

# Mehr als Warenpräsentation

Der Ladenbau rückt stärker in den Fokus. Ein Gespräch über die Gründe mit Steffen Koch und Frank Becker von Schweitzer Verkaufseinrichtungen.

• Schweitzer Verkaufseinrichtungen feierte im vergangenen Jahr das 50-jährige Bestehen. Wie hat sich das Unternehmen weiterentwickelt?

**Steffen Koch:** Zunächst einmal ist es für ein Ladenbau-Unternehmen äußerst selten, das 50-jährige Jubiläum zu feiern – irgendetwas müssen wir und insbesondere Herr Schweitzer in all den Jahren also richtig gemacht haben. Ebenso wichtig wie die Historie ist aber das Heute. In der jüngeren Vergangenheit haben wir uns breiter aufgestellt und bedienen neben dem Schuhhandel erfolgreich weitere Branchen. Wir haben an Flexibilität und Know-how gewonnen und können dadurch unseren Kunden attraktivere Angebote machen.

• Welche Bedeutung hat der Ladenbau für den Erfolg eines Händlers?

**Steffen Koch:** Der Wettbewerb im Einzelhandel ist härter geworden. Die Zeiten, in denen man das Geschäft laufen lassen konnte, sind vorbei. Nur wenn das Kon-



Inhaber und Geschäftsführer Steffen Koch

zept passt und den Kunden ein Einkaufserlebnis geboten wird, hat der stationäre Handel eine Chance gegen die Konkurrenz aus dem Internet. Und ein wichtiger Teil dieses Erlebnisses ist ein kundenindividuelles Ladenbaukonzept abgestimmt auf Sortiment und Kunden des Händlers.

**Frank Becker:** Einkaufen zu gehen ist weiterhin Teil der Freizeitkultur. Daran sollten die Händler anknüpfen und die Emotionen ihrer Kunden ansprechen und Inspiration bieten – das funktioniert nur über moderne, ansprechende Geschäfte.



Vertriebsleiter Frank Becker

• Hat sich der Stellenwert des Ladenbaus verändert?

**Steffen Koch:** Es gibt heute ein ausgeprägtes Bewusstsein für die Details in der Ladengestaltung. Ladenbau ist eben weit mehr als die reine Warenpräsentation. Die Bereitschaft, besondere Konzepte zu entwickeln und umzusetzen, ist deutlich größer geworden. An einem schlichten Konzept ist kaum noch jemand interessiert – die Händler nicht und die Konsumenten noch weniger.



Wittstock in Berlin: Ein Projekt von Schweitzer Verkaufseinrichtungen.



Im großzügigen Showroom in Nörten-Hardenberg werden Kunden individuell beraten.

**Frank Becker:** Im Übrigen können wir feststellen, dass es einen klaren Trend zu mehr Wertigkeit im Ladenbau gibt. Auch die Großfilialisten arbeiten an ihren Konzepten und ersetzen etwa Regalböden aus Blech gegen hochwertige Glas- und Holzelemente mit Lichteffekten.

• Welchen Investitionsbedarf können Sie mit Blick auf den Schuhhandel feststellen?

**Frank Becker:** Es gibt noch Potenzial nach oben. Aber natürlich ist es auch immer eine Frage der Liquidität. Wir sind jedoch auch in der Lage, kostengünstige Lösungen anzubieten. Wir nehmen die Kunden an die Hand und führen Maßnahmen Schritt für Schritt durch. Der Kunde soll immer den Überblick über die einzelnen Maßnahmen behalten. So kann es etwa ein guter Start sein, die Schaufensterfront den Kassentresen oder einzelne Highlightelemente mit Lichteffekten zu integrieren, um einen ersten Effekt zu erzielen und dann weitere Umbauten folgen zu lassen.

• Wie gehen Sie in der Beratung vor?

**Frank Becker:** Die erste Beratung des Händlers kann durch einen Besuch in unserem 800 qm großen Showroom oder direkt vor Ort in dem Geschäft erfolgen. In unserem Showroom kann alles getestet und geprüft werden. Wir beschäftigen eigene Planer, die aus bestehenden Systemelementen für jeden Kunden individuell

geplante Entwürfe sowie ein individuelles Ladenbaukonzept erstellen.

Ein weiterer Produktionsvorteil ist die Fertigung hier vor Ort. Wir beziehen keine Teile aus dem Ausland, sondern produzieren in unserer Holz- und Metallverarbeitung alles komplett hier am Standort. Wir sind immer im Gespräch mit dem Kunden und können innerhalb kürzester Zeit auf seine Wünsche reagieren. Der Faktor Zeit wird auch im Ladenbau zunehmend wichtiger. Die Läden müssen in immer kürzeren Zeitfenstern gefertigt werden. Das können wir leisten.

• In welchen Abständen sollte ein Geschäft modernisiert werden?

**Steffen Koch:** Früher galt die Regel, dass im Sieben-Jahres-Rhythmus etwas getan werden sollte. Dieser Zeitraum hat sich zumindest beim überwiegenden Teil der Einzelhändler mittlerweile auf fünf Jahre verkürzt. Spätestens nach zehn Jahren wird es ganz sicher Zeit, aktiv zu werden. Wir empfehlen einen Fresh-up nach fünf Jahren, der auch kostengünstig möglich ist. Die Konstruktionen im Hintergrund können vielfach weiter genutzt werden, aber der Laden erhält ein neues Gesicht. Auch mit weniger Aufwand lässt sich manchmal ein Wow-Effekt erzielen.

**Frank Becker:** Das Wichtigste ist, überhaupt aktiv zu werden. Wir erarbeiten gemeinsam mit dem Kunden ein individuelles Konzept. Von der Planung vor Ort über



die eigene Fertigung bis hin zum Aufbau durch eigene Monteure.

• Welche Trends bestimmen derzeit den Ladenbau?

**Frank Becker:** Aus dem Sportbereich kommt der Einsatz von Flatscreens, die immer häufiger integriert werden. Die Vielfalt der Materialien ist größer geworden, ebenso der Mut, kräftige Farben einzusetzen. Teppichböden sind out, Bodenbeläge in Holzoptik kommen dagegen häufig zum Einsatz. Im Bereich Beleuchtung bietet die LED-Technik mittlerweile ein interessantes Preis/Leistungsverhältnis. Damit sollte sich der Einzelhandel unbedingt beschäftigen. \*

## Daten & Fakten

Die Schweitzer Verkaufseinrichtungen GmbH wurde 1964 durch Siegfried Schweitzer in Göttingen gegründet. 1974 erfolgte der Wechsel des Firmensitzes nach Nörten-Hardenberg. Hier betreibt das Unternehmen auf 6.000 qm Fläche neben dem Planungsbüro eine eigene Holz- und Metallverarbeitung. Derzeit beschäftigt Schweitzer rund 100 Mitarbeiter. Seit 2011 ist Steffen Koch neuer Inhaber.

[www.schweitzer.de](http://www.schweitzer.de)

Telefon: +49 (0)5503/801-0

Email: [info@schweitzer.de](mailto:info@schweitzer.de)