

dlv insider 61

Deutscher
Ladenbau Verband



inside
retail

Im Store-Check:

Bäckereien

Handwerkliche Tradition und
moderne Konzepte

Umbauen?
Jetzt erst recht

Produkte für
Hygieneschutz



Liebe Leserinnen und Leser,

an dieser Stelle sehen Sie normalerweise unsere aktuelle Statistik zum Auftragseingang unserer Mitgliedsunternehmen. Aber was ist denn jetzt normal? Wir erheben seit einigen Wochen unter unseren Mitgliedsfirmen Daten, u.a. zur Kurzarbeit oder zur Aufrechterhaltung des Produktionsbetriebes. Die Lage im Ladenbau ist ernst.

Carsten Schemberg, stellvertretender Präsident des dLv, sagt dazu: „In den letzten Tagen und Wochen hat sich gezeigt, wie verbunden wir im positiven wie im negativen Sinne als Ladenbauer mit unseren Kunden sind. Von schnellen Lösungen für Hygieneschutz über Baustopp bis hin zu Zukunftssorgen von Mitarbeitern wie Kunden ist alles dabei. Wir hören die Sorgen und Ängste von Menschen, die wir lange kennen, und sind selbst auch nicht frei davon.“

Wir hören die Sorgen und Ängste von Menschen, die wir lange kennen, und sind selbst auch nicht frei davon.

Ich persönlich denke seit Mitte März immer wieder an das Lied ‚We’re in this together‘ von einer meiner Lieblingsbands. Gemeinsam mit unseren Partnern aus dem Handel werden wir diese Krise mit den heutigen und kommenden Herausforderungen meistern. Es wird nicht einfach und hinterher werden wir mit Sicherheit nicht darüber lachen. Wie heißt es so schön: ‚Keep calm and carry on‘. Das werden wir versuchen.“

Die eindrucksvolle Liste der Corona-Produkte unserer Mitglieder finden Sie ab Seite 14. Dafür musste die Kolumne von Daniel Erhardt, dLv-Vorstandsmitglied, für dieses Heft weichen. Die Situation im Ladenbau beurteilt er so: „Die durch das Coronavirus verursachte Krise fordert den Ladenbau heraus. Der Nonfood-Handel will endlich wieder Umsätze generieren. Da stehen vermutlich Investitionen in Ladenbau nicht auf der Agenda. Im Food-Bereich dagegen laufen die Geschäfte auf Hochtouren, da bleibt keine Zeit für Umbau. In dieser Zeit hat die Ladenbaubranche mit gewohnt hohem Tempo und viel Kreativität Schutzeinrichtungen für den sicheren Einkauf entwickelt. Wie wird es weitergehen? Wir tragen alle in vielen öffentlichen Bereichen Masken. Damit wird deutlich, dass es vorerst keine Aussicht auf ein Ende gibt. Wir werden mit dem Virus leben müssen. Sicher ist, dass Ladenbauer hochflexibel und kreativ sind. Wir sind bereit, die durch die Krise sich verändernden Einkaufswelten mit umzugestalten. Darauf kann der Handel sich verlassen!“

Ihr  Deutscher
Ladenbau Verband



LADENBAU AKTUELL

04



Knuust – Für Bargänger, Tussis und Brotliebhaber

Gastronomiekonzept aus Bäckerei, Café, Eisdiele und Bar

08



Alles, was von der Stange kommt, hat keine Zukunft mehr

Im Interview:
Siegfried Dumm

10

Kleine, aber feine Konzepte

Eine Bäckerei aus Japan +
eine Konditorei aus Brasilien

11



Umbauen? Jetzt erst recht

Daniel Schnödt

INNOVATIONEN

14



Produktinnovationen der dLv-Mitglieder helfen dem stationären Handel in der Krise
Übersicht über Corona-Hygiene-
produkte und -lösungen

21

Simply the best

Läden im STORE BOOK 2020

TERMINE

24

auf einen
Blick

25

- dLv-Workshop Ladenplanung und Sortimentsdramaturgie – die Faszination der Fläche
 - Baulicher Brandschutz im Retail
 - Trends und Materialien: The bigger picture – Trend-Update
-

dLV-TICKER

26

Neue Mitglieder im dLv |
Kurzmeldungen

31

dLv-Angebote | Impressum



Knuust ist eine Bäckerei und ein Treffpunkt von morgens bis abends, für Jung und Alt, Einheimische und Touristen.

Knuust: Für **Bargänger, Tussis** und **Brotliebhaber**

Im hohen Norden steht eine Bäckerei, die bringt die unterschiedlichsten Kunden unter ein großes Dach. Der Traditionsbäcker Grünhoff hat sich in Norddeich statt für den Laden von der Stange für das ganz große Kino entschieden.



im
store-check:
**Bäcker-
reien**

Die Bäckersfamilie Grünhoff backt In vierter Generation seit 1914 am Standort Norddeich Brot. Rund 150 Mitarbeiter sind bei Grünhoff in der Produktion und im Verkauf an zwölf Standorten beschäftigt. Im Grünhoff'schen Flagshipstore „Knuust by Grünhoffs Backstuvv“ bestand die Herausforderung darin, Bäckerei, Café und Abendgastronomie zu verbinden. Geschaffen wurde ein sozialer Treffpunkt für die unterschiedlichsten Kundengruppen. Denn Norddeich liegt in einer strukturschwachen Region und lebt vom Tourismus, besonders in den Sommermonaten.

Insgesamt 1.800 qm inklusive Produktion, Lager und Kühlfläche sind überbaut worden. Ein Füllhorn an Materialien und Farben wurde ausgeschüttet. Sichtbare Klinkerwände, Bodenfliesen in 3D-Oberflächenstruktur, schwarzes Metall und schwarz gebeiztes Massivholz geben den Rahmen vor. Raumbeherrschendes Highlight ist der freistehende, sieben Meter hohe Gaskamin. Diese zu vier Seiten offene und zum Schutz der Kunden verglaste Sonderanfertigung hat zwei Vorteile: Der Kamin ist ein Hingucker und liefert die an der oft sehr windigen Küste ersehnte Wohlfühlatmosphäre. Es gibt Kommunikationszonen und -möbel für nahezu jedes Gastbedürfnis:

Hocker, Stühle, Sessel, Sofas und Sitzbänke stehen im Raum, in Nischen oder sogar Zimmern. Damenkränzchen können den schrillen „Tussi-Raum“ mieten und ungestört „schnackeln“. Im Gegenzug können sich die Männer im gediegenen Herren-Raum in Lederstühlen am langen Kommunikationstisch treffen – oder auch umgekehrt. Knuust vermietet die Räume ohne Ansehen des Geschlechtes.

Bäckerei Knuust

Projektstandort	Zum Bahnkolk 3 Norden-Norddeich
Anzahl der Geschosse	2
Verkaufsfläche (in qm)	420
Sitzplätze	160 innen und 80 außen
Eröffnungsdatum	21.03.2019
Planung/ Ladenbau	Norbert Schmees Ladenbau GmbH, Lathen

Das Konzept von Knuust besticht durch die gelungene Verbindung von Tradition und Moderne. Der Blick in die Backstube zeigt das Handwerk des Bäckers. Was verkauft wird, sieht der Kunde von seinem Sessel aus entstehen. Braune und beige Töne bei der Bestuhlung sind „typisch Bäckerei“ in den Hausfarben von Grünhoff. Das ist zwar nicht aufregend, aber authentisch. Dass eine Bäckerei mit einer Bar auftrumpft, die abends in pinkem LED-Licht leuchtet, ist dagegen außergewöhnlich und modern ebenso wie die hauseigene Eisproduktion. Den Spagat, den ganzen Tag von morgens bis spätabends ein Treffpunkt für ein breites Publikum zu sein, schafft Knuust.

Die Familie Grünhoff erzielt je die Hälfte des Umsatzes mit der klassischen Bäckerei und der Gastronomie. Dass der Betrieb eines Hauses dieser Größenordnung und mit einem umfangreichen gastronomischen Angebot anspruchsvoll ist, verschweigt die Bäckersfamilie nicht. So musste z.B. das beliebte "Abendbrot" wegen Personalmanagements vorerst eingestellt werden. Dafür wird das Frühstücksbuffet am Sonntag in der Produktion aufgebaut, was wiederum einen großen begeisterten Kundenkreis anzieht. Grünhoff hat Ideen und traut sich was. Das wird von den Kunden auch belohnt.

56,5 kg

Brot und Backwaren konsumiert jährlich im Durchschnitt ein Haushalt in Deutschland *



Wenn es Abend wird in Norddeich, zeigt sich die Cocktailbar in schickem Pink.

10.491

Betriebe (mit rund 45.000 Verkaufsstellen) gibt es in Deutschland; 2013 waren es noch 13.666 Betriebe *

*Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.



Im großzügigen Café im Erdgeschoss sitzt der Gast, wie es ihm gefällt.

15,22 Mrd. Euro

Jahresumsatz erzielte das Bäckerhandwerk im Jahr 2019 *



**Siegmund Dumm,
Inhaber Brust +
Partner GmbH.
Er hat im Laufe
seines Lebens zahl-
reiche Bäckereien
geplant und gebaut.**

Siegmund Dumm: »Alles, was von der Stange kommt, hat keine Zukunft mehr.«

*Bäckereien rüsten auf.
Wo liegt das Potenzial für die
Unternehmen?*

Um diese Frage zukunftsorientiert zu beantworten, erlaube ich mir eine Betrachtung in drei Phasen - vor, während und nach Corona.

