

dLvinsider 73

Deutscher
Ladenbau Verband



inside
retail

Tagung in Linz

Branchentreff 2023

Branchendaten, Rückblick

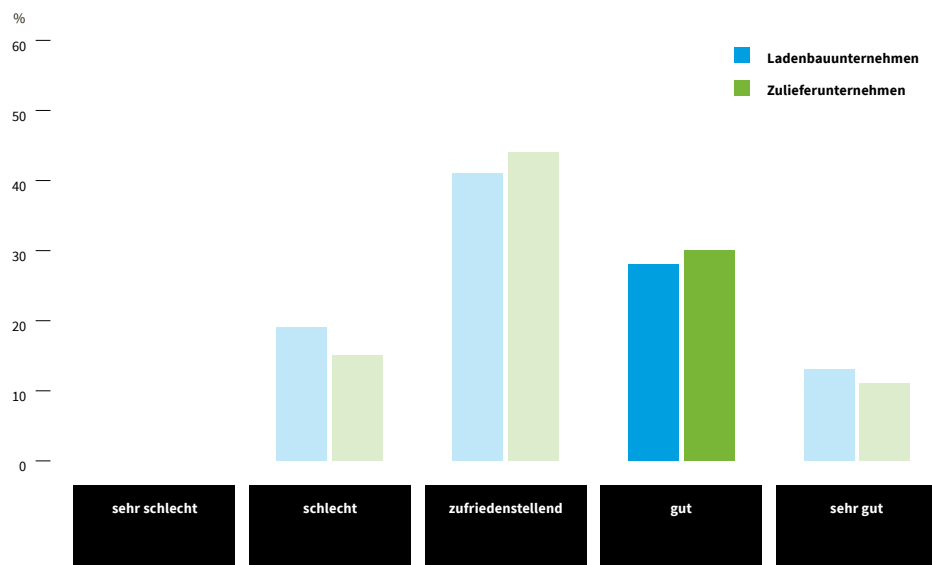
dLv-Tour 2023
Paris

Im Store-Check:
Apotheken

04 | 2023

Ladenbaudaten

Branchendaten des
dLv auf der Website



28% der Ladenbauunternehmen und **30%** der Zulieferunternehmen im dLv bewerten die Aussichten für das gesamte Jahr 2023 als gut.

Das Jahr **2023 verläuft** bislang nur **zufriedenstellend**

Das sah im Januar noch vielversprechender aus! Die letzten Monate haben aber wohl die dLv-Mitgliedsfirmen bei ihrer Einschätzung für das laufende Jahr vorsichtiger werden lassen. Allenthalben hört man, dass das Jahr 2022 außerordentlich gut verlief. Die Auftragsbücher waren nahezu voll. Das Personal musste nicht selten Überstunden schieben. Sowohl für die Ladenbauer als auch die Zulieferer sind die Aufträge bereits im letzten Quartal zurückgegangen.

Mehr denn je hängt der Erfolg von den Kunden ab. Zwar gilt noch die alte Regel, dass, wenn der Kunde nicht kauft, der Handel nicht investiert – und der Ladenbauer das zeitverzögert zu spüren bekommt. Es gibt aber eben Branchen und Retailer, die der Krise trotzen, so unter anderen in den Pandemie Jahren der Lebensmittelhandel. Die Fahrradhändler profitierten vom Run auf die E-Mobilität und eröffneten einen Laden nach dem anderen. Jetzt hat die EuroShop 2023 im Februar gezeigt, wo investiert wird: in Digitales und Energieeffizienz.

Ihr **dLv** Deutscher
Ladenbau Verband

Store-Check: Apotheken

04

**Die Apotheke der Zukunft**

Beispiele aus den STORE BOOKs,
Health-Report

Ladenbau aktuell

08 Branchentreff 2023

Ladenbautagung in Linz

11 dLv-Tour Paris

Von der Champs-Élysées bis zum Marais

12 Branchendaten

Ladenbauunternehmen:
Investitionen fehlen

Stationärer Handel

**14 Die Innenstadt der Zukunft:
Umschwung im Handel**

Statement Dr. Johannes Berentzen,
BBE Handelsberatung

Material + Technik

**16 Wie finden Sie innovatives
oder nachhaltiges Material?**

Nachgefragt bei Dr. Marco Zatti

17 Neue Bodenbeläge**18 Feuchtebeständige Technologien,
Kühltheke für Konditoreien****19 Regalbeleuchtung, Kanten**

Termine

22

**23 Retail Innovation Days Special
am 11. und 12. Juli 2023 in Heilbronn**

Smart Stores 24/7 – Autonom in
die Zukunft

dLv | Kompakt

24 Neue Mitglieder: Aichinger, Bonaspes,
Kramer, L&S Deutschland, MORIS design,
VOMO Air

dLv-Mitglieder:

26 Unternehmensnachrichten

Wissen

**28 Trends und Perspektiven
in Store-Design und Ladenbau**
EHI-Studie Laden-Monitor 2023**29 Neue Publikationen**

Das besondere Projekt

30 Globetrotter Re:Think-Store
Nachhaltiges Konzept in Bonn**31 dLv-Angebote | Impressum**

Das neue Einkaufszentrum Dreiländereckgalerie in Weil am Rhein eröffnete Mitte September 2022 nach dreijähriger Bauzeit. Die Dreiländerapotheke bietet auf 230 Quadratmetern alles für die Gesundheit und Wellness der Kundinnen und Kunden.



Die **Apotheke** der **Zukunft**

ist ein Ort der Prävention, Mental-Health-Shop, Chroniker-Coach oder wird zur Schlaf-Tankstelle. Denn Menschen suchen nach Apotheken, die am besten zu ihren persönlichen Bedürfnissen und Werten, ihren Krankheiten oder ihrer Gesundheitsorientierung passen, sagt der Health Report des Zukunftsinstitutes.

EILÄNDERECK
APOTHEKE

im
Store-Check:
Apotheken

Wie im stationären Einzelhandel verlagern sich auch bei den Medikamenten die Konsumgewohnheiten in den digitalen Raum: günstigere Preise, größere Auswahl, Verfügbarkeit per Klick von zuhause aus rund um die Uhr. In Gefahr gerät dabei die wohnortnahe und unabhängige Gesundheitsversorgung. Die Pandemie hat jedoch zu einem Umdenken geführt, denn die Apotheke wurde zu der Anlaufstelle für alle medizinischen Fragen, die die Ärzte wegen Überbelastung und Ansteckungsgefahr nicht sein konnten.

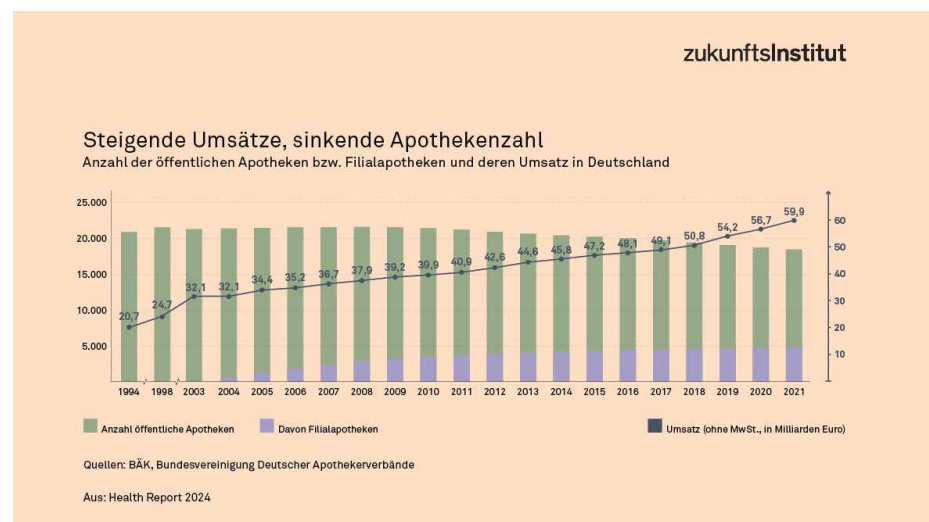
Die Anzahl der Apotheken sank bereits zwischen 2010 und 2018 um acht Prozent, und diese Entwicklung setzt sich seither fort. Es gibt weniger Neueröffnungen als Schließungen von Apotheken.¹

Apotheken bieten ein niedrighschwelliges, aber hochgradig seriöses und kompetentes Beratungsangebot rund um die eigene Gesunderhaltung und Gesundheit. Darin liegen künftig die stationären Chancen.

Der Health Report des Zukunftsinstitutes gibt einen umfassenden Einblick in die Möglichkeiten, wie Apotheken künftig ausgerichtet werden können. Der Prävention wird eine große Bedeutung zukommen. Das Gesundheitsbewusstsein der Menschen steigt, die Apotheke ist der Ort, an dem umfassend beraten wird. Die Medikamentenabgabe ist nur eine von vielen Leistungen, die Apotheker und Apothekerinnen künftig erbringen werden.

„Der Mehrwert der stationären Apotheke liegt in der Option, den persönlichen Austausch und die Beratung, die Nähe und die Glaubwürdigkeit mit digitalen Dienstleistungen zu verknüpfen. Viele Menschen werden sich in Zukunft ihren persönlichen Mix zusammenstellen: Denn sie unterscheiden nicht mehr zwischen online und offline, sondern entscheiden sich für Bequemlichkeit und Vertrauen.“

Corinna Mühlhausen, Health Report



Anhand von Best-Practice-Beispielen zeigt der Health Report verschiedene Apotheken, die unterschiedlich agieren, mal mehr digital aufgestellt sind und mal ihren Schwerpunkt auf die persönliche Beratung legen, die aber alle bei ihrem Kundenkreis erfolgreich sind. Im jährlich erscheinenden dLv-Store Book sind immer wieder hervorragende Apothekenkonzepte zu sehen, die unterschiedlicher nicht sein könnten.

