

Ladenbau soll Wertigkeit betonen

# Die Ehrfurcht vor dem Schuh wecken



*In Schuhen steckt viel Handarbeit und Mühe. Präsentiert werden sie jedoch oft lieblos wie industrielle Massenware. Das muss sich ändern, meint der Trendscout und Unternehmensberater Daniel Schnödt. Mit einem klaren Konzept können Schuhe in Szene gesetzt werden*

« Bei Camper, New York, setzen überdimensionale Lampen die Schuhe ins rechte Licht

Bilder rechte Seite von oben:  
 » Ruco Line, London, betont durch Leuchtröhren unter jedem Glasboden  
 » Skechers, London, ändert im Tagesablauf das Hintergrundlicht  
 » Frozen, Augsburg, erzeugt namensgerechte „Eiseskälte“ durch violette Leuchtröhren



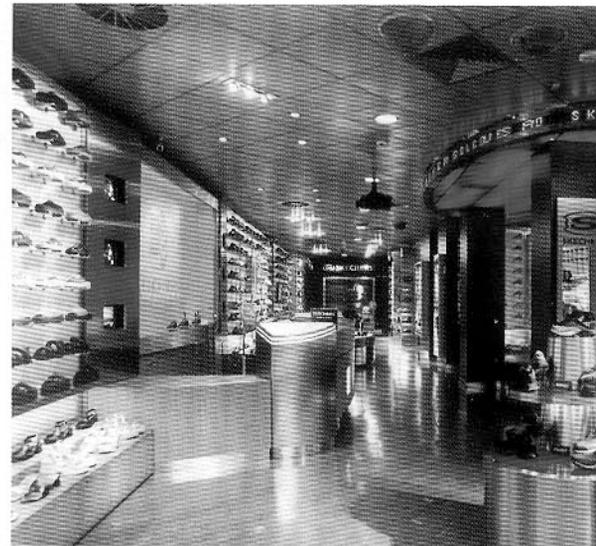
## » LICHT

**D**aniel Schnödt reist um die Welt und schaut sich Läden an. New York, Paris, London, aber auch Augsburg und Zülpich. Sein Credo: jedes Unternehmen braucht ein klar definiertes Image. Denn der Mensch macht sich in wenigen Sekunden ein Bild. Dieses Bild gilt es zu beeinflussen. Das Mittel zum Zweck ist dabei der Ladenbau. Der Stil eines Ladens kann sich in einem Begriff oder maximal einem Gegensatzpaar ausdrücken. „Themen sind Minimalismus oder Gigantismus, Futuristik oder Nostalgie, Mystik oder Individualität, Transparenz und Orientierung, Home Sweet Home“. In solche Image-Fächer, wie Gnöth sie nennt, müsse jeder Laden eindeutig einzuordnen sein. Damit wird der Laden zur gebauten Visitenkarte eines Unternehmens.

gefallene Formen ansprechen. „Ich war sehr beeindruckt, als ich zum ersten Mal miterlebte, wie Schuhe produziert werden. Die handwerkliche Qualität sollte auch bei der Präsentation deutlich gemacht werden“, meint Gnöth. Schuhe sollten nicht als Massenware in die Regale gefüllt, sondern als Einzelstücke zelebriert werden. Aktuelle Trends im Ladenbau böten hier viele Möglichkeiten:

### Licht

Ein Laden soll leben und in Bewegung sein. Wichtiges Stilmittel ist das Licht. Statisch eingesetzt, lenkt Licht das Auge. Bei Ruco Line, London, setzen Neonstäbe an den gläsernen Regalplatten die Schuhe ins rechte Licht. Camper, New York, arbeitet mit roten Licht-



