

Cyber Dog in London: Fabrikatakomben mit cleanen Steinwänden und fluoreszierendem Blaulicht, das die präsentierte Ware erst so richtig zur Geltung bringt. Rohrsystem für die Mittelraummöblierung und für die Warenträger an der Rückwand.

Bildeten sich früher die Einrichtungstrends noch aus gesellschaftlichen und politischen Strömungen heraus, so ist Einrichten heute eher Ausdruck totaler Freiheit, Individualität und Spontaneität. Mit der Folge, dass sich vielfältige und teilweise sehr kurzlebige „Mini-Trends“ ausprägen, die selbst ladenbauliche Trend-Setter unter den Händlern nicht so schnell umsetzen können. Und für die anderen Handelsbetriebe gilt, jenseits der Tatsache, dass man keinesfalls jedem Trend nachlaufen sollte: Schon allein die finanziellen Mittel erlauben nicht den Einstieg in jeden modischen Zug. Einfache Lösungen sind daher ebenso gefragt wie schnell veränderbare Optiken.

DKNY London, Old Bond Street: DKNY arbeitet schon seit zehn Jahren mit dieser Form der Warenpräsentation. Stahlseile aus der Decke und Querstangen als Warenträger.



Wasserrohr statt Wandregal

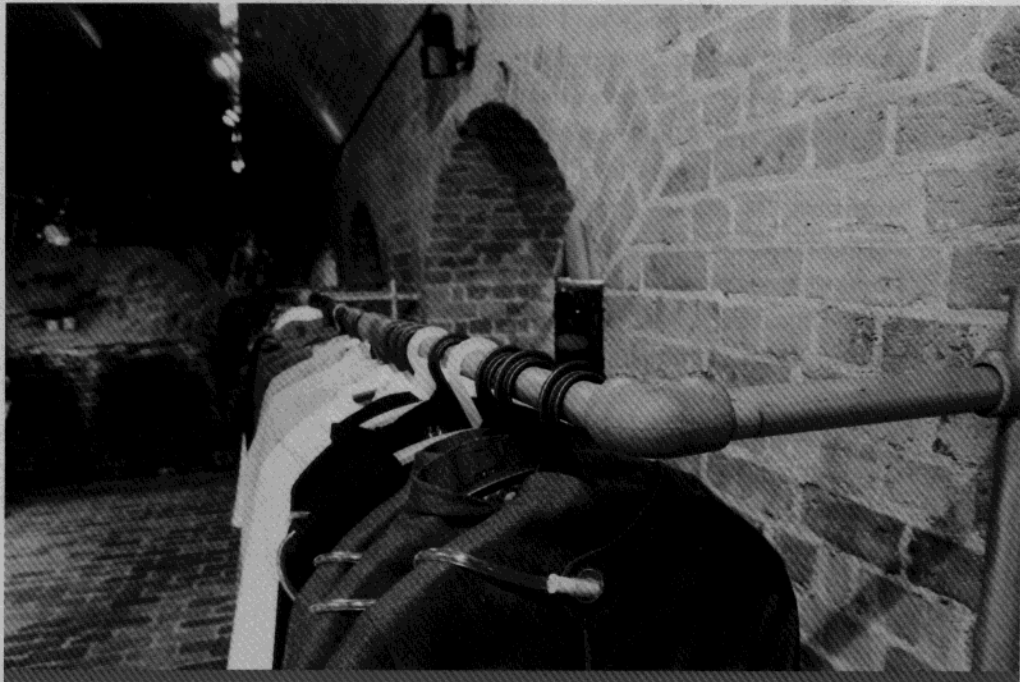
Wasserrohre statt Wandregale, Ketten und Seile als Abhänger statt massiver Mittelraummöblierung: so wird im Laden Natürlichkeit erzeugt, Variabilität und Transparenz umgesetzt. Die Ladenbauer springen mit eigenen Programmen auf diesen Trend auf.

Vielseitigkeit. Nicht neu, aber immer beliebter, vielseitig verwendbar und relativ preisgünstig sind Wasserrohre und Muffen als Warenträger. Diese Variante eignet sich durchaus für verschiedene Zielgruppenansprachen und ist nicht nur Jugend-Läden vorbehalten.

Man sieht sie in in kleinsten Szeneläden wie in hochwertigen Boutiquen. Ein schönes Beispiel dafür ist „Cyberdog“ (siehe Bild rechts). Dieser Szeneladen in London eröffnete ein Outlet in alten Fabrikkatakomben von „The Stables“ von London Camdon.