¹Health Report, S. 98; Zukunftsinstitut

Aesculap Apotheke, Neumünster

Hochwertige Materialien. Medikamenten-Bestell-App, Botenservice, Express-Bestelldienst, 24-Stunden-Abholfähler, individuelle Vorbestell- und Beratungsoption, Beratung von „Mann zu Mann“. Klaus Bürger Architektur, STORE BOOK 2017



Lindenapotheke, Zofingen

Roher Stahl, massives Fichtenholz und edler Lehmverputz, variable Tischmodule. Ganzheitliche Gesundheitsberatung, insbesondere der Komplementärmedizin. Zwei unterschiedliche Räume für eine diskrete Beratung, Kinderspielplatz, Sitzbereich. Brem + Zehnder, STORE BOOK 2020



Bara – Health by Nature, Kfar Saba

Terrazzoböden, CD-Farben von Bara, Naturholz für die Anmutung eines Gewächshauses, ovale Informationsblasen in verschiedenen Farben zwischen den Regalen. Bara ist eine Naturapotheke. Studio Samuelov, STORE BOOK 2021



Medly Pharmacy, New York

Speziell angefertigte Pendelleuchten, Metallgitter und der Betontresen mit einem Farbverlauf von Grün zu Weiß. Apothekeigene App. Geschaffen wurde das Besondere im Heer der Next-Door- und Online-Apotheken in den USA.

Sergio Mannino Studio, STORE BOOK 2019



Warum Apotheken schließen

Nachfolgeprobleme, Fachkräftemangel, steigende Kosten, mangelnde Honorierung: Es gibt viele Gründe, warum Apotheken schließen müssen. Der Apothekenkonjunkturindex APOkix des IFH Köln ist das Stimmungsbarmeter im deutschen Apothekenmarkt. In den monatlichen Online-Befragungen werden Apothekeninhaber und -inhaberinnen zur Einschätzung ihrer aktuellen und erwarteten Umsatzlage befragt. Monatlich wechselnde Zusatzfragen beleuchten zudem aktuelle Marktthemen.

Die wichtigsten Zahlen im Überblick für den März:

- 74 Prozent der Befragten haben bereits mindestens eine Apothekenschließung in ihrem lokalen Umfeld erlebt.
- 94 Prozent geben an, erhöhte laufende Kosten – insbesondere für Personal – auf Grund der Schließungen und des damit verbundenen wachsenden Kundenaufkommens in ihrer Apotheke zu verzeichnen.
- 82 Prozent geben an, bei weiteren Schließungen mehr Personal zu benötigen, um der erhöhten Nachfrage gerecht werden zu können.
- Der Konjunkturindex für die aktuelle Geschäftslage sinkt im März auf 75,0 Punkte.
- Der Konjunkturindex für die erwartete Geschäftsentwicklung in den kommenden zwölf Monaten fällt im März auf 41,9 Punkte.

Monatliche Erhebung des IFH kostenlos unter www.ifhkoeln.de



Ladenbautagung in Linz Branchentreffen 2023

Gerlinde Kaltenbrunner erzählte spannend von ihrem Schicksalsberg K2.

Der dLv hat gemeinsam mit seinem Mitglied CAD+T Solutions GmbH nach Linz eingeladen und rund 130 Teilnehmer kamen. Das Motto der Tagung hieß Kommunikation. Der Austausch und das Networking standen denn auch im Vordergrund unter den dLv-Mitgliedern, Gästen und Referenten.

Das laufende Geschäftsjahr fordert die Branche heraus, das ist das Ergebnis der aktuellen Umfrage zum ersten Quartal 2023, die von Vorstandsmitglied Oliver Voßhenrich vorgestellt wurde (siehe Seiten 12 und 13). Der Vorstand des dLv hat Claus Saumweber, Inhaber und Geschäftsführer der Bohnacker Ladeneinrichtungen GmbH aus Blaubeuren, in den Vorstand beigeordnet. Aus dem Vorstand ausgeschieden ist Daniel Erhardt, Geschäftsführer von Koenig Object Consulting.

Die Referenten repräsentierten den Standort Österreich. Rainer Will vom Handelsverband Österreich gab einen fundierten Überblick über die Großwetterlage im Retail. Sorgen macht der „Couch-Commerce“, denn, so Will, in Österreich wird jeder dritte Euro bei Amazon ausgegeben.



Rainer Will, Geschäftsführer Handelsverband Österreich, erklärt dLv-Präsident Carsten Schemberg die Großwetterlage.



Vinzenc Kastner und Wolf Jochen Schulte-Hillen im Gespräch.

Vinzenc Kastner von PWC Österreich hat zur Digitalisierung eine klare Meinung: Wer sich digitale Tools anschafft, weil es gerade Trend ist, wird damit die Kunden nicht überzeugen, wenn er und die Mitarbeiter davon nicht begeistert sind.

Wolf Jochen Schulte-Hillen ist fast immer auf Reisen zu den aufregenden Store-Konzepten weltweit. „Handel bedeutet heute Entertainment“, sagt er und ermuntert zum Reisen. Nur wer viel sieht und Eindrücke sammelt, kann Neues aufnehmen und beurteilen. Denn: „Wir leiden unter Beliebigkeit“, ist sein Fazit.



Yvonne und Stefan Pfeiffer von ERW sind langjährige Partner der Tagung.



Die Tagung stand unter dem Motto Kommunikation.



Tour der Sinne in Linz mit Heidemarie Kriz.

Am Freitag führte Heidemarie Kriz, Architektin und Retail-Expertin aus Wien, kompetent und charmant durch eine Auswahl von Läden in Linz, der drittgrößten Stadt in Österreich. Es gab viel und Vielfältiges zu sehen, vor allem abseits der Hauptstraßen. Beeindruckend die kleine Einkaufspassage „Linzerie“ mit individuellen Stores und ganz ohne den berüchtigten Leerstand.



Abendevent auf dem Pöstlingberg.



Oliver Voßhenrich stellte das Ergebnis der aktuellen Umfrage im Ladenbau vor.

Am Vortag öffneten zwei langjährige Mitgliedsfirmen ihre Tore: Die auf Kühltechnik spezialisierte Hauser GmbH diskutierte am Standort St. Martin im Mühlviertel im Labor über das wichtige Thema Energieeffizienz. Die CAD+T Solutions GmbH lud am Vorabend in den Stammsitz bei Ansfelden zum Austausch ein. Gastfreundlichkeit und Herzlichkeit zeichneten die Gastgeber und auch den Standort Linz aus.

Die Tagung wurde unterstützt von





Von der Champs-Élysées bis zum Marais

dLv-Tour Paris

Im Herbst organisiert der dLv endlich wieder eine Tour für Ladenbauprofis. Ziel ist die französische Hauptstadt Paris. Die Stadt bereitet sich auf die Sommer-Olympiade 2024 vor, renoviert Gebäude und investiert in die Infrastruktur. Anne Hidalgo, die Bürgermeisterin von Paris, macht die Stadt grüner und gibt dem Fahrrad den Vorzug.

Die Retailer, ob Luxusbrands wie Dior oder Fast-Fashion-Produzenten wie Zara, putzen ihre Locations heraus oder eröffnen neu. An der Champs-Élysées stehen die großen Namen Tür an Tür. Im Marais-Viertel finden sich aufregende Concept-Stores neben kleinen Boutiquen und den typischen französischen Bistros. Für Freunde der guten Küche bieten gerade die großen Kaufhäuser fantastische Foodabteilungen. Bon Marché, Printemps, Galeries Lafayette und das beeindruckende La Samaritaine: Wo sonst gibt es eine derart beeindruckende Anzahl von Kaufhäusern mit langer Historie?

Bisherige Stationen der dLv-Tour:
New York • London • Las Vegas • Tokio



Nike House of Innovation.

Tourdaten

11. bis 14. Oktober 2023
Teilnehmer: min. 15 | max. 20

Programm und Anmeldung



Claus Saumweber, dLv-Vorstandsmitglied, stellte die Tour nach Paris auf der Tagung in Linz vor. Er organisiert die Reise gemeinsam mit der dLv-Geschäftsstelle.

Aktuelle Branchendaten

Es fehlen die Investitionen

Traditionell zu seiner Jahrestagung im Mai legt der dLv die aktuellen Quartalszahlen vor. Das laufende Geschäftsjahr ist für die Branche herausfordernd. Das bestätigen nicht nur die Zahlen beim Rückblick auf das letzte Quartal, sondern auch die Frage nach der Rentabilität im Vergleich zum Vorjahr. Knapp 60 Prozent sowohl der Ladenbau- als auch der Zulieferunternehmen geben an, dass sich die Rentabilität im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert hat. Mehrheitlich nicht zufrieden sind die dLv-Unternehmen mit der Investitionsneigung der Kunden.

Auslastung hat sich nicht verändert

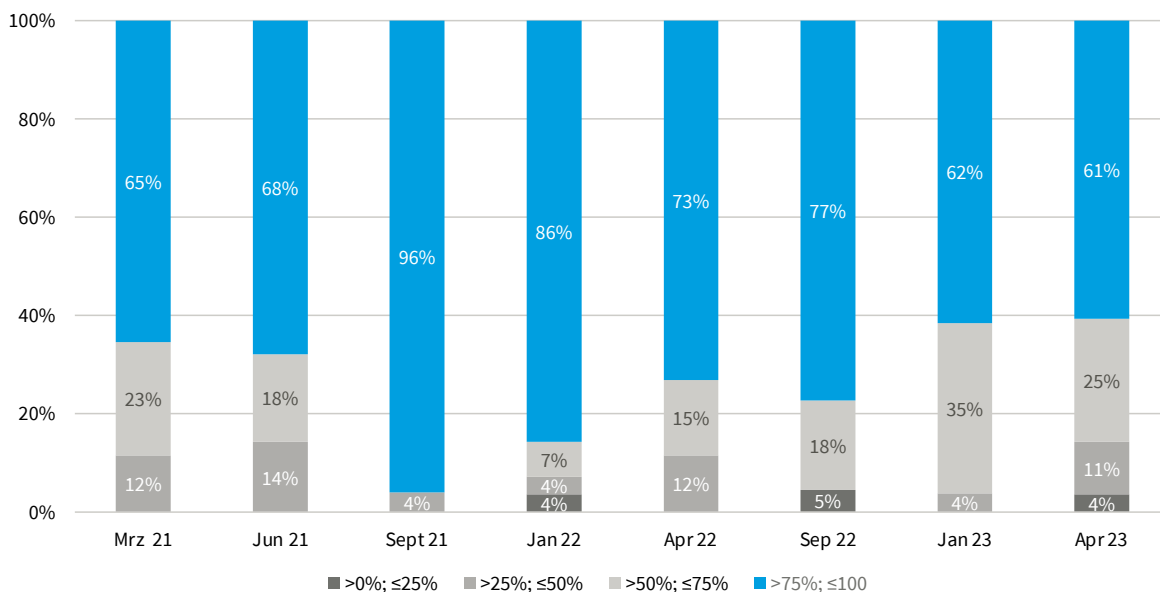
Die Auslastung in der Produktion bei den Ladenbauunternehmen ist im Vergleich zum letzten Quartal 2022 unverändert bei rund 60 Prozent. Die Meldungen im Pandemiejahr 2021 lagen, insbesondere im September, deutlich höher (siehe Grafik).

