

Stimmungsvoller Cafébereich bei Hoegner in Garching / Alz

Vollmer in Appenweiler

Sunflower in Frankfurt am Main

Konzepte zum Wohlbefinden der Kunden

Ladenbau Gastronomische Trends

Frequenzbringer Gastronomie: Die Entscheidung für den Einkaufsort wird wesentlich vom gastronomischen Angebot mitbestimmt. Zur Feel-Good-Atmosphäre gehört biophiles Design, sprich organische Formen, Holz und Naturstein-Optiken. Leuchtturmprojekte im Ladenbau vorgestellt von Irene Seidel.

Von Irene Seidel
Freie Journalistin, Breckerfeld

Wohlbefinden ist ein Schlüsselwort bei zeitgemäßen Ladenkonzepten. Der Trend zu „Biophilic Design“ setzt sich weiterhin durch. Dazu gehören natürliches Licht, Gestaltungsbereiche mit üppiger Vegetation, Deko-Elemente aus der Natur, im Eingangsbereich Bäume in Kübeln oder begrünte Fassaden. Alles dient, die Lust zu wecken, Natur und „Grün“ in das eigne Zuhause zu bringen. Wollen Gartencenter erfolgreich bleiben, sollten diese Kriterien bei einer Neugestaltung – zumindest in ausgewählten Bereichen – Berücksichtigung finden.

„Biophiles Design“ stärkt Ladenbau

Was ist biophiles Design? Antwort: Menschen brauchen die Nähe zur Natur, um sich wohlfühlen. Der Begriff „Biophilie“ leitet sich vom griechischen „bios“ ab, also „Leben“ und „philia“, Liebe. „Biophilie“ bedeutet die Liebe zum Leben. Populär wurde diese Vi-

sion in den USA der 1980er Jahre als die essenzielle Bedeutung der Natur für das Wohlbefinden der Menschen erstmals wissenschaftlich untersucht wurde.

Mittlerweile ist daraus ein weltweiter Trend geworden. Innenarchitekten und Ladenbauer sind umso erfolgreicher, wenn sie „biophiles Design“ in ihre Planungen einbeziehen. Dazu gehören natürliche Materialien, wie Holz, Wolle, Leder oder Naturstein, um sich der Natur näher zu fühlen. Dazu gehören auch von der Natur inspirierte Farben, wie Orange-, Grün- und Brauntöne.

Der stationäre Einzelhandel hat sich von einem reinen place-to-store zu einem place-to-be gewandelt.

Elke Moebius, Directorin EuroShop

Farben und Materialien aus der Natur steigern Wohlbefinden und das positive Einkaufserlebnis. Es verwischen die Grenzen zwischen Shop- und Wohndesign, sprich Gemütlichkeit und ausgesuchte, alte Möbel als Lieblingsstücke gehören in die Wohlfühlzone des Geschäftes.

Ob Böden, Wände, Decken oder Ladenmöbel, warme Holzoptiken sind aus dem Ladenbau

deswegen nicht mehr wegzudenken. Eiche zählt als Klassiker, aber es gibt neue Tendenzen im Interior-Design: „Holzböden und geschliffener Beton sind aktuell ein wichtiges Thema im Ladenbau. Es zeigt sich, dass die Materialien immer heller werden, auch das Holz“, so Innenarchitekt Matthias Golze von Schenk GOLZE Ladenbau. „In vielen Konzepten haben wir helle Hölzer eingesetzt. Neue Oberflächen machen Möbel und Böden robuster.“

Endrunde des RetailDesign Awards

Für visionäre Gestaltungsansätze lohnt sich der Blick auf Awards. Mit dem RetailDesign Award zeichnen das EHI Köln und die Messe Düsseldorf alljährlich die weltweit besten Storekonzepte aus. Insgesamt gingen diesmal 103 Bewerbungen ein, wovon es 42 in die Endrunde schafften, gibt Philipp Lanzerath, EHI Retail Institute GmbH, einen Überblick (euroshop-award.com). In die Endrunde schaffte es auch ein Bewerber aus der grünen Branche: das „Naturgartencenter Kremer“ in Remscheid und seiner Vision von „Grüntopia“ – ein außerordentlicher Erfolg! Was die Jury positiv bewertete, ist die Grüntopia-Idee einer grüneren und besseren Welt für alle. Das ganzheitliche Konzept (Retail Design: next GbR) setzt die Natur in den Mittelpunkt: Rund 200 Bäume als Fassadeninstallation sind weithin sichtbar und zahlrei-

