



Blick auf die Rössler-Wand: lichtdurchfluteter Verkaufsraum in dezenten Farbtönen

Der Laden als Einladung

Welche positive Auswirkung auf den Umsatz ein Umbauprojekt haben kann, zeigt die jüngste Referenz von **Schenk Presentation- & Shop-Concepts** aus Heilbronn. Der Inhaber von **Hübsch und Gut** in Stuttgart nutzte zugleich die Gelegenheit, sein Sortiment neu zu sortieren.

Ulrich Hübsch konnte das Palisanderholz in seinem PBS-Fachgeschäft nicht mehr sehen: „Was vor zwanzig Jahren einmal modern war, wirkte mit den Jahren düster und beengt“, sagt der Inhaber selbstkritisch. Ein Umbau sollte belebende Impulse geben. Im Gespräch mit Matthias Golze, Innenarchitekt und Verkaufsleiter von Schenk Ladenbau, kristallisierten sich schnell die wichtigsten Maßnahmen für eine Modernisierung heraus:

- Einriss einer Wand und Gewinnung weiterer 20 Quadratmeter Verkaufsfläche aus einem ehemaligen Abstellraum,
- Schaufenster öffnen, um den Blick in den Laden möglich zu machen, Neugier zu wecken und zum Betreten des Geschäfts einzuladen,
- Modernisierung von Bodenbelag und Decken sowie Installation zeitgemäßer Beleuchtungstechnik.



Situation vor dem Umbau: Ware bis sprichwörtlich „unters Dach“

Wichtig war dem Inhaber eine zurückhaltende Gestaltung der Einrichtung. Abgesehen von der Verkaufstheke, einer tragenden Säule sowie einer Wand im Rot des Unternehmens sind nun alle Elemente im



Präsentation der Produkte des hochwertigen Schreibens nach dem Umbau

Raums von dezenten Tönen geprägt: Die Decke in schlichtem Weiß, die Möblierung in hellem Holzton, der Hart-PVC-Boden im passenden Ahorndekor, in einzelnen Sortimentsbereichen dunkel abgesetzt. „In Vor-

dergrund soll die Ware stehen“, umreißt Ulrich Hübsch die Überlegung dahinter.

Wie diese Maßgabe umgesetzt wurde, zeigt exemplarisch die Abteilung „hochwertiges Schreiben“. Bewusst verzichtete Ulrich Hübsch auf Shopmodule der Hersteller und installierte neutrale, beleuchtete Vitrinen, die sich im Viertelkreis um den Verkaufstisch anordnen. Optisch wirkt aufgrund dieser durchgehenden Farb- und Materialsprache der Verkaufsraum ruhig und bietet den Produkten eine ideale Bühne.

Die Kundschaft hat den Umbau angenommen. Dazu hat auch die neue Beleuchtung beigetragen. Um eine optimale Farbtemperatur für die Präsentation von Karten und bunten Papieren zu erhalten und bestmögliche Wirtschaftlichkeit zu erzielen, hat sich der Inhaber für eine Kombination aus Halogen- und Metalldampfampen und gegen die LED-Technik entschieden. Der Raum erstrahlt sprichwörtlich „in neuem Licht“. Eine Win-Win-Situation: Trotz dreifacher Helligkeit bleibt der Verbrauch konstant.

Zur größeren Helligkeit im Verkaufsraum beigetragen hat auch das Öffnen einer Fensterfront. So fällt nun mehr natürliches Licht in den Laden, aber vor allem können die Kunden schon von der Straße aus erkennen, was sie bei Hübsch und Gut erwartet. „Schaufenster spielen heute nicht mehr die große Rolle“, findet der Inhaber. Er nutzt die Fronten weniger für die klassische Auslage, sondern vor allem, um auf Plakaten für sich und seine Ware zu werben.

Der Umbau bot einen guten Anlass, auch das Sortiment zu modernisieren. Die saubere Sortierung nach dem Umbau lässt annehmen, es stünden weniger Produkte in den Regalen, doch der Eindruck täuscht. Nur rund zehn Prozent des Gesamtsortiments wurde wirklich ausgesiebt. Viel nützlicher war es, die optimale Abstimmung aus gefragten und margenträchtigen Produkten zu finden. Bei der Bestückung seiner Regale vertraut der Inhaber nun stärker als bislang auf seine Lieferanten. Die knapp 140 000 Euro für den Umbau sieht Ulrich

Hübsch gut angelegt: „Obwohl die Wiedereröffnung erst einen Monat hinter uns liegt, stellen wir Tag für Tag einen schönen Zuwachs bei unserem Umsatz fest.“

www.schenk.eu

www.huebschundgut.de



Thekenbereich in der Unternehmensfarbe Rot abgesetzt: Die großen Fenster gestatten den Blick in den Laden.