

Würzburg, den 28.06.2010

Liebe Leserinnen und Leser,

heute erhalten Sie die 6. Ausgabe unseres Newsletters im Jahr 2010 mit den neuesten Infos und Meldungen zur deutschen Ladenbaubranche! Themen diesmal sind:

1. **Top-Mieter: Discounter, Drogerien und Supermärkte**
2. **Markenpiraterie bereitet große Sorgen – ein Leitfaden**
3. **Phönix aus Blech – Von der Wiedergeburt der Dose**
4. **Zwingende Beschriftung „Made in...“**
5. **Termine – Seminare, Messen und Veranstaltungen**

Zu den einzelnen Themen:

1. **Top-Mieter: Discounter, Drogerien und Supermärkte**

Die meisten Mietverträge mit Händlern hat im Jahr 2009 Berlin an Land gezogen. Mit 132 abgeschlossenen Mietverträgen, nur fünf Verträgen Differenz zum Spitzenreiter, rangiert Hamburg auf Platz 2. Zu den Mietern gehören an erster Stelle Textilhändler mit einem Anteil von 12 Prozent und Super- sowie Verbrauchermärkte mit 8 Prozent Vermittlungsaktivität. Es zeigt sich deutlich, dass im Vergleich zum Jahr 2008 die Händler mehr an Stadtteillagen interessiert waren. Vor allem Discounter und Supermärkte haben sich dort angesiedelt. Die höchste Vermietungsaktivität der Unternehmen zeigt die Rewe Group mit 78 Anmietungen. Erst weit dahinter, mit 41 angemieteten Läden, befindet sich Edeka.

2. **Markenpiraterie bereitet große Sorgen – ein Leitfaden**

Für Unternehmen gleicht die Markenpiraterie einer Überflutung. Laut einer aktuellen Studie der Tübinger Agentur Karg und Petersen fühlen sich beinahe 75 Prozent der befragten Unternehmen betroffen. Die Firmen aus der Bekleidungs-, Accessoires- und Sportartikelbranche sehen zu 88 Prozent in Asien die größte Gefahr, da vorrangig dort die gefälschten Produkte produziert werden. Die Studie zeigt, dass die Anti-Pirateriemaßnahmen zu kurzfristig angelegt sind. Hohes Optimierungspotential gäbe es in den Kommunikationsmaßnahmen und der intensiven Zusammenarbeit mit Behörden. Mit gefälschten Produkten hat auch die Kosmetikindustrie zu kämpfen. Dort können die Plagiate für den Konsumenten gesundheitliche Schäden nach sich ziehen.

Das Deutsche Patent- und Markenamt hat ein Handbuch zum Schutz geistigen Eigentums in der Möbelindustrie herausgegeben. Das Handbuch versteht sich als eine Anleitung speziell für kleine und mittlere Unternehmen, wie sie sich im besonders von der Produktpiraterie betroffenen Sektor der Möbelindustrie behaupten können.

In diesem Handbuch erhalten Sie eine gute Übersicht über die Schutzrechtsverfahren in vielen Staaten Europas und der Welt. Außerdem bekommen Sie viele praktische Hinweise, wie Sie strategisch vorgehen können, um Ihr geistiges Eigentum wirksam zu schützen und sich noch besser auf dem Markt zu positionieren.

Sie finden das Handbuch als PDF auf den Internetseiten des Deutschen Patent- und Markenamtes unter dem Stichwort „Service“ und anschließend unter „Seminare/Veranstaltungen“ > „Konferenzen“ > „Ambiente 2010“ oder direkt unter

http://www.dpma.de/service/seminare_veranstaltungen/konferenzen/ambiente2010/index.html

Quelle: Geistiges Eigentum – ein Leitfaden in der Möbelindustrie, VHK Herford

3. **Phönix aus Blech – Von der Wiedergeburt der Dose**

Coca-Cola gibt es wieder im Dosenformat zu kaufen. Vor sieben Jahren wurde das Einwegpfand eingeführt und der Dosenanteil am Absatzmarkt damit verringert. Die 0,25 Liter Getränke von Coca-Cola werden in Bäckereien, Supermärkten und Kiosken erhältlich sein. Und die Discounter wie Penny und Netto ziehen nach. Zum Anlass nehmen sie die Fußball WM und füllen ihre Regale mit Dosenbier. Zudem argumentieren die Hersteller mit der Beliebtheit der Dose sowie, dass diese leichter stapelbar und robuster sei. Das Comeback der Dose scheint perfekt. Doch Naturschützer zeigen sich entsetzt – schließlich gehört die Dose zu einer stark umweltschädigenden Verpackung.

