ist stark angekratzt, wenn nicht sogar gebrochen. Der Vorstandchef von Tesco, Terry Leahy, möchte eine „Bank des Volkes“ erschaffen. Auf dem richtigen Weg scheint das Unternehmen zu sein. Mehr als 100 000 Sparkonten wurden allein in den letzten vier krisengeschüttelten Monaten eröffnet. Damit hat Tesco sechs Millionen Konten. Und damit eine Million mehr als noch vor einem Jahr.

Die Meinungen über das Potenzial in Osteuropa sind unterschiedlich. Teilweise hört man, es sei kein Potenzial vorhanden. Obwohl der Bedarf an großen Shopping-Centern erstmal gedeckt ist, wird voraussichtlich in nächster Zeit Nachverdichtung und Optimierung stark gefragt sein. Da die Kaufkraft in Osteuropa stetig wächst, steigt auch mit ihr die Nachfrage. Aus diesem Grund sollte man diese Region zu Recht im Auge behalten und die dortige Entwicklung verfolgen.

+++++

## 5. viscom - Die Messe für visuelle Kommunikation

Die internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation findet vom 1. bis 3. Oktober 2009 in Düsseldorf/Messegelände statt.

Die viscom bringt die gesamte Branche der visuellen Kommunikation zusammen, vom klassischen Signmaking bis zum Digital Signage, präsentiert innovative Technologien und die neuesten Entwicklungen. Den zwei neuen Märkten "Digital Signage" und "Industrial Inkjet Printing" wird in Form von Seminaren, Sonderflächen, Sonderschauen und Awards besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Die viscom adressiert Marketingentscheider aus Handel und Industrie, Maschinen- und Materialeinkäufer sowie Kleingewerbe; auf dieser Messe finden Sie alle Angebote der gesamten Branche: Maschinen, Komponenten, Materialien und Services für Digitaldruck und Industrial Inkjet Printing, Gravur, Lichtwerbung, Digital Signage, Textilveredelung, Präsentationstechnologien für den POS, Außenwerbung, Ambient Media. Mit dem Zusammenbringen dieser Segmente stellt die viscom den Schlüsseltreffpunkt der Branche dar.

Weitere Informationen über die Aussteller, die Besucher, Daten und Fakten sehen Sie unter [www.viscom-messe.com](http://www.viscom-messe.com). Veranstalter ist die Reed Exhibitions Deutschland GmbH, eine 100%ige Tochter des weltweit größten Messeveranstalters Reed Exhibitions.

+++++

## 6. Neue Mitglieder

Wir freuen uns auch in dieser Ausgabe unseres Newsletters die neuesten Mitglieder im dlV – Netzwerk Ladenbau begrüßen zu können:

Die Octanorm Vertriebs GmbH aus Filderstadt in Baden-Württemberg ist seit diesem Monat Partner im dlV-Netzwerk. Dieses Jahr feiert die Octanorm Vertriebs GmbH ihr 40-jähriges Jubiläum und damit auch ihre Philosophie Produkte ständig zu optimieren und dabei gleichermaßen auf die Qualität des Denkens und Handelns Wert zulegen. Das Unternehmen beschäftigt sich mit diversen Systemen von Messe-, Ladenbau-, über Reinraum-, bis hin zu Einrichtungs- und Präsentationssystemen. Und die Leistungspalette des Unternehmens ist noch breiter und vielfältiger.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.octanorm.de](http://www.octanorm.de)

+++++

## 7. Termine – Seminare, Messen und Veranstaltungen

### **16. bis 18. Juni 2009 / Frankfurt – Material Vision 2009;**

Internationale Fachmesse für Ladenbauzulieferer rund um das Thema Materialien für Produktentwicklung, Design und Architektur.

Weitere Infos finden Sie hier:

<http://material-vision.messefrankfurt.com/global/de/home.html>

### **10. und 11. September 2009 / Rüslikon / Zürich – 59. Internationale Handelstagung**

Back to Retail – Reinventing the Basics – Unter diesem Motto findet die 59. Internationale Handelstagung statt. Der Frage „Wohin die Zukunft des Handels führt“ versucht eine Gruppe von Top-Exponenten auf den Grund zu gehen. Weitere Infos finden Sie unter: [www.gdi.ch](http://www.gdi.ch)

**15. und 16. September 2009 / Köln – Store Planning & Design**

Auf dem EHI-Ladenbaukongress werden unter anderem Themen wie Architektur Highlights und Visual Merchandising sowie effizientes Planen und Einrichten im Einzelhandel vorgestellt.

Weitere Infos finden Sie hier:

[www.ehi.org](http://www.ehi.org)

**16. bis 17. September 2009 / Mumbai, Indien – India Retail Forum 2009**

Auf dem fünften India Retail Forum hat man die Möglichkeit die Größen des indischen Einzelhandels zu treffen und kennen zu lernen.

