

06 | 2025

dv insider 79

Deutscher
Ladenbau Verband



Champs-Élysées, Paris, Frankreich

inside
retail

Fashion-Leuchtturm Henschel

Impulse für die Innenstadt

Studien, Interviews,
Plattformen

Leicht bauen
im Ladenbau

Review
Ladenbautagung
2025

06 | 2025

Vorstandswahl im dLv

Der dLv hat turnus-
gemäß auf der
Tagung 2025 gewählt.
Das sind die
Vorstandsmitglieder:

Martina Schwarz,
Annabell Tenbrink,
Oliver Voßhenrich,
Carsten Schemberg,
Konrad Münch,
Claus Saumweber,
Sascha Lügger
(v.l.n.r.).



Liebe Leserinnen und Leser,

**„Der Ladenbau ist eine
faszinierende Branche
voller Innovation und
Kreativität. Ich setze
mich dafür ein, junge
Talente zu fördern
und die Zukunft dieser
Branche aktiv mitzuge-
stalten.“**

Sascha Lügger, jüngstes dLv-Vorstandsmitglied
und Geschäftsführer bei DWD Concepts GmbH

nichts ist so beständig wie der Wandel, das wusste 500 Jahre vor Christus schon der griechische Philosoph Heraklit. Wie recht er damit hatte, zeigte die Ladenbautagung im Mai in Legden. Die Referenten demonstrierten große Veränderungen durch die Digitalisierung, deren Auswirkungen zu erstaunlichen Entwicklungen führen. Marc Schumacher berichtete von einem Handy, das nur fünf Tasten für die notwendigen Funktionen hat und eines ganz sicher nicht bietet: eine Möglichkeit, sich auf Social-Media-Plattformen einzuloggen.

Der Physiker Ranga Yogeshwar, Autor und TV-Moderator, sagte schon vor Jahren: „Wir erleben derzeit eine epochale Scharnierphase, so wie einst, als das Mittelalter durch die Renaissance abgelöst wurde oder die Moderne die Gesellschaft erschütterte. In solchen historischen Epochen veränderten technische Neuerungen die Gesellschaft und die Selbstsicht des Menschen.“ Die Innenstadt verändert sich nach Meinung vieler Experten schnell, aber leider nicht zum Guten. Darüber berichten wir im Heft. Der dLv hat viele kom-

petente neue Mitglieder gewonnen, was wiederum eine sehr positive Entwicklung ist. Und dass die Mitgliederversammlung 2025 in Legden auf Beständigkeit setzt, ist für den dLv von Vorteil: Sie hat alle Vorstandsmitglieder im Amt bestätigt. Glückwunsch!

Ihr dLv-Team in Würzburg

Schwerpunkt: Innenstadt

04



Henschel setzt auf den stationären Handel

Interview mit Dr. Moritz Koch,
Henschel Darmstadt

- 08 Patient Innenstadt: Diagnose ernst,
Therapie überfällig: Studien, Links,
Kongress

09



Stefan Müller-Schleipen,
Geschäftsführer der Initiative
Die Stadtreterter GmbH

Ladenbau aktuell

- 12 **Rückblick auf die
dLv-Ladenbautagung 2025**
Bewährte Führung und ein Blick
in die Zukunft

- 15 **Aktuelle Branchendaten**

Material + Technik

- 20 **Leichtbau oder leicht bauen?**
Vorteile für den Ladenbau
-

Termine

16

auf einen
Blick

17



dLv-Tour vom 8. bis 11. Oktober 2025 Ciao Mailand

- 18 Retail Innovations Days, Trendforum
-

dLv | Kompakt

- 24 **Neue Mitglieder**
Hobatex GmbH Industrial Partners |
IT-Dienstleistungen und Unternehmens-
beratung Andreas Weber | fuma Haus-
zubehör GmbH | ITAB Germany GmbH |
Gondella NV | Xplace GmbH | CVO
Germany GmbH | Knettenbrech + Gurdulic
Umwelt GmbH

- 27 **STORE BOOK 2026 gestartet**

- 28 dLv-Mitglieder |
Unternehmensnachrichten
-

Das besondere Projekt

- 30 **Glo store Odessa/Ukraine**
Tabakerhitzer ohne Marlboro-Mann

- 31 dLv-Angebote | Impressum
-

Henschel residiert in Darmstadt
zentral am Markplatz. Weitere
Standorte sind Heidelberg, Michel-
stadt, Lübeck, Fulda und Gießen.
Insgesamt beschäftigt der Mode-
händler über 500 Mitarbeitende.



In der **Innenstadt** von Darmstadt steht ein **Leuchtturm** für **Fashion**

Einen Anziehungspunkt wie das erfolgreiche und expansive Modehaus Henschel wünschen sich viele Städte. Warum gelingt Henschel im unspektakulären Darmstadt, was andere in größeren Metropolen nicht schaffen?





Dr. Moritz Koch,
geschäftsführender
Gesellschafter
Henschel Darmstadt
GmbH

Henschel setzt auf den stationären Handel

Das Modehaus Henschel spielt in einer Liga mit Fashion-Leuchttürmen wie L&T in Osnabrück, Zinser in Tübingen oder Garhammer in Waldkirchen. Wer ist Henschel?

Henschel ist ein traditionsreiches Modehaus, das seit 90 Jahren zu den führenden regionalen Anbietern von Damen-, Herren- und Kindermode gehört. Unser Stammhaus befindet sich am Marktplatz in Darmstadt, ergänzt durch Filialen in Heidelberg und Michelstadt. Darüber hinaus sind wir über familiäre Verbindungen mit dem Haus Heick & Schmaltz in Lübeck vertreten. Vor dreizehn Jahren haben wir mit dem „Gegenüber“ in Darmstadt einen Standort eröffnet, der gezielt auf eine jüngere weibliche Zielgruppe ausgerichtet ist. Wir legen großen Wert darauf, eine durchdachte Auswahl nationaler und internationaler Marken zu präsentieren, die wir sorgfältig pflegen. Zudem ergänzen wir unser Portfolio immer wieder mit ausgewählten Newcomer-Labels, die zu uns passen.

Welche Brands passen denn zu Ihnen?

Wir orientieren uns langfristig klar in Richtung Premium-Segment, ohne jedoch den Luxusbereich anzustreben. Unsere Markenwelt umfasst unter anderem Max Mara Weekend, Marc Cain und Closed. Besonders stark ist Marc O'Polo, der seit Jahren unsere erfolgreichste Marke ist. Was uns auszeichnet, ist unser hoher Anteil an treuen Stammkunden, die unsere Beratung, den Service und die individuelle Ansprache schätzen. Wir heben uns damit vom Onlinehandel ab.

„Wir glauben fest an die Stärke und Relevanz des stationären Handels.“



Hochwertige Materialien machen hier den Unterschied.

Von diesem haben Sie sich im Jahr 2023 verabschiedet.

Warum?

Ganz ehrlich: Der Onlinehandel hat enorme Kosten verursacht, aber wenig Mehrwert geschaffen. Wir haben den Webshop 2017 von einem befreundeten Händler, der sein Geschäft aufgeben wollte, übernommen. Wir konnten ihn zunächst mit einfachen Mitteln inhouse betreiben und damit gut starten. Mit der wachsenden Komplexität – mehr Ware, technologischer Ausbau – stiegen jedoch auch die Anforderungen. Die meisten Kunden, die über Preisvergleiche auf uns aufmerksam wurden, waren nicht loyal, sondern lediglich preissensibel. Damit mussten wir klar kommen.

Hinzu kamen logistische Herausforderungen, da wir kein separates Lager für Onlineware hatten. Bestellungen mussten aus dem Store entnommen, Bestände laufend abgeglichen und Retouren aufwändig bearbeitet werden. Der Aufwand war immens, aber unser Fokus lag eben online nicht mehr bei unseren Stammkunden, die den Webshop ohnehin kaum nutzten. Daher haben wir uns entschieden, den Onlinevertrieb einzustellen, und bereuen diesen Schritt nicht. Das bedeutet jedoch nicht, dass wir Omnichannel-Strategien grundsätzlich ablehnen. Für Händler in unserer Größenordnung sind die personellen und finanziellen Ressourcen jedoch eine große Hürde. Wir haben den Schritt, den Webshop zu schließen, nicht bereut.



Hell, übersichtlich, elegant: Die Damen-Premium-Abteilung.

