

09 | 2020

dlv insider 62

Deutscher
Ladenbau Verband



inside
retail

Im Store-Check:

Buchläden

Geballte Kompetenz –
stationär und online

Update:
Hygieneschutz

Schwierige Zeiten
für den Ladenbau

33 %

der dLv-Ladenbauunternehmen verzeichnen im 2. Quartal 2020 einen Rückgang der Aufträge um 40 bis 50 % gegenüber dem gleichen Quartal des Vorjahres 2019.

Liebe Leserinnen und Leser,

der Insider bringt Ihnen viermal jährlich Informationen aus dem Ladenbau und für den Handel ins Haus. Die erste Ausgabe in diesem Jahr, erschienen im Februar zur EuroShop 2020, überraschte mit einem kompletten Relaunch, nicht nur grafisch, sondern auch inhaltlich. Wir zeigen Ihnen im Store-Check in jeder Ausgabe ausgewählte Projekte aus einer Branche. Begonnen haben wir mit Apotheken, im Mai wurden Bäckereien gezeigt, und jetzt stellen wir Ihnen Buchläden vor. Es gibt vor allem in Asien großartige Lesetempel, die architektonisch begeistern. Einen solchen Bookstore sehen Sie auf dem Cover. Er gehört zur Kette Zhongshuge, deren Läden wie die des Beautylabels Aesop immer individuell, überraschend und in jeder Hinsicht ausgezeichnet sind. Der abgebildete Store steht in Chongqing und war Bookstore 2019 weltweit und Frame Award-Gewinner.

Ladenbau kann viel bewirken, aber ohne engagierte und serviceorientierte Mitarbeiter, und davon hat Heymann zweihundert, geht es nicht.

Der Buchhändler Heymann in Hamburg begegnet solchen kreativen Exzessen mit hanseatischem Understatement. In seinem Flagshipstore in Eppendorf wird nicht designverliebt geklotzt, sondern alles auf den Kunden ausgerichtet. Jeder, der erfolgreichen Handel betreibt, weiß, wie anspruchsvoll das ist. Ladenbau kann viel bewirken, aber ohne engagierte und serviceorientierte Mitarbeiter, und davon hat Heymann zweihundert, geht es nicht. Wir stellen Ihnen gerade in diesen für den Handel schwierigen Zeiten das erfolgreiche Unternehmen Heymann als Beispiel vor, wie man beim Ladenumbau die Tradition wahren und trotzdem auf der Höhe der Zeit sein kann. Heymann macht Mut!

Der Buchhändler Heymann in Hamburg begegnet solchen kreativen Exzessen mit hanseatischem Understatement. In seinem Flagshipstore in Eppendorf wird nicht designverliebt geklotzt, sondern alles auf den Kunden ausgerichtet. Jeder, der erfolgreichen Handel betreibt, weiß, wie anspruchsvoll das ist. Ladenbau kann viel bewirken, aber ohne engagierte und serviceorientierte Mitarbeiter, und davon hat Heymann zweihundert, geht es nicht. Wir stellen Ihnen gerade in diesen für den Handel schwierigen Zeiten das erfolgreiche Unternehmen Heymann als Beispiel vor, wie man beim Ladenumbau die Tradition wahren und trotzdem auf der Höhe der Zeit sein kann. Heymann macht Mut!

Klaus Bürger, Planer von Apotheken mit jahrzehntelanger Erfahrung und vielen auch im STORE BOOK vorgestellten Projekten, hat unseren Insider 60 und hier insbesondere den Store-Check zu Apotheken aufmerksam gelesen. Mit den darin vorgestellten Wohlfühlkonzepten kann er wenig anfangen und erklärt auch, warum. Ein lesenswerter Beitrag.

Wir haben für Sie ein Update der Hygieneschutzprodukte unserer Mitglieder. Es sind interessante Entwicklungen dabei, u.a. eine neue UV3-Leuchte zur Desinfektion von Oberflächen in Kühlmöbeln. Und wir werfen einen Blick auf die schwierige Lage unserer Mitgliedsunternehmen. Geht es dem Handel schlecht, leiden die Ladenbauer. Dazu braucht es keine spezielle Erhebung, das liegt auf der Hand. Aber die Zahlen drücken es schmerzvoll aus.

Ihr  Deutscher
Ladenbau Verband



LADENBAU AKTUELL

04



Heymann: Tradition auf der Höhe der Zeit

Ein erfolgreicher Buchhändler in der Metropolregion Hamburg

08



Ganz nah am Kunden mit Top-Service

Im Interview:
Christian Heymann

10

Verlagsbuchhandlungen

Ausgezeichnet und nachhaltig

12

Schwierige Zeiten für den Ladenbau

14

Hybridkonzepte für Apotheken – Sinn oder Wahnsinn?

Klaus Bürger

INNOVATIONEN

18



... einen Keil, eine kleine Leuchte und den 3D-Druck in RAL- und Pantonefarben

21

Neue Hygieneschutzprodukte | Entdeckungen

TERMINE

25

26

- dLv-Ladenbautagung 2021 in Linz
 - dLv-Seminare + -Workshops
-

dLv-TICKER

27

Neue Mitglieder im dLv | Kurzmeldungen

31

dLv-Angebote | Impressum



HEYMANN

Lieblingsbuchhandlung seit 1928.

1. Stock

Kinder- und Jugendbuch
Sprachen | Schule | Spiele
Schreibwaren | Reise
Kochen | Hobby
Elternratgeber
Garten | Natur | Tiere
Spielecke

Erdgeschoss

Romane | Krimi | English Baks
Mode | Kunst | Design
Einrichtung | Architektur
Biografien | Politik | Recht
Geschichte | Philosophie
Wirtschaft | Hamburg
Hörbuch | DVDs | Torino
Humor | Comics
Zeitschriften | Taschenbücher

Untergeschoss

Abholung bestellter Bücher

Bewusst leben | EDV
Fotoalben | Notizbücher
Partnerschaft | Spirituelles
Medizin/Gesundheit
Psychologie | Weltreligionen
Kalender | Kultur | Film
Musikalien

Blind Date



Bücher, soweit das Auge reicht.
Wer sich nicht für ein Lieblings-
buch entscheiden kann, hat
immer noch das Blind Date,
um sich überraschen zu lassen.

Heymann: **Tradition** auf der

Höhe der Zeit

Wer in der Metropolregion Hamburg vierzehn Buchläden erfolgreich betreibt, versteht sein Geschäft. Von Heymann kann man lernen, dass bodenständig und regional keine Gegensätze zu modern und vielseitig sind.



im
store-check:
**Buch-
läden**

Für Kurt Heymann hat alles mit einem Lieblingsbuch begonnen. Seine Leidenschaft für das Lesen hat den gelernten Buchhändler zuerst zum Beruf gebracht und dann zum Unternehmer gemacht. 1928 eröffnete er eine Buchhandlung in Hamburg-Eppendorf. Heute wird das Familienunternehmen von der dritten Generation weitergeführt. Heymann entwickelte sich zu einem der führenden Buchhandelsunternehmen in der Hamburger Metropolregion mit derzeit 14 Buchhandlungen und 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Heymann wurde mit allem ausgezeichnet, was die Fachbranche als Preis zu vergeben hat, war Buchhandlung des Jahres, erhielt zuletzt den Deutschen Buchhandlungspreis 2019 – und das nicht zum ersten Mal.

Der Buchhändler investiert kontinuierlich in seine Läden. Das Stammhaus in Hamburg-Eppendorf sollte 2018 erneuert werden. Planer und Ladenbauer schätzen am meisten eine freie Hand bei der Konzeption und ausreichend Zeit für den Bau. Wünsche, die der Bauherr nicht erfüllen konnte. Es sollten keine baulichen Veränderungen am und im Gebäude vorgenommen werden. Der Umbau musste in mehreren Bauphasen bei weiter laufendem Betrieb erfolgen, und zwar in kürzest möglicher

Zeit. Das Geschäft sollte eine moderne und wertige Einrichtung bekommen, ohne dabei elitär zu wirken. Die Kunden sollten schließlich weiter gern und viel einkaufen. Im Blick hatte man dabei vor allem auch die jüngere Generation als neue Zielgruppe.

Bei der Auswahl der Materialien wurde Wert auf Natürlichkeit und Nachhaltigkeit gelegt. So entschied man sich für eine Ladeneinrichtung in Holzdekor mit dezent gekalkter heller Eiche, die einen Vintage-Charakter schafft. Diese wurde kombiniert mit schwarzbraunen Sichtflächen als Kontrast. Der rote Teppichboden auf den meisten Bodenflächen und Treppen ist der Heymannschen CI geschuldet. Großzügigkeit ist der Eindruck auf den verschiedenen Etagen. Es wurde viel Raum für Sitzflächen und vor den Regalen zum Stöbern gegeben. In vielen Regalen liegen die Bücher en face, was einen erhöhten Platzbedarf nach sich zieht. Die diversen Sortimentsbereiche werden durch gestalterische Highlights definiert: Vor dem Kamin mit den Clubsesseln finden sich Schmöcker, bei der Ritterburg die Spiele und Kinderbücher und die kleine Küche wird

für Events gebraucht. Das Visual Marketing ist zurückhaltend, der Laden wirkt nicht überdekoriert. Das Buch soll hier im Vordergrund stehen.

Die Buchhandlung erscheint modern, aber nicht trendig, bodenständig, aber nicht behäbig. Für Heymann ist Tradition wichtig. Diese zeigt, dass sich die Familie seit Jahrzehnten erfolgreich und vielfältig mit Büchern beschäftigt. Ein traditionelles Buchgeschäft eben, von dem man Kompetenz, Qualität und Service erwarten kann und das jeden Tag daran arbeitet, für seine Kunden die Lieblingsbuchhandlung zu sein. Ein klar auf die Kunden zugeschnittener Laden ohne Schnickschnack gehört dazu. Vorbildlich ist auch die Webseite, die nicht nur umfassend informiert, sondern neben Onlineshop und Bücher-Abos auch einen persönlichen Beratungsservice mit individuellen Buchempfehlungen anbietet. Ganz wie bei den Großen im Fashionbereich: Personalshopping im Buchladen.

Buchhandlung Heymann

Projektstandort	Eppendorfer Baum 27, Hamburg
Anzahl der Geschosse	3
Verkaufsfläche (in Quadratmetern)	800
Eröffnungsdatum	22.05.2018
Konzept/ Planung/ Ladenbau	Kreft Innenausbau Team GmbH
Beleuchtung	Arclite Lichtver- trieb GmbH

46,8 %

Anteil des stationäre Buchhandels am Gesamtmarkt *



Die Sessel am Kamin sind verlockend gemütlich. Warum nicht das Buch gleich in der Buchhandlung lesen?

19,5 %

Anteil des Internethandels inklusive dem Onlinegeschäft der stationären Buchhändler. *

*aktuelle Wirtschaftszahlen für 2018, Börsenverein des deutschen Buchhandels



Die Eventküche wird z.B. bei Autorenlesungen gebraucht.