„In Zukunft haben wir hybride Betriebe: Der Roboter erledigt die Arbeit und der Mensch lebt die Begegnung.“

Matthias Golze, sg Ladenbau

che Grüntopia-Stationen beschäftigen sich mit der Frage „Wie grün wollen wir in Zukunft leben?“. Ein Baumhaus mit interaktiver Baumausstellung bis hin zu einem utopischen Kinderzimmer geben der interessierten Kundschaft viele Inspirationen für ein natürliches Leben. Das Konzept ist dynamisch, die Ideen werden stetig weiterentwickelt und um Neues ergänzt. Naturgartencenter Kremer präsentiert „seine Vision eines Ausflugsziels mit einem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Erlebniskonzept“, so bringt es das Kurzporträt in „stores+shop 01/2023“ auf den Punkt. Und natürlich gehört auch ein familienfreundlicher Gastro-Bereich zum Konzept, mit einem Burger-Truck und seinen ungewöhnlichen Rezepten.

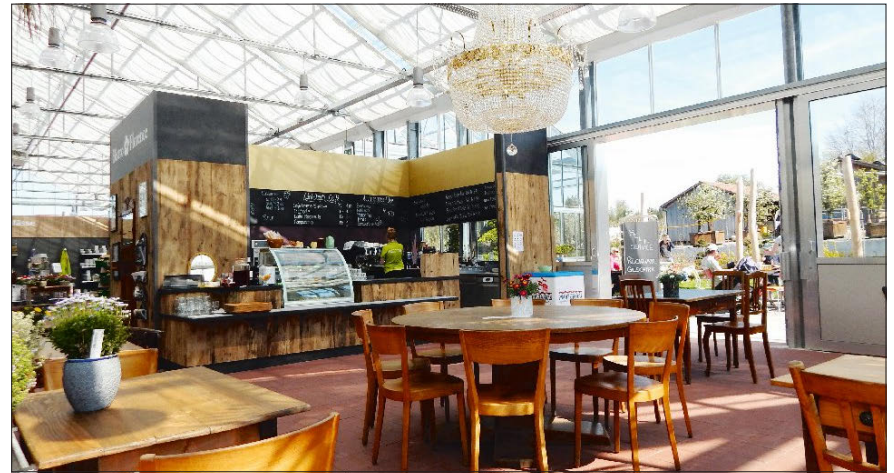
Die Verleiher des RetailDesign Awards sind EHI Köln und die Messe Düsseldorf. Mit der Einschätzung, was ein erfolgreiches Ladenkonzept ausmacht, liegen sie auf einer Li-

Oberes Bild: Hoegner in Garching – ein neuer Anbau stärkt die Verkaufsfläche und bietet Chance für schönen Cafébereich.

Mittleres Bild: Landgärtnerei Vollmer – Ziel war eine warme Atmosphäre. Die Alutische bekommen Hussens aus hellem Holz.

Unteres Bild: Sunflower in Frankfurt – mit Brücken und Verkleidungen gelingt der Übergang von Alt zu Neu.

Fotos (5): sg Ladenbau



Oberes Bild: Neubau mit gemütlichem Café bietet Raum für Begegnungen im Gartencenter Daepf in Münsingen.

Linkes Bild: Neuer Hofladenbereich mit regionalen Spezialitäten der Landgärtnerei Vollmer.