Nach einigen Schritten fällt der Blick in ein riesiges, lang gezogenes Steingewölbe, das aus mehreren Röhren- und Nischenräumen besteht und dessen Ende nur zu erahnen ist. Auffallend ist die gute Restaurierung des Steintorsos.

Das Licht im Laden ist beschränkt auf fluoreszierende Bänder von der Decke sowie Spotlights, die im Boden eingelassen sind. Als einziger Warenträger dienen Wasserrohre und Muffen, die die Ware in Frontal- und Ärmelparade zeigen. Diesen Wasserrohr-Trend aufgegriffen hat übrigens der Ladeneinrichter Bohnacker (Blaubeuren) mit seinem „Euroklemp“-System.



Eine weitere Filiale von Cyber Dog: Alte Fabrik-Katakomben mit lang gezogenem, gut restauriertem Steingewölbe. Wasserrohr-System mit Muffen und Winkel, die unterschiedlichste Präsentationsvarianten zulassen.

Transparenz. Frei nach Milan Kunderas „Unerträglicher Leichtigkeit des Seins“ wird auch die Gestaltung des Raumes mit hängenden Warenträgern zunehmend umgesetzt. Durch diese Art der Warenpräsentation wird neben der Leichtigkeit die Transparenz und damit die Orientierung im Ladengeschäft verbes-

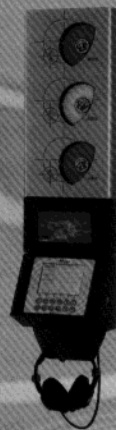
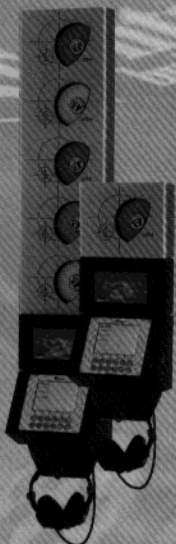
sert. Vor allem aber wird die Präsentation sehr variationsfähig.

Die Möglichkeiten reichen dabei von Stahlseilen mit Querstangen, gesehen bei Donna Karan (Bild links) über abgehängte Baumstämme (wie bei den Designern Farhi oder Mulberry) bis hin zu einfachen, aus der Decke kommenden ▶

Pataco's X-Generation: DVD und CD Präsentation mit X-Control

Die neue Vorführstation
für Bild- und Tonträger:

- höchste Ton- und Monitorqualität
- erweiterbares System
- digitale Signalführung
- bis zu 5 Abspielvorrichtungen



Pataco
The equipment company



Pataco GmbH
Franzheimerstraße 4 • D-85445 OBERDING
Tel.: +49 (0) 811 55 190 • Fax: +49 (0) 811 55 19
www.pataco.de • info@pataco.de

Pataco AG
St. Gallerstrasse 3 • CH-8353 ELGG
Tel.: +41 (0)52 364 25 21 • Fax: +41 (0)52 364 12 10
www.pataco.com • info@pataco.com