***Sie wollen sich also auf Ihre Stores konzentrieren?
Was darf der Kunde bei Ihnen erwarten?***

Bei uns ist immer etwas los. Wir veranstalten regelmäßig kleine und große Events, zu denen wir unsere Kunden einladen und begeistern. Ein Highlight ist unser Rooftop-Restaurant im vierten Stock des Stammhauses, das wir in Eigenregie führen. Das ist nicht einfach, sondern ziemlich anstrengend, denn wir sind Händler, keine Gastronomen. Da steckt aber unser Herzblut drin und der Erfolg gibt uns recht. Das Restaurant ist immer gut besucht. Auch Events finden dort regelmäßig statt, und das Restaurant kann – im engen Rahmen – für private Feiern gemietet werden. Prominente Gäste wie Bruce Darnell, der kürzlich da war, sorgen für große Begeisterung. Zusätzlich bieten wir Lesungen, Fashiontalks, Live-Musik, DJs, Tastings und vieles mehr. Ausgewählte Lifestyle-Produkte wie Geschirr und Heimtextilien, auch besondere Lebensmittel ergänzen das Angebot und sind eine gute Geschenkidee. Unser Personal-Shopping-Service wird ebenfalls sehr gut angenommen. Das Haus wird permanent saisonal neu dekoriert.

Ich kenne den Einzelhandel aus meiner Familie über Generationen. Er hat sich stark verändert. Es reicht nicht mehr, einfach zu öffnen und Ware zu verkaufen. Heute müssen wir täglich neue Impulse setzen, unsere Angebote ständig weiterentwickeln und ein Erlebnis schaffen, das die Kunden begeistert.

Weiterlesen im Digitalior oder im
STORE BOOK 2025. Beides auf
www.ladenbauverband.de



Die Materialfülle, auch in den Umkleiden, ist gewollt und gut umgesetzt.



Studien, Links, Kongress

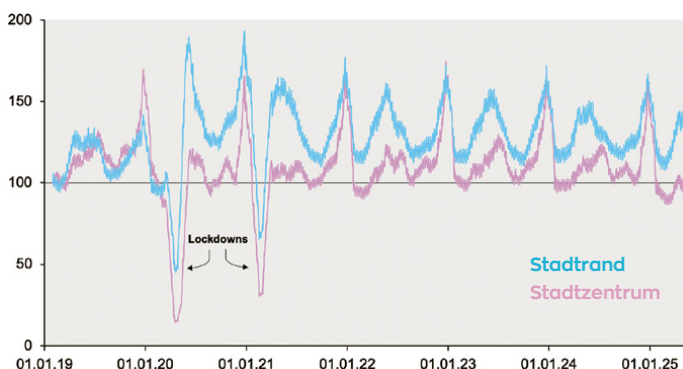
Patient Innenstadt: Diagnose ernst, Therapie überfällig

Die Innenstädte scheinen seit langem unter einer chronischen Krankheit zu leiden, die sich nur schleichend bemerkbar macht. Aufmerksame Besucher konnten allerdings die Symptome nicht erst seit der Pandemie beobachten, auf die Experten seit langem hinweisen¹: Leerstand, Verkehrsbeschränkungen, Verbanung von Gewerbe, unattraktive Stores, eintönige Straßen. Derzeit arbeiten Politik, Verbände wie der HDH und Initiativen wie Die Stadtretter an einem längst überfälligen Behandlungsplan.

Dazu kommt der **Donut-Effekt**: Das GDI untersucht den Trend der Verlagerung des Konsums von der Innenstadt in die Vorstädte, also den Einkauf in der Wohnumgebung, ausgelöst durch das Arbeiten im Homeoffice. Viele Beschäftigte, die vorher täglich ins Büro pendelten, arbeiteten plötzlich dauerhaft oder teilweise von zu Hause. Diese Entwicklung hat zu einer Entkopplung von Arbeitsort und zentraler Stadtlage geführt. Menschen, die früher auf dem Weg zur Arbeit oder in der Mittagspause in der Innenstadt einkauften, nutzen nun Angebote in ihrer direkten Wohnumgebung.

Schweizer-Konsumausgaben im Bereich Non-Food

(Kartenzahlungen, indiziert: Januar 2019 = 100)



Am Stadtrand liegen die stationären Non-Food-Einzelhandelsumsätze im April 2025 rund 40 % über dem Niveau von Januar 2019. Im Vergleich dazu haben sich die Innenstädte kaum erholt und liegen sogar 1% darunter. Die neue Konsumgeografie ist damit eindeutig: Weg vom Zentrum, hin zur Peripherie.²

75. Internationale Handelstagung am 10. und 11. September in Rüschlikon/CH:

Unter dem Titel „Nearconomy: Trust Beyond Transactions“ diskutieren Vordenkerinnen und Praktiker mit dem GDI, wie Handelsunternehmen physisch, digital und emotional näher an ihre Kundschaft rücken.



cima.monitor: Deutschlandstudie Innenstadt 2024

Die Studie von cima.monitor ist eine breit angelegte, repräsentative Untersuchung zur aktuellen Lage und Zukunft der Innenstädte in Deutschland. Angesichts multipler Herausforderungen – von der Corona-Pandemie über geopolitische Krisen bis hin zu Klimawandel und digitalem Wandel – bietet die Studie eine fundierte Grundlage für Diskussion, Strategieentwicklung und Umsetzung. Kernthemen der Studie:

- Multiple Krisen: Wie die City standhält;
- Kopplungseffekte: Das Immunsystem multifunktionaler Zentren;
- Verkehrswende: Was und wer in der Innenstadt „ankommt“;
- Gastronomie: Der symbiotische Partner des Einzelhandels.

Ein besonderer Mehrwert der Studie liegt in der Verknüpfung mit realen Projektbeispielen aus der bundesweiten Initiative Stadtpulse.

www.cimamonitor.de/deutschlandstudie-innenstadt

Stadtpulse

Der Projektpool Stadtpulse geht auf die Initiative führender Fachverbände und Institutionen für Städte und Gemeinden in Deutschland zurück und wird von diesen sowie weiteren Partnern unterstützt. Der Projektpool ist eine breit gefächerte, übersichtliche Sammlung gelungener Projekte zu den Themen Innenstadt, Handel und Städtisches Leben.

www.unsere-stadtpulse.de

Leerstandslotsen

Die Matching-Plattform des Start-ups aus Leverkusen ist Tinder für Gewerbeimmobilien. Es vermittelt Leerstände in Gemeinden und ist die größte Nachnutzungsdatenbank Europas. Auf der Website werden auch innovative Storekonzepte gezeigt.

www.llasm.de

¹ifo-Schnelldienst 10/2022: Die Innenstadt als Konsumzentrum: Ein Opfer von Corona und Homeoffice?

²DTrend-Update GDI 2025: Donut-Effekt: Das neue Konsumzentrum liegt am Stadtrand



nach-
gefragt
bei...

**Stefan Müller-
Schleipen,
Geschäftsführer
der Initiative
Die Stadttretter
GmbH**

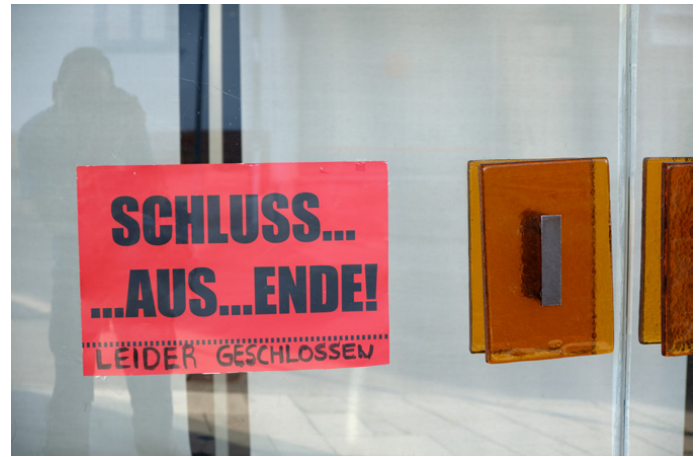
Die Stadttretter¹ sind am 2. Juni 2020 mitten in der Pandemie gegründet worden und begreifen sich als Netzwerk, auf das interessierte Städte und Gemeinden zurückgreifen können. Das Stadttretter-Netzwerk verfolgt einen kollaborativen Ansatz, um Innenstädte zukunftsfähig zu gestalten. Dem Netzwerk gehören mittlerweile mehr als 1.400 Kommunen, Unternehmen, Verbände und Institute an.

Wo genau liegt Ihre Aufgabe?

Im Mittelpunkt steht die Überzeugung, dass die Herausforderungen, vor denen Städte heute stehen, so komplex und dynamisch sind, dass sie nur gemeinsam bewältigt werden können. Der Veränderungsdruck ist enorm – sei es durch den Wandel im Einzelhandel, verändertes Mobilitätsverhalten oder neue Anforderungen an Aufenthaltsqualität. Um mit dieser Geschwindigkeit Schritt zu halten und lebenswerte Innenstädte zu erhalten, braucht es deshalb mehr als gute Ideen: Es braucht ein starkes Netzwerk, das Kooperation über Sektor- und Stadtgrenzen hinweg möglich macht.

