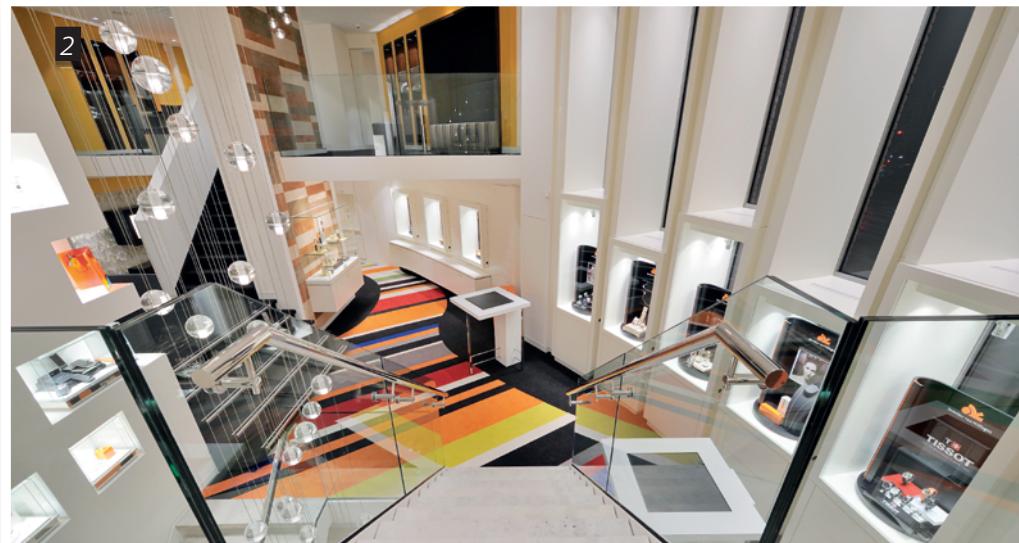


1



2



5



6



# Verkaufsfläche verdreifacht

**WSB Ladenbau** – In einem ihrer neu gestalteten Vorzeigeobjekte konnte die niederländische Ladenbau-firma WSB ihre gesamte Palette an Know-how, Gestaltungs- und Verarbeitungskompetenz einbringen. Cécile und Martijn van Willegen fühlen sich pudelwohl im neuen Geschäft.

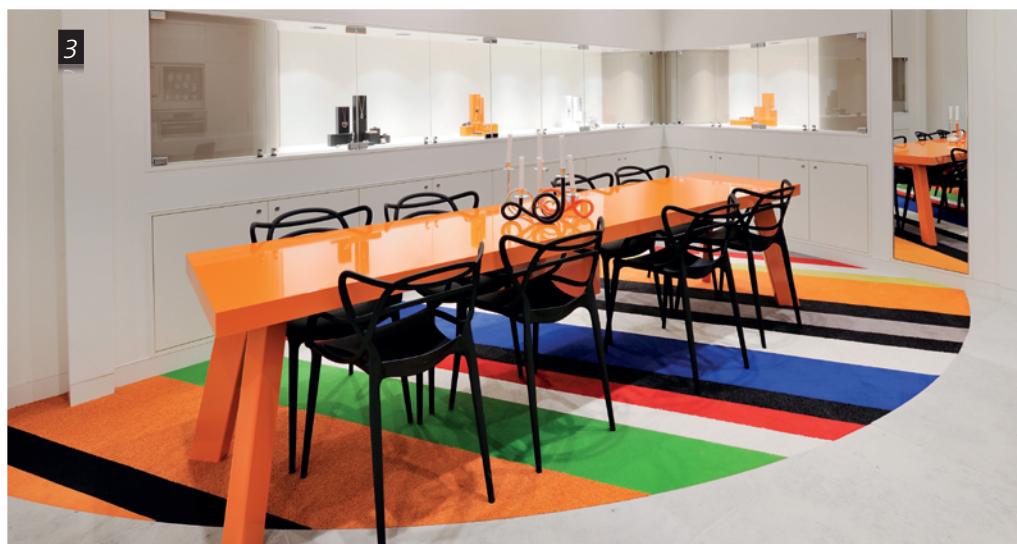
Die Kompetenz und Innovationskraft in Sachen Ladenbau bekommt man nicht geschenkt oder in die Wiege gelegt. Man muss sie sich hart erarbeiten. »Unsere Ladenbaudesigner sind ständig weltweit unterwegs. Sie besuchen Metropolen wie New York, Paris, Berlin und London und lassen sich dort von besonders erfolgreichen Handelskonzepten inspirieren«, erläutert Nico Schröder. Der Kundenbetreuer von WSB weiß, wovon er spricht. »Gerade bei Fashionmarken ist es wichtig, dass der Auftritt in sich stimmig ist und auch den internationalen Bezug herstellt. Die WSB-Designer sind daher immer auf dem neuesten Stand des internationalen Ladenbaus und der Markenpräsentation«, so der Ladenbauexperte weiter.

