

dlv insider 60

Deutscher
Ladenbau Verband



inside
retail

Im Store-Check:

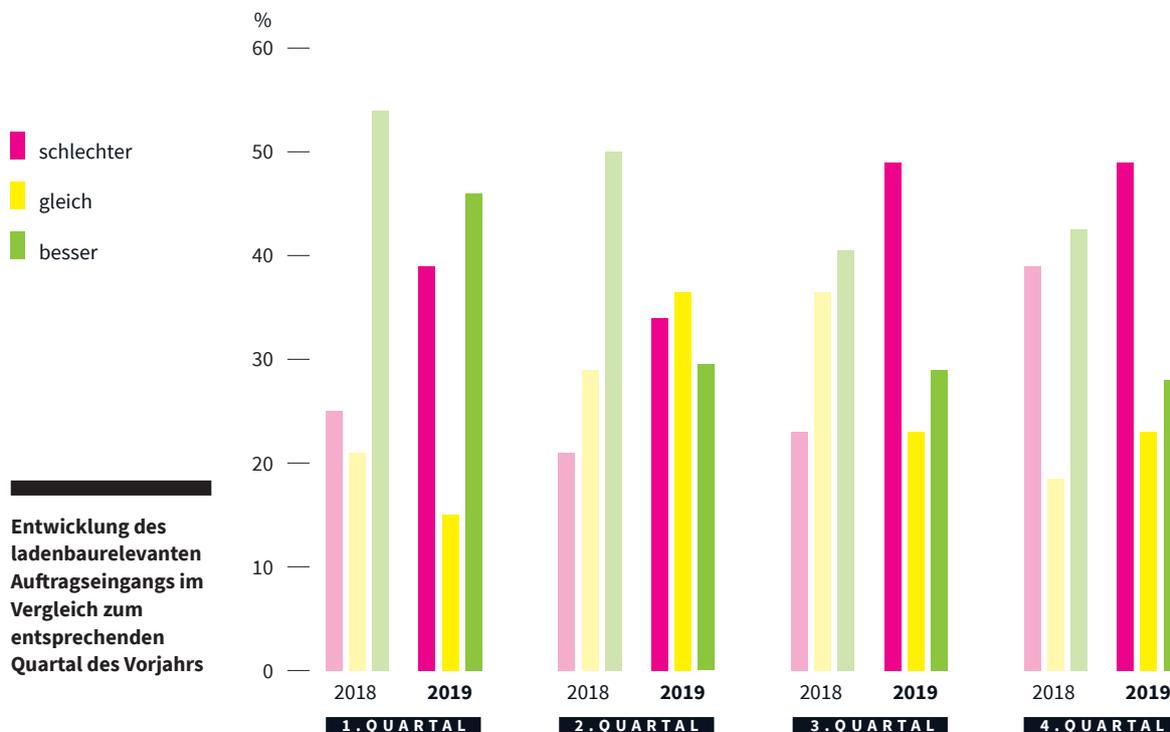
Apotheken

Moderne Treffpunkte für Gesundheit,
Schönheit und Wohlbefinden

02 | 2020

dLv-Auftragseingang
4. QUARTAL 2019

Auf dem Cover:
Medly Pharmacy in
New York
Online-Apotheke mit
kühlem Auftritt,
ein Projekt aus dem
dLv-STORE BOOK
2019



Liebe Leserinnen und Leser,

der Deutsche Ladenbau Verband (dLv) blickt nun schon auf fast 40 Jahre erfolgreiche Verbandsarbeit in der Ladenbaubranche zurück. Das ist eine lange Zeit, da geht es naturgemäß auf und ab.

In jeder Ausgabe des Insiders berichten wir über die ladenbauspezifische Auftragslage des letzten Quartals. Ein Blick auf die Statistik zeigt: Wir haben schon rosigere Zeiten erlebt. Tatsächlich haben 49 Prozent der befragten Unternehmen angegeben, dass im vierten Quartal 2019 weniger Aufträge eingegangen seien als im entsprechenden Quartal zuvor. Von gleichbleibender Auftragslage berichten 23 Prozent und 28 Prozent der Befragten verzeichnen eine bessere Auftragslage. In der Historie des Verbandes hat es wirtschaftlich schon mehrfach stürmische Zeiten gegeben. Wir freuen uns, Ihnen auch weiterhin treuer Begleiter und Partner in Ladenbaufragen zu sein.

Wir stehen für den Ladenbau der Zukunft und sind stolz darauf, dass man unsere inneren Werte nun auch von außen sieht. Im Zuge unsers neuen Corporate Designs präsentieren wir Ihnen auch den neu gestalteten Insider. Viel Spaß beim Lesen!

Ihr
dLv Deutscher
Ladenbau Verband



LADENBAU AKTUELL

04



TopPharm – Ein Treffpunkt der Gesundheit

Hybridkonzept aus Apotheke, Drogerie und Tee-Bar

08



Die Apotheke der Zukunft ist menschlich

Im Interview:
Prof. Rudolf Schricker

09

Kontrast der Konzepte

Apotheken inszenieren sich unterschiedlich:
Germania Apotheke Aachen
Farmacia 23|46 Madrid

INNOVATIONEN

12



Leitfähige Lacke

Die Innovation:
transparente Oberfläche mit Sensorfunktion

14

Die EuroShop 2020 der dLv mit großem Auftritt

16 Aussteller, 1.100 m² in Halle 11

16



Food und digitale Lösungen boomen auf der EuroShop 2020

Im Interview: Elke Moebius

TERMINE

18

19

- dLv-Ladenbautagung 2020 in Linz
- dLv-Workshop
Ladenplanung und Sortimentsdramaturgie – die Faszination der Fläche
- dLv-Tour Shanghai mit Besuch der C-star

dLV-TICKER

20

Neues aus dem dLv | Kurzmeldungen

23

dLv-Angebote | Impressum

Die Bereiche Teelounge,
Spagyrik-Labor und klassische
Apotheke bilden zusammen
einen Gesundheitsladen mit Wohl-
fühlabiente.



TopPharm: Ein **Treffpunkt** der **Gesundheit**

Die TopPharm-Apotheke in Hügendorf ist keine reine Apotheke – das Hybridkonzept aus Apotheke, Drogerie und Tee-Bar vereint mehrere Bereiche zu einem Gesundheitsladen mit Aufenthaltsqualität.

im
Store-Check:
**Apo-
theken**

Die Größe der Apotheke spricht bereits für sich. Schon im Jahr 2018 wurde das Ladenlokal auf einer Fläche von 320 Quadratmetern neu eröffnet. Dafür wurde eigens ein Neubau neben dem ursprünglichen Laden errichtet. Ende September 2019 folgte dann ein weiterer neuer Teil der Apotheke mit zusätzlichen 140 Quadratmetern. Grund für diese massive Vergrößerung waren eine Erweiterung der Dienstleistungen, die von Impfungen über Ernährungsberatungen bis hin zu Kosmetikbehandlungen reichen, sowie der große Umfang an Produkten im Angebot. Die Fläche gliedert sich in mehrere Bereiche. Kunden, die herkömmliche Medikamente suchen, finden sie nach Betreten des Ladens zu ihrer Rechten in einer klassischen, aber modern gestalteten Apotheke.