Statt auf isolierte Einzelprojekte und Insellösungen zu setzen, fördert das Netzwerk einen offenen, praxisnahen Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Städten, Kommunen, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Akteuren. Ziel ist es, voneinander zu lernen, bewährte Konzepte zu teilen und gut funktionierende Lösungen an die jeweils eigenen Gegebenheiten anzupassen. Durch diese enge Zusammenarbeit entsteht ein stetig wachsender Pool an innovativen Strategien und real erprobten Projekten – von digitalen Lösungen über neue Nutzungskonzepte für Leerstände bis hin zu smarten Mobilitätslösungen.

„Statt auf isolierte Einzelprojekte und Insellösungen zu setzen, fördert das Netzwerk einen offenen, praxisnahen Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Städten, Kommunen, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Akteuren.“



Wie gehen Sie vor?

Die Stadttretter verstehen sich in erster Linie als Möglichmacher für den Wandel in den Innenstädten. Unser Ansatz zielt nicht darauf ab, einzelne Experten oder Lösungen „von außen“ einzubringen, sondern er beruht auf der Aktivierung, Vernetzung und Befähigung der Akteure vor Ort. Im Zentrum steht dabei die Idee, dass nachhaltige Stadtentwicklung nur dann gelingt, wenn alle relevanten Kräfte, Kommunen, Handel, Immobilienwirtschaft, Kultur, Zivilgesellschaft und Start-ups, gemeinsam an einem Strang ziehen. Die Stadttretter schaffen die Plattform und Infrastruktur, auf der genau diese Vernetzung gelingt.

Warum müssen unsere Städte überhaupt gerettet werden?

Unsere Innenstädte verlieren zunehmend ihre Attraktivität und damit ihre Funktion als soziale Treffpunkte. Der Einzelhandel steckt seit Jahren in der Krise, durch die sichtbar zunehmenden Leerstände und den Qualitätsverlust im Bestand wird das ganze Ausmaß deutlich. Social Media und Onlinehandel verändern unser Konsumverhalten. Viele Menschen kommen nicht mehr zum Einkaufen oder Bummeln in die Stadt. Die Folge sind sinkende Besucherzahlen, Geschäftsaufgaben und ein Teufelskreis aus fehlender Frequenz und wachsendem Leerstand.

Zudem fehlen oft Nachfolger im Handel, Know-how für neue Konzepte und der Mut zur Veränderung. Statt gemeinsam agieren viele Akteure isoliert. Die regulatorischen Hürden erschweren zusätzlich die Umnutzung leerer Ladenflächen.

Kurz: Unsere Innenstädte drohen zu veröden – wirtschaftlich und sozial. Deshalb braucht es jetzt gemeinsames Handeln und neue Kooperationen.

¹ Best-Practice-Beispiele, einen Podcast und weitere Informationen:
www.stadttretter.de

BE CREATIVE. BE BOLD. YOUR SHOP, YOUR STYLE!



OCTAlux verwandelt Verkaufsflächen in atmosphärische Markenwelten – minimalistisch im Design, maximal in der Wirkung. Ob für temporäre Pop-up-Stores oder hochwertigen Ladenbau unser Leuchtsystem bringt Ihren Shop zum Strahlen. Auf Knopfdruck entfalten 16,8 Millionen Farbnuancen ihre Power. Mit den integrierten COB-LEDs setzen wir auf modernste Technik und höchste Qualität. Vom dezenten Ambiente bis zum energiegeladenen Shoppingevent – temporär auftreten und dauerhaft wirken.

Messebau | Inneneinrichtung | Präsentation | Reinraum | Projektlösungen – mit System

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.



150 Teilnehmer kamen nach Legden.

Bewährte Führung und ein Blick in die Zukunft Rückblick auf die dLv-Ladenbautagung 2025

Im Mittelpunkt der Tagung in Legden standen Perspektiven für Handel und Ladenbau, der Wandel globaler Märkte, gesellschaftliche Megatrends sowie die Frage, wie stationäre Räume angesichts der digitalen Beschleunigung neue Relevanz gewinnen können. In der Mitgliederversammlung wurden die bisherigen Vorstandsmitglieder im Amt bestätigt. Den Abschluss der Tagung bildete die Betriebsbesichtigung bei der dLv-Mitgliedsfirma Tenbrink ProjektPlan GmbH in Stadtlohn – ein gelungener Ausklang für intensive Tage voller Austausch und Impulse.



Bei den 150 Teilnehmenden stand vor allem der persönliche Austausch zwischen Mitgliedern, Referierenden und Gästen im Vordergrund. Die Veranstaltung bot vielfältige Gelegenheiten zum Netzwerken, Nachfragen und gemeinsamen Weiterdenken.

Fortgesetzt wird der Dialog am 7. Mai 2026 bei der nächsten Tagung in Hamburg.

Der aktuelle Vorstand des dLv

- Carsten Schemberg (Präsident),
Th. Schemberg Einrichtungen GmbH
- Oliver Voßhenrich (stellvertretender Präsident),
POS Tuning GmbH
- Sascha Lügger,
DWD Concepts GmbH
- Konrad Münch,
Münch + Münch GmbH
- Claus Saumweber,
Bohnacker Ladeneinrichtungen GmbH
- Martina Schwarz,
CAD+T Solutions GmbH
- Annabell Tenbrink,
Tenbrink ProjektPlan GmbH

Verabschiedet wurde Manuel von Möller, VOMO Air GmbH, der seit 2011 dem Vorstand des dLv angehörte und von 2021 bis zur Tagung 2025 stellvertretender Präsident war.



Manuel von Möller, langjähriges dLv-Vorstandsmitglied, wurde von Carsten Schemberg verabschiedet.



David Bosshart sieht Chancen in Europa.

Smart Power: Europa verkauft sich unter Wert

Dr. David Bosshart, Präsident der Duttweiler Stiftung und ehemaliger Leiter des Gottlieb Duttweiler Instituts, beschreibt Europas Zukunft als Soft Power, geprägt von Kultur, Wissen und sozialer Energie. Trotz KI-Wachstums dominieren Nostalgie, der Rückzug ins Private und der Wunsch nach echter Beziehung. Shopping wird zum sozialen Erlebnis, basierend auf Vertrauen, Sicherheit und Verfügbarkeit statt reinem Konsum.

Europas Potenzial wird unterschätzt, dabei ist Lebensqualität ein neuer Luxus. Als Beleg dafür führt er an, dass Europa die beliebteste Tourismusregion der Welt ist – 41 % aller Stätten des Unesco-Weltkulturerbes weltweit liegen in Europa. Europäische Lebensart bedeutet: Shopping, Kultur, Sport, Lifestyle. Die immense kulturelle Vielfalt sollte es als Exportmarke nutzen. Dazu gehören nordische Coolness, deutscher Geist, britischer Humor und italienisches Design.





Marc Schumacher hatte viel zu sagen.

Über-Digitalisierung: Sehnsucht nach dem Echten

Dr. Marc Schumacher, CEO der Media Pioneer Publishing AG, beschreibt eine überdigitalisierte Gesellschaft in Dauerkrise („Permakrise“) mit sinkender Aufmerksamkeit und wachsender Sehnsucht nach echten Erlebnissen. Konsumenten priorisieren heute Zeit und Zugehörigkeit vor Produkten. Der Offline-Kontakt wird zum neuen Luxus, das Erlebnis zur neuen Währung. Wie David Bosshart sieht er einen Trend zur Ent-Digitalisierung, Individualisierung und Erlebnisökonomie – mit Fokus auf Sinn, Berührung und Gemeinschaft statt reiner Funktion. Beispiel dafür ist die Supermarktkette Erewhon aus den USA, ein Supermarkt für Singles mit Fokus auf die Begegnung, Produkte sind zweitrangig. Influencer laden Follower zu echten Reisen und Events ein, um offline Zeit zu verbringen. Konzerte vermitteln ein Premium-Gefühl gegenüber Streamingdiensten, das zeigen die bombastischen Events von Stars wie Taylor Swift oder Adele.

Dr. Wolfgang Fengler, Geschäftsführer des World Data Lab und früherer Weltbank-Ökonom, rät der Branche: wirtschaftlich relevante Altersgruppen gezielt ansprechen, das Potenzial kleinerer Städte erkennen und sich strategisch auf verschobene Nachfragezentren ausrichten. Den finalen Impuls der Tagung setzte Dr. Boris Nikolai Konrad, Hirnforscher, KI-Experte und mehrfacher Gedächtnisweltmeister. Seine Botschaft: Jeder kann durch gezieltes Training mehr aus seinem Gedächtnis herausholen. Mentale Leistung braucht Pausen, Struktur und Ruhe.

Starker Betrieb: Die Tenbrink ProjektPlan GmbH

Zum Abschluss der Tagung öffnete die dLv-Mitgliedsfirma Tenbrink in Stadtlohn ihre Türen für die Teilnehmenden. Rund 90 Interessierte nutzten die Gelegenheit, einen Einblick in das Unternehmen zu gewinnen – die Nachfrage war entsprechend groß. Heike Wissing, Vorsitzende des Westmünsterlandvereins e.V., stellte das Projekt Super-Helden-Fabrik vor. Ziel der Initiative ist es, Kinder im Grundschulalter nachhaltig für den Umgang mit Krisen zu stärken.

