

dvinsider 77

Deutscher
Ladenbau Verband



EDF KA-Zukunftsmarkt in Nauen

inside
retail

Unterbewusste Kaufimpulse

Der Store braucht eine Geschichte

Frank Bittel über Storytelling

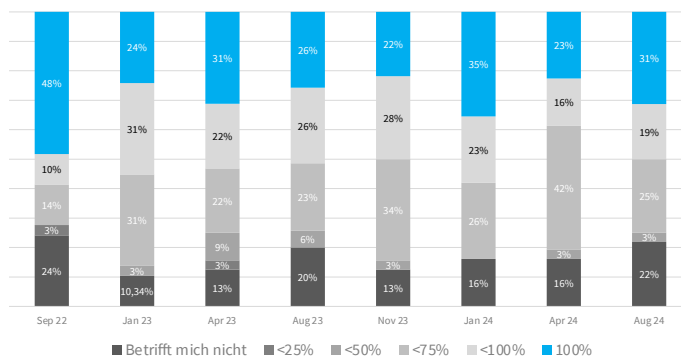
Zigaretten-
automaten 4.0

Gestalten mit selbst-
klebenden Folien

08 | 2024

Branchendaten

Branchendaten des dLv auf der Website



31 %

der Umfrageteilnehmer geben an, dass ihre Auslastung in der Produktion 100 Prozent beträgt.

22 Prozent der Befragten machen keine Angaben zur Auslastung in der Produktion. Grund dafür kann sein, dass diese Unternehmen keine Produktion haben.

Die **Wirtschaftslage** im **Euroraum** macht **Sorge**

Liebe Leserinnen und Leser,

auf den ersten Blick sieht es gut aus: Die Ladenbauer melden in Produktion und Büro/Planung eine höhere Vollausslastung als noch im April. Die Zulieferunternehmen sind im Großen und Ganzen zufrieden, dreißig Prozent sagen aber, dass das zweite Quartal 2024 schlecht war. Die Aussichten für dieses Jahr werden von der überwiegenden Anzahl aller Befragten nur noch als zufriedenstellend bewertet. Die Investitionsneigung der Kunden ist unverändert schlecht. Die Krise des Handels ist in unserer Branche weiterhin deutlich spürbar.

„Wir sind gut aufgestellt, nur die schleppende Wirtschaftslage im Euroraum macht sich immer mehr bemerkbar.“

Wir haben bei unserer Umfrage im August¹ unsere Mitgliedsunternehmen gefragt, wo sie im eigenen Betrieb Verbesserungsbedarf sehen. Während die Ladenbauer in ihren Unternehmen die Außendarstellung und den Vertrieb im Visier haben, sagt eine überwältigende Mehrheit bei den Zulieferern, dass sie sich digitaler aufstellen wollen. Insgesamt sind die dLv-Betriebe gut aufgestellt, machen sich aber große Sorgen über die Wirtschaftslage. Das gesamte Ergebnis der Umfrage lesen Sie wie gewohnt auf der dLv-Website.

Der dLv hat für die nächsten Monate wieder vieles vor. Das STORE BOOK 2025 nimmt Fahrt auf. Seminare für Führungskräfte, zum Food Retail oder zur Schulung für Einkäufer wurden aufgelegt, die Ladenbautagung mit hochkarätigen Referenten ist in der Planung und wir bereiten den Gemeinschaftsstand auf der EuroShop 2026 vor. Wenn Sie Teil dieser starken Gemeinschaft werden wollen, melden Sie sich bei uns. Wir freuen uns auf Sie!

¹ Dritte dLv-Umfrage zur aktuellen Lage im Ladenbau

Ihr **dLv** Deutscher
Ladenbau Verband

Schwerpunkt: Storytelling

04



Storytelling im Raum: Die Kunst, Geschichten zu erzählen, die unbewusst berühren

Beitrag von Frank Bittel,
ppm GmbH

Ladenbau aktuell

10 **Innovativ und nachhaltig:
Der Edeka-Zukunftsmarkt in Nauen**
Schweitzer Project AG, Naturns

12 **Zigarettenautomaten 4.0:
Wie die Digitalisierung
den Verkauf revolutioniert**
Christof Pleye, VTEC Systems GmbH

14 Ladenbautagung 2025

Termine

16

auf einen
Blick

17 **dLv-Seminare und Workshops**
Hybrid Food Retail, Einkauf



Führungskräfte-Seminar
Erfolgreich und innovativ führen

Material + Technik

18 **Shopgestaltung mit
selbstklebenden Folien**
David Remmler, Head of Marketing,
Aslan Selbstklebefolien GmbH

20 Verschärfte F-Gase-Verordnung
für Kühltechnik

dLv-Kompakt

24 **Neue Mitglieder**
Bütema AG |
inoART. by Becher |
Deinzer GmbH

25 dLv-Geschäftsstelle stellt mit RZB
auf LED um

26 Neues aus dem dLv

Wissen

28 **Neuerscheinungen am Buchmarkt**
bdia Handbuch | Die schönsten
Restaurants, Hotels & Bars

Das besondere Projekt

30



Meisterbäckerei Holzinger
Treffpunkt in Frankenmarkt/Österreich

31 dLv-Angebote | Impressum

Hier gibt's den Deinhard! Eine der größten Sekt- und Weinkellereien Deutschlands hat am Stammsitz im pittoresken Städtchen Bernkastel-Kues das Deinhard's Markthaus eröffnet. Der Conceptstore bietet regionale Weine, Delikatessen und schöne Souvenirs von der Mosel. Die Rücksichtnahme auf die Natur, die Wertschätzung der Traditionen des Hauses und die Orientierung in die Zukunft sind an diesem Ort im Einklang.



Marken wollen ihre Geschichte erzählen. Wie setzt man das im Store um?

Wenn wir als Kunden einen Laden betreten, machen wir das, weil wir etwas kaufen wollen. Ist das immer so? Nein, denn längst haben wir uns alle vom Bedarfskäufer zum Lustkäufer gewandelt. Manchmal können wir nicht genau beschreiben, was uns an einem Store besonders fasziniert: die Ware, die Einrichtung, die Atmosphäre? Wir nehmen vieles unterbewusst wahr. Der Innenarchitekt Frank Bittel erklärt, wie man diese Wahrnehmung gezielt nutzen kann.



Schwerpunkt:
Storytelling



Frank Bittel,
Geschäftsführer
und Inhaber der
ppm GmbH

Storytelling im Raum: Die Kunst, Geschichten zu erzählen, die unbewusst berühren

In unserem Unternehmen beschäftigen wir uns mit Räumen für die Welt von morgen. Betritt ein Mensch einen Raum, interagiert er mit diesem und erspürt vieles sehr unterbewusst und intuitiv. Diese Potenziale werden heutzutage noch viel zu wenig berücksichtigt. Wenn man sich aber damit beschäftigt, erkennt man schnell, warum manche Räume funktionieren, andere hingegen nicht. Kein anderes Medium interagiert so stark mit uns wie der Raum. In unserer Arbeit als Gestalter geht es darum, die Wechselwirkungen zwischen Ort und Individuum bewusst zu beeinflussen und für unsere Markenbotschaften zu nutzen. Storytelling ist dazu ein viel genutztes Prinzip.

Doch wie funktioniert diese Technik und wie kommt man an die Quelle des Unbewussten? Wie entschlüsselt man das Wirkprinzip unserer archaischen Verhaltensweisen? Aus meiner Sicht liegt der Schlüssel im Zuhören und genauen Hinsehen bei der Analyse einer Marke: Geschichten kommt von „Schichten“. Ich muss wie bei einer Zwiebel Schicht für Schicht freilegen, um an den Markenkern eines Unternehmens heranzukommen. Dabei sind drei Punkte wichtig. Das Was (was tut die Marke?), das Wie (wie geht die Organisation vor, wie erreicht sie ihr Ziel?) und das Warum (was ist der Antrieb, wo kommt die Marke her?).



Die im Laden verwendeten Materialien erinnern an Elemente des Weinbaus. Die Glasplatten der Thekenverkleidung bestehen aus recycelten, zusammengepressten Glasscherben. Die Regalböden haben einen Korkbezug, der sich als guter veganer Lederersatz bewährt hat.

Das Warum herauszuarbeiten ist dabei die Königsdisziplin, denn sie beleuchtet den Sinn eines Unternehmens. Den sogenannten Purpose. Was will die Marke mit dem Vertrieb ihrer Produkte oder Dienstleistungen erreichen? Welche Werte stecken dahinter? Was war die Gründungsidee, was ist die Vision? Der Purpose ist der Kompass einer Marke. Ist er identifiziert, kann man fokussiert handeln, authentisch kommunizieren und der Ziel-Horizont einer Marke ist klar. Um den Purpose im Raum erlebbar zu machen, werden Archetypen und Metaphern genutzt, die schon Jahrtausende in unserer Kultur und in unserem eigenen Erfahrungsschatz verankert sind. Die Forschung dazu geht auf den Schweizer C. G. Jung (1875-1961) zurück, der zwölf Archetypen herausgefiltert hat. Es gilt, den Archetypen¹ einer Marke herauszuarbeiten und eine korrespondierende Symbolik aus den Urbildern abzuleiten.



