

FAQ zum Thema Ladenbau, Bäcker-Gastro, Snack

Für welche Unternehmensgrößen übernimmt bfm die Ladengestaltung?

Ob ein einzelnes Fachgeschäft, die unverwechselbare Gestaltungsidee für einen Filialisten oder gar die Ausstattung für eine ganze Markthalle – bei bfm steht nicht die Größe eines Unternehmens, sondern der individuelle Kundenwunsch, der tatsächliche Bedarf und damit das Gesamtkonzept im Mittelpunkt. Von der technischen Einrichtung über ein authentisches Shopdesign bis hin zu innovativen Verkaufskonzepten bietet Differenzierungsspezialist bfm für jede Unternehmensgröße umfangreiches Know-How und zuverlässigen Service.

Wie sieht die Vorgehensweise bei einem neuen Ladenbau-Projekt konkret aus?

Die Vorgehensweise bei einem Ladenbau-Projekt gliedert sich in die drei Phasen Vorbereitung, Durchführung und Abschluss. In der Vorbereitungsphase nimmt der künftige Projektverantwortliche eine Anfrage auf, es werden Anforderungen und Wünsche von Kundenseite aus definiert und Projektskizzen erstellt. Diese Phase wird geprägt durch den engen Kontakt zum Bauherrn, der seine Vorstellungen, unterstützt vom erfahrenen bfm-Team, direkt und zielführend einbringen kann. In der Durchführungsphase realisieren Techniker unter der Führung des Bauleiters den Einbau des neuen Ladens. Die Abschlussphase ist gekennzeichnet durch eine gemeinsame Reflexion des Gesamtprojekts.

bfm arbeitet mit der neusten 3D-CAD-Technik. Wie darf man sich das vorstellen?

Mit Hilfe der 3D-CAD-Technik wird ein virtuelles, maßstabsgetreues Raummodell erstellt. Dies ermöglicht dem Kunden auf der einen Seite, sich eine bessere Vorstellung vom künftigen Laden zu machen. Auf der anderen Seite kann er sich auf Wunsch bereits bei der Planung mit einbringen, beispielsweise Dekore wählen, die dann direkt angewandt und fotorealistisch dargestellt werden.

Haben die Kunden bereits vorgefertigte Wünsche oder gibt bfm innovative Ideen vor?

Unter dem Arbeitsmotto „maßgeschneidert erfolgsorientiert“ kommen Kundenwünsche und tatsächlicher Bedarf des Einzelnen genauso zum Tragen, wie der umfangreiche Erfahrungsschatz des eingespielten bfm-Teams in Sachen Technik, Ladendesign und Verkaufskonzepte. Gemeinsame Zielsetzung jeden Projekts ist es, den Unternehmenserfolg in eine positive Richtung zu lenken.

Wie kann der entsprechende Ladenbau die Positionierung einer Bäckerei positiv beeinflussen, ein Alleinstellungsmerkmal bilden?

Vor dem Hintergrund stetig zunehmenden Wettbewerbsdrucks in der Bäckerbranche kommt es immer häufiger zu einer Neuorientierung der Unternehmensstrategie. So ist im Fachhandel nicht nur ein Trend zum Laden als Multifunktionsraum zu beobachten, sondern werden auch innovative Verkaufskonzepte immer gefragter. Einkaufen, verweilen und kommunizieren treffen den aktuellen Zeitgeist, die Kombination von Verkauf und Gastronomie wird damit fast unumgänglich. Hoch im Kurs stehen außerdem ausgefeilte, leicht in den Bäckereialltag zu integrierende Lifestyle-Konzepte.

Diese Entwicklung stellt auch den Ladenbau vor neue Herausforderungen, denen bfm mit einem angepassten Leistungsspektrum begegnet. So versteht sich der inzwischen etablierte Differenzierungsspezialist nicht mehr nur als Möbellieferant, sondern als Impulsgeber für erfolgsorientierte und praxiserprobte Raum- und Verkaufslösungen. Verkauf als Inszenierung, der Laden als individuell zugeschnittenes Bühnenbild – so dabei der Arbeitsanspruch von bfm an sich selbst. Mit der Ware als Hauptdarsteller im Fokus liegt besonderes Augenmerk auf einem harmonischen Gesamtbild mit Wohlfühlfaktor.

Welches war ein eher ungewöhnliches Ladengestaltungs-Projekt bisher (Referenz)?

Zu den erst in den letzten Wochen fertiggestellten Projekten zählt der Umbau der Bäckerei Steinbrich aus Renningen bei Stuttgart. Klein aber fein präsentiert sich der Familienbetrieb nun in einem einladend-warmen Ambiente. Dabei prägen vor allem ausgesuchte Naturmaterialien das Erscheinungsbild. Viel helles Holz und ein farblich passender Steinfliesen-Boden ergänzen sich optisch zu einer heimeligen Atmosphäre, perfekt untermalt durch eine dezent angebrachte LED-Spotbeleuchtung. Kleine Ausstattungsbesonderheiten sind das fahrbare Warenregal für „süße Stücke“ & Co., aber auch die von der Bauherrin selbst gewählte Fototapete mit Ährenmotiv im Rückwandbereich.

Wie können sich aktuelle Snack-, Gastro- und Kaffeekonzepte im Ladenbau widerspiegeln (Thekengestaltung, Optik, Technik etc.)?

Effizient und ergonomisch für das Personal, klar strukturiert und geordnet für die einfache und sichere Orientierung der Kunden, sollte sich ein neues Verkaufskonzept harmonisch in das Gesamtbild einfügen. Daher rät bfm Ladenbau auch in diesem Funktionsbereich nicht zu Möbeln von der Stange, sondern zu einer standortspezifischen und damit maßgeschneiderten Ausarbeitung.

Mit welchen Materialien arbeitet bfm derzeit? Wie sehen hier die Trends aus?

Bei der Wahl von Material und Design geht derzeit der Trend hin zu authentischen Konzepten mit natürlich-modernem Charakter. Dabei werden häufig Hölzer und stilvolle Werkstoffe wie Steinoptiken, Beton, Kupfer, Stahl oder Designerfliesen miteinander kombiniert. Warme Farbtöne, grafische Muster und trendig-traditionelle Accessoires akzentuieren das Gesamtbild. Gleichermaßen entscheidend für ein einladendes Wohlfühlambiente sind Faktoren wie die passende atmosphärische Beleuchtung, bei der in der Regel auf sparsame und effektvolle LED-Leuchtmittel zurückgegriffen wird, wie auch die richtige Klimatisierung.

Wie kann das Marketing in die Ladengestaltung mit eingebunden werden (Freisteller, Werbedisplays...)?

Digital Signage bzw. Theken-TV lautet derzeit das Stichwort in Sachen Instore Marketing. Wartezeiten verkürzen und dabei zeitgemäß kommunizieren – das steht im Vordergrund dieses Konzepts, mit dem bfm Ladenbau Kunden technisch auf den neuesten Stand bringt. Produktfotos, Videos, Rezepte und vieles mehr, die Möglichkeiten von Monitoren in Bedienbereichen und damit der Durchführung vernetzter (audio-)visueller Werbe-Kampagnen sind vielfältig.