

KONZEPTE

bfm Ladenbau: Innovative Verkaufskonzepte sind immer gefragter

Wegen der angespannten Wettbewerbssituation in der Backbranche kommt es immer öfter zu einer Neuorientierung der Unternehmensstrategie. So ist im Fachhandel ein Trend zum Laden als Multifunktionsraum und zu innovativen Verkaufskonzepten festzustellen. Für bfm steht bei jedem Projekt der Laden als individuelles Bühnenbild im Fokus. Ein spannendes Projekt ist kürzlich in Ostfildern entstanden.

Für Bäckereien wird die Kombination von Verkauf und Gastronomie immer wichtiger. „Hoch im Kurs stehen außerdem ausgefeilte, leicht in den Bäckereialltag zu integrierende Lifestyle-Konzepte.“ Diese Entwicklung stellt laut **Kerstin Albrecht-Aigner, Unternehmenskommunikation bei bfm Ladenbau**, auch den Ladenbau vor neue Herausforderungen.

Das Unternehmen versteht sich nicht mehr ausschließlich als Möbellieferant, sondern als Impulsgeber für erfolgsorientierte und praxiserprobte Raum- und Verkaufslösungen. Ein Ende letzten Jahres fertiggestelltes Großprojekt des Ladenbauers ist die Markthalle Scharnhäuser Park in Ostfildern. Im Dezember 2016 ist das Projekt bezugsfertig gewor-

den. „Vereint unter einem schützenden Dach bieten sich den Kunden Ladensegmente mit Obst und Gemüse, Feinkost, biologischen Lebensmitteln, Honig und Backwaren bis hin zu Fleisch und frischem Fisch“, sagt Albrecht-Aigner über das neue Projekt. Das Gebäude liegt im Zentrum des Ostfilderner Stadtteils Scharnhäuser Park. Neben der Markthalle und weiteren Geschäften wurden durch das Siedlungswerk, bekannt als eine gemeinnützige Gesellschaft für Wohnungs- und Städtebau, in den oberen Etagen des fünfgeschossigen Zeilenbaus 52 Eigentums- und Mietwohnungen eingerichtet. Unter anderem finden Menschen mit Behinderung hier eine neue Unterkunft. „So soll der „Neue Markt“ in Zukunft das Stadtbild und -leben prägen.“





Die gegenüberliegenden Theken sind in Anthrazit gestaltet und fügen sich in das Gesamtbild der Markthalle ein. © bfm

Nach Aussage von Albrecht-Aigner hat man sich für den Standort auch aus infrastrukturellen Gründen entschieden. Der Stadtteil Scharnhäuser Park/Ostfildern liegt verkehrsgünstig zwischen B10 (Neckartal) und A8 - und nicht weit entfernt vom Stuttgarter Flughafen. Außerdem ist das Stuttgarter Bus- und U-Bahnnetz gut erreichbar.

Sonntags nur Backwaren

Zwei Eingänge bieten den Kunden Zugang zu vier Betreibern, die dort von Montag bis Samstag regionale und internationale Spezialitäten sowie einen Mittagstisch anbieten. An den Sonntagen hat lediglich die Bäckerei geöffnet, da es sonst zu logistischen Schwierigkeiten gekommen wäre, erklärt der **bfm-Projektverantwortliche Dietmar Ostertag**. Die Bäckerei Schultheiss übernimmt die Herstellung von Brot- und Backwaren. Im Anschluss an den Verkaufsbereich erstrecken sich ein Obst- und Gemüsestand sowie eine Fleischereitheke. Der Obst- und Gemüsestand wird vom Gemüsebau-Unternehmen Welz beschickt. Die gegenüberliegende Fleischereitheke der Metzgerei Häfele hat eigene Schlachterzeugnisse in der Auslage. Außerdem finden die Kunden in der Markthalle das Feinkostgeschäft Beituti vor, in dem Joseph Houry zusammen mit seinem Partner Adnan Alrajab syrische Spezialitäten anbietet.

