

Online goes Offline: Zalando schafft es mit seinen Outlet-Stores auch im stationären Handel von sich reden zu machen.

Neuerscheinung STORE BOOK 2017

Inspiration und Innovation im Store Design

Im März erscheint im Callwey Verlag das STORE BOOK 2017. In der diesjährigen Ausgabe räumt der Herausgeber dlw – Netzwerk Ladenbau e.V. der branchenübergreifenden Vorstellung neuer Läden explizit mehr Raum ein: 47 Projekte bilden beispielhaft die Trends und Entwicklungen im Store Design ab und liefern so Inspiration für Handel und Ladenbau. Das Buch ist über die üblichen Buchhandelskanäle und beim dlw verfügbar.

Pünktlich zur Weltleitmesse des Ladenbaus, der EuroShop in Düsseldorf Anfang März gibt, der Deutsche Ladenbau Verband das STORE BOOK 2017 im Callwey Verlag heraus. Das Jahrbuch neuer Ladeneröffnungen geht mit leicht geändertem Konzept an den Start, bleibt sich aber in seinem Namen treu. Künftig werden gezielt mehr Läden im Hinblick auf ihre Grundidee und ihr Store Design vorgestellt. Mit dabei sind u. a. der Leica Store in Frankfurt, E-Center Gaimersheim, das Kaufhaus Woha in Donauwörth, Red Valentino in London und Hermès in New York.

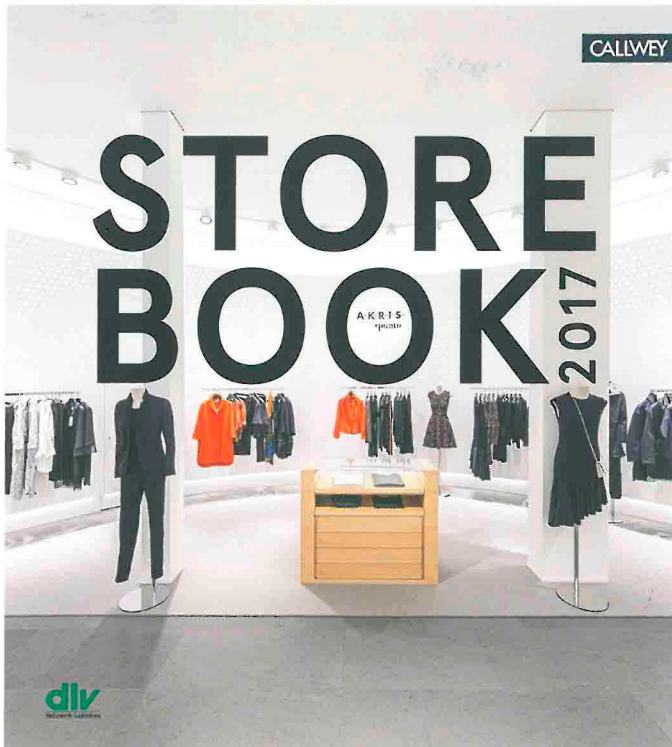
Mehr Projekte – mehr Inspiration

Im vergangenen Jahr entschieden sich die Herausgeber und der Expertenbeirat ausnahmsweise für die Aufnahme von mehr als 44 Projekten im Buch, für diese und die weiteren Ausgaben beschlossen sie, explizit mehr Neueröffnungen aufzunehmen, um der Gesamtschau über Trends

und Entwicklungen mehr Raum zu geben. Besonders hervorgehoben präsentieren sich Highlight-Projekte, also diejenigen Läden, die vom Expertenbeirat einstimmig als „besonders gut gelöst“ beurteilt wurden.

Das STORE BOOK deckt auf 248 Seiten in 47 Projekten aus sieben Ländern das gesamte Spektrum der Laden-Investitionen mit seinen begleitenden Gewerken und Disziplinen ab. Durch die branchenübergreifende Vorstellung neuer Läden ist es eine Inspirationsquelle für Architekten, Shop Designer, Laden- und Lichtplaner, Visual Merchandiser und alle Handelsprofis, die sich mit Ladenbaufragen beschäftigen.