Bis zum heutigen Tag gab es für nahezu alle Betriebe nur eine Marschrichtung: Weg vom klassischen Bäckereibetrieb hin zum Systemgastronomen. Ich persönlich kenne keinen Betrieb, der diese Entwicklung freiwillig mitgemacht hat. Vielmehr war der Wandel vieler Bäckereien eine Reaktion auf das Marktgeschehen. Die letzten beiden Jahrzehnte waren geprägt von zwei Entwicklungen:

- 1. Geiz ist geil: Anfangs flächendeckend, sind lieblose SB-Backshops wie Pilze aus dem Boden geschossen. Im urbanen Umfeld haben sie aber ihren Platz gefunden und sprechen eine weniger kaufkraftstarke Klientel an.*
- 2. Der LEH hat die Backware als ertragsstarken Sortimentsbaustein entdeckt. Waren es anfangs nur die Vollsortimenter, die sich dieses Themas angenommen haben, sind heute die Discounter Lidl und Aldi führend. Der LEH verkauft heute, das wissen die wenigsten, fast 60% aller Backwaren an eine nicht mehr zu differenzierende Kundschaft. Die restlichen 40% teilen sich das klassische Bäckerhandwerk und die Backwarendiscounter.*

Ermöglicht wurden die beiden Entwicklungen durch den Einzug von Technologie in die Backstuben. Von den Bäckern anfangs selbst euphorisch vorangetrieben, war es plötzlich möglich, durch gezielte Steuerung der Gärprozesse 24 Stunden am Tag Teiglinge zu produzieren. Den Rest dazu beigesteuert haben die Enzyme und Zusatzstoffe der Backmittelindustrie.

Das Bäckerhandwerk hat sich damit sozusagen selbst abgeschafft und trat die Flucht in die Systemgastronomie an. Es wurden neue Lagen entdeckt und große Gastraum-Flächen geschaffen. Anfangs experimentell, dann immer systematischer, versuchten die Ladenbauer passende Konzepte zu entwickeln. Wie immer kostenfrei. Die Bäcker hat's gefreut. Heute gibt es viele Bäckereibetriebe, die rund 40% ihres Filialumsatzes mit der Gastronomie erwirtschaften. Und genau das wird jetzt während der Corona-Krise nicht wenigen zum Verhängnis. Denn systemrelevante Sortimentsbausteine (wie man das in heutigen Zeiten nennt) wie das Brot oder das Brötchen werden inzwischen in großer Zahl im LEH gekauft. Der Weg zum Bäcker um Brot zu kaufen hat an kultureller Selbstverständlichkeit eingebüßt. Warum müssen denn gerade jetzt die Bäckereien darum bitten und betteln, dass die Kunden in diesen schweren Zeiten doch bitte bei ihnen ihr Brot kaufen mögen?

Gerade in Zeiten wie diesen kann man erkennen, wie strategisch der LEH in den zurückliegenden zwei Jahrzehnten sich des Vertriebs von Backwaren angenommen hat. Es ging hier nicht um Ambiente, Käuferlebnis oder dergleichen. Also auch nichts, wovon der Ladenbau hätte großartig profitieren können. Mit übersichtlichen Investitionen hat man sich eine wirtschaftliche Schlagkraft aufgebaut, die heute voll zum Tragen kommt. Die hohen Investitionen in Systemgastronomie-Projekte hat man den Bäckern überlassen.

Nun wollen wir aber auch den Blick in die Zukunft richten. Das „social distancing“ wird sich unserer Einschätzung nach dauerhaft, auch nach Corona, fest im Bewusstsein der Menschen verankern. Was jeder Bäcker als Antwort darauf braucht ist eine Multi-Channel-Vertriebslösung.

1. Online-Vertrieb – hier wird zukünftig Reichweite erzeugt.
2. Der alte „Bäckerladen“ für nur wenige Kernprodukte des Bäckers, mit eingeschränkten Öffnungszeiten.
3. Ein systemgastronomischer Vertriebstyp mit einem herausragenden Anteil an To-go-Produkten.

Der Ladenbau wird hier nur mit wirklich einzigartigen Ideen punkten können. Alles, was von der Stange kommt, hat keine Zukunft mehr.

Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeit in der Ausstattung?

Bisher wurde immer von Nachhaltigkeit gesprochen, das Handeln bestimmte aber der Preis. Aufwändige Oberflächen suggerieren natürliche Optik und Haptik. Es sollte wertig aussehen, aber günstig sein. Mit Corona wird sich das ändern, ja ändern müssen. Das wird nur dann gelingen, wenn wir alle das uns jetzt gegebene Zeitfenster dazu nutzen, die Spielregeln zu verändern. Unsere Auffassung bei B+P ist schon seit vielen Jahren: Was aussieht wie Holz – das ist Holz. Was aussieht wie Stein – das ist Stein. Was aussieht wie Stahl – das ist Stahl. Eigentlich ganz einfach. Wir bei B+P haben darauf eine sehr pragmatische Sichtweise. Stein, Glas, Holz und Edelstahl bringen von Natur aus all das mit, was die Hygienevorschriften fordern. An der richtigen Stelle eingesetzt, sollten uns diese einfachen Materialien in all ihrer Vielfalt doch genügen. Wenn in der Konstruktion jetzt noch das einfache Reinigen als Grundsatz Einzug hält, dann kann man da nichts mehr falsch machen.

Hygienevorschriften sind streng. Wie geht man damit um, wenn man neue Materialien einbringen will?

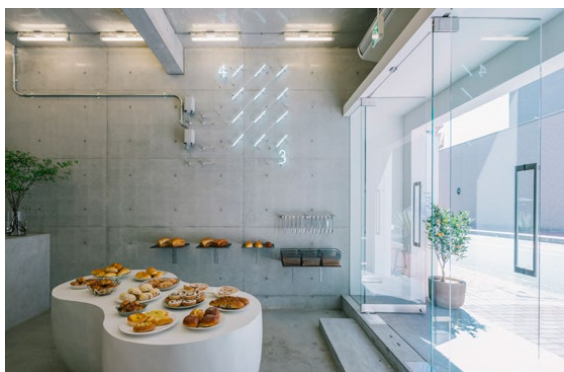
Nach Corona sehe ich auf alle Planer grundlegende Veränderungen in konzeptioneller Hinsicht zukommen. Die Kriterien für Hygiene stehen an erster Stelle bei der Planung. Erst dann kommen Überlegungen zu Warenpräsentation und Platzierung. Wir werden darüber diskutieren, ob wir separate Ein- und Ausgänge zum Laden schaffen, wie wir die Anzahl der im Laden befindlichen Kunden überwachen und steuern, wie wir die Kunden im Laden selbst leiten, ob es überhaupt noch Gasträume, so wie wir sie heute kennen, geben wird, oder ob diese nur noch abgetrennt vom Verkaufsbereich platziert werden. Es müssen bauliche und technische Maßnahmen her, die eine sichere Gastlichkeit garantieren. Meine These: Der Virus wird gehen, die Angst der Menschen wird bleiben. Der Beitrag, den wir Planer dazu leisten können, dass sich die Menschen trotz Angst doch irgendwie sicher fühlen, wenn sie das Haus verlassen, ist enorm. Es wird sich nun zeigen, wie schnell und konsequent wir hier bereit sind, neu zu denken. Die Chancen für uns Ladenbauer sind ebenso groß wie der Verlust, den bereits heute schon viele Kollegen erleiden müssen.

Kleine, aber feine Konzepte Eine Bäckerei aus Japan + eine Konditorei aus Brasilien

Die beiden nachfolgenden Beispiele zeigen, wie auf kleiner Fläche und mit völlig unterschiedlichen Material- und Farbkonzepten ein interessanter Laden entsteht.

Ripi, Hiroshima|Japan Reduziert und transparent

Beton, Glas und Metall: In der Bäckerei Ripi kommen Materialien zum Einsatz, die zunächst im haptischen Widerspruch zu den warmen Backwaren stehen, die hergestellt werden. Verkaufsraum und Backstube sind ein Raum, getrennt durch eine Glasscheibe. Farbliche Akzente setzen nur die gezielt platzierte Pflanze und das Backwerk selbst, so wirkt der Laden sehr reduziert. Die Backwaren werden extravagant präsentiert.



Ein in der Mitte des Raumes stehendes, strahlend weißes Display sowie Metallplatten an der Wand präsentieren die Meisterwerke, die in dieser kleinen Manufaktur entstehen. An der Wand befestigte Gebäckzangen und Papiertüten in Körben zeigen an, dass man sich selbst bedienen darf. Die auf den ersten Blick sehr kühl wirkende Atmosphäre kontrastiert mit den warmen Farben und dem Duft des frisch hergestellten Brotes und Gebäcks. Das ist übrigens ein gelungenes Beispiel für die „Sinn“-Haftigkeit eines stationären Geschäftes, wo eben alle fünf Sinne angesprochen werden.

Ripi wurde im STORE BOOK 2020 vorgestellt.
Planung: Fathom, Japan



Cookie Street, Curitiba|Brasilien Handgemacht und konsequent

Der nur 33 qm große Laden fällt zunächst durch ein einziges Material auf, eine handgemachte Fliese in warmem rötlichem Farbton. Die Designer wollten den Bezug zu den selbstgefertigten Keksen von Cookie herstellen. Denn „handgefertigt“ bedeutet sowohl bei Fliesen als auch Keksen Unregelmäßigkeit.

Die Kacheln werden konsequent für Boden, Wand, Decke und sogar die Außenfassade verwendet. Das hat für den kleinen Laden einen schönen Effekt: Er sieht aus wie aus einem Guss. Im Kontrast dazu stehen der mächtige Verkaufstresen aus weißem Marmor und Glas und die ganz in Schwarz gehaltene Rückwand mit einer schwarzen Granitplatte für Kaffeemaschine, Kühlschrank.

Planung: Arquea Arquitetos, Brasilien



Cookie Street: Der Verkaufstresen aus weißem Marmor setzt den Kontrastpunkt zu den dominierenden rötlichen Fliesen.

Ripi: Der Kontrast zwischen den farbreduzierten Materialien und den Backwaren fällt sofort ins Auge.

Cookie Street: Konsequente Verwendung der Fliesen auch außen an der Fassade.

Umbauen? Jetzt erst recht!

„Der Tanz kann beginnen“, so sagen es die Virenstrategen. Nach dem Hammer und den tiefen Einschnitten folgt die Phase der Orientierung, Erkundung und vor allem das Ablösen alter Bedürfnisse. Diese Zeit muss in erster Linie für die Analyse der neuen Bedürfnisse genutzt werden. Denn anschließend beginnt die Phase der Akzeptanz und Neuorientierung.