Unteres Bild: Gastro-Flex von Interstore Schweitzer.
Foto: ctilmann/Messe Düsseldorf



nie: „Der stationäre Einzelhandel hat sich von einem reinen place-to-store zu einem place-to-be gewandelt. Kundinnen und Kunden wollen es sich gut gehen lassen, kulinarische Köstlichkeiten genießen, Freunde treffen“, sagte Elke Moebius, Directorin EuroShop, im Rahmen der Messe 2023. „Jetzt ist Zeit zu handeln.“ Folgt man den Einschätzungen, gilt die Verbindung von Essen und Einkaufserlebnis als eine Erfolgsformel der Zukunft.

Aus guten Gründen: Handelsgastronomie ist in den letzten Jahren zum Frequenzbringer geworden, denn die Entscheidung für den Einkaufsort wird heute wesentlich nach dem gastronomischen Angebot gefällt.

Die Begeisterung für Gastro-Konzepte in Gartencentern

ter im Café oder Restaurant im Vordergrund. Dann den richtigen Menschen zu finden ist bereits heute die größte Herausforderung“, so Matthias Golze weiter. „In Zukunft haben wir die hybriden Betriebe viel häufiger: Der Roboter erledigt die Arbeit und der Mensch lebt die Menschenbegegnung, ist für die Seelenmassage da! Wir machen unseren Kunden Mut, spannende Leuchtturmkonzepte mit uns zu entwickeln.“

Schenk GOLZE Ladenbau realisierte schon einige Leuchtturmkonzepte als Gastro-Lösungen in Gartencentern, zum Beispiel bei Hoegner, Garching/ Alz, mit einem „Café im Grünen“. In einem neuen Anbau, der auf vergrößerter Verkaufsfläche die wertigen Keramik sowie die Schnittblumen und Fertigsträuße stärken soll, entstand ein Cafébereich mit besonderer Atmosphäre. Alle Komponenten des Ladenbaukonzepts, wie klare Kundenführung, stimmige Arbeitsabläufe, ein ansprechender Kühlbereich für Schnittblumen und das Café, ließen das Projekt sehr erfolgreich werden, wie auch die Umsätze bestätigten. Den Gartencenter Daepf, CH-Münsingen haben die sg-Ladeneinrichter ebenfalls weiterentwickelt: „Der neue Verkaufsraum mit angegliederter Café wurde zu einem Einkaufs-Erlebnis-Genuss und Begegnungsraum.“ Auch hier wurde der Gastro-Bereich ein zusätzlicher Frequenzbringer. Eines ist klar: Die Leuchtturmprojekte leben von ihren indi-

viduellen Gestaltungen, die sie von Mitbewerbern erfolgreich absetzen.

Die Global Player, die auch als Aussteller auf der EuroShop sind, präsentierten „steckerfertige“ Gastro-Module. Hervorzuheben ist Gastro-Flex von Interstore Schweitzer, das sich farbenfroh und modular im Aufbau präsentierte – ein Eye-

catcher, der sicherlich Aufmerksamkeit erregt. Schweitzer setzt auf eine selbsttragende Konstruktion, in deren oberen Verstrebungen die Technik verläuft – optisch attraktiv gestaltet, dazu gehören passende Theken oder Kühlregale.

Nach der Einrichtung wird der Aufbau mit großen, weithin sichtbaren Grafik-Elementen

individuell geprägt, passend zur gewünschten Außenwirkung des Gartencenters. Die mobilen Präsentationsmöbel von Gastro-Flex ermöglichen es, das Gastro-Angebot flexibel zu vergrößern oder wieder zu verkleinern.

Den kompletten Beitrag lesen Sie auf taspo.de

„**Die Materialien werden heller, auch das Holz. Neue Oberflächen machen Möbel und Böden robuster.**

Matthias Golze, sg Ladenbau

spricht auch aus Matthias Golze: „Der Gastro-Bereich lockt Menschen und diese lassen es sich dann richtig gut gehen. Über all dem Planen steht für uns der Mensch, der Mitarbei-

ter leben von ihren indi-

INTELLIGENTE LÖSUNGEN
FÜR IHR WACHSTUM.

rabensteiner.eu

Rabensteiner
DAS GLASHAUS