Auch 2022 waren die Firmen mit der Auslastung sehr zufrieden. Ein fast identisches Bild ergibt sich bei den Zulieferunternehmen, wo die Auslastung von 68 Prozent im Vorquartal auf jetzt 65 Prozent zurückgegangen ist.

Produktionsauslastung

Ladenbauunternehmen

Wie ist momentan die Auslastung in der Produktion?



Branchendaten des dLv auf der Website



61% geben an, dass ihre Auslastung zwischen 75 und 100 Prozent liegt.
13 Prozent der Befragten machen keine Angaben zur Auslastung in der Produktion.

Rentabilität ist nicht zufriedenstellend

Mit der Rentabilität im Vergleich zum Vorjahr sind 56 Prozent der Ladenbauer und 58 Prozent der Zulieferunternehmen nicht zufrieden. 59 Prozent der Ladenbauunternehmen geben an, dass die Kunden zu wenig investieren. Diesen Wert haben wir genauso im Januar erhoben. Dagegen sind die Zulieferer positiver gestimmt. Sagten noch 70 Prozent im Vorquartal, es fehlten die Aufträge, sind es jetzt nur noch 48 Prozent. Diese Zahlen müssen vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass die Investitionen stark branchenabhängig sind. Insgesamt sind die Rückmeldungen zur Investitionsneigung des Handels nicht erfreulich, trotz der Erholung bei den Zulieferern.

Lieferschwierigkeiten behindern nicht

Die in den zurückliegenden schwierigen Jahren das Geschäft massiv behindernde Materialknappheit und die damit einhergehenden exorbitanten Preiserhöhungen stellen erfreulicherweise für die meisten dLv-Mitgliedsunternehmen kein Problem mehr dar. Die Firmen haben gelernt, damit umzugehen. Es sind aber auch viele Produkte wieder lieferbar, auch die Preise haben deutlich nachgegeben. Weiterhin hoch sind allerdings die Logistikkosten.

Wo steht die EuroShop?

Vom 26. Februar bis zum 2. März hat nach drei Jahren die EuroShop in Düsseldorf stattgefunden. Der dLv hat gemeinsam mit sechzehn Mitgliedsfirmen in Halle 11 ausgestellt. Sowohl die Aussteller als auch der Verband waren mit der Qualität der Besucher sehr zufrieden, der Stand war sehr gut besucht.

EuroShop 2023

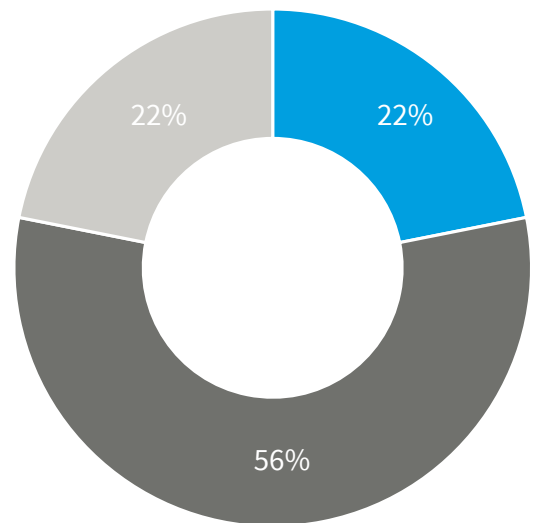
- 1.824 Aussteller (-21%) aus 54 Ländern
- 102.927 qm vermietete Nettfläche (-15%) in 16 Hallen
- 81.484 Besucher (-14%) aus 140 Ländern

Die Ladenbauer im dLv diskutieren ihre Bedeutung auf der Messe, denn das Fehlen großer Ladenbauer blieb nicht unbemerkt. Elke Moebius, Projektleiterin der EuroShop, bestätigte in Linz, dass die Messe 2023 einen hohen Technologieanteil hatte. Das ist folgerichtig, entspricht es doch den Bereichen, in die der Retail vermehrt investieren will. Die EuroShop als größte Investitionsgütermesse des Handels weltweit ist somit ihrer Rolle als Trendsetter gerecht geworden. Wie sich die Ladenbauunternehmen künftig zur Messe positionieren, ist Gegenstand von Gesprächen des dLv mit der Messe Düsseldorf.

Rentabilität

Ladenbauunternehmen

Die Rentabilität* gegenüber dem Vorjahr
(*Brutto-Umsatzrendite = Gewinn vor Steuern)



22% geben an, dass sich die Rentabilität nicht verändert hat.

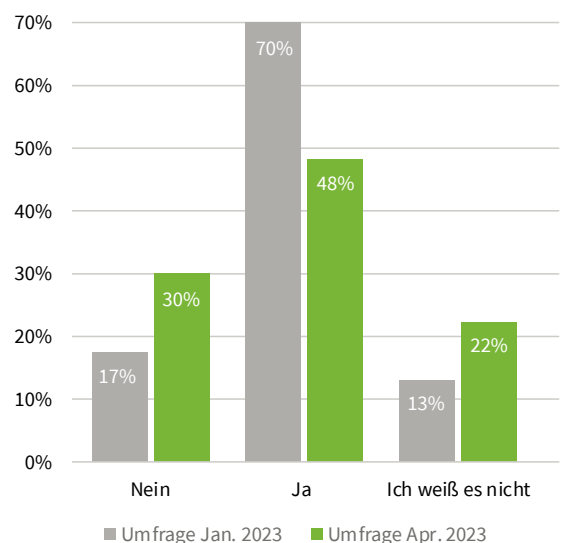
56% geben an, dass sich die Rentabilität verschlechtert hat.

22% geben an, dass sich die Rentabilität verbessert hat.

Investitionsneigung

Zulieferunternehmen

Spüren Sie eine nachlassende Investitionsneigung Ihrer Kunden?



48% der Befragten berichten, dass sie eine rückläufige Investitionsbereitschaft ihrer Kunden wahrnehmen. Dies entspricht einem Rückgang von 22 Prozentpunkten im Vergleich zum vorherigen Zeitraum.

Ladenbaumonitor:
Das EHI legt alle drei Jahre zur EuroShop einen umfangreichen Bericht vor. Mehr dazu auf Seite 28.

Die Innenstadt der Zukunft: Umschwung im Handel

Die Covid-19 Pandemie hat den Handel und damit das Erscheinungsbild unserer Innenstädte stark beeinflusst: Online-Händler verzeichneten enorme Umsatzzuwächse, während stationäre Händler auf der Strecke blieben. Ein Blick auf die Konsumgütermärkte zeigt: Der E-Commerce verliert erstmals an Boden, der stationäre Einzelhandel gewinnt zumindest im Jahr 2022, auch wenn das Vor-Corona-Niveau aus 2019 noch nicht erreicht ist.

Neue Konzepte stoßen in die Lücken

Standortschließungen bei Galeria Karstadt Kaufhof und Insolvenzen großer Häuser wie Peek & Cloppenburg zeigen, dass großflächige Handelsformate in Innenstädten an ihre Grenzen stoßen – den Non-Food-Bereich trifft dies am stärksten: Unserer Einschätzung nach werden in den nächsten zehn Jahren zwischen 15 und 20 Millionen Quadratmeter Non-Food-Verkaufsfläche in Innenstädten aufgegeben. Dem klassischen stationären Einzelhandel folgen neue Ansätze wie D2C-Konzepte, Fachhändler im Mini-Format oder Online-Pure-Player, die mit eigenen Stores in die Innenstädte vorrücken. Leerstände in zentralen Lagen können durch vertikale Mischnutzungen vermieden werden. Einzelhandel und Dienstleistungsangebote verbleiben im Erd- und ersten Obergeschoss, darüber sind Wohnungen, Büroflächen, Gastronomie oder Hotellerie möglich. Eine Mischung der Nutzungsarten sollte im Idealfall die Voraussetzungen der Immobilie ergänzen.

Was ist Retail-as-a-Service?

Stationäre Händler bieten einen Teil ihrer Verkaufsfläche und ihrer Expertise im stationären Handel als Dienstleister anderen Unternehmen an. Der Fokus liegt dabei auf der Interaktion mit und der Information des Kunden, nicht auf dem Verkauf. Es ist eine gute Möglichkeit für Brands, sich und die eigenen Produkte vorzustellen und erlebbar zu machen. Neben Vaund ist der bekannteste RaaS-Anbieter in Deutschland das Unternehmen The Latest.



