

In den Top-Shops von New York

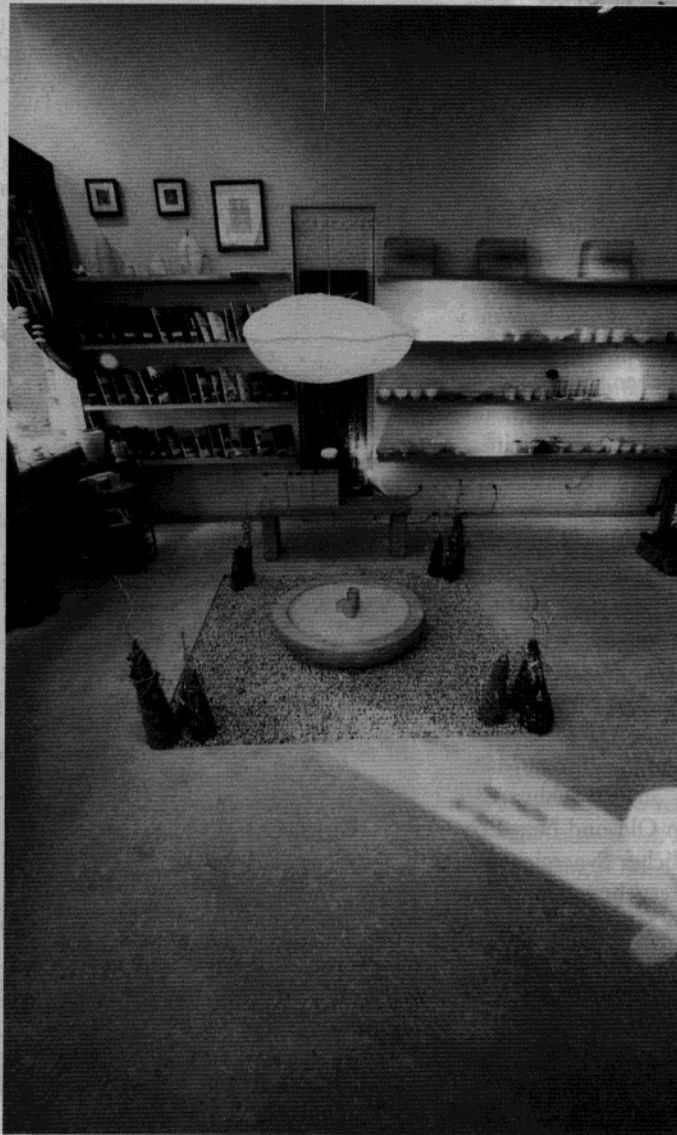


Die Trends kommen aus den USA, auch beim Shop-Design. Der EHB startet in diesem Heft mit einer Serie und stellt Ihnen die bemerkenswertesten Läden aus den States vor. Ausgesucht und kommentiert von Daniel Schnödt (Bild), Unternehmensberater in Augsburg mit Schwerpunkt Visual Merchandising, außerdem exzellenter Kenner der US-Shopszene.

