

dlv insider 76

Deutscher
Ladenbau Verband



FUNDOLAND™, Changsha/China

inside
retail

Fabelhafte Stores

Big in China

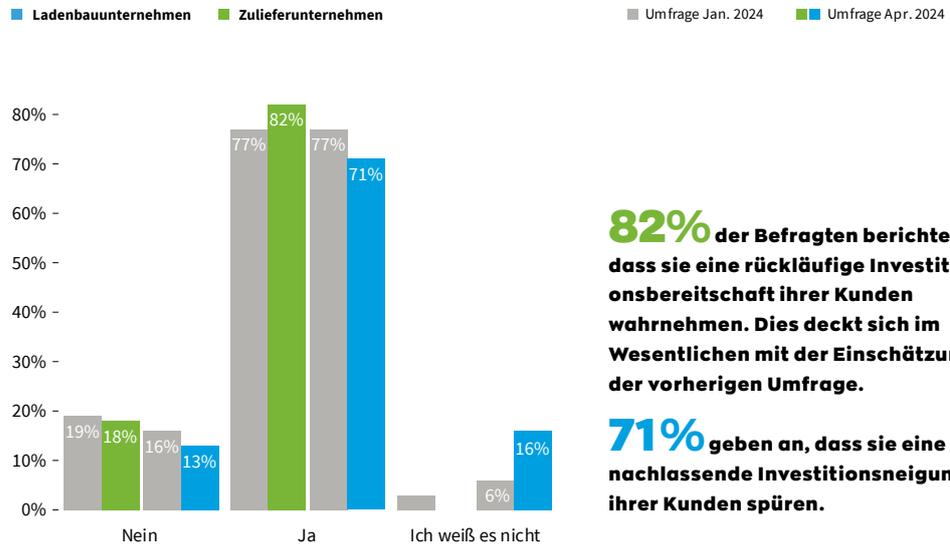
Li Xiang über
mutiges Storedesign

Rückblick Laden-
bautagung 2024

Ausblick Workshop
Hybrid Food Retail

Spüren Sie eine nachlassende Investitionsneigung Ihrer Kunden?

Frage aus der aktuellen Branchenstatistik des dLv - April 2024



82% der Befragten berichten, dass sie eine rückläufige Investitionsbereitschaft ihrer Kunden wahrnehmen. Dies deckt sich im Wesentlichen mit der Einschätzung der vorherigen Umfrage.

71% geben an, dass sie eine nachlassende Investitionsneigung ihrer Kunden spüren.

Branchendaten des dLv auf der Website



Wo sind die Investitionen im Handel?

Liebe Leserinnen und Leser,

wenn der Insider erscheint, ist es Halbzeit bei der Fußball-Europameisterschaft im Land und wir sind hoffentlich noch im Titelrennen mit dabei. Halbzeit ist es auch für den dLv. Wir schauen zurück auf eine ereignisreiche erste Jahreshälfte. Wir waren im Februar aktiv auf der EuroCIS in Düsseldorf. Das STORE BOOK ist mit vielen schönen Läden im März erschienen. Im Mai fand die Ladenbautagung in Kamp-Lintfort statt, die für uns ein herausragendes Feedback brachte. Exzellente Referenten und gut aufgelegte Teilnehmer spielten mit. Die bisherigen Umfragen zur aktuellen Lage sagen, dass bedauerlicherweise auch dieses Jahr „nur“ zufriedenstellend für die Branche verlaufen wird.

Die aktuelle Lage im Handel wiederum ist schlecht, sagt das Statistische Bundesamt¹, aber die Erwartungen hellen sich auf, erwidert das ifo-Institut². Wir schauen derweil gespannt auf Ende September, wenn die neuen Projekte für das STORE BOOK eingereicht sind. Trotz anhaltender Krise gibt es inspirierende Konzepte, wunderbare neue Brands und interessante Locations. Wenn Sie auch dabei sein wollen, schauen Sie bei uns auf die Website und reichen Sie kostenlos Ihre Referenzen ein. Sie brauchen „nur“ ein schönes Projekt und gute Bilder, mehr nicht. Viel Glück!

¹ Pressemitteilung Nr. 215 vom 31. Mai 2024

² ifo-Geschäftsklima Mai 2024

Ihr **dLv** Deutscher Ladenbau Verband

Schwerpunkt: China

04



Der Mut, im Storedesign neue Wege zu gehen. Ein Blick nach China

Beitrag von Li Xiang,
X+Living Architectural Design Shanghai

08 Store-Beispiele aus China

Chinesische Brands mit ihren
außergewöhnlichen Läden

Ladenbau aktuell

12 dLv-Ladenbautagung 2024
Rückblick auf den jährlichen Branchentreff

16 Aktuelle Branchendaten
Die Ladenbauer fahren auf Sicht

Termine

18

auf einen
Blick

19 Workshop Retail Design
Hybrid Food Retail

Führungskräfte-Seminar
Erfolgreich und innovativ führen

dLv | Kompakt

22 Neue Mitglieder
Grimm Möbelwerkstätten GmbH,
LTS Licht & Leuchten GmbH,
Blitzen GmbH,
Aslan Selbstklebefolien GmbH

**23 dLv-Mitglieder:
Unternehmensnachrichten**
Backshop von Schmees Ladenbau GmbH,
Basics der Umkleidekabine

Das besondere Projekt

26



Stadtparkasse Cuxhaven
Neuer Pausenraum für das Personal

27 dLv-Angebote | Impressum

Big in China: Pop Mart, Spielzeugwarenhersteller und an der Hongkonger Börse notiert, verkauft winzige Figuren. Die Designspielzeuge des expansiven Unternehmens sind begehrte Sammlerobjekte. Der 600 Quadratmeter große Flagshipstore an der berühmten Nanjing Road in Shanghai zeigt auf zwei Ebenen eine Wunderwelt, entstanden in 3D-Druck-Technologie. Derzeit entsteht ein Store von Pop Mart in Amsterdam.



Die **Stores** großer nationaler und internationaler **Brands** in **China** sind **außergewöhnlich**

Sie können so aussehen, wie sie aussehen, weil es die Bauvorschriften zulassen. Was in Shanghai genehmigt wird, hat unter Umständen in Hamburg keine Chance. Und so kommt es, dass für Retailer phantastische Räume gebaut werden, und zwar nicht nur in Shanghai. Die Planerin Xi Liang gibt Einblicke in ihre Arbeitsweise und die Entstehung von Storekonzepten in China. Die Geschäfte laufen nicht mehr so hervorragend, denn auch in Asien gewinnt der E-Commerce stark an Boden. Gutes Design und Mut zur Umsetzung sind wichtiger denn je.



Schwerpunkt:
China



Li Xiang, Gründerin von X+Living Architectural Design Shanghai und Chief Creative Designer

Der Mut, im Storedesign neue Wege zu gehen. Ein Blick nach China.

Wenn ich Designs für meine Einzelhandelskunden entwerfe, nutze ich Geschäftsstrategien, die über die Befriedigung grundlegender Bedürfnisse hinausgehen. Ich helfe Marken, auf neue und innovative Weise zu denken, und dränge auf einzigartige und mutige Designs. Letztes Jahr habe ich zum Beispiel an einem Projekt für Pop Mart, eine trendige Spielzeugmarke, gearbeitet und den Flagshipstore in Shanghai gestaltet. Wir konzentrierten uns zunächst darauf, die Sichtbarkeit der Marke zu verstärken, indem wir die Ladenfront mit einer großen, auffälligen und dekorativen Fassade umgestalteten. Wir verwendeten leuchtende Farben und 3D-Drucktechnologie, um ein visuell ansprechendes und komplexes geometrisches Design zu schaffen. Das Ergebnis ist ein direkt ins Auge fallendes Geschäft in einem der belebtesten Geschäftsviertel Shanghais, das sogar zu einem Wahrzeichen in der trendigen Spielzeugbranche geworden ist.