Im Anschluss hatten die Gäste die Möglichkeit, den Betrieb bei einer Führung kennenzulernen. Für besondere Begeisterung sorgte dabei ein Auszubildender, der authentisch und mit viel Engagement von seinem Weg und seinen Erfahrungen im Unternehmen berichtete.



Annabell Tenbrink zeigt ihren Betrieb.

Aktuelle Lage im Ladenbau

Aussichten sind zufriedenstellend

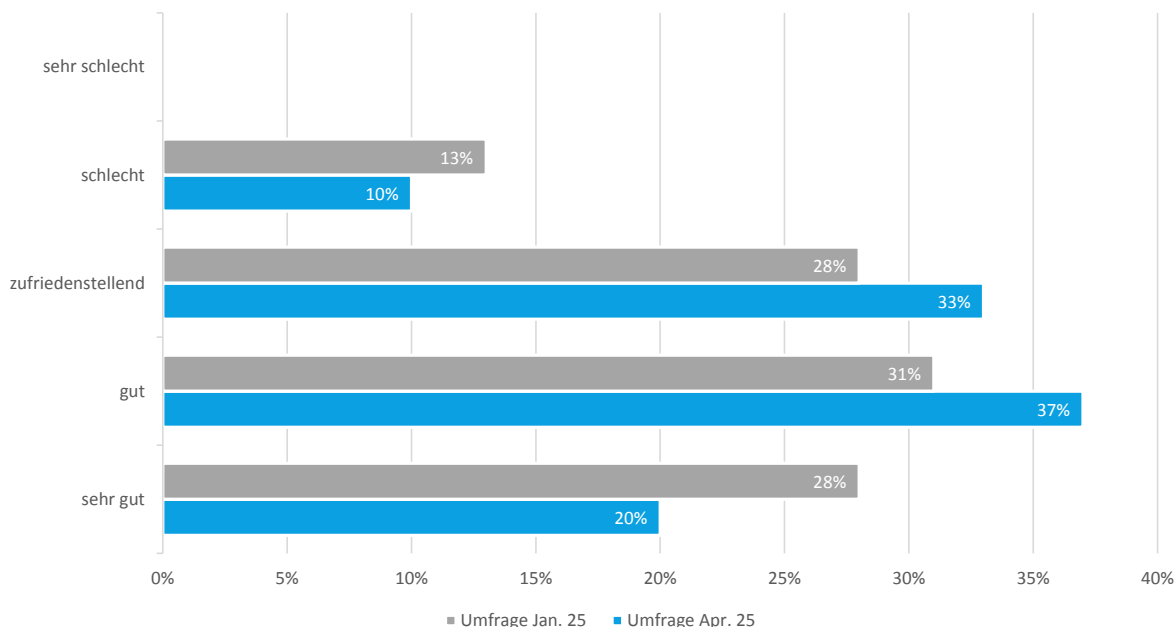
Die Branche befindet sich in einer Phase der langsamen Erholung und gewinnt zunehmend an Stabilität. Sowohl Ladenbauunternehmen als auch Zulieferer blicken mit vorsichtigem Optimismus auf die zweite Hälfte des laufenden Geschäftsjahrs. Insbesondere die Lage der Zulieferer hat sich gegenüber dem Vorquartal deutlich verbessert¹.

¹ dLv-Umfrage zur aktuellen Lage im Ladenbau April 2025

Dennoch bleibt der Druck hoch: Fast dreiviertel der befragten Betriebe nennen steigende Kosten bei rückläufigen Erträgen sowie den anhaltenden Fachkräftemangel als zentrale Belastungsfaktoren. Insbesondere Software-Ingenieure sind begehrt, aber auch Handwerker. Eine branchenweite Herausforderung bleiben die hohe Dynamik und der steigende Anpassungsdruck – nicht zuletzt vor dem Hintergrund politischer Unsicherheiten.

Exportierende Unternehmen, das zeigten die Diskussionen auf der Tagung 2025, belastet das unzuverlässige Agieren um die Zölle, das die amerikanische Regierung an den Tag legt. Die Projektumfänge werden kleiner, die Aufträge laufen kurzfristiger ein und werden nicht selten doch wieder verschoben. Die Branche hat sich aber längst darauf eingestellt. Die neue Bundesregierung erscheint insbesondere im Bürokratienabbau als wahre Hoffnungsträgerin.

Wie verlief das erste Quartal 2025 für Ihr Geschäft?



Branchendaten des dLv auf der Website



57 % der Ladenbauunternehmen geben an, dass das vergangene Quartal geschäftlich gut bis sehr gut verlief. Das ist in etwa der gleiche Wert wie im Vorquartal.

Termine

Was	Wann	Wo	Info
Retail Innovation Days Partner dlv	15. – 16.07.2025	Heilbronn	Kongress für Smart Stores 24/7
Trendforum Retail Partner dlv	01. – 02.10.2025	Frankfurt a.M.	Kongress für Handelsthemen
dlv -Store-Check-Tour	08. – 11.10.2025	Mailand/Italien	dlv-Tour für Ladenbauer, Planer, Zulieferunternehmen
EuroShop dlv stellt aus!	22. – 26.02.2026	Düsseldorf	Internationale Leitmesse für Handelsinvestitionen
Light+Building	08. – 13.03.2026	Frankfurt a.M.	Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik
Salone del Mobile	21. – 26.04.2026	Mailand/Italien	Internationale Leitmesse für Möbel
OMR	05. – 06.05.2026	Hamburg	Festival für Online-Marketing und Digitales
dlv Ladenbautagung	06. – 07.05.2026	Hamburg	Der Branchentreff für Ladenbauer und Partner, veranstaltet vom dLv
Ligna	10. – 14.05.2027	Hannover	Weltleitmesse für Werkzeuge, Maschinen und Anlagen der Holzbe- und -verarbeitung
interzum	11. – 14.05.2027	Köln	Internationale Messe für Zulieferer der Möbelindustrie und des Innenausbaus

www.ladenbauverband.de/veranstaltungen

Ciao Mailand

dLv-Tour vom 8. bis 11. Oktober 2025

Seit Jahren sind die dLv-Touren ein fester Bestandteil unseres Netzwerks. Gemeinsam erkunden wir die spannendsten Straßen und angesagtesten Viertel einer Stadt, entdecken neue sowie bewährte Läden – organisiert und geführt, sodass Sie sich um nichts kümmern müssen. Nur gute Schuhe und ein bisschen Ausdauer sollten Sie mitbringen.

Darum lohnt sich Ihre Teilnahme

Kolleginnen, Kollegen und Branchenprofis treffen, diskutieren, Perspektiven austauschen – das macht die dLv-Tour so besonders. Was dem einen entgeht, fällt dem anderen auf. Ziel der Tour ist es, Wissen zu bündeln und für alle zugänglich zu machen. Im Dialog mit Gleichgesinnten öffnen sich neue Blickwinkel auf Läden und Konzepte. Der interdisziplinäre Austausch mit Expertinnen und Experten aus verschiedensten Unternehmen sorgt kontinuierlich für wertvolle Impulse

Wer ist dabei?

Mitarbeitende aus dem Ladenbau und Zulieferbereich, Fachleute aus Architektur, Planung, Shopdesign, Visual Merchandising sowie Retailer – kurz: Profis mit Leidenschaft für den Handel.



Programm

Mi., 8. Oktober 2025

Anreise + Meet & Greet

Do., 9. und Fr. 10. Oktober 2025

Auf der Agenda

- Das Modeviertel Quadrilatero della Moda mit zahlreichen Luxuslabels in historischen Palästen
- Die Galleria Vittorio Emanuele II, eine der ältesten Shopping-Galerien der Welt
- Brera, ein charmantes künstlerisch geprägtes Viertel in Mailand, bekannt für seine malerischen Gassen, eleganten Boutiquen, stilvollen Cafés
- Neueröffnungen wie der weltweit erste physische Beauty-Store von Amazon namens Parafarmacia & Beauty
- Das La Rinascente, ein luxuriöses Kaufhaus direkt neben dem Dom, vielbesuchtes Herzstück der Mailänder Innenstadt
- Führung durch die Mailänder Scala (Teatro alla Scala), das berühmte Opernhaus

Sa., 11. Oktober 2023

Rückreise oder individueller Aufenthalt bzw. Weiterreise

Anmeldung

Sie können sich über das Programm informieren und über das Online-Anmeldungs-Tool der Website registrieren.



Der dLv ist Partner

Retail Innovation Days | Trendforum

Zwei Veranstaltungen beschäftigen sich in der zweiten Jahreshälfte mit dem Retail, bei denen der dLv Partner ist.