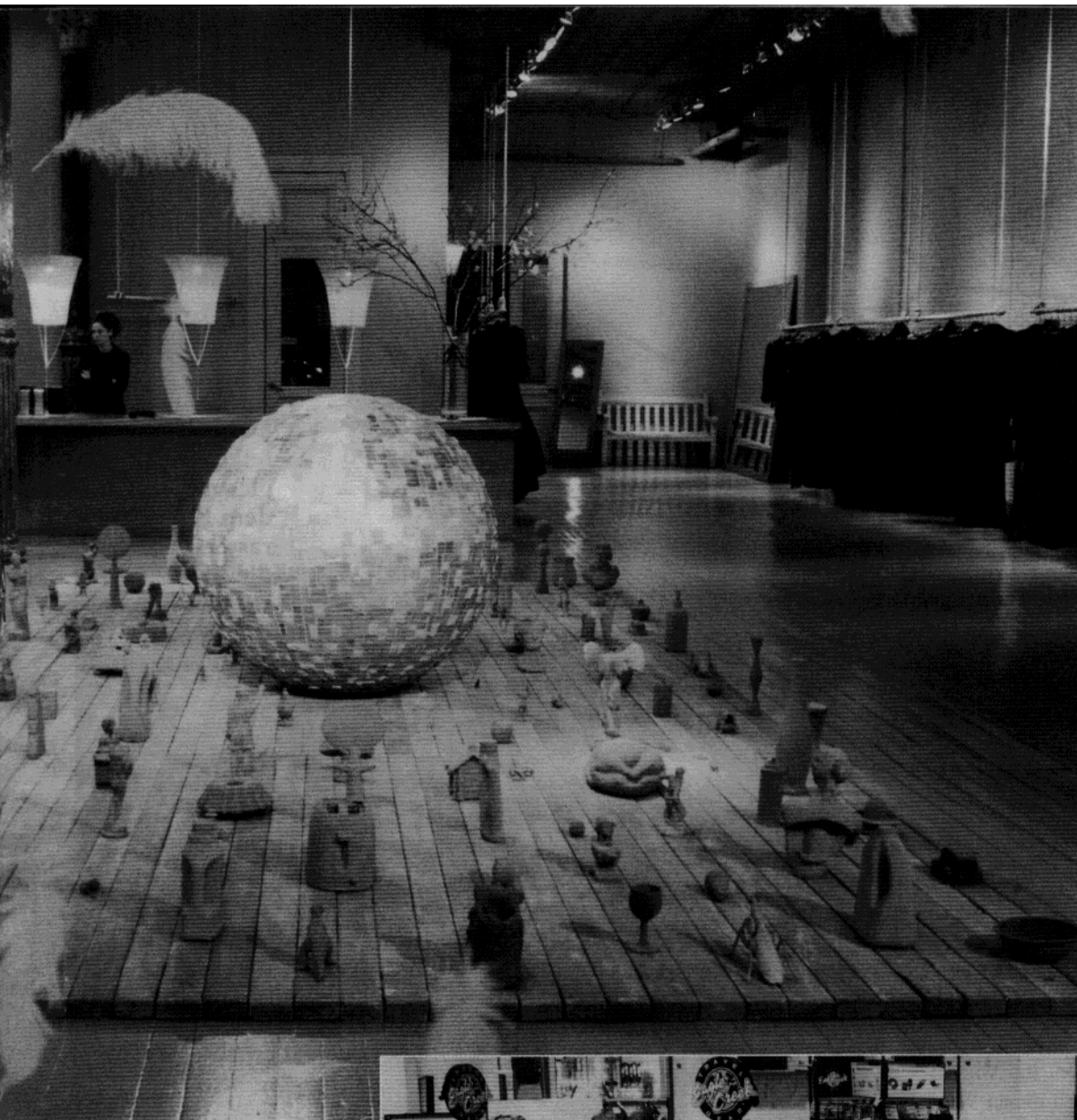
Ladenbau ist heute mehr als nur konsumentengerechte Planung von vervielfältigbaren Konzepten. Ausgerichtet auf die Zielgruppe, muss das Layout eine glaubwürdige Philosophie widerspiegeln. Um diese Philosophie richtig zu visualisieren, wirken alle Elemente des Ladenbaus zusammen. Beginnend beim Boden, von den Möbeln zu den Rückwänden bis zur Decke und verbunden mit atmosphärischen Elementen wie Licht, Duft oder Akkustik. Nur über diese ganzheitliche Betrachtung kommt man zu einem schlüssigen Gesamtkonzept. Die EHB-Serie nimmt diese einzelnen Gestaltungsbereiche auf. In dieser Ausgabe mit dem Schwerpunkt „Boden“.