4,27 Mrd. Euro

Jahresumsatz im stationären Buchhandel *

Ritter und Prinzessinnen steuern direkt die Burg an. Kinder- und Jugendbücher sind nach Angaben des Börsenvereins ein Wachstumsmarkt innerhalb der Buchbranche.



Christian Heymann, Buchhändler, leitet mit seiner Schwester das Familienunternehmen Heymann in dritter Generation.

Das Motto der Heymannschen Buchhandlungen: »Erst wenn unsere Kunden zufrieden sind, sind wir es auch«

Sie betreiben 14 Buchhandlungen. Welchen Stellenwert hat für Sie die Ladeneinrichtung?

Die Ladeneinrichtung und die Führung des Kunden ist sehr wichtig. Wir möchten, dass der Kunde sich bei uns wohl fühlt und die Aufenthaltsqualität genießt. Dieses versuchen wir mit einer übersichtlichen und klaren Präsentation und mit warmen und angenehmen Farben bei der Einrichtung zu erreichen. Ebenfalls müssen entsprechend viele Sitzmöglichkeiten vorhanden sein, und wo es Sinn hat, wird die Einrichtung durch optische Elemente aufgelockert. Und um das umzusetzen, benötigt man einen sehr zuverlässigen und engagierten Partner an seiner Seite, welchen wir mit der Firma Kreft vor vielen Jahrzehnten gefunden haben.

Warum kommt der Kunde zu Ihnen ins Geschäft und kauft nicht bei Amazon?

Das liegt sicher zum einen an der Wohlfühlatmosphäre in unseren Geschäften, zum anderen aber auch an unseren sehr kompetenten, aufmerksamen und äußerst freundlichen Mitarbeitern, die unseren Kunden das Gefühl geben willkommen zu sein. Und natürlich haben wir das eine oder andere mehr, was es bei Amazon nicht gibt, wie z.B. Autorenveranstaltungen, Bastel- und Kochtage, Buchvorstellungsabende und vieles mehr.

Sie sagen, Sie handeln regional. Wie setzen Sie das um?

Indem wir unseren Kunden zum einen direkt über Plakate oder Flyer mitteilen, wie wichtig der lokale Handel ist. Wir unterstützen Schulen, Kindergärten und die Hamburger Bücherhallen, sind Partner von „Mentor – Die Leselernhelfer“, unterstützen unterschiedlichste Projekte und sind einfach dort, wo unsere Kunden sind.

Wie hoch ist der Anteil der Bücher und Waren, die Sie über den Onlineshop verkaufen?

Dieser Anteil liegt bei ca. fünf Prozent.

„Der Buchhandel hat massiv aus dem Onlineboom der vergangenen Jahre gelernt. Selbst die kleinsten Buchhändler sind viel weiter als die Händler anderer Branchen, was zum Beispiel Warenwirtschaft oder Internetauftritt angeht. Sie haben vieles hinter sich durch die Killermaschine Amazon, sind resilienter und widerstandsfähiger als andere Händler. Jetzt in der Corona-Krise kam dem Buchhandel vor allem die kreative Ausgestaltung des Onlinegeschäfts mit den unterschiedlichsten Lieferservices zugute. Auch die Initiative shopdaheim.de von Thalia und Osiander, die den lokalen Handel unterstützen und erhalten soll, habe ich in solch großem Ausmaß in anderen Branchen noch nicht gesehen.“

Handelsexperte Gerrit Heinemann, 26. Mai 2020, Börsenblatt

Exklusiv für Laden- und Innenausbau
ERP für Losgröße 1+

ams
Die ERP-Lösung

Prozesse verstehen. Transparenz gestalten.

Genialität
verpflichtet



Besuchen Sie unsere kostenfreien Webinare
www.ams-erp.com/webinare

Verlagsbuchhandlungen Ausgezeichnete und nachhaltige Geschäfte

Der Marktanteil des Direktgeschäftes der Verlage liegt laut Börsenverein bei 21,0 Prozent, die Verlage haben 2018 rund 1,92 Mrd. Euro umgesetzt. Beim Direktvertrieb der Verlage geht es hauptsächlich um Wissenschafts- und Fachbuchhandlungen. Aber auch Publikumsverlage (v.a. aus dem Bereich Ratgeber) erzielen hier mittlerweile nennenswerte Umsätze.

Hauser & Wirth Publishers | Zürich 55 ausgezeichnete Quadratmeter

Hauser & Wirth ist eine Schweizer Galerie mit Ausstellungsräumen in der Schweiz, New York und London. 1992 wurde der Verlag Hauser & Wirth Publishers gegründet, dessen Schwerpunkt auf Künstlerarchiven und Schriftsammlungen liegt. Der Flagshipstore in Zürich ist als multifunktionaler Ort gedacht. Er dient sowohl als Buchhandlung wie als Redaktionssitz, Archiv und als Drehscheibe für Forschung und Wissenschaft. Der Buchladen wird auch für Autorenlesungen und Künstlerauftritte genutzt. Selbst eine Party inklusive DJ im Anschluss an Galerie-Events muss möglich sein. Entsprechend



flexibel sollte die Ladeneinrichtung konzipiert sein. Die Verlagsleiterin wünschte sich einen modernen und dem Zeitgeist entsprechenden Auftritt, der nicht modischen und kurzlebigen Trends huldigt.

**Die alte Holz-
treppe
konnte erhalten
werden.**

Details des grundsanierten Gebäudes, darunter eine Holz- und ein charmanter Buchaufzug mit einem manuellen Flaschenzugsystem blieben erhalten. Sorgfältig ausgesuchte Elemente wie die Ulmer Hocker von Max Bill oder die Leuchten von Bernard-Albin Gras und Elisa Ossino unterstreichen den Designanspruch der Bauherren. Geschaffen wurde eine schlichte, reduzierte, klare Atmosphäre mit dem Hauptdarsteller im Vordergrund, dem Buch.



**Flexible Tische
können für Events
schnell weggeräumt
werden.**

Die Dioma AG aus Bern hat das multifunktionale Konzept für den kleinen Buchladen mit den vielfältigen Nutzungen entworfen. Das Projekt wurde mit dem German Design Award und dem Outstanding Property Award London ausgezeichnet.

Eröffnet: 8. Juni 2019

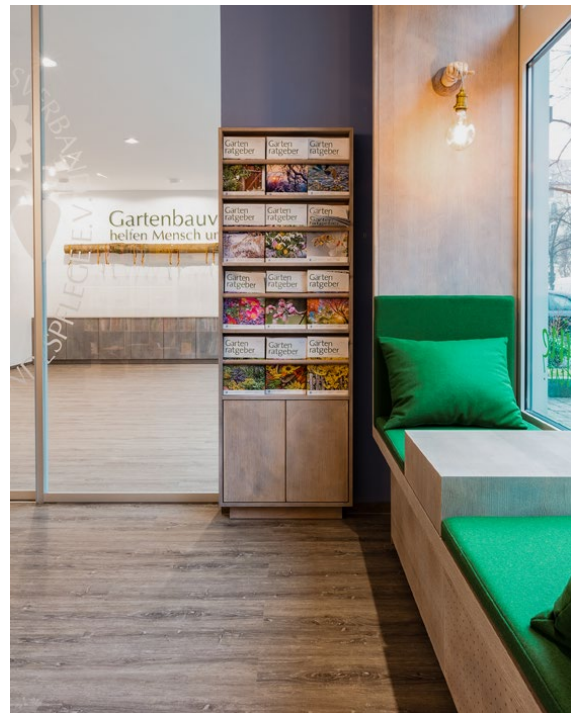
**Elegante Leuchten
schweben im Raum.**

In den Kojen kann man lesen oder aus dem Fenster schauen und seinen Gartenträumen nachhängen.

Gartenbauverlag | München Der Garten im Raum

Der Bayerische Landesverband für Gartenbau und Landespflege e.V. ist mit 536.820 Mitgliedern der größte Verband der Obst- und Gartenbauvereine in Deutschland. Der verbandseigene Verlag unterstützt mit einem breiten Sortiment an Fachliteratur, Qualitätswerkzeugen und speziellen Angeboten die Arbeit des Verbandes. Mit seiner Garten- und Versandbuchhandlung betreibt er eine der größten Fachbuchhandlungen für Garten, Umwelt und Natur in Deutschland.

Für den Gartenbauverlag sollten in zwei Räumen ein Buchladen mit integriertem Arbeitsplatz und



ein Besprechungs- und Schulungsraum für die Mitglieder geschaffen werden. Ein Wohlfühlambiente sollte entstehen, das von nachhaltigen und natürlichen Materialien dominiert wird. Authentizität ist ein viel strapaziertes Wort in Zusammenhang mit Storedesign. Im Falle des Gartenbauverlages war die Aufgabe für die Planerin aber klar. Sie konnte sich als Leitschnur für das Konzept auf die Natur- und Gartenbücher fokussieren, die Richtung ist durch das Warensortiment ideal vorgegeben.

Das ist gelungen. Es entstand ein naturnaher Laden, bei dem großes Augenmerk auf die Materialwahl gelegt wurde. Eichenholz wurde gebeizt und naturbelassener Stein in Blöcken aufgestellt. Das sollte den Verwitterungseffekt, der draußen etwas ganz Natürliches ist, simulieren. Dazu gesellen sich warme grüne und blaue Farbtöne. So zieht der Garten in die Räume ein. Große Fenster lassen nicht nur viel Licht ein, sondern laden mit den Sitzkojen zum Schmökern ein. Bequem und wohnlich werden die großen Sitzflächen durch den weichen Filz, mit dem sie bezogen sind.

Sabine Rohs von visual & concepts München hat einen Ort geschaffen, der die Kunden einlädt zu bleiben und das Draußen im Drinnen zu genießen.

Eröffnet: 15. März 2019

Naturbelassene Materialien waren eine Vorgabe der Bauherren.



In der entspannten Atmosphäre des Ladens entdeckt der Kunde schöne Details.

Ladenbau in schwierigen Zeiten Umfrage unter den Mitgliedern



Fashion United, die Business-Plattform für die Modeindustrie, bemerkte jüngst, dass sich die Pleitewelle durch alle Segmente der Bekleidungs- und Schuhbranche frisst, egal ob groß oder klein, traditionell oder jünger. Es trifft die Unternehmen querbeet. Dagegen vermehren z.B. die Baumärkte Rekordumsätze, so zuletzt Hornbach. Während die Kunden Shoppingcenter meiden, überrennen sie Bikeläden, die sogar Probleme beim Warennachschub haben. Und Apotheker, die auf jeden Fall als systemrelevant gelten dürfen, müssen feststellen, dass die Kunden mehr und mehr den Kauf im Internet dem Gang zur Apotheke vor Ort vorziehen. Das ist schon deshalb erstaunlich, weil gerade in dieser Branche die Beratungskompetenz des Personals vor Ort ein schlagendes Argument sein sollte. Die Coronakrise stellt alles auf den Kopf, und das in einer atemberaubenden Geschwindigkeit.