Wir haben festgestellt, dass es immer schwieriger wird, Storebesuche in Verkäufe umzuwandeln, sowohl online als auch offline. Um ein in den sozialen Medien bekanntes Shoppingziel zu schaffen, setzen einige Brands blindlings auf auffällige Designs zu niedrigen Kosten. Sie jagen flüchtigen Trends hinterher, in der Hoffnung, die Verbraucher mit preiswerten, schnell austauschbaren Flächen anzulocken. Infolgedessen sind immer mehr Einzelhandelsgeschäfte mit bruchstückhaften, aber anregenden visuellen Erlebnissen gefüllt, die jedoch ausschließlich „instagrammable“ sind und nur dafür geschaffen wurden. Leider wird bei diesen Entwürfen vernachlässigt, wie wichtig es ist, kontinuierliche, markenzentrierte Raumerlebnisse zu schaffen. Was mich beunruhigt, ist, dass diese

„Einzelhandelsflächen müssen nicht mehr den traditionellen Formen entsprechen. Die Designer sollten die Möglichkeiten nutzen, innovative Wege zu gehen und Neues zu schaffen.“

billig gebauten, im Internet berühmt gewordenen Entwürfe zu einer Homogenisierung der räumlichen Themen und der Ästhetik auf dem Markt führen können. Wenn dieser Fall eintritt, wird niemand mehr bereit sein, für Kreativität zu bezahlen. Was ist, wenn die Trends verblassen, wenn die Verbraucher allmählich der gängigen Instagram-Designs und der Räume überdrüssig werden, die nur vorübergehend Freude und Anregung bieten? Dann wird es irgendwann wieder innovative Designer brauchen, die Markttrends neu definieren. Wie also können wir Designer in einem solchen Umfeld bahnbrechende Lösungen finden?

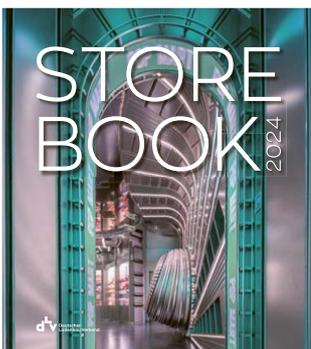
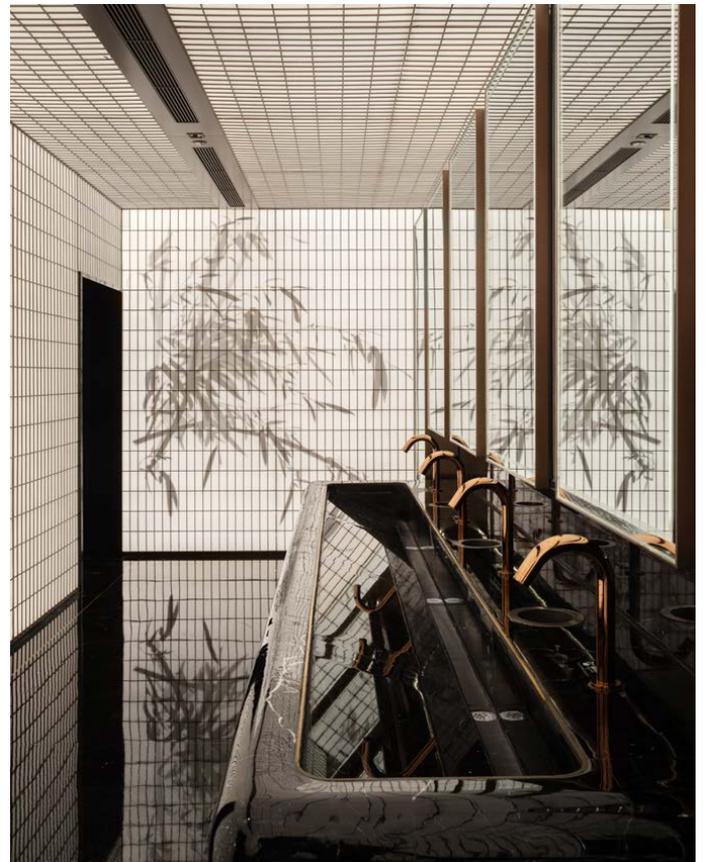
Ich möchte Ihnen ein Projekt zur Renovierung von Toiletten vorstellen, an dem ich dieses Jahr für Deji Plaza, ein Shopping Center in China, gearbeitet habe. Während der Entwurfsphase schlug ich dem Kunden vor, die Toilette in einen künstlerischeren öffentlichen Freizeitraum zu verwandeln. In diesem Luxus-Einkaufszentrum, in dem Platz sehr kostbar ist, wollte ich die Toilette nicht nur effizienter gestalten, sondern auch ein Erlebnis menschlicher Beziehungen schaffen. Nach der Fertigstellung wurde dieser Raum zu einem beliebten Ziel in der Stadt, der viele Besucher anlockte und dem Einkaufszentrum zu mehr Aufmerksamkeit verhalf. Das Projekt wurde zu einer bemerkenswerten Fallstudie in der Branche. Kürzlich haben internationale Luxusmarken wie Burberry, Jo Malone und Dior sogar Pop-up-Ausstellungen in der Toilette veranstaltet. Dieser funktionale Raum hat sich in eine Ausstellungsfläche für den Einzelhandel verwandelt und einen kommerziellen Wert geschaffen.





Li Xiang hat nichts Geringeres als die Toiletten im Shopping-Center Deji Plaza in Nanjing renoviert. Das gelang ihr so gut, dass Luxuslabels wie Dior dieses Örtchen für Pop-up-Ausstellungen nutzen.

Bei diesem Projekt wurde mir klar, dass der Wert von Design vielleicht auch darin liegt, Stereotypen zu brechen und neue Konsumgewohnheiten zu fördern. Einzelhandelsflächen müssen nicht mehr den traditionellen Formen entsprechen. Die Designer sollten die Möglichkeiten nutzen, innovative Wege zu gehen und Neues zu schaffen. Ich glaube, dass angesichts des sich rasch verändernden gesellschaftlichen Umfelds und der vorherrschenden Aufmerksamkeitsökonomie in Zukunft unweigerlich komplexere und vielfältigere Geschäftsformate entstehen werden. Und Design ist immer ein Teil des Geschäfts, es gibt kein Allheilmittel, nur die Einsicht: Die Anpassungsfähigkeit und das Verständnis der menschlichen Natur können zu guten Lösungen führen.



Weiterlesen im
neuen STORE BOOK
2024



Bigger than Life

Store-Beispiele aus China

„Die Flagshipstores der großen internationalen Brands sehen überall gleich aus.“ Das Zitat stammt von Wolf Jochen Schulte-Hillen, Weltreisender in Sachen Retail. Und in Asien sind die Verkaufsflächen zudem noch größer als hierzulande, die Werbung ist schriller. Vieles wirkt aufgebläht. Langeweile durch immer gleiche Store-Bilder kommt aber dann nicht auf, wenn wir uns einheimische, bei uns noch unbekannte Marken und ihre stationären Inszenierungen ansehen. Die Inspiration ist garantiert.

Jewellery: Chow Tai Fook



Chow Tai Fook, 1929 in Guangzhou gegründet, ist einer der größten Edelmetall- und Edelsteinhändler Chinas und betreibt zahlreiche Stores. Seine Läden haben immer einen regionalen Bezug. In Wuhan steht die fernöstliche Tradition der Blütenverehrung im Mittelpunkt.