Die Retail Innovation Days 2025 mit dem RID-Special Smart Stores 24/7 finden am 15. und 16. Juli auf dem Bildungscampus der DHBW Heilbronn statt.



Die Veranstaltung unter der Regie von Prof. Dr. Stephan Rüsch, Studiengangsleiter Foodhandel, hat sich als Top-Event in Sachen Smart Stores 24/7 etabliert. So leitet er folgerichtig den ersten Tag mit der Frage ein: Über 700 Smart Stores 24/7 – Wo stehen wir?

Interessant in Heilbronn sind die zahlreichen Referenten, die Aussteller und die lockere Atmosphäre auf dem Campus, die das Netzwerken leicht macht. Ein Highlight sind jedoch stets die Berichte aus der Praxis, vorgetragen von innovationsfreudigen Unternehmern. Offen und ehrlich werden die Vorteile verschiedener Technologien oder gerade deren Fehlen besprochen, Nachteile dabei nicht verschwiegen. Es wird viel gefragt, der hartnäckige Moderator Rüsch hakt nach, so dass in der Regel alles beantwortet wird. In diesem Jahr dürfen sich Teilnehmer unter anderem auf Insights aus dem ersten Jahr Grab & Go der Bäckerei Raffelhüschen auf Sylt freuen.

Statistische Daten und Kennzahlen fehlen nicht, so dass sich für die, die sich mit dem Thema 24/7 beschäftigen, der Weg nach Heilbronn auf jeden Fall lohnt. Es warten zwei intensive Tage.

Anmeldung zum Event



Das Trendforum Retail findet vom 1. bis 2. Oktober im Massif Central, einem historischen ehemaligen Bankgebäude in Frankfurt statt.



Unter dem Motto „Transforming Retail im Spannungsfeld zwischen Daten- und Erlebnisraum“ bringt die Veranstaltung Experten und Entscheider aus Handel, Architektur, Ladenbau, Industrie und Technologie zusammen, um die Zukunft des stationären Einzelhandels zu gestalten.

Veranstalter des Trendforums ist Daniel Schnödt, Handelsanalyst, Fachberater und Fachbuchautor. Das Trendforum Retail zeichnet sich durch eine Kombination aus praxisnahen Einblicken, innovativen Konzepten und einem starken Community-Gedanken aus.

Traditionell findet im Vorfeld eine Trendtour statt, in deren Rahmen innovative Handelskonzepte und Storeformate in Frankfurt und Umgebung besichtigt werden. Diese Praxisorientierung ist ein guter Einstieg für die folgenden zwei „theoretischen“ Tage mit Experten aus Handel und Ladenbau.

Anmeldung zum Event



WIR SIND

Fit

FÜR IHR
PROJEKT.



BRINKDÖPKE
LEDit

BRINKDÖPKE
LiB LIGHT



Hannes Bäuerle,
Managing Director
D-A-CH Material Bank

Vorteile für den Ladenbau

Leichtbau oder leicht bauen?

Leichtbau ist im Bausektor immer noch ein schweres Thema, weil Leichtbau mit mehreren Herausforderungen verbunden ist, die sowohl technischer als auch kultureller und wirtschaftlicher Natur sind. Um die anstehenden großen Bauaufgaben zu meistern, von der schnellen Schaffung von (bezahlbarem) Wohnraum bis hin zu mehr Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit, kommen wir um eine detaillierte Beschäftigung mit der Thematik aber nicht herum. Bei der näheren Betrachtung zeigt sich dann schnell, dass Leichtbau im Bauwesen erhebliche Vorteile bietet, wie die Reduzierung des Materialverbrauchs, eine geringere Umweltbelastung und einfachere Logistik.

Wie Bauen leichter wird

Traditionelle Bauweisen sind oft schwerfällig, materialintensiv und wenig anpassungsfähig. Der Leichtbau eröffnet hier neue Möglichkeiten, indem er mit innovativen Materialien und Konstruktionsansätzen Gewichtsreduktion, Ressourceneffizienz und gleichzeitig hohe Funktionalität ermöglicht. Doch wie genau wird das Bauen „leichter“? Ein Blick auf moderne Materialien und Methoden zeigt, wie zukunftsfähige Lösungen gestaltet werden können.

Gewichtsreduktion als Treiber für Effizienz

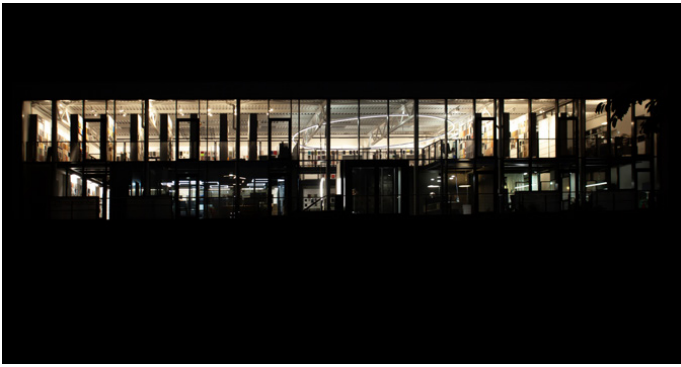
Gewichtsreduktion ist ein zentrales Ziel des Leichtbaus – nicht nur, um Transportkosten zu senken, sondern auch um die Tragwerksanforderungen zu optimieren. Leichtere Bauteile bedeuten weniger Belastung für Fundament und Tragkonstruktionen, was wiederum die Materialkosten reduziert. Zudem können leichtere Elemente einfacher gehandhabt und montiert werden, wodurch Zeit und Arbeitsaufwand auf der Baustelle eingespart werden. Gerade bei modularen Bauweisen und Vorfertigung profitieren Unternehmen von reduzierter Masse, da der Transport und die Logistik wesentlich effizienter werden.

Ressourceneffiziente Werkstoffe: Weniger ist mehr

Im Fokus stehen Materialien, die nicht nur leicht, sondern auch ressourcenschonend sind. Nachhaltige Alternativen wie Naturfaserverbundstoffe oder recycelbare Materialien ersetzen zunehmend schwerere, energieintensivere Baustoffe wie Stahl oder Beton. Auch die Kombination aus Primär- und Sekundärrohstoffen wird attraktiver, um Ressourcen zu sparen und die Umweltbelastung zu reduzieren. Die Schlüsselidee: Weniger Materialeinsatz bei gleichbleibender oder sogar höherer Leistung und Qualität.

Verbundwerkstoffe: Die Kraft der Kombination

Verbundwerkstoffe wie Glas- oder Kohlenstofffaser-Kunststoff (GFK / CFK) bringen extreme Festigkeit bei minimalem Gewicht. Ihre Fähigkeit, mechanische Belastungen gezielt aufzunehmen, macht sie zu einem essenziellen Element des Leichtbaus. Besonders in der Fassadengestaltung oder für tragende Strukturen bieten sie neue Möglichkeiten, Bauwerke schlanker und eleganter zu gestalten. Gleichzeitig ermöglichen sie eine höhere Beständigkeit gegen Umwelteinflüsse wie Korrosion, was ihre Lebensdauer verlängert und Instandhaltungskosten reduziert.



Für Architektur- und Designschaffende: die Material Bank Stuttgart.

Sandwichmaterialien und Wabenkerne: Maximale Stabilität bei minimalem Gewicht

Ein Highlight des Leichtbaus sind Sandwichmaterialien, die durch ihren mehrschichtigen Aufbau mit Wabenkernen oder Schaumstoffkernen eine exzellente Steifigkeit bei sehr geringem Gewicht bieten. Diese Materialien kombinieren eine leichte Kernstruktur mit belastbaren Deckschichten und eignen sich ideal für Anwendungen wie Innenausbau, mobile Trennwände, Möbel, Fassadenelemente bis hin zu Dächern. Wabenkerne – inspiriert von der Natur – sind besonders effizient, da sie eine maximale Stabilität mit minimalem Materialeinsatz ermöglichen. Sie bieten außerdem eine gute thermische und akustische Isolierung.

Niederkomplexe Konstruktionen: Einfach und effizient

Ein wesentlicher Aspekt des Leichtbaus ist die Vereinfachung von Bauweisen. Niederkomplexe Konstruktionen setzen auf modulare und standardisierte Elemente, die sich leicht fertigen, transportieren und montieren lassen. Ein Beispiel sind vorgefertigte Bauteile, die direkt auf der Baustelle zusammengefügt werden können – ohne aufwändige Anpassungen. Dies spart Zeit und reduziert Fehlerquellen während des Bauprozesses.

Materialfügung: Perfekte Verbindungen für Leichtbau

Die Art und Weise, wie Materialien miteinander verbunden werden, spielt eine zentrale Rolle im Leichtbau. Traditionelle Fügeverfahren wie Schrauben oder Nieten werden durch innovative Techniken wie Kleben, Laserschweißen oder Hybridverbindungen ergänzt. Diese Technologien ermöglichen es, unterschiedliche Materialien (z. B. Metall und Verbundwerkstoffe) sicher und dauerhaft zu verbinden, ohne zusätzliche Masse hinzuzufügen. Durch den Verzicht auf schwere Verbindungselemente wie Schrauben kann das Gewicht weiter reduziert werden.

