

Qualität im besten Licht

Ladenbau für das Fleischerhandwerk soll vor allem eines: Dessen hochwertige Produkte ins beste Licht rücken und sie dem Kunden schmackhaft machen. Ganzheitliche moderne Konzepte sorgen aber auch für energie- und platzsparende Kühl-, Koch- und Präsentationsmöglichkeiten und ergonomischeres Arbeiten hinter der Theke.



Die Theke und die Warenpräsentation machen den Wohlfühlfaktor im Laden aus, der über den Verkaufserfolg entscheidet.

bfm Ladenbau

Das Geld wird im Verkauf verdient“, lautet eine alte Metzgerweisheit. Am Point of Sale müssen spezialisierte Ladenbaufirmen deshalb eine Vielzahl von Ansprüchen vereinigen. Frischfleisch, Brühwurst, Käse oder Fisch sollen in eigenen Thekenzonen, edle Rohwürste und herzhafte Dosenkonserven in separaten Wandbereichen perfekt präsentiert werden; der boomende Markt des To-go-Verzehrs verlangt nach einer appetitanregenden Heißen Theke für Leberkäse, Schnitzel & Co. Und lässt sich für Trendprodukte wie Dry Aged Beef vielleicht noch ein Reifeschrank als Blickfang integrieren?

Wer als Inhaber mit dem Profi in die Planung einsteigt, muss aber nicht nur auf Design, Bodenbelag oder die potenzielle Essecke achten. Wenn zum Beispiel die Laufwege der Mitarbeiter beim Bedienen der Kunden oder beim Zwischenreinigen ihrer Geräte kurz bleiben, spart das wertvolle Arbeitszeit. Und wenn Kühltheken, Kühlregale und Ver-

dampfer, aber auch Wärmebereiche mit Heizplatten oder Infrarotsystemen aufeinander abgestimmt sind, sinkt die Stromrechnung.

Generell gilt: Ein Ladenbaukonzept, das von der Thekenform bis zur LED-Beleuchtung reicht, sollte für jedes Fleischer-Fachgeschäft individuell

entwickelt werden – abhängig von dessen Schwerpunkten wie Wurst, Feinkost oder Imbiss.

Die Fleischerei stellt nachfolgend eine Auswahl aktueller und branchenspezifischer Ladenbaulösungen namhafter Anbieter vor.

Trend: Kupfer und Rost

Die Corona-Pandemie hat den Trend zu Take-Away und Mittagstisch verstärkt, deshalb berücksichtigen immer mehr Fleischereien die Option einer Heißecke bei ihren Einrichtungsplanungen. Nach wie vor sind auch kleinere und größere Verzehrbe- reiche gefragt. Das bietet die Chance, neue Kunden zu gewinnen.

Neben dem gezielten Einsatz von Eyecatchern, wie dem gekühlten Wurstturm von bfm Ladenbau, Lorch-Waldhausen, oder den Wurstgehängen, soll die Einrichtung vor allem stimmungsvoll und gemütlich sein. Das gelingt mit warmen Holztönen, kombiniert mit einem stimmigen Stil- und Materialmix. Muster, Farben, Oberflächen in allen Variatio-



Lockt neue Kunden an: Stilvolles Ambiente und eine perfekte Inszenierung der Dry Age Räume.

bfm Ladenbau