Planung: One Plus Partnership Ltd.

Accessories|Bags: Babama Concept Store

Der erste Store des 2011 gegründeten Labels vereint den industriellen Charakter der Produkte mit nachhaltigen Materialien. Im Zentrum pulsiert „Pumping Heart“, eine mechanische Herzinstallation, um die Markenphilosophie von Babama visuell und emotional zu vermitteln. Der Store steht in Xintiandi im Huangpu-Distrikt in Shanghai.

Planung: Atmosphere Architects



Outdoor: Arc'teryx



Der kanadische Outdoor-Experte Arc'teryx expandiert in Asien und hat Erfolg. Als Sportbrand gestartet, entwickelt sich Arc'teryx zur gefragten Lifestylemarke. Die neuen Stores sind gewaltige Statements. Holz und natürliche Materialien dominieren, eine Reminiszenz an die Natur am Heimatstandort Vancouver. Der abgebildete Laden steht in Peking.

Planung: Still Young

Entertainment: Fundolandn

Die virtuelle Erlebniswelt in physisches Multi-Entertainment übersetzt, das ist Fundolandn. Mit sagenhaften 4.500 Quadratmetern auf zwei Etagen ist in Changsha ein Entertainment-Wunderland entstanden. In chinesischen Städten, wo privater Raum knapp ist, suchen die Menschen nach Formen urbaner Geselligkeit außerhalb ihrer vier Wände. Fundolandn ist ein überdrehter, fantastischer Unterhaltungskomplex mit Themenrestaurants, Bowlingbahn, Spielcasino u.v.m.

Planung: X+Living Architectural Design



Mode: Yishion Global Flagship Store

Das 1997 gegründete chinesische Fashionbrand Yishion betreibt über 6.000 Stores weltweit und wurde 2016 als Asiens einflussreichstes Modelabel ausgezeichnet. In Changsha setzt es mit einem fast 2.500 Quadratmeter großen Store neue Maßstäbe.

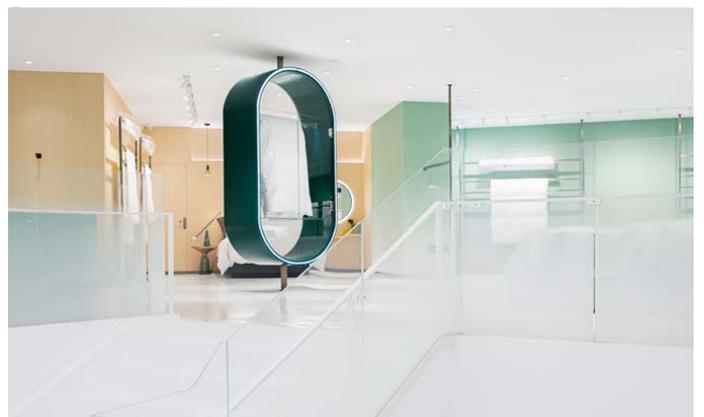
Planung: X+Living Architectural Design



Homeware: Baishihan

An seinem Fertigungsstandort in Shaoxing vereint der Bettenhersteller Baishihan Herstellung, Verkauf, Testlabor und Showroom in einem futuristischen Gebäude. Hier darf sich alles um den guten Schlaf und die maximale Entspannung der Besucher drehen.

Planung: Greater Dog Architects



CAD+T

Software für Interior Design
und Produktion

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

Wir bieten:

- + Spezialisiert 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

Panel W LED-Wechselrahmen



- › Einfacher Wechsel von Grafiken und Postern durch Magnethalterung
- › Seitliche LED-Einspeisung für homogene Ausleuchtung
- › Individuelle Maße ab 1 Stück möglich

Hera[®]

Hera GmbH & Co. KG

Tel. +49 5224 911-0 · mail@hera-online.de

www.hera-online.de

display Superstar Award



**15.+16. Oktober
2024**

Auszeichnen, was verkauft: Der display Superstar Award ist das Gütesiegel für herausragende Verkaufsförderung und kreative Promotion-Tools im Handel.

**Jetzt Exponate
anmelden:
display-superstar.de**



display

Summit

**Der Fachkongress
15. Oktober 2024**



dLv-Ladenbautagung 2024 in Kamp-Lintfort

Im Ladenbau ist das Geschäft kurzfristig geworden

Gute Laune bei
Teilnehmern und
Referenten.

Der dLv hat nach Kamp-Lintfort eingeladen und rund 140 Teilnehmer kamen. Das Motto der Tagung hieß wie schon im Vorjahr Kommunikation. Viel Gelegenheit zum intensiven Austausch stand im Vordergrund unter den dLv-Mitgliedern, Gästen und Referenten.

Das aktuelle Geschäftsjahr ist für die Branche ebenso herausfordernd, wie es das vergangene war. Insbesondere die Investitionsneigung der Retail-Kunden erholt sich nicht wie erwartet. Das trübt die Aussichten für die zweite Hälfte des Jahres. Die Rentabilität ist gegenüber dem Vorjahr weiter gesunken. Der Wettbewerb wird stärker. Die Kunden fordern Flexibilität und Schnelligkeit und agieren kurzfristig. Die Ladenbauer und Zulieferer stellen sich breiter auf und bedienen neben dem Handel auch andere Branchen wie Hospitality oder Office.

Die Referenten entfachten ein Feuerwerk an Themen, das die Teilnehmer ausnahmslos begeisterte. Prof. Dr. Eckard Minx, ehemaliger Leiter der Forschungsabteilung „Gesellschaft und Technik“ bei Daimler in Berlin, Palo Alto, Shanghai und Kyoto, blickte aus philosophischem Blickwinkel auf die rasanten



Prof. Dr. Eckard Minx: „Eine seriöse Zukunftsforschung wird nie behaupten, sie wisse, was die Zukunft bringt. Sie ist nur dafür da, die richtigen Fragen zu stellen.“

Die Tagung hat sich als Networking-Plattform bewährt.



technologischen Entwicklungen und deren Auswirkungen auf die Gesellschaft. „Wir haben nicht mehr die genaue Vorstellung von dem, was morgen und übermorgen passiert“, sagte er. Entscheidend sei, dass die Unternehmer diesen Zustand als bleibend ansähen und mutig handelten, statt langfristige Pläne zu schmieden.



Dr. Kai Hudetz: „Stationäre Stores haben Zukunft, wenn sie sich an den Kundenerwartungen weiterentwickeln.“

Dr. Kai Hudetz vom IFH Köln legte – mit aktuellen Zahlen unterfüttert – dar, warum schnelle Verfügbarkeit den höchsten Stellenwert bei Kunden hat. Daran müssen sich die stationären Geschäfte mit ihrem Angebot messen lassen. Die Menschen strömen in die Innenstädte, um zu kaufen, und bleiben fern, wenn es immer weniger Läden gibt.

Andreas Müller, Geschäftsführer der soda group aus Bochum, ist spezialisiert auf Gastronomie-Konzepte. In seinem Vortrag beschäftigte er sich mit Biophilic Design. Die Biophilie ist die Liebe zu allem Lebendigen. Der Mensch habe, so Müller, im Lauf seiner Evolution 99,9 Prozent seiner Zeit in der Natur verbracht. Mittlerweile verbringen die Europäer 87 Prozent, die US-Amerikaner sogar 93 Prozent ihrer Zeit in geschlossenen Räumen. Die Natur in diese Räume zu holen ist das Ziel des Biophilic Design.