Neben diesem Angebot bietet der Gesundheitsladen Kosmetika, Hilfsmittel und Sanitärbedarf, Lebensmittel und spagyrische Arzneimittel. Die Apotheke besitzt ein eigenes Spagyrik-Labor: das Herzstück des Ladens. Diese ganzheitliche medizinische Heilkunde hat Methoden zur Aufbereitung pflanzlicher und mineralischer Substanzen entwickelt, aus denen naturheilkundliche Medikamente hervorgebracht werden, die in Form von Tropfen angeboten werden.

TopPharm ist mehr als eine Apotheke – eher ein moderner Gesundheitstreffpunkt.

Das Labor steht sprichwörtlich im Zentrum des Ladens. Dem Eingang direkt gegenüber platziert und mit einer Wandapplikation aus Röntgenbildern von Pflanzen versehen wird der Bereich in Szene gesetzt. Durch eine Glasscheibe können Kunden die Aufbereitung der Mixturen live miterleben. Ein eigens für diesen Bereich installierter Tresen unterstreicht die Bedeutung des Labors.

Zur Linken befindet sich ein weiteres Highlight des Ladens: die Tee-Lounge. Farblich abgesetzt bilden die Tee-Bar in rot und die Sitz-Lounge in grün gehalten einen Aufenthaltsbereich, in dem Kunden sich selbst bedienen und die neuesten Tee-Kreationen ausprobieren können.

Modern und freundlich wirkt die neue Abteilung mit Beratung und Verkauf von Hilfsmitteln und Sanitätsbedarf. Der Bereich wurde offen gestaltet, so dass die Produkte wie Gehstock und Rollator mit einer gewissen Selbstverständlichkeit integriert sind. Eine natürliche Umgebung zu gestalten war generell eines der Ziele des Ladenkonzepts. Dafür wurde Holz eingesetzt, beispielsweise bei den Regalböden aus Eichenholz, den Tischblättern aus Tannen-Altholz und der Akustik-Decke aus Weißtanne. Topfpflanzen machen das Bild vollständig.

Insgesamt ist der Laden mehr als eine Apotheke – eher ein moderner Gesundheitstreffpunkt mit Aufenthaltsmöglichkeit, Beratungs- und Verpflegungsangeboten. Apotheken entwickeln sich mehr und mehr zu Orten der Begegnung. Dieser Meinung ist jedenfalls Prof. Rudolf Schrickler, Designer und Dozent für Innenarchitektur in Coburg. Lesen Sie im Interview, wohin aus seiner Sicht die Entwicklung führt.

22

Apotheken pro 100.000 EW*

Schweiz



Die Farbgestaltung in der Teelounge regt die Sinne an. Wer hier für ein Tässchen Tee verweilt, lässt sich auf den modernen Sitzmöbeln nieder und genießt.

LADENBAU AKTUELL



Das Spagyrik-Labor bildet den Mittelpunkt des Ladens und ist besonders inszeniert.

16

Apotheken pro 100.000 EW*

Österreich

*Quelle: Binder Interior
(www.binder-interior.ch)

25

Apotheken pro 100.000 EW*

Deutschland



Prof. Schricker,
Designer und Dozent
für Innenarchitektur
an der Hochschule
Coburg

Prof. Rudolf Schricker »Die Apotheke der Zukunft ist menschlich«

Worauf kommt es aus Ihrer Sicht heute bei der Planung einer Apotheke an? Gibt es „richtige“ und „falsche“ Konzepte? Was hat sich in den letzten Jahren verändert?

Erwarten Kunden heute im Gegensatz zu früher mehr als Medikamente? Welche Hybridformen von Apotheken gibt es bereits und was ist noch denkbar?

Kann jede Apotheke davon profitieren, eine „Hybridform“ zu sein? Was macht eine Apotheke mit kleiner Fläche?

Obwohl nahezu jede Apotheke scheinbare Alleinstellungsmerkmale für sich proklamiert, wirken Apotheken landauf landab eher typisch, ähnlich, allgemein. „Konventionelle“ Konzepte, von Systemeinchtern und Marketingexperten allzu oft nach Schema F in Räume gepresst, sind eher austauschbar denn „falsch“ oder „richtig“. Aufmerksamkeit generieren vermehrt „originelle“ Apothekenideen: meist „mutig“, da ohne Vorbild, und selten, weil im Dschungel von Vorschriften, Normen und Gesetzen Kreativität zu wenig machbar erscheint.

Im Kern sind Apotheken Orte der Heil-Beratung, der Gesundheitsorientierung, der Krankheitsprävention, Fürsprecher positiver Lebenseinstellung. Dazu braucht es Vertrauen, Respekt, Sicherheit, Ruhe, außergewöhnliche, aber persönliche Interaktion und Entspannung. 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 beratender und helfender Funktion in den Vordergrund stellen. Krankheit ist stets individuell und sehr persönlich. Körper- und Seelenheil verlangen weniger nach Vielfalt, mehr nach Sorgfalt. Einige Apotheken bieten schon Verweilzonen an, individuelle Beratungsinself mit entsprechender Diskretion, stressfreie, ablenkende, interaktive und inspirierende Raumteile. Balance zwischen übersichtlicher Transparenz und schützender Vertraulichkeit ist ein erstrebenswertes Ziel.

Gesundes Licht in gesunder Apotheke? Entspanntes Milieu in angstfreier Atmosphäre? Beruhigende Apotheken mit Verweilcharakter? Wohlfühlfaktoren in einer Apotheke basieren auf humanen Gestaltungsfaktoren. Niemanden ausgrenzen, jeden Einzelnen ernst nehmen – integratives und inkludierendes Apothekendesign hat weniger mit Größe zu tun, vielmehr mit Glaubwürdigkeit und synästhetischer Interaktion. Digitale Schnittstellentechnologie, smarte Medizintechnik und vernetztes Gesundheitswesen werden Apotheken sehr verändern: räumlich, funktional, aber auch zwischenmenschlich und gesellschaftlich. Synergien zu generieren, Orte zu schaffen, die individuelle Bedürfnisse mit sozialen Notwendigkeiten in neu zu schaffenden Rahmen mit innovativen technischen Möglichkeiten kombinieren – das sind Herausforderungen bei Gestaltung der Apotheke der Zukunft.