Die Aufgabenstellung des Bodens ist eindeutig. Als Händler haben Sie bereits hier die Möglichkeit, eine Verbindung zum Sortiment und dem Menschen aufzubauen. Vorbei ist die Zeit einfacher Flächenverkleisterungen mit einheitlichen, langweiligen Laminat-Optiken. Oder von Bordüren, die Flächen trennen, oder gar von abgewetzten Teppichen.

Der heutige Kunde sucht eindeutige Ansprachen. Schon in den eigenen vier Wänden wird mit ungewöhnlichen Materialien gearbeitet, um eine bestimmte Atmosphäre zu erreichen, die mit dem eigenen Wohlbefinden und Selbstverständnis übereinstimmt. ➔



„Modern Stone Age“ (Steinladen) in New York: In den Gussasphalt wird eine Freifläche eingelassen, in die Kieselsteine gelegt werden. Die Assoziation zum Steinladen ist perfekt.



„Morgana Le Fay“, New York: Eine Top-Adresse in Soho. Das gesamte Ladengeschäft wird von der Farbe Weiß dominiert. Selbst der Holzboden ist in weiß eingelassen. Um diesen kühlen Eindruck aufzubrechen, wurden im Zentrum Latthölzer ausgelegt, auf denen Ausstellungen stattfinden.

Von New York aus einen kurzen Abstecher nach Mannheim: Das „Engelhorn“-Sporthaus zeigt sich überwiegend mit Gussasphaltböden. Dazwischen wird diese Fläche durch unterschiedlichsten Materialmix aufgelockert. Etwa Plexiglasböden mit darunterliegender Landkarte. Die Wegführung ist durch Einfräsungen in den Gussasphalt angedeutet.



Marketing&Ladenbau



„Banana Republik“ in New York: Die Zielgruppe sind junge Menschen. Die beleuchteten Milchglasböden in dem Eisenraster setzen diesen kreisrunden Raum in ein angenehmes Licht.

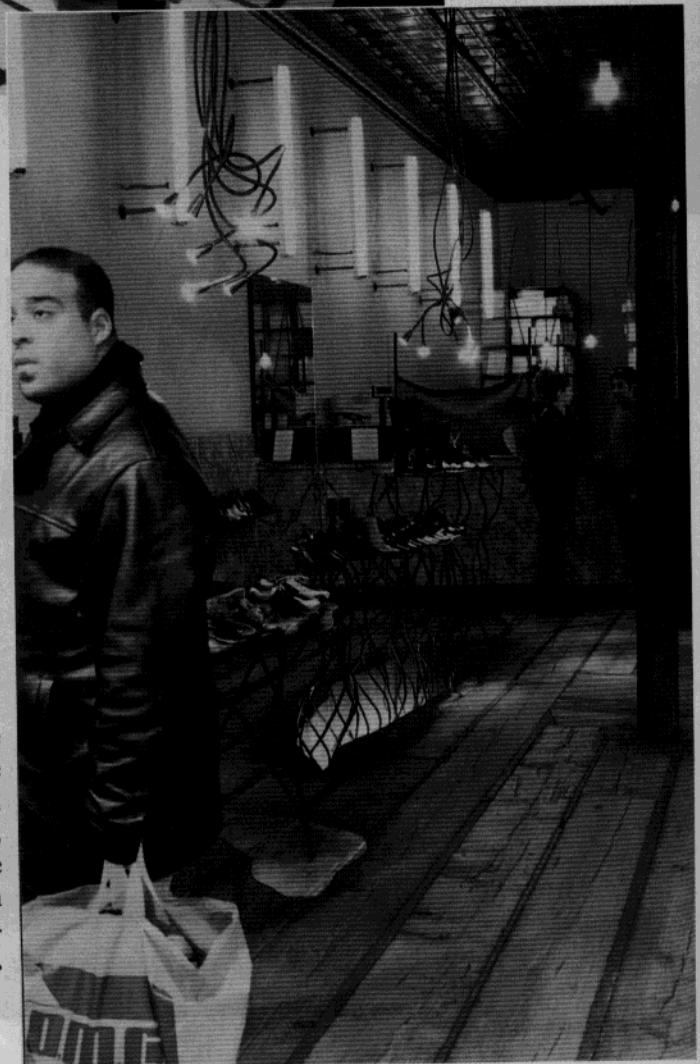
Auch beim Shoppen werden diesbezüglich Assoziationen gesucht. Warum wählen wir also nicht auch diesen Weg? Die Praxis zeigt dabei wunderschöne Beispiele, die alte Gesetze ad absurdum führen. Der teuerste Laden kann mit den billigsten Alternativen arbeiten und umgekehrt. Wichtig ist dabei, dass Individualität gewahrt bleibt, die mit der Unternehmensphilosophie übereinstimmt.