Andreas Müller: „Natürliches Design kombiniert mit Pflanzen macht Räume und Gebäude zu Ökosystem-Dienstleistern.“

Eine rasante Fahrt über die aktuelle Landkarte der Smart Stores 24/7 steuerte Prof. Dr. Stephan Rüschen von der DHBW Heilbronn bei. Der kenntnisreichste Experte in Deutschland in Sachen automatische Läden bot wie gewohnt eine Fülle an Informationen und ist sicher, dass es der Handel ernst meint mit dem Ausbau der personallosen Läden.



Prof. Dr. Stephan Rüschen: „Die Anzahl von Hybrid-Stores (mit und ohne Personal) wird deutlich zunehmen.“



Moderator und dLv-Präsident Carsten Schemberg und Urs Meier waren auf der Bühne ein Dreamteam.

Zum Abschluss betrat Urs Meier, ehemaliger Fifa-Schiedsrichter, Autor und TV-Experte das Spielfeld, genauer die Vortragsbühne, und riss die Teilnehmer in einem begeisternden Vortrag mit. Es ging zwar um Fußball, große Spiele und traurige Verlierer. Für die Teilnehmer, allesamt Unternehmer, hat Urs Meier jedoch seine Botschaft klar formuliert: Führen kannst du, wenn du Menschen magst. Bilde ein Team, lege die Regeln fest und halte dich daran. Und dann triff Entscheidungen und stehe dazu.

Am nächsten Tag öffnete die dLv-Mitgliedsfirma Kuhlmann Laden- und Innenausbau in Dinslaken die Tore. Rund 80 interessierte Besucher konnten sich intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen.

dLv-Experten auf der Tagung

Trends und Technik waren die Themen, die die fünf Exklusivpartner der Tagung in einem jeweils zehnminütigen Beitrag vorgetragen haben.

Natürliche Hölzer, Stein und gedeckte Farben

Dr. Adrian Loinger und Jürgen H. Schmidt von der Egger Holzwerkstoffe Brilon GmbH & Co. KG gaben einen Überblick über die Trends im Materialbereich. Den Ladenbau dominiert derzeit eher ein zurückhaltendes Gesamtdesign mit eleganten Hölzern in Verbindung mit Metall. Gedeckte Farben sorgen für mehr Emotionalität und unterstützen die Aufenthaltsqualität im Store. Auch das Thema Nachhaltigkeit fordert mehr natürliche Materialien wie Schiefer oder Marmor.



Dr. Adrian Loinger, Egger Holzwerkstoffe Brilon GmbH & Co. KG.



Vorstandsmitglied Oliver Voßhenrich mit Timm Becker.

Die Keynote hielt Prof. Dr. Dirk Notz, Klimaforscher von der Uni Hamburg. Er drängt zurecht auf nachhaltiges Bauen, Verwendung recycelter Materialien und Einsatz energieeffizienter Geräte. Nachhaltigkeit ist ebenso wie die Integration von Menschen mit Behinderung in den Betrieb ein Herzensthema von Kuhlmann.

Die nächste Ladenbautagung findet am 8. und 9. Mai 2025 in Velen und Stadtlohn statt. Besichtigt wird das dLv-Mitgliedsunternehmen Tenbrink ProjektPlan GmbH.

Für den Boden Fischgrätmuster

Dass der Boden die Basis eines guten stationären Ladens ist, zeigte Selcuk Güler von der Project Floors GmbH aus Hürth. Sein hausinterner Favorit ist das Fischgrätmuster. Dies deshalb, weil es sowohl mit traditionellen als auch hochmodernen Möbeln kombiniert werden kann. Das zeigten viele namhafte Referenz-Objekte.

Nachhaltige Nutzung von Holz

Pfleiderer beschäftigt sich intensiv mit Nachhaltigkeit, was naheliegt, denn Holzwerkstoffe lassen sich vielfach wiederverwerten. Sie bilden bei der Ressourcenschonung einen wesentlichen Baustein. Die kluge Nutzung des Werkstoffs Holz, die Auflösung der Abhängigkeit von fossilen Rohstoffen und schon heute verwirklichte Lösungsansätze standen im Mittelpunkt des Kurzvortrags von Frank Detering und Florian Finger.



Frank Detering und Florian Finger, Pfleiderer Deutschland GmbH.

IT-Technologie für Ladenbauer – ERP-System

Die Prozesse zu optimieren ist ständige Aufgabe insbesondere der produzierenden Unternehmen im dLv. Eine zentrale Instanz ist hierbei das ERP-System, das die verschiedenen Teilbereiche der jeweiligen Geschäftsprozesse verknüpft, z.B. die CAD-Integration. Hierüber berichtete Martin Hinrichs von der ams.Solution AG.

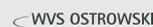
CAD-Software

Wie kann man automatisieren, wenn man Losgröße-1 fertigen will? Kann Individualfertigung überhaupt automatisiert werden? Dass das sehr wohl geht, zeigte Michael Menapace von CAD+T Solutions GmbH.



Michael Menapace, CAD+T Solutions GmbH.

Die Tagung wurde unterstützt von



Aktuelle Branchendaten

Die Ladenbauer fahren auf Sicht

Das aktuelle Geschäftsjahr ist für die Branche ebenso herausfordernd wie es das vergangene war. Insbesondere die Investitionsneigung der Retail-Kunden erholt sich nicht wie erwartet. Das trübt die Aussichten für die zweite Hälfte des Jahres. Die Rentabilität ist gegenüber dem Vorjahr weiter gesunken. Der Wettbewerb wird stärker. Die Kunden fordern Flexibilität und Schnelligkeit und agieren kurzfristig. Die Ladenbauer und Zulieferer stellen sich breiter auf und bedienen neben dem Handel auch andere Branchen wie Hospitality oder Office.

Wie jedes Jahr hat der dLv auf der Mitgliederversammlung die aktuellen Ergebnisse der Umfrage im Zeitraum April vorgestellt¹. Es wird ein weiteres schwieriges Jahr werden, das war der Tenor der Ladenbauer und Zulieferer auf der Ladenbautagung 2024. Unsicherheit und fehlende Planbarkeit beherrschen den Alltag, es wird auf Sicht gefahren. Die Ladenbauer müssen schnell und flexibel reagieren.

Die Auslastung ist bei 75 bis 100 Prozent der Ladenbauer im Umfragebereich in der Produktion um 23 Prozent, in der Planung um 19 Prozent zurückgegangen. Der Wettbewerb hat für knapp 40 Prozent der Befragten zugenommen, die Wettbewerber kommen hauptsächlich aus Osteuropa, insbesondere Polen, aber auch aus Deutschland.

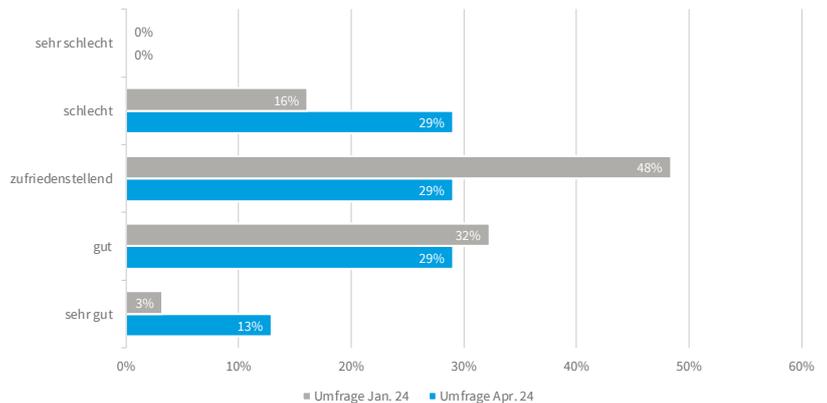
Bei den Zulieferern hat sich die Stimmung etwas aufgehellt. Noch in der letzten Umfrage war die Lage als schlecht beurteilt worden. Die Auslastung in der Produktion ist gegenüber der vorherigen Umfrage gestiegen. Der Wettbewerb hat, so geben es auch die Ladenbauer an, merkbar zugenommen.