Archetypen. Urbilder und Wirkkräfte des kollektiven Unbewussten. Edition C. G. Jung



Die kleine History-Wall schafft einen instagrammablen Moment mit dem Schlagzeug aus einem der bekanntesten Werbespots der Neunziger Jahre. Jeder, der ihn gesehen und gehört hat, hat ihn nicht vergessen: Party, Trommelwirbel und dann der Schrei: „Wo ist der Deinhard?“

Weiterhin bedarf es bildhafter Metaphern, um ihre Kraft zu entfalten. Das „Stage Design“ und die Auswahl der eingesetzten Materialien schaffen eine sinnliche Atmosphäre, die mit den erzählten Geschichten interagiert, die wir z.T. aus der Neuzeit (Bücher, Filme, Sagen, Märchen etc.) herleiten können. Egal ob im Film, im Buch oder im Raum, alles mündet in einer „Heldenreise“, in der wir unseren Helden (z.B. die Marke) dabei begleiten, wie er Aufgaben löst, Schwierigkeiten überwindet und Objekte findet, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Er sammelt dabei Erfahrungen, erntet Ruhm und die Produkte helfen ihm bei seiner Mission. Ein Held meiner Kindheit war der Feuersalamander Lurchi, eine Comicfigur der Schuhmarke Salamander, der dieses Prinzip sehr gut veranschaulicht. Wenn Kunden einen Ort betreten, an dem sie sich wohlfühlen und der ihnen eine sinnliche, unterbewusste Erfahrung ermöglicht, mit der die rational, bewusst erlebbaren Sinneseindrücke übereinstimmen, speichern sie diese Erlebnisse und den damit verbundenen Ort positiv ab.

Weiterlesen im
Digital auf
der dLv-Website



Ein gutes Beispiel kommt aus der Gastronomie. Wir haben für das Weingut Mertes in Bernkastel-Kues ein Restaurantkonzept mit angegliedertem Wein-Shop entwickelt. Zum Unternehmen gehört die Sektmarke Deinhard. Mit einer Heritage-Wand knüpfen wir an einen Werbespot der Marke aus den 90er Jahren an, in dem eine junge Partygängerin durch lautes Trommeln alle Blicke auf sich zieht und ruft: „Wo ist der Deinhard?!“ Am Übergang vom Restaurant zum Shop wird das Schlagzeug im Kontext mit alter Werbung inszeniert und bildet heute die Brücke zwischen der Firmenhistorie und dem modernen Markenauftritt. Ein gelungener Selfie-Spot, der die Marke zudem mit der digitalen Welt verbindet.

Markenkern: Die drei Essentials

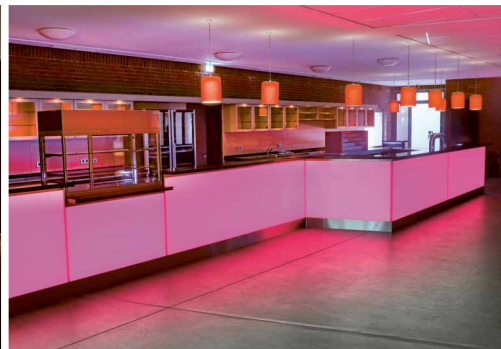
- WAS** Was tut die Marke?
- WIE** Wie geht die Organisation vor, wie erreicht sie ihr Ziel?
- WARUM** Was ist der Antrieb, wo kommt die Marke her?

Individuelles Flächenlicht

Wir bieten Lösungen für den Ladenbau



handmade by Hansen in Germany



- LED-Paneele in nahezu allen geometrischen Formen und Ausführungen passend zu Ihrer Anwendung ab Stückzahl 1.
- Senden Sie uns Ihre CAD-Daten und wir kümmern uns um die Machbarkeit. Gemeinsam planen wir Ihr Projekt bis zum fertigen Endprodukt.
- Wir sind Ihre erfahrenen Spezialisten für Flächenlichter seit 2002.



ambiente

7.–11. 2. 2025
FRANKFURT/MAIN

RHYTHMS OF LIFE- STYLE

contract
business

NEUES MÖBEL-AREAL
INTERIOR LOOKS
IN HALLE 3.1

Das Objektgeschäft. Die Expertise.
Die globale Auswahl an Lösungen,
Neuheiten und Trends. Projekt-
partnerschaften starten durch.

Stay in tune with the industry at
ambiente.messefrankfurt.com/
contractbusiness



TAPE F CORNER

mit homogenem Flächenlicht

- Die ideale Lösung für Tablar- und Regalbeleuchtung
- An jeder Stelle dank Freecut mm-genau kürzbar
- Keine Dunkelzonen in der Regalausleuchtung
- Schnelle und einfache Montage
- Die Leuchte von der Rolle
- Kein zusätzliches Profil erforderlich

Hera[®]

Hera GmbH & Co. KG
Tel. +49 5224 911-0, mail@hera-online.de

www.hera-online.de



Innovativ und nachhaltig

Der Edeka-Zukunftsmarkt in Nauen

Wenn ein Lebensmittelmarkt eröffnet wird, der sich Zukunftsmarkt nennt, wird man hellhörig. Was versteht die Regionalgesellschaft Edeka Minden-Hannover als Bauherrin darunter? In Nauen, so erfährt man, geht es vor allem um Nachhaltigkeit, Regionalität und die Konzentration auf das Wesentliche.

Das Gebäude – die wichtigsten Punkte: Natürliche Dämmstoffe sowie CO₂-armer Beton, auf dem Dach eine Photovoltaikanlage mit Batteriespeicher, Solarcarports auf dem Parkplatz, Regenwassernutzung für die sanitären Anlagen, die Abwärme der Waterloo-Kälteanlage als Heizung für den Markt. Das Gebäude selbst ist eine Holzkonstruktion in Passivbauweise.

Christian Dorfmann, Geschäftsführer des Edeka-Zukunftsmarkts in Nauen:

„Der allumfassende Grundanspruch des Zukunftsmarkts ist es, so nachhaltig wie möglich zu sein: von der Architektur über Ladenbau und Storedesign bis hin zur eigentlichen Bewirtschaftung. Nachhaltigkeit bedeutet für mich in diesem Fall unter anderem Reduktion beziehungsweise Verzicht auf das Verzichtbare. Diesen Ansatz findet man im gesamten Markt wieder.“

Das Storekonzept setzt auf Holz, Stahl und neutrale Farben. Die Anzahl der Verkleidungen, Dekorationen und dekorativen Elemente wurde auf ein Minimum reduziert. Die gesamte Deko besteht aus recyceltem Material oder wurde auf Flohmärkten und in Secondhandläden besorgt, ebenso alle Nicht-Warenträger wie Couches und Lounge-Elemente im Gastro-Bereich. So helfen beispielsweise schwebende 3D-Elemente aus recycelten PE-Materialien bei der Kundenorientierung im Markt. Diese sowie alle gedruckten Grafiken können am Ende ihrer Lebensdauer vollständig recycelt werden.

Schön leicht und hell sieht der Store aus. „Dorfmanns Treffpunkt“ sowie die darüber liegende Lounge-Bar mit dem passenden Namen „Überschaubar“ sorgen für Aufenthaltsqualität und werden künftig auch für Events genutzt. „Dorfmanns

Hofladen“ ist ein von Bauernmärkten inspirierter Verkaufspunkt, an dem regionale Produzenten ihre Produkte in wechselnden Abständen vorstellen und verkaufen können. Einen ladenbaulichen Höhepunkt wiederum stellt die Käse-Insel dar. Die Konstruktion, in der sich auch der Backshop befindet, ist angebunden an ein Waterloop-System. Dadurch kann diese Abteilung schnell und unkompliziert, wie ein Fertighaus, abgebaut, erweitert oder umgestellt werden.

Bernhard Schweitzer, CEO & Inhaber Schweitzer:

„Beim Edeka-Zukunftsmarkt in Nauen haben wir neben dem Storedesign und dem Ladenbau auch die letzte Generation unseres Waterloop-Systems mitsamt steckerfertigen Kühlmöbeln und -theken aus eigener Produktion implementiert. Wir vereinen hier, als Weltneuheit in einem Projekt, ein spannendes, inspirierendes Einkaufserlebnis sowie die neueste nachhaltige Technologie der Kältetechnik im Bereich Anlagenbau (Waterloop), Kühlmöbel (alles mit bis zu 500 g R290) und flexiblen Thekenanlagen (steckerfertig mit Anschluss am Waterloop). Zudem ermöglichen wir mit unseren flexiblen Systemen das einfache und unkomplizierte Umstellen der Abteilungen, um den sich ändernden Kundenbedürfnissen nachzukommen.“

Beim Waterloop handelt es sich um ein vollständig integriertes Kältesystem, bei dem steckerfertige Kühlmöbel in einem geschlossenen Wasserkreislauf verbunden werden. Die dabei entstehende Abwärme wird über ein Rohrleitungssystem aus dem Markt transportiert. Mittels Wärmetauscher wird die Abwärme der Kompressoren an den Wasserkreislauf überge-



ben und so und zur Beheizung des Markts verwendet. An besonders kalten Tagen erfolgt die Spitzenlastabdeckung über eine zusätzliche Luft-Wasser-Wärmepumpe. Das Passivhausniveau und die ausschließliche Verwendung von Flächenheizungen ermöglichen niedrige Vorlauftemperaturen der Heizung und somit die direkte Nutzung der Abwärme aller Kühlmöbel und -stellen in der Betonkernaktivierung.