Farmacia 23|46 Madrid: In das historisch anmutende Möbelstück aus dunkler Eiche sind vier moderne taktile Bildschirme eingelassen.

Kontrast der Konzepte Apotheken inszenieren sich unterschiedlich

Germania Apotheke Aachen: 50er Jahre in Knallrot

Die Germania Apotheke in Aachen befindet sich an einer vielbefahrenen Straße und muss sich daher optisch ein bisschen lauter präsentieren als vielleicht andernorts. Die Offizin ist mit ihren 25 Quadratmetern Lauffläche verhältnismäßig klein und lebt nach ihrem Umbau nun von einer charmanten Theke im 50er-Jahre-Stil – in Karminrot. Dabei wurde mit der Lamellenstruktur das Design des alten Handverkaufstisches aufgegriffen, die neue Theke nun aber, inspiriert von Nierentischen und runden Formen, in den kleinen Raum hineingefaltet. Die Grundform wurde dabei so gewählt, dass die Kunden vom Eingang weg verteilt werden. Die LED-Linie über der Theke ist eine Sonderanfertigung und zeichnet an der Decke den Verlauf des Tresens



Germania Apotheke Aachen: Inspiriert von 50er-Jahre-Nierentischen faltet sich die karminrote Theke in den Raum hinein.

nach. In den Übergang zum Arbeitsbereich wurde die Rezeptur eingefügt, die mit ihrer gebogenen Glasabtrennung weiter nach hinten leitet. So kann der Kunde die Tätigkeiten in der Rezeptur, z.B. das Anrühren von Salben, mitverfolgen. Auf diese Weise lässt sich noch ein kleiner Teil des klassischen Apothekerhandwerks in den Fokus des Kunden tragen.

Technisch wird es im Lager der Apotheke interessant. Für den acht Meter langen Roboter mit einem Fassungsvermögen von 20.000 Packungen wurde das Labor verkleinert und eine Treppe in den Keller stillgelegt. Die Förderbänder wurden im Arbeits-



bereich der Apotheke offen und sichtbar verbaut, um die ungewöhnliche Deckenhöhe von 3,4 Metern auch gestalterisch zu nutzen. Um die Technik optisch noch etwas zu akzentuieren, kamen noch zum Aluminium passende Pendelleuchten hinzu, die die Fördertechnik flankieren.

Farmacia 23|46 Madrid: Tailored Healthcare: Vergangenheit und Zukunft

In der Farmacia 23|46 in Madrid dreht sich alles um die Verschmelzung von Alt und Neu. Im Zentrum der Apotheke steht ein dunkles Eichenmöbel, um das sich das ganze Konzept ordnet. Die Füße sind aus Messing, die klassischen Griffe mit Etikettenfenstern zeugen von einer vergangenen Zeit. In der Tischplatte befinden sich hingegen vier Bildschirme, mit denen der Bezahlvorgang abgewickelt wird – Technologie von heute. Die Tischplatte besteht aus weißem Marmor aus Macael. An diesem historisch anmutenden Tisch erfolgt die pharmazeutische Beratung, während ein Roboter für die Lieferung der angeforderten Medikamente zuständig ist.

Die geschlossenen Wandmöbel sind weiß lackiert und ebenfalls mit klassischen Griffen versehen. Der obere Teil der Möbel besteht aus offenen Regalen im Industrial Style. Die gealterte Metalloberfläche der Rohre wird durch die moderne LED-Beleuchtung in Szene gesetzt. Der Boden besteht überwiegend aus geometrisch gemusterten Fliesen, unterbrochen von Holzimitat im Wartebereich. Als dekorative Elemente im Laden spielen Pflanzen eine große Rolle. Topfpflanzen, Hängepflanzen und Wandbegrünung geben dem Raum Lebendigkeit.

Exklusiv für Laden- und Innenausbau
ERP für Losgröße 1+

ams
Die ERP-Lösung

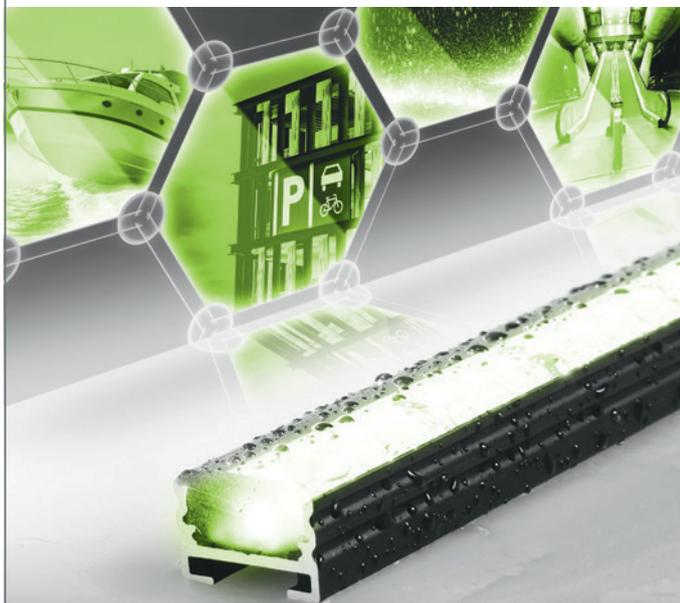
Prozesse verstehen. Transparenz gestalten.

Genialität
verpflichtet



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

LEDTEC



LED-VERGUSS

FÜR ANSPRUCHSVOLLE UMGEBUNGSBEDINGUNGEN

stoßfest ■ strapazierfähig ■ wasserdicht

EuroShop

THE WORLD'S NO.1 RETAIL TRADE FAIR

16 – 20 FEB 2020

WIR FREUEN UNS AUF SIE.

HALLE 13 / C38

LEDTEC GmbH

Abelbachstraße 13

T. +49 (0) 2951 93838-300

33142 Büren-Steinhausen

F. +49 (0) 2951 93838-399

info@ledtec.eu | www.ledtec.eu

EuroShop


Besuchen Sie uns auf der
Messe EuroShop in Düsseldorf
16. - 20. Februar 2020
Halle 11 · Stand B09



 silent.office.wall

Heiligenstrasse 75 · 41751 Viersen

Telefon +49 (0)2162 / 95 83 0 · info@silentofficewall.de

www.silentofficewall.de

Eine Marke von  Recytex

Wir präsentieren

apur ^{RAIL}
powered by
wieland

Das kabellose Leuchtkastensystem!



Wir sind auf der  EuroShop

Besuchen Sie uns
in Halle 1, auf Stand C12

Doppel Schutz Gehäuse
**DISPLAY
DESIGN**



Leitfähige Lacke

Die EuroShop 2020 steht vor der Tür. Es wird wieder eine Vielfalt an Innovationen für den Ladenbau geben. Grund genug, sich ein paar Gedanken zu machen.