¹ dLv-Umfrage zur aktuellen Lage im Ladenbau April 2024

Branchendaten des
dLv auf der Website



Wie sehen Sie die Aussichten für das gesamte Jahr 2024 für Ihr Geschäft?



29% Ausgewogen – gleich viele Teilnehmer der Umfrage geben die Aussicht 2024 mit schlecht, zufriedenstellend und gut an.



Oliver Voßhenrich/POS Tuning, dLv-Vorstandsmitglied, diskutiert die aktuelle Lage mit Frank Detering/Pfleiderer, Anne-Magali Schwarz-Kuhlmann/Kuhlmann, Dr. Thomas Grünewald/Aichinger und Michael Hoekstra/Hera (v.l.n.r.).

ORYO HE

HÖCHSTE EFFIZIENZ IM RETAIL

Kosteneffiziente
Retail-Beleuchtung
in elegantem Design.

Brillante Farbwiedergabe
durch das spezielle
BBBL-Modul.

Besonders geeignet für
Bereiche, wo permanent
maximale Licht-Leistung
gefordert ist.

LTS-LIGHT.COM/ORYO



DEEPFLOW VIENNA

OBERFLÄCHE MIT
TIEFGANG

Premium mit allen Sinnen erleben: Die geradlinig-filigrane Holzstruktur Vienna verleiht Dekorplatten eine einzigartig fühlbare Tiefe in natürlichen, dezenten Glanzabstufungen. Perfekt geeignet, um streifige Hölzer und Unitöne natürlich zu inszenieren.

Jetzt die neuen Möglichkeiten im Innenausbau entdecken:
pfleiderer.com



MADE IN GERMANY

MAKE
YOUR
VISIONS
WORK.



DUROPAL

thermopal

 PFLIEDERER

Termine

Was	Wann	Wo	Info
Eurobike	03. – 07.07.2024	Frankfurt a.M.	Internationale Leitmesse für das Bike- und Future-Mobility-Universum
Retail Innovation Days	09. – 10.07.2024	Heilbronn	Fachsymposium der DHBW für neueste Technologien und innovative Konzepte im Handel
China in-store	03. – 05.09.2024	Shanghai	Internationale Fachmesse für In-Store-Design & Solutions
Paris Retail Week	17. – 19.09.2024	Paris	Jährliche Messe für Omnichannel-Commerce
Trendforum Retail Partner dLv	25. – 26.09.2024	Frankfurt a.M.	Neue Einzelhandelskonzepte
Chillventa	08. – 10.10.2024	Nürnberg	Weltleitmesse für Kältetechnik
Hybrid Food Retail	26.11.2024	Frankfurt a.M.	dLv-Workshop zu Retail Design mit Prof. Bernhard Franken
Die Prinzipien des erfolgreichen Handelns	04. – 05.02.2025	Stromberg	dLv-Seminar für Führungskräfte mit Dieter Lange
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 Innenausbaus
EuroShop	22. – 26.02.2026	Düsseldorf	Internationale Leitmesse für Handelsinvestitionen

www.ladenbauverband.de/veranstaltungen

Workshop Retail Design

Hybrid Food Retail

Die Verschmelzung von Retail mit anderen Formaten als ein wirksames Mittel zum Umgang mit der digitalen Disruption machen wir im Workshop mit Prof. Bernhard Franken zum Thema. Die Veranstaltung findet am 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 der Hybridisierung eine Verschmelzung von Supermarkt und Gastronomie, aber auch 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.

Die Basis

Im Frühjahr 2020 erschien mit der Publikation „Hybrid Food Retail – Redesigning Super Markets for the Experiential Turn“ beim renommierten niederländischen Verlag Frame das Ergebnis einer dreijährigen Forschung mit 100 Studierenden. Sie gibt im Bereich Lebensmitteleinzelhandel einen Überblick über die Geschichte, liefert eine enzyklopädische Analyse und behandelt die aufkommenden Trends dieser Branche. Erzwungen durch Online-Shopping und neue Verbraucheransprüche verändert sich der Lebensmitteleinzelhandel zum ersten Mal seit der Einführung des Supermarkts in den 1930er Jahren. Nach Jahrzehnten der Stagnation ist der Lebensmittelhandel derzeit eines der kreativsten Felder für Designer, Architekten und Ladenbauer, die neue Formate wie Biolebensmittelmärkte, To-go-Filialen und Pop-ups entwickeln. Bernhard Franken ist Mitautor dieser Publikation.

Die Anmeldung

Bitte registrieren Sie sich über das Online-Anmeldungs-Tool auf der Website.



Führungskräfte-Seminar

Erfolgreich und innovativ führen

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 mit dem Top-Trainer Dieter Lange findet am 4. und 5. Februar 2025 in Stromberg statt.

Der Referent



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

Bertelsmann, BMW, Gruner & Jahr, Siemens, Unilever. Dieter Lange coacht Vorstände und Direktoren in Europas größten Unternehmen. Er zählt zu den herausragenden Trainern, die die meisten Impulse für Veränderungen in Unternehmen geben.

Der Inhalt

Wie gelingen (Selbst-)Führung und Kundenmanagement, wenn immer mehr „Leader“ sich im Managen verlieren, und Dringliches vor Wesentlichem steht? Die Schwerpunkte sind unter anderem: Wie verhalte ich mich souverän in Konflikt- und Belastungssituationen? Wie gewinne ich Veränderungskompetenz? Wie gelingt Stressbewältigung?

Die Anmeldung

Bitte registrieren Sie sich über das Online-Anmeldungs-Tool auf der Website.



74. Internationale Handelstagung des GDI

Retail Challenge



Die Menschen erwarten, dass ihre Bedürfnisse ohne Reibung gedeckt werden – am liebsten hier und jetzt. Der Handel wird daher von einem Effizienzrekord zum nächsten getrieben. Im Olympia-Jahr gilt auch für die Retailer: Schneller – höher – weiter! Insbesondere von den rasanten Entwicklungen der künstlichen Intelligenz (KI) könnten sie profitieren. Aber wie vertragen sich die Pläne der auf Wirtschaftlichkeit getrimmten Branche mit sozialer und ökologischer Verantwortung?

Honoring Values, Embracing Tech

Das Gottlieb Duttweiler Institut, der renommierte Schweizer Thinktank, will sich an seiner 74. Internationalen Handelstagung mit Vordenker*innen, Pionier*innen und Handels-Profis über das Spannungsfeld zwischen Technologie, Tradition und wertorientiertem Unternehmertum unterhalten.

Das Event findet am 12. und 13. September 2024 in Rüschlikon/Schweiz statt. Im Zentrum der Diskussionen werden Fragen zu den zentralen Funktionen des Handels stehen wenn KI immer mehr Einzug hält. Und welche Werte zählen, wenn sich Händler immer stärker zu Technologieunternehmen wandeln? Wie schafft man mit KI mehr Wert für Kund*innen und Mitarbeitende? In welchen Funktionen bleiben Menschen zentral?