So ist die Misere im durch den Lockdown arg gebeutelten Handel bei den Ladenbauern angekommen. Klar, die Verkaufsflächen stiegen auch vor der Krise nicht mehr in dem Maße, wie das die letzten Jahrzehnte der Fall war. Die Immobilienentwickler haben in den letzten Jahren nur noch sehr moderate Steigerungen melden können. Große Filialisten haben nicht wie in den Nullerjahren große Rollouts durchgezogen. Eine Tendenz zu Flagshipstores in den großen Städten bei gleichzeitigem Schließen von Filialen in kleineren Standorten war bei vielen Vertikalen längst zu erkennen. Größen der Fashionbranche waren schon vor Corona deutlich in Schieflage, wie Gerry Weber oder Esprit.

Das IFH Köln prognostiziert seit Jahren hohe Schließungszahlen im stationären Handel. Die Warnungen blieben weitestgehend ungehört.

Das IFH Köln prognostiziert seit Jahren hohe Schließungszahlen im stationären Handel. Die Warnungen blieben weitestgehend ungehört oder ließen Verantwortliche im Handel und auch beim Stadtmarketing ratlos zurück.

Die Ladenbauer aber haben darauf reagiert und sich längst auch in anderen Branchen Kompetenzen erworben: Gastronomie, auch Systemgastronomie, Hotelausbau, Messebau. Das sind nun genau die Wirtschaftszweige, die wie der Handel stark unter dem Lockdown zu leiden hatten und noch zu leiden haben. Die Auswirkungen auf den Ladenbau sind unmittelbar spürbar. Die Auftragslage ist schlecht für diejenigen, die in den besonders betroffenen Handelsbranchen unterwegs sind.

So sind die Erhebungen, die der dLv seit Anfang April unter seinen Mitgliedern durchführt, nur eine Bestätigung dessen, was ohnehin jeder ohne Zahlen weiß: Die Investitionswilligkeit des Handels ist zögerlich, Projekte werden aufgegeben, geschoßen oder verkleinert. Dagegen läuft es im privaten Innenausbau gut, weil die Reisebeschränkungen einerseits zur Folge haben, dass Budget vorhanden ist. Andererseits führt die Unsicherheit der Verbraucher dazu, dass solide ins eigene Heim investiert wird. Die Zahlen der Möbelindustrie bestätigen diese Einschätzung.

„In den letzten Wochen war die größte Herausforderung, die Aufträge professionell wie gewohnt abzuwickeln und gleichzeitig die Belegschaft trotz angespannter Stimmung zu motivieren.“ *

Wie ist die Auslastung in der Produktion?

Eine 100%ige Auslastung können 20% der Unternehmen melden. Zwischen 75% und 100% Auslastung liegen rund 28% aller Unternehmen. Rund die Hälfte aller dLv-Unternehmen produziert also nahezu in voller Auslastung. Stark ist momentan für viele der private Innenausbau.

Planen Sie den Arbeitsplatzabbau?

Erfreulicherweise planen rund 70% nicht, Mitarbeiter zu entlassen. 25% warten die weitere Entwicklung ab. Der Fachkräftemangel war vor der Krise beherrschendes Thema. Daher halten die Firmen an ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fest, wenn es für sie möglich ist.

Was war für Ihr Unternehmen in den letzten Wochen die größte Herausforderung?

Die mittelständisch geprägten Mitgliedsunternehmen hatten an allen Fronten zu tun, wie andere Wirtschaftsunternehmen auch, sei es mit Homeoffice, Kurzarbeit, Aufrechterhalten der Kundenbindung bei Kontaktverboten. Es musste der Spagat zwischen kurzfristigen Lieferwünschen und der vielfach durch Kurzarbeit bedingten angespannten Personalsituation bewältigt werden. In der Lockdownphase war es stellenweise schwierig, aufgrund der Coronaschutzbestimmungen Baustellen abzuwickeln.

„Es gibt Handelskunden, die gerade jetzt die Zeit für den Aus- oder Umbau nutzen wollen. Sie sehen jetzt die Chance, den „Laden“ umzukrempeln und blicken positiv in die Zukunft.“ *

Wie sehen Sie Ihren Auftragseingang im 2. Quartal 2020 im Vergleich zum gleichen Quartal 2019?

Immerhin 11% der Unternehmen sehen keine Veränderung gegenüber 2019. Rund 30% haben zwischen 10 und 30% weniger Aufträge. Aber 33% müssen sich mit einem Auftragsrückgang von 40 bis 50% abfinden.

Funktionieren Ihre Lieferketten noch?

80% der Befragten haben keine Probleme. 20% der Zulieferunternehmen klagen aber über teilweise Behinderungen. Die Zahlen waren zu Beginn der Krise deutlich schlechter. Hier hatten mehr als die Hälfte der Unternehmen Probleme beim Nachschub gemeldet.

Äußern sich Ihre Kunden zur Investitionswilligkeit?

„Zögerlich, zurückhaltend, vorsichtig“ sind die meistgenannten Adjektive, wenn der Investitionswille der Handelskunden beschrieben werden soll. Das Jahr 2020 scheint bei vielen abgehakt zu sein. Alles konzentriert sich auf 2021. Es gibt aber auch – wenngleich weniger – Stimmen, die „jetzt erst recht“ sagen. Folgerichtig sind das Kunden aus Branchen wie LEH oder Drogerie, die in der Krise gut verdient haben. Aber auch bislang im stationären Handel noch nicht fest verankerte Branchen wagen den Schritt zu einem Laden.

*Stimmen aus der Augustumfrage unter den dLv-Mitgliedsfirmen.

Hybridkonzepte für Apotheken – Sinn oder Wahnsinn?

Moderne Hybridkonzepte in Apotheken werden zwar gerne gepriesen und sind im Hinblick auf unsere „normale“ Apothekenkultur auch recht spektakulär, aber ergibt das einen Sinn? Prof. Rudolf Schricker, Designer und Dozent für Innenarchitektur an der Hochschule Coburg, ist ein Verfechter dieses neuen Konzepts. In Ausgabe 60 des Insiders erläutert er: „Womöglich sollten sich Apotheker im 21. Jahrhundert des Drugstore-Images entledigen und die Theke in ihrer Apotheke nicht länger als Barriere zwischen Händler und Kunden begreifen, vielmehr Inklusions-Design mit helfender und beratender Funktion in den Vordergrund stellen. (...) Einige bieten schon Verweilzonen an, individuelle Beratungsinseln mit entsprechender Diskretion...“

Doch nicht jeder, der in diesem Fach zuhause ist, ist dieser Ansicht. Klaus Bürger, Architekt und Freund eines klassischen Apothekenkonzeptes, schildert seine Perspektive:



Klaus Bürger,
Inhaber von
Klaus Bürger
Architektur

Zugegeben, Apotheken sind mit ihrem Warenangebot ungefähr so sexy wie Fußpilz. Aber das ist genau ihr Kerngeschäft. In der Regel geht man nicht in eine Apotheke, weil es Spaß macht oder man ein wenig stöbern und bummeln möchte, sondern weil man ein Problem hat. Dieses mit eher unerfreulichen Körpererfahrungen behaftete Einkaufserlebnis mit Zusatzfunktionen wie einer Teelounge aufzuhübschen ist, von der Hilflosigkeit dieses Vorstoßes mal abgesehen, laut Apothekenbetriebsordnung nicht erlaubt.

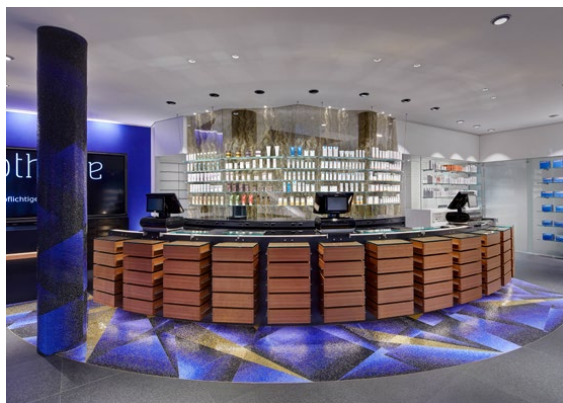
Die Deutsche Apothekenbetriebsordnung erlaubt keine Teelounge

Der Gesetzgeber legt den Fokus der Apotheken auf die Entwicklung, Prüfung, Abgabe und Information rund um alle Mittel, die der Gesundheit von Menschen und Tieren unmittelbar dienen oder diese fördern. Dies soll nicht verwässert werden.

Die Corona-Krise hat gezeigt, wie gut diese dezentral organisierten Einzelbetriebe z.B. Handdesinfektionsmittel in Eigenproduktion herstellen konnten, als es knapp wurde. Apotheken gehören wie Drogerien und Supermärkte zum täglichen Bedarf. Und Hand aufs Herz: Wer hat denn in einem der genannten Geschäfte schon einmal das Bedürfnis verspürt, sich in einer lauschigen Ecke niederzulassen und zu chillen? Täglicher Bedarf, das ist nach der Arbeit noch mal eben reinspringen und Ketchup einkaufen. Nichts ist nervtötender als auf der Suche nach selbigem durch endlose Regalreihen zu irren um dann vor einer Wand mit gefühlt einer Million unterschiedlichster Sorten zu stehen und dann den Laden überfordert und mit leeren Händen zu verlassen. Praktisch muss es sein. Eine Apotheke ist kein Selbstbedienungsladen. Hier vereinen sich praktische Notwendigkeiten und emotionale Inhalte.

Der Ladentisch der Aesculap-Apotheke in Neumünster wirkt durch die Einzelelemente nicht wie eine Barriere. Durch den Schwung wird der Kunde in den Raum geleitet.

Dieses Apothekendesign wurde von den 50er Jahren inspiriert. Die Theke der Germania-Apotheke in Aachen faltet sich im Stil eines Nierentisches in den Raum.



Menschlich ja, chillig nein

Eine lebensbejahende, ermutigende Freundlichkeit voller kraftspendender Ruhe – hiervon sollten nicht nur Apotheken bis in jeden Teilaspekt durchdrungen sein, sondern alle Gesundheitseinrichtungen. Vertrauen schaffen, ein Lächeln und Aufmerksamkeit schenken. Für die einsame Rentnerin ebenso wie für den von Akne geplagten Teenager. Das geht nur im direkten Kontakt von Mensch zu Mensch. Medikamente verkaufen kann das Internet auch. Die inhabergeführte Standortapotheke kann und soll mit ihrer physischen Präsenz die emotionalen Inhalte ihrer Kunden auffangen. Ob der Kundenkontakt nun an einem langen Tresen oder einzelnen Beratungstischen stattfindet, hängt vom Apotheker und dessen Team ab.



Die Barlach-Apotheke in Boll setzt auf eine Mischung zwischen Holz und Glas. Durch die gläserne Rückwand kann der Kunde einen Blick hinter die Kulissen erhaschen.