Die Menschen werden sich zunehmend kritisch mit der Umwelt beschäftigen, deutlich verantwortungsbewusster handeln, neue Werte für sich definieren und ihre Verhaltens- und Erlebensweisen danach ausrichten. Mit dem Start in diese Phase muss der Einzelhandel den Kunden mit einer Neueröffnung empfangen und darf nicht in alte Verhaltensmuster zurückkehren.

Neue Beziehungen werden aufgebaut, mit dem Wunsch nach Nähe und Gruppenzugehörigkeit.

Der Handel wird massive Konsumentenwanderungen erleben – neue Gesichter tauchen auf und bekannte Kunden werden mit einem Mal verschwunden sein. Gerade jetzt muss zwingend mit einem neuen Kleid gearbeitet werden. Es reicht dabei manchmal aus, nur auf 20 Prozent der Fläche mit neuem Storedesign zu arbeiten und die Sortimente auf der verbleibenden Fläche neu auszurichten (sowohl in der Sortimentsdimension und -kuratierung als auch in der Warenplatzierung und -präsentation).

Eine Neukuratierung der Sortimente bedeutet immer auch Flächengewinn. Dann kann man sich auf Flächen für Kunden fokussieren und Möbel höchst flexibel halten. Es geht um Umkleidekabinen, Kassen, Ruhezeiten, Aktionsflächen mit modularen, variablen und mobilen Möbeln etc.

Neue Beziehungen werden aufgebaut, mit dem Wunsch nach Abstand und Autorität.

Die Gewinner der Krise werden die Branchen LEH, Living (Baumärkte, Raumausstatter, Gartencenter, GPK, Wohnaccessoires und Geschenkartikel etc.), und die Unterhaltungselektronik sein. Händler, die dem Kunden die kleinen Wünsche des Lebens erfüllen und die dazu klare Statements und Learnings



Daniel Schnödt,
Trendexperte Retail,
Autor, Veranstalter
des Trendforums
Retail.

vermitteln, werden erfolgreich sein. Unter dem Aspekt Education und den neuen Arbeitsweisen tritt hier die zunehmende Digitalisierung auf der Fläche in den Fokus. Interaktive Medien und Voice Command (Abstand) werden weiter auf dem Vormarsch sein (React Now).

Neue Beziehungen werden aufgebaut, mit dem Wunsch nach Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstsein.

Die Gewinner werden wieder lokale, kleinere Unternehmen sein, die auch einen Beitrag zum Allgemeinwohl abgeben, und Händler, die sich aktiv mit umweltpolitischen und nachhaltigen Themen auseinandersetzen. Der Ladenbau muss sich daher verstärkt mit zertifizierten und nachwachsenden Materialien auseinandersetzen und auf zunehmend kleinere Formate setzen. Dies betrifft auch Filialisten, die sich verstärkt mit deutlich reduzierten Flächen in erstarkten kleineren Innenstädten etablieren möchten. Auch hier ist der digitale Aspekt (digitale Regalverlängerung) ein relevantes Thema, da die Kunden deutlich näher am realen Konsum (Ready to Use oder Ready to Wear) kaufen.

Checkliste

Worauf es beim Ladenbau ankommt:

- » Mehr Flächen für Kunden, weniger Flächen für Ware
- » Noch höhere Flexibilität der Ladenbauelemente (Variabilität, Modularität, Mobilität)
- » Nachhaltige Materialien
- » Kleinere Flächenformate
- » Digitale Integration und digitale Regalverlängerung
- » Voice Command als autoritäres Lerntool

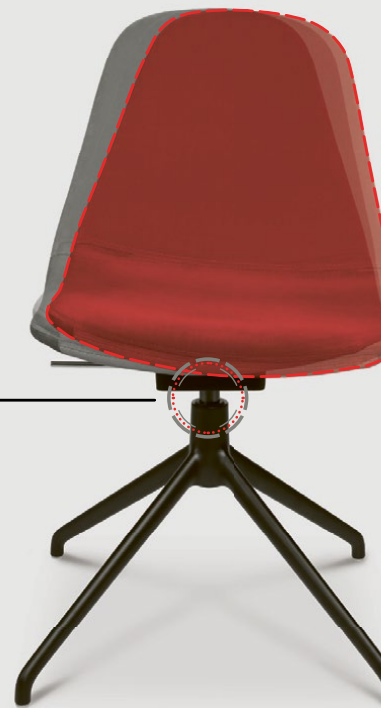


GAST-FREUNDSCHAFT SPÜREN

puremotion.

DIE SITNESS URBAN KOLLEKTION MIT DER PATENTIERTEN SITNESS BEWEGUNG

Vulkanisierungstechnik aus der Automobilindustrie erlaubt eine flexible Verbindung zwischen Stuhlbeinen und Sitzschale. So fördert das Gelenk dreidimensionales Sitzen und entlastet nachweislich den Rücken Ihrer Gäste.



Ihr Ansprechpartner: Maximilian Kubitschek
Key Account Manager | MOBIL +49 (0) 162 / 297 50 14
maximilian.kubitschek@topstar.de



SITNESS PARIS



SITNESS MADRID



SITNESS VALENCIA



SITNESS ZÜRICH



SITNESS AMSTERDAM



SITNESS LONDON



SITNESS OSLO



SITNESS BERLIN



SITNESS MONACO

ANZEIGE

PFLEIDERER PRIMEBOARD HOCHWERTIGE LACKOBERFLÄCHEN IN MATT UND GLANZ

Lackoberflächen liegen voll im Trend und werden auch zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen. Dabei sollten sie nicht nur optisch ein Hingucker sein, sondern auch die Anforderungen im Alltag mühelos meistern.

So beeindruckt Pfeleiderer PrimeBoard durch zeitlose Modernität, optimale Bearbeitbarkeit und hohe Beanspruchbarkeit. Ob XTreme Matt oder XTreme Hochglanz: Die Lackoberflächen in

Industriestandard bieten eine einzigartige Vielfalt von über 180 Dekoren und sind im Farbverbund mit dem Pfeleiderer Produktsortiment nahezu grenzenlos kombinierbar. Mit ihrer neuen und

außergewöhnlichen Optik unterstreicht jetzt auch Pfeleiderer PrimeBoard MDF schwarz Natur die aktuellen Trends im Innenausbau ideal: Dank der transparenten Lackierung bleiben die

Fasern der naturbelassenen, schwarz durchgefärbten Trägerplatte erkennbar, was der Platte eine ebenso authentische wie moderne Optik verleiht – ideale Voraussetzungen, um mit PrimeBoard MDF schwarz Natur ansprechende Objekte zu realisieren.

Mehr auf www.pfleiderer.com



NEU:
PRIMEBOARD
MDF SCHWARZ
NATUR





JUNIC

Intelligente Technik am PoS

- Digitale Preisauszeichnung
- Warenflusssteuerung
- Datensicherheit
- Beleuchtung
- Energieeffizienz
- Plug & Play



› Direkt zum digitalen Regal:
www.elektra.de/digitales



ELEKTRA
www.elektra.de



PROJECT
 FLOORS

Auf ein Neues!
 Mit Designboden im Ladenbau.

www.project-floors.com

Your Project. Our Floors.

Produktinnovationen der dLv-Mitglieder helfen dem stationären Handel in der Krise

Die Corona-Krise hält alle in Atem. Dabei blickt Deutschland nicht nur besorgt auf die Gesundheitslage, sondern auch wirtschaftliche Sorgen prägen unsere Zeit. Die Frage danach, wie es weitergehen wird, ist eine alltägliche Begleiterscheinung geworden.

Klar ist, es wird nicht morgen vorbei sein. Auch nicht übermorgen. Die Ausläufer der Krise werden uns noch lange begleiten. Wie wird unter diesen Umständen Einkaufen in Läden künftig funktionieren? Mit hoher Wahrscheinlichkeit werden einige der Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen nicht nur vorübergehend sein, sondern dauerhaft bleiben. Es heißt, langfristig zu denken.

Tut es das schnelle Aufstellen einer Kunststoffscheibe oder sollte besser gleich eine beständige Lösung installiert werden, die auch nach der akuten Phase der Krise noch gute Dienste leistet? Wo gibt es Produkte, die zweckmäßig sind, aber auch den Anspruch an gehobenen Ladenbau erfüllen? Denn eines ist klar: Geschäfte möchten weiterhin Kunden anziehen – jetzt vielleicht mehr denn je.

Viele dLv-Mitglieder haben in kürzester Zeit auf die Situation reagiert und eine Fülle an hilfreichen Innovationen aus dem Boden gestampft, die wir als Sonderthema unter dieser Rubrik vorstellen möchten. Die Kolumne von Daniel Erhardt ist in zukünftigen Ausgaben wieder an dieser Stelle zu finden. „Herr Erhardt entdeckt...“ dann wieder innovative Produkte für Sie.

Die Angebote der dLv-Mitglieder reichen von einfachen und schnellen Lösungen bis hin zum hochwertigen Design. So gibt es Produkte für jeden Bedarf und jede Investitionsbereitschaft. Teilweise wurden eigens Online-Shops erstellt, wie von den Firmen Geck oder Vivamo.

Es geht aber nicht nur ums Verkaufen. dLv-Mitglieder tun in der Krise Gutes und helfen unkompliziert und kostenlos. Hesse Lignal produziert beispielsweise Desinfektionsmittel für die Region Hamm für Krankenhäuser, Pflegeheime, Kindergärten, Arztpraxen etc. Die Firma LED it B spendete 500 Atemmasken an den ärztlichen Notdienst der Kassenärztlichen Vereinigung und die Firma Hansen stellt die hauseigenen Fertigungsdaten für Gesichtsvisiere zur Verfügung.

Hygienetrennscheiben

Die Angebote für Hygienetrennwände sind umfangreich und reichen von einfachen, kostengünstigen Schutzscheiben aus Folie bis hin zur hochwertigen Glasscheibe. Es gibt Modelle zum Aufstellen, zum Anschrauben, zum Abhängen von der Decke oder mit selbstöffnender Schiebetür für die Warenausgabe (Knocke).

Links: Die Firma Hansen stellt Hygienetrennscheiben aus Acrylglas her. Solche Aufsteller können beispielsweise in Apotheken eingesetzt werden.



Rechts: Hygienetrennscheiben gibt es auch zum Abhängen von der Decke, wie hier von Reutlinger.