Projektdaten

Bauherr: Edeka Minden-Hannover / Christian Dorfmann
 Standort: Nauen, Brandenburg
 Fläche: ca. 2.500 m²
 Eröffnung: 29. August 2024

Konzept, Design, Grafik, Layoutplanung:
 Interstore

Projekt Management, Ladenbau, Produktion, Installationen, Theken und Showkühlhäuser, Licht und Decken:
 Schweitzer Project

Frischetheken, Waterloop-Kälteanlage: hauseigene
 Kühlmöbelproduktion von Schweitzer Project

Vom Münzautomaten zur Hightech-Maschine Zigarettenautomaten 4.0: Wie die Digitalisierung den Verkauf revolutioniert



Christof Pleye,
Leitung Product
Development bei
VTEC Systems GmbH

Die Digitalisierung hat in vielen Bereichen unseres Lebens Einzug gehalten und auch der klassische Zigarettenautomat ist davon nicht unberührt geblieben. Was einst ein einfacher Automat mit Münzeinwurf war, ist ein hochmoderner Verkaufsautomat geworden, der mit einer Vielzahl von digitalen Technologien ausgestattet ist. Diese Entwicklung verändert nicht nur die Art und Weise, wie Tabakwaren verkauft werden, sondern bringt auch zahlreiche Vorteile mit sich.

Gesetzliche Konformität wie Jugendschutz

Ein bedeutendes Thema beim Tabakverkauf ist der Jugendschutz. So wurde das Alter zum Kauf von Zigaretten im Jahr 2007 von 16 auf 18 Jahre angehoben. Moderne Automaten führen in Deutschland die Altersverifikation mit Hilfe von Karten- und Dokumentenlesegeräte bereits vor dem Kauf durch und stellen damit sicher, dass Käufer das notwendige Alter erreicht haben. In anderen Ländern wird diese Altersverifikation bereits mittels Kameraeinsatz und KI-Gesichtserkennung gehandhabt.



Mit dem TowerlineShop werden hohe Anforderungen an Verkaufsautomaten für die Lagerung und Ausgabe von Tabakprodukten erfüllt: einfache und schnelle Bedienung, ein Höchstmaß an Sicherheit und ein ansprechendes Design.

Technologie für effiziente Abläufe

Hinter den Kulissen der Automaten steckt mittlerweile PC-Technologie, die den reibungslosen Betrieb sicherstellt. Die Software übernimmt zum einen die Steuerung von Sensoren und ermöglicht zeitgleich die Überwachung der Verkäufe, die Durchführung von Wartungsarbeiten (inklusive Preventive Maintenance) oder das Einspielen von Softwareupdates via Remotezugriff. Ein weiterer großer Vorteil dieser Digitalisierung ist die umfassende Datenanalyse. Verkaufszahlen und Bestandsinformationen können in Echtzeit erfasst und ausgewertet werden. Dies ermöglicht es den Betreibern, Leerstände zu vermeiden und die Nachfüllprozesse zu optimieren.



Der Sweet 'n' Safe (SnS) sichert den wertvollen Umsatz von Impulswaren im Self-Checkout. Die Kombination von Diebstahlschutz und Verkaufsförderung sorgt für eine messbare Belebung in dieser immer wichtiger werdenden Kassenzone.

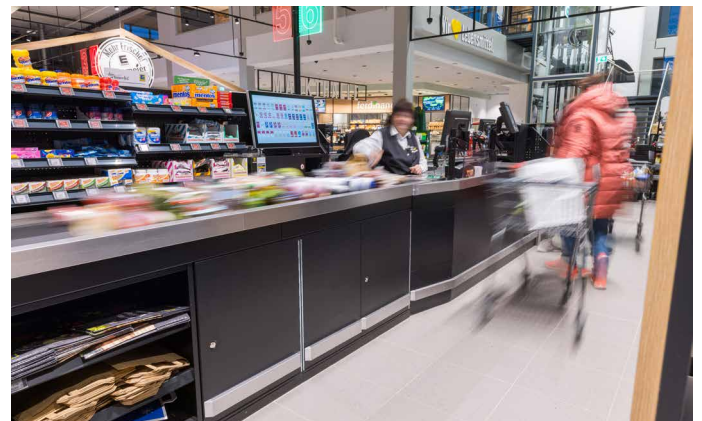
Falls gewünscht, können die Verkaufsautomaten mit dem Warenwirtschaftssystem gekoppelt und der gesamte Logistikprozess effizienter gestaltet werden. Auch in puncto Sicherheit spielt die Digitalisierung eine Rolle. Sie ermöglicht die genaue Nachverfolgung von Zugängen, beispielsweise wenn ein Automat zur Befüllung geöffnet wurde.

Zukunftsweisende Technologien in Aussicht

Die Digitalisierung der Zigarettenautomaten ist noch lange nicht abgeschlossen. Begriffe wie digitaler Zwilling, Künstliche Intelligenz (KI) oder Augmented Reality (AR) werden in den kommenden Jahren immer häufiger im Zusammenhang mit Automaten genannt werden. Hierdurch können Automaten noch intelligenter und kundenorientierter werden. Gerade auch die sogenannten Smart Stores, die 24/7 offen sind und in denen oftmals verschiedenste Automatentechnologien verbaut werden, treiben Entwicklungen in diesem Bereich voran.

Auf den Punkt gebracht

Die Digitalisierung hat den klassischen Zigarettenautomaten in eine moderne, effiziente und sichere Verkaufslösung verwandelt. Die Integration verschiedenster technologischer Komponenten ebnet den Weg für eine spannende Zukunft, in der Automaten noch vielseitiger und smarter werden.



Die bewährte SmokyThek ist der Klassiker unter den Verkaufsautomaten für Zigaretten und Tabakprodukte. Sie passt sich dank ihrer Vielseitigkeit und den verschiedenen Ausführungen ideal an unterschiedlichste Marktformate an.

Digitales aus dem dLv

- Monatliche Lunchbox zu digitalen Themen am POS per kostenlosem Zoom-Meeting
- Fachgremium Digitales am POS



Alle Informationen auf der dLv-Website



Auf dem Youtube-Kanal des dLv können die Videos der Lunchbox abgerufen werden.

Tierwohl-TV

Einblick ins Hühnerhaus



Zum „Supermarkt des Jahres 2024“ wurde die Borkener Einzelhändlerfamilie Wilger bereits mit ihrem Markt in der Otto-Hahn-Straße gekürt. Anfang September 2024 hat Bernd Wilger mit seinem Team nun ein großes Edeka-Center in der Boumannstraße in Borken eröffnet – einen Steinwurf vom Ursprungsmarkt der Familie entfernt. Auf dem Gelände des ehemaligen Buttermarkts entstand in Zusammenarbeit mit Heger Ladeneinrichtungen GmbH aus Essen ein erneut preisverdächtig Markt, der die Historie des Ortes aufgreift und in modernem Ladendesign sehenswert interpretiert. „Umringt von regionalen Lieferanten spielt die Herkunft der Lebensmittel eine entscheidende Rolle für den Erfolg des Marktes“, so Bernd Wilger.

Absoluter Hingucker ist das „Hühnerhaus“, das einen direkten Einblick in die Eierzeugung bietet. Mit Hilfe von tierwohl.tv wird das Geschehen aus dem Bioland-Hühnerstall von Hubert Bonhoff live in den neuen Wilger-Markt übertragen.

www.tierwohl.tv

Tierwohl im BMEL-Ernährungsreport 2024

Kostenlos herunterzuladen auf der Website des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.
www.bmel.de/publikationen

Jetzt vormerken!

Ladenbautagung 2025

Sie treffen den dLv auf seiner **Jahrestagung am 8. Mai in Velen** im Münsterland. Der Ort ist kein Retail-Hotspot, hat dafür aber ein renommiertes Ladenbauunternehmen als Nachbarn. Wir besuchen am 9. Mai das dLv-Mitgliedsunternehmen Tenbrink ProjektPlan GmbH im nur wenige Kilometer entfernten Stadtlohn.