Die lange Theke ist die Lösung für viele Vorgaben der Apothekenbetriebsordnung

Zum Beispiel darf laut Verordnung die Sichtwahl für den Kunden nicht zugänglich sein. Daher wird es schwierig, wenn man diverse Beratungsplätze ähnlich einer Parfümerie überall im Raum verteilt. Touchscreens mit einer virtuellen Sichtwahl schaffen in diesen Fällen zwar Abhilfe, lassen den Kunden aber alleine.

Noch problematischer wird es, wenn Medikamente aus dem Generalalphabet an einen freien Platz im Raum gelangen sollen. Auch hier fordert die Apothekenbetriebsordnung Diskretionsabstände, wozu auch ein entsprechendes Warteschlangenmanagement gehört. Gerade für ältere Menschen sind Ordnung, Übersichtlichkeit und ein klar definierter Anlaufpunkt wichtig. Der Apotheker ist mehr als ein Verkäufer. Seine Kompetenz als hochspezialisierter Pharmazeut ist in einer respekt- und vertrauensvollen Umgebung am besten aufgehoben – dorthin traut man sich auch mit Fußspitz.

Kährs®

DESIGN UND PERFORMANCE
VEREINT IN EINEM BODENBELAG

**LUXURY TILES
DRY BACK**

Individuelle Lösungen mit
Fischgrat für Ihr Ladenbauprojekt.

www.kahrsflooring.com

Dekor: Korni



JUNIC

Das digitalisierte Regal – intelligente Technik am PoS

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



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

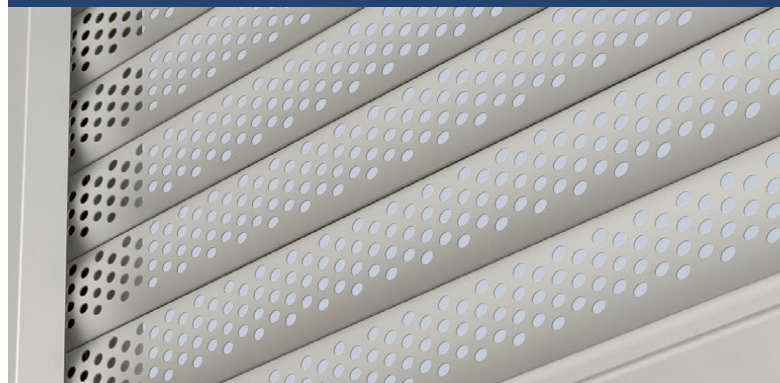


ELEKTRA
www.elektra.de

Elegant und sicher: ShopRoller SR



- besonders kompakter Ladenabschluss
 ShopRoller SR mit integriertem Rohrmotor



- elegante und unempfindliche Oberfläche
 aus eloxiertem Aluminium

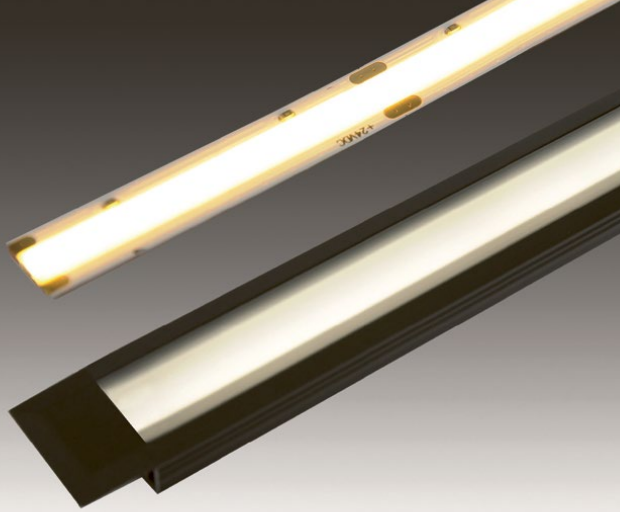


- als gesicherter Tag- und Nachtabschluss in den
 geprüften Widerstandsklassen RC 2 oder RC 3

RC2

RC3

HÖRMANN
 Tore • Türen • Zargen • Antriebe



BASIC TAPE COB

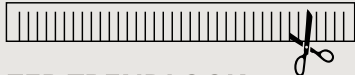
Puristische Eleganz

DIE HIGHLIGHTS AUF EINEN BLICK:

BASIC TAPE COB

- › keine sichtbaren Lichtpunkte; auch nicht im ausgeschalteten Zustand
- › Tape COB kann komplett ohne Abdeckung und Profil betrieben werden
- › Lichtfarben 2700K, 3000K, 4000K
- › Ausstrahlwinkel 135°
- › trendiges, schwarzes Design
- › Lange Lebensdauer von durchschnittlich 50.000 Stunden
- › auf 5m-Rolle lieferbar
- › kann individuell alle 50mm gekürzt werden

INDIVIDUALISIERBAR MIT DEM
HERA ONLINE-KONFIGURATOR



SCHWARZER TRENDLOOK:

- › Einfräsprofil in schwarzem Design erhältlich
- › passend dazu gibt es das Abdeckprofil in transluzentem schwarz



Mehr entdecken in unserem
neuen Online Shop
www.hera-online.de

Hera[®]

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



PROJECT FLOORS

Zum Verweilen einladen.
Mit Designboden im Ladenbau.

www.project-floors.com

Your Project. Our Floors.

Herr
Erhardt
entdeckt...



Von kleinen **Produkten** und großen **Effekten**

Oft sind es die unauffälligen Dinge, die im Ladenbau den besten Dienst tun. Nimmt ein Kunde einen Gegenstand aus dem Regal und die dahinter stehenden rücken sanft nach, ist die Welt in Ordnung. Entscheidet sich der Kunde um und möchte das Produkt wieder ins Regal zurückstellen, wird es oft knifflig. Lassen sich die nachgerückten Produkte wieder zurückschieben? Wie angenehm, wenn das geht. Wie oft stand ich schon vor einem Regal und habe versucht, ein Produkt wieder zurückzustecken – ohne Erfolg. Regale ohne ein solches System wiederum sehen oft unaufgeräumt aus. Tatsächlich hat die Firma POS Tuning dafür eine Lösung. Neben diversen Vorschubsystemen hat das Unternehmen auf der EuroShop nun ein Gleitsystem vorgestellt. Die Gleitflächen werden auf die Regalböden gelegt und die Produkte darauf platziert. Durch die Neigung des Regalbodens rutschen die Produkte nach vorne. Wie so oft sind es die vermeintlich einfachen Dinge, die große Wirkung haben.

Apropos große Wirkung: Gerne werden Wände beleuchtet – ob um auf einen Schriftzug hinzuweisen, ein Logo hervorzuheben oder ein besonderes Dekor zur Geltung zu bringen. Dafür benötigt man einen ordentlichen Strahler an der Decke, denn um eine Wand vollflächig zu beleuchten taugen kleine Spots (wie der Name schon sagt) nicht besonders. Oder? Der erfahrene Leser bemerkt an dieser Stelle natürlich sofort die falsche Fährte. Ich habe eine Miniaturleuchte entdeckt, die sich ohne große Blende in die Decke versenken lässt und trotzdem vollflächig strahlt. Sie hört auf den Namen Intara SX und ist von der Firma Bairo.

Nach so viel Unauffälligem kommen wir noch zur großen Wirkung durch große Buchstaben. Wer sein Logo in 3D im Raum prangen sehen will, kann heute auf 3D-Druck zurückgreifen. Zugegeben, die Technik ist nicht mehr neu. Prototypen für alles Mögliche werden bereits in 3D-Druck gefertigt. Bei Logos und Schriftzügen allerdings kommt es auf Farbgenauigkeit an. Umeleon bietet als einzige Firma 3D-Druck in

RAL- und Pantonefarben an. So steht dem ganz großen Auftritt in den CI-Farben nichts mehr im Wege.

Ihr Daniel Erhardt

Der Keil, der dem Kunden Produkte näher bringt



Das Gleitsystem von POS-Tuning lässt auch schwere Waren nach vorne rutschen – und sogar folienverpackte Produkte.

Das POS-T VARUS Gleitsystem ist ein System, um Produkte, auch bei einer minimalen Neigung der Regalböden, sanft nach vorne gleiten zu lassen. Besonders geeignet ist dieses System für Produkte mit festem Stand wie Getränke, Gläser und Konserven. Auch der Einsatz in der Pluskühlung ist problemlos möglich – der Regalpflegeaufwand für Schnelldreher wie Joghurtbecher und Milchkartons wird so reduziert.

Das Besondere am Produkt ist die Oberflächenbeschaffenheit. Die Oberfläche ist so beschichtet, dass alle Verpackungen nach vorne rutschen, sogar folienverpackte Sixpacks.

Die Schwerkraftlösung lässt sich nicht nur auf allen Handelsregalen verwenden, auch die Installation auf sehr tiefen Schwerlastregalen ist problemlos möglich.

Das Varus-Gleitsystem lässt sich auf allen marktüblichen Regalsystemen verwenden. Auch bei geraden Regalböden können die Neigungswinkel mit Hilfe der optionalen Gefälle-Lösung auf sechs und neun Grad mit wenig Aufwand nachgerüstet werden.

Kleine Leuchte – große Wirkung

In der Regel werden für vollflächige Wandbeleuchtung große Strahler verwendet. Wer eine Leuchte bevorzugt, die sich unauffällig in die Decke integrieren lässt, wird bei den Einbauleuchten Intara SX von Bärö fündig.

Kernstück der Intara SX Einbauleuchten sind ihre innovativen, patentierten Reflektoroptiken, entwickelt vom Bartenbach Lichtlabor. Sie bieten exakte Lichtlenkung, höchste Blendfreiheit sowie maximale Effektivität und Effizienz bei extrem komprimierten Abmessungen. Mit diesen Optiken realisiert BÄRO für die SX Serie Downlights und Richtstrahler sowie als lichttechnisches Highlight eine Wandfluter-Variante. Ihre Besonderheit: Der Lichtansatz beginnt auch bei deckenbündigem Einbau unter der Decke und es wird eine hervorragende Gleichmäßigkeit erzielt. Solch homogenes Vertikallicht dient dazu, Räume zu definieren und sie bei ausgezeichnetem Sehkomfort hell und weit wirken zu lassen.

Ein weiterer Vorteil der Intara SX Wandfluter ist, dass sie mit einem direkten Lichtanteil auch horizontale Raumflächen aufhellen. Einbauring und Leuchteneinsatz sind zudem mit einer schmalen Schattenfuge verbunden. Dank dieser durchdachten Konstruktion lassen sich die Wandfluter im eingebauten Zustand um einige Grad justieren. So können Anwender die Gleichmäßigkeit auch in Raumecken oder auf geschwungenen Wänden optimieren. Die in einem Kugelsegment gelagerten SX Richtstrahler lassen sich leichtgängig und präzise mit einem Schwenkbereich von 20 Grad ausrichten sowie um 355 Grad drehen.