4. Zwingende Beschriftung „Made in ...“

Kleidungsstücke, die innerhalb der Grenzen Europas vertrieben werden, sollen das Zeichen „Made in ...“ tragen. Dies fordert das Europa-Parlament. Ein definiertes System für obligatorische Angaben soll in naher Zukunft eingeführt werden. Bislang herrscht in Deutschland kein Muss der Etikettierung. Wer sein Produkt mit „Made in ...“ kennzeichnen will, muss derweil nachweisen, dass wesentliche Bestandteile in diesem Land dem Produkt zuteil wurden.

5. Termine – Seminare, Messen und Veranstaltungen

14. – 15. September 2010 / Köln, Store Planning & Design

15. EHI-Fachkongress mit Handelsbeteiligung zu Architektur-Highlights, Visual Merchandising und effizientem Planen und Einrichten im Einzelhandel; mit Store-Visit und Abend-Event.

Mehr Informationen unter: www.ehi.org

!!! der dlV stellt aus !!!

14. – 16. September 2010 / Moskau, Shop Design & RetailTec 2010

Die Messe Düsseldorf veranstaltet diese wichtigste Messe in Russland für Shopfitting, Lighting Technology, IT Systems und Retail Marketing. Mehr Informationen unter:

www.shopdesignrussia.com

28. – 29. September 2010 / Mumbai, India Retail Forum

Das India Retail Forum beschäftigt sich dieses Jahr mit Fragen wie Einzelhändler in Krisenzeiten weiter wachsen können, wie nachhaltiges Wachstum zu erzielen ist sowie die besten Strategien für Global Player, die sich für einen Einstieg in den indischen Markt interessieren. Zusätzliche Informationen unter: www.indiaretailforum.in

4. – 6. Oktober 2010 / Messe München, Expo Real

Die EXPO REAL als internationale Fachmesse für Gewerbeimmobilien, steht für businessorientiertes Networking bei branchen- und länderübergreifenden Projekten, Investitionen und Finanzierungen. Namhafte Branchenexperten diskutieren über Investment- und Finanzierungsstrategien.

Weitere Informationen unter: www.exporeal.net/de/startseite

6. – 10. Oktober 2010 / Messe Frankfurt, Buchmesse

Die Frankfurter Buchmesse ist der weltweit bedeutendste Handelsplatz für Bücher, Medien, Rechte und Lizenzen. Alle Informationen unter: www.buchmesse.de

12. – 13. Oktober 2010, Wiesbaden / 2. Europäischer Convenience Store Kongress

Zusätzliche Informationen finden Sie unter: www.conferencegroup.de

26. – 27. Oktober 2010 / Berlin, STORES-Kongress 2010

Veranstalter ist das Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH. Erfahren Sie von renommierten Experten aus Wissenschaft und Kreativunternehmen die aktuellen Key-Trends und weltweiten Entwicklungen in punkto Handelskonzepte, Shop-Design und Markeninszenierung am POS. Genauer Termin wird noch bekannt gegeben. www.managementforum.com

!!! der dlV stellt aus !!!

