

## Neues zum Store Book 2014

Es wird spannend und außergewöhnlich

Anfang Oktober traf sich in Frankfurt der neu gegründete Experten-Beirat aus Fachleuten der Kategorien Visual Merchandising, Ladenbau und Verlagswesen, für die erste Ausgabe von Store Book 2014. Sie bewerteten 120 bislang eingereichte Projekte und entschieden, wer in das Jahr- und Projektbuch neuer Läden, aktueller Trends und angesagter Events der Einzelhandels-Szene aufgenommen werden soll. Zwischen 30 und 40 solcher Portraits mit zwei- bis vierseitigen Beiträgen sind eingeplant. Jury-Mitglied, Angela Krause vom Deutschen Ladenbau Verband (dlv), bezeichnete die Sitzung als „spannend, weil viele außergewöhnliche, auch kleine Konzepte dabei sind“.

Klaus Lach, ebenfalls Jury-Mitglied zum Store Book und Geschäftsführender Vize-Präsident Europäischer Zentralverband Visuelles Marketing Merchandising, ist davon überzeugt, dass im Stationären Handel immer wichtiger wird, mit außergewöhnlichen Projekten im Retail Design zu überzeugen. „Das Store Book 2014 bietet die Plattform, sich über eindrucksvolle Konzepte und ihre Umsetzung zu informieren. Es wird aus einer Vielzahl von Projekten die besten präsentieren. Bei der Beurteilung der Projekte ist mir aufgefallen, wie gekonnt sich das visuelle Marketing im Retail Design wieder findet.“

Das Spektrum der eingereichten Projekte reicht laut Reinhard Peneder, Impresario des neuen Ladenbaubuches und verantwortlich für die Redaktion, „von Galeries Lafayette bis zu kleinen Namen und von unbekannt bis Karl Lagerfeld“. Vor allem einige herausragende Beispiele rund um das Thema Schuhe im Retail sind dabei. Er betont aber auch, dass diese Jury-Sitzung nicht das Finale der Auswahl war. „Es kann noch nachgereