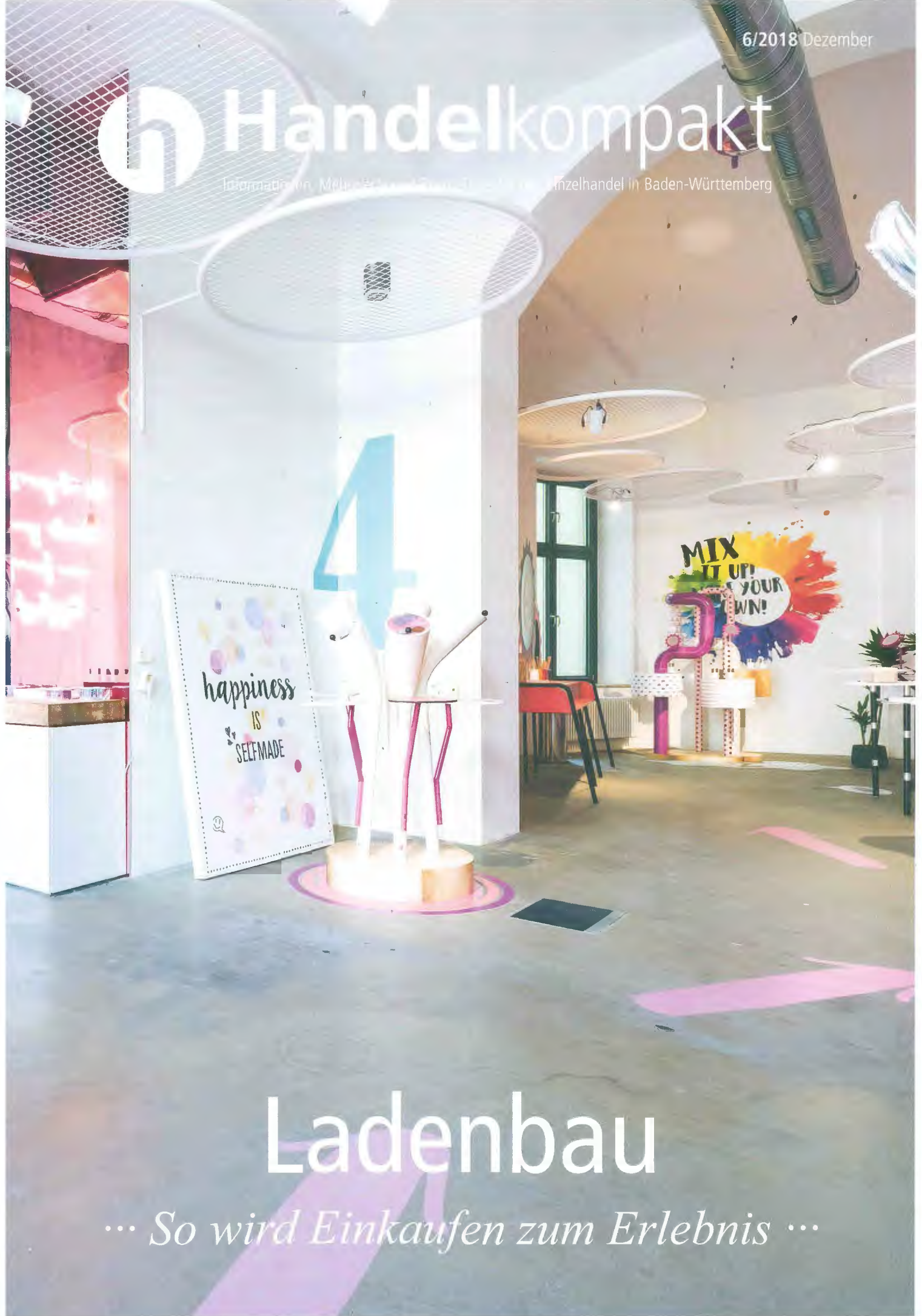




Handelkompakt

Informationen, Meldungen und Tipps zum Thema Einzelhandel in Baden-Württemberg



Ladenbau

... *So wird Einkaufen zum Erlebnis* ...



Zwischenruf

Das Geschäft mit der Zukunft

Die gute Nachricht ist: Laut neuer Studien hat die Generation Z (geboren nach 1995) - trotz des Smartphones - das Bummeln durch die Läden für sich neu entdeckt. Doch mit alten Ladenbaukonzepten kann man die neuen Kunden nicht überzeugen: Visuelle Präsentationen und die nahtlose Vernetzung von off- und online sind ein Muss. Erste Händler machen vor, wie es geht: Ein Schuhhaus hat die Schuhregale ins Lager verbannt und Lounge-Möbel auf die Verkaufsfläche gestellt. Auf Tablets kann man sich nicht nur über die Schuhmodelle informieren, sondern auch

die News zu Lifestyle, Reisen und Mode überfliegen und sich in entspannter Atmosphäre austauschen. Andere Händler offerieren über ihre Apps personalisierte Angebote, zusätzliche Infos und Werbung direkt auf das Smartphone, gezahlt wird kontaktlos über das Kundenkonto beim Verlassen des Geschäfts.