Informationen und Anmeldung:



Trendforum Retail

Die Renaissance des Handels

Vom 25. bis 26. September 2024 findet wieder das Trendforum Retail in Frankfurt am Main statt. Entscheider und Trendexpertinnen berichten und analysieren Konzepte, Ideen und Impulse für den Handel in der Stadt. Nichts weniger als die „Renaissance des Handels“ hat sich Organisator und Berater Daniel Schnödt dafür auf die Fahnen geschrieben. Eine Herkulesaufgabe? Der durch den stetigen Wandel im Handel gestählte Podcaster ist sich sicher: „Jeder Trend erzeugt auch Gegentrends. Der Konsument wünscht in hohem Grad Abwechslung.“

Schnödt hebt die Geschwindigkeit hervor, mit der der Retail neue Konzepte auf den Markt wirft. Getrieben durch die Pandemie, unter der der Handel noch immer leidet, entsteht Aufregendes, aber auch einiges, das nicht überlebt. In jedem Fall interessieren die Gründe für den Erfolg und auch den Misserfolg. Hinzu kommt die unvorstellbare Fülle neuer digitaler Techniken, die unser Leben maßgeblich beeinflussen (werden).

Frische Konzepte – und hier ist die Preislage nicht entscheidend – sorgen für großes Aufsehen. Die Newcomer heißen Sostrene mit einem typischen Livingsortiment rund um Küche und Wohnen und Paper&Tea im Premiumsegment. Designerformate wie LFDY oder WRSTBHVR sind sehr erfolgreich unterwegs, aber auch Vertreter der „Old Economy“ wie Thalia oder Intersport sorgen mit ihren Refreshments und Neueröffnungen für Furore. Dazu kommen D2C-Formate wie Fissler, die gezielt nach neuen Vertriebskanälen suchen.

Technik und KI – Aktuell spielen vor allem Techniken zur Optimierung der Organisation und Wertschöpfungskette eine entscheidende Rolle. Da KI ein sehr junges Thema ist, werden verschiedene Speaker Einblicke geben, wie die Anforderungen vor allem der GenZ und GenAlpha an den Retail sind. Denn mehr denn je stehen die Kundenwünsche im Zentrum.

Die Store-Tour – Beispielhafte Konzepte werden vorgestellt. Besichtigt werden in Frankfurt unter anderen Fissler, Adler Strauss, Paper&Tea. Die Veranstaltungslocation Massif Central im ehemaligen Bethmann-Gebäude ist ein cooler Hotspot, der Kunst, Kultur und Begegnung vereint.



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

Informationen und Anmeldung:

www.trendforum-retail.de

Das richtige Licht
ist der Schlüssel zum Erfolg.

Im Möbelbau, im Ladenbau, im Schlafzimmer.

Gern beraten wir Sie in Bezug auf unsere
LED-Beleuchtungslösungen für Möbel und Ladenbau.

brinkdoepke.eu **Brinkdöpke**
LED it B



BIS ZU
54%
ERSPARNIS
IN DER REGALPFLEGE
MÖGLICH

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

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



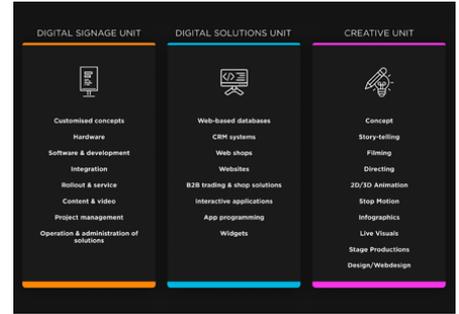
Einkufen. Einfach. Besser. Machen.

POS TUNING[®]
a Voßhenrich company

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.



Grimm Möbelwerkstätten GmbH

Das fränkische Unternehmen aus Markt Nordheim kann Beratung, Planung, Fertigung, Montage und Inbetriebnahme von Einrichtungen anbieten. Der Komplett-Ladenbauer arbeitet schwerpunktmäßig im D-A-CH-Raum für Hotels, Gastronomie, Bäckereien und Cafés. Auch die Systemgastronomie sowie Vinotheken und Feinkost gehören zum Portfolio.

Leistungen:

- Design-/Entwurfsplanung
- Planung der Betriebsabläufe, Werkplanung
- Lichtplanung, Projektkoordination/-steuerung
- Individuelle Fertigung im eigenen Haus, auch von Buffets und Speisenausgaben; Verkaufstheken für Bäckerei, Konditorei, Shop; Bartheken; Bestuhlung

Standort: Markt Nordheim
Ansprechpartner: Thomas Grimm
Mitarbeiter: 50

www.grimm.de



LTS Licht & Leuchten GmbH

LTS steht für qualitativ hochwertige, effiziente Beleuchtungslösungen für den Innenraum. Mit Fokus auf Nachhaltigkeit werden Lösungen für Retail, Hospitality und Office entwickelt und gefertigt. LTS ist Teil der schwedischen Fagerhult Group.

Leistungen:

- Persönliche Beratung durch Lichtspezialisten vor Ort
- Lichtplanung und Konzepte für Individuallösungen
- Modifikationen von Standardleuchten
- Entwicklung und Fertigung von kundenspezifischen Leuchten
- Showroom mit Mock-up-Bereich zur Simulation von Beleuchtungslösungen
- Intelligentes Lichtmanagement
- Lösungen für Sanierungsprojekte und energie-effiziente Beleuchtung
- Beratung zu Förderungen und Amortisationsberechnung

Standort: Tettngang
Ansprechpartner: Meik Sari
Mitarbeiter: über 200

www.lts-light.com



Blitzen GmbH

Die Digitalagentur aus Berlin entwickelt branchenübergreifend Digital-Signage-Lösungen für den Point of Sale, erstellt und design Content und bietet viele weitere Tools rund um den digitalen Touch Point wie Onlineshop, Apps, Animation und Film.

Leistungen:

- Entwicklung und Betreuung von Digital-Signage-Lösungen für den Point of Sale (Individuelle Konzepte, Hardware & Software, Entwicklung & Integration, Rollout & Service, Betrieb)
- Content-Erstellung & Design, Animation und Film, Webentwicklung, Datenbanken, Interaktive Systeme, Digitale Shopplösungen, App-Entwicklung

Standort: Berlin
Ansprechpartner: Lars Borgfeld
Mitarbeiter: 50

www.blitzen.de

BLITZEN



Mitglied werden



Aslan Selbstklebefolien GmbH

Das Unternehmen entwickelt, produziert und vertreibt hochwertige Selbstklebefolien „Made in Germany“, und das seit 75 Jahren. Hochwertige Lösungen zur Ausstattung von unterschiedlichsten Untergründen mit selbstklebenden Folien entweder durch hochwertige Klebertechnologie oder/und dekorative Oberflächenmaterialien sind im Angebot.

Leistungen:

- Projektberatung und -betreuung
- Große Auswahl an hochwertigen Effekten für den Ladenbau im Standard
- Große Palette an funktionellen Folien wie Whiteboard oder Tafelfolien mit „No-Ghosting-Versprechen“
- Möglichkeit der Herstellung von individuellen selbstklebenden Folien bereits in kleinen Mengen
- Nachhaltigere Lösungen aus Recyclat im Standardportfolio