Der Betrieb

Tenbrink ist ein holzverarbeitender Betrieb mit internationaler Ausrichtung. Am Standort Stadtlohn sind rund 160 Mitarbeiter beschäftigt. Als Generalunternehmer setzt Tenbrink die Schwerpunkte in den Branchen Retail, Gastro, Office, Hotel und Health & Care. Die Leistungspalette reicht von GU-Leistungen über Produktion und Projektmanagement bis hin zu Komplettlösungen für Stores, Flagshipstores und Shop-in-Shops.

Die Tagung



Es erwartet Sie wie gewohnt ein spannender Tag mit viel Zeit zum Netzwerken, gut aufgelegten Mitgliedern und mitreißenden Referenten. Wir starten in den Tag mit Dr. David Bosshart als Keynote-Speaker. Der ehemalige Geschäftsführer des GDI in Rüslikon und heutige Präsident der Duttweiler Stiftung sagt von sich, er sei Futurist, Philosoph und Retail & Consumer Analyst. Er schreibt profunde Beiträge und Bücher über sein Lebensthema, den Retail und dessen Transformation.

Soft Power - Smart Power - Hard Power

Dr. David Bosshart sieht in Europa vor allem Soft Power: einen Lebensstil mit schönen urbanen Räumen, tollen Museen, Shopping-Locations und Restaurants, allen wichtigen Luxusmarken, Fussball als Religion, alpinem Raum und Küsten, und alles in Freiheit und mit demokratischen Institutionen abgesichert. Für Smart Power stehen die USA und China: Künstliche Intelligenz, Plattformen, Persuasion durch Social Media. Und Russland lehrt uns, dass Hard Power – militärische Durchsetzung – wieder zurückkehrt in die Welt des Wohlstands. Was bedeutet das für Wirtschaft, Gesellschaft, Konsum? Wir garantieren einen Experten-Vortrag, der uns aufzeigt, wo wir stehen und wohin die Reise für die Europäer geht. Eine wichtige Expertise auch für unsere Branche, die stark vom Konsum abhängig ist.

Schauen Sie immer wieder auf unsere Website oder in die Social Media. Sobald die Anmeldung möglich ist, informieren wir Sie!

Anmelden und Partner werden

Wollen Sie Partner der Tagung werden? Einen Exklusivbeitrag liefern? Ihre Themen platzieren? Kontaktieren Sie uns!
info@ladenbauverband.de

Neues am Canal Grande

Exklusive Retail-Tour in die Lagunenstadt Venedig



Ihr Guide ist Heidemarie Kriz – Retail-Expertin, Shop-Designerin und Venedig-Insiderin. Sie zeigt versteckte Boutiquen, exklusive Luxusmarken, Meisterwerke der Handwerkskunst, aber auch kleine außergewöhnliche Fabriken. Highlight: Ein Abendessen in einem exklusiven privaten Objekt direkt am Canal Grande. Sie blicken hinter die Kulissen und erfahren, wie das Leben in Venedig aussieht. Freuen Sie sich auf ein unvergessliches Wochenende voller Inspiration, Sinneserlebnisse und einzigartiger Einblicke in die faszinierende Welt des Einzelhandels in Venedig!

Die exklusive Retail-Tour wird von der international erfahrenen Expertin im Bereich Einzelhandel und Shop-Design zusammengestellt und geleitet. Heidemarie Kriz hat über fünf Jahre in Venedig gelebt und kennt die Lagunenstadt in Bezug auf Retail und Hospitality wie kaum eine andere. Ihre Retail-Touren sind dafür bekannt, bleibende Eindrücke zu hinterlassen. Ziel der auf maximal acht Teilnehmer begrenzten Tour ist es, ein ganzheitliches Erlebnis zu kreieren, das Venedigs einzigartige Mischung aus Tradition und Moderne mit allen Sinnen erlebbar macht.

Termine:

14.-16. November 2024 (Die Besichtigung der Biennale 2024 ist noch möglich!)

15.-17. Mai 2025 (Der Termin findet einige Tage nach Eröffnung der Architekturbiennale 2025 statt!)

Detailinfo unter retail@krizh.com

messe frankfurt

christmasworld



7.–11. 2. 2025
FRANKFURT/MAIN

where
wishes
come
true

Festbeleuchtung, Großflächen-
und Objektdekoration

Freuen Sie sich auf die weltgrößte
Produktvielfalt an Festbeleuchtung,
Großflächen- und Objektdekoration.
Dazu erwartet Sie ein erstklassiges
Eventprogramm mit den neuesten
Themen und Trends.

Sichern Sie sich Ihr Ticket auf
christmasworld.messefrankfurt.com

Termine

Was	Wann	Wo	Info
Hybrid Food Retail	26.11.2024	Frankfurt a.M.	dLv-Workshop Retail Design mit Prof. Bernhard Franken
Die Prinzipien des erfolgreichen Handelns	04. - 05.02.2025	Stromberg	dLv-Seminar für Führungskräfte mit Dieter Lange
Einkaufsstrategie und Verhandlungstraining	11. - 12.02.2025	Würzburg	dLv-Seminar für Mitarbeitende der Einkaufsabteilungen von Ladenbauunternehmen
EuroCIS	18. - 20.02.2025	Düsseldorf	Europäische Leitmesse für Retail Technology Der dLv stellt aus
dLv Ladenbautagung	08. - 09.05.2025	Velen	Der Branchentreff für Ladenbauer und Partner, veranstaltet vom dLv
interzum	20. - 23.05.2025	Köln	Internationale Messe für Zulieferer der Möbelindustrie und des Innenausbau
In-store Asia	22. - 24.05.2025	Mumbai/Indien	Fachmesse für Einzelhandelsausstattung und Investitionen in Ladenbau, visuelles Merchandising und In-Store-Marketing
Eurobike	25. - 29.06.2025	Frankfurt a.M.	Internationale Leitmesse für das Bike- und Future-Mobility-Universum
Trendforum Retail Partner dLv	01. - 02.10.2025	Frankfurt a.M.	Neue Einzelhandelskonzepte
dLv -Store-Check-Tour	08. - 11.10.2025	Mailand/Italien	dLv-Tour für Ladenbauer, Planer, Zulieferunternehmen
EuroShop	22. - 26.02.2026	Düsseldorf	Internationale Leitmesse für Handelsinvestitionen
Light+Building	08. - 13.03.2026	Frankfurt a.M.	Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik

www.ladenbauverband.de/veranstaltungen

26. November 2024 dLv-Workshop Retail Design



Die Verschmelzung von Retail mit anderen Formaten als ein wirksames Mittel zum Umgang mit der digitalen Disruption machen wir im Workshop **Hybrid Food Retail** mit Prof. Bernhard Franken zum Thema. Die Veranstaltung findet am Dienstag, dem 26. November von 10:00 bis 16:00 Uhr in Frankfurt statt. Das Seminar wird aus einem vortragenden Teil und einem interaktiven Workshop bestehen.

Der Referent



Prof. Bernhard Franken ist Architekt und Leiter des Studiengangs Retail Design an der Hochschule Düsseldorf. Dieser

Studiengang hat eine Alleinstellung für das Lehrgebiet in Deutschland und genießt internationale Reputation. Bernhard Franken führt seit 1996 erfolgreich sein eigenes Planungsunternehmen in Frankfurt am Main. Er berät und plant für zahlreiche große Retailer.

Der Inhalt

Dieses Seminar behandelt mit Hybridisierung eine Verschmelzung von Supermarkt und Gastronomie, Co-Living, Pop-up oder Event als wirksames Mittel zum Umgang mit der digitalen Disruption. Die Ergebnisse dieser Forschung lassen sich weit über den Lebensmittelhandel hinaus auf alle Bereiche des stationären Handels übertragen.

Informationen und Anmeldung:



4. und 5. Februar 2025 Führungskräfte-Seminar



Die Qualität von Einstellung und Bewusstsein, mit denen die Menschen zu ihren Unternehmungen und Unternehmen stehen, entscheidet immer mehr über Erfolg und Misserfolg. Voraussetzung ist, sich selbst führen zu können. Das exzellente Seminar **Erfolgreich und innovativ führen** mit dem Top-Trainer Dieter Lange findet am 4. und 5. Februar 2024 in Oberursel statt.

Der Referent



Dieter Lange ist Geschäftsführer des Instituts für angewandte Kreativität und hält Führungsseminare u.a. für Bayer, Bertels-

mann, BMW, Gruner & Jahr, Siemens, Unilever. Dieter Lange coacht Vorstände und Direktoren in Europas größten Unternehmen. Er zählt zu den herausragenden Trainern, die erfolgreich Impulse für Veränderungen in Unternehmen geben. Er stimuliert durch seine positive und optimistische Art.

Der Inhalt

Wie gelingen (Selbst-)führung und Kundenmanagement, wo immer mehr „Leader“ sich im Managen verlieren und Dringliches vor Wesentlichem steht? Dieter Lange gibt Antworten auf die wichtigsten Fragen und stellt Fragen dort, wo die meisten meinen, die Antworten schon zu kennen. Die Schwerpunkte sind unter anderem: Verhalten in Konflikt- und Belastungssituationen, Veränderungskompetenz, Stressbewältigung.