Weitere Infos finden Sie hier: [www.indiaretailforum.in](http://www.indiaretailforum.in)

**1. bis 3. Oktober 2009 / Düsseldorf - viscom - Die Messe für visuelle Kommunikation**

Die internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation findet vom 1. bis 3. Oktober 2009 in Düsseldorf auf dem Messegelände statt. Die viscom misst der einzige Ort an dem Sie alles der gesamten Branchen finden können. Von Maschinen und Komponenten über Lichtwerbung, Digital Signage, Textilveredelung bis hinzu Außenwerbung und Ambient Media. Zusätzliche Infos finden Sie unter: [www.viscom-messe.com](http://www.viscom-messe.com)

**23. bis 27. Oktober 2009 / Mailand, Italien – Shop Project; fieramilano**

Internationale Ladenbaumesse "World Shopfitting Exhibition Shop Project"

Fachmesse für Ladenbau, Visual Merchandising sowie Store Planning

Weitere Infos finden Sie hier:

[www.shopproject.fieramilanoexprocts.it](http://www.shopproject.fieramilanoexprocts.it)

**12. November 2009 / Zürich – Shopping Center Forum & Swiss Council Congress**

Es werden die neuesten Trends, die härtesten Fakten rund um das Themas "Faszination Shopping Center" vorgestellt.

Zusätzliche Infos finden Sie unter: <http://www.sc-forum.ch/>

**14. bis 17. November 2009 / Dubai, UAE – InRetail und Index 2009; Dubai International Exhibition Center**

Index: Internationale Fachmesse für Möbel, Inneneinrichtung und Retail Design

InRetail: Internationale Fachmesse für Planung, Erstellung, Ausstattung und Verwaltung von Einkaufszentren, Systemlösungen u. Dienstleistungen im Ladenbau

Weitere Infos finden Sie hier: [www.indexexhibition.com](http://www.indexexhibition.com)

**10. bis 13. November 2009 / Moskau, Interlight Moscow**

Internationale Fachmesse für Beleuchtung, Lichttechnik & Intelligente Gebäudetechnik.

Weiter Infos finden Sie unter: [www.interlight-moscow.com](http://www.interlight-moscow.com)

**18. und 19. November 2009 / Berlin, Deutscher Handelskongress**

Unter dem Thema „Handel(n) unter neuen Vorzeichen – Strategische Neuausrichtung – Grundstein für zukünftigen Erfolg“ findet der Deutsche Handelskongress statt. Einen Höhepunkt des Kongresses bildet die Verleihung des „Deutschen Handelspreises 2009“ und des „Deutschen Lifetime Awards des Handels 2009“.

-----  
Der dlV möchte Ihnen Informationen anbieten, die für Sie interessant und relevant sind. Falls Sie künftig keine weiteren Informationen von uns erhalten möchten, kontaktieren Sie uns bitte formlos!  
-----

ANZEIGE

**Kunststoff-Designbodenbeläge für individuellen Ladenbau**

PROJECT FLOORS bietet mit seinen Kollektionen PREMIUM und MEDIUM die ideale Grundlage für ein ansprechendes und einzigartiges Shopdesign. Die authentischen Nachbildungen von Holzplanken und

Steinfliesen sind sowohl in der Optik als auch in der Haptik kaum vom Original zu unterscheiden, bringen durch ihre Belastbarkeit und einfache Reinigung aber wesentliche Vorteile mit.  
Mehr unter [www.project-floors.com](http://www.project-floors.com).

### **Flex – Single-Point Displaysysteme für intelligentes Merchandising**

Flex D, Flex H und Flex S sind drei Systeme aus dem CUBIC Katalog 2009. Diese Systeme bieten innovative Möglichkeiten Ware auf Regalen, Armen, Wandarmen und dynamischen Designs zu zeigen. Die Halter werden in oder an 19 mm Elemente eingebaut; doppelseitige und sogar Glaseinbaumöglichkeiten sind möglich. Die geschmackvollen 8mm Front-Arm Displays sind ideal für die Präsentation von Unterwäsche. Die Arme und Wandarme, mit einem Durchmesser von 15 bis 30mm, sind ideal für den Einsatz auf Verkaufs-, Einzelhandel- und Freizeitflächen. Alle Halter schließen das Display-Element für sichere und permanente oder temporäre Zubehör-Arrangements ein. Das Flex-S Zubehörsortiment ist eine Erweiterung des Strux-Hochleistung-Spannstangen-System von CUBIC.

Für mehr Informationen besuchen Sie bitte unsere Homepage: [www.cu31c.de](http://www.cu31c.de)

### **viscom düsseldorf 2009 – Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation**

**1. – 3. Oktober 2009, Messegelände Düsseldorf**

**Erleben Sie flexible Lösungen für den Ladenbau von Digital Signage bis Industrial Inkjet Printing!**

Die Gewinner des Digital Signage Best Practice Awards zeigen Lösungen für die Praxis und die Sonder-schau Industrial Inkjet Printing zeigt progressive Techniken sowie ca. 150 innovative Materialien!