Marketing « Shop Design

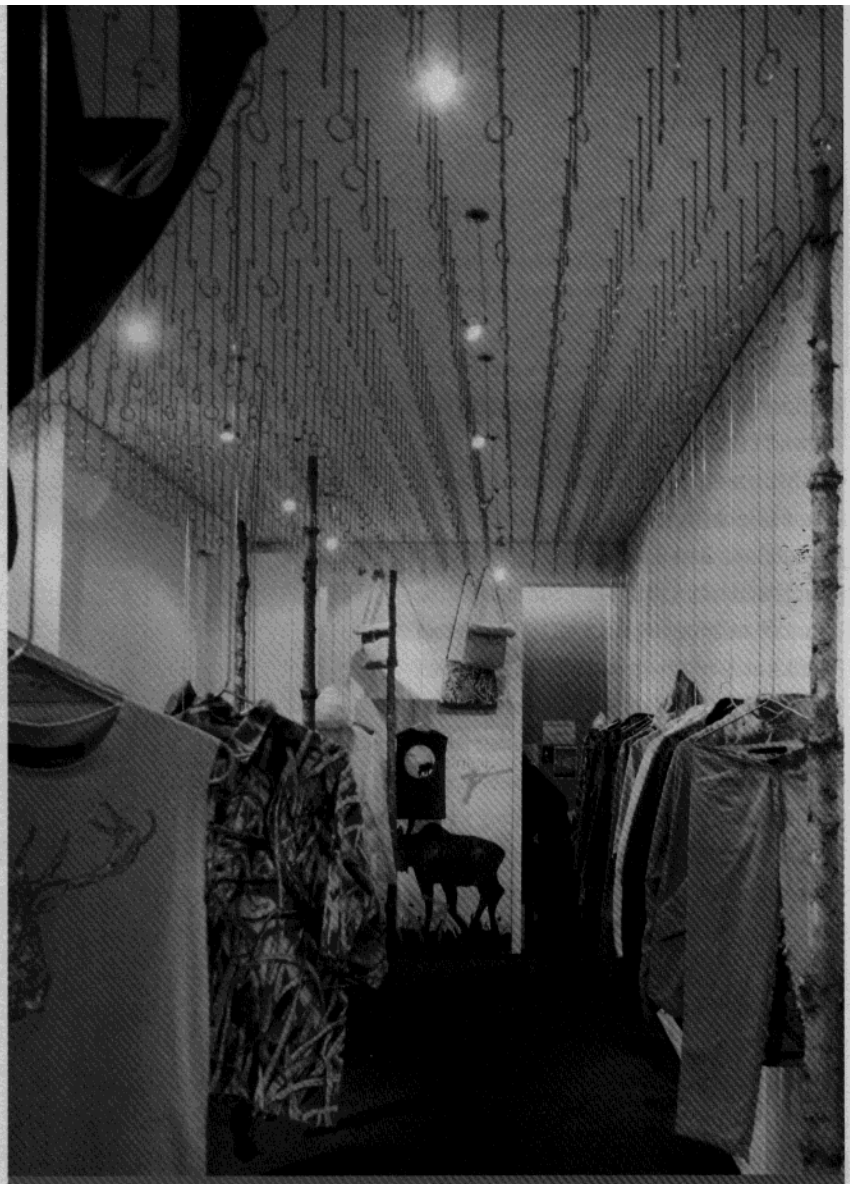
Haken, wie beispielsweise bei Griffin in London (Bild rechts). Aufgegriffen hat dieses Thema der Ladenbauer Vizona und auf der EuroShop eine schwebende Präsentation auf abgehängten Rastern vorgestellt.

Wer es etwas edler haben möchte, kann darüber hinaus auf das Regalsystem KADO zurückgreifen. Hier werden die Elemente an einer entsprechend tragenden Decke fixiert. Dieses Regalsystem kann aus der Decke und vom Boden kommend verwendet werden und wirkt als echter Hingucker – wahlweise als Warenpräsentier oder Landmarkierung, also Dekofläche.

Aktives Licht. Eine weitere Trend-Variante ist das Arbeiten mit dynamischem oder bewegtem Licht. Der Philosophie des Herstellers Zumtobel Staff entsprechend wird auch von „active light“ gesprochen. Eindrucksvolle Beispiele für sich bewegendes Licht waren auf der diesjährigen EuroShop zu sehen. Der Raum wird dabei



„Schwebende“ Präsentation von Vizona: Hier wird der Warenträger selbst zum Blickfang und hebt dabei einzelne Artikel besonders hervor.



Griffin in London, Portobello Road: Einfache Haken an der Decke bieten die Möglichkeit, Ware und Dekoration abzuhängen. Ladenoptik und Präsentation lassen sich einfach und in kurzen Rhythmen ändern.

unterschiedlich farblich geflutet. Man kann dabei in bestimmter zeitlicher Abfolge verschiedene Licht- und Lichtfarbe-Varianten ablaufen lassen, und gibt so dem Raum eine sich ständig verändernde Optik. Diese Farbspiele sollten dabei in jedem Fall so langsam gesteuert werden, dass sie dem Kunden nicht direkt auffallen. Einfachere Varianten bilden gesteuerte, dimmbare Leuchtmittel hinter farbigen, satiniertem Acrylglas.

Wichtig dabei, so Daniel Schnödt, Unternehmensberater, Trendexperte und Geschäftsführer des Beratungs- und Trainingsunternehmens TEAMSCIO in Augsburg: „Die Lichtfarben müssen exakt auf die Sortimente abgestimmt sein. Aktive bis hin zu aggressiven Lichtfarben wer-

den bei trendigen Waren oder Neuheiten verwendet. Passive, ruhige Farben dagegen passen zu bedienungsintensiven und erklärungsbedürftigen Sortimenten.“

Unbegrenzte Kreativität. Interessant auch die neuen virtuellen Shopsysteme des Ladenbauers Umdasch. Hier zeigen sich faszinierende Variationsmöglichkeiten: Die Rückwände zum Beispiel setzen sich aus riesigen Screenwänden zusammen, mit denen die unterschiedlichsten Botschaften transportiert werden können. Ob preisaktiv oder hochwertig, mit entsprechenden Hintergrundfilmen bis hin zum Informationsmedium für Kunden oder Mitarbeiter – der Kreativität sind hier kaum Grenzen gesetzt.

Fotos: Schmödt, Hersteller