11. und 12. Februar 2025 Seminar für Einkäufer



In diesem praxisorientierten Format **Strategischer Einkauf und Verhandlungstraining** erhalten Sie konkrete Hinweise, wie Sie Ihren Einkauf zukünftig professionell und verhandlungssicher ausrichten. Sie lernen, welche praktischen Methoden Sie hierzu anwenden können und wie Sie Ihre individuellen Beschaffungsrisiken analysieren und bewerten.

Der Referent



Thomas Vogel blickt auf über 30 Jahre Praxiserfahrung in Einkauf, Vertrieb und Supply Chain in verschiedenen Branchen

zurück. Er weiß, wie man im Einkauf mit sehr hohen Lieferanten-, Qualitäts-, Technologie- und Logistikanforderungen umgeht. Insbesondere seine Erfahrung im Einkauf einer international ausgerichteten Unternehmensgruppe für Ladenbau macht Thomas Vogel zu dem perfekten Seminarpartner für den dLv.

Der Inhalt

Wie interpretieren Sie die Wirtschaftsauskunft Ihrer Lieferanten? Wie bereiten Sie Ihre Verhandlung vor und welche Kommunikationsmethoden sind gefordert? Welche Risikoansätze gibt es und welche Sourcing-Strategien ergeben sich daraus? Welches ist die richtige Einkaufsstrategie und wie setzen Sie diese um? Ihre Fälle aus der Praxis werden besprochen und im Rahmen eines Rollenspiels während des zweiten Trainingstags verhandelt.

Made in Germany

Shopgestaltung mit selbstklebenden Folien

David Remmler,
Head of Marketing,
Aslan Selbstklebe-
folien GmbH

Selbstklebende Produkte zur Ladengestaltung sind wahrlich keine Neuerung. Eine Entwicklung, die mit Klebeetiketten zur Preisauszeichnung begann, hat aber eine Evolution erfahren: Heute sind ganze Ladenausstattungen mit Selbstklebeprodukten eher Standard als Innovation. Die Lösungen von Aslan, Hersteller selbstklebender Folien aus Overath bei Köln, können dabei helfen, Shopkonzepte auf ein neues Level zu heben.

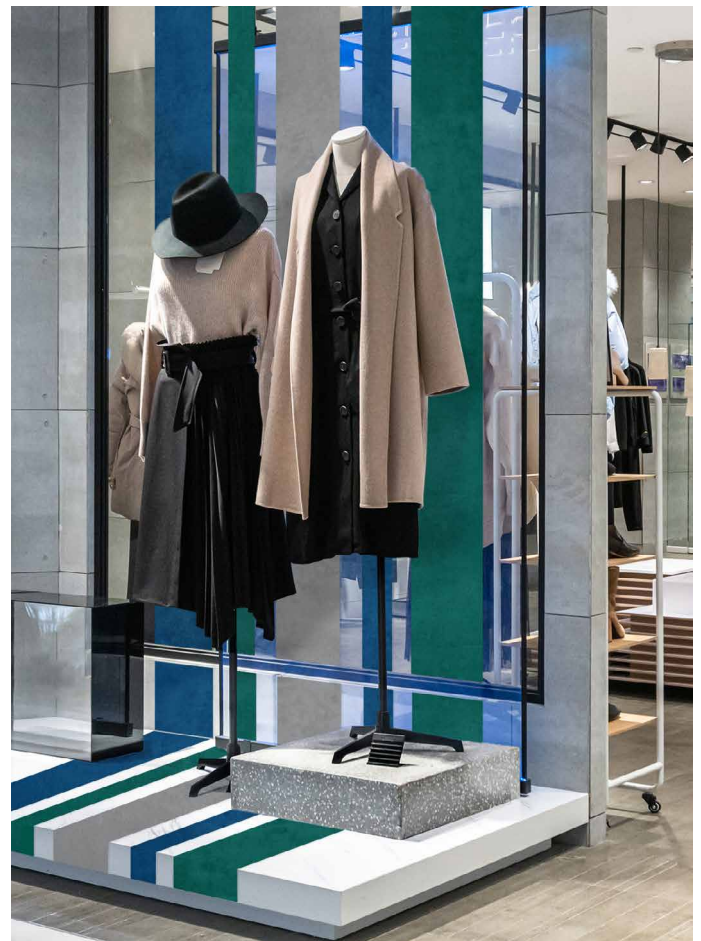
Die Herausforderungen für den stationären Einzelhandel bestehen zum größten Teil darin, der Kundschaft ein einzigartiges Einkaufserlebnis zu verschaffen, um sich vom Onlinehandel abzugrenzen und Kaufende langfristig zu binden. Wie kann das funktionieren? Indem man eine positive Atmosphäre schafft, die nicht zuletzt von den Einkaufsbedingungen abhängt. Wenn die Kundschaft das Geschäft mit einem Wow-Erlebnis verlässt, weil das Ambiente vollkommen stimmig ist, steigt die Wahrscheinlichkeit wiederkehrender Besuche.

Spezielle Oberflächen für atmosphärische Shops

Aslan bietet dafür ein ganzes Sortiment selbstklebender Effektfolien, die für exakt die Blickfänge sorgen, die Produkte ins rechte Licht rücken und Markenbotschaften visuell unterstützen. Beispielhaft sollen hier nur zwei ganz besondere Folien genannt werden.

SparkleColour ASLAN SC 123 ist eine glitzernde Dekorfolie in 14 unterschiedlichen Farben, die mit einer sehr hohen Anzahl an Glitzerpartikeln auf der Oberfläche beschichtet ist. Die Partikel sind fest in der Folie verankert, sodass sie sich auch bei hohem Kundenaufkommen und Berührung erstaunlich abriebfest zeigen. Idealerweise mit künstlichem Licht angestrahlt, entsteht ein wahres Funkelmeer, das sowohl bei Schriftzügen als auch bei vollflächigen Verklebungen garantiert für Aufmerksamkeit sorgt – edel und atmosphärisch. Und das sogar beidseitig, sodass sich die Folie hervorragend für Verklebungen auf Schaufenstern eignet.

Die Storegestaltung soll lieber heimelig-gemütlich als extravagant ausfallen? Dann drängt sich CaressColour ASLAN CC 124 auf – eine selbstklebende Folie in acht verschiedenen Farben mit dichten Flockfasern auf der Oberfläche, wie man sie von Trikotbeschriftungen kennt. Großflächig verklebt sorgt sie mit Wohlfühlhaptik und dezentem Auftreten nicht nur für eine bessere Akustik in Räumen, sondern strahlt zusätzlich eine inspirierende Wärme aus.



Die samtweiche Oberfläche der CaressColour ASLAN CC 124 setzt atmosphärische Highlights.

Hergestellt aus recyceltem PET

Nachhaltige Lösungen und Folien scheinen sich auf den ersten Blick auszuschließen. Das galt lange Zeit als gesicherte Erkenntnis, ist mittlerweile aber eine überholte Sichtweise. Und das gleich in mehreren Dimensionen.

Aslan hat eine ganze Reihe Selbstklebefolien im Portfolio, die aus recyceltem PET (post-consumer recycled) produziert werden.



Sprühlacke lassen sich einfach trocken abwischen, Sticker sind dauerhaft entfernbar – nur zwei Vorteile des Schutzlaminats MagicProtect Matt ASLAN SL 99.

Dafür werden benutzte PET-Flaschen geschreddert, extrudiert und zu neuen Folien verarbeitet. Unter dem Namen LoopPET stehen sowohl Digitaldruckfolien als auch Folien, die Metalloberflächen imitieren, sowie funktionale Schutzlaminats zur Auswahl. Aus technischer Sicht muss in der Folienproduktion immer auch unbenutztes PET hinzugefügt werden, dennoch können sie einen Recyclinganteil von mindestens 70 % aufweisen.

Für Druckfolien kann heute auf den Einsatz von PVC verzichtet werden. Die Kombination mit den wasserbasierenden Klebern von Aslan, die lösemittelfrei tolle Haftungen mit dem Untergrund eingehen, resultiert in hervorragenden Drucken auf PET. Ausdünstungen von PVC in Innenräumen spielen damit keine Rolle mehr.

Laminats dienen dem Schutz – und bieten mehr

Oft sollen Oberflächen geschützt werden und im besten Fall aus sich selbst heraus wirken. Durch den Einsatz eines geeigneten Schutzlaminats kann der Wirkungsgrad jedoch optimiert werden: Ein hochglänzendes und kratzfestes Laminat, zum Beispiel GalleryLAM ASLAN SL 98, verleiht Motiven das hochwertige Aussehen von Hinter-Glas-Drucken. Darüber hinaus kann ein funktionelles Schutzlaminat wie MagicProtect Matt ASLAN SL 99 dazu beitragen, Oberflächen vor Vandalismus zu schützen. Das matte Oberflächenfinish der Folie sorgt dafür, dass Graffiti-Farben einfach abperlen und somit – ohne zusätzlichen Reiniger – immer wieder leicht zu säubern sind. Zudem können Aufkleber keine Haftung zu der Folie aufbauen und lassen sich leicht abziehen.