## Ein Laden soll leben und in Bewegung sein

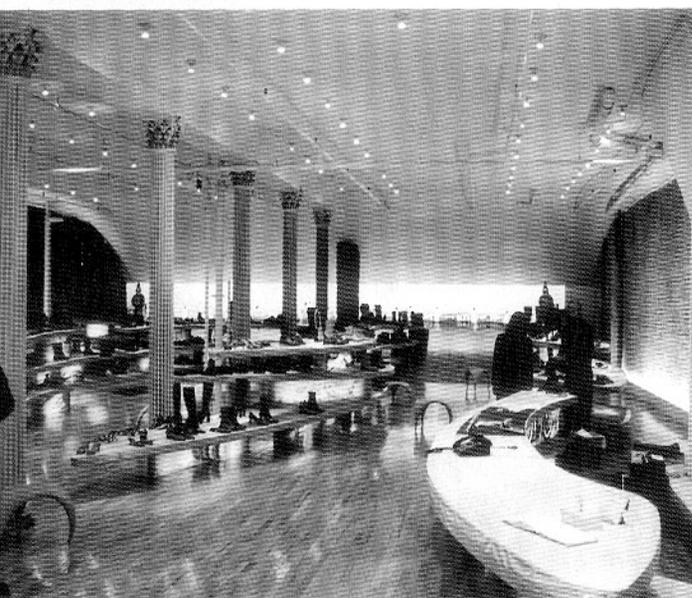
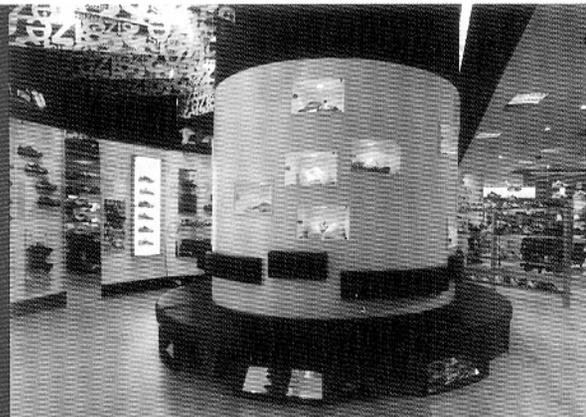
Ladenbau ist ein Mittel zur Umsatzsteigerung. Besonders Kundinnen legen Wert auf ein ansprechendes Ambiente. Saubere Umkleidekabinen, eine gute Atmosphäre und eine moderne, ansprechende Gestaltung erwarten sie laut der Marktanalyse „World of Women II“ beim Einkauf. Bei den Sortimenten ist eine Marktsättigung nach Ansicht von Gnöth schon erreicht. Expansionsmöglichkeiten böten sich in der räumlichen Gestaltung und der Warenpräsentation. Schließlich fielen 40 Prozent der Kaufentscheidungen im Laden. Dabei gebe es allerdings geschlechtsspezifische Unterschiede. Männer gingen strategischer vor, während Frauen dynamischer kauften. Schuhe für Strategen seien alle NOS-Programme, während die Dynamikerinnen eher auf Mode und aus-

Halbkugeln, die die Ware in ein schummeriges Licht tauchen. Doch auch in Deutschland kann man Licht als Inszenierungselement sehen. Das im Herbst vergangenen Jahres eröffnete Frozen in Augsburg beleuchtet die gläsernen Schuhträger von unten mit violetterm Licht und erzeugt dadurch die „gefrorene Atmosphäre“, die der Name verheißt.

Licht soll jedoch nicht nur beleuchten, sondern auch Bewegung in den Laden bringen. Neuester Trend ist dynamisches Licht, das sich im Tagesablauf verändert. Skechers in der Oxfordstreet beispielsweise setzte hinter die Schuhregale satinierte Glaswände, die je nach Tageszeit in unterschiedlichen Farben leuchten. Außerdem laufen rund um die Uhr Videos.



## » NISCHEN &amp; PODESTE



## WAS IST TREND?

**Farben:**

Rot, Gelb und Blau, Grün  
Schwarz (+Gelb) oder Weiß  
Erdtöne, Fresken, Bilder

**Materialien:**

Holz, Metall, Glas oder Stein

**Licht:**

aktives Licht  
Tageslicht  
indirektes Licht  
Lichtfarbe

**Design:**

Nischenbildung  
einfache, zurückhaltende  
Warenträger  
Bühnen- und Galerieoptiken

**Begriffe:**

Individualität  
Authentizität  
Flexibilität  
Win/Loose oder Win/Win  
Atmosphärik/Haptik  
Entspannung  
Bewegung  
Leichtigkeit  
Identifikationsbilder  
Home Sweet Home