Innovation

Wissenswertes

Firma

Kontakt

Tresenaufsteller Echtglas

Tresenaufsteller und mobile Schutzscheiben aus Echtglas, als Standardprodukt oder individuell anpassbar.

BarteltGLASBerlin GmbH & Co. KG

www.barteltglas.berlin

Tresenaufsteller

Hygieneschutzscheiben zum Aufstellen in verschiedenen Ausführungen.

Bertz GmbH & Co. KG

www.clean-4-health.com

Tresenaufsteller und Hygienetrennscheibe zum Abhängen

Aufsatz für Theken und Beraterplätze aus transparentem thermoplastischem Kunststoff in zwei verschiedenen Ausführungen; Hygienetrennscheibe zum Abhängen von der Decke.

Bohnacker Laden-einrichtungen GmbH

www.shopdirect-online.de

Tresenaufsteller

Schutzscheibe zum Aufstellen aus Plexiglas in Standardmaßen, aber auch als Sondergrößen.

C.W. Albert GmbH & Co. KG

www.cwalbert.de

Tresenaufsteller und Hygienetrennscheiben zum Abhängen

Trennwände aus Acrylglas in verschiedenen Ausführungen, zum Aufstellen oder Abhängen von der Decke.

concept-s Ladenbau und Objektde-sign GmbH

www.concept-s-design.com

Tresenaufsteller

Transparente Kunststoffwand zum Aufstellen.

Geck GmbH

www.geck.de/hygiene

Tresenaufsteller

Hygieneschutzwände aus Acrylglas für Apotheken und vergleichbare Anwendungen.

Hansen GmbH

www.hygiene.sh

Tresenaufsteller, Hygienetrennscheiben in verschiedenen Ausführungen

Easyflex-Hygiene-Abhängungen (zwei Edelstahl-schienen mit dazwischenliegender starker, transpa-renter PET-Folie), einfach montierbar; freistehender Hygieneschutz aus PET für Theken etc.

Harres Metall-de-sign GmbH

www.harres-kind.de

Hygienetrennscheibe

Speziell für den Kassbereich, einfach zu montie-ren Größe (B x H) 200 x 90 cm.

Harting Systems GmbH

www.harting-systems.com

Hygienetrennscheibe mit automatischer Öffnungstür

Hygienetrennscheibe mit Öffnungslösung Smart Gate, geeignet für Kassenzonen und Wareenausga-ben; kontaktlose, automatische Öffnung.

Knoke Beschlag-technik GmbH

www.knoke.eu

Tresenaufsteller

Tresenaufsteller aus Plexiglas in der Größe (B x H) 85 x 79 cm, Sondergrößen individuell auf Anfrage, kurzfristige Lieferung in 3 bis 4 Werktagen.

Kunze GmbH

www.kunze-ladenbau.de

Hygienetrennscheibe

Verschiedene Hygienetrennscheiben insbesondere für Bäckereitheken. Die Schutzscheiben sind als Auf-satz auf die Zahlplatte und die Blocktheke verfügbar und können auch individuell zugeschnitten werden.

Norbert Schmees Ladenbau

www.schmees-ladenbau.de

Tresenaufsteller aus Echtglas

Aufsteller für Theken oder Kassen aus Verbundsicherheitsglas.

Maier-Glas GmbH

www.maier-glas.de

Tresenaufsteller

Tresenaufsteller für Theken oder Kassen in breit oder hoch aus Acrylglas oder mit Holzfüßen.

MOprojects GmbH

www.com.moshop.eu

Hygienetrennscheiben in verschiedenen Ausführungen

Hygieneschutzwand für Theken oder Kassen zum Aufstellen auf den Boden, auf Tresen oder zum Abhängen von der Decke.

OBV Objektbau Bomers GmbH

www.obv.de

Schutzmaskenausgaben

Ausgabestelle für Mundschutz o.ä., ausgestattet mit Hygienetrennwand.

Octanorm Vertriebs GmbH

www.expo.shop

Hygienetrennscheiben in verschiedenen Ausführungen

Hygienetrennscheiben zum Aufstellen auf Tresen, auf den Boden oder zum Abhängen von der Decke.

Oechsle Display Systeme GmbH

www.oek-display-systeme.de/hygiene-produkte/

INNOVATIONEN

Innovation

Wissenswertes

Firma

Kontakt

Hygienetrennscheiben in verschiedenen Ausführungen

Hygienetrennscheiben zum Aufstellen auf Tresen, auf den Boden oder zum Abhängen von der Decke.

PleXotec GmbH

www.plexotec.com

Hygienetrennscheibe

Transparente Kunststoffscheibe für Kassentheken, Arbeitsbereiche etc.

POS Tuning
Udo Voßhenrich
GmbH & Co. KG

[www.postuning.de/
produkte/hygiene](http://www.postuning.de/produkte/hygiene)

Tresenaufsteller

Tresenaufsteller in verschiedenen Größen.

PROLICHT GmbH

www.protectyou.at

Tresenaufsteller aus Echtglas

Tresenaufsteller aus Sicherheitsglas nach individuellen Maßen.

Reli Glastechnologie
GmbH & Co.KG

www.reli-glas.de

Hygienetrennscheibe zum Abhängen

Einfach und flexibel zu montierende Abhängung aus transparenter PVC-Folie, kann selbst angepasst werden und funktioniert auch bei schräger Abhängung.

Reutlinger GbmH

www.reutlinger.de

Tresenaufsteller und Hygienetrennscheibe zum Abhängen

Tresenaufsteller mit Holzrahmen oder rein aus Plexiglas; Hygienetrennscheibe zum Abhängen von der Decke.

shoptec GmbH

[www.shoptec.com/de/shop/
hygiene.html](http://www.shoptec.com/de/shop/hygiene.html)

Tresenaufsteller

Hygienewand aus Acrylglas mit Standfuß zum Aufstellen.

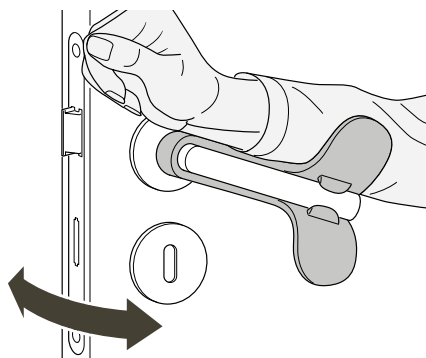
Werbetechnik
Sommer GmbH

[www.werbetechnik-
sommer.de](http://www.werbetechnik-sommer.de)

Lösungen für Türen

Wie der sprichwörtliche Ochs vorm Berg steht man in der Krise vor der geschlossenen Tür. Die Türklinke ist ein Hotspot für die Verbreitung von Viren – die Öffnung der Tür ohne direkten Kontakt mit der Klinke ist kompliziert. Dafür gibt es Hilfsmittel.

Dieser Freihandtüröffner stammt von der Firma Häfele und kann einfach und schnell montiert werden.



Innovation

Wissenswertes

Firma

Kontakt

Türdrücker-Aufsatz

Zum Öffnen von Türen mit dem Ellenbogen.

Bertz GmbH & Co. KG

www.clean-4-health.com

Türdrücker-Aufsatz

Zum Öffnen von Türen mit dem Ellenbogen.

Broki Metallwaren
GmbH & Co. KG

www.broki.de

Türdrücker-Aufsatz

Zum Öffnen von Türen mit dem Ellenbogen.

Häfele GmbH &
Co. KG

www.haefele.de

Türgriff zum Mitnehmen

Mobiler Türöffner für die Hosentasche, der die Berührung der Klinke vermeidet.

MOprojects GmbH

www.com.moshop.eu

Desinfektionsmittel | Hygienespender

Desinfizieren ist das A und O der Krise. Gerade in Zonen mit viel Publikumsverkehr sorgen Desinfektionsspender für die nötige Hygiene. Hygienestationen bieten die dLv-Mitglieder in verschiedenen Designs und mit unterschiedlichen Zusatzfunktionen an.



Links: Mobiler Spender von Geck.

Mitte: Die Hygiene-station in Kooperation mit Harres Metall-design ist gleichzeitig ein Info-Point.

Rechts: Auch Accenta bietet mit dem Hygiene-Butler eine Kombination aus Desinfektionsspender und Info-Point an.

Innovation

Wissenswertes

Firma

Kontakt

Hygienestation

Händedesinfektionsspender für Wandmontage oder mit Ständer inklusive Informationsdisplay (akkubetrieben, W-LAN, Infrarot-Spendersystem).

ACCENTA Music & P.O.S. GmbH

www.accenta.info

Desinfektionsspender

Desinfektionsstele zum Aufstellen mit A4-Infotafel.

Bohnacker Laden-einrichtungen GmbH

www.bohnacker.com

Desinfektionsspender

Desinfektionsmittelspender zum Aufstellen.

Broki Metallwaren GmbH & Co. KG

www.broki.de

Desinfektionsspender

Mobiler Desinfektionsmittelspender.

Geck GmbH

www.geck.de/hygiene

Hygienestation

Mobile Metallstele mit Desinfektionsspender und 22-Zoll-Touch-Display, für den Fluchtbereich brand-schutzzertifiziert.

gekartel AG

www.gekartel.de/ihr-hygiene-info-point

Hygienestation, Desinfektionsspender, Handschuh-spender

Hygienestation in Kooperation mit gekartel; Desinfektionsspender aus Metall (auch in Edelstahl lieferbar), freistehend; verschiedene Handschuhspender aus Metall, freistehend.

Harres Metall-design GmbH

www.harres-kind.de

Automat für Mund- und Nasenmaske

Selbstbedienungsautomat, Kauf oder Miete möglich.

Harting Systems GmbH

www.harting-systems.com

Desinfektionsspender

Flexibel einsetzbare Hygieneständer für Desinfektionsmittelspender auf Dekor-Spanplatte; individuelle Lösungen möglich; Lieferzeit ca. 5 Tage.

Kunze GmbH

www.kunze-ladenbau.de

Hygienestation

Hygienische Aufbewahrung von Kosmetiktüchern, Masken, Handschuhen und Feuchttüchern; Mülleimer und Desinfektionsmittelspender je nach Variante integriert.