Intara SX gibt es mit verschiedenen LED-Lichtfarben von 2.700 Kelvin bis 4.000 Kelvin, immer mit sehr guter Farbwiedergabe (CRI >90). Darüber hinaus kommen mit der Lichtfarbe „BeNature“ Vollspektrum-LEDs zum Einsatz. Die Leuchten können einzeln oder in Gruppen drahtlos gesteuert und in Bluetooth Mesh-Netzwerke integriert werden.



Der rot eloxierte Kühlkörper aus massivem Aluminium wurde mittels aufwendiger Simulationen gestaltet. Die Form sorgt für eine lange Lebensdauer der LED-Module bei dauerhaft hoher Performance.



3D-Druck in RAL- und Pantonefarben eignet sich perfekt für die Darstellung von Logos und Schriftzügen.

3D-Druck in RAL- und Pantonefarben für Schriftzüge

Die Umeleon GmbH ist auf die Kunststoffproduktion für 3D-Drucker spezialisiert. Hierfür hat das Unternehmen eine Maschine entwickelt, mit der das weltweit größte RAL- und Pantone-Farbangebot für PLA und in Zukunft auch PETG angeboten werden kann. Das Besondere ist, dass das Material auf Knopfdruck produziert wird. Somit ist die Produktion von passgerechten Objekten im Ladenbau möglich.

Besonders interessant ist dieses Verfahren für die Produktion von Schriftzügen. Gerade bei Logos kommt es schließlich auf die sehr genaue Abstimmung des Farbtons an. Schriftzüge lassen sich natürlich auch fräsen, beispielsweise aus Acryl. Bei dieser Technik ist aber bei Weitem keine so filigrane Arbeit möglich wie beim 3D-Druck.

Die Oberfläche der 3D-gedruckten Teile ist immer matt. Durch Nacharbeitung können diese aber auch glänzend gemacht werden.

Die Schriftzüge können durch das verwendete Material ohne Probleme beleuchtet werden. Alle herkömmlichen Profiltypen, wie unbeleuchtet, rückleuchtend, frontleuchtend oder front- und seitenleuchtend, können gefertigt werden.

Am wirtschaftlichsten sind aktuell Objekte bis zu 250 x 210 x 210 Millimeter, mit einer neueren Druckergeneration könnten bald Objekte bis zu 400 x 400 x 400 Millimeter möglich sein.

Beim Gesundheitsschutz sehen Konsumenten die stationären Händler in der Pflicht

Markt guru.de hat 3.000 Nutzer seiner Plattform zum Konsumverhalten während der Corona-Krise befragt. Wie das E-Commerce-Magazin berichtet, sieht eine Mehrheit der befragten Verbraucher, nämlich rund 59 Prozent, die Einzelhändler in der Pflicht, Schutzmittel wie Masken und Handschuhe für den Einkauf bereit zu stellen. Gut 67 Prozent würden dies als kostenloses Angebot erwarten.

Im letzten dLv-Insider haben wir bereits eine umfassende Datenbank von Produkten vorgestellt, die stationären Läden

durch die Krise helfen. Von Hygienetrennwänden über Abstandsmatten bis hin zu Gesichtsvisieren gibt es eine große Auswahl an Must-haves des Ladenbaus in der Krise. Die dLv-Mitglieder haben inzwischen noch mehr Helferlein aus dem Boden gestampft, die wir hier erfasst haben.

Eine Gesamtübersicht der wichtigen Produkte für den Hygieneschutz gibt es auf der dLv-Webseite www.ladenbauverband.de.

Hygienetrennwände

Viele der Systeme werden bereits in der Praxis eingesetzt, wie etwa das Hygienetrennwandsystem von Harres Metall-design im Flughafen Paderborn-Lippstadt. Die speziell für die Pandemie entwickelte Lösung Easyflex TENS wird mittels einer Spezialhalterung einfach auf handelsübliche Gurtabsperpfosten (Tensatoren) aufgesetzt.



Ein Hygienetrennwandsystem von Harres Metall-design wird bereits an einem Flughafen eingesetzt.

Innovation

Wissenswertes

Hersteller

Kontakt

Tresenaufsteller

Hygieneschutzwände in verschiedenen Ausführungen zum Aufstellen auf die Theke, Aufnahme für Zahlungsterminal als Zubehör.

Anker Kassensysteme GmbH

www.aks-anker.de

Tresenaufsteller

Hygieneschutzwände zum Aufstellen aus Acrylglas.

Arclite Lichtvertrieb GmbH

www.arclite.de

Tresenaufsteller

Hygieneschutzwand zum Aufstellen.

Häfele GmbH & Co. KG

www.haefele.de

Tresenaufsteller

Hygieneschutzwände zum Aufstellen aus Acrylglas mit Holzrahmen, Variante zum Aufstellen auf dem Boden erhältlich.

mann Objecta GmbH & Co. KG

www.mann-objecta.de

Abstandsmatten / Aufkleber

Innovation

Wissenswertes

Hersteller

Kontakt

Bodenmatten und Langzeitlösungen

Bodenmatten mit Aufschrift; verlegbare Böden mit dauerhaften Markierungen aus Vinyl, Linoleum oder Flotex.

Forbo Flooring GmbH

www.forbo-flooring.de

Abstandsanzeiger

Verschiedene Modelle von Abstandsanzeigen mit Ultraschallsensoren und Ampel-Anzeige über LED.

Display & Design Detlef Schulz GmbH

www.display-oppin.de

Desinfektionsmittel / Hygienespender

Innovation

Wissenswertes

Hersteller

Kontakt

Desinfektionsspender

Zum Aufstellen und zur Wandmontage in verschiedenen Ausführungen.

Bertz GmbH & Co. KG

www.clean-4-health.com

Desinfektionsspender

Zur Wandmontage oder als Aufsteller in verschiedenen Optiken.

concept-s Ladenbau und Objektdesign GmbH

www.concept-s-design.com

Desinfektionsspender

Zum Aufstellen.

Häfele GmbH & Co. KG

www.haefele.de

Hygienestation

Hygienestation inkl. Spender, Hinweisschild sowie Müll-eimer. Firmeneigene Logos, Prospekthalter und weiteres Kommunikationsmaterial können ergänzt werden.

mann Objecta GmbH & Co. KG

www.mann-objecta.de

Gesichtsvisiere

Innovation

Wissenswertes

Hersteller

Kontakt

Gesichtsvisier

Gesichtsschutzvisier.

Bohnacker Laden-einrichtungen GmbH

www.shopdirect-online.de

Gesichtsvisier

Leichtes, ergonomisches Schutzvisier; kann auch mit handelsüblicher Overhead-Folie verwendet werden.

Harres Metall-design GmbH

www.harres-kind.de

Gesichtsvisier

Extraleichtes Gesichtsschild.

Prolicht GmbH

www.protectyou.at

Kundenzähler

Innovation

Wissenswertes

Hersteller

Kontakt

Kundenzähler

Digitale Einlasskontrolle mit Bewegungssensoren.

Anker Kassensysteme GmbH

www.aks-anker.de

Kundenzähler

Eingangsaufsteller mit Bewegungssensoren.

Isaria Corporate Design AG

www.isaria.com

Kundenzähler

Eingangsaufsteller mit Ampelsystem.

J. D. Geck GmbH

www.geck.de

Desinfektion von Warenoberflächen an Kühlmöbeln mit Licht

An das Maskentragen im Supermarkt haben sich die Kunden, wenn auch manchmal widerstrebend, gewöhnt. Sicher wissen mittlerweile deutlich mehr Bürger als vor der Pandemie, was Aerosole sind und warum es wichtig ist, auf Hygieneschutz und regelmäßige Lüftung zu achten. Doch wie verhält sich der Übertragungsweg über Waren? Besteht über die von anderen Kunden oder über den Lieferprozess berührte Ware ein Risiko der Ansteckung?

Kontaminierte Oberflächen sind eine Gefahr

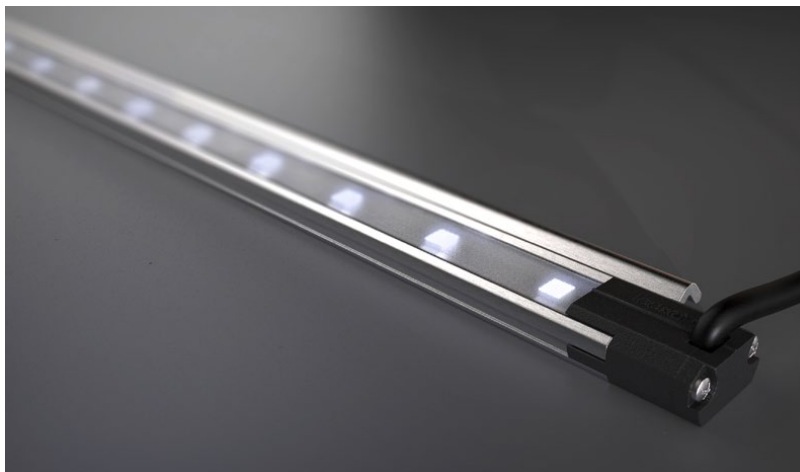
Die angesehene medizinische Fachzeitschrift New England Journal of Medicine veröffentlichte kürzlich eine Studie, die die Oberflächenstabilität von SARS-CoV-2-Viren auf unterschiedlichen Oberflächenmaterialien untersuchte. Sie kam zum Ergebnis, dass die Viren auf Pappe im Durchschnitt 3,5 und auf Plastik beinahe 7 Stunden überleben können.¹ Auch das Robert-Koch-Institut bestätigt nochmals aktuell, dass eine Übertragung durch kontaminierte Oberflächen insbesondere in der unmittelbaren Umgebung der infektiösen Person nicht auszuschließen ist.² Der Hauptübertragungsweg ist laut RKI die respiratorische Aufnahme der Viren. Aber das Risiko, im Supermarkt kontaminierte Waren anzufassen und sich dadurch zu infizieren, ist real.

Einsatz im geschlossenen Kühlmöbel

Ledxon hat sich mit dem Problem befasst und eine neue intelligente LED-Leiste entwickelt, die an den Fachbodenfronten von geschlossenen Kühlmöbeln montiert wird. Die ledxon PTL-UV-C kombiniert spezielle UV-C-LEDs mit modernster Sensorik. Das Licht im UV-C-Wellenlängenbereich hat die Eigenschaft einer besonders wirksamen, desinfizierenden Wirkung. Die kompakte Bauform von LED und Leiste ermöglicht den Einsatz im geschlossenen Kühlmöbel, ohne das Lichtkonzept im Regal zu beeinflussen. Durch die besonders schmale Spektral-

verteilung ist das Leuchten der Leiste unsichtbar und beeinflusst die im Verkaufsraum so wichtige Ausleuchtung und Warenpräsentation nicht.