Dr. Johannes Berentzen,
Geschäftsführer
der BBE Handels-
beratung

Die Innenstadt als Wohlfühlort

Unter dem Eindruck der Pandemie und der Inflation bleibt Einkaufen das Hauptmotiv für einen Besuch in der Innenstadt, gefolgt von Gastronomie und Verweilen. Gerade bei den unter 25-Jährigen steht nicht die Konsumabsicht im Vordergrund, sondern Treffen mit Freunden sowie Sport- und Spielangebote. Neben den Veränderungen von Nutzungsarten und Handelskonzepten spielt vor allem die Mobilität eine entscheidende Rolle bei der Frage, wie unsere Innenstädte künftig aussehen werden: Autofreie Zonen, begrünte Flächen, ressourcenschonende Gestaltung – das alles sind Optionen, mit denen Städte einer nachhaltigeren Zukunft entgegengehen.

Gutes Beispiel: Vaund expandiert nach Leipzig

Das Leipziger Traditionshaus MeinFischer macht Platz für Vaund, der sich als Erlebnisanbieter sieht. Der mehrfach ausgezeichnete Retail-as-a-Service-Spezialist steht auf 110 Quadratmetern mit seinem sorgfältig kuratierten Sortiment, digitalen Zusatzservices und hoher Beratungskompetenz. Kunden von MeinFischer finden künftig ausgefallene und hochwertige Produkte namhafter Hersteller und junger Start-ups aus dem Bereich Mobilität, Consumer Electronics, Küche & Haushalt sowie Lifestyle, die sie vor Ort auch direkt kaufen und mitnehmen können.

Digital Signage am POS

Das Schaufenster ist die Visitenkarte des Einzelhandels. Doch genau wie sich die Gesellschaft zunehmend digital statt per Papier vernetzt, verändert sich auch die Präsentation gegenüber Kundinnen und Kunden. Storefront Signage eröffnet dabei viele Möglichkeiten und schafft moderne Wege für die Customer Experience, wie ein gemeinsames Projekt von invidis und Samsung im Rahmen der Schaufenster Signage Initiative 2023 zeigt.

Nein, neu ist der Einsatz hochleistungsfähiger Displays am POS schon lange nicht mehr. Die wandlungsfähigen Bildschirme, die sich in einigen Bereichen wie Flughäfen schon gegenüber Print-Produkten durchgesetzt haben, erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Integriert in ausgefeilte Visual Merchandise-Konzepte bieten sie Kundinnen und Kunden faszinierende Markenerlebnisse und passen die Erlebniswelt beim Einkauf flexibel in unterschiedlichste Richtungen an.

Um die Wirkung der Devices über die Verkaufsfläche hinaus auszudehnen, wird zunehmend Storefront Signage eingesetzt – und das erfolgreich: Teilnehmer einer neuen Studie von invidis und Samsung, darunter Marken wie Fossil, Lush und Mustang, sind überzeugt von den Anpassungen, die sich durch den Einsatz der Displays aus den OMN- und OMB-Serien von Samsung ergeben.

Bewegtbild beeindruckt

Leuchtstark, dynamisch und emotional – so begeistert lebensnaher Content Kundinnen und Kunden. Gerade in besonders kompetitiven Umfeldern wie dem McArthurGlen Designer-Outlet Berlin macht das sonnenlichttaugliche Samsung OM55N-S in 55“ auf einer Peerless-AV Halterung im Schaufenster von Mustang einen positiven Unterschied.

Neben einer merklich erhöhten Kundenfrequenz setzt es die dargestellten Produkte in Szene, sodass sie gezielt nachgefragt werden. Die Besucherinnen und Besucher erleben Mustang vom ersten Moment an lebensnah und aktiv – damit kann auf den bisherigen analogen Türstopper getrost verzichtet werden.

Fokus auf Feinheiten

Wo es auf Details ankommt, stieß visuelle Kommunikation bisher oft an ihre Grenzen. So konnte die Präsentation feiner Elemente, zum Beispiel von Uhren und Schmuck bei Juwelieren, ihre Betrachterinnen und Betrachter weniger durch eindrückliche Fernwirkung in ihren Bann ziehen als vergleichbare Kampagnen von Bekleidungs- oder Sportgeschäften.



Hier setzt Frontstore Signage mittlerweile unübersehbare, markante Impulse und lenkt den Blick direkt auf die Highlights. So kann Fossil seine Kundinnen und Kunden in Köln durch die Installation eines doppelseitigen OM55N-D Displays mit 3.000 Nits auf der Außen- und 1.000 Nits auf der Innenseite nun auch bei hoher Sonneneinstrahlung zu einem Besuch auf der Fläche animieren.

Storefront Signage sells

Immer mehr Unternehmen setzen auf Storefront Signage, die als eigene Outlets in kanalübergreifende, digitale Kampagnen zu integrieren. Dabei fließen das Content-Konzept und die Frequenz der Ausspielungen ebenso in die Berechnung des ROI ein. Zusätzlich kann die Zielgruppe über die Einbindung eigens von ihr generierter Inhalte, beispielsweise über Social Media, exakt angesprochen werden. Das kann den Bezug zur Marke und zum Store festigen.

So inspiriert Lush Digital Natives über Storefront Signage mit den Werten des Unternehmens – ein weiterer Beweis für die Flexibilität der Devices, die sich einfach, schnell und präzise vielen Anforderungen anpassen und die emotionale Ansprache am POS auf eine moderne Ebene heben können.

Samsung Electronics GmbH
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach am Taunus



im
Inter-
view

Marco Zatti,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der Materialagen-
tur Plan +B GmbH,
Berlin

Herr Zatti, wie finden Sie innovatives oder nachhaltiges Material?

Es gibt viele Informationen zu Materialien, die Hersteller liefern für jedes Produkt ausführliche Beschreibungen.

Warum ist es offensichtlich schwer, das Richtige zu finden?

Wir beraten und bieten Service, anders als zum Beispiel Materialdatenbanken, die Materialien sammeln und mit ihrer Bibliothek einen guten Überblick über die am Markt verfügbare Ware bieten. Wir sammeln nicht, sondern selektieren: Wir bieten eine bestimmte Auswahl an Materialien an, über die wir umfassend Bescheid wissen. Wir arbeiten mit dem Hersteller und ArchitektInnen zusammen, wissen im Detail, wie die Produkte funktionieren, ob sie für den vorgesehenen Zweck einsetzbar sind, was sie kosten und wo sie bezogen werden können, und begleiten die Projekte.

Die Fülle an Materialien ist immens, sei es im Bereich Fliesen und Holzwerkstoffe oder bei ganz neuen Entwicklungen. Zu mir kommen Planer und Architekten vor allem aus dem Ladenbau und der Hotelbranche. Sie suchen nach ausgefallenen, innovativen oder nachhaltigen Materialien, je nachdem, welches Projekt sie gerade betreuen. Wir haben das Know-how und sehen uns als Problemlöser für die Aufgaben, die uns gestellt werden. Stores, Hotels, sogar öffentliche Bauten, werden immer individueller. Eine schöne Fliese oder ein aufregendes Oberflächenmaterial kann den Unterschied machen. Aber ist es auch geeignet? Habe ich daran gedacht, dass die mit dem coolen Metalldesign ausgekleidete Theke unschöne Fingerabdrücke geradezu anzieht? Ist die Fliese rutschfest? Wie sieht es mit dem Brandschutz aus? Oft sehen wir, dass von den Produkten Eigenschaften verlangt werden, die sie für den angedachten Zweck nicht haben. Wenn ein Material zum Einsatz kommt, muss ich auch an Fachleute denken, die es fachgerecht bearbeiten können. Das ist zwar jedem klar, in der Praxis aber nicht selten eine große Hürde, über die wir helfen können.

„Bei den Kosten für Nachhaltigkeit muss der gesamte Produktionsprozess sowie die Entsorgung berücksichtigt werden. Beton ist beispielsweise in der Herstellung günstig, aber im Abbau sehr kostspielig und aufwändig.“

Was ist gerade en vogue und was geht gar nicht mehr?

Moden kommen und gehen, es gibt nicht den absoluten Trend. Bei Fliesen zum Beispiel waren in den 1970er Jahren kleine Kacheln angesagt. Die achtziger Jahre waren geprägt von der 30 x 30 Zentimeter großen Fliese. Das sehen Sie heute gar nicht mehr. In den neunziger Jahren wurde Mosaik verlegt, bis auch dieses wieder verschwand. Heute ist die große Fliese in 1,5 x 3 Metern gefragt. Mosaik erlebt momentan eine Renaissance, allerdings mit etwas anderen Formen und Materialien, nicht rein quadratisch und nicht nur aus Glas.

Bei Farben ist Grün das neue Weiß. Schauen Sie auf die Autoindustrie. Dank Apple wurde die Farbe Weiß bei Autos salonfähig. Zur Zeit fallen mir Autos in Grüntönen auf den Straßen auf, die es 20 Jahre lang nicht gegeben hat. Grün ist auch die Farbe der Nachhaltigkeit. Insgesamt ist die Farbigekeit zurück. Und ganz klar beobachten wir einen Trend zum Haptischen und zu Materialien mit Struktur. Wenn ich es auf den Punkt bringen soll, dann hat trendiges Material diese Eigenschaften: taktil, farbig, strukturiert, ehrlich.

Die Kosten für Nachhaltiges sind hoch. Richtig oder falsch?

Nachhaltige Materialien sind (noch) teuer, das stimmt. Grundsätzlich halte ich es aber auch für einen nachhaltigen Gedanken, zunächst einmal das Material einzusetzen, welches am Markt ist. Mich stört, dass offensichtlich jedes Jahr Neues erwartet wird. Die Hersteller sollten ähnlich wie in der Mode darüber nachdenken, wie oft sie neue Kollektionen vorstellen. Ich möchte die Hersteller sicher nicht mit der Fast-Fashion-Industrie vergleichen. Es wäre aber nachhaltiger, Bewährtes in neuen, ideenreichen Anwendungen zu zeigen oder nachhaltiger zu produzieren. Bei den Kosten für Nachhaltigkeit muss der gesamte Produktionsprozess inklusive der Entsorgung berücksichtigt werden. Beton ist beispielsweise in der Herstellung günstig, aber im Abbau sehr kostspielig und aufwändig.