Aber auch die Kunden werden in den Ent-

wicklungsprozess zur Optimierung des Geschäfts integriert. »Jede kreative Aufgabe beginnt mit folgenden Fragen an den Inhaber eines Geschäfts: Wer sind Sie und was wollen Sie erreichen? Was ist Ihre DNA? Wodurch unterscheiden Sie sich von anderen Wettbewerbern?« Das erklärt WSB-Kundenbetreuer Nico Schröder. Aus den Antworten entwickelt das Team von WSB dann die Ideen, die die Auftraggeber zu mehr kommerziellem Erfolg führen sollen. Die besondere Kompetenz in Sachen Ladenbau hat auch mit der niederländischen Herkunft zu tun. Denn gerade in einem so dicht besiedelten Land wie den Niederlanden ist es besonders wichtig, sich mit seinem Geschäft zu profilieren und von anderen Anbietern zu unterscheiden. In Nico Schröders Heimatland gehört das Unterneh-

men zu den führenden Ladenauspezialisten für Juweliere, Uhrenfachgeschäfte, Optiker und Modegeschäfte. Auch auf dem deutschen Markt ist WSB dank deutsch-sprechender Kundenberater aktiv. Doch nicht nur mit dem optischen Erscheinungsbild kennt sich das 50-köpfige Mitarbeiterteam bestens aus. Auch in puncto Sicherheit wird eine professionelle Beratung und Realisierung geboten.

Die ausgesprochen gute Zusammenarbeit zwischen WSB Ladenbau und seinen Kunden wird am Beispiel des Umbaus von Juwelier van Willegen deutlich. Hier sollte die Grundfläche um das Dreifache vergrößert werden, um die Warenpräsentation und das Ambiente einzigartig zu gestalten. Dies erforderte eine völlig neue Sichtweise und eine große



Herausforderung für die Experten des Unternehmens. »Eine Grundoberfläche um ein Dreifaches vervielfältigen, erfordert einen völlig neuen Denkprozess. Das ist ohne Experten nicht zu realisieren. Und genau diese kompetenten Experten fanden wir bei WSB Ladenbau«, erklären Cécile und Martin van Willegen zu ihrem spannenden Projekt. Um sich ein Bild davon machen zu können, was sie wollten und was nicht, reisten die Inhaber des Juweliergeschäfts nach Hongkong und Mailand, um sich dort bei guten Juwelieradressen inspirieren zu lassen. Alle Impressionen und Wünsche wurden den Einrichtungsgestaltern der WSB präsentiert. Wiederholt wurde das Juwelierehepaar vom Sparringteam der WSB mit der Bemerkung: »Ihr habt kein Fünf-Sterne-Hotel, sondern ein Juweliergeschäft« wieder auf den Boden der baulichen Tatsachen geholt. Auf der anderen Seite wurde den Einrichtungsdesignern des Unternehmens in den vielen Gesprächen klar, dass diese Geschäftsräume so individuell gestaltet werden mussten, wie es auf der Welt keinen zweiten Laden gibt. Ein völlig neues Klimasystem, neu entwickelte Beleuchtungskonzepte, maßgefertigte Vitrinen, Theken,

Beratungsplätze und andere Einrichtungsgegenstände wurden mit Hingabe und Liebe zum Detail, aber auch mit dem richtigen Maß für die Funktionalität entworfen und produziert. Der Einsatz von Materialien, Formen und Farben wurde perfekt an die vorgegebenen Räumlichkeiten angepasst. Auf mehreren Ebenen finden die Kunden des Geschäfts ihre Favoriten in den wunderschönen Auslagen und Vitrinen des Verkaufsraums. Der Kunde hat ein Geschäft zum Verkauf hochwertiger Luxusartikel, das es kein zweites Mal auf der Welt gibt.

Auf dem deutschen Markt ist WSB dank deutschsprechender Kundenberater sehr aktiv. Für jeden Bereich stehen Spezialisten zur Verfügung, von Architekten über Bauzeichner, Projektmanager, Tischler, Lackierer bis hin zu Monteuren. Das heißt, alles kommt aus einer Hand, die Konzeptstrategie ebenso wie der Entwurf, die konkrete Planung und die Verwirklichung vor Ort. »Unser Erfolg beruht auf viel Erfahrung, wobei immer der geschäftliche Erfolg unserer Kunden im Vordergrund steht«, kommentiert Nico Schröder eine weitere Säule der Firmenphilosophie des Ladenbau-Unternehmens. [www.wsbladenbau.de](http://www.wsbladenbau.de)

**1** Unterschiedliche Ebenen, die über Treppen systematisch miteinander verbunden sind, vergrößern die Verkaufsfläche um das Dreifache.

**2** »Hier geht's lang«, das Treppen- und Farbleitsystem auf dem Teppichboden bei Juwelier van Willegen leitet die Kunden wieder sicher nach draußen.

**3** Auf dieser Verkaufsebene geht es in puncto Beratungsplätze bunt zu.

**4** Blick von oben auf die gegenüberliegende Seite. In der Wand wurden Nischen gelassen, die zur Dekoration genutzt werden.

**5** Die unterschiedlichen Wandgestaltungen geben den Kunden positive Signale, sich die auf den Ebenen präsentierten Sortimenten anzuschauen.

**6** Die farbige Gestaltung des Bodens leitet die Juwelierkunden bei ihren Erkundungen des Hauses.

**7** Auch ein kuscheliger Platz auf den Sesseln und Sofas am Kamin dient als Beratungsplatz für Juwelierkunden.