Das System ist auf die typischen, vorherrschenden Regalgeometrien sowie die jeweiligen Warenentnahme- wie Auffüllzyklen und Öffnungszeiten hin optimiert. Die bestrahlten Verpackungsoberflächen werden dabei schonend gereinigt und nicht beschädigt. Der Desinfektionsprozess beginnt mit einer Gesamtreinigung des geschlossenen Kühlmöbels noch vor den Geschäftszeiten. Auch während des Betriebs sorgt die Leiste durch ihren sensorgestützten, segmentierten Desinfektionsvorgang jeweils nach der Entnahme durch den Kunden für die Reinigung des folgenden Produktes. Bei einer mehrfachen Entnahme des Kunden werden mehrere Segmente aktiviert.



Wichtig: die Sicherheit ist gewährleistet

Die PTL-UV-C bietet ein hohes Maß an erforderlicher Sicherheit, da UV-C-Strahlung in diesem Wellenbereich auch für den Menschen ein gewisses Gefahrenpotenzial birgt. Der Einsatz solcher Systeme muss stets für die individuelle Anwendung konzipiert sein. Die Leiste ist aus diesem Grund nicht nur in einem sicheren Einbauwinkel montiert, sondern realisiert durch die „Plus“-Funktion das Erkennen des Eingriffs in das Regal und schaltet bei aktiver Desinfektion den Vorgang ab. Des Weiteren bietet die Glastür des Kühlmöbels einen zusätzlichen Schutz, da UV-C-Strahlung durch Oberflächen absorbiert wird und somit nicht nach außen dringen kann.

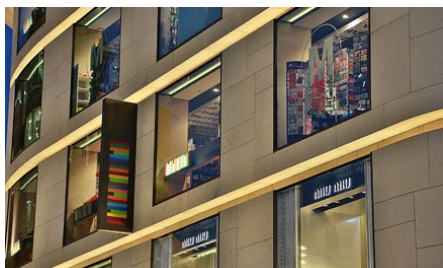
www.ledxon.de

Die neue PTL-UV-C bietet ein hohes Maß an erforderlicher Sicherheit.

¹<https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMc2004973>

²SARS-CoV-2 Steckbrief zur Coronavirus-Krankheit-2019 (COVID-19); Stand: 21.8.2020

Green Light Technology von Hansen



Beim neuen, dimmbaren Fassadenprofil sind bis zu 150 Meter Lichtlinie von einem Strom-Einspeisepunkt möglich.

Es gibt zwei elektrische Schaltungen, mit denen LEDs betrieben werden: Reihenschaltung und Parallelschaltung. Je größer die Anlage wird, desto mehr hat es Sinn, die Reihenschaltung zu wählen. Der entscheidende Vorteil ist die bessere Energiebilanz. Bei der Parallelschaltung wird rund ein Viertel der eingesetzten elektrischen Energie in Verlustwärme umgesetzt. Das heißt die Umwelt auf, kostet Geld und erzeugt schädliches CO₂. Reihenschaltung hat dieses Problem nicht. Die gesamte elektrische Energie wird den LEDs zur Lichterzeugung zugeführt. Die Firma Hansen bietet unter dem Namen Green Light Technology hocheffiziente Lichttechnologie an.

Neu ist eine dimmbare Variante des Hansen-Fassadenprofils, das bereits lieferbar ist. Das zentrale Element für die Dimmbarkeit ist der neu entwickelte integrierte Konverter. Die Helligkeit kann von 0 bis 100 Prozent gedimmt werden, die Dimmung der integrierten Konverter erfolgt über eine Steuerspannung von 0 bis 10 Volt.

Als Dimmgeräte können manuelle Dimmer, Funksteuerungen oder lichtabhängige Steuerungen eingesetzt werden. Wie auch beim bewährten Hansen-Fassadenprofil wird diese dimmbare Variante montagefertig geliefert, denn die gesamte Technik mit LEDs, Konvertern und Leitungen ist im Profil-Unterteil untergebracht. Kein externes Netzteil muss montiert werden.

Die LEDs in dem Fassadenprofil werden in Reihenschaltung betrieben, somit handelt es sich um ein Produkt aus der Green Light Technology, das bedeutet ca. 25 Prozent

Energieeinsparung gegenüber 12-Volt-Parallelschaltung der LEDs, bis zu 25 Prozent weniger CO₂-Emissionen (abhängig von der Stromerzeugung) und längere Lebensdauer durch geringere Wärmebelastung.

Hansen bietet für Produkte aus der Green Light Technology kostenlos ein entsprechendes Zertifikat an.

Innovative Verbinder von Häfele



Beim Keilverbinder wird die im Regalboden montierte Leiste auf die Keilhülse geschoben.

Häfele bietet eine Reihe von innovativen Korpusverbindern an. Das Besondere daran: Die Verbinder sind nicht zu sehen. Für Keilverbinder beispielsweise wird in Regalböden seitlich eine Vertiefung gefräst, in die die Schiene platziert werden kann. Der zweite Teil der Verbindung, die Keilhülse, wird am Korpus befestigt. So kann der Regalboden einfach eingeschoben werden, die Schiene schiebt sich auf die Hülse – von beidem ist am fertigen Möbelstück nichts zu sehen.

Spreiz-, Krallen- und Rückwandverbinder sind ebenfalls unsichtbar. Spreizverbinder sind besonders montagefreundlich. Sie benötigen eine 8mm-Bohrung in die beiden zu verbindenden Teile, in die schließlich der Spreizverbinder eingesteckt wird. Durch das Zusammendrücken der beiden Teile schiebt sich der Bolzen zusammen und hält – unsichtbar.

Resopal baut Antifingerprint-Kollektion weiter aus



Die Oberfläche Traceless Faced Board (TB) ermöglicht die Kombination aus Antifingerprint und direktbeschichteter Platte.

Der Schichtstoffhersteller Resopal erweitert seine Antifingerprint-Kollektion Resopal Traceless um eine neue Oberfläche: Mit Traceless Faced Board (TB) bietet Resopal jetzt eine Antifingerprint-Lösung für direktbeschichtete Platten. Insgesamt stehen sechs Dekore in zwei Ausführungen zur Verfügung. Als Premium-Lösung, z. B. für offene Möbel, erhalten Kunden die Oberfläche Traceless Faced Board dekorgleich auf Vorder- und Rückseite der Platte. Darüber hinaus ist das Produkt auch mit einem nicht dekorativen Gegenzug erhältlich für Anwendungsbereiche, in denen die Rückseite der Platte nicht sichtbar ist.

Resopal setzt für die neue Oberfläche auf einen besonders innovativen Trägerwerkstoff mit einer beidseitigen MDF-Beschichtung. Dieser zeichnet sich im Vergleich zu herkömmlichen Spanplatten unter anderem durch eine höhere Stoß- und Schraubenzugfestigkeit sowie eine erhöhte Tragfestigkeit aus.

„Wir freuen uns, dass wir unseren Kunden jetzt auch eine Antifingerprint-Lösung für direktbeschichtete Platten anbieten können. Oberflächen mit Antifingerprint-Eigenschaften werden für hochwertige Raumlösungen immer wichtiger“, erklärt Vanessa Hörmann von Hörbach, Brandmanagerin bei Resopal.

Insgesamt sind in der Antifingerprint-Kollektion von Resopal vier Oberflächen und 40 Dekore verfügbar.



...weil richtiges Licht entscheidend ist!

Das Motto von Brinkdöpke GmbH: Es werde hell. Oder farbig.
Oder genauso, wie Sie sich Ihre Lichtlösung vorstellen.

Neben Standardlösungen für die Möbelindustrie, Handel und den Ladenbau bieten wir Ihnen das komplette Dienstleistungsprogramm rund um die LED-Beleuchtung.

Brinkdöpke GmbH
Waldbadstr. 17c
33803 Steinhagen
+49 5204 99587 -0

Brinkdöpke
LED it B

www.brinkdoepke.eu

ANZEIGE

PFLEIDERER PRIMEBOARD HOCHWERTIGE LACKOBER- FLÄCHEN 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

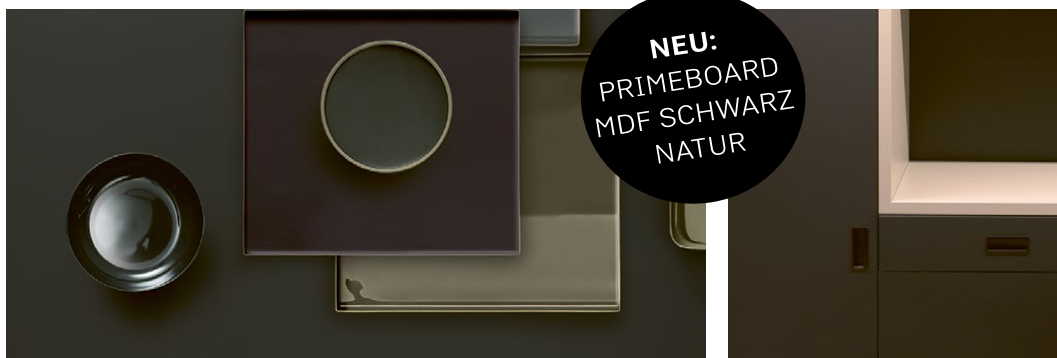
Industriestandard bieten eine einzigartige Vielfalt von über 180 Dekoren und sind im Farbverbund mit dem Pfeleiderer Produktsortiment nahezu grenzenlos kombinierbar. Mit ihrer neuen und



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



PFLEIDERER

Termine

Was	Wann	Wo	Info
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
d+V Seminar Baulicher Brandschutz für Planer und Architekten, Ausführende und GU	03.11.2020	Köln	d+V Seminar mit Christian Paschen
d+V Workshop Ladenplanung und Sortimentsdramaturgie – Die Faszination der Fläche	24./25.11.2020	Würzburg	d+V Workshop mit Daniel Schnödt <i>Achtung, Termin geändert!</i>
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
in-store asia	25. – 27.03.2021	Mumbai/ Indien	Fachmesse mit Kongress für den Handel Bombay Exhibition Center in der brand- neuen Halle 4 (ohne Säulen)
h+h cologne	26. – 28.03.2021	Köln	DIY-Messe
d+V Ladenbautagung	22./23.04.2021	Linz/ Österreich	Der Branchentreff der Ladenbauer und Partner, veranstaltet vom dLv
interzum	04. – 07.05.2021	Köln	Internationale Messe für Zulieferer der Möbelindustrie
ZOW	08. – 10.02.2022	Bad Salzuflen	Zulieferermesse für Möbelindustrie und Innenausbau

TERMINE

22. und 23. April 2021 dLv-Ladenbautagung Linz



Aufgeschoben ist nicht aufgehoben. Die für 2020 angekündigte dLv-Ladenbautagung, die aufgrund der Corona-Krise abgesagt werden musste, wird im April 2021 stattfinden. Am Programm ändert sich nichts.

Der dLv organisiert die Tagung 2021 gemeinsam mit seinem Mitgliedsunternehmen CAD+T Consulting GmbH mit Sitz in Ansfelden bei Linz.