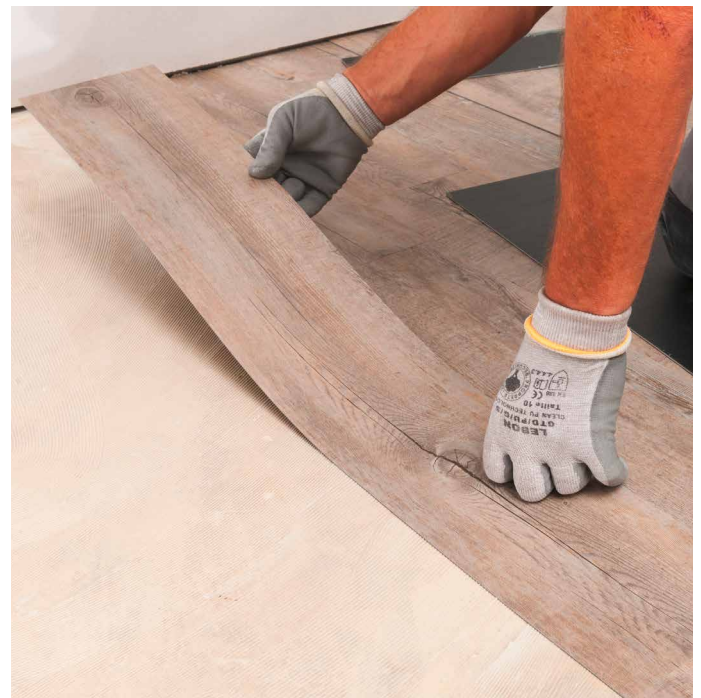
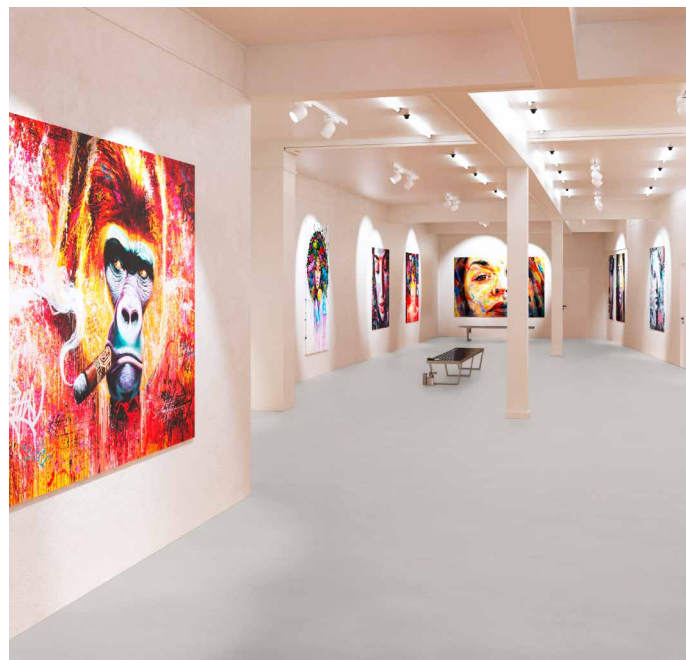
Weiterlesen im
DIGITORIAL auf
der dLv-Website



dLv-Mitglieder stellen innovative und neue Produkte vor

Creation Evo: eine echte Alternative zu LVT-Designbelägen aus Vinyl

Der neue Objektbelag Creation Evo von Gerflor wird mit einer exklusiven Komposition thermoplastischer Polymere hergestellt, er enthält weder Chlor noch Weichmacher. Als Cradle-to-Cradle-Produkt mit Silber zertifiziert wird der Designbelag nach den strengen Prinzipien der Kreislaufwirtschaft hergestellt. Darüber hinaus überzeugt Gerflor Evo durch sehr geringe VOC-Emissionen von weniger als 10 µg/Kubikmeter (TVOC nach 28 Tagen) und wurde mit dem Label „Indoor Air Comfort Gold“ ausgezeichnet – für eine nachhaltig wohngesunde Raumluftqualität (REACH-konform). Zudem trägt der Bodenbelag das Umweltsiegel „Blauer Engel“.



100 Prozent Recyclingfähigkeit und 35 Prozent Recyclinganteil: Creation Evo kann nach Ende der Nutzungszeit zu 100 Prozent recycelt werden und besteht bereits aus bis zu 35 Prozent Recyclinganteil. Gerflor verweist dazu noch auf das Second-Life-Rücknahmeprogramm für Verschnittreste.

Zwölf Dekor-Topseller aus der klassischen Creation-Kollektion stehen zur Verfügung: neun verschiedene Holz- und drei Steindekore. Dazu Frank Selbeck, Marketingleiter bei Gerflor: „Creation Evo sieht optisch so aus wie Vinyl, fühlt sich auch so an und verfügt über die gleichen technischen Eigenschaften. Wenn man beide nebeneinanderlegt, sieht man kaum einen Unterschied.“ Die besonders strapazierfähige Oberflächenvergütung Protecshield macht den Belag widerstandsfähig gegenüber Mikroverkratzungen. Er ist leicht zu reinigen, flecken- und chemikalienbeständig. Verlegt wird er wie ein Vinylbelag. www.gerflor.de



Uzin MT Classic System: feuchtebeständige Technologie

Uzin präsentierte zur Messe BAU eine Technologie alkali- und feuchtebeständiger Produkte, die sich zur Verlegung textiler und elastischer Bodenbeläge auf restfeuchten Untergründen und Untergründen mit nachstoßender Feuchte eignen. MT steht dabei für „Moisture Tolerant“ und damit für Produkte, denen aufsteigende alkalische Feuchtigkeit aus dem Untergrund nichts anhaben kann. Im Sortiment von Uzin sind sie ab sofort mit dem neuen Label „MT-Technology“ gekennzeichnet. Bestandteile des neuen MT Classic Systems sind die Dispersionsgrundierung Uzin PE 360 Plus, die standfeste Reparaturmasse Uzin NC 182, die neue zementäre Spachtelmasse Uzin NC 161 und der neue Universalklebstoff Uzin KE 25.

Das System eignet sich insbesondere auf feuchten zementären Untergründen und kommt ganz ohne Feuchteabspernung oder -bremse aus. Der Grund: Die alkalische Feuchtigkeit beeinträchtigt weder die einzelnen Produkte noch den gesamten Systemaufbau. Auch punktet das neue System unter Nachhaltigkeitsaspekten, denn es weist einen um rund 50 Prozent kleineren CO₂-Fußabdruck auf als herkömmliche Systeme, bei denen zur Abdichtung Reaktionsharzgrundierungen eingesetzt werden.

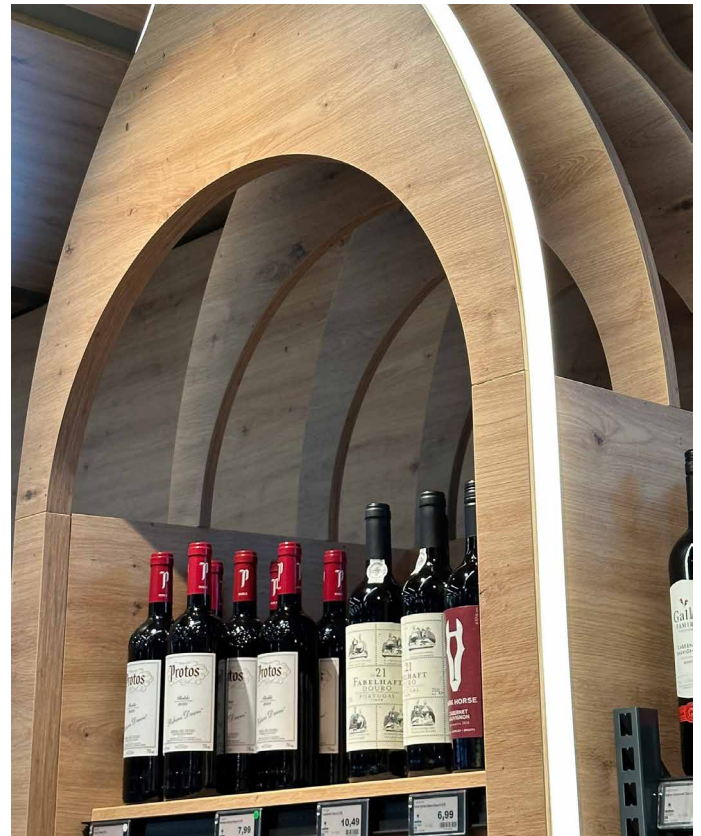
www.uzin-utz.com

Visualis Pastry: Neue Theke für Konditoreien

Die neue Kühltheke der Epta-Premiummarke Eurocryor ist speziell für Konditoreien, Pâtisseries und Cafés entwickelt worden. Die maßgefertigte Kühltheke hat einen robusten, aber eleganten Korpus aus rostfreiem Edelstahl mit einem vollverglasten Aufsatz. Ausstattung und Optik sind vielfältig individualisierbar. Mithilfe von Fächern und speziellen Ablagen lassen sich Backwaren ebenso wie Törtchen, Macarons und große Torten präsentieren. Wer seine Warenpräsentation vertikalisieren möchte, kann ein Turmmodul integrieren und damit das Volumen der Auslage deutlich vergrößern. Die Kühltheke erreicht die Energieeffizienzklasse E, das Turmmodul die Energieeffizienzklasse C.

www.epta-deutschland.com





swing~light: Regalbeleuchtung im Supermarkt

Die Hansen GmbH hat zwei Leuchten für die Regalbeleuchtung als Eyecatcher im Angebot. Die swing~light ist eine längliche Leuchte aus Silikon, bestückt mit LEDs. Im Unterschied zu Metallprofilen, die der Länge nach starr sind, kann dieses Lichtprofil in der einfarbigen Ausführung in alle Richtungen gedreht und gebogen werden, es ist dauerhaft flexibel. Die swing~light open ist ebenfalls eine längliche Leuchte, allerdings mit einem wesentlichen Unterschied: Sie hat kein Oberteil. Die einzelnen LEDs sind sichtbar, d.h. es ist ein punktförmiges Lichtband zu sehen. Ein weiterer Unterschied: swing~light open kann mit unterschiedlichen LED-Abständen geliefert werden. Sie kommt zum Einsatz, wenn indirektes Licht gewünscht ist.
www.hansen-led.de



Fast wie Echtholz: neue ABS-Kanten mit Hirnholzdekoren

Werden die neuen Kanten zusammen mit farblich passenden Längsholzkanten angefahren, entstehen Möbel in hochwertiger Echtholzoptik. Hirnholz Creme, Hirnholz Vanille, Hirnholz Zimt und Hirnholz Cappuccino heißen sie. Die neuen ABS-Hirnholzkanten sind in der Stärke 1 Millimeter in jeder gewünschten Breite bis 100 Millimeter erhältlich.
www.ostermann.eu

JETZT NEU: LAMELLA

SUN WOOD
by STAINER

EIN MATERIAL — UNZÄHLIGE MÖGLICHKEITEN

Ob als Sicht- oder Wandschutz, flexible Verkleidung an Wänden, Säulen, Kanten oder einfach als Dekorationselement - Lamella passt sich effektiv und unkompliziert dem gewünschten Untergrund an. Mit seinen feinen Lamellen bietet dieses neue Produkt eine ästhetisch ansprechende Oberfläche, welche mithilfe der SUN WOOD Designs ganz nach Ihren Wünschen gestaltet werden kann. Ein geniales Material, das zum Highlight Ihres Interieurprojektes wird!