Wir leben in einer Zeit, in der nahezu täglich irgendwo auf der Welt eine Innovation vorgestellt wird. Aber von welcher kann auch der Ladenbau profitieren? In dieser Kolumne möchte ich Ihnen viermal im Jahr ein neues Produkt oder eine innovative Leistung vorstellen, die uns im Ladenbau weiterbringt.

Man versetze sich zehn, fünfzehn Jahre zurück: Das war eine Zeit, in der das Smartphone schon mehr war als Zukunftsmusik. Menschen besaßen bereits dieses neuartige Gerät. Oft habe ich in dieser Zeit den Begriff „Wisch-Handy“ gehört. Natürlich mit einem Augenzwinkern. Aber überlegen Sie sich: Diese Geräte wurden nicht mehr per Knopfdruck gesteuert, sondern durch Gesten, durch „Wischen“ über eine Oberfläche. Was für eine Innovation! Heute sind wir das gewohnt. Wir wischen intuitiv sogar schon über Bildschirme, die leider nicht mit Touch-Funktion ausgestattet sind. Das Wischen ist uns in Fleisch und Blut übergegangen.

Es ist kein besonders weiter Schritt zu einem Leben komplett ohne Schalter und Knöpfe. Bald werden wir wohl das Licht an- und auswischen. Dabei behilflich sind leitfähige Oberflächen, die vielfältig eingesetzt werden können, wie zum Beispiel Lacke. Ein Lack, der mit den entsprechenden Pigmenten versetzt wurde, besitzt elektrische Leitfähigkeit und kann Informationen an eine Steuereinheit übermitteln.

Was bringt das für den Ladenbau? Spontan fällt mir das Thema Umkleiden ein. Dass die Kabinen dringend einer Überholung bedürfen, ist ja bereits in aller Munde. Das Licht ist ungünstig und der Spiegel ein schlechter Berater. Aber: wir sind nicht mehr weit davon entfernt, dass wir in der Umkleidekabine über die Wand wischen und uns das Licht so einstellen, wie es für unser Wohlbefinden passt. Oder dass wir damit ein Tool aktivieren, das uns in der Wahl unseres Kleidungsstücks berät. Und die Umkleidekabine ist nur ein Beispiel.

Genial und neuartig dabei ist die Transparenz des Lackes. Bisher waren leitfähige Lacke nur farblich zu bekommen. Durch innovative transparente Lacke hingegen ist das Ladendesign variabel.

Ich freue mich auf die EuroShop, von der wir sicher mit vielen Infos über Innovationen im Gepäck zurückkommen und von denen ich Ihnen in jeder Insider-Ausgabe eine vorstellen werde.

Ihr Daniel Erhardt

Was sind leitfähige Lacke?

Leitfähige Lacke sind eigentlich keine Neuheit. Solche Lacke enthalten Pigmente, die in der Regel aus leitfähigem Material bestehen, z. B. Metalle oder Kohlenstoff.

Leider fehlt diesen Lacken eine entscheidende Eigenschaft: die Transparenz. Das bedeutet, dass eine gewünschte elektrisch leitende Beschichtung entscheidend in das Design der Oberfläche eingreift. Um das zu umgehen, muss der Lack elektrisch leitend und gleichzeitig „unsichtbar“, also transparent sein.

Ein solcher Lack auf einer nichtleitenden Oberfläche aufgetragen versieht diese mit einer Sensorfunktion. Das ersetzt Schalter und Regler. Was bleibt ist eine ca. 10x20 cm große, „unsichtbare“ Bedienfläche.



Eine bestimmte Geste auf der Lackschicht setzt die automatische Höhenverstellung des Tisches in Gang.

Wie sieht eine Anwendung im Ladenbau aus?

Im Ladenbau lassen sich analog arbeitende Anwendungen in gleicher Weise realisieren. Berührt ein Kunde oder ein Verkäufer eine Ware oder Fläche, könnte eine Aktion wie Beleuchtung oder Sprachansage erfolgen. Durch die Funktion der Höhenverstellung können alle möglichen Elemente beispielsweise in einer Theke versenkt werden. Info-Screens oder andere Bedien-panels können per Geste aus der Theke hervorgezaubert werden. Die sensorischen Oberflächen können sogar in Glasplatten integriert werden.

Wozu werden leitfähige Lacke eingesetzt?

Ein leitfähiger, vor allem transparenter Lack allein stellt noch keine Applikation dar. Erst die Kontaktierung mit einer der Anwendung entsprechenden Elektronik stellt die gewünschte Funktion bereit. Die Hemmelrath Innovation Factory GmbH und die ASM SyncroTec GmbH haben die Technologie in marktfähige Produkte umgesetzt. Die HIF als Entwickler von Lacken und die ASM als Entwickler von Elektronik haben ihre ausgewiesenen Expertisen zunächst auf die Entwicklung unsichtbarer Bedienelemente, wie Touch-Flächen, konzentriert und sind damit im Küchen- und Büromöbelbereich vertreten. Lichteinstellungen oder Höhenverstellung von Arbeitsplatten sind Beispiele für Funktionen.

Die Technik dahinter

Die Elektronik, die dann letztendlich die Funktion in Gang setzt, ist bei dieser Innovation nicht sichtbar. Sie wird in der Nähe der Bedienoberfläche versteckt. Der Träger der Fläche, also die Platte, kann dabei eine Dicke bis 100 Millimeter haben, wenn auf der Unterseite die entsprechenden Platinen verbaut werden.

Das Interessante an dieser Technologie ist, dass sie einen hohen Fehlbedienungsschutz hat. Es wird nicht wie bei einem einfachen Touch-Schalter eine Berührung detektiert. Erst eine bestimmte „Geste“, wie ein Swipen am Smartphone, das von der Elektronik erkannt wird, löst einen Vorgang aus.

Die Kombination von transparentem, leitfähigem Lack und einer Gestenerkennung, die unerwünschte Betätigungen unterbindet, ist zum Patent angemeldet. Grundsätzlich kann die Oberfläche alles, was ein Schalter kann – aber eben unsichtbar.

