



**Ladenbau und Shopfitting befinden sich im Wandel** – derzeit gefragt: Konzepte, die in Zeiten des Online-Shoppings funktionieren.

Foto: © ake1150 - stock.adobe.com

# Zukunftweisende Ideen

## Ladenbau zwischen Konzept und Umbruch

Flexibilität, Erlebnisshopping und Digitalisierung. Diese Schlagworte fallen häufig, informiert man sich über aktuelle Trends im Ladenbau. Doch welche Herausforderungen ergeben sich daraus? Welche Lösungen überzeugen am POS? Antworten darauf liefern Experten aus dem Bereich Ladenbau.

Der Ladenbau muss eine Store-Umgebung entstehen lassen, die im Moment des Betretens beim Verbraucher Erstaunen auslöst“, wünscht sich Bernhard Schweitzer, CEO und Eigentümer Interstore/Schweitzer. Dazu muss der Laden eine Atmosphäre schaffen, in der Shopper gerne ihre Freizeit verbringen. Auf diese Weise steigt die Verweildauer und das Involvement – diese KPIs kennzeichnen heute mehr als je den Erfolg eines POS. Um diese Ziele zu erreichen, lohnt es sich, aktuelle Entwicklungen im Blick zu haben. „Denn der technologische und gesellschaftliche Wandel ist im Retail deutlich zu spüren. Megatrends wie Digitalisierung, Urbanisierung und Individualisierung beeinflussen das Kundenverhalten“, sagt Jürgen Frank, Leiter Shop Solutions und Marketing Wanzl. Folglich stellt sich die Frage: Welche Auswirkungen haben diese Rahmenbedingungen für den stationären Handel? Wie kann Shopfitting und Ladenbau dazu beitragen, dass der POS für Shopper relevant bleibt? Lösungen dafür stellen Experten aus dem Bereich Ladenbau vor.







„Wir arbeiten daran, die Identität eines Unternehmens auf der Fläche so zu übersetzen, dass sie möglichst zeitlos ist. Auch das spart Ressourcen im Sinne der Nachhaltigkeit.“

Jutta Blocher, Head of Interior Design  
Blocher Partners

zum Standort, der sich im Design widerspiegelt. Außerdem vermitteln Weinabteilungen den Eindruck eines Weinkellers, Obst- und Gemüseabteilungen präsentieren sich im Look eines Wochenmarkts. Dementsprechend werden Lebensmittel in Szene gesetzt wie man es eher aus dem Fashion Bereich kennt. Um entsprechende Konzepte zu entwickeln, werden Disziplinen wie strategische Dramaturgie und Neuromarketing mehr denn je gefragt sein. Nur so können Marken und Händler für einen authentischen und individuellen Auftritt auf der Verkaufsfläche sorgen.

#### Den Shopper überraschen

Ein weiterer Ansatz, um Kunden in den Laden zu locken: ihn mit allen Sinnen ansprechen und überraschen. Damit schaffen Händler einen Mehrwert gegenüber dem Onlineshop. Denn was der Shopper nicht kennt, kann er auch nicht im Internet suchen. Demzufolge kann der stationäre POS Begehrlichkeiten wecken. Um dem Shopper immer wieder Neues zu bieten und seine Aufmerksamkeit zu gewinnen, sind Ladenkonzepte gefragt, die sich schnell verändern lassen: „Der Trend zu flexiblem Ladenbau bedeutet, dass Möbel- und Thekensysteme zur Präsentation von Waren modular aufgebaut werden und vielseitig anwendbar sind“, ist Schweitzer sicher und ergänzt: „Flexibilität ist der Schlüssel, nicht nur wegen der unterschiedlichen Sortimente, sondern auch bezüglich der Saisonalität und für

store design

Einrichtungskonzepte  
mit System



#### Design am POS

Mit unseren innovativen Systemen schaffen wir einzigartige POS-Lösungen und hochwertige Highlightpräsentationen. Stechen Sie am POS aus der Masse heraus. Zu unseren Kunden zählen:

B/S/H | Sony | Deutsche Post | Graef  
Bauerfeind | cewe | Libratone | Sonoro | LG

OBV Objektbau Bomers GmbH  
Otto-Hahn-Straße 4 | 48691 Vreden  
Tel. 02564 9315-0

[www.obv.de](http://www.obv.de)

Aktionen, um neue Kaufimpulse zu setzen.“ Demzufolge sind wechselnde Themenwelten einer der Trends, die zahlreicher Händler derzeit auf der Fläche umsetzen.