Das Fazit: Die selbstklebenden Folien von Aslan können Ladenkonzepte durch individuelle Lösungen unterstützen, Einkaufserlebnisse schaffen und gleichzeitig dem Schutz vorhandener Objekte dienen. Aslan berät gerne schon während der Konzeption.



Die Glitzerpartikel der SparkleColour ASLAN SC 123 fungieren als Blickfang für ausgestellte Produkte.

Wie reagiert der Markt?

Verschärfte F-Gase-Verordnung für Kühltechnik

Durch die F-Gase-Verordnung ist seit Jahren festgelegt, dass neue Kühltechnikgeräte über umweltfreundliche Kältemittel verfügen müssen. Doch durch die im Februar 2024 erfolgte Verschärfung der Verordnung werden nun auch immer mehr Bestandsgeräte aus dem Markt gedrängt. Kai Fischer, Leiter Marketing bei NordCap, gibt eine Einschätzung, wie sich der Markt tendenziell entwickeln wird.

Verknappung und hohe Preise sind zu erwarten

Mit der EU-Verordnung 2024/573 vom 7. Februar 2024 wurde der Einsatz fluorierte Treibhausgase noch einmal verschärft. Diese Verordnung betrifft alle Bereiche der Food-Branche gleichermaßen. Bei einer Neuanschaffung ist es daher empfehlenswert, gleich ein Gerät zu wählen, das mit ökologischen Kältemitteln betrieben wird. Was vorhandene Geräte angeht, so kann die Verknappung der Kältemittel mit fluoriertem Kohlenwasserstoff in den nächsten sieben bis zehn Jahren zu Herausforderungen in der Instandhaltung führen.

NordCap

Die NordCap GmbH & Co. KG arbeitet in erster Linie mit Fachhändlern, Planern, Architekten und Unternehmen des Außer-Haus-Marktes zusammen.

Produktsortiment wie Konzeptentwicklung richten sich an Gastronomie, Hotellerie, Gemeinschaftsverpflegung, Verkehrsgastronomie und Lebensmittel-einzelhandel.



Kai Fischer,
Leiter Marketing
bei NordCap

Chemische Kältemittel werden knapp

Schließlich reduzieren sich die verfügbaren Mengen an chemischen Kältemitteln am Markt, was wahrscheinlich die fachgerechte Wartung der Geräte erschwert. Zwar sind momentan noch ausreichend chemische Kältemittel vorhanden, doch in den kommenden Jahren ist von einer ansteigenden Verknappung auszugehen, welche auch die Preise in die Höhe treiben wird. Wir schätzen das Kosten-Nutzen-Verhältnis zu hoch ein, um bestehende Geräte auf natürliche Kältemittel umzurüsten.

Wir empfehlen eher eine Neuanschaffung, zumal bei vielen Geräten technisch eine Umrüstung nicht möglich ist, da die Geräte je nach Kältemittel mit unterschiedlichem Druck arbeiten müssen. Das Produktportfolio von NordCap ist – bis auf wenige gestattete Ausnahmen – weitestgehend auf umweltfreundliche Kältemittel umgestellt. Bis zum 1. Januar 2025 wird NordCap sein gesamtes Portfolio umgestellt haben.



KUNDENSPEZIFISCHE LÖSUNGEN AUS DRAHT FÜR DEN LADENBAU

MADE IN GERMANY

www.wdm-deutenberg.com
info@wdm-deutenberg.com
+49 38789 879-0



Hochpräzise Fertigung nach Zeichnung
Drahtgitter / Drahtbiegeteile
Schweißbaugruppen

ORGANIC- BOARD PURE

DER ZUKUNFT
GEWACHSEN



NEU! **100%** Recyclingholz-Anteil
biogener Leim OrganicGlue
Wohngesundheit

Ab Januar 2025 in allen Dekoren der
neuen Express-Kollektion verfügbar!

Für Pfleiderer ist Nachhaltigkeit mehr als ein
theoretisches Konzept. Wir arbeiten hart dafür, neue
Maßstäbe zu setzen. Mit OrganicBoard P2 präsentieren
wir eine beidseitig melaminbeschichtete dekorative
Platte mit einem wegweisenden Rohstoffkonzept.

Entdecken Sie jetzt die Zukunft im Innenausbau:
pfleiderer.com

MAKE
YOUR
VISIONS
WORK.

CAD+T

Software für Interior Design
und Produktion

**Ihre Lösung für den
Ladenbau - Individuelle
Aufträge aus der Zeichnung
direkt an die Maschine**

Wir bieten:

- + Spezialisierung auf Losgröße 1
- + Schnelle 3D Planung
und Konstruktion
- + Automatische CNC Daten
auf Basis von Material
und Geometrie



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

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

LIGHT. LIFE. EMOTION.

Danke fürs Foto: roomly Regalsysteme



Gemeinsam mit unseren Kunden finden wir die perfekte Lichtlösung. Profitieren Sie von unserer Erfahrung und dem Know-how für beeindruckende LED-Beleuchtung.

- Elektrifizierung von Regalsystemen
- Integrierte Beleuchtung von Fachböden aus Glas, Holz oder Metall
- Nachrüstbare Lösungen für Standardregale
- Optimierte Energieeffizienz



ELEKTRA
www.elektra.de



Willkommen im dLv

Wir begrüßen neue Mitglieder

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



Bütema AG

Der Full-Service-Anbieter für Digital Signage und mobile ERP-Hard- und Software bietet einen Rund-um-Service. Mit hausinternen Teams wird eigene Software für Desktop- und Mobilanwendungen entwickelt.

Leistungen:

- Digital Signage Software & Hardware
- Interaktive Anwendungen/Infoterminals Software & Hardware
- Retail Media Integration
- DooH
- (mobile) ERP Software (InStore Assistant App) & Hardware
- KI-Einkaufsassistent (Web-App) für Endverbraucher
- Self Checkout; Mobile Checkout
- RFID-Lösungen
- Full Managed Service Partner, In-House Software & Hardware Support;
- Consulting

Standort: Bietigheim-Bissingen
Ansprechpartner: Lutz Hollmann-Rabe
Mitarbeiter: 70

www.buitema-ag.de



inoART. by Becher

inoART by Becher ist die Innovationsmarke der Becher Holzhandelsgruppe und steht für ökologische, funktionale und designorientierte Produkte für außergewöhnliche Projekte im Innenausbau, Ladenbau, Hotel, Gastronomie und vielen weiteren Branchen.

Produkte:

- FIBO: wasserdichtes aqualock-Klicksystem, fugenloses Wandpaneel-System
- HIMACS: innovativer Mineralwerkstoff, inklusive Recycling-Kollektion
- karuun: ökologisch, technisches und designorientiertes Furnier aus der Rattanpalme
- PaperStone: natürliches Oberflächen-Verbundmaterial aus zertifiziertem Recycling-Papier, frei von Mineralölbasierenden Bestandteilen
- reznig: Möbeloberflächen im Kreislauf, individuelle Recycling-Materialien aus Textilabfällen und biobasierten Ressourcen

Standort: Wiesbaden
Ansprechpartner: Beritt Meyer
Mitarbeiter: 480

www.inoart.de

inoART.
by BECHER

Holz mit Zukunft

BECHER.

Deinzer GmbH

Das Unternehmen aus Langenfeld versteht sich als Full-Service-Anbieter für das Thema Verkaufsförderung am POS. Deinzer bietet alles aus einer Hand und ist seit 50 Jahren am Markt.

Leistungen:

- Hersteller von Mehrmaterial-Permanent-Displays
- Serienproduktion von POS-Lösungen und Produktdisplays mit Aufbau und Montage
- Instore-Media-Lösungen
- Sonderlösungen für Retail- und Markenkunden
- Prototypenbau

Standort: Langenfeld
Ansprechpartner: Dr. Fabian Schühle
Mitarbeiter: 200

www.deinzer.de

DEINZER
DISPLAY + STORE SOLUTIONS



Christopher Knopf,
Projektmanager
Vertical Markets
bei RZB

In eigener Sache

Die dLv-Geschäftsstelle stellt auf LED um

Dank der Hilfe des dLv-Mitgliedsunternehmens **RZB Rudolf Zimmermann, Bamberg GmbH** wurde die dLv-Geschäftsstelle in Würzburg komplett auf LED-Beleuchtung umgestellt. Die Beleuchtung war veraltet und nicht mehr zeitgemäß. Die Lösung lag nahe: Wir griffen auf die bewährte Expertise unserer Mitglieder zurück, in diesem Fall RZB aus dem nahen Bamberg. Die Umrüstung barg einige Herausforderungen, auch solche, die nicht erwartet worden waren. Im Sitzungszimmer musste eine neue Decke eingezogen werden, umfangreiche Trockenarbeiten waren erforderlich. Währenddessen arbeitete das Team im Vollbetrieb weiter. Über die Arbeiten in Würzburg berichtet Christopher Knopf, Projektmanager Vertical Markets bei RZB.