EuroShop 2020: der dLv mit großem Auftritt

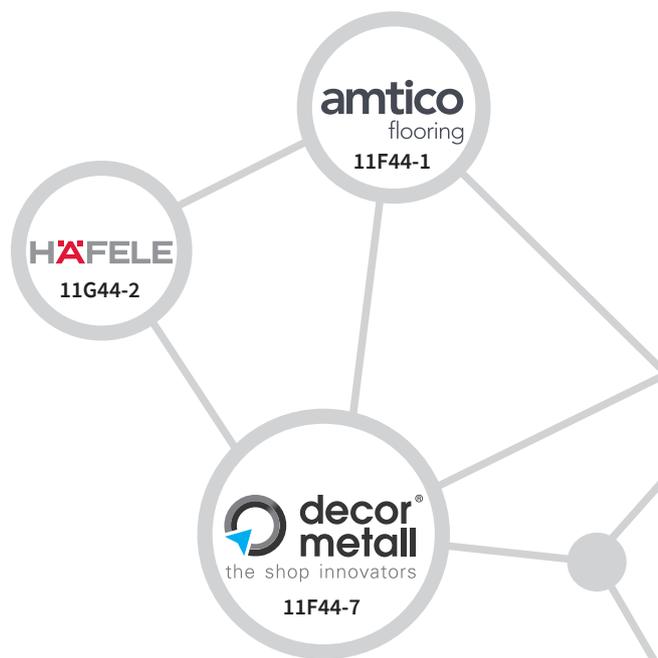
Der dLv Deutscher Ladenbau Verband zeigt sich zur diesjährigen EuroShop in neuem Design. In gewohnter Manier wird er eine Plattform für kollegialen Austausch sein.

Drei Jahre sind seit der letzten EuroShop vergangen. Der dLv präsentiert mit dem diesjährigen Messeauftritt sein neu entwickeltes Markenbild, mit dem er zukunftsorientiert in die »Zwanziger« startet (vgl. Seite 20). Nach wie vor bleibt der Verband ein interdisziplinäres Netzwerk der Ladenbaubranche, das die Zusammenarbeit von Planern und Gewerken unterstützt und den Ladenbau der Zukunft auf den Weg bringt.

Der Bereich Retail Technology hat in den letzten Jahren einen regelrechten Quantensprung gemacht. Das dLv-Fachgremium Digitalisierung setzt sich mit diesem Thema intensiv auseinander und hat im letzten Jahr gemeinschaftlich einen Leitfaden zur Digitalisierung im Retail (Retail 4.0) entwickelt. Auf dem dLv-Stand wird es einen Bereich geben, in dem Sie sich zu diesem Thema informieren können.

Erfahren Sie auch mehr über die Vorteile einer Mitgliedschaft im dLv als Ladenbauer oder Ladenbaupartner oder informieren Sie sich als Händler, wo die Mitglieder des dLv Sie fachkundig unterstützen und weiterbringen.

Am dLv-Stand werden Sie neben Informationen über den Verband und seine Mitglieder auch seine Publikationen finden. Dazu gehört das brandneue STORE BOOK 2020, ein Bildband über die schönsten und innovativsten Neu- oder Wiedereröffnungen des letzten Jahres im Ladenbau. Druckfrisch natürlich auch unser begehrter *Ladenbau Trendreport*. Auf rund 100 Seiten kommen Experten zu Wort und besprechen die neuesten Trends und

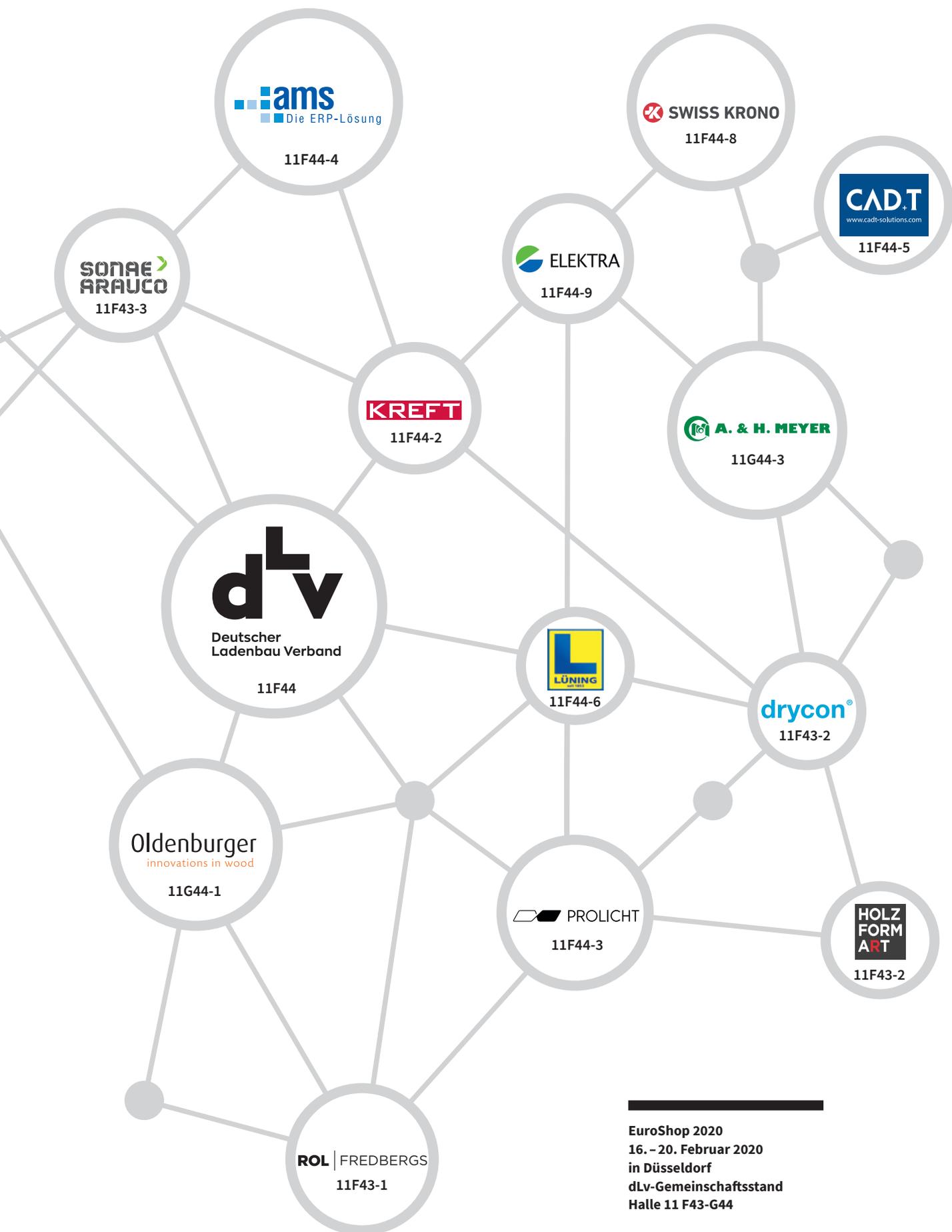


Entwicklungen von Materialien über Beleuchtung bis zum Ladendesign selbst. Werfen Sie auch einen Blick in unsere Verbandszeitschrift, den neuen dLv-Insider, lassen Sie sich von unseren Veranstaltungen inspirieren, wie beispielsweise der dLv-Tour nach Shanghai im September oder der dLv-Ladenbautagung im Mai.