Erhältlich ist das STORE BOOK 2017 ab Anfang März über die üblichen Buchhandelskanäle sowie beim dlw – Netzwerk Ladenbau e.V. direkt zum Preis von 89 Euro.



Zur EuroShop im März erscheint im Callwey Verlag das neue STORE BOOK 2017 in liefert eine Vielzahl an Inspirationen im Ladenbau."

Matthias Kref, Geschäftsführer der Kref Innenausbau-Team GmbH, ist im dlv-Vorstand u. a. für das STORE BOOK zuständig und in dieser Funktion Mitglied des Expertenbeirats, der die Auswahl der Projekte verantwortet.

INSIDER: Herr Kref, Sie verantworten im dlv-Vorstand das Projekt STORE BOOK. Was macht für Sie das Besondere an diesem Projekt aus?
 Matthias Kref: Für mich als Ladenbauer ist besonders spannend, wie anschaulich die Einreichungen all die Facetten des Store Designs widerspiegeln, angefangen von den vielen verschiedenen Branchen wie Food, Apotheke, Elektronik oder Warenhaus, bis hin zu den unterschiedlichen Umsetzungen der Gewerke wie Licht, aber auch Visual Merchandising, und nicht zuletzt auch aus den unterschiedlichsten Teilen Deutschlands, Europas und der Welt.

INSIDER: Das STORE BOOK erscheint bereits zum vierten Mal. Wie hat sich das Buch entwickelt?

Matthias Kref: Der dlv und der Callwey Verlag, wir haben uns seit 2014 zu jeder einzelnen Ausgabe die Ideen und Anmerkungen, Kritiken und Lob, die an uns herangetragen wurden, sehr genau angehört, aber auch selbst das Buch kritisch hinterfragt. Dieser Prozess lässt uns nach vier Ausgabe sagen, dass wir für unser Dafürhalten in der Ausgabe 2017 das Konzept des STORE BOOK noch konsequenter gedacht und weiterentwickelt haben. Wir geben den Projekten mehr Raum, heben besonders spannende Projekte deutlich hervor und bieten den Lesern damit eine gute Orientierung, aber auch noch mehr Anregungen für die eigene tägliche Arbeit im, um und am Laden.

INSIDER: Sie sind Mitglied im Expertenbeirat, der die Projektauswahl trifft. Können Sie kurz das Prozedere erläutern?

Matthias Kref: Durch das Einreichungstool des dlv sind die wichtigsten

Informationen und Rahmendaten zu den jeweiligen Projekten ja schon vorhanden. Im Expertenbeirat sehen wir uns die Daten und Bilder zu den Projekten dann nach Branchen getrennt an, also beispielsweise alle Sport- und Outdoor-Läden im Kontext, alle Schuhläden im Kontext, etc. Dazu notiert sich jeder für sich zunächst seine Einschätzung, danach gehen wir in eine Diskussion: Was ist an welchem Projekt toll gelöst, was ist besonders, welches der Projekte sieht wer aus welchen Gründen im Buch oder auch nicht? Durch die verschiedenen Augenmerke der Beiratsmitglieder ist das eine spannende Runde. Ich als Ladenbauer schaue aus einer anderen Perspektive auf die Läden als beispielsweise Herr Lach als Visual Merchandiser oder Frau Jaumann als Verlegerin.

INSIDER: Was sind Ihre persönlichen Highlights in der Ausgabe 2017 und warum?

Matthias Kref: Das STORE BOOK lebt von den Projekten aus den unterschiedlichen Branchen, die es widerspiegelt und von den völlig verschiedenen Ansätzen, die sich in jedem einzelnen Projekt in der Ladengestaltung finden. Das ist für mich das eigentliche Highlight!



Matthias Kref