

Formschöne Bauholz-Möbel in den Geschäften

Immer mehr Einzelhändler sind begeistert von der Idee, ihr Geschäft mit Möbeln von Bauholz design einzurichten. Regale, Theken, Sideboards und Sitzmöbel im stilsicheren, unverwechselbaren Design machen Recycling nicht nur in Boutiquen, Restaurants, Gartencentern oder Geschäften für Wohnaccessoires auf feinste Art erlebbar, sondern praktisch in jeder Branche. Denn natürlich sind auch diese Möbel aus gebrauchten Gerüstbohlen gefertigt. Bauholz design bietet den Kunden bei der Einrichtung einen qualifizierten Komplett-Service. Erfahrene Objektberater begleiten alle Schritte von der ersten kostenlosen Beratung über das Konzept bis hin zur Umsetzung. Der Bereich Ladenbau ist so erfolgreich, dass die schlichten, formschönen Möbel des Unternehmens zum wichtigsten Segment wurden und das Team der Möbelbauer Verstärkung benötigte. So können kundenfreundliche Lieferzeiten eingehalten werden. Ein weiterer Pluspunkt also für den Komplett-Service des Unternehmens, das sich 2011 noch stärker auf Design orientieren und sein Händlernetz für alle Bereiche weiter ausbauen wird.



Regale, Theken, Sideboards und Sitzmöbel im stilsicheren, unverwechselbaren Design.

Foto: Bauholz design

Energieoptimierung fördert Investitionen

Die Gesamtinvestitionen des Handels in den Neu- und Umbau seiner Geschäfte lagen in 2009 bei 6,04 Mrd. Euro und damit um rund eine Mrd. Euro höher als im Vergleichsjahr 2006 (5,1 Mrd. Euro). Das geht aus den ersten Auszügen des „Ladenmonitor 2011+“ des EHI Retail Institute hervor, die im September 2010 veröffentlicht wurden. Im Fokus stehen insbesondere Investitionen in moderne Umwelttechnik mit energiesparender Wirkung. Dies sind vor allem energieeffiziente Beleuchtungssysteme mit intelligenter Lichtsteuerung sowie im Lebensmittel energetisch deutlich verbesserte Kälteanlagen und Kühlmöbel, von denen man die höchsten Einsparpotenziale erwartet.

Intelligente Nutzung

Die Aussteller der EuroShop 2011 bestätigen diesen Trend: „Ein Megathema, das den Handel aufgrund gesetzlicher Vorgaben und steigender Strompreise, die kommenden Dekade beschäftigen wird, ist die intelligente Nutzung von Energie. Energieeffiziente Beleuchtungskonzepte, zunehmend auf LED-Basis und elektronische Lichtsteuerungen gewinnen in diesem Rahmen stark an Bedeutung. LEDs werden die konventionelle Beleuchtung revolutionieren“, prognostiziert Andrea Klepper, Leiterin Marketing Communication Lighting D/AT/CH und Philips Area Marketing Office. Sie führt aus: „Die jüngste Vergangenheit hat gezeigt, dass das schneller geht

als bisher gedacht. Die Digitalisierung des Lichts erfordert deshalb sowohl im Handel als auch bei den Lichtgestaltern ein Umdenken bei der Entscheidung, welches Beleuchtungskonzept die beste Investition in die Zukunft ist.“

Auch bei Carrier stehen Energieersparnis und Umweltbewußtsein hoch im Kurs: „Ökologische Verantwortung ist einer der zentralen Werte von Carrier, dem durch kontinuierliche Verbesserung der Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Sensibilisierung fortwährend Rechnung getragen wird.

Konsequenterweise wird dieses zentrale Thema den Carrier Messeauftritt der nächsten EuroShop dominieren“, erklärt Christoph Brouwers, Director CO2OLtec Business Team, Carrier Commercial Refrigeration EMEA.

Die Verkürzung von Produkt- und Kollektionsrhythmen und der wachsende Wettbewerb durch das Internet mit seinen schnellen Reaktionszeiten führen im stationären Einzelhandel zu Erneuerungen in immer kürzeren Abständen. Renovierungszyklen haben sich weiter verkürzt auf durchschnittlich 8,7 Jahre im Lebensmittelhandel und 6,9 Jahre im Nonfood-Handel. Rund ein Drittel der Befragten denkt branchenübergreifend nach fünf Jahren auch schon wieder über ein komplett neues Store-Konzept nach. Nur für die Ladeneinrichtung gaben die Unternehmen im letzten Jahr 1,37 Mrd. Euro aus und bewegen sich damit auf dem gleichen Niveau wie in 2006 (1,33 Mrd. Euro). Eine hohe Wer-

tigkeit des Marktauftritts kennzeichnet aktuelle Konzepte vor allem im Lebensmittel- und Fashion-Handel. „Die Verkaufsflächen, Einrichtung sowie Produkt, werden immer stärker auf die jeweilige Marke ausgerichtet, so dass der Kunde in eine durchgehend authentische Einkaufswelt eintaucht.

Um den Kunden emotional zu begeistern ist es notwendig, ehrliche und somit wertige Materialien einzusetzen. Der Trend zu einer individuellen Ladeneinrichtung ist ungebremsbar“, berichtet Matthias Hummel, Managing Director der Vizona GmbH, und ergänzt: „Der Einsatz von natürlichen Materialien, die aus einem nachhaltigem Anbau stammen bzw. recycelbar sind sowie eine energieoptimierte Beleuchtung (Green Store) sind immer wichtiger. Zudem werden künftig Verkaufsräume dominieren, die schnell und unkompliziert veränderbar sind, damit der Kunde immer wieder aufs Neue überrascht wird.“

Interaktive Schaufenster

Sonja Scheidl, Marketing Umdasch Shop-Concept GmbH, konstatiert folgende Trends im Ladenbau: „Multimedia-Wände, interaktive Schaufenster, wechselnde Stimmungsbilder durch LEDs – das alles sind Zukunftsthemen. Das großformatige Bespielen von Fassaden und anderen (Groß-) Flächen eröffnet neue Möglichkeiten. Man spricht in diesem Zusammenhang auch