Nicht zuletzt sind es natürlich unsere Mitglieder, die den Stand auf mehr als 1.100 Quadratmetern zu einem Treffpunkt der Branche machen. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Die folgenden Mitgliedsfirmen finden Sie am dLv-Gemeinschaftsstand:

- A. & H. Meyer GmbH www.ah-meyer.de
- ams.Solution AG www.ams-erp.com
- Amtico International GmbH www.amtico.com
- CAD+T Consulting GmbH www.cadt.at
- decor metall GmbH www.decor-metall.de
- drycon® Ausbau GmbH www.drycon.de
- Elektra GmbH www.elektra.de
- Häfele www.hafele.com
- HolzFormArt www.holzformart.de
- Kreft Innenausbau Team GmbH www.kreft.de
- Lüning Ladenbau GmbH www.LSYSTEM.de
- Oldenburger Interior GmbH & Co. KG www.oldenburger.com
- Prolicht GmbH www.prolicht.at
- ROL Fredbergs AB www.rolfredbergs.com
- Sonae Arauco www.sonaearauco.com/de
- SWISS KRONO GROUP www.swisskrono.ch



EuroShop 2020
16. - 20. Februar 2020
in Düsseldorf
dLv-Gemeinschaftsstand
Halle 11 F43-G44



**Elke Moebius,
Global Head Retail
& Retail Technology,
Messe Düsseldorf**



Elke Moebius »Food und digitale Lösungen boomen auf der EuroShop 2020«

Die EuroShop ist in Dimensionen eingeteilt, die verschiedene Themengebiete abdecken. Gibt es 2020 hier Veränderungen?

Auf der EuroShop 2020 feiert die Erlebnisdimension Food Service Equipment Premiere. Denn Gastronomie ist der Megatrend im Handel. Der Kunde wird zum Gast – im Shopping-Center, im Supermarkt oder in der Tankstelle. Doch nur mit einem gut durchdachten Konzept, der entsprechenden Technik und einer guten Fachberatung im Vorfeld ist ein solches Projekt auch von Erfolg gekrönt. Die neue Dimension bietet einen großen Pool hochspezialisierter Unternehmen, die den Handel bei der Realisierung von Gastronomieflächen unterstützen.

Gibt es sonst noch etwas Neues auf der EuroShop 2020?

Die EuroShop belegt auch erstmals unsere neue Halle 1, die Ende September 2019 eröffnet wurde. Mit 158 Metern Länge, 77 Metern Breite und mehr als 12.000 Quadratmetern Fläche bietet sie nicht nur mehr Platz als die alten Hallen 1 und 2, sondern verfügt auch über hochmoderne Konferenzräume. Der Eingangsbereich Süd wird gerade komplett neugestaltet und beeindruckt bereits mit einer lichtdurchfluteten, imposanten Eingangshalle, eine neue Tiefgarage dort ist ebenfalls schon seit September in Betrieb.

Die wirklichen Neuheiten werden aber unsere Aussteller an ihren Ständen präsentieren. Diese lassen sich jetzt natürlich noch nicht in die Karten schauen und werden ihre Innovationen erst zur EuroShop selbst enthüllen. Wir dürfen gespannt sein!

Wo sehen Sie die Hauptthemen für 2020 bzw. welche Bereiche boomen aus Ihrer Sicht am meisten?

Man merkt deutlich, dass alle Themen mit Bezug zu Food Retail, energie-effiziente Lösungen und alle digital getriebenen Themen einen Boom erleben. Das bedeutet konkret für die EuroShop, dass sich die Dimensionen Retail Technology, Retail Marketing, Refrigeration & Energy Management und Food Service Equipment sehr gut entwickelt haben und wir zum Teil mit Wartelisten agieren müssen. Die finale Zahl der Aussteller stand lange Zeit noch nicht fest, da immer mal wieder angemeldete Firmen absprangen und noch neue Player dazu kamen.



Intelligente Technik am PoS

JUNIC

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



Premiere mit
Live-Präsentation



EuroShop

Düsseldorf
16.-20. Februar 2020
Halle 11 | F44-9



HOLZ-HANDWERK

Nürnberg
18.-21. März 2020
Halle 11.1-127



ELEKTRA
www.elektra.de



PROJECT FLOORS

Oben Fashion, unten Design.
LVT im Ladenbau.

www.project-floors.com

Your Project. Our Floors.

Termine

Was	Wann	Wo	Info
EuroShop	16. – 20.02.2020	Düsseldorf	Weltgrößte Fachmesse für den Investitionsbedarf des Handels mit d⁺v Gemeinschaftsstand
Inhorgenta	14. – 17.02.2020	München	Internationale Fachmesse für Schmuck, Uhren, Design, Edelsteine und Technologie
light and building	08. – 13.03.2020	Frankfurt am Main	Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik
in-store asia	23. – 25.04.2020	Mumbai /Indien	Fachmesse mit Kongress für den Handel
RDE – Retail Design Expo	29./30.04.2020	London/ Großbritannien	Internationale Messe für Retail Design
d⁺v Ladenbautagung	14./15.05.2020	Linz/ Österreich	DER Branchentreff der Ladenbauer und Partner; veranstaltet vom dLv-Netzwerk Ladenbau e.V.
d⁺v Workshop Ladenplanung und Sortimentsdramaturgie – die Faszination der Fläche	16./17.06.2020	Würzburg	d⁺v Workshop mit Daniel Schnödt
C-Star	02. – 04.09.2020	Shanghai/ China	Internationale Messe für den Retail mit German Pavilion
d⁺v Tour	02. – 06.09.2020	Shanghai/ China	Beobachtung von Trend-Läden und Trend-Locations und Austausch in der Gruppe/Besuch der C-Star
d⁺v Seminar Baulicher Brandschutz für Planer und Architekten, Ausführende und GU	03.11.2020	Köln	d⁺v Seminar mit Christian Paschen
d⁺v Seminar Trends und Materialien: The bigger Picture Trend Update	12.11.2020	Köln	d⁺v Seminar mit Julia Greven und Birgit Hansen

14. und 15. Mai 2020
dLv-Ladenbautagung Linz



Wir organisieren die Tagung 2020 des Deutschen Ladenbau Verbandes gemeinsam mit unserem Mitgliedsunternehmen CAD+T Consulting GmbH mit Sitz in Ansfelden bei Linz.

Unsere 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 wir 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 Günter 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 können Sie wählen, ob Sie mit uns die voestalpine Stahlwelt besichtigen oder uns in Oberösterreichs größtes Shopping-Center PlusCity in Pasching begleiten. Wir freuen uns auf Sie.