Die Referenten erklären, warum der österreichische Lebensmitteleinzelhändler MPPreis gern die „sexiest supermarkets“ weltweit baut, die totale Digitalisierung des Stores nun doch nicht zu erwarten ist und wie die Megatrends im Handel mit Auswirkungen auf den Ladenbau aussehen. Und sie werfen einen spannenden Blick hinter die Kulissen der fehlerhaftesten und gleichzeitig innovativsten Struktur überhaupt auf der Welt: das Gehirn.

Seien Sie gespannt auf die Referenten Günther Botschen, Stephan Jung, Vinzenz Kastner und Henning Beck und lassen Sie sich am Abend beim Get-together auf dem Linzer Hausberg, dem Pöstlingsberg, verwöhnen. Am zweiten Tagungstag gehen wir mit Ihnen unter sachkundiger Führung von Heidemarie Kriz in die PlusCity, Oberösterreichs größtes Shopping Center.

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. Gerade in Gebäuden mit hohem Publikumsverkehr, wie zum Beispiel Flughäfen, unterliegt der Brandschutz zudem verschärften Regelungen. 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 Dipl. Ing. Christian Paschen wird gezielt auf Teilnehmerfragen eingehen.

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



Aufgrund der aktuellen Krisensituation muss dieses Seminar leider bis auf Weiteres entfallen. Da das haptische Erlebnis der Materialien unter den gegebenen Umständen nicht möglich ist, kann das Seminar nicht durchgeführt werden. Sobald sich die Lage diesbezüglich ändert, freuen wir uns, wieder ein Seminar dieser Art anzubieten.

Achtung,
Termin
geändert

24. und 25. November 2020 dLv-Workshop Ladenplanung und Sortiments- dramaturgie – Die Faszination der Fläche



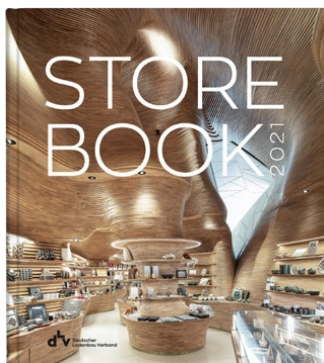
Aufgrund der Corona-Krise hat der dLv den Workshop Ladenplanung und Sortimentsdramaturgie von Juni auf November verschoben. Da der gemeinsame Store-Check und die darauf basierende Gruppenarbeit ein essentieller Bestandteil des Workshops ist, wird er nicht als Webinar durchgeführt, sondern als Präsenz-Workshop mit entsprechendem Hygienekonzept stattfinden.

Was kann oder muss der stationäre Einzelhandel tun, um neben dem rund um die Uhr und sieben Tage die Woche geöffneten Onlinehandel zu bestehen? 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.

Der Referent Daniel Schnödt ist Trendexperte Retail, Autor, Veranstalter des Trendforum Retail. Seit 20 Jahren berät und begleitet er Industrie und Handel in den Fragen der strategischen Positionierung bis hin zu operativen Geschäftsfeldern. Er gilt darüber hinaus als kreativer Gestalter, der den Handel, das Produkt und den Ladenbau zusammenbringt. Er ist Autor des Fachbuches „Inszenieren – Verführen – Mehr verkaufen: Die Dramaturgie in der Laden- und Sortimentsplanung“.

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

Der dLv sucht die besten Läden des Jahres für das STORE BOOK 2021



Das STORE BOOK zeigt jährlich branchenübergreifend rund 45 Top-Stores weltweit mit Schwerpunkt auf dem deutschsprachigen Raum. Es bietet somit eine aktuelle Inspirationsquelle für alle Akteure und Kreative des Ladenbaus sowie des Retail- und Shopfitting-Business.

Das Buch hat sich als Jahrbuch und Bildband neuer Läden etabliert. Es präsentiert die aktuellen Trends rund um Ladenbau, Shop-Beleuchtung, Visual Merchandising, Böden sowie Materialien/Oberflächen/Farben und bietet zusätzlich einen umfassenden Adressteil aller wichtigen Shopfitting-Partner.

Abgedeckt wird das gesamte Spektrum der Laden-Investitionen mit allen begleitenden Gewerken und Disziplinen. Damit ist es eine Pflichtlektüre für Architekten, Shopdesigner, Laden- und Lichtplaner, (Visual) Merchandiser sowie für Handelsprofis, die sich mit Ladenbaufragen beschäftigen.

Wir sind überzeugt, dass es auch in Zeiten der Corona-Krise herausragende Läden gibt. Der dLv sucht für das STORE BOOK 2021 wieder die besonderen Ladenbauprojekte des letzten Jahres. Seien Sie jetzt mit Ihrem Projekt dabei!

Wer kann einreichen?

Einreichen kann jeder Projektbeteiligte, ob Bauherr, Konzeptersteller, Designer, Ladenbauer, Zulieferer, Visual Merchandiser oder Fotograf.

Wann muss das Projekt umgesetzt worden sein?

Das Projekt muss nach dem 1. September 2019 eröffnet worden sein.

Was kostet das Ganze?

Die Einreichung und auch die Aufnahme in das Buch, falls das Projekt aufgenommen wird, sind mit keinerlei Kosten verbunden.

Wie kann man einreichen?

Ganz einfach auf der Projekteinreichungsseite: <http://store-book.ladenbauverband.de>

Neue Mitglieder im dLv



Hauser GmbH

Schwerpunkte: Kühl- und Tiefkühlmöbel, Kältetechnik, Kühlräume, Kühlhäuser
Mitarbeiter: 120 in Deutschland, weltweit 1.100
Firmensitz: Bochum

Die Hauser GmbH ist ein Kältetechnik-Kompletthanbieter für Lebensmittelhandel und Industrie. Das Produktportfolio umfasst Kühl- und Tiefkühlmöbel, Kältetechnik und Regelungen, Kühlräume und Kühlhäuser sowie ein breitgefächertes Dienstleistungsangebot mit 24-Stunden-Service und Online-Temperaturüberwachung.



Mille 997

Schwerpunkte: individuelle Designertische aus ungewöhnlichen Materialien, Tapeten, dekoratives Glas
Mitarbeiter: 10
Firmensitz: Maranello

Das junge Unternehmen aus dem berühmten Maranello in der italienischen Region Emilia hat sich ganz dem Design verschrieben. Auf der Suche nach innovativen Materialien und Techniken entstehen außergewöhnliche Möbel, Tapeten und dekoratives Glas. Die exklusiven Produkte, entweder aus der Designcollection oder individuell gefertigt, veredeln jeden Innenraum.



NordCap GmbH

Schwerpunkte: Kühl-, Koch- und Spültechnik für Gastronomie, Hotel, LEH, Gemeinschaftsverpflegung
Mitarbeiter: 120
Firmensitz: Bremen (Zentrale)

Als Spezialist für gewerbliche Kühl-, Koch- und Spültechnik bietet NordCap ein Sortiment aus über 6.500 Katalogprodukten. Dank über 8.000 Quadratmetern Lagerfläche garantiert das Unternehmen eine hohe Lieferfähigkeit. Neben dem Katalogprogramm zählen auch individuelle Sonderbauten zur Angebotsbreite. Diese maßgeschneiderten Kundenlösungen werden in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern entwickelt und umgesetzt.



Roterring GmbH

Schwerpunkte: Individueller und hochwertiger Ladenbau und Shop-in-Shop-Systeme in den Bereichen Fashion, Accessoires, Sportartikel, Schuhe
Mitarbeiter: 47
Firmensitz: Ahaus-Alstätte

Die Roterring GmbH fertigt und realisiert Ladenbau- und Möbelemente im hochwertigen Segment. Die Projektentwicklung und Produktion erfolgt dabei in enger Zusammenarbeit mit den jeweiligen Ladenbaupartnern. Neben einem flexiblen Maschinenpark verfügt das Unternehmen über eine moderne Lackieranlage unter Raumbedingungen und ist Hesse-Surface-Expert. Kenntnisse zur Verarbeitung unterschiedlicher Materialien (Holz, Kunststoff, Glas etc.) sind seit Jahrzehnten Bestandteil der Unternehmenskultur. Der Betrieb ist FSC-zertifiziert (FSC® C157183).

Aus Inovag und Ligneus wird Linovag



Die beiden Ladenbauspezialisten Inovag Ladenbau GmbH & Co. KG in Bad Hersfeld und Ligneus GmbH in Ottendorf-Okrilla bei Dresden bündeln ihre Kräfte und sind zum 1. Juni 2020 zu einem neuen Unternehmen fusioniert: der Linovag Ladenbau GmbH.

Der Zusammenschluss erhöht die Fertigungstiefe und eröffnet das Potential, noch schneller und flexibler auf vielfältige Kundenanforderungen im Alltag zu reagieren. Die Linovag Ladenbau GmbH ist Generalunternehmer mit eigener Fertigung in Holz und Metall für LEH, Discount, Drogerie und Baumarkt. Mit 300 Mitarbeitern ist das Unternehmen von den Standorten Bad Hersfeld, Dresden, Hannover und Karlsruhe aus tätig.



Die neue Halle von Linovag am Standort Dresden hat eine Fläche von 4.000 Quadratmetern.

Für die Endmontage der Ladenbauprojekte und die komplexe Logistik für die Zusammenführung unterschiedlichster Komponenten wurde jetzt am Standort Dresden in Ottendorf-Okrilla eine neue Halle mit 4.000 Quadratmetern gebaut. Der Einzug erfolgte am 1. August 2020, da die Baufirmen trotz der Corona-Pandemie früher als geplant fertig wurden.

Der technisch anspruchsvolle Maschinenpark ist vollständig nach Industrie 4.0 organisiert, aus der Konstruktionszeichnung werden automatisiert die Codes für die Maschinensteuerung erzeugt – für Losgröße 1 genauso wie für Losgröße 1.000.

Unternehmensnachfolge bei Kraiss



Berthold Kettenstock, neu in der Geschäftsführung bei Kraiss.

Berthold Kettenstock (42) ist ab 1. Juli 2020 in der Geschäftsführung der Kraiss Firmengruppe tätig. Er wird, zunächst noch im engen Austausch mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Hans Kraiss (65), die operative Leitung für die Kraiss GmbH und die Kraiss systems GmbH übernehmen.

Die Kraiss Firmengruppe besteht aus drei jeweils autark agierenden Unternehmen. Kraiss systems GmbH ist der Spezialist für elektrifizierte, digitalisierte und beleuchtete Einrichtungssysteme.

Berthold Kettenstock kommt von Riegler & Co. KG, Bad Urach, wo er 17 Jahre lang Vertrieb und Projektmanagement als Geschäftsbereichsleiter verantwortete. Nach der Einarbeitung Kettenstocks wird Hans Kraiss sich ausschließlich seiner Beiratstätigkeit widmen.

Neuer Geschäftsführer bei Wieland Elektrik

Die Wieland Electric GmbH hat Bernd P. Uckrow zum Geschäftsführer berufen. Er verantwortet damit von nun an die kaufmännischen Bereiche Finanzen, Controlling, Personal, IT und Einkauf für die Wieland Division.