MOprojects GmbH

www.com.moshop.eu

INNOVATIONEN

Innovation

Wissenswertes

Firma

Kontakt

Desinfektionsspender

Desinfektionsspender freistehend.

OBV Objektbau
Bomers GmbH

www.obv.de

Schutzmaskenausgaben

Ausgabestelle für Mundschutz o.ä., ausgestattet mit Hygienetrennwand.

Octanorm Ver-
triebs GmbH

www.expo.shop

Hygienespender für Ein-
weghandschuhe oder
Reinigungstücher

Freistehender Aufsteller mit Boxhalterung und Plakatrahmen A4 für Infos; Aluminiumstandrohr, BD-Fußplatte.

Oechsle Display
Systeme GmbH

www.oek-display-systeme.de/hygiene-produkte/

Hygiene-Sticks zum
Bedienen von Geräten

Zum Beispiel zum Bedienen von EC-Zahlungsgerät, sofort desinfizierbar in mitgeliefertem Becher und Reinigungslösung.

POS Tuning Udo
Voßhenrich GmbH
& Co. KG

www.postuning.de/produkte/hygiene

Desinfektionsspender

Mobiler Desinfektionsspender in Wunschfarbe – Hinzufügen von Logo und/oder Slogan möglich.

Norbert Schmees
Ladenbau

www.schmees-ladenbau.de

Desinfektionsspender

Freistehende oder wandmontierte Varianten.

shoptec GmbH

www.shoptec.com

Hygienestation

Hygienestation mit Desinfektionsspender, Hand-
tuchspender und integriertem Papierkorb.

Theodor Schem-
berg Einrichtungen
GmbH

www.schemberg.de/de/produkte/hygienschutz.html

**Kundenhinweise
müssen nicht
unangenehm oder
unansehnlich sein.
Vivamo macht es
mit seinen Boden-
aufklebern vor.**

Abstandsmatten / Aufkleber

Im Supermarkt ist es schon Standard, doch auch in anderen Läden gilt die Parole „1,5 Meter Abstand halten“. Es ist nicht immer leicht, Gewohnheiten umzustellen. Markierungen helfen, Hinweise erinnern und machen die Laufwege in Geschäften sicher.



Innovation

Wissenswertes

Firma

Kontakt

Bodenmatten und Boden-
aufkleber

Verschiedene Matten und Aufkleber mit Abstand-
hinweisen.

Bohnacker Laden-
einrichtungen GmbH

www.bohnacker.com

Bodenmatten

Matten mit Abstandshinweisen in verschiedenen
Formaten; für Sauberlaufzonen, Kassenzonen etc.

emco Bautechnik
GmbH

www.emco-bau.com

Bodenmatten und Boden-
aufkleber

Verschiedene Abstandsmatten und Bodenaufkleber.

MOprojects GmbH

www.com.moshop.eu

Bodenaufkleber

Set mit 6 verschiedenen Sprüchen zum Abstand-
halten, rutschhemmend.

POS Tuning
Udo Voßhenrich
GmbH & Co. KG

www.postuning.de/produkte/hygiene

Bodenmarkierungen,
Sprüschablonen

Bodenmarkierungen und Sprüschablonen zur
Unterstützung des Abstandhaltens.

Vivamo GmbH

www.kleb-und-klar.de

Bodenaufkleber

Aufdruck: „Abstand halten“, rutschfest.

Werbetechnik
Sommer GmbH

www.werbetechnik-sommer.de

Stellwände zum Abtrennen

Nach und nach werden Ladengeschäfte wieder öffnen dürfen. Die politische Richtung ist klar: je kleiner der Laden, desto besser. Mobile Stellwände helfen, Flächen zu verkleinern und damit die Auflagen zu erfüllen.

Innovation	Wissenswertes	Firma	Kontakt
Stellwände	Stellwände weiß, um die Verkaufsfläche auf weniger Quadratmeter abzutrennen. Größe (B x H) 280 x 210 cm, Lieferzeit ca. 5 Tage.	Kunze GmbH	www.kunze-ladenbau.de
Stellwände, faltbar	Faltbare Stellwände mit Aluminiumprofil.	Octanorm Vertriebs GmbH	www.expo.shop

Entkeimung

„Corona kann nicht sehr weit springen“, heißt es in einem Erklär-Video für Kinder. Aber ein bisschen springen kann es eben doch. Um ganz sicher zu sein, gibt es die Möglichkeit der Luftentkeimung. Zwei dLv-Mitgliedsfirmen bieten dafür Systeme an.

Innovation	Wissenswertes	Firma	Kontakt
Luftentkeimungslösung mit Licht	Leistungsstarke UV-C-Systeme zur Luft- und Oberflächenentkeimung.	BÄRO GmbH & Co. KG	www.baero.com/de/clean-air-technologies
Luftentkeimung durch Raumduft	Vier antivirale und antibakterielle Raumdüfte mit 100 % ätherischen Inhaltsstoffen, nachweislich Entfernung von Viren und Bakterien aus der Raumluft.	Reima Air Concept	www.duftmarketing.de/de/antibakterielle-antivirale-duefte.html

Gesichtsvisiere

In vielen Geschäften ist das Einhalten des Mindestabstands nicht möglich. Denken wir an Optiker oder Läden für Hörakustik. Unter den verschiedenen Modellen von Gesichtsvisieren findet jeder das passende Produkt.



Es werden Gesichtsvisiere aus unterschiedlichen Materialien und mit verschiedenen Befestigungssystemen angeboten. Das Modell von concept-s besteht aus medizinischem Kunststoff.

Innovation	Wissenswertes	Firma	Kontakt
Gesichtsvisier	Gesichtsvisier aus medizinischem, sehr leichtem und desinfizierbarem Kunststoff.	concept-s Ladenbau und Objektdesign GmbH	www.concept-s-design.com
Gesichtsvisier	Transparent, aus PETG, Höhe 30 cm, Breite 26 cm, Stärke 1 mm, mit flexibel verstellbarem, gepolstertem Befestigungsband, mit guter Durchlüftung, beschlagarm, tauglich für Tauchdesinfektion.	Geck GmbH	www.geck.de/hygiene
Gesichtsvisier	Gesichtsvisiere aus PETG, kostenlose Weitergabe der Fertigungsdaten zur eigenen Herstellung.	Hansen GmbH	www.hygiene.sh
Gesichtsvisier	Herstellung der Visiere in 3D-Drucktechnik; Mengenrabatt.	MOprojects GmbH	www.com.moshop.eu

INNOVATIONEN

Innovation

Gesichtsvisier

Gesichtsvisier für Schirmmütze

Wissenswertes

Kombination aus hochwertigem PET-Schild und einem weichen, anatomisch der Kopfform angepassten Kissen aus hautverträglichem, geschlossenzelligem Schaumstoff.

Gesichtsvisier, das sich auf handelsübliche Schirmmützen aufstecken lässt.

Firma

Polyform
Kunststofftechnik
GmbH & Co.
Betriebs KG

POS Tuning
Udo Voßhenrich
GmbH & Co. KG

Kontakt

[www.polyform.de/
gesichtsvisier](http://www.polyform.de/gesichtsvisier)

[www.postuning.de/
produkte/hygiene](http://www.postuning.de/produkte/hygiene)

Möbel / Module

Wer langfristig denkt, greift auf fest eingebaute Systeme zurück.



Modular einsetzbare Systeme gibt es von ppm. Die Hygienewände werden fest installiert und sind flexibel kombinierbar.

Innovation

Hygienetrennwände als fest installierte Module

Hygienetrennwände in verschiedenen Ausführungen

Wissenswertes

Modulares System für fest installierte Hygienetrennwände, verschiedene Ausführungen als Langzeitmaßnahme gegen Infektionsrisiken.

Hygienewände als Vortreseninstallation mit integrierten Fächern oder als fest installierte Lösung, direkt mit der Theke verbaut.

Firma

ppm Planung +
Projektmanagement
GmbH

Theodor Schemberg
Einrichtungen
GmbH

Kontakt

www.ppm-online.com

[www.schemberg.de/de/
produkte/hygieneschutz.html](http://www.schemberg.de/de/produkte/hygieneschutz.html)

Home-Office-Lösungen

Auch eine Begleiterscheinung von Corona: Die Menschen arbeiten überwiegend von zuhause aus. Nicht jeder kann dort mit einem voll ausgestatteten Büro aufwarten. dLv-Mitglieder bieten Ausstattungen für das Home-Office an, die Grundlagen für effizientes und komfortables Arbeiten schaffen.

Innovation

Elektrifizierung mit NETBOX

Drehstühle, elektrisch höhenverstellbare Schreibtische

Wissenswertes

Steckdosen, Kabelmanagement, Zubehör.

In die Drehstühle ist eine patentierte Technologie verbaut, die rückenfreundliches Sitzen möglich macht.

Firma

A.H. Meyer GmbH

Topstar GmbH

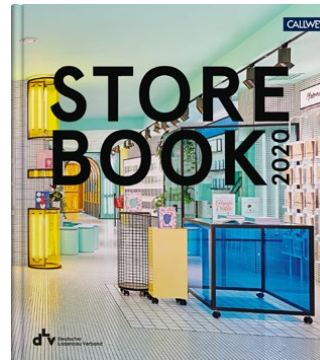
Kontakt

www.ah-meyer.de

www.topstar.de/service/links

Simply the best: Läden im STORE BOOK 2020

Im Jahrbuch der guten Läden sind 44 Projekte weltweit vertreten. Das im Februar zur Euroshop erschienene Buch zeigt besondere Konzepte rund um den Globus.



Chongqing Zhongshuge|China: Mehrfach ausgezeichnet, u.a. als bester Bookstore 2019 weltweit, Frame Awards Gewinner 2020 – ein Palast für Bücher.

Im Buch vertreten ist das Kundencenter des Energie- und Telekommunikationsanbieters EWE im ostfriesischen Leer genauso wie der Shop des Nationalmuseums in Qatar, zwei höchst unterschiedliche Objekte. Internationale Top-Labels wie Moncler in Singapur und Luxusbrands wie Versace in Miami finden sich neben dem Flagshipstore des auf Ökologie setzenden Unternehmens Grüne Erde im österreichischen Pettenbach.