Die schöne neue digitale Welt ist bereits da, wer will, kann jetzt schon punkten. Doch Videowalls, wie sie bereits jetzt zwei Drittel aller Händler einsetzen, genügen nicht. Wenn die jungen Käufer sich wohlfühlen, kaufen sie. Und zwar stationär.



*Prof. Dr. Oliver Janz ist Studiengangleiter **BWL-Handel Fashion Management** an der DHBW Heilbronn. Vor seiner Lehrtätigkeit war er in leitenden Funktionen bei Hugo Boss und Karstadt tätig.*

Ihr HBW-Mehrwert:

Gerne stellen wir Ihnen Vorträge und Ideen unserer kompetenten Referenten vom diesjährigen Stadtmarketingtag in Stuttgart zur Verfügung – unter anderem von Andreas Reiter vom ZTB Zukunftsbüro Wien, Adrian Hotz von der CEC Connect eCommerce GmbH und Boris Hedde von der IFH Köln zu den Themen „Stadtleben von morgen“ und „Zukunft des Handels“. Melden Sie sich! Unter E-Mail info@hv-bw.de oder unter Telefon 0711 648640.

Mit den dualen Studienangeboten der DHBW Heilbronn in die Zukunft!

Namhafte Handelsunternehmen vertrauen der DHBW Heilbronn jedes Jahr ihren Nachwuchs an. Auf drei Monate Theorie an der Hochschule folgt eine dreimonatige Praxisphase im Unternehmen. So erhalten die Partnerfirmen in nur drei Jahren praxiserfahrene Absolventen, die nach Studienabschluss direkt einsetzbar sind. Die Studierenden der DHBW Heilbronn profitieren von einer individuellen Betreuung, kleinen Kursen und einem exzellent ausgestatteten Campus. Neben solidem **BWL-Grundwissen** vermittelt das Studium Antworten auf aktuelle Handelsthemen. Mehr Infos unter: www.heilbronn.dhbw.de



Individualität und Ausdruckstärke werden für den stationären Handel immer wichtiger. Wie das aussehen kann, zeigen wir Ihnen auf diesen Seiten.



Durch die Kombination aus „emotionalem Produkterlebnis und Onlineshopping“ soll die erste stationäre Filiale von **Mußler BEAUTY** im Stuttgarter Stadtkaufhaus Gerber laut Geschäftsführer Matthias Mußler zu einem lebendigen Marktplatz für individuelle Schönheit werden.



Eines der schönsten städtischen Gebäude der Stadt Augsburg ist ohne Zweifel das „Weberhaus“. Bereits seit mehreren Jahrzehnten ist das Ulmer Familienunternehmen **Werdich** mit seinem „Schuhhaus Werdich“ in Augsburg im historischen Weberhaus präsent. Vor kurzer Zeit wurde das alteingesessene Fachgeschäft komplett neu gestaltet.



Um Retail-Digitalisierung geht es bei der Firma **Bütema** in Bietigheim-Bissingen, oder wie es das Unternehmen nennt: „Digitaler Feinschliff am POS“. Bestes Beispiel hierfür ist der neue Showroom von Bütema in Bietigheim-Bissingen.

„Hier können unsere Besucher prägnant, visuell und haptisch den digitalen Alltag im Einzelhandel erleben“, betont das Unternehmen.



Erlebnis - Ladenbau punktet

Ob Marken oder Räume, ob komplette Stores oder ausgewählte POS-Flächen – **DFROST**, die Agentur für Retail Identity mit Sitz in Stuttgart, sorgt auf jedem Terrain für die passende visuelle Darstellung – überall dort, wo Erlebniswelten und Identität geschaffen werden sollen. Und so verhelpen die Retail-Experten internationalen Marken aus der Fashion-, Lifestyle- und Automobilbranche dazu, ihre eigene Story zu erzählen und setzen dabei auf revolutionäre, nachhaltig-funktionierende Ladenkonzepte. Eine Auswahl davon ist hier zu sehen:

Bild 1: Für das Swarovski Crystal Lab in der Robinsons Mall in Dubai wurde ein flexibel bespielbares Ladenbaukonzept entwickelt, um ein vielseitiges Visual Merchandising am POS zu ermöglichen.

Bild 2: Mit dem neuen Outlet-Store in Rostock gibt Bahlsen seinem Markenauftritt ein neues und einzigartiges Retail-Gesicht. Auf 160 Quadratmetern bietet der Store genug Raum für die Präsentation der vielfältigen Produktwelten.

Bild 3: Im essence Maker Shop werden Beauty-Träume wahr: Das Thema Do-It-Yourself steht im Fokus des neuen Pop-Up-Konzepts von cosnova. Der Shop öffnete in diesem Jahr erstmals seine Pforten im Herzen von Berlin, wo er die junge Klientel auf zwei Ebenen empfing.

Bild 4: Nachhaltigkeit ist für die Marke **neubau eyewear** immer die ausschlaggebende Vision für ihren Messeauftritt – hier bei der eyewear-Messe MIDO in Mailand in diesem Jahr.