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



Was kann oder muss der stationäre Einzelhandel tun, um neben dem rund um die Uhr und sieben Tage die Woche geöffneten Online-Handel 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.

Die Schwerpunkte:

- Trends im Handel und Markt Betrachtung
- Die wichtigsten Regeln für erfolgreiche Ladenplanung
- Markenbildung im Einzelhandel
- Gestaltungselemente von Innen nach Außen
- Raumplanung – Kundenlauf – Raumererschließungssysteme
- Multisensuale Einsatzmittel
- Storedesign und Atmosphärische Optimierung
- Store-Check vor Ort und Gruppenarbeit

Der Referent Daniel Schnödt berät und begleitet Industrie und Handel in den Fragen der strategischen Positionierung bis hin zu operativen Geschäftsfeldern. Er gilt als kreativer Gestalter, der den Handel, das Produkt und den Ladenbau zusammenbringt.

2. bis 6. September 2020
dLv-Tour Shanghai



Trotz E-Commerce investieren die führenden chinesischen Online-Konzerne in Einkaufszentren und arbeiten an Konzepten, den Einkauf in Ladengeschäften mit digitaler Technik zu verbessern. Was bei uns noch nach Zukunftsmusik klingt ist in China schon Alltag. Der dLv macht sich auf, das Morgen im Handel zu besichtigen – und zwar in Shanghai! Diese pulsierende Stadt ist ein höchst digitalisiertes Pflaster. Und der Ladenbau mischt dabei kräftig mit.

Es erwarten Sie Trend-Läden, die wir auf gut geplanten Touren in Gruppen besichtigen.

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

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

**dLv in neuem Design:
Marke, Typografie und Farbwelt verjüngt**

dLv Deutscher
Ladenbau Verband



So innovativ, dynamisch und überraschend wie die Branche zeigt sich seit Anfang des Jahres auch der Deutsche Ladenbau Verband in seinem neuen Corporate Design. Auf der Grundlage der gemeinsam mit Vorstand und Geschäftsführung erarbeiteten Markenstrategie entwickelte das Berliner Designbüro adlerschmidt das neue Markenzeichen, Typografie- und Farbsystematik sowie das Publikations- und Webdesign. Somit stellt sich der dLv auch in seiner Kommunikation dem Transformationsprozess zum »Ladenbau 4.0«.

Unverändert steht der Verband weiterhin für ein interdisziplinäres Netzwerk der Ladenbaubranche, das die Zusammenarbeit von Planern und Gewerken unterstützt und den Ladenbau der Zukunft auf den Weg bringt.

STORE BOOK 2020 out now!



Das Buch ist im Callwey Verlag erschienen und für 89,00 € im Buchhandel oder direkt beim dLv erhältlich.

Frisch gedruckt präsentiert sich das STORE BOOK pünktlich zur EuroShop. Die herausragendsten Leckerbissen aus dem Bereich Ladenbau und Store-Design international sind, wie in jedem Jahr, in diesem Werk versammelt. Die hochkarätige Jury, die der dLv als Herausgeber des Sammelbandes seit Jahren versammelt, hat wieder ganz besondere Ladenkonzepte und hervorragend designte Stores aus verschiedensten Branchen gekürt.

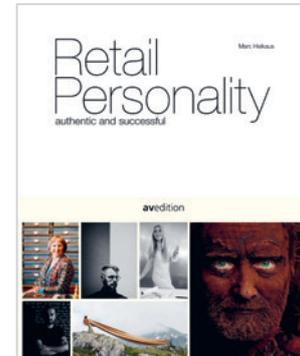
Neues Mitglied im dLv



Wolfgang Hünies Elektrotechnik GmbH
Rubrik: EDV
Schwerpunkte: alle erforderlichen Stromversorgungen, Daten-, Video- und EDV-Technik, Rollouts und Filialservice, 360° POS Service
Mitarbeiter: 50
Firmensitz: Dortmund

Die Wolfgang Hünies Elektrotechnik GmbH versorgt Läden der Branchen Mode, Sport, Lifestyle und Drogerie mit Strom sowie Daten-, Video- und EDV-Technik. Zum Portfolio gehören Rollouts, Filialservice und der 360°-POS-Service.

Retail Personality – authentic and successful



Das Buch wird ab Februar 2020 im Verlag avedition erhältlich sein. Hrsg: Marc Heikaus, Stephan Demmrich, Jons Messedat.

Was haben der Pariser Chocolatier und Bildhauer Patrick Roger, die Macher des angesagten Osloer Modelabels Norwegian Rain, T-Michael und Alexander Helle mit dem Stuttgarter Optiker Andreas Kraft gemeinsam? Sie alle glauben an die Magie und Anziehungskraft gut gestalteter Geschäfte. Mehr noch – als Unternehmer haben sie ihre Läden zum Botschafter ihrer Marke, ihrer Philosophie und Produkte gemacht. Marc Heikaus, Inhaber der Heikaus-Gruppe, eines schwäbischen Familienunternehmens mit ca. 50 Mitarbeitern, ist Herausgeber eines Buches, das seine Leser auf eine Entdeckungstour zu ausgefallenen Retail-Hotspots weltweit führt.

Interessante Persönlichkeiten, die zum Thema Shopgestaltung und Warenpräsentation einen relevanten Beitrag leisten, stehen im Fokus.

Münch+Münch gestaltet Windsor in Frankfurt



Der marmorne Kassentresen ist wie die Marke Windsor zeitlos und hochwertig.

Das Ladenbauunternehmen Münch+Münch entwickelte für den neuen Store der Premium-Fashion-Marke Windsor in Frankfurt am Main ein komplett neues Konzept. Die Marke Windsor spiegelt sich mehr denn je in der Einrichtung – einer Mischung aus lässig, zeitlos und hochwertig.

Materialien wurden im Store wohlbedacht genutzt. Neben Massivholz, Bronze und Naturleinen wurde ein aus Spanien importierter, brauner Marmor mit markanter Musterung eingesetzt. Dieser Eye-Catcher wurde sowohl für Tischplatten im Lounge-Bereich als auch für den Counter verwendet. Der Store beheimatet außerdem Werke der Künstler Charlie White, Philip-Lorca di Carcia, Isabel Truniger und des französisch-deutschen Künstlerduos Vidja Gastaldon & Jean-Michel Wicker, alle aus der hauseigenen Windsor-Art-Collection.

Eurodisplay wird zu Polyform



Die Marke EuroDisplay® wird zukünftig unter der Schwesterfirma POLYFORM GmbH & Co. Betriebs KG zu finden sein. Die Zusammenfassung hat eine Änderung der E-Mailadressen und der Webseite zur Folge. Die gewohnten Ansprechpartner stehen nun unter ...@polyform.de zur Verfügung. Die allgemeine E-Mail-Adresse ist ab sofort dekorationsartikel@polyform.de. Unter www.polyform.de finden Sie mehr zur Firma.

