

SHOPS



Natura Casa

Stimmiger Mix: Vintage-Look, gepaart mit den passenden Accessoires sowie Grünpflanzen und Lebensmittel, die das Thema Natur unterstreichen. So geht die Kette Natura Casa auf Kundenfang.



Shop-Trend-Tour 2015: In Barcelona unterwegs

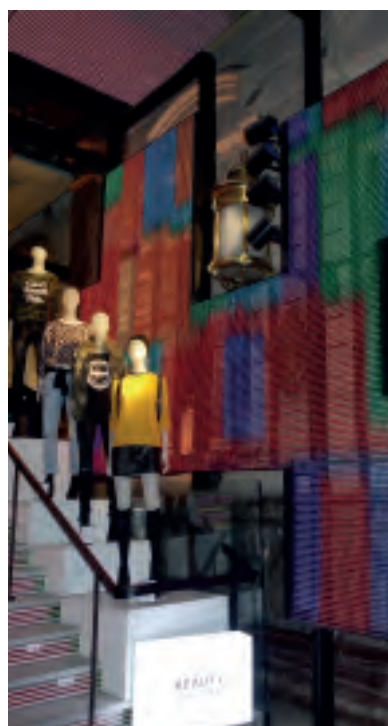
Inspiration auf katalanisch

Wer sein Geschäft stets up-to-date halten will, sollte nicht immer nur sein eigenes Süppchen kochen, sondern den Blick über den Tellerrand wagen. Die Ladenbauexperten von Schleifenbaum Design & Project hatten deshalb Kunden und Geschäftsfreunde nach Barcelona geladen, in die pulsierende, weltoffene Stadt am Meer. Die „möbel kultur“ war dabei.



H&M

Große bunte, sich ständig verändernde Medienwände ziehen den Kunden regelrecht ins Geschäft rein. Und innen profitiert der Ladenbau u. a. von dem repräsentativen Treppenhause und den alten Säulen.



Die geniale Architektur von Antoni Gaudí, die Flaniermeile Les Rambles, die Marktstände im Mercat de la Boqueria oder die riesige Auswahl an Tapas-Bars. Zu Barcelona fällt jedem spontan etwas ein, das einen von der Stadt am Meer träumen lässt.

Nachdem es zuletzt nach London (2013) und Mailand (2012) ging, organisierte Schleifenbaum in diesem Herbst eine Reise in die katalonische Hauptstadt, um zu zeigen, was Barcelona außer den touristischen Highlights zu bieten hat – zum Beispiel jede Menge Läden, die viele neue Ideen für das eigene Geschäft geben. Mit dabei waren neben den beiden Schleifenbaum-Geschäftsführern Iris Waltemode und Heinz Wieja u. a. Matthias Bader (Braun Möbel), Karl-Heinrich Wirth und seine Tochter Sabine Wirth (Möbel Berta) sowie die Holländer Henk Voortmann, Geschäftsführer des Einrichtungs-

partnerrings Niederlande, Sander Vroone, dort zuständig für das Konzept Trendhopper und Evert-Jan Eijerkamp vom gleichnamigen Einrichtungshaus in Zutphen. Und trotz des durch den Lufthansastreik etwas verkürzten Aufenthalts vor Ort sowie ungewöhnlich regnerischem Herbstwetter bot die Shop-Trend-Tour einiges an Inspiration. Zudem kommt einem als Barcelona-Besucher zugute, dass es sich zwar um eine Millionenstadt handelt, sich die Altstadt jedoch gut zu Fuß erkunden lässt. Vor allem an der Avenida Diagonal, dem Passeig Gracia oder dem Viertel El Born konnte die Gruppe einige Hingucker entdecken.

Auffällig war, dass das Thema Licht immer mehr an Bedeutung gewinnt, nicht nur als Beleuchtung in den Läden – LEDs sorgen hier für natürliche Farben – sondern auch als aufmerksamkeitsstarke Installationen im Eingangsbereich,

BARCELONA

Deko Palace

Allein die Raumaufteilung ist schon ein Hingucker, denn der Deko Palace ist in einem ehemaligen Kino untergebracht. Gut genutzt: die Logen – in jeder wird eine andere Wohnwelt dargestellt.



Zara Home

Witzige Idee: der Spiegel im Schaufenster, der es ermöglicht, den gedeckten Tisch auch von oben zu sehen. Innen setzt eine moderne Beleuchtung Möbel und Accessoires von Zara Home in Szene.

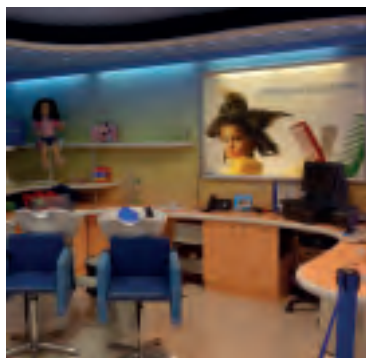
SHOPS



Replay
 Multimedia-Wände und die passende Musik locken die Zielgruppe in den Replay-Store. Der Industriecharme des alten Gebäudes passt ebenfalls zum Image der Marke. Mit viel Liebe zum Detail!