Warum war die Erneuerung der Beleuchtung in der dLv-Geschäftsstelle notwendig? Was haben Sie vorgefunden?

Als Mitgliedsunternehmen hat es uns sehr gefreut, die Sanierung der Beleuchtung in der Geschäftsstelle des dLv zu realisieren. Ziel war es, die vorherige Vielzahl an Lichtpunkten zu reduzieren und durch effiziente LED-Leuchten zu ersetzen. Die Modernisierung selbst war herausfordernd, da der Umbau im laufenden Betrieb stattfinden musste. Aufgrund der vorhandenen Infrastruktur mussten Betondecken geschlitzt, Altkabel entfernt und neue Leitungen verlegt werden, um auch die Elektroinstallation den heutigen Maßstäben anzupassen.



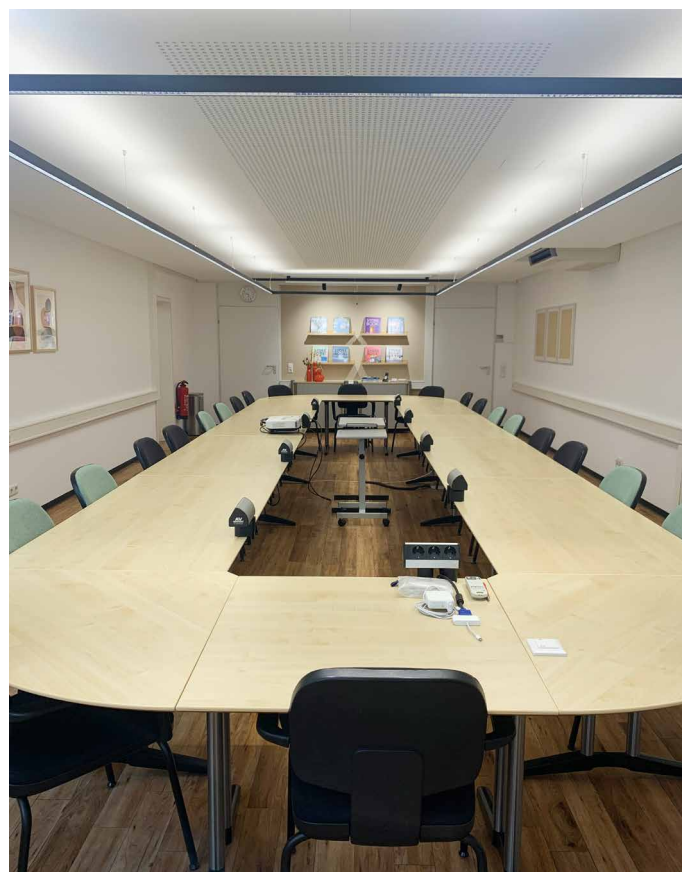
Die Beleuchtungssituation im Besprechungszimmer vorher (linkes Bild) und nachher (rechts).

Sie haben die Arbeitsplätze nach neuesten Standards ausgeleuchtet. Wie sah die Planung aus?

Um eine normgerechte Ausleuchtung der Arbeitsplätze zu gewährleisten, griffen wir auf unser Linearsystem „Less is more 27“ zurück. Dieses Produkt lässt sich frei konfigurieren und so an die jeweiligen Gegebenheiten perfekt anpassen. Durch ihre minimalistische Bauform bei gleichzeitig hoher Lichtqualität schafft die Leuchte eine perfekte Verknüpfung von Gestaltungs- und Nutzwert. So konnten wir in sämtlichen Büros und in dem einladenden Besprechungsraum ein angenehmes und normgerechtes Arbeitsumfeld schaffen.

Große Bedeutung hat der Stromverbrauch? Wie ist die Energiebilanz?

Die Hauptaufgabe bestand natürlich darin, die Beleuchtung auf einen langfristigen, nachhaltigen und energiesparenden Betrieb ausulegen. Durch den Komplettaustausch aller Altleuchten und die Auswahl neuer effizienter LED-Beleuchtung konnte der Stromverbrauch von 3,53 KW auf 1,23 KW, somit fast um 70 % reduziert werden. Das schont die Umwelt und spart bares Geld. Damit hat sich der Aufwand auf jeden Fall gelohnt.



Ladenbautagung 2024

Andreas Müller spendet sein Vortragshonorar

Die Heilpädagogische Tagesstätte der Lebenshilfe Würzburg e.V. hat vom Deutschen Ladenbau Verband (dLv) 2.000 Euro als Spende erhalten. Andreas Müller, Geschäftsführer und Gesellschafter der soda group Bochum, hatte auf die Auszahlung seines Honorars für den Vortrag auf der Ladenbautagung 2024 verzichtet. Sein Wunsch war es, eine gemeinnützige Einrichtung zu bedenken.



Petra Maier, Tagesstättenleiterin, und Angela Krause bei der Scheckübergabe.

Angela Krause wählte die Heilpädagogische Tagesstätte in Würzburg am Sitz der dLv-Geschäftsstelle als Spendenempfänger aus, um die wertvolle Arbeit der Einrichtung zu unterstützen. Bei ihrem Besuch konnte sich Frau Krause einen guten Eindruck von der herzlichen Atmosphäre in der Einrichtung und dem Engagement der Mitarbeiter*innen verschaffen, denn an diesem Tag fand der „Tag des Talents“ statt. Die Kinder und Jugendlichen hatten sich verschiedene Choreografien, Gesangseinlagen und musikalische Beiträge ausgedacht und wochenlang geprobt. Es war eine Freude zu sehen, mit welcher Begeisterung die Schülerinnen und Schüler ihre Beiträge vortrugen und wie viele bislang unentdeckte Talente in der Tagesstätte schlummerten.

Der dLv bedankt sich hiermit noch einmal ausdrücklich bei Andreas Müller, dessen Beispiel durchaus Schule machen könnte.

Gratulation zum Jubiläum

Bütema AG feiert rauschendes Fest



Die Bütema AG hat am 21. Juni 2024 ihr 20-jähriges Bestehen mit einem glanzvollen Fest gefeiert. Zu den 220 Gästen zählten neben Mitarbeitern und ihren Familien auch Kunden, Lieferanten, Geschäftspartner sowie Branchengrößen.

Das Unternehmen, das vor zwei Jahrzehnten von CEO Dirk Frintrop gegründet wurde, startete mit 23 Mitarbeitern und ist heute einer der führenden IT-Dienstleister für Mode- und Lifestyle-Einzelhändler. Die Bütema AG beschäftigt derzeit über 70 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 16,5 Millionen Euro. Zu den Kernkompetenzen des Unternehmens gehören Digital Signage, die Kundenberater-App InStore Assistant und der persönliche Shopping-Assistent Klra.

Das Jubiläum wurde am Stammsitz Bietigheim-Bissingen ausgiebig und ausgelassen gefeiert. Im Vorfeld des Jubiläumsumfests fand im Nestor Hotel ein exklusiver Retail Summit mit 40 ausgewählten Gästen statt, bei dem Branchenvorträge und Networking-Möglichkeiten im Mittelpunkt standen. Bütema ist seit diesem Jahr Mitglied im dLv. Wir gratulieren!

www.buetema-ag.de

Kompetenz im Ladenbau

Verzeichnis der dLv-Mitglieder



Informationen:



Entdecken Sie die innovativen **Aluminium-Aufhängesysteme** von **Monarch Metal**, die für perfekte Montagen und beeindruckende **Inneneinrichtungen** entwickelt wurden.

- **Verfügbare Produkte** für **Decken** und **Wände**.
- **Leichte Installation**.
- **Robustheit** und **Sicherheit** der **Anbringung**.
- **Maßanfertigung** möglich.

Besuchen Sie **Monarch Metal** auf www.monarchmetal.eu/ Für die erste Bestellung ist **10% Rabatt garantiert** - senden Sie Ihre Anfrage an europe@monarchmetal.eu



Für **Bestellungen**, senden Sie eine **E-Mail** an europe@monarchmetal.eu

Almelo, the Netherlands
Windmolen 22, 7609 NN Almelo

Email: europe@monarchmetal.eu
Phone: (+31) 548659049

SIRUX FOR RETAIL



SIRUX STRAHLT. FÜR STORES UND SHOPS.

Er lenkt Blicke und öffnet Perspektiven.
Faszinierend flexibel aber fokussiert.
Mit weniger Energie und maximaler Lichtwirkung.

- Neuer Reflektor
- Vielfältige LED-Module
- Smart mit Organic Response
- Offen für alle Optionen – auch in Zukunft

SIRUX. FOCUSED. FLEXIBLE. FUTURE-READY.



LIGHT. TRANSFORMING SPACES.