Der allgemeine Trend wird dabei meist aus den USA vorgegeben. Tendenziell zeigt sich auch hier in den trendigen Ladengeschäften eine Orientierung an Retrodesign oder Nostalgie und Futurismus. Ein Zwischending finden Sie meist in den älteren Geschäften oder Großflächen, die unterschiedlichste Zielgruppen ansprechen.

Beim Retrodesign werden Naturmaterialien wie Holz, Stein, Marmorbruch oder Terrakotta verwendet. Futuristische Shops arbeiten mit Metalloptiken oder einfachem Gussasphalt.

Die Bodenstruktur erhält dabei vielschichtige Optiken, um einen cleanen Charakter zu vermeiden. Eine Annähe-

„David Aaron“ in New York: Dicke Holzplanken verbreiten nostalgisches Flair. Der Boden wurde mit organischen (wellenförmigen Tränen-) Mustern durchbrochen. Die Seitenwände mit Metall ausgeschlagen, aus denen die gebrushten Chromwareenträger wachsen.



Marketing&Ladenbau

ihren Einsatz. Je ausgefallener desto besser.

Der Boden steht in engem Zusammenhang mit der Wegeführung. Organische Wegeführungen, wie in Wald und Wiese, sind immer öfter zu sehen. Für diese Wege verwendet man Pflastersteine, Marmorbruch, Holzscheiben oder Terrakotta. Der Weg kann aber auch einfach in den Gussasphalt eingefräst werden. ☺

„Schuhladen“ in New York: Hier besticht das futuristische Gesamtbild. Der Boden wurde mit bronzeähnlichen Platten verlegt, wobei sich die eine Seite nach unten senkt und der rechte Teil nach oben ansteigt.



rung an natürliche Beschaffenheiten wird also angestrebt.

Um weitere Steigerungen zuzulassen, beginnen Architekten dem Boden eigenwillige Veränderungen zuzuführen. Bodendurchbrüche, Hebungen und Senkungen oder Brückenkonstruktionen im Ladenbau finden ihren Einsatz.

Das Thema Gussasphalt sehen Sie in vielen Ladengeschäften. Zum einen ist es kostengünstig, zum anderen erzeugt es eine gewollte Loftoptik. Wenn hier mit Teppichen kombiniert wird, erhält der Laden punktuell eine warme, heimische Optik. Weiteren Kombinationsmöglichkeiten sind dabei keine Grenzen gesetzt. Gussasphalt mit Milchglasböden und indirekter Beleuchtung, eingelassene Holzflächen, Lamine mit ausgefallenen Motiven (Brettspiele, superbunte Einzelmotive, Sprechblasen oder Landkarten), offene Roste oder Metallböden finden

„Donna Karan“ in New York. Es wird hier bewusst mit Gussasphalt und darüber hinaus mit einfachstem Interieur gearbeitet, um eine loftige, offene Optik zu erreichen. Mit roten Pressspanplatten wird das Gesamtbild aufgelockert.