Schnittstellenoptimierung: Effizienz an den Übergängen

Eine häufig übersehene Herausforderung im Bauwesen sind ineffiziente Schnittstellen zwischen Bauteilen oder Systemen. Der Leichtbau adressiert dieses Problem durch eine optimierte Planung und Gestaltung von Verbindungen. Eine präzise Abstimmung der Übergänge zwischen Materialien, Bauteilen und Gewerken minimiert Materialverluste und schafft nahtlose Übergänge, die sowohl ästhetisch als auch funktional überzeugen. Digitale Planungstools wie BIM (Building Information Modeling) unterstützen diesen Prozess und fördern eine effiziente Umsetzung.

Leichtbau als Schlüssel zur Bauwende

Der Leichtbau zeigt eindrucksvoll, wie innovatives Denken die gestalterischen Möglichkeiten im Bauwesen erweitert und der Einsatz moderner Materialien das Bauen leichter, nachhaltiger und effizienter machen kann. Leichter bauen heißt also nicht nur weniger Masse, sondern auch mehr Effizienz und Zukunftsfähigkeit – eine Philosophie, die das Bauwesen grundlegend transformieren kann.

Definition von Leichtbau

Bei Leichtbau denken die meisten zuerst an Gewichtsreduktion, Wabenplatten oder federleichte Konstruktionen. Leichtbau ist und kann mehr als nur ein schweres Material mit einem entsprechend leichteren zu vertauschen. Einerseits ist es eine Konstruktionsphilosophie, die speziell im Ladenbau wirtschaftliche Vorteile mit gestalterischen Möglichkeiten und ökologischer Verantwortung vereint. Sie ermöglicht flexiblere, modernere und nachhaltigere Ladeneinrichtungen, die sich an die dynamischen Anforderungen des Einzelhandels anpassen können. Wer sich der Thematik ausführlich widmet, wird schnell feststellen, dass es jede Menge Ansätze und Materialien gibt, mit denen das Bauen von heute und morgen wortwörtlich leichter wird.

Leichtbau als Konstruktionsphilosophie auf einen Blick



Acht Vorteile, die sowohl gestalterische als auch wirtschaftliche und ökologische Aspekte betreffen

1. Gewichtsreduktion für einfachere Handhabung und Montage

Besonders bei häufigem Wechsel von Ladenlayouts oder temporären Installationen (wie zum Beispiel bei Pop-up-Stores) sind leichte Bauteile vorteilhaft, da sie schnell demontiert und wiederverwendet werden können. Das geringere Gewicht reduziert zudem den Aufwand für die Traglast von Böden, insbesondere in Etagen- oder Altbauten.

3. Flexibilität und Modularität

Leichtbau fördert die Entwicklung modularer Systeme, die flexibel an verschiedene Ladenlayouts angepasst werden können. Dies ermöglicht schnelle und kosteneffiziente Änderungen des Designs. Leichte Konstruktionen lassen sich einfacher umbauen oder an neue Konzepte anpassen, was ideal ist für Branchen mit häufig wechselnden Kollektionen oder Kampagnen (z. B. Mode-, Elektronik- oder Lebensmittelgeschäfte).

5. Ästhetik und Designfreiheit

Leichtbau ermöglicht filigranere und modernere Designs, die im Ladenbau einen hochwertigen Eindruck vermitteln können. Der Einsatz von modernen Leichtbaumaterialien wie Aluminium, Verbundwerkstoffen, Papierwaben oder Schäumen eröffnet neue gestalterische Möglichkeiten. Materialien wie Polycarbonat oder leichte Glasverbundstoffe können genutzt werden, um eine offene, transparente und einladende Atmosphäre zu schaffen.

7. Verbesserte Kundenwahrnehmung

Leichte, filigrane und gut durchdachte Designs vermitteln Modernität und Innovation, was den Gesamteindruck des Ladens positiv beeinflussen kann. Der Einsatz von nachhaltigen Leichtbaumaterialien kann aktiv in die Kommunikation mit den Kunden eingebunden werden und so das Image des Unternehmens verbessern.

2. Kosteneinsparungen

Leichtere Materialien verringern die Transportkosten, da weniger Energie und Platz benötigt werden. Der Leichtbau erleichtert die Lagerung, den Transport und die Installation, was die Logistikkosten senkt. Durch die optimierte Materialnutzung im Leichtbau lassen sich Materialkosten ohne Einbußen bei Funktionalität oder Ästhetik senken.

4. Nachhaltigkeit

Leichtbau reduziert den Materialverbrauch und trägt so zu einer ressourcenschonenden Bauweise bei. Leichte und modulare Konstruktionen können oft mehrfach verwendet werden, was die Abfallmenge reduziert. Weniger Gewicht bedeutet geringeren Energieverbrauch beim Transport und bei der Herstellung, was die Klimabilanz verbessert.

6. Mobilität und Wiederverwendbarkeit

Leichte und modulare Bauweise ermöglicht es, Ladeneinrichtungen einfach abzubauen, zu transportieren und an einem neuen Standort wiederzuverwenden – ideal für Marken mit mehreren Standorten oder temporären Verkaufsflächen. Die einfache Demontage und Montage von leichten Konstruktionen spart Zeit bei Umbaumaßnahmen und neuen Projekten.

8. Funktionale Vorteile

Schall- und Wärmedämmung: Leichtbaumaterialien können spezifische Eigenschaften aufweisen, wie z. B. gute Akustik oder Wärmedämmung, wodurch das Raumklima und die Atmosphäre im Geschäft verbessert werden können. Leichtbaukonstruktionen können problemlos mit Lichtinstallationen, digitalen Displays und anderen technischen Elementen kombiniert werden.

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

GRÜN WALD

REGALSYSTEME



**Top-Preise
auf Regal-
systeme!**

**Exklusiv nur für Wiederverkäufer bieten wir
Aktionspreise auf Palettenware & Großpacks**

Wir bieten Ihnen die Gelegenheit, hochwertige Regalsysteme und Zubehör zu attraktiven Konditionen zu erwerben.

Wir bieten eine große Auswahl an Regalen, Wandschienen, Säulen, Fußteilen, Sockeln, Konsolen, Rückwänden, Haken, Schwerlast- und Lagerregalen sowie vieles mehr.

www.gruenwald-ladeneinrichtung.de

Grünwald Ladeneinrichtung GmbH

Blankenhainer Strasse 27

99441 Magdala

Telefon: +49 36454 57 0

E-Mail: info@gruenwald-ladeneinrichtung.de

www.gruenwald-ladeneinrichtung.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.



Hobatex GmbH Industrial Partners

Das inhabergeführte Unternehmen wurde 1984 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Brakel. Ergänzt wird der Standort durch ein über 6.000 m² großes Lager in Steinheim (Westfalen). Zum Portfolio zählen ein vielfältiges Sortiment an Holzwerkstoffen, maßgeschneiderten Verpackungslösungen sowie Spezialanfertigungen auch für Anwendungen im Laden- und Möbelbau.

Leistungen:

- Holzwerkstoffe aller Art
- Bearbeitung: Zuschnitt, CNC, Lackierung, Kante
- Montage, Lagerung, Just-in-time-Belieferung
- Sonderanfertigungen
- Paletten

Standort: Brakel

Ansprechpartner: Meinolf Meise

Mitarbeiter: 55

www.hobatex.de



IT-Dienstleistungen und Unternehmens- beratung Andreas Weber

Das sächsische Familienunternehmen unterstützt kleine und mittlere Betriebe bei der Implementierung und Weiterentwicklung von ERP- sowie CAD/CAM-Systemen. Das Unternehmen hat viel Erfahrung in der Betreuung mittelständischer Ladenbauunternehmen. Der Schwerpunkt liegt neben dem Ladenbau generell auf der Holz- und Möbelbranche. Darüber hinaus werden auch Unternehmen aus anderen Industriezweigen betreut.

Leistungen:

- Unterstützung bei der Einführung und dem Ausbau von ERP- und CAD/CAM-Software
- Webdesign und Web-Apps
- Cloud-Lösungen
- Prozessdesign in Verwaltung und Produktion

Standort: Lauta

Ansprechpartner: Andreas Weber

Mitarbeiter: 2

www.weber-elektronik.de



fuma Hauszubehör GmbH

Seit über 50 Jahren steht das familiengeführte Unternehmen für die Entwicklung und Fertigung maßgeschneiderter Fußmattensysteme für öffentliche, gewerbliche und private Gebäude. Die Produkte werden international vertrieben, während die Fertigung vollständig in Deutschland erfolgt. Zum Service gehören Beratung, Planung, Installation und Wartung.