26. – 27. Oktober 2010 / Köln, Energiemanagement im Einzelhandel

Der Fachkongress zu Energiesparpotenzialen und innovativen Lösungen für Food- und Non-Food Handel. Das Themenspektrum umfasst u.a. Einsparpotenziale und Pilotprojekte zu Effizienzstei-

gerung, innovative Kühlkonzepte, energiesparende Beleuchtungskonzepte und Energieeinsparung durch Mitarbeiterschulung. Der Kongress richtet Personen aus dem Handel (Food und Non-Food) wie z.B. Unternehmer und Geschäftsführer, Verantwortliche für Ladenbau- und -einrichtung sowie Energiemanager. Zusätzliche Informationen unter: www.ehi.org

4. – 6. November 2010 / Messe Frankfurt (Halle 3), viscom

Die viscom vereint alle Branchen der visuellen Kommunikation unter einem Dach, vom klassischen Signmaking bis zum Digital Signage, präsentiert innovative Technologien und die neuesten Entwicklungen. Mehr unter: www.viscom-messe.com

8. – 9. November 2010 / Wiesbaden, Läden 2010

Veranstalter dieses Kongresses ist "The Conference Group GmbH", eine Tochter des Deutschen Fachverlages in Frankfurt. Dieser Kongress findet dieses Jahr das 2. Mal statt. Themen sind u. a. Store Design, New Store Development und neue Handelsformate. Weitere Informationen unter: www.conferencegroup.de

!!! der dlV stellt aus !!!

8. – 11. November 2010 / Dubai, UAE – InRetail 2010 und Index 2010

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

11. November 2010 / Zürich, 3. Schweizer Shopping Center Kongress

Lassen Sie sich mit Professionals über die neuesten Trends und die härtesten Facts rund um das Thema „Shopping Center“ informieren. Mehr Informationen unter: www.sc-forum.ch

23. – 24. November 2010 / Düsseldorf, Deutscher Modehandels-Kongress

Veranstaltet wird der Kongress von der Branchenzeitschrift Textilwirtschaft und dem Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels. Weitere Informationen unter: www.bte.de

18. – 23. Januar 2011 / Köln, imm cologne

Die Messe hat für das Jahr 2011 die Ausstellungsfläche der LivingKitchen von zwei auf drei Hallen erweitert. Neben neusten Designentwicklungen werden auf der Möbelmesse innovative Einrichtungskonzepte zu bestaunen sein. Näheres erfahren Sie unter: www.imm-cologne.de

26. Februar – 02. März 2011 / Messe Düsseldorf, EuroShop

Die EuroShop ist die Leitmesse des Handels und findet im dreijährigen Turnus statt. Mit den vier eigenständigen Segmenten EuroConcept, EuroSale, EuroCis und EuroExpo bietet die EuroShop eine enorme Angebotsvielfalt. Zusätzliche Informationen finden Sie unter: www.euroshop.de

!!! der dlV stellt aus !!!

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

Flex – Single-Point Displaysysteme für intelligentes Merchandising

Flex D, Flex H und Flex S sind drei raffiniert flexible Systeme aus dem CUBIC Sortiment. Sie bieten innovative Möglichkeiten, Waren auf Regalen, Konfektionsarmen und dynamischen Designs zu zeigen. Die Halter bieten unterschiedlichste Verbauvarianten. So sind zum Beispiel Installationen in der Rückwand, Aufwandmontagen oder Befestigungen an Glaselementen möglich. Die Systemarme bieten eine Vielzahl an Formen und Präsentationsmöglichkeiten. Mit Stärken von 8-30 mm sind sie ideal geeignet für die Präsentation von ganz unterschiedlichen Artikeln. Angefangen bei Blisterwaren, über Merchandise-Artikel und Dessous bis hin zu HiFi-Geräten sind sie vielseitig einsetzbar. Weitere Informationen über CUBIC unter: www.cu31c.com

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

Ihr Qualitätsanspruch ist unser Auftrag

ELEKTRA-Produkte entstehen in enger Zusammenarbeit mit den Kunden. Ihr Anforderungsprofil ist die Basis für unser tägliches Tun und Handeln. Als Lösungsanbieter für die unterschiedlichsten Anforderungen entwickeln das ostwestfälische Unternehmen zukunftsweisende Beleuchtung für den Objekt-, Laden- und Innenausbau. Dieser Geschäftsbereich verzeichnet positives Wachstum und wird seit Juni durch einen weiteren Vertriebsmitarbeiter, Herrn Klaus Seibold, der eigens für den Bereich Süddeutschland tätig ist, verstärkt. In Zukunft wird ELEKTRA Interessenten und Kunden noch besser und intensiver betreuen sowie individuelle Lichtlösungen anbieten können. www.elektra.de