### Beleuchtung erzielt Aufmerksamkeit

Eine Umgebung zu schaffen, in der Shopper sich wohlfühlen und gerne einkaufen – ein zentrales Ziel von Ladenbauspezialisten und Innenarchitekten. In diesem Zusammenhang ist in den letzten Jahren die Beleuchtung in den Fokus gerückt. Insbesondere die LED-Technologie überzeugt. Denn zu den Vorteilen gehören eine hohe Farbwiedergabe, eine geringe Wärmeentwicklung und ein niedriger Energieverbrauch. Diese Gründe sprechen dafür, dass LED-Beleuchtung am POS dafür dient, Produkte in Szene zu setzen, meint Christina Hiller, Technical Marketing Manager DWD Concepts: „Der Einsatz von Licht im Verkaufsregal wächst zunehmend und lenkt die Aufmerksamkeit der Kunden gezielt auf die Ware. Eine auf die Produkte abgestimmte Lichtfarbe garantiert, dass die Details wie Farben und Strukturen besonders hervorgehoben werden.“ Um den üblichen Kabelsalat für die Stromversorgung zu vermeiden, gibt es mittlerweile Stromleitsysteme, die sich unauffällig in die Ladengestaltung einreihen. Auf diese Weise werden die Beleuchtungslösungen den steigenden Designansprüchen von Ladenbauern gerecht. Außerdem ist es wichtig, die Flexibilität bei Verkaufsflächenanpassung zu garantieren. „Dafür hat DWD Concepts die INWI Stromschiene entwickelt – ein unauffälliges Stromleitsystem im Regalrohr, das sich nahtlos in das Store-Design integrieren lässt. Die Lösung zeichnet



„Der Einsatz von Licht im Verkaufsregal wächst zunehmend und lenkt die Aufmerksamkeit der Kunden gezielt auf die Ware.“

Christina Hiller, Technical Marketing Manager DWD Concepts

sich durch eine schnelle Montage und Flexibilität aus“, sagt Hiller.

### Ressourcenschonende Konzepte

Das Thema Umweltschutz ist längst ein kritischer Faktor in der Kaufentscheidung. In Zeiten des Klimawandels möchten Shopper zum

Umweltschutz beitragen. Diese Entwicklung wirkt sich auch auf den POS und seine Erscheinung aus, weiß Blocher: „Das Thema Nachhaltigkeit wird im Ladenbau an Bedeutung gewinnen. Hier geht es um die Langlebigkeit des Storedesigns sowie die Wandelbar- und Wiedereinsetzbarkeit der Möbel und Ladenbauelemente.“ Um diese Beständigkeit zu gewährleisten, gehört es zu den zentralen Aufgaben der Innenarchitekten und Planern, sich im Vorfeld eines Projekts intensiv mit der individuellen DNA eines Unternehmens auseinanderzusetzen, beschreibt Blocher: „In der Planung überlegen wir uns, wie wir die Identität des Unternehmens auf der Fläche so übersetzen, dass sie möglichst zeitlos gültig ist. Auch das spart Ressourcen.“

### Ausblick in die Zukunft

Die aktuellen Konzepte und Lösungen haben gezeigt: Das Internet bringt viel Dynamik in den Einzelhandel und die Ansprüche an den Ladenbau steigen. „Nur, wenn der Ladenbauer den Einzelhandel ständig neu erfinden kann und einen Schritt voraus ist, bleiben Geschäfte auch im Online-Zeitalter relevant und absolut wettbewerbsfähig“, betont Schweitzer. Vor diesem Hintergrund haben die Spezialisten aus dem Bereich Shoppfitting und Ladenbau erkannt, dass neue Formate nötig sind, um Shopper zu begeistern. „Es geht nicht mehr nur darum, schöne und lösungsorientierte Möbel anzubieten, sondern als Ladenbauer ein holistisches Kundenerlebnis und Raumkonzept zu konzipieren und realisieren“, bestätigt Schweitzer. Letztlich zielen also alle Ladenbau-Lösungen darauf ab, den heutigen Shoppnern gerecht

zu werden. „Hier ist die Rede von Customer Centricity. Kunden, deren Bedürfnisse und ihrer Customer Journey müssen in den Mittelpunkt rücken. Dafür müssen neue Shop-Konzepte unter einem konsequenten Perspektivenwechsel geschaffen werden“, rät Frank. <<



**Digitale Lösung – Shoe Customizer:** Der Herenausstatter Hirmer in München bietet die Möglichkeit, einen individuellen Schuh zu kreieren. Dazu können Shopper an einem Terminal Leder, Farbe und Sohle auswählen. Foto: Waketo GmbH, München