**Flexibles
Trägermaterial**



**Individuelle
Gestaltung**



**Einfache
Montage**

JETZT IN ÜBER
100
DESIGNS
ERHÄLTlich!

Jetzt anmelden & kostenloses Muster anfordern auf
www.stainer-sunwood.com/b2b

CAD+T

Software für Interior Design
und Produktion

**Ihre individuellen Aufträge
aus der Zeichnung ohne
Nachbearbeitung**

Wir bieten:

- + Stückliste erstellen,
Material direkt im
ERP bestellen
- + Kapazitäten und
Ressourcen verplanen
- + An der CNC fertigen



VARIO – Stromleitersystem

Einfach genial!



Die clevere Lösung zur Elektrifizierung
und Beleuchtung von Auslagen- und
Warenregalen.

ELEKTRA – immer eine Idee voraus.

CAD+T Consulting GmbH
+49 5251 150 240, D-33100 Paderborn

office@cadt-solutions.com
www.cadt-solutions.com



ELEKTRA
www.elektra.de

Termine

Was	Wann	Wo	Info
Smart Stores 24/7 – Autonom in die Zukunft? Partner d+tv	11. – 12.07.2023	Heilbronn	Retail Innovation Days Special, Bildungscampus Heilbronn
Eurobike	21. – 25.09.2023	Frankfurt a.M.	Internationale Leitmesse für das Bike- und Future-Mobility-Universum
Trendforum Retail Partner d+tv	27. – 28.09.2023	Frankfurt a.M.	Digitale Lösungen im Einzelhandel
d+tv -Tour Paris	11. – 14.10.2023	Paris	Geführte Store-Check-Tour für Ladenbauprofis
China in-store	29.11. – 01.12.2024	Shanghai	International Trade Fair for In-store Design & Solutions
EuroCIS der d+tv stellt aus	27. – 29.02.2024	Düsseldorf	Europäische Leitmesse für Retail Technology
Light + Building	03. – 08.03.2024	Frankfurt a.M.	Welleitmesse für Licht & Gebäudetechnik
Holz-Handwerk	19. – 22.03.2024	Nürnberg	Europäische Fachmesse für Maschinenteknologie und Fertigungsbedarf
China in-store	03. – 05.09.2024	Shanghai	International Trade Fair for In-store Design & Solutions
d+tv Ladenbautagung	16.05.2024	Kamp-Lintfort	Der Branchentreff für Ladenbauer und Partner, veranstaltet vom dLv
Chillventa	08. – 10.10.2024	Nürnberg	Welleitmesse für Kältetechnik
interzum	20. – 23.05.2025	Köln	Welleitmesse für Interiordesign
EuroShop	22. – 26.02.2026	Düsseldorf	Internationale Leitmesse für Handelsinvestitionen

www.ladenbauverband.de/veranstaltungen

Smart Stores 24/7 – Autonom in die Zukunft

Retail Innovation Days Special am 11. und 12. Juli 2023 in Heilbronn

Prof. Dr. Stephan Rüschen, kompetentester und rühmtester Experte in Deutschland für automatische Stores, lädt wieder zu einer informativen zweitägigen Veranstaltung nach Heilbronn auf den Campus ein. Rüschen ist Studiengangleiter BWL-Handel. Der dLv ist Partner des Events.

Als Referenten mit dabei sind Betreiber von autonomen Stores wie Philipp Kübler, der in Stuttgart Kübler GO, einen Store mit Grab & Go betreibt, oder der BakerSoft-Geschäftsführer Oliver Suhren, der über die Erfahrungen mit seiner ersten vollautonomen 24/7-Bäckereifiliale der Welt, dem Lila Bäcker, berichtet. Entwickler wie LateBird, Stüwer oder Reckon stellen ihre Technologien vor.

Im Fokus stehen aber auch die Kunden, die die Stores nutzen sollen und die erst einmal auf teilweise für sie ungewohntem Terrain abgeholt werden müssen. Und die Frage, wo Smart Stores künftig vermehrt eingesetzt werden, ob im ländlichen Raum oder in der Stadt, als Ergänzung für einen Supermarkt oder als Hofladen, steht auch auf der Agenda.

Beginn: 11.07.2023, 12.00 Uhr
Ab 18.30 Uhr Smart Store 24/7 Night
Ende: 12.07.2023, 16.30 Uhr



Überblick über Technologien und Geschäftsmodelle

Neues Whitepaper zu autonomen Stores

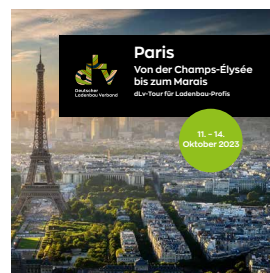
Wer sich in die Thematik der autonomen Stores einlesen will, findet im aktualisierten Whitepaper einen hervorragenden Überblick. Julia Schumacher und Prof. Dr. Stephan Rüschen von der DHBW Heilbronn beschreiben die Entwicklung von autonomen Stores in den letzten beiden Jahren in Deutschland und Europa. Insgesamt haben sie 123 Konzepte analysiert, davon 77 in Deutschland und 45 in anderen europäischen Ländern. Was macht einen autonomen Store erfolgreich, was klappt nicht? Welche Geschäftsmodelle sind erfolgreich, welche entwickeln sich langsamer?

Das Whitepaper steht
kostenlos zum Download
zur Verfügung.



dLv-Tour Paris

11. bis 14. Oktober 2023



Nach der pandemiebedingten Pause gehen wir wieder auf die Reise. Ziel ist die französische Hauptstadt mit ihren Luxus-Stores, traditionsreichen Kaufhäusern und lebendigen Quartieren.

Details zur Store-Check-Tour auf Seite 11.

dLv-STORE BOOK 2024

Wir starten in die neue Saison, die Einreichung ist eröffnet, die Frist endet am 30. September 2023.

Jetzt einreichen



Trendforum Retail

27. bis 28.09.2023 in Frankfurt a.M.
Digitale Lösungen im Einzelhandel.

Daniel Schnödt ruft wieder zum jährlichen Austausch darüber auf, wie viel der Handel an Digitalisierung braucht, ohne den Raum für das Erlebnis zu verlieren.

Jetzt anmelden unter



Willkommen im dLv

Wir begrüßen neue Mitglieder

Eine Übersicht über alle Mitglieder im dLv mit umfangreichen Angaben zur jeweiligen Firma finden Sie auf der dLv-Webseite im Bereich Mitglieder.



Aichinger GmbH

Als Multispezialist schafft das international agierende Unternehmen aus Wendelstein emotionale Fresh-Food-Erlebniswelten und entwickelt, produziert und vertreibt Spezialeinrichtungen für die Ladengestaltung in der Lebensmittelbranche. Dazu gehören beispielsweise Kühl-, Wärme- und Heißtheken, Präsentations- und Edelstahlmöbel.

Leistungen:

- Konzeptberatung
- Design & Einrichtungsplanung
- Produkte & maßgeschneiderte Anfertigung
- Baukoordination & Realisierung
- Betrieb & Service

Standorte in Deutschland: Wendelstein (Hauptsitz), Potsdam, Kesselsdorf, Haan, Buchenbach

Ansprechpartner: Dr. Thomas Grünewald
Mitarbeiter: 550

www.aichinger.de



Bonaspes GmbH

Das Familienunternehmen ist seit 25 Jahren im Bereich Ladenbau und Objekteinrichtung aktiv. Zum Portfolio gehören individuelle Shop- und Raum-Konzepte, Shop- und Interior-Design, Projektmanagement, Konstruktion und Entwicklung sowie Montage und After-Sales-Services.

Leistungen:

- Individuelle Shop- und Raum-Konzepte
- Shop-Interior-Design
- Projektmanagement
- Analyse & Beratung
- Konstruktion & Entwicklung
- Montage & Reparatur, Instandhaltung
- Logistik und After-Sales-Services

Standort: Wesel

Ansprechpartner:

Eva Maria Vietoris und Sarah Vietoris

Mitarbeiter: 9

www.bonaspes.de

BONASPES



Kramer GmbH

Kramer entwickelt, plant und produziert Einrichtungen in den Bereichen Lebensmittel- & Großmärkte (LEH & LGH), Metzgerei, Imbiss, Bäckerei & Konditorei & Cafés, Feinkost & Fisch, Gastronomie & Bars. Kramer kann es seriell, aber auch Individuell mit speziellem Fokus auf hochwertige Kühlmöbel.