Leistungen:

- Beratung, Aufmaß, Produktion, Lieferung und Reinigung, alles aus einer Hand
- Technischer Service, Wartung und Reinigung vor Ort
- Fußmatten-Systeme, Eingangsmatten, Sauberlaufmatten, waschbare Logomatten, Anti-Rutschmatten, Arbeitsplatzmatten, Badematten, Winkelrahmen

Standort: Karlsbad

Ansprechpartnerin: Fabienne Koch

Mitarbeiter: 18

www.fuma.com





ITAB Germany GmbH

Das Unternehmen ist Teil der international aufgestellten ITAB-Group, die weltweit über 24 Produktionsstandorte verfügt. Mit eigenen Fertigungskapazitäten bietet das Unternehmen ganzheitliche Ladenbaulösungen.

Leistungen:

Retail Interior & Retail Technology:

- Retail-Design & Planung
- Ganzheitliche Storekonzepte
- Retail Services
- Eigene Fertigung: Serien- & Sonderproduktion
- Metallver- und -bearbeitung, Holzverarbeitung
- Logistik & Montage
- Roll-outs & After-Sales-Service

Retail Lighting:

- Lichtplanung
- Beratung zu staatlichen Fördermöglichkeiten

Standort in Deutschland: Köln

Ansprechpartner: Klaus Schmid, Hülya Icoz

Mitarbeiter: >2.500

www.itab.com

ITAB



Gondella NV

Gondella ist ein familiengeführtes Unternehmen mit über 50 Jahren Erfahrung im Bereich Ladengestaltung. Es ist spezialisiert auf maßgeschneiderte Regalsysteme aus Metall und Holz für sämtliche Bereiche des Einzelhandels. Der Fokus liegt auf dem europäischen Markt, wo Gondella mit Standorten in Belgien, Tschechien, Polen und Spanien vertreten ist.

Leistungen:

Herstellung aller Regalelemente in-house (BE & CZ)

- Beratung
- Integration neuer Technologien
- Projektmanagement
- Design & Prototyp
- Produktion – eigene Pulverbeschichtung
- Kundenspezifische Metallarbeiten
- Transport
- Vormontage & Installation

Standort: Nazareth, Belgien

Ansprechpartnerin:

Barbara Bodère-Hundhausen

Mitarbeiter: 247

www.gondella.com

gondella



Xplace GmbH

Das niedersächsische Unternehmen kann auf über 20 Jahre Erfahrung in der Entwicklung von Digital Signage für den Retail zurückblicken. Als Full-Service-Partner hat sich das international tätige Unternehmen auf die Digitalisierung der Customer Journey am Point of Sale (POS) spezialisiert. Neben dem Ladenbau werden auch andere Branchen wie beispielsweise das Gesundheitswesen und die Gastronomie angesprochen.

Leistungen:

- Digital Signage
- Digitale Preisschilder
- Instore Analytics
- Retail Media
- Omnichannel Consulting und Konzepte
- IT-Dienstleistungen, maßgeschneiderte IT-Lösungen zur Unterstützung und Optimierung von Geschäftsprozessen
- Technischer Support

Standort: Göttingen

Ansprechpartner: Frank Hagemann

Mitarbeiter: 110

www.xplace-group.com

xplace

Willkommen im dLv



CVO Germany GmbH

Das Unternehmen mit Sitz in der Metropolregion Rhein-Ruhr ist auf den Ladenbau spezialisiert. Durch die Bündelung aller relevanten Gewerke unter einem Dach können Projekte effizient und ganzheitlich umgesetzt werden. Zum Kundenkreis gehören unter anderem Unternehmen im textilen Einzelhandel, in der Gastronomie und der Automobilbranche sowie Wohn- und Einrichtungshäuser.

Leistungen:

- Beratung & Planung
- In-house-Produktion von Möbeln & Warenträgern
- Montagedienstleistungen
- Innenausbau

Standort: Wesel

Mitarbeiter: 58

www.cvo-germany.de



Knettenbrech + Gurdulic Umwelt GmbH

Das auf Abfall spezialisierte Unternehmen ist ein Gemeinschaftsprojekt der Knettenbrech + Gurdulic Unternehmensgruppe und der Horn & Co. Group. Am Standort Siegen betreibt sie das Wertstoffzentrum Siegerland und bietet umfassende Entsorgungsdienstleistungen vom Transport bis hin zur Aufbereitung. Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen bundesweit bei der Baustellenentsorgung und entwickelt individuelle Abfallkonzepte.

Leistungen:

- Erstellung von Entsorgungskonzepten
- Schulungen
- Einholung verkehrsrechtlicher Anordnungen
- Baustellenabsicherung
- Lieferung von Big Bags

Standort: Siegen

Ansprechpartner: Ludger Marx

Mitarbeiter: 25

www.kg-umwelt.de



Erfolgreich vernetzt:

Mit einer Mitgliedschaft im dLv

Positionieren Sie Ihr Unternehmen im Branchenvergleich und verschaffen Sie sich einen klaren Überblick über den Markt. Sammeln Sie neue Impulse, fundiertes Know-how und aktuelle Informationen für Ihre unternehmerische Weiterentwicklung.

Nutzen Sie den dLv als Plattform für Austausch und Kooperation.

Bleiben Sie am Puls der Zeit mit unseren Fachseminaren, Studienreisen und Publikationen zu aktuellen Themen der Ladenbau- und Einrichtungsbranche.

Wir machen Ihr Unternehmen sichtbar – gegenüber Handel, Presse, Architekten und Planern.



Jetzt Mitglied werden und von einem starken Netzwerk profitieren!

Alle Informationen zur Mitgliedschaft und das Aufnahmeformular finden Sie online:

<https://www.ladenbauverband.de/15/mitglieder/mitglied-werden>

Oder scannen Sie einfach den QR-Code und gelangen Sie direkt zum Formular:



Ihr Store kann mehr?

Zeigen Sie es im STORE BOOK 2026!



Sie haben ein innovatives Storekonzept erfolgreich umgesetzt? Dann nutzen Sie die Chance, Ihr Projekt im renommierten STORE BOOK 2026 des Deutschen Ladenbau Verbands (dLv) zu präsentieren – der jährlichen Bühne für die besten Ladenbauprojekte im deutschsprachigen Raum und darüber hinaus.

Was wird gesucht?

Projekte, die zwischen dem 1. September 2024 und dem 30. September 2025 neu eröffnet oder umfassend umgebaut wurden – unabhängig von Größe, Branche oder Budget.

Was bietet das STORE BOOK?

- Präsentation in einem hochwertigen Branchenkompendium
- Sichtbarkeit bei einem großen Fachpublikum
- Positionierung als kreative Kraft im Retail Design
- Kostenfreie Einreichung und Veröffentlichung

Einsendeschluss: 30. September 2025

Mehr Infos auf dem Einreichungsportal:
storebook.dlv.info

Setzen Sie ein Statement für exzellenten Ladenbau – mit Ihrem Projekt im STORE BOOK 2026!

Extra-Tipp:

Wer zusätzlich Aufmerksamkeit möchte, kann eine Anzeige im Buch platzieren – ideal, um das eigene Profil noch stärker hervorzuheben! Die Mediadaten gibt es unter
storebook.dlv.info



REVOLUTIONÄRE LAUFLICHT-EFFEKTE



RUN-TAPE Dynamic COB-10

- Spezial-Lichteffekte frei konfigurierbar
- Volllauf beim Einschalten | Leerlauf beim Ausschalten
- Lichtfarbe, Helligkeit und Szenarien per Meshle App regelbar
- Hervorragende Farbwiedergabe CRI >90
- Homogenes Licht ohne störende Punktoptik
- Hoher Lichtstrom vom 900 lm/m
- Run-Tape alle 26,31 mm kürzbar



Hera®

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

www.hera-online.de

Digital Signage

Bütema kauft zu

Die Bütema AG übernahm zum 1. März 2025 die Wedeko GmbH aus Erbach. Ziel der Übernahme sind die Erweiterung des Portfolios sowie der Zugang zu neuen Marktsegmenten im Bereich Digital Signage. Dabei werden alle elf Mitarbeitenden und die Kunden von Wedeko vollständig in die Bütema AG integriert.

Wedeko steht für innovative, langlebige und benutzerfreundliche Digital-Signage-Lösungen und bietet ein breites Angebot für Städte, Gemeinden, Einzelhandel und weitere B2B-Branchen – von digitalen Schaukästen über Menüboards bis hin zu LED-Wänden und interaktiven Infostelen. Die Marke Wedeko sowie der Standort Erbach bleiben erhalten, um Kundennähe und regionales Engagement zu sichern.