Standort: Overath

Ansprechpartner: Dennis Lowinski

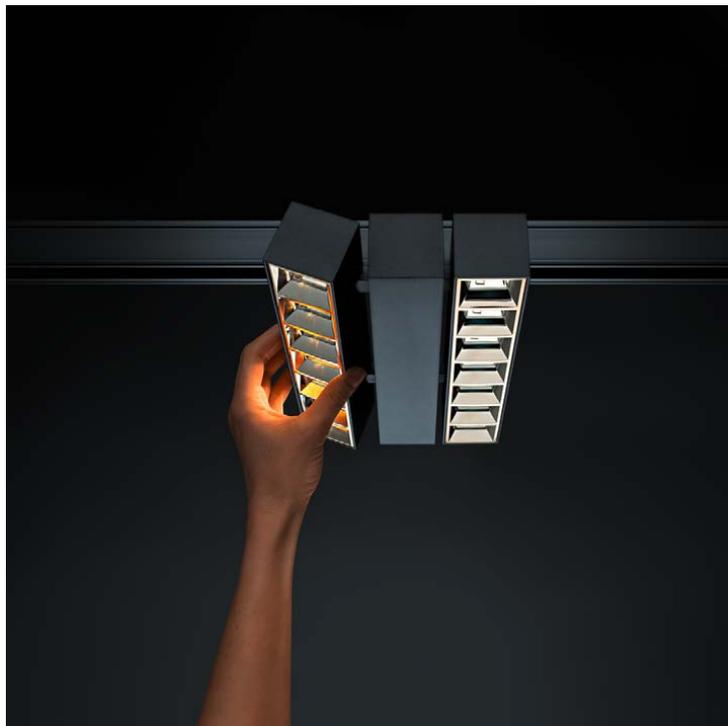
Mitarbeiter: 65

www.aslanfolien.de

ASLAN
KOMPETENZ IN SELBSTKLEBEFOLIEN

Flexibel und kompakt

Sceno von Zumtobel



Die drehbare Leuchte und die schwenkbaren Flügel, in denen die Lichtmodule integriert sind, können unabhängig voneinander angepasst werden. Die gleichmäßige, flächenbezogene Beleuchtung ist gesichert, ganz gleich, ob Regale verschoben werden, die Breite von Gängen verändert wird oder Sonderverkaufsflächen entstehen. Das Design ist zeitlos zurückhaltend und in den drei Gehäusefarben Schwarz, Weiß und Silber erhältlich.

Statt auf eine große Lichtquelle setzt Zumtobel auf eine Reihe miniaturisierter Lichtkammern. Ob sieben LEDs oder 14, ob ein- oder zweiseitig bestückt: Die Kombination aus Linsen und Entblendungswaben garantiert hohe Lichtqualität und eine wirkungsvolle Entblendung mit hohem visuellen Komfort.

Je nach Bedarf steht die Sceno in vier verschiedenen Varianten zur Verfügung: in ein- oder zweiflügeliger Ausführung, mit je sieben oder 14 Waben pro Seite. Während die kleine Baugröße (1x7 beziehungsweise 2x7 LEDs) bis zu einer Montagehöhe von 3,50 Meter gut einsetzbar ist, eignet sich die große Baugröße (1x14 beziehungsweise 2x14 LEDs) für alle höheren Montagen in 4,5 bis 6 Metern Höhe. Je nach Variante variiert die Lichtleistung mit 3.500, 7.000, 8.000 oder 14.000 Lumen.

www.zumtobel.de

dLv-Mitglieder Unternehmensnachrichten



Benedikt Starke ist Head of Retail Design bei Schemberg

Seit 17 Jahren hat Benedikt Starke seine kreative Expertise beim Ladenbauunternehmen aus Mettingen kontinuierlich ausgebaut. In seiner neuen Rolle leitet Starke ein engagiertes Team von Innenarchitekten und Designern, um maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, die den individuellen Anforderungen und Markenidentitäten der Kunden gerecht werden.

www.schemberg.de



Delia Bensing leitet das Certified Women's Business Enterprise MOProjects

Sie ist aufgewachsen mit Holztechnik Schwanekamp, einem seit Generationen bestehenden Familienunternehmen. Die Geschäfte dieser Firma sowie der MOProjects GmbH führt sie als Eigentümerin seit 2022. Sie erhielt jetzt von WeConnect International eine besondere Zertifizierung für ihre beiden Betriebe. Die gemeinnützige Organisation setzt sich weltweit für die Förderung von Frauenunternehmen ein. Durch ihre Zertifizierungsprogramme identifiziert sie Unternehmen, die entweder von Frauen gegründet oder geleitet werden, und unterstützen diese durch Netzwerke, Schulungen und den Zugang zu Geschäftsmöglichkeiten.

www.moprojects.de

Für hybride Bäckereien

Backje von Schmees Ladenbau



Was machen Bäcker, wenn sie ihr Fachgeschäft länger offen halten wollen – trotz Fachkräftemangels oder wegen starker Kundennachfrage außerhalb der üblichen Öffnungszeiten? Sie legen sich einen hybriden Laden zu. Schmees hat auf der Nordback 2023 sein autonomes Verkaufskonzept Backje vorgestellt. Backje ergänzt das Angebot einer normalen Bäckerei mit Service. Wer schon tagsüber keine Lust auf Schlangestehen hat, wechselt zum Automaten.

Nach Ladenschluss wird der Bedienbereich abgegrenzt, den Verkauf übernimmt dann das automatisierte System. Zugang zum Automaten bekommen die Kunden zum Beispiel mit ihrer Giro- oder ihrer Kundenkarte. Über ein Self-Order-Terminal können sie alle Produkte ordern, die die Bäckerei verkauft. Das System funktioniert mit Broten bis zu einem Gewicht von einem Kilogramm. Es sind aber natürlich Kombilösungen denkbar, zum Beispiel die Frühstückstüte mit sechs gemischten Kleingebäcken. Der Automat bietet insgesamt 430 Fächer, maximal 43 Sorten sind möglich.

Das Konzept ist eine Ergänzung des Fachgeschäfts und soll dieses keinesfalls ersetzen. Daher werden für Backje die gleichen Farb- und Materialwelten wie für den Servicebereich gewählt.

www.schmees-ladenbau.de

Basics der Umkleidekabine

Spieglein, Spieglein an der Wand



Alle wissen: Die Kaufentscheidung fällt Im Fashion-Einzelhandel in der Umkleidekabine. Warum finden sich Kunden dann sehr oft in schlecht beleuchteten, unklimateisierten Räumen mit schmutzigen Böden? Und warum werden einfachste Regeln bei der Store-Planung nicht beachtet, wenn klar ist, dass der Point of Sale nur erfolgreich ist, wenn er die vielbeschriebene Wohlfühlatmosphäre bietet?

Allheilmittel KI?

Statt sich damit auseinanderzusetzen, wurde die digitale, intelligente Umkleidekabine propagiert mit einem Smart Mirror als „virtueller Stilberater.“ Dafür, dass die meisten Ketten und Modehäuser diese Tools wieder entfernt haben, gibt es zahlreiche Gründe. Die schwierige Anbindung an die Warenwirtschaftssysteme und die aufwändige Pflege der Inhalte sind einige der Probleme, die sich der Retail damit eingehandelt hat. Die Kunden wiederum fühlen sich beobachtet und digital reizüberflutet.

Einfach, aber effektiv

Ein gut ausgeleuchteter Spiegel mit umschaltbaren Lichtfarben, der die Kaufinteressierten so zeigt, wie sie wirklich aussehen, ist essenziell. Alina Zierath von lyz world bietet sogar Sonderanfertigungen, die auf die Corporate Identity des Stores und die Bedürfnisse jedes Einzelhändlers zugeschnitten sind. Sie hat bereits namhafte Retailer wie Intersport, L+T in Osnabrück, Brax, Kayser und Falke ausgestattet.