Miligrão|Brasilien: Moca Arquitetura hat die Unverpackt-Idee optisch schön in Szene gesetzt. Dazu gehört ein konventioneller Bioladen mit verpackten Produkten.



Animal Backbone|China: In einem ehemaligen Schlachthof entstand ein experimenteller Petshop für Tierfreunde.

Große Filialisten wie Comma im Lago in Konstanz oder Orsay mit seinem kleinen Click & Collect Store in Stalowa Wola, Polen, haben interessante Konzepte vorgelegt. Es werden großartige kleine Formate gezeigt wie der Unverpackt-Laden Miligrão in Brasilien. Auf einem anderen Planeten unterwegs sind die Bookstores in China. Die Buchhandlungen des lesebegeisterten Landes sprengen alle Dimensionen.

Wie können Sie im STORE BOOK 2021 dabei sein?

- » Jeder Projektbeteiligte, ob Bauherr, Konzeptsteller, Designer, Ladenbauer, Zulieferer, Visual Merchandiser oder Fotograf, kann das Projekt für das STORE BOOK einreichen.
- » Das Projekt muss nach dem 1. September 2019 eröffnet worden sein.
- » Die Einreichung ist kostenlos, und zwar auch dann, wenn das Projekt in das Buch aufgenommen wird. Das komplette Prozedere ist mit keinerlei Kosten verbunden.

Die Einreichungsseite ist bereits offen, Sie können jetzt einreichen unter <http://store-book.netzwerk-ladenbau.de>



16.06-17.06.2020

Virtuelles Event für Ladenbauer.

Let's talk about ERP Software, Projekt- und Prozessoptimierungspotentiale.

Jetzt informieren und anmelden:



LUXURY VINYL TILES

LAYRED 55

Kreative Bodenkonzepte für Ladenbau-Projekte mit Designanspruch!

Die IVC Group bietet maßgeschneiderte Bodenbelagslösungen, die optimal auf die Anforderungen im Ladenbau ausgerichtet sind – designorientiert, extrem strapazierfähig und besonders pflegeleicht.

„Made in Europe“ unterliegen die zertifizierten IVC-Böden höchsten Qualitätskontrollen, von der Rohstoffversorgung bis hin zur Produktion. Jetzt mehr erfahren auf www.ivc-commercial.com.

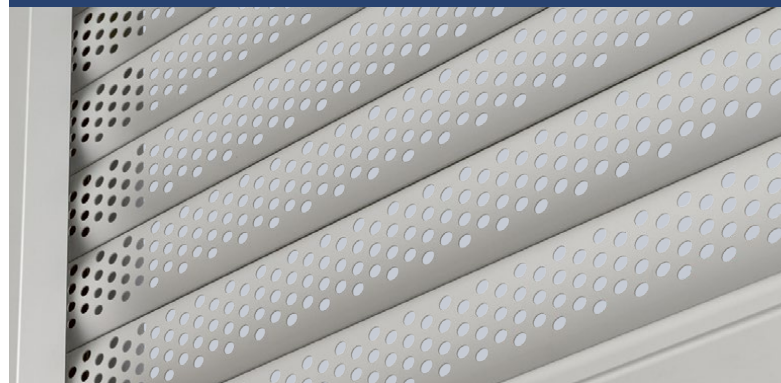
IVC Group GmbH
Reisholzer Wertstr. 33
40589 Düsseldorf
T +49 (0)211 - 598 930 00

projektdach@ivc-commercial.com
www.ivc-commercial.com

Elegant und sicher: ShopRoller SR



- besonders kompakter Ladenabschluss
ShopRoller SR mit integriertem Rohrmotor



- elegante und unempfindliche Oberfläche
aus eloxiertem Aluminium



- als gesicherter Tag- und Nachtabschluss in den
geprüften Widerstandsklassen RC 2 oder RC 3

RC2

RC3

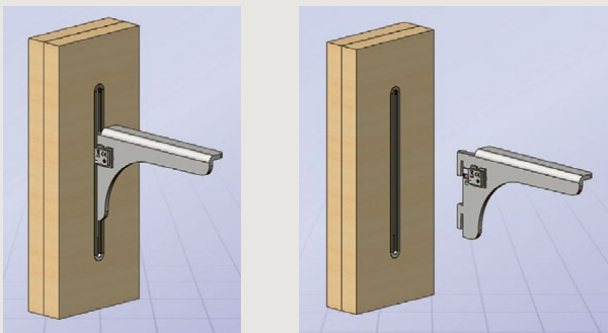
HÖRMANN
Tore • Türen • Zargen • Antriebe



PS Mini

Filigrane Schlitzschiene für
unsichtbare Stromführung - 24 V

Perfekte Warenausleuchtung und höchste
Flexibilität, da der Stromabnehmer
direkt im Ausleger integriert ist



Die wesentlichen Highlights auf einem Blick:

- › In das System integrierte unsichtbare Stromführung
- › Flächenbündige Montage möglich
- › Beidseitige Stromführung bei minimaler
Materialstärke von 38 mm (2 x 19 mm)
- › Hohe Variabilität durch stufenlose Verstellung
(werkzeuglos)
- › Für direkte und warenbezogene Ausleuchtung der Produkte
- › Leistung: 48 W pro Adapter, max. 115 W pro Schiene
- › Farbe: alu eloxiert, schwarz und weiß auf Anfrage
- › Für sämtliche LED-Produkte geeignet
- › Leuchten planbar mit dem Hera-Konfigurator

Hera[®]

Hera GmbH & Co. KG · Dieselstraße 9 · 32130 Enger
Tel. +49(0) 5224 911-0 · Fax +49(0) 5224 911-215
mail@hera-online.de · www.hera-online.de

Termine

Was	Wann	Wo	Info
dV Workshop Ladenplanung und Sortimentsdramaturgie – Die Faszination der Fläche	16./17.06.2020	Würzburg	dV Workshop mit Daniel Schnödt
C-Star	02. – 04.09.2020	Shanghai/ China	Internationale Messe für den Retail mit German Pavilion
Paris Retail Week	15. – 17.09.2020	Paris/ Frankreich	Internationale Fachmesse für den Retail
Trendforum Retail	07./08.10.2020	Frankfurt am Main	Digitale Lösungen im Einzelhandel
dV Seminar Baulicher Brandschutz für Planer und Architekten, Ausführende und GU	03.11.2020	Köln	dV Seminar mit Christian Paschen
dV Seminar Trends und Materialien: The bigger picture Trend-Update	12.11.2020	Köln	dV Seminar mit Julia Greven und Birgit Hansen
viscom	12. – 14.01.2021	Düsseldorf	Europas größte Fachmesse für Werben und Verkaufen
Christmasworld	29.01. – 02.02.2021	Frankfurt am Main	Internationale Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck
EuroCIS	16. – 18.03.2021	Düsseldorf	Leitmesse für Retailtechnologie
dV Ladenbautagung	22./23.04.2021	Linz/ Österreich	Der Branchentreff der Ladenbauer und Partner; veranstaltet vom dLv

16. und 17. Juni 2020
dLv-Workshop
Ladenplanung und Sortiments-
dramaturgie – Die Faszination der Fläche



Wie wird die Verkaufsfläche zum Erfolgsfaktor? Anhand zahlreicher positiver wie negativer Beispiele zeigt der Referent Daniel Schnödt, warum manche Läden begeistern und andere nicht. Das Seminar richtet sich an Einsteiger und Nachwuchskräfte in der Ladenplanung, im Ladenbau und in den Planungsabteilungen des Handels.

Die Schwerpunkte:

- Die wichtigsten Regeln für erfolgreiche Ladenplanung
- Gestaltungselemente von innen nach außen
- Raumplanung – Kundenlauf – Raumschließungssysteme
- Multisensuale Einsatzmittel im Storedesign (Formensprache, Flexibilität, Material) und in der atmosphärischen Optimierung (Licht, Farbe, Akustik, ...)
- Store-Check vor Ort und Gruppenarbeit (Visualisierung eines idealtypischen Store-Layouts)

Aufgrund der aktuellen Coronakrise müssen wir die Veranstaltung u.U. kurzfristig absagen. Die Teilnehmergebühr wird in diesem Fall vollumfänglich erstattet.

Der Referent Daniel Schnödt ist Trendexperte Retail und Autor des Fachbuches „Inszenieren – Verführen – Mehr verkaufen – Die Dramaturgie in der Laden- und Sortimentsplanung“. Er veranstaltet das Trendforum Retail, welches am 07./08. Oktober 2020 im Samsung Showroom Schwalbach stattfindet. Informationen unter <https://www.trendforum-retail.de>.

03. November 2020
dLv-Seminar
Baulicher Brandschutz im Retail



Der Brandschutz in Verkaufsstätten ist komplex und individuell. Die rechtlichen Vorgaben sind zahlreich und besonders durch die Ländergesetzgebung in Deutschland auch unterschiedlich.

Brandschutz ist ein ernstes Thema, welches die an der Errichtung eines Stores beteiligten Firmen angeht.

Für jeden Teilnehmer soll nach dem Seminar klar sein, welche baulichen Brandschutzvorschriften für seine Projekte relevant sind. Der Referent wird gezielt auf Teilnehmerfragen eingehen.

Die Schwerpunkte:

- Baustoffklassen
- Feuerwiderstandsklassen
- Brandprüfungen
- Bauüberwachung: Brandschutz durch Sachverständige
- Deutsches Baurecht: Wie ist die Verantwortung des Bauleiters definiert?
- Brandschutzkonzept für Verkaufsstätten und Sonderbauten (Flughäfen)
- Brandschutz in Deutschland/im Ausland
- Verwendbarkeitsnachweise (abZ, abP, ETA, ZiE)
- Sondernachweise zum Brandverhalten

Der Referent Dipl.-Ing. Christian Paschen ist seit 2005 staatlich anerkannter Sachverständiger für die Prüfung des Brandschutzes (NRW) und Geschäftsführer der insa4 brandschutzingenieure GmbH.