Neue Bücher



bdia Handbuch Innenarchitektur Mensch - Raum

25 von einer Fachjury ausgewählte Projekte bilden das Leistungsspektrum der Innenarchitektinnen und Innenarchitekten im bdia ab. Das Handbuch 2024/2025 steht unter dem Motto „Mensch – Raum“. Experten beschäftigten sich mit den Themen Farbe, Licht und der Beziehung zwischen Mensch und Raum. Der Adressteil der bdia-Mitglieder und Förderpartner rundet das Handbuch ab.

*Bund Deutscher Innenarchitektinnen und Innenarchitekten,
Callwey Verlag
Mai 2024 | 226 Seiten
ISBN 978-3-7667-2686-5*

Die schönsten Restaurants, Hotels & Bars

Für die sechste Ausgabe des Awards der schönsten Restaurants, Hotels & Bars wurden erstmals Hotelbetriebe zur Teilnahme eingeladen. Schließlich steht das Wort „Hospitality“ für Gastlichkeit und Gastfreundschaft, so die Jury. Die Top 50 der Branche werden im Buch vorgestellt. Betrachtet man die unterschiedlichen Konzepte, so haben Planer und Gestalter vielfach ein „Zuhause auf Zeit“ geschaffen. Von farbenfroh über naturverbunden bis zu minimalistischem Luxus ist alles dabei.

*Pia A. Döll, Cornelia Hellstern,
Callwey Verlag
März 2024 | 264 Seiten
ISBN 978-3-7667-2689-6*

Edelfurniere

Leafs – Vom Baum in den Raum



Für den Innenaus- und Möbelbau denken viele zuerst an Vollholz. Nicht überall kann Massivholz eingesetzt werden, die Gründe sind unterschiedlich. Als Alternative bieten Edelfurniere die Möglichkeit, Holz als gestalterisches Element einzusetzen und gleichzeitig damit ressourcenschonend umzugehen. Leider findet dieses natürliche Material im Ladenbau noch viel zu wenig Anwendung, obwohl die Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten vielfältig sind. Die Verarbeitung ist einfach.

Wer sich mit Furnieren auskennt, weiß: Bis zu 2.000 Quadratmeter Furnier können aus einem Baum geschnitten werden. Mit einer Stärke von 0,3 bis 6 Millimetern ist Furnierholz das dünnste Massivholz der Welt. Schon die Ägypter haben ein Jahrtausend vor Christi Geburt Furnierholz verwendet, weil es im Land wenig Holz gibt. Die Broschüre zeigt die unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten der leafs Edelfurniere. Eine rückseitige Fleece-Beschichtung macht das Furnier einzigartig, dünn, in sich stabil, anschmiegsam und flexibel.



www.wvs-ostrowski.de



Wir lassen Sie nicht
im Dunkeln sitzen!

BRINKDÖPKE
LED

BRINKDÖPKE
LiB LIGHT

Brinkdöpke GmbH | Waldbadstraße 17 c | 33803 Steinhagen



REGALPFLEGE NEU DENKEN!

WEGGUCKEN HILFT NICHT?
HINGUCKEN LOHNT SICH!

In Zeiten von Personalmangel und hohem Arbeitsaufkommen kann die Regalpflege zur Herausforderung werden. Der Zeitaufwand für eine perfekte Regaloptik steigt – ebenso wie die Kosten.

Aber lassen sich diese Kosten senken? Wir sagen: Ja!

Mit dem Einsatz von POS TUNING Vorschubsystemen können sowohl Zeit- als auch Arbeitsaufwand reduziert und Kosten gesenkt werden.

Bereits nach 3 Monaten hat sich das System amortisiert.

Wie das geht? Erklären wir Ihnen.

Vereinbaren Sie einen Termin mit uns und wir zeigen Ihnen, wie Sie mit wenig Aufwand Ihre Kategorie zum Hingucker machen können.

WIR FINDEN, DAS IST EIN SPANNENDES THEMA! SIE AUCH?
Dann einfach Kontakt aufnehmen unter: anfrage@postuning.com

BIS ZU
54%
ERSPARNIS
IN DER REGALPFLEGE
MÖGLICH

Jetzt Termin vereinbaren!
Einfach QR-Code scannen
und mehr Informationen zum
Thema Zeitersparnis erhalten.



Einkaufen. Einfach. Besser. Machen.

POSTUNING[®]
a Voßhenrich company



Gutes gut inszeniert Meisterbäckerei Holzinger

Frankenmarkt in Oberösterreich ist eine Gemeinde mit ca. 3.500 Einwohnern. Die Bäckerei mit integriertem Café hat 46 Sitzplätze in unterschiedlichen Designs, ein Garten gehört dazu. Von morgens bis abends ist die Meisterbäckerei Holzinger vielbesuchter Treffpunkt für alle Generationen, vom Frühstück über den Mittagssnack bis zum gemütlichen Kaffee am Nachmittag. Der Laden ist das Aushängeschild der Meisterbäckerei, die ihre hochwertigen und handwerklich produzierten Backwaren auch in der Umgebung an die Gastronomie, Firmen und Lebensmittelhändler direkt ausliefert.

Die elegante Thekenkonstruktion BacoSensus mit freistehender Glaskonstruktion bietet flexiblen Spielraum für das Warenangebot. Die Planer haben es verstanden, im Konzept Material und Licht, Tradition und Moderne, Funktion und Design gekonnt zu verbinden, ohne vom Eigentlichen abzulenken – der frischen hochwertigen Backware.



Projektdaten

Standort: A-4890 Frankenmarkt
Eröffnung: Frühjahr 2022
Fläche: rund 120 Quadratmeter

Projektpartner

Bauherr: Meisterbäckerei Holzinger
Planung und Umsetzung:
Schweitzer Ladenbau GmbH, Wels/Österreich

www.schweitzer.at

Mitglied werden

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

Social Media



Folgen Sie uns auf Instagram und LinkedIn.



Folgen Sie uns auf YouTube, um die Digitale Lunchbox zu sehen.

Impressum

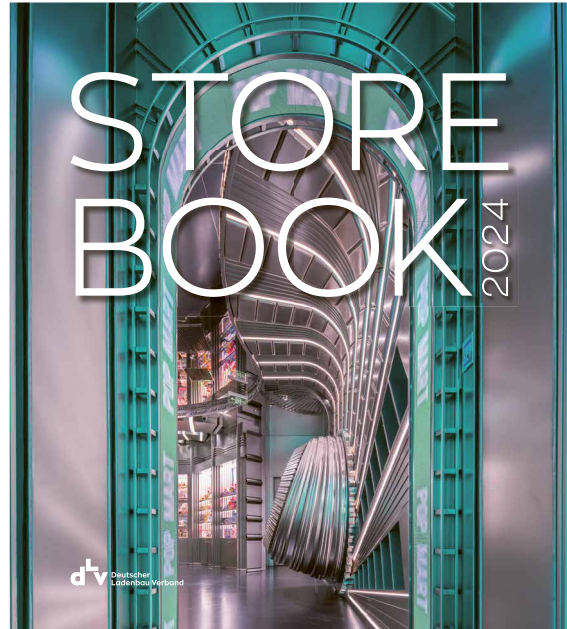
Verantwortlich für den Inhalt:
Deutscher Ladenbau Verband (dLv)
Geschäftsführung: Dr. Wolfram Krause
Koellikerstr. 13, D-97070 Würzburg
Postfach 5920, D-97009 Würzburg
Tel. +49 (0) 931 35292-0 | Fax +49 (0) 931 35292-29
info@ladenbauverband.de
www.ladenbauverband.de
Projektleitung + Redaktion: Angela Krause
Anzeigen: Marina Lopez
Beirat aus dLv-Vorstand: Annabell Tenbrink
Fotos: Cover: Daniel Horn Photography | S. 2 dLv|
S. 3 Daniel Horn Photography | S. 4 bis 7 Marc
Föhr | S. 10 bis 11 Daniel Horn Photography |
S. 12 bis 13 Vtec | S. 14 Online Software AG, David
Bosshart | S. 15 Heidemarie Kriz | S. 17 Bernhard
Franken, Dieter Lange, Thomas Vogel | S. 18 bis
19 Aslan | S. 20 Kai Fischer/Nordcap | S. 24 Büte-
ma, inoART by Becher, Deinzer | S. 25 RZB | S. 26
Yasmin Koch, Bütema | S. 28 BDIA, Callwey, WVS
Ostrowski/copyright Fa. Baur Wohnfaszination |
S. 30 Schweitzer Ladenbau GmbH/AT
Gestaltung: heller & greller GmbH Axel Treffkorn
info@hellerundgreller.de

Der dLv-Insider erscheint dreimal jährlich.



Jetzt bestellen

www.ladenbauverband.de



STORE BOOK

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



Mitgliederverzeichnis

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



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 77

10|2024

Auf dem Cover:
Zukunftsmarkt Nauen (Edeka)
Planer: Interstore