www.lyzworld.com



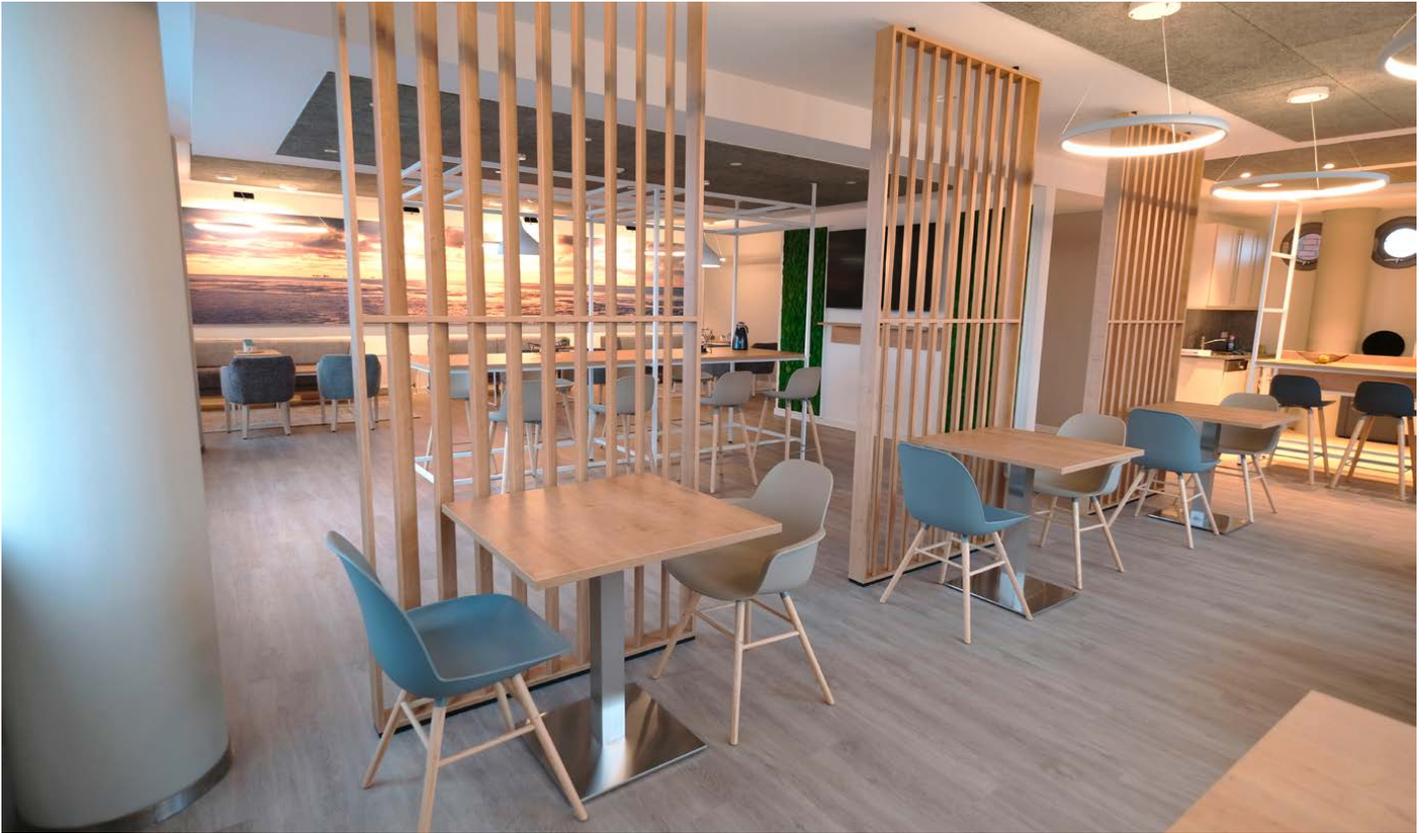
Danke fürs Foto: roomly Regalsysteme

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



Stadtsparkasse Cuxhaven Mach mal eine Pause

Sich um ein schönes Ambiente für die Kunden zu kümmern ist das tägliche Brot aller, die im Handel oder Ladenbau arbeiten. Dass auch die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Räume mit Aufenthaltsqualität brauchen, wird oft unterschätzt.

Die Stadtsparkasse Cuxhaven hat ihren überalterten und vernachlässigten Pausenraum, der vom Personal gemieden wurde, in einen gut frequentierten Wohlfühlort verwandeln lassen.

Der Raum wurde mit Lamellen-Raumtrennern in mehrere Bereiche unterteilt. Zum schnellen Mittagessen sitzt man an halbhohen Countern mit Sicht auf Monitore, die Unterhaltung oder Informationen bieten. Zum kollegialen Austausch trifft man sich an Zweiertischen, die sich schnell für eine größere Runde zusammenstellen lassen. Wer entspannen will, wählt die Sitzecke mit Sofa oder Sessel. Die Nordseeküste ist auf dem großen Akustikbild mit einbezogen, das frische nordische Farbkonzept hat regionalen Bezug und Mooselemente sind der Hinweis auf die Natur.



Projektdaten

Standort: Cuxhaven
Eröffnung: 09.11.2022
Fläche: 140 Quadratmeter

Projektpartner

Bauherr:
Stadtsparkasse Cuxhaven

Planung, Konzept und Design, Grafikdesign:
Böschchen Ladenbau GmbH

Ladenbau:
Böschchen Ladenbau GmbH

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

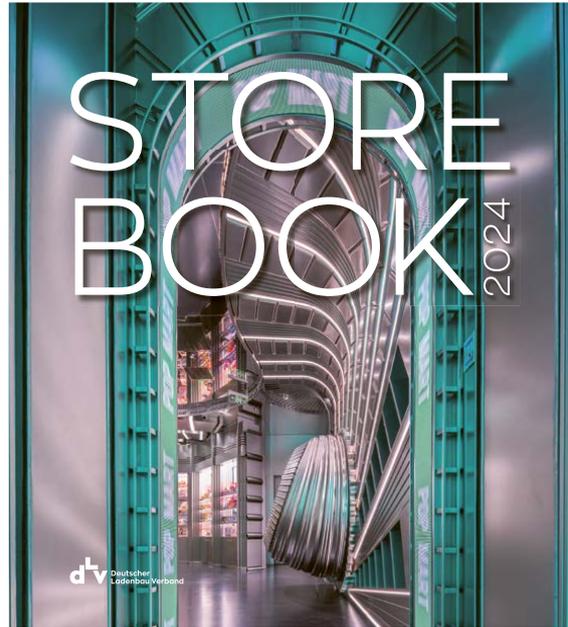
Verantwortlich für den Inhalt:
Deutscher Ladenbau Verband (dLv)
Geschäftsführung: Dr. Wolfram Krause
Koellikerstr. 13, D-97070 Würzburg
Postfach 5920, D-97009 Würzburg
Tel. +49 (0) 931 35292-0 | Fax +49 (0) 931 35292-29
info@ladenbauverband.de
www.ladenbauverband.de
Projektleitung + Redaktion: Angela Krause
Anzeigen: Marina Lopez
Beirat aus dLv-Vorstand: Annabell Tenbrink
Fotos: Cover: SFAP | S. 2 Grafik dLv | S. 3 Li Xiang, Anne Plückhahn | S. 4+5 Shao Feng/SFAP | S. 6 Li Xiang | S. 7 Shao Feng/SFAP | S. 8 Chow Tai Fook: Huanyu Jiang, Babama: Chuan He/Here Space | S. 9 Arc'teryx: Yuuuun Studio, Fundolandr: Shao Feng, YISHion: Shao Feng, Baishihan: Qingwei Meng, Yilun Xie, Rachel Wu | S. 12 bis 16 Tobias Trapp | S. 19 Bernhard Franken, Dieter Lange | S. 20 Matthias Koeffler | S. 22 Grimm Möbelwerkstätten, LTS Licht & Leuchten, Blitzen | S. 23 Aslan, Zumtobel | S. 24 Schemberg, MOProjects, Schmees Ladenbau | S. 25 dLv | S. 26 Anne Plückhahn
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 76

06|2024
Auf dem Cover:
Fundolandr, Changsha/China
Planer:
X+Living Architectural Design Co., Ltd
Foto: SFAP