12. November 2020
dLv-Seminar
Trends und Materialien:
The bigger picture – Trend-Update



Die Digitalisierung fokussiert die Wahrnehmung immer mehr auf das Visuelle und Virtuelle. Als Gegenbewegung dazu wächst der Wunsch nach „echten“ Erlebnissen und Beziehungen und im Design nach „begreifbaren“ Materialien und Oberflächen mit wahrnehmbarer Struktur.

In einer einzigartigen Mischung aus Trendtheorie und Anwendungspraxis bietet das Seminar einen umfassenden Gesamtüberblick über aktuelle und kommende Entwicklungen und Interior-Trends. Ganz konkret geht es dann in die praktische Materialkunde anhand von Materialmustern. In kompakter Form werden passend zu den Trends ca. 30 Produkte mit Anwendungsbeispielen vorgestellt.

Die Schwerpunkte:

- Gesamtüberblick über die aktuellen Entwicklungen und Trends
- Analyse von Megatrends und deren Gegenströmungen
- Praktische Materialkunde mit Materialmustern

Die Referentinnen sind Dipl.-Ing. Birgit Hansen, selbstständige Innenarchitektin, und Julia Greven, unabhängige Markenberaterin.

Anmeldung zu den Veranstaltungen: www.ladenbauverband.de/Veranstaltungen

dLv-TICKER

dLv-Mitglied werden – dafür gibt es gute Gründe



Der dLv ist über die Jahre zur führenden Institution der Ladenbaubranche im deutschsprachigen Raum geworden. Stetig wachsende Mitgliederzahlen machen den Branchenverband zu einer Organisation, die Vernetzungsmöglichkeiten in allen Sparten bietet. „Als deutscher Hersteller ist es uns ein großes Anliegen gewesen, Teil des perfekt organisierten Netzwerkes, des Deutschen Ladenbau Verbandes zu sein“, so Maximilian Kubitschek vom Sitzmöbelhersteller Topstar, neues Mitglied im dLv seit Anfang des Jahres. „Wir freuen uns auf einen regen partnerschaftlichen Informationsaustausch“, sagen auch die Ladenbauer vom Neu-Mitglied Isaria Corporate Design. Der Verband versteht sich aber nicht nur als Netzwerk, sondern ist auch durch seine regelmäßige Berichterstattung über aktuelle Strömungen am Puls der Zeit. „Durch die Mitgliedschaft im dLv bleiben wir über die aktuellen Trends auf dem Laufenden“, sagt Antje de Haan von Sugatsune Europe. Auch neu im dLv ist das Ladenbauunternehmen Deco Leisure: „Wir freuen uns, als neues Mitglied die langfristigen Perspektiven in Politik und Gesellschaft für innovative Erlebnisse auf Retail-Flächen mitgestalten zu können.“

Neue Mitglieder im dLv



Deco Leisure GmbH

Rubrik: Ladenbau-Unternehmen
Schwerpunkte: Planung und Realisierung von Läden und Shop-Konzepten im Einzelhandel, in der Gastronomie und für Freizeitparks
Mitarbeiter: 25
Firmensitz: Bocholt

Deco Leisure realisiert individuelle Läden und Shop-Konzepte in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Freizeitparks und Themenwelten für Kunden aus unterschiedlichen Branchen. Neben dem Hauptfokus auf dem klassischen Möbelbau wurden bereits in den letzten Jahren die Bereiche internationales Projektmanagement und Turn-Key-Geschäft stark forciert. Emotionale Shop-Konzepte werden mit langjährigem Know-how und Feingefühl durch das Team um die Geschäftsleitung tagtäglich realisiert.



Isaria Corporate Design AG

Rubrik: Ladenbau-Unternehmen
Schwerpunkte: Lösungen für Automobil, Finanzdienstleister, Versicherungen, Handel
Mitarbeiter: 70
Firmensitz: Oberpfaffenhagen

Als ein führender deutscher Komplettanbieter für ganzheitliche Markenwelten erschafft der Ladenbauer Isaria seit mehr als 45 Jahren individuelle Lösungen in Serie für den Shop- und Retailbereich. Die gesamte Konzeptentwicklung vom Entwurf bis zur Serienreife, eigene Produktion und Umsetzung gehören ebenso zum Service wie Recycling, Lagerung und Digital Signage.



Rudolf von Prusky GmbH

Rubrik: Beleuchtung
Schwerpunkte: individuelle Beleuchtungslösungen und Blechverarbeitung
Mitarbeiter: 35
Firmensitz: Büren

Die Rudolf von Prusky GmbH bietet individuelle Beleuchtungslösungen und Blechverarbeitung für Laden- und Messebau, Möbelhersteller, Shop- und Objektbeleuchtung, Bad- und Fahrzeughersteller. Neben Produktberatung und -beschaffung verfügt die Firma über eine eigene Fertigung, Produktentwicklung und Sonderleuchtenbau.



Sugatsune Europe GmbH

Rubrik: Beschläge/Glas/Profile
Schwerpunkte: hochwertige Speziallösungen im Bereich Möbel- und Baubeschläge
Mitarbeiter: 650 (alle Niederlassungen weltweit)
Firmensitz: Düsseldorf

Sugatsune Europe ist ein Hersteller von Metallbeschlägen. Die Palette an hochwertigen Produkten deckt verschiedene Bereiche ab, von Wohn- und Büromöbeln über Architektur- und Industrieteile bis hin zum Katastrophenschutz. Das Unternehmen bietet passende Lösungen, ob Rollen für Bürostühle, Gleitschienen für Schränke, Sockel für Tische oder Schlüssel und Schlösser für Safes. Oftmals sind die Produkte nicht sichtbar, sondern sorgen hinter den Kulissen für Komfort und Qualität.



Topstar GmbH

Rubrik: Verkaufsförderung am POS
Schwerpunkte: Möbelherstellung (Stühle, Barhocker, Tische, Tresen, Theken)
Mitarbeiter: 400
Firmensitz: Langenneufnach

Die Topstar GmbH ist Hersteller für Sitzmöbel „made in Germany“ mit eigenem Patent. Ständig werden im hauseigenen Modellbau neue, innovative Produkte in Zusammenarbeit mit renommierten Designern und Entwicklern konstruiert und nach strengsten Qualitätsstandards im Prüflabor getestet. Die Möbel sind eigens für den Office- und Objektbereich konzipiert.

Neuer Leiter im dLv-Fachgremium Digitalisierung

Mit Daniel Erhardt, Geschäftsführer bei Ligneus, hat das Fachgremium für Digitalisierung jetzt einen neuen Leiter. Stellvertretender Leiter ist Lutz Schneppendahl, Geschäftsführer von Harres Metall-design und Otto Kind.

Das 2017 im dLv gegründete Fachgremium Digitalisierung am POS hat sich zum Ziel gesetzt, der Ladenbaubranche und interessierten Händlern in Bezug auf die zahlreichen innovativen Technologien am Point of Sale Orientierung zu bieten.

dLv-Tour Shanghai findet 2021 statt

Aufgrund der aktuellen Corona-Lage verschiebt der dLv seine Tour nach Shanghai auf nächstes Jahr. Dann erwarten Sie Trend-Läden, die auf gut geplanten Touren besichtigt werden.

Der dLv veranstaltet regelmäßig Touren zu angesagten Retail-Destinationen. Nach New York, London, Las Vegas und Tokio ist Shanghai als innovativer Hotspot an der Reihe.

Münch+Münch baut Frankfurter Windsor-Store

Mit dem ersten Store in der Mainmetropole läutet die Schweizer Premiummarke Windsor konzeptionell eine neue Ära ein. Münch+Münch ist als Projektpartner verantwortlich für die komplette ladenbauliche Umsetzung – von der Konstruktion und Fertigung der Ladenmöbel bis zu deren Montage. Das neue Ladendesign selbst kommt aus dem Hause Windsor.

Ausgezeichnetes Leuchtendesign von Bära



„Die runde Armatur harmoniert mit dem schlichten, zylindrischen Körper, wodurch beide Elemente der Leuchte eine hochwertige und elegante Einheit bilden“, so die Jury des German Design Award über die Leuchte Intara IC.

Die beiden Leuchten Ontero IC und Intara IC von Bära sind beim renommierten German Design Award, der jedes Jahr vom Rat für Formgebung verliehen wird, in der Sparte „Excellent Product Design – Lighting“ für herausragende Designqualität ausgezeichnet worden. „Mit seiner klaren, zylindrischen Form wirkt der Strahler elegant und zeitlos und unterstreicht einen modernen Einrichtungsstil“, urteilen die Experten in ihrem Statement über die Leuchte Ontero IC.



Die kompakte neue Einbauleuchte Intara XR gibt es in schwarz und weiß.

Ebenfalls ein Highlight von Bära ist die XR Leuchtenserie, ein Programm mit kompaktem Design. Der Leuchtenkopf besteht aus Aluminium-Druckguss und verspricht optimales LED-Wärmemanagement. Mit den aktuellen Ergänzungen stehen in dieser Serie jetzt Ontero XR Aufbauleuchten zur Stromschienenmontage auch mit In-Track-Adapter zur Verfügung. Zur Pendelleuchte Pendi XR und der Halbeinbauleuchte Intara XR kommt neu die Einbauleuchte Intara XR hinzu: Sie findet ihren Einsatz überall dort, wo ein ruhiges und unauffälliges Deckenbild gefragt ist.

OBV Objektbau Bomers räumt Preis auf der Viscom ab



Die moderne POS-Präsentation von OBV hat die Jury des display Superstar Awards überzeugt.

Im Zuge der Messe Viscom im Januar 2020 wurde ein Exponat von OBV Objektbau Bomers mit dem display Superstar Award ausgezeichnet. Die POS-Präsentation für die Firma Graef Elektrokleingeräte wurde gleich doppelt prämiert, nämlich in der Kategorie „Holz waretragend“ mit Gold und mit dem Sonderpreis für das beste Design.

Hesse Lignal übernimmt Lackierer Hoba-Tec Oberflächentechnik

Mit der Übernahme der Firma Hoba-Tec Oberflächentechnik GmbH in Eching bei München erweitert der Lackhersteller Hesse-Lignal sein Leistungsangebot. Die Hesse Hoba-Tec GmbH führt ab sofort die Geschäfte der Hoba-Tec Oberflächentechnik GmbH weiter und bietet neben dem klassischen Lackhandelsgeschäft auch Lackier- und Oberflächenservices für das Schreiner- und Tischlerhandwerk an.