Einfach, ruhig, regional

Die Markthalle des ‚Neuen Marktes‘ in Ostfildern beherbergt verschiedene Ladensegmente. Trotz der unterschiedlichen Angebote findet sich dort ein gemeinsames Corporate Design. Die Ladengestaltung der Bäckerei spiegelt sich so auch in anderen Bereichen wieder: „Das Folierholz der Fleischereitheke beispielsweise ähnelt dem der Obsttheke, in Anthrazit gestaltet“, erklärt Ostertag. „Das gesamte Gebäude wurde unter den Aspekten Einfachheit, Ruhe und Regionalität erbaut“, so der Innenarchitekt weiter. Für die Treppenstufen wurden Naturprodukte verwendet, die Optik der sandigen Klinker der Außenfassade wurde im Innenbereich durch sandfarbene Steinfliesen wieder aufgegriffen. Eine in schwarz gehaltene Decke soll den Stil des Minimalismus unterstreichen, und große Lichtkörbe sowie von der Decke hängende Lichttropfen stehen ebenfalls für Einfachheit und Ruhe. Die Bestuhlung mit Ledersitzpolstern und Holzbänken und -tischen runden das Bild ab.

Albrecht-Aigner sagt, die Kombination aus traditionellen und natürlichen Materialien solle Leichtigkeit, Freundlichkeit und eine Wohlfühlatmosphäre vermitteln. Die beteiligten Unternehmen haben sich für ein gemeinsames Erscheinungsbild entschieden, das harmonisch mit dem Außenbereich verschmilzt und nicht dominiert: „So kam im Innenausbau der Fassaden Klinker ebenso zum Einsatz wie die Steinfliesen, die dem Boden die entsprechende Optik ver-



Das Farbkonzept von Fruchtkörble spiegelt sich in allen Bereichen wieder © bfm

schaffen. Viel Holz im Thekenunterbau der Bäckerei und bei den Tischen und Stühlen sorgen für den schwäbischen Natur-Flair. Große Fensterfronten lassen das Tageslicht herein.“

Aus eigener Herstellung

Um Regionalität auch über die Gestaltungsgrenzen hinweg zu präsentieren, arbeiten die einzelnen Betreiber bewusst nach eigenem Handwerk. So hat die Bäckerei Schultheiss ein besonderes ‚DinkelPur‘-Sortiment im Angebot, das ausschließlich mit dem Oberkulmer Rotkorn in Handarbeit gebacken wird - angebaut und gemahlen von den Dinkelspezialisten der Bronnmühle in Rottenburg am Neckar. Durch die hauseigene Schlachtung möchte sich auch die Metzgerei Häfele von dem regionalen Supermarktangebot abheben. Syrische Gerichte und Getränke, die im Feinkostgeschäft direkt vor Ort verzehrt werden können, ergänzen das Angebot.

Die Unternehmen wollen ihre Außenwirkung künftig wechselseitig beeinflussen. So sind mitunter, wie auch schon bei der Häfele-Markthalle in Winnenden, gemeinsame Verkaufsaktionen oder auch Events geplant. Die Planung ausgewählter Veranstaltungen aus dem Kleinkunst-Bereich ist dazu bereits vorangeschritten. Konkrete Veranstaltungen werden noch nicht genannt.

Material & Design

Material- und Designkonzepte tendieren derzeit generell zu Authentizität und einem natürlich-modernen Charakter, sagt der Ladenbauer. bfm verwendet wie im Fall der Markthalle verstärkt Hölzer und Werkstoffe in Steinoptik, Beton, Kupfer, Stahl oder

Designerfliesen. Außerdem kommen bei der Einrichtung warme Farbtöne, grafische Muster und trendig-traditionelle Accessoires ins Spiel, die auf das Gesamtbild abgestimmt sind. Angemessene Akzente setzt letztlich auch die passende Beleuchtung, bei der in der Regel auf sparsame und effektvolle LED-Leuchtmittel zurückgegriffen wird.

Instore Marketing

Digital Signage, beziehungsweise Theken-TV, so lautet in Sachen Instore Marketing derzeit das Stichwort. Dabei gilt es laut Albrecht-Aigner, Wartezeiten zu verkürzen und dabei zeitgemäß zu kommunizieren: „Produktfotos, Videos oder Rezepte auf Monitoren in Bedienbereichen sind beliebt. Auch vernetzte (audio-)visuelle Werbe-Kampagnen sind möglich.“

Damit sich auch die aktuellen Snack-, Gastro- und Kaffeeconzepte im Ladenbau widerspiegeln können, gibt Albrecht-Aigner den Hinweis: „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 auch in diesem Funktionsbereich nicht zu Möbeln von der Stange, sondern zu einer standortspezifischen und damit maßgeschneiderten Ausarbeitung.“