Mit diesem Schritt kehrt Bernd Uckrow nach 15 Jahren wieder zurück an die Unternehmensspitze von Wieland. Er war bereits von 1995 bis 2005 für das Unternehmen tätig, davon die letzten fünf Jahre als kaufmännischer Geschäftsführer der Wieland Holding GmbH und Wieland Electric GmbH.

Veränderungen in der Geschäftsführung bei Surteco

Wolfgang Moses und Manfred Bracher übernehmen wie geplant die Geschäftsführung der Surteco GmbH und den Vorstand der Surteco Group SE in Personalunion. Somit wurde ein weiterer wichtiger Schritt in der Verschlinkung der Konzernstrukturen vollzogen.

Der Vorstandsvertrag von Andreas Riedl lief am 30. Juni 2020 aus.

Der bisherige Geschäftsführer und Leiter des Bereichs Finanzen und Rechnungswesen der Surteco GmbH, Andreas Pötz, verantwortet künftig als CFO die Bereiche Controlling, Rechnungswesen, Personal, Recht, Steuern, Investor Relations, IT, Treasury und allgemeine Verwaltung der Surteco Group SE und des Surteco Konzerns.

Maximilian Betzler übernahm die Vertriebsverantwortung für den europäischen Markt zusätzlich zu den Regionen Nordamerika und Ozeanien als CSO der Surteco GmbH sowie die Vertriebsverantwortung für die Dakor Melamin Imprägnierungen GmbH und Surteco art GmbH. Andreas Pötz und Maximilian Betzler legen im Zuge ihrer neuen Aufgaben die Tätigkeiten als Geschäftsführer der Surteco GmbH nieder.

Kronospan erweitert die Kronodesign-App



Eine Funktion in der App ermöglicht die Planung von Oberflächen.

Die App von Kronospan wurde um zwei neue Funktionen erweitert. Mit der Funktion „Layout“ können nun Bilder hochgeladen und die darauf abgebildeten Flächen mit Dekoren versehen werden. Außerdem neu ist die Möglichkeit, Händler in der Nähe zu finden.

Bisher konnten Kunden in der App bereits den Dekorkatalog durchstöbern, Dekore, Trägermaterialien und -strukturen speichern und Empfehlungen für Dekorkombinationen sichten. In den Moodboards werden Dekorkombinationen gespeichert und können übersichtlich verglichen werden.

Ideal AKE eröffnet Akademie



Ideal AKE ruft eine Akademie ins Leben.

Die aktuelle Lage weltweit macht es für Anbieter von Food-Service nicht gerade leicht, sich fachkundige Inspirationen zu holen und innovative Ideen auszutauschen. Doch gerade in Krisenzeiten sind neue Lösungen gefragt und fallweise auch vorgeschrieben. Mit der neuen Ideal AKE-Akademie bauen die Frische-Spezialisten aus Österreich den engen Kontakt mit ihren Kunden und Partnern noch weiter aus. Eine beträchtliche Investition ins bestehende Schulungszentrum am Standort Pichl-Kainisch sowie ein modernes Konzept rund um die Themen Menschen, Märkte und Technik schaffen den optimalen Rahmen, um sich gemeinsam den Herausforderungen der Zukunft zu stellen. Die Eröffnung der neuen Akademie konnte man live per Stream verfolgen. Im Mittelpunkt stand dabei natürlich der neue Schauraum, der nun auch komplett virtuell begehbar ist und für Partner alle Infos zum Produkt online bereitstellt. Von der perfekten Speisepräsentation bis zur smarten Zwischenlagerung lassen sich neue und bewährte Konzepte genau unter die Lupe nehmen. Von der einfachen Handhabung und Reinigung kann man sich zwar nur vor Ort überzeugen, doch eine wachsende Anzahl an Videos macht den Schauraum auch für Onlinebesucher sehr interaktiv.

Hesse Lignal wird 110 und sieht zuversichtlich in die Zukunft

Das Familienunternehmen Hesse Lignal hatte im April 110-jährigen Geburtstag. Jens Hesse, geschäftsführender Gesellschafter, blickt in einem Interview, das auf der Branchenseite www.farbeundlack.de erschienen ist, zurück auf die Meilensteine der Firmengeschichte, wagt aber auch einen Blick in die Zukunft:

Neben dem Gründungsjahr, den Kriegswirren und der Phase des Wiederaufbaus sei ein ganz wesentlicher Meilenstein die Internationalisierung Ende der 1970er Jahre, so Hesse. Für den heutigen Exportanteil von fast 60 Prozent seien schon damals die Weichen gestellt worden. Die Gründungen der Tochterunternehmen in Belgien, Frankreich und in Dubai in den 1980er und 1990er Jahren und am Anfang des neuen Jahrtausends unterstreichen diese stetige Entwicklung.

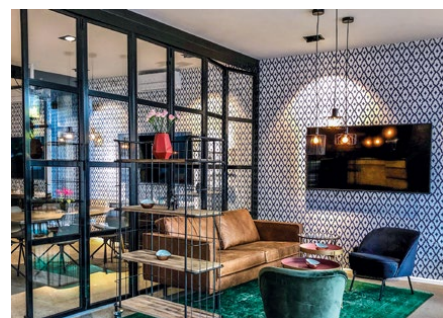
Ab Ende der 1970er Jahre entstand das heutige Produktionswerk, raus aus einer beengten Situation mit Wohnbebauung in der Nachbarschaft in eine noch heute großzügige Produktionsumgebung, die stetig erweitert und modernisiert werde.

1990 wurde das Forschungs- und Entwicklungszentrum eröffnet. Das Innovationszentrum stehe für Kundennähe, ebenso wie die Innovationstage in den Jahren 2014, 2015 und 2017. Für die Zukunft sieht Jens Hesse neben den klaren Akquise-Zielen mit innovativen und nachhaltigen Produkten den Ausbau von Service-Angeboten im Fokus. Die Übernahme des Händlers Hoba-Tec im Raum München mit dem Angebot „Lohnlackierung für Innenausbauer“ und das Partnerprogramm „Hesse Surface Experten“ seien dafür deutliche Zeichen. Konkreten Zusatznutzen für die Kunden zu schaffen, über das klassische Lackgeschäft hinaus, wird eine der wesentlichen Stoßrichtungen in den nächsten Jahren sein. Auch die Digitalisierung wird hier eine sehr große Rolle spielen.

Dreifache Auszeichnung für Brust+Partner



Der neue Workspace der Barmeria in Freiburg vereinbart Arbeiten und Leben.



In der Freiburger Barmeria-Bezirksleitung sollen sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zuhause fühlen.

Nach dem Iconic Award 2019 und dem German Design Award 2020 hat Brust+Partner nun das Triple perfekt gemacht und wurde zusätzlich mit dem German Brand Award 2020 ausgezeichnet.

Der German Brand Award ist ein Wettbewerb des German Brand Institute. Das Institut wurde durch den Rat für Formgebung und die GMK Markenberatung gegründet, um Markenführung als entscheidenden Erfolgsfaktor von Unternehmen im nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld zu stärken. Es versteht sich als Impulsgeber der deutschen Marktwirtschaft, der die wichtigsten Markenmacher zusammenbringt und die Markendialoge anregt. Mit dem German Brand Award vergibt das Institut einen der wichtigsten deutschen Markenpreise. Das New-Work-Konzept, umgesetzt im ausgezeichneten Projekt der Barmeria-Bezirksleitung in Freiburg, hat genau den Zeitgeist getroffen, den die Jury als neuen Trend ausgemacht hat.

Generationenwechsel bei der Zierath GmbH



Die Tochter des Firmengründers, Alina Zierath, übernimmt die Unternehmensleitung.

Nach fast 40 Jahren bewegter und bewegender Geschichte zieht sich Gründer und Geschäftsführer Günther Zierath nun aus dem Tagesgeschäft des Familienunternehmens zurück. Die Übergabe der Unternehmensleitung an Tochter Alina Zierath setzt dabei einen Meilenstein, denn der Generationswechsel initiiert die Erweiterung der Vertriebswege, so dass Installateure oder Handwerker ab sofort direkt bei der Spiegelmanufaktur in Georgsmarienhütte bestellen können.

Das Ziel der jungen Unternehmensnachfolgerin Alina Zierath ist klar definiert: Gemeinsam mit Betriebsleiter Benjamin Ganser möchte sie Zierath aktiv in eine erfolgreiche digitale Zukunft führen. Der erste Grundstein ist mit der Erweiterung der bestehenden Vertriebswege im Zierath-Profiportal, einem Onlinebereich nur für Fachhändler, bereits gelegt: Ab sofort können gewerbliche Kunden telefonisch oder per Mail Premiumpiegel direkt beim Hersteller Zierath zu einem attraktiven Preisvorteil beziehen.

CAD+T

Interieur Design & Produktions-Software

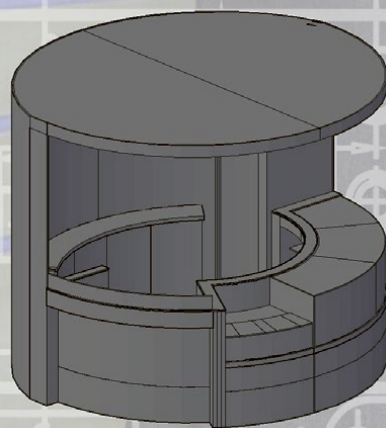
Mit CAD+T vom Entwurf an die Maschine:

Starker Partner für Ladenbauer

CAD/CAM und ERP-Lösung aus einer Hand

direkte Anbindung an CNC-Maschinen

mehr als 30 Jahre Erfahrung



CAD+T Consulting GmbH

Vattmannstraße 1, 33100 Paderborn

Tel.: +49 5251 150 240

E-Mail: office@cadt-solutions.com

Web: www.cadt-solutions.com

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: Shao Feng | S. 4 +7 Andreas Ahnefeld | S. 8
Stefanie Kapra | S. 10 Tobias Siebrecht Photography | S. 11
Pictureman Karl Kramer | S.14/15
Barlach: Klaus Bürger Architektur, Germania:
Uwe Spoerling, Aesculap: Uwe Spoering | S. 18/19
Varus: POS Tuning, Deckenstrahler: Bairo, Royal
Donuts: dLv/Umeleon | S.20/21 Hygienetrennwände:
Harres Metaldesign, Kundenstopper: Isaria
Corporate Design | S. 22 Ledxon | S. 23 Fassaden-
profil: Hansen, Keilverbinder: Häfele, Lackoberfläche:
Resopal | S. 28-30 Linovag: Firma Küchenthal,
Berthold Kettenstock: Kraiss, Kronospan-App:
Kronospan, Alina Zierath: Zierath, Ideal AKE Akademie:
Ideal AKE, Barmenia: Brust+Partner
Gestaltung:

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

Der dLv-Insider erscheint quartalsweise.
Bezugspreis: 2,50 €.

dLv Deutscher
Ladenbau Verband

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 62

09|2020

Auf dem Cover:

Zhongshuge Bookstore / Chongqing, China

Das Projekt wurde im STORE BOOK 2020 vorgestellt.