Leistungen:

- Beratung & Konzepterstellung
- Ladenplanung
- Produktion & Projektmanagement
- Montage & Service
- Thekentechnik (Forschungs- und Entwicklungsabteilung)

Standort: Umkirch

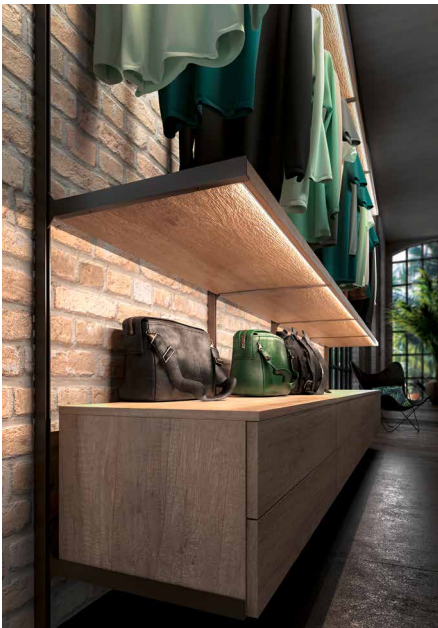
Ansprechpartner: Robert Mastrocola

Mitarbeiter: 80 im Ladenbau
(300 im Unternehmen gesamt)

www.kramer-ladenbau.com



Übersicht über alle
Mitglieder im dLv



L&S Deutschland GmbH

L&S entwickelt, produziert und vertreibt LED-Lichtsysteme, intelligente Lichtsteuerungen und Smart-Home-Lösungen für Möbel. Das Unternehmen ist auf individuelle Projekte spezialisiert. 2002 gegründet, gehört L&S zu einer Firmengruppe mit Werken in Italien, China und den USA mit weltweit rund 450 Mitarbeitern.

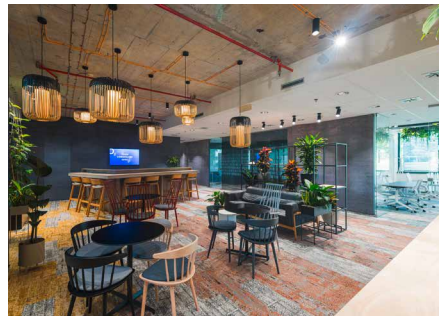
Leistungen:

- Individuelle Beratung & Maßanfertigung
- Planung, Entwicklung & Produktion
- Vertrieb für LED-Lichtsysteme, intelligente Lichtsteuerungen
- Smart-Home-Lösungen für Möbel

Standort: Rödinghausen
Ansprechpartner: Daniel Kunzi
Mitarbeiter: 80

www.ls-light.com

L&S Lighting
Intelligence



Moris design GmbH

Das Familienunternehmen aus Tschechien entwirft und realisiert seit 25 Jahren Stores. 150 Mitarbeiter arbeiten an Komplettlösungen für den Einzelhandel. Branchenschwerpunkte: Telekommunikation, Sport und Outdoor, Drogeriemärkte, LEH, Fashion und Lifestyle.

Leistungen:

- Komplettlösungen im Bereich des Ladenbaus inklusive In-Store-Ladendesign mit 360-Grad-Visualisierungen, Bauleistungen
- POS-Branding & -Displays
- Konzept für 24/7-Stores

Standort in Deutschland: Nürnberg.
Ansprechpartner: Marco Schumacher
Mitarbeiter: 150

www.morisdesign.de

MORIS
DESIGN



Vomo Air GmbH

Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Entkeimung von Luft und Oberflächen in Industrie-, Gewerbe- und Einzelhandelsimmobilien, Reinigung der Abluft gewerblicher Großküchen.

Leistungen:

- Planung, Lieferung, Installation und Instandhaltung für:
- Ausrüstung, inkl. Nachrüstung, von Lüftungs- oder Abluftanlagen mit Systemlösungen zur Reinigung von Luftströmen
 - Autarke Systeme zur Ausrüstung von Räumlichkeiten, die nicht durch Lüftungsanlagen versorgt werden

Standort: Leichlingen
Ansprechpartner: Manuel von Möller
Mitarbeiter: 2

www.vomo-air.com

VOMO Air GmbH
Clean Air Technologies

dLv-Mitglieder Unternehmensnachrichten



Heim Steintechnik aus Bürgstadt ist vom Deutschen Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung (DIND) als Arbeitgeber der Zukunft ausgezeichnet worden. Das Bild zeigt Martin Heim zusammen mit der ehemaligen Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries. Geehrt werden innovative Unternehmen mit klarer Digitalisierungsstrategie, die Nachhaltigkeitsziele verfolgen und attraktive Arbeitsbedingungen bieten.
www.heim-steintechnik.de

MOprojects aus Vreden hat die niederländische Kroeze Interieur B.V. übernommen. Der Spezialist für hochwertige Hotel- und Gastronomieeinrichtungen agiert innerhalb der MOprojects Group als eigenständiges Unternehmen. Das Team um die Inhaber Delia Besing und Josef Lepping wächst auf 160 Mitarbeiter an.
www.moprojects.de

Brust + Partner ist wieder ausgezeichnet worden. Das Design-Studio aus Bad Schönborn hat für das Projekt IT-Arena Barmenia Versicherungen Wuppertal den Award Best Workspaces erhalten.
www.brust-partner.de

Oechsle Display Systeme wird von HL Display übernommen. Oechsle aus Leipzig ist spezialisiert auf Kommunikations- und Regalmanagementlösungen. HL ist ein weltweit agierender Anbieter von In-Store-Merchandising- und Kommunikationslösungen mit Hauptsitz in Stockholm, Schweden. Weltweit sind rund 1.100 Mitarbeiter beschäftigt.
www.oek-display-systeme.de

BACK-LINE

So schön kann
professionelle Beleuchtung sein!



Foto: Sachsenküchen

Die neue Regalwandbeleuchtung Back-Line

- › Eine phantastische Möglichkeit, Regale mit rückseitigem Licht zum optischen Freischweben zu bringen
- › Das Licht wird in 3 Richtungen gelenkt
- › Konzipiert für 19mm Böden
- › Mögliche Nutzung als „wallwasher“
- › Keine sichtbaren Lichtpunkte
- › Trendfarben schwarz und edelstahloptik
- › Lichtfarbe ww mit ca. 3000K
- › In verschiedenen Abmessungen erhältlich

Hera[®]

Haste

Bock auf Licht?



Wir haben

Plan von Licht.

Brinkdöpke
LED it B

Die Heimatmarke für LED-Lösungen
im Bereich Möbel, Ladenbau, Handel und
Gewerbe in ostwestfälischer Gründlichkeit.

Brinkdöpke GmbH, 33803 Steinhagen

brinkdoepke.eu



25 YEARS MADE IN GERMANY

Seit 1998 produzieren wir in
Deutschland und sind der Partner
von Industrie und Handel für den
erfolgreichen Auftritt am Point of Sale.

FEIERN SIE
IHRE PERFEKTE
**WAREN-
PRÄSENTATION**
AM POINT OF SALE!

www.postuning.de
hallo@postuning.com oder
05222/36965-695

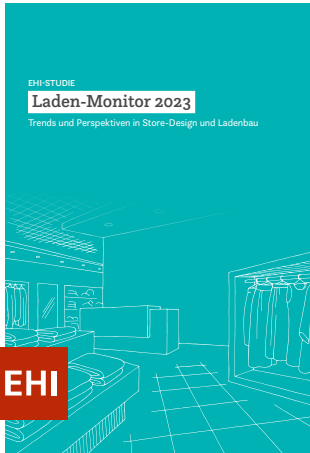


2023
25

EINKAUFEN. EINFACH. BESSER. MACHEN.

POSTUNING[®]
a Voßhenrich company

Neue Studie



EHI-Laden-Monitor 2023 Trends und Perspektiven in Store-Design und Ladenbau

Alle drei Jahre wieder zur EuroShop legt das EHI seinen Laden-Monitor vor. Nichts Geringeres als eine Bestandsaufnahme der aktuellen Situation im stationären Handel mit einem Ausblick auf die nächsten Jahre wird von der Autorin Claudia Horbert erwartet, die beim EHI den Forschungsbereich Ladenplanung + Einrichtung leitet.

„Stationäre Geschäfte werden auch in Zukunft das Erscheinungsbild des Einzelhandels prägen.“ Mit diesem einleitenden Satz wird die Studie vorgestellt. Denn trotz des für Kundinnen und Kunden bequemen und deswegen wachsenden Online-Handels werden die Menschen in Zukunft nicht auf den Besuch von Geschäften verzichten wollen.

Die Studie ist in für viele Bereiche des Handels herausfordernden Zeiten entstanden. Die Pandemie hat Prozesse beschleunigt, die vorher von der Planung bis zur Umsetzung Jahre dauerten. Hohe Beschaffungskosten, vorher undenkbar Lieferengpässe bei verschiedenen Materialien und exorbitante Logistikkosten haben die letzten Jahre geprägt. Hinzu kamen explodierende Energiepreise und eine stärkere Fokussierung auf Nachhaltigkeitsthemen.



Claudia Horbert
über die für den
Ladenbau wichtigsten
Ergebnisse ihrer Studie

Zusammenarbeit mit den Lieferanten: Der Handel bevorzugt, das ist die Lehre aus den Pandemie Jahren, langfristige Partnerschaften und achtet dabei auf regionale oder zumindest nationale Produktion. Der Produktionsort sollte wieder mehr an die eigenen Märkte heranrücken, um flexibler bei Planung und Abwicklung von Projekten zu sein.

Flexible Gestaltung: Bei den Systemen gibt es weniger Varianten, denn sie sollen in unterschiedlichen Abteilungen eingesetzt werden können oder als Basis für eine (Weiter-)Entwicklung bestehender Store-Konzepte dienen.

Nachhaltigkeit: Die Aufbereitung und Weiterverwendung von Ladeneinrichtungen spielt zunehmend eine große Rolle

Renovierungszyklen: Ein Store ist in ständiger Weiterentwicklung, Einrichtungselemente werden ergänzt, ausgetauscht, aufbereitet. Die Renovierungszyklen im Sinne von Komplettumbauten, wie wir sie bislang kannten, spielen keine große Rolle mehr.