Anker Kassensysteme hat einen neuen Eigentümer

Die Beteiligungsgesellschaft Halder übernimmt die Mehrheit an dem Anbieter von Hardware und Lösungen für den Point of Sale – gemeint sind insbesondere Geldkassetten und Geldschubladen. Unter der Regie des Frankfurter Investors soll das Unternehmen Anker Kassensysteme, dessen Wurzeln bis 1876 zurückreichen, auf Wachstumskurs gebracht werden. Dabei haben der Mehrheitsgesellschafter und das Management des Unternehmens insbesondere das europäische Ausland im Blick.

Bäro erweitert die kompakte XR Leuchtenserie



Die kompakte Einbauleuchte Intara XR ist neu in der kompakten XR Leuchtenserie.

Die XR Leuchtenserie wird von Planern und Anwendern in der Retail-Beleuchtung besonders dort eingesetzt, wo kompakte Abmessungen gewünscht sind, ohne dass die Leistung darunter leidet. Die Serie von Bäro wurde jetzt um einige Features erweitert. Die Aufbauleuchten Ontero XR kommen jetzt auch mit schienenbündigen In-Track-Adaptoren, die Einbauleuchten Intara XR komplettieren das System für noch vielseitigere und differenziertere Lichtkonzepte. Die Intara XR findet ihren Einsatz überall dort, wo ein ruhiges und unauffälliges Deckenbild gefragt ist.

Das verbindende Designelement der XR Serie ist ihr kompakter Leuchtenkopf aus Aluminium-Druckguss, der hochwertiges Design mit optimalem LED-Wärmemanagement vereint.

Hesse Lignal bloggt jetzt

Die Coating-Firma Hesse Lignal hat auf ihrer Homepage unter <https://www.hesse-lignal.de/blog.html> einen Blog eingerichtet. Er enthält aktuelle Informationen über das eigentliche Produkt hinaus. Interessante Tipps und Tricks rund um die Oberfläche, Nützliches, Wissenswertes und Inspiratives zum Thema Oberflächengestaltung oder auch interne Einblicke und Infos über das Familienunternehmen Hesse. Der Blog ist für Handwerker, Menschen in der Industrie und Liebhaber schöner und wertvoller Oberflächen interessant. Themen wie Green Building, Lacke und Brandschutz oder Untergrundhaftung stehen aktuell in Deutsch zur Verfügung.

Aachener Cruiser Center von Ladenbau Turner



Das Blau der Marke findet sich in den Präsentationsmöbeln wieder.

Das Ladenbauunternehmen Turner erschuf im Herbst 2019 den Fahrradladen Aachener Cruiser Center neu. Mountain-Bikes, E-Bikes, Rennräder, Motorroller, Kinderfahrräder, Lastenräder und Quads werden seitdem in neuer Form präsentiert. Auf ca. 1.500 Quadratmetern wurden einzelne, individuelle Themenwelten geschaffen, der Laden wurde klar strukturiert, sodass Warenfelder sofort für den Kunden erkennbar sind. Durch den Einsatz von Naturholz wurde eine natürliche Atmosphäre geschaffen. Großzügige Podeste heben Highlights der einzelnen Themenwelten sehr gut hervor. Das ausgefeilte Lichtkonzept unterstreicht das angenehme Einkaufserlebnis.

dLv-TICKER

Uzin Utz: Boden schnell erneuern und wieder nutzen

Renovieren übers Wochenende ohne Umbauten und lange Ausfallzeiten, dazu gleich ein neues Raumkonzept umsetzen – das ist möglich und wird von den Bodenprofis von Uzin Utz umgesetzt, zum Beispiel in einer Apotheke in Rheinbach. Der Vorteil bei der Bodenrenovierung im Laden: Es mussten keine Regale und Schränke entfernt oder andere Möbel für die Bodenerneuerung bewegt werden. Die Versiegelung RZ Turbo Protect sorgt für eine hervorragende Beständigkeit gegenüber Wiederanschmutzung und farblose Chemikalien verlängern die Lebensdauer des vorhandenen Belags. „Der Renovierungszyklus wird mindestens um drei Jahre verlängert“, erklärt Christian Thieme, Anwendungstechniker bei RZ.



Der unansehnlich gewordene beige-braune Bodenbelag in einer Apotheke in Rheinbach erhielt in kürzester Zeit ein komplett neues Design. Die Renovierung der 100 Quadratmeter großen Fläche dauerte eineinhalb Tage.

Kronospan nimmt Sperrholz ins Sortiment auf

Sperrholz ist ein sehr vielseitiges Produkt, das aus dünnen Schichten von Nadelholzfurnieren besteht, die zusammen eine dünne Platte entstehen lassen. Es wird für viele Anwendungen im Innen- und Außenbereich sowie in der Konstruktion eingesetzt – von der Schalung bis hin zur Wandverkleidung im Innenbereich – und ist sehr langlebig. Kronospan hat zusätzlich zu Spanplatten nun Sperrholz ins Sortiment aufgenommen. Sperrholz ist ein umweltfreundliches Produkt, das aus erneuerbaren Rohstoffen besteht. Weltweit ist die Nachfrage nach Sperrholz in den letzten Jahren gestiegen.

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

Besuchen Sie uns auf der Euroshop in Düsseldorf:
16. - 20.02.2020, Halle 11 / D60.



PFLEIDERER

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 dLv Deutscher Ladenbauverband 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



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: Charlie Schuck, S. 4+7 Pia Koefoed,
S. 9 Germania: Uwe Spoering, Farmacia 23/46:
Gonzalo Bullón, S. 13 Linak, S. 21 Windsor-
Tresen: Windsor, Aachener Cruiser Center:
Ladenbau Turner, S. 22 Uzin Utz
Gestaltung:
adlerschmidt kommunikationsdesign, Berlin
Der dLv-Insider erscheint quartalsweise.
Bezugspreis: 2,50 €.

Jetzt bestellen

per E-Mail an info@ladenbauverband.de oder unter www.ladenbauverband.de



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



STORE BOOK
Jährlich erscheinendes Standardwerk, das herausragende Läden von A wie Apotheke bis W wie Warenhaus vorstellt. Erschienen im Callwey Verlag. 89,00 €



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 €



Leitfaden zur Digitalisierung im Retail
Ein strukturierter Überblick des dLv-Fachgremiums zur Digitalisierung am POS über den Einsatz von Technologien im Store. Erschienen im dLv. 129,00 € zzgl. MwSt. (reduzierter Preis für dLv-Mitglieder)



Insider 60
02|2020