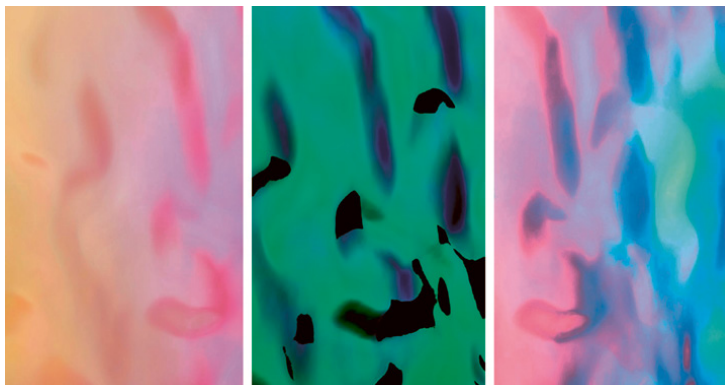
Das dLv-Mitglied Bütema AG mit Sitz in Bietigheim-Bissingen ist ein führender Anbieter von integrierten In-store-Lösungen für den Fashion- und Lifestyle-Einzelhandel in Deutschland. Das Unternehmen entwickelt ganzheitliche Systeme zur Emotionalisierung, Kundenberatung und Optimierung von Filialprozessen mit dem Ziel, das Einkaufserlebnis für Konsumenten zu verbessern und gleichzeitig die Effizienz im Handel zu steigern.

www.buetema-ag.de



Spektakuläres Farbenspiel

Außergewöhnliche Oberflächen



SL Ocean Hollywood, Hollywood Blue und Aqua.



Das Dekor SL Crepa gibt es ebenfalls mit drei neuen Oberflächen.

Designplatten von Sibü lassen sich als Möbeloberfläche, Füllung, Wandverkleidung sowie zum Display- und Messebau einsetzen. Jetzt hat Ostermann das Sortiment um zwei ungewöhnliche Dekore erweitert.

Mit **SL Ocean** zieht die Kraft des Wassers ein: Die Oberfläche erinnert an bewegte Wellen und glänzt jetzt in drei atemberaubenden Farbvarianten – von glamourösem Gold-Pink („Hollywood“) über intensives Blau-Gold („Hollywood Blue“) bis hin zu maritimer Tiefe („Aqua“).

SL Crepa ergänzt das Spiel der Sinne mit faszinierendem Knittereffekt – wie Eisflächen oder Metallfolien, jetzt erstmals auch in den spektakulären Farbverläufen von Hollywood, Hollywood Blue und Aqua.

Alle genannten Designplatten sind bei Ostermann in der Abmessung 2600 x 1000 mm mit unterschiedlichen Rückseiten erhältlich. Sie können vorab als A4-Muster angefordert werden. Die neuen Oberflächen im Detail: Suchbegriff „Sibu2025“ auf der Startseite der Website eingeben.

www.ostermann.eu

Wir gratulieren!

Ausgezeichnete dLv-Mitglieder



Die innovative Ringleuchte LD 8228 von Elektra hat den renommierten iF Design Award 2025 bekommen. „Wir sind sehr stolz auf diesen Preis, der nicht nur die ästhetischen, sondern auch die funktionalen Besonderheiten unserer Leuchte unterstreicht“, sagt Geschäftsführer Boris Niessing. Besonders begeistert hat die nahezu unsichtbare Flachband-Anschlussleitung. Durch die geringe Bauhöhe hält sich diese dezent im Hintergrund des Beleuchtungs- und Möbeldesigns. Eine einfache Montage und die rückstandsfreie Demontage sind durch die selbstklebende Anbringung möglich. Das reduziert die Prozesskosten erheblich. Auch technisch kann die minimalistische Lösung mit modernster LED-Technologie und ihrer blendfreien, lichtstarken Leistung in smarter Ringform punkten.

www.elektra.de



Großer Erfolg für Aichinger beim „Supermarkt des Jahres 2025“: In gleich mehreren Gewinner-Märkten sind Lösungen von Aichinger im Einsatz – von Bedientheken bis SB-Kühlmöbeln. Ob Edeka, Rewe, Globus oder E-Center: In allen vier Kategorien mischt Aichinger mit. Geschäftsführer Dr. Oliver Blank freut sich über starke Partner und zeigt: Frische, Effizienz und Einkaufserlebnis – das lässt sich einrichten!

www.aichinger.de

Anzeige



High-Tech Smart Gläser (LCD)



Verbundglas mit metallisierten Texturen



Glasvittrinen

GALVOLUX®
Glas- und Spiegel-Technik



GALVOLUX SA
Via Strecce 1
CH-6934 Bioggio
Tel. 091 610 55 11
info@galvolux.com
www.galvolux.com



QUALITÄT
UND GARANTIE
SEIT 1900



Glaselemente auf Mass, magnetisch und beschreibbar



Hinterleuchtete Glaslösungen



Tabakerhitzer

Wo ist der Marlboro-Mann?

Der Glo store in Odessa¹ zeigt, wie weit sich modernes Store-design vom Image des Marlboro Man entfernt hat. Den vermisst hier keiner. Statt rustikaler Männlichkeit und Outdoor-Romantik setzt das Ladenkonzept auf eine cleane Ästhetik: Aufgeteilt in einen Präsentations- und einen Beratungsbereich, wird der Tabak als stilvolles, urbanes Lifestyle-Produkt inszeniert. Dunkle Töne, warmes Licht, anthrazitfarbene Wände und helles Holz erzeugen ein ruhiges, hochwertiges Ambiente. Technik statt Cowboy – Rauchen wird neu codiert: diskret, smart und designorientiert.

Projektdaten

Standort: Odessa, Ukraine

Eröffnung: 20. März 2024

Fläche: 60 Quadratmeter

Projektpartner

Planung | Storedesign: Zikzak Architects



Das Team von Zikzak Architects aus Odessa.

Oleksandra Yaroshenko von ZIKZAK Architects über Ladengeschäfte in Odessa: „Trotz des Krieges funktioniert der Einzelhandel in Odessa und auch im Rest der Ukraine so, wie andere Unternehmen auch. Sie haben vielleicht Berichte, Fotos oder Videos von Läden gesehen, deren Fenster durch die Druckwelle zerstört wurden? Eine Stunde nach dem Beschuss läuft der Laden weiter. Das zeigt, wie unverwundlich wir sind. Wir wollen leben und arbeiten, und wir tun es unter den Bedingungen des Krieges.“

¹Vorgestellt im STORE BOOK 2025

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

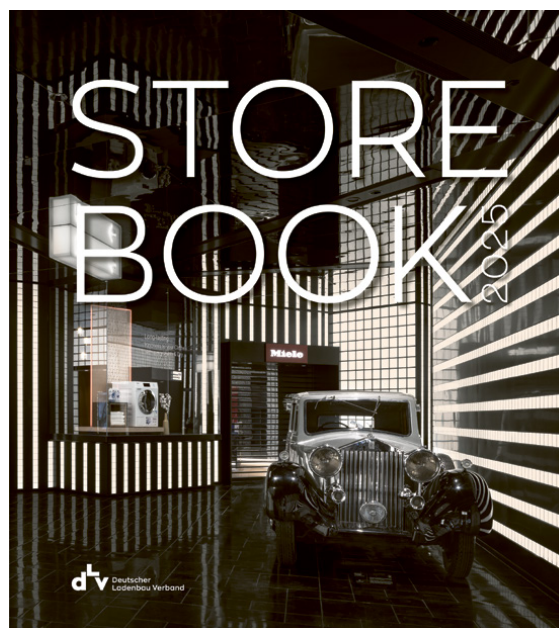
Verantwortlich für den Inhalt:
Deutscher Ladenbau Verband (dLv)
Geschäftsführung: Dr. Wolfram Krause
Koellikerstr. 13, D-97070 Würzburg
Postfach 5920, D-97009 Würzburg
Tel. +49 (0) 931 35292-0 | Fax +49 (0) 931 35292-29
info@ladenbauverband.de
www.ladenbauverband.de
Projektleitung + Redaktion: Angela Krause
Anzeigen: Marina Lopez
Beirat aus dLv-Vorstand: Annabell Tenbrink
Fotos: Cover: dLv | S. 2 Tobias Trapp |
S. 3 Joachim Grothus, dLv | S. 4 bis 7 Joachim Grothus/blocher partners, S. 7 Dr. Moritz Koch |
S. 8 GDI | S. 9 Stefan Müller-Schleipen, franconia-photo | S. 12 bis S. 14 Tobias Trapp, Tenbrink |
S. 15 dLv | S. 17 dLv | S. 18 Prof. Stephan Rüsch, Daniel Schnödt | S. 20 Hannes Bäuerle |
S. 21 + 22 Material Bank Stuttgart | S. 24 Hobatex, Andreas Weber, fuma | S. 25 ITAB, Gondella, Xplace | S. 26 CVO Germany, Knettenbrech + Gurdulic | S. 27 Carlo Oriente | S. 28 Ostermann |
S. 29 Elektra, Aichinger | S. 30 8beam | S. 31 SFAP, dLv
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 79

06|2025

Auf dem Cover:

Champs-Élysées/Paris, Frankreich