Materialeinsatz: Von den Lieferanten wird Unterstützung bis hin zur Rücknahme der Einrichtung erwartet.

Digitalisierung: Im Store sind weniger digitale Elemente zu sehen. Jeder Kunde und jede Kundin nutzen zuerst ihr Smartphone, um auf Produktinformationen/-verfügbarkeit zuzugreifen wie auch für Bestellungen und selbst das Bezahlen, nicht zuletzt auch dank zielgruppengenaue Kunden-Apps.

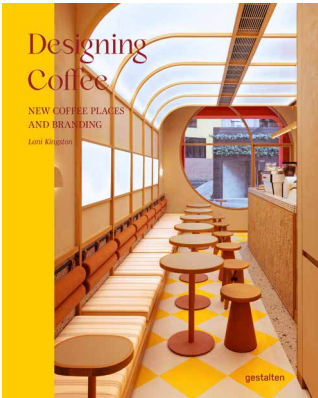
Die Autorin bescheinigt den Retailern, die ihre Daten für die Studie zur Verfügung gestellt haben, eine erhebliche Resilienz: „Der Handel ist flexibel und innovativ.“ Existenzielle Herausforderungen treiben an, vieles wird auf den Prüfstand gestellt, Neues

probiert. Dazu gibt die Studie viele Hinweise und Erkenntnisse, mit umfangreichen Daten hinterlegt. Der Ladenbau muss sich darauf einstellen.

ISBN 978-3-87257-579-1

www.ehi.org/wissen/publikationen

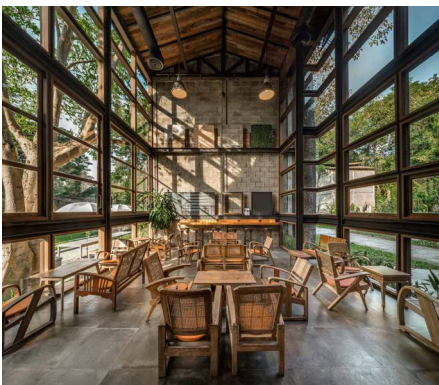
Neue Bücher



Cover: gestalten

Designing Coffee New Coffee Places and Branding

Lani Kingston ist Lebensmittelautorin und hat mehrere Bücher über Kaffee geschrieben. Sie hat einen Master-Abschluss in Lebensmittelkunde und Pädagogik sowie eine Ausbildung als Barista und Konditorin. In ihrem soeben erschienenen reich bebilderten Buch nimmt sie uns mit auf eine Reise zu Cafés in der ganzen Welt. Einzigartige Orte wie die minimalistischen, teehausähnlichen Coffeeshops in Japan oder die kommunistischen Cafés in Vietnam werden



Fotocredit: Panoramic Studio



Fotocredit: Đỗỹ

vorgestellt. Und wir verstehen: Kaffee wird überall getrunken, in kleinen Bars, in schicken Kaffeehäusern oder Gartenhäusern.

Designing Coffee zeigt, wie innovative und vielseitigste Coffeeshops von heute gestaltet werden – von der Markenidentität und der Verpackung bis hin zur Inneneinrichtung und Architektur. Lani Kingston gibt viele Tipps, wie man selbst einen einzigartigen Ort für Kaffee schaffen kann. Das Buch ist eine hervorragende Inspirationsquelle für alle, die außergewöhnliche Räume kreieren wollen.

Lani Kingston, gestalten Verlag,

April 2023

ISBN 978-3-96704-097-5



So geht Shopper Marketing!

Wir können die Dinge nicht einfach so weiterlaufen lassen wie bisher. Fakt ist, dass der rein stationäre Handel bereits in naher Zukunft mit empfindlichen Einbußen rechnen sollte. Aber: Sinnlichkeit ist der USP des stationären Handels. Die Sortimente der Schublade „Genuss“ werden sich im stationären Handel weiter auffächern, während man Sortimente der Schublade „Bevorratung“ im Regal ausdünn.

Das sind vier Sätze aus dem Buch, die der Autor Matthias Wings genauso hineingeschrieben hat. Locker und verständlich, begleitet mit zahlreichen Praxis- und Fallbeispielen, führt uns der Markenexperte zur eigentlichen Frage: Wie erreicht man den Shopper? Wer das Buch liest und im besten Fall als Arbeitsgrundlage nimmt, erhält viele qualifizierte Antworten. Denn es gibt natürlich nicht nur eine.

Matthias Wings, dfv Mediengruppe,

März 2023

ISBN 978-3-86641-353-5



Die schönsten Restaurants & Bars 2023

Was Gastronomie noch alles kann, außer den so wichtigen Rahmen für Geselligkeit und Genuss zu bilden, zeigen fünfzig ausgezeichnete Projekte der Schönsten Restaurants und Bars 2023. Herausgeber des Jahresbandes ist der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband.

Cornelia Hellstern, Callwey Verlag,

März 2023

ISBN 978-3-7667-2614-8



Das besondere Projekt Globetrotter Re:Think-Store

Das Besondere am Re:Think-Konzept mit Werkstatt und An- und Verkauf für Secondhand-Artikel: Ein großer Teil der Einrichtung des Vormieters Conrad Electronic wurde übernommen und weitergenutzt.

Ergänzend wurde weiteres gebrauchtes Inventar aus anderen Globetrotter-Filialen wiederverwendet. Wie genau diese umgewidmet wurden, wird anhand von Schautafeln und Ausstellungsstücken im Store erläutert.

„Der Re:Think-Store ist ein tolles Beispiel, wie die Wieder- und Weiterverwendung von Bestand und Material kreativ in einem nachhaltigen Store-Konzept umgesetzt werden kann. Solche wegweisenden Innovationen sind heute der Ladenbau-Standard von morgen“, sagt die Leiterin des Bereichs Nachhaltigkeit beim dLv-Mitglied Loom, Eva Schall.



Projektdaten

Standort: Bonn, Karlstraße 33
Eröffnung: 11.05.2023
Fläche: 2.150 qm

Projektpartner

Bauherr: Globetrotter Ausrüstung GmbH
Planung/Konzept: dan pearlman, loom shopexpansion

Mitglied werden

Sie haben Ihren Tätigkeitsschwerpunkt im Ladenbau und verfügen über eine Betriebsgröße, die den filialisierten Handel bedienen kann? Informieren Sie sich über eine Mitgliedschaft beim Deutschen Ladenbau Verband auf www.ladenbauverband.de oder kontaktieren Sie uns per Mail oder telefonisch.

Social Media



Folgen Sie uns auf Instagram und LinkedIn.

Impressum

Verantwortlich für den Inhalt:
dLv Deutscher Ladenbau Verband
Geschäftsführung: Dr. Wolfram Krause
Koellikerstr. 13, D-97070 Würzburg
Postfach 5920, D-97009 Würzburg
Tel. +49 (0) 931 35292-0 | Fax +49 (0) 931 35292-29
info@ladenbauverband.de
www.ladenbauverband.de
Projektleitung + Redaktion: Angela Krause
Anzeigen: Marina Lopez
Beirat aus dLv-Vorstand: Annabell Tenbrink
Fotos: Jessica Alice Hath | S. 2 Grafik dLv |
S. 4+5 Martin Baitinger | S. 6 Grafik Zukunftsinstitut |
S. 7 Uwe Spoering, Brem+Zehnder AG, Charlie Schuck, Uzi Porat | S. 8 bis 10 Tobias Trapp |
S. 11 Givaga/Depositphotos.com, dLv, Tobias Trapp |
S. 12 + 13 Grafiken dLv | S. 14 Dr. Johannes Berentzen |
S. 16 Dr. Marco Zatti | S. 17 gerflor | S. 18 Uzin Utz, Epta |
S. 19 Thomas Hansen, Ostermann | S. 24 Aichinger, Bonaspes, Kramer |
L&S Deutschland, Moris design, Vomo Air | S. 26 Heim Steintechnik |
S. 28 EHI, Claudia Horbert | S. 29 gestalten, Đösý, Panoramic Studio, dfv, Callwey |
S. 30 Globetrotter
Gestaltung: heller & greller GmbH Axel Treffkorn
info@hellerundgreller.de

Der dLv-Insider erscheint dreimal jährlich.



Jetzt bestellen

Per E-Mail an info@ladenbauverband.de oder unter www.ladenbauverband.de.



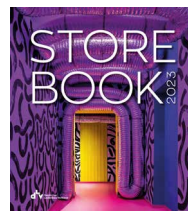
Mitgliederverzeichnis

Die Mitgliederliste des dLv gibt einen aktuellen und detaillierten Überblick über die im dLv engagierten Unternehmen aus Ladenbau und Zulieferindustrie.



Trendreport Ladenbau 2020 – 2023

Der Ladenbau Trendreport des dLv ist das Statement der Branche. Er gibt im EuroShop-Jahr einen großen Überblick über Trends und Entwicklungen im Ladenbau.



STORE BOOK

Jährlich erscheinendes Standardwerk, das herausragende Läden von A wie Apotheke bis W wie Warenhaus vorstellt.
69,00 €



Leitfaden zur Digitalisierung am POS

Ein strukturierter Überblick des dLv-Fachgremiums zur Digitalisierung am POS über den Einsatz von Technologien im Store.
Erschienen im dLv.
59,00 € zzgl. MwSt.



Sicherheitslösungen für den Retail

Der Leitfaden beschäftigt sich u.a. mit Einbruchschutz, Videoüberwachung und Brandschutz und gibt anhand von Checklisten und Informationen weiterführende Hinweise zum gesamten Bereich Sicherheit im Laden.
Erschienen im Beuth-Verlag. 68,00 €



Insider 73

06|2023

Auf dem Cover:

Schwarzwald Apotheke, Lenzkirch (Planer: allabospace - Sabine Kühn | studio samira isabelle)

Das Projekt wurde im STORE BOOK 2023 vorgestellt.