Maßgeschneidert und erfolgsorientiert

Bei den Projekten steht für bfm als Ladenbauer der individuelle Kundenwunsch, der tatsächliche Bedarf und damit das Gesamtkonzept im Mittelpunkt. Wenn das Unternehmen ein neues Projekt plant, gliedert sich die Vorgehensweise nach Angaben der Unternehmenskommunikation in drei Phasen. Die erste ist die Phase der Vorbereitung. In dieser Phase nimmt der künftige Projektverantwortliche eine Anfrage auf, und Anforderungen wie auch Wünsche seitens des Kunden werden definiert. Um diese zu konkretisieren, werden Projektskizzen angefertigt. bfm arbeitet hier



Helle Farben und Materialien dominieren den Raum © bfm



Die Ladengestaltung der Bäckerei Steinbrich © bfm

teilweise mit Hilfe der 3D-CAD-Technik.

Anhand dieser Technik wird ein virtuelles, maßstabsgetreues Raummodell erstellt. So führen die Kunden sich das Projekt sprichwörtlich vor Augen. Außerdem können sie eigene Ideen und Wünsche mit einbringen „beispielsweise Dekore wählen, die dann direkt angewandt und fotorealistisch dargestellt werden.“

Albrecht-Aigner erläutert, diese Phase wird durch den engen Kontakt zum Bauherren geprägt, der sich mit einbringen kann und dabei vom erfahrenen bfm-Team zielführend unterstützt wird. „In der zweiten sogenannten Durchführungsphase realisieren Techniker unter der Führung des Bauleiters den Einbau des neuen Ladens.“

Die Abschlussphase ist gekennzeichnet durch ein umfangreiches Qualitätsmanagement mit gemeinsamer Reflexion.

Berücksichtigung der räumlichen Gegebenheiten

Zu den erst in den letzten Wochen fertiggestellten Projekten zählt unter anderen auch der Umbau der Bäckerei Steinbrich aus Renningen bei Stuttgart. Das Erscheinungsbild wird geprägt durch ausgesuchte Naturmaterialien. „Viel helles Holz und ein farblich passender Steinfliesen-Boden ergänzen sich optisch zu einer heimatlichen Atmosphäre, untermalt durch eine dezent angebrachte LED-Spotbeleuchtung“, so Albrecht-Aigner.

Kleine Ausstattungsbesonderheiten hinsichtlich der Ladengestaltung sind nach Aussage der Unternehmenskommunikation das fahrbare Warenregal sowie die von der Bauherrin selbst gewählte Fototapete mit Ährenmotiv im Rückwandbereich.

Eine kleine Herausforderung war für bfm die Ladengestaltung des Familienbetriebs ‚Feinkost-Fruchkörble‘ in Weil der Stadt.

Die Minimarkthalle der Familie Biebach ist „aufgrund des historischen Gebäudes klein und verwinkelt, was dem Gesamteindruck einen besonderen Charme verleiht“, sagt Albrecht-Aigner. Auf einer kleinen zur Verfügung stehenden Nutzfläche werden täglich frisches Obst und Gemüse vom Stuttgarter Großmarkt, italienische Spezialitäten sowie Öko-Pfister-Brot und eine erlesene Auswahl an Kaffee- und Teesorten angeboten.

Der Ladenbauer gestaltete die Einrichtung des fast schon S-förmigen Raumes mit hellen Materialien. So ist der Obstbereich überwiegend in Weiß gehalten und mit hellen Holz-Regalbrettern und einer Wareninsel versehen. Die Arbeitsfläche im Thekenbereich der Feinkostwaren ist aus einem dunklen Holz, dessen Farbton sich auch in der Bestuhlung wiederfindet. Diese dunklere Optik spiegelt sich im Verkaufsbereich der Brot- und Backwaren, die gemeinsam mit Fleischerzeugnissen und verschiedenen Käsesorten präsentiert werden.

Dieser Bereich greift die rote Wandfarbe aus dem Obst- und Gemüsebereich auf und wird optisch durch eine Fototapete vergrößert. Eine unterschiedliche Warenpräsentation in Form von offener Obsttheke, aneinandergereihten Regalen und einer Glastheke lässt die Produkte angemessen zur Geltung kommen.

Annika Ahrens



Eine Fototapete lässt den Raum der Theke bei Fruchkörble optisch größer erscheinen. © bfm