Quelle: Gnöth

**Nischen und Podeste**

„In Nischen können Schuhe wie auf einem Altar zelebriert werden“, meint Gnöth. Wie in einer Kirche umgesetzt ist das Thema bei Kerquelen in New York. Die Wände sind in Schwarz gehalten. Einziger Lichtpunkt neben einigen Sternhimmel-Strahlern sind die in leuchtendes Weiss getauchten Nischen, auf denen die Schuhe präsentiert werden. Dreistöckig winden sie sich in die Tiefe des Raums, verlocken zum Weiterentdecken und erlauben gleichzeitig die wichtige Draufsicht auf die Schuhe. Selfridges, London, versieht eine Säule, um die sich eine Sitzbank zieht, zusätzlich mit beleuchteten Fächern und hebt damit in der Schuhabteilung noch einmal Glanzlichter heraus. Kerquelen, New York, beeindruckt durch die ungewöhnliche Form seiner Podeste. Das Unternehmen hat vier Schuhgeschäfte im Big Apple, die nach den vier Elementen Feuer, Wasser, Erde und Luft gestaltet sind. Im „Wasser“-Store sind die Warenträger wie Tropfen geformt. Ein stoffbezogenes Podest bei Selfridges, London, wirkt durch seine Kombination mit einem auffällig designten Sofa.

**Kartons**

Kartons als Warenträger sind im Trend. Donna Karan, New York, machte es vor, andere ziehen nach. Wichtig dabei: die Kartons müssen einheitlich gestaltet sein. In Deutschland exerziert dies das Mania-Konzept der ANWR, Mainhausen. Auch bei Hintermayr und Treter in Augsburg sind die Kartons sichtbar. Die Stapel werden offen als Warenlager präsentiert.

„Ladenbau ist eine Investition. Doch auch mit geringen Mitteln kann eine überzeugende Darstellung erreicht werden“, meint Gnöth. Wichtig sei, bei der Ladenplanung auf Flexibilität zu achten. Der Laden sollte schnell umgestaltet und neu inszeniert werden können. Elementar sei auch, dass sich um die Produktinszenierung jemand kümmere. „Bei Jef-

**Bilder von oben:**

- » Selfridges, London, zeigt News in schuhkartongroßen Nischen
- » Kerquelen, New York, zelebriert die Schuhmode wie auf einem Altar
- » Bei Kerquelen, New York, setzen tropfenförmige Regalstrukturen das Ladenthema „Wasser“ um



frey's in New York rennen konstant Wareninszenierer rum. Jede Minute wird umgeräumt“, so Gnöth. Der Ladenbau selbst besteht aus Möbeln vom Sperrmüll, die einen starken Kontrast zur sehr wertigen Ware bilden. Zum Teil ist Unfertigkeit oder Do-it-yourself-Charakter selbst Trend. Skechers beispielsweise lässt in einem seiner Londoner Läden eine unverputzte Steinwand sehen. Die Regalbretter aus transparentem Acryl

- Bilder von oben:**
- » **Mania, Frankfurt am Main, macht Kartons zu Warenträgern**
  - » **Skechers, London, setzt auf Do-it-yourself-Stil für ein junges Publikum**

In Nischen können Schuhe wie auf einem Altar zelebriert werden

sehen wie behelfsmäßig in die Wand gedübelt aus. Hängende Regale, die früher manch Studentenzimmer schmücken mussten, da das Geld für stabilere Konstruktionen fehlte, stehen heute für die „Leichtigkeit des Seins“ und neueste Tendenzen im Ladenbau.

**Dagmar Rees )**



Wir präsentieren  
**Ihre Mode mit System.**  
 Modell: TROULOUSE.

**METALLWAREN-WOHLFARTH**

Postfach 14 46 | D-74726 Walldüren  
 FON 0 62 82-14 72 | FAX 0 62 82-77 50  
 office@mw-wohlfarth.de | www.mw-wohlfarth.de

| Fordern Sie kostenlos unseren **NEUEN KATALOG** an.

# SchuhKöpfe

Das Who-Is-Who der Schuhbranche  
 finden Sie unter  
[www.schuhmarkt-news.de](http://www.schuhmarkt-news.de)

**Letzte Paradiese**

Helfen Sie mit, die Tropenwälder vor der Vernichtung zu bewahren. Fordern Sie unser Informationsmaterial an!

Bitte schicken Sie mir Informationen zum Thema Tropenwald. DM 8,- in Briefmarken liegen bei.

Name: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_

**Deutsche Umwelthilfe**  
 F 21 Cüttinger Straße 19, 78315 Radolfzell  
 Tel. (0 77 32) 99 95 66, Fax (0 77 32) 99 95 77