Imaginarium
 Im Spielzeugladen Imaginarium werden Kinderträume wahr! Große Prints im Treppenhaus stimmen auf das Thema ein. Ein auf die Kids angepasster Frisör-salon sowie eine Yoghourteria sorgen für Zusatzreize.



El Born
 Im angesagten Viertel El Born haben sich in den letzten Jahren Designer und Kunsthandwerker niedergelassen, die vor Ort fertigen und verkaufen. Dadurch entsteht eine sehr authentische Atmosphäre.

BARCELONA

die die Kunden in die Geschäfte locken sollen. Vor allem Modeläden wie H&M oder Replay spielen mit diesen Möglichkeiten. Auch der Inszenierung wird viel Raum gegeben. Zum Beispiel bei Zara Home: Bis ins letzte Detail werden hier unterschiedliche Thementische präsentiert, die Lust aufs Shoppen machen. Eine eigene kleine Welt zeigt auch die Kette „Natura Casa“, die Möbel, Boutiqueartikel, aber auch Lebensmittel und Mode anbietet und alle Produkte unter dem Thema „Natürlichkeit“ zusammenfasst und entsprechend darstellt – mit viel Grünpflanzen in der Ausstellung und einem ansprechenden Vintage-Style. Eine zielgruppengerechte Vermarktung war in dem Spielzeugladen Imaginarium zu bestaunen. Nicht nur, dass die kleinen Kunden einen eigenen, ihrer Größe angepassten Eingang haben. Im Geschäft gibt es zusätzlich zum Kernsortiment eine auf Kinder zugeschnittene Yoghourteria sowie einen Friseur für die Kids. Auch so lässt sich der Umsatz steigern.



Bunt gemischt: die Teilnehmerrunde der diesjährige Shop-Trend-Tour von Schleifenbaum, die nach Barcelona führte.

Darüber hinaus bietet Barcelona mit seinen vielen alten, hochherkunftlichen Gebäuden auch in puncto Ladenbau ein riesiges Potenzial am Möglichkeiten, wie diese vorhandene Architektur spektakulär mit eingebunden werden kann. Denn in solch einem Ambiente, mit besonderen Treppenhäusern und Decken oder ausgefallenen Glasfasaden, steigt automatisch die ge-

fühlte Wertigkeit der Produkte, selbst wenn es sich nur um Mode von H&M handelt – oder um die eher preisgünstigen Fachsortimente im Deko Palace. Hier punktet das Unternehmen mit einer ganz besonderen Location, denn früher gab es in dem ehemaligen Kino die jüngsten Kassenschlager zu sehen. Die besondere Raumsituation ermöglicht ganz neue Optiken auf

die Produkte. Abgerundet wurde der „Stadtspaziergang“ mit Einblicken in das alte, gotische Viertel sowie in das Barri del Born. In den sehr engen Gassen haben in den letzten Jahren immer mehr Designer und Kunsthandwerker kleine Geschäfte eröffnet, in denen gleichzeitig gefertigt und verkauft wird. Sehr authentisch!

EVELYNE BECKMANN

Schleifenbaum Design & Project

Individuelle Lösungen für den Möbelhandel

Gegründet 1984 verfügt Schleifenbaum Design & Project heute über 30 Jahre Erfahrung im Bereich Ladenbau. Lag der Schwerpunkt zu Beginn auf dem großflächigen Möbelhandel wurde in den letzten Jahren auch in andere Branchen expandiert. Wichtiges Stand-

bein ist heute zudem der Modebereich. Gleichwohl bleibt die Planung von Möbelflächen die Kernkompetenz des Unternehmens. Federführend ist hier Iris Waltemode die sich die Geschäftsführung mit Heinz Wieja, der sich auf Fashion konzentriert, teilt (Foto).



Durch die immer kürzeren Zyklen in puncto Modernisierung und den nach wie vor fast unbremsten Expansiondrang gerade der Großflächen bleibt auch künftig viel zu tun für das Team um Iris Waltemode. Zuletzt setzte die erfahrene Planerin eine neue Lifestyle-Fläche bei Weko in Pfarrkirchen um, steuerte den Umbau bei Möbel Berta in Gemünden und vollendete den über vier Jahre angelegten Masterplan bei Möbel Brügge in Neumünster. Als nächste große Herausforderung steht der



Bau des neuen Braun Möbel-Centers in Offenburg an, das im Frühjahr 2016 eröffnet werden soll. Und, soweit die Genehmigungen vorliegen, geht es an die Planung des neuen Sommerlad in Fulda. Immer im Blick: ganz individuelle Lösungen, die die besonderen Gegebenheiten vor Ort sowie die jeweilige Firmenphilosophie mit berücksichtigen.

EVELYNE BECKMANN

www.ladenbau-schleifenbaum.com

Eines der jüngsten Projekte von Schleifenbaum: der komplette Umbau der Wohnen-Abteilung bei Möbel Brügge in Neumünster. Ein Ziel war es, die Größe des rund 20.000 qm umfassenden konventionellen Einrichtungshauses besser zur Geltung zu bringen.