

# LADENBAU

Magazin für Ladengestaltung, Boden, Wand, Decke, Licht, Displays und Akustik

## Was bekommt der Kunde von morgen?

Expertenumfrage

Seite 34





auch für den Laden- und Innenausbau. Ob über Standardprodukte oder mit individuellen Sonderlösungen, Elektra bietet die marktgerechte Umsetzung und gemeinsame Ausarbeitung der Beleuchtungsdesigns für Küche und Bad von der Idee bis zur Serienreife. Dabei werden technolo-



gische Trends frühzeitig eingebracht und produktionstechnische Gegebenheiten von Anfang an einbezogen. Mit umfassendem Projektmanagement durch detaillierte Planung, fokussierter Entwicklung und kundenorientiertem Service bringt Elektra die Projekte schnell zum Erfolg. So bietet Elektra hochwertige Produktvielfalt unterstützt durch vorausschauendes Handeln und leistungsstarken Service und setzt auf dieser Grundlage Maßstäbe „Made in Germany“ – technisch innovativ, funktionell und erstklassig.

[www.elektra.de](http://www.elektra.de)

## Forbo Flooring

### Neu für den innovativen Ladenbau mit Grünfaktor



Forbo hat den natürlichen Bodenbelag Linoleum kompakter und verlegefreundlicher gemacht. Handliche modulare Elemente eröffnen vielfältige Möglichkeiten für flexible, aussagekräftige und nachhaltige Ladenkonzepte. Hergestellt aus nachwachsenden Rohstoffen unterstreicht der mit dem Blauen Engel ausgezeichnete natürliche Designboden Ihr Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt und ein gesundes Leben. Eine umfangreiche Dessinauswahl, hohe Strapazierfähig-

keit und eine hervorragende Ökobilanz machen Marmoleum Modular zur ersten Wahl, wenn es um individuelle, wirtschaftliche und nachhaltige Bodenlösungen im Ladenbau geht. Mit Marmoleum Modular setzen Sie bei Ihren Kunden „nachhaltig Akzente“.

[www.forbo-flooring.de](http://www.forbo-flooring.de)

## Heinrich Woerner

### Dekorativ gespannt - Warenpräsentation mit Gummibändern

Alles flexibel gespannt: Deko-Spezialist Woerner hat in seiner aktuellen Kollektion Frühjahr/Sommer 2015 mit farbigen Gummibändern bespannte Objekte aufgenommen, die als dekorativer Blickfang und



kreativer Warenpräsentier zugleich wirken. Ein Surfbrett, bei dem Ober- und Unterteil mit farbigen Gummibändern verbunden sind. Bügel-Aufhänger mit blauer Bandaufhängung als T-Shirt-Träger. Kreise, in deren wilder Bespannung Flip-Flops hängen. Oder mit bunten Gummibändern bespannte

Holzboxen, die zu öffnen sind und in denen die Ware quasi hinter Gittern residiert.

[www.dekowoerner.de](http://www.dekowoerner.de)

## Interactive Display

### Ausgezeichnete Touchlösung am Schaufenster

Mit der StoreFrontControl (SFC) von Interactive Displays aus Rodgau können digitale Inhalte im Schaufenster interaktiv gemacht werden. Das heißt, Kunden müssen sich nicht mit einer vorgefertigten



Video- oder Bilderschleife abfinden, sondern können gezielt die Informationen abrufen, die sie interessieren. Dies ermöglicht echte Interaktion am Schaufenster und sorgt damit für weit mehr Aufmerksamkeit und höhere Verkaufschancen als eine

rein passive Lösung. Für die SFC wurde Interactive Displays von der Initiative Mittelstand zum Sieger 2015 in der Kategorie Hardware gekürt. Die Jury zeigte sich dabei vor allem vom hohen Nutzwert, Innovationsgehalt und der Mittelstandseignung der Lösung überzeugt.

[www.interactive-display.de](http://www.interactive-display.de)

## Object Carpet

### Erster interaktiver Teppich-Konfigurator

RUGX steht für individuelle, abgepasste Teppiche aus dem Hause Object Carpet. Nach dem Motto „Be Creative – Be Different“ bietet das Label



mit dem RUGX-Konfigurator jetzt ein Tool an, das eine individuelle Gestaltung des RUGX-Teppichs erlaubt. Form, Farbe, Einfassung, Muster und Textur können ganz nach den eigenen Wünschen und Bedürfnissen zusammengestellt und somit an die

Raumsituation angepasst werden, sei es für individuelle Wohnambiente, Shops, Hotels oder Büros. Der neue Konfigurator unterstützt den Händler bei der Kundenberatung und im Vertrieb: Mit Hilfe des Tools kann er gemeinsam mit dem Kunden live und interaktiv dessen Wunsch-Teppich kreieren – auch direkt vor Ort beim Kunden. Dabei greift das Programm online auf verfügbare Komponenten zu und präsentiert unmittelbar mögliche RUGX-Varianten und die dazugehörigen Preise. Für eine bessere Anschaulichkeit wird der Teppich in unterschiedlichen Umgebungen und Räumen visualisiert – von der Privatwohnung über die Hotellobby bis hin zum Shopambiente. Neben der Nutzung am Point of Sale kann der Händler den Konfigurator auch direkt in seine Webseite integrieren und damit sein Leistungsangebot von anderen Händlern differenzieren und seinen Kunden einen deutlichen Mehrwert verschaffen. Der neue verknüpfte Händler-Onlinebereich „My Object Carpet“ auf der Webseite des Labels bietet neben vielen anderen Vorteilen eine erweiterte Version des Konfigurators für den Fachhandel an. Vor einigen Jahren führte Object Carpet die Marke RUGX ein – abgeleitet aus dem englischen Fachbegriff „rug“ für abgepasste Teppiche. RUGX-Teppiche – Made in Germany – werden in der individuell gewünschten Ausfertigung in strapazierfähiger Objekt-