„Wir freuen uns sehr darüber, dass die Hoba-Tec Oberflächentechnik GmbH zukünftig ein Teil von Hesse-Lignal ist und wir somit auch in Süddeutschland neben unseren starken Hesse-Lignal-Partnern mit einem eigenen Standort vertreten sind. Das Leistungsspektrum der Hesse Hoba-Tec GmbH passt perfekt zu uns“, so Jens Hesse, Geschäftsführer von Hesse Lignal.

dLv-TICKER

Uzin Utz mit dem familyNET Award ausgezeichnet



Dr. H. Werner Utz, Aufsichtsratsvorsitzender der Uzin Utz AG, nimmt die Auszeichnung entgegen. Mit dabei waren Sabrina Grafe (links), Marketing-Managerin, und Angelika Seregi (rechts), Leiterin Recruiting.

Der Ulmer Bauchemiekonzern Uzin Utz erhält den familyNET 4.0 Award für eine herausragende Unternehmenskultur in der digitalen Arbeitswelt. Katrin Schütz, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau, und Stefan Küpper, Geschäftsführer des Bildungswerks der Baden-Württembergischen Wirtschaft e. V. und der Arbeitgeber Baden-Württemberg, zeichneten Uzin Utz für seine besonders innovativen und nachhaltigen Angebote und Maßnahmen aus. Dabei geht es im Speziellen um innovative und nachhaltige Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Zeiten der Digitalisierung.

Smarte Oberflächen von Saréco

Saréco, der Spezialist für Direktbeschichtungen und mehr, erweitert die Soft-Touch-Kollektion auf vier unterschiedliche Farben mit verschiedenen Oberflächeneigenschaften: matt, anti-fingerprint und kratzfest für horizontale und vertikale Anwendungen im Innenbereich. Die Oberflächen sind in den Farben Weiß, Schwarz, Anthrazit und Blauschwarz erhältlich. Geliefert wird als Laminat, als Verbundelement oder auch als Direktbeschichtung in einseitiger oder doppelseitiger Variante.

Bester Bio-Supermarkt wurde von König Object Consulting eingerichtet

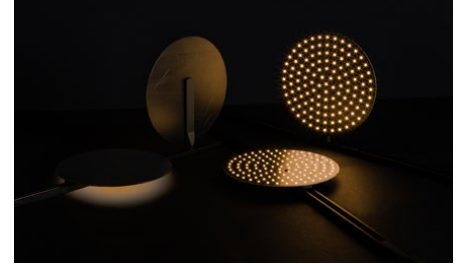


Auf einen einladenden Frischebereich wurde bei der Gestaltung besonders Wert gelegt.

Der Bio-Supermarkt Naturkost Kornblume (Lingen) gewann erneut Gold in der Kategorie bester Bio-Supermarkt der Schrot&Korn-Leserwahl. Die Eigentümer von Naturkost Kornblume, Nanni und Ralf Brinker, entschlossen sich im Jahre 2016, weiter zu wachsen und in einen großen zeitgemäßen Bioladen in Innenstadtlage umzuziehen – auf eine Verkaufsfläche von 560 Quadratmeter, zehn Mal so groß wie ihr erstes Ladengeschäft. Beim gemeinsam mit dem König-Ladeneinrichtungsteam erarbeiteten Konzept steht die Inszenierung des Einkaufserlebnisses im neuen, hellen und modernen Bio-Supermarkt im Vordergrund. Gleichzeitig wurde trotz großer Fläche eine persönliche Beratungsatmosphäre geschaffen, die das Markenzeichen der Kornblume ist.

Besonders ins Auge fällt neben dem Schwerpunkt Frische die über zwölf Meter lange Käse-Bedientheke mit über 300 Sorten. Zu den weiteren Highlights gehören die zertifizierte Naturkosmetikabteilung, die große Weinabteilung und das Bistro für eine kleine Auszeit mit Produkten in bester Bio-Qualität. Das edle Ambiente mit Naturholz und Steinvertäfelungen wird ebenso als Location für Events wie Verköstigungen und Kochabende genutzt.

Merging Spirits: Prolicht und Tom Dixon kooperieren



Das LED-Schienensystem Code ist das Ergebnis der Zusammenarbeit von Prolicht und Tom Dixon.

Walter Norz, Gründer und CEO von Prolicht, und Tom Dixon sind die kreativen Köpfe hinter dieser Zusammenarbeit: Seit ihrem ersten Treffen im Jahr 2019 wurde die Idee, sich zusammenzuschließen, immer lebendiger und in weniger als sechs Monaten formeller Vorgespräche wurde daraus nun Realität.

Der Leuchtenhersteller arbeitet mit Tom Dixon an einer weltweiten Kooperation, um einen gemeinsamen Ansatz für das Geschäft mit Beleuchtungsprojekten zu schaffen. Das Ziel ist, die gemeinsamen Überschneidungspunkte zu nutzen und die Designvision von Tom Dixon mit der technischen Expertise von Prolicht zu verbinden.

Entstanden ist Code, ein LED-Schienensystem, das das Know-how in der architektonischen Lichttechnik von Prolicht mit dem markanten Design und der Ästhetik von Tom Dixon kombiniert. Es werden LEDs auf Leiterplatten verwendet, mit denen dünne Streifen, empfindliche Ketten und durchgehende Lichtsäulen erzeugt werden können. Dies schafft unendlich viele Möglichkeiten, grafische Beleuchtungsskulpturen zu entwerfen – sowohl minimalistisch als auch äußerst komplex. Dadurch erhalten Designer und Architekten die Möglichkeit, mit den verschiedensten Modulen zu spielen und einzigartige Lichtlösungen zu schaffen.

BMWi fördert Teilnahme deutscher Unternehmen an der C-star Shanghai vom 02. - 04. September 2020: Hoher Zuspruch von Ausstellerseite



Der jüngste Ausblick des Internationalen Währungsfonds (IWF) prognostiziert angesichts der aktuellen Corona-Krise für das Wachstum in der EU im Jahr 2020 einen Rückgang um sieben Prozent. Nicht so für China, wo trotz Covid-19 ein positives Wirtschaftswachstum von ein Prozent erwartet wird. Denn Chinas Einzelhandel gewinnt bereits wieder an Vitalität. Laut einer aktuellen Umfrage des chinesischen Handelsverbandes (CCAGM) haben bis zum 13. April 96 Prozent der befragten Unternehmen ihre normale Arbeit wieder aufgenommen.

Diese positive Entwicklung spiegelt die C-star wider, Shanghai's International Trade Fair for Solutions and Trends all about Retail, die vom 02. bis 04. September 2020 im Shanghai New International Expo Centre stattfindet. Schon jetzt sind 95 Prozent der Stände belegt.

Die C-star umfasst folgende Dimensionen: Shopfittings & Shop Furnishings, Store Design & Visual Merchandising, Smart Retail Technology, Lighting, Catering und Hospitality Equipment & Refrigeration Systems. Es wird mit 200 Ausstellern gerechnet.

Das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) wird sich auf der C-star 2020 mit einem offiziellen deutschen Pavillon beteiligen.

Aufgrund der derzeitigen Corona-Situation bietet es teilnehmenden Unternehmen flexiblere Konditionen: Wenn es zu Einreisebeschränkungen kommen sollte oder zu einer Verschiebung der Messe, können sie kostenlos zurücktreten. Auch die Anmeldefrist wurde verlängert, und zwar bis zum 05. Juni 2020.

Infos gibt es beim BMWi, Ute Wynhoff: wynhoffu@messe-duesseldorf.de

Premiere auf der C-star 2020 feiert der ERDA China. Sein Vorbild, der EuroShop Retail Design Award, wird seit 2008 von der Messe Düsseldorf und dem EHI Retail Institute für die weltweit besten Storekonzepte verliehen. Da der chinesische Einzelhandel ganz eigene Charakteristika und Designs aufweist, rufen die Messe und das EHI nun diesen neuen Award speziell für China ins Leben. www.c-star-expo.com




**DAS STECKSYSTEM
FÜR IHRE
WARENPRÄSENTATION**

Allgäuer Straße 8
87787 Woringen
Tel.: +49 (0)8331-495488
Info@ | www.SteigerPointsystems.de

ehemalig: 

Retail Solution

The Trade Magazines for Retailers

#technology and e-commerce



#conception and design



BAUVE MEDIEN

www.bauve.de



Don't miss the online edition!

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.

dLv-Newsletter abonnieren

Wenn Sie immer gut informiert sein möchten, senden wir Ihnen gerne regelmäßig unseren kostenlosen E-Mail-Newsletter zu.

Registrieren Sie sich unter :
www.ladenbauverband.de

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: Angela Krause

Redaktionelle Mitarbeit: Christina Rosemann

Beirat aus dLv-Vorstand: Daniel Erhardt

Fotos:

Cover: Tatsuya Tabii | S. 2 Paolo Benandi | S. 4+6 Tim-Lucas Reimer | S. 8 Siegmund Dumm | S. 10 Ripi: Tatsuya Tabii; Cookie Street: Eduardo Macarios | S. 11 Daniel Schnödt | S. 14 links: Hansen, rechts: Reutlinger | S. 16 Häfele | S. 17 links: Geck, mittig: gekartel, rechts: Accenta Music & P.O.S | S. 18 Vivamo | S. 19 concept-s | S. 20 ppm | S. 21 Chongqing Zhongshuge: Shao Feng; Miligrao: Marcos Duailibe; Animal Backbone: Zheng Shi | S. 27 Leuchten: Bära; Display: OBV Objektbau Bomers | S. 28 familyNET Award: Uzin Utz; Bio-Supermarkt: König Object Consulting; Code: Prolicht

Gestaltung:

heller & greller GmbH, Axel Treffkorn,
info@hellerundgreller.de

Der dLv-Insider erscheint quartalsweise.

Bezugspreis: 2,50 €.

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. Erschienen im Callwey Verlag. 89,00 €



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 61

06|2020

Auf dem Cover:

Ripi|Hiroshima.

Das Projekt wurde im STORE BOOK 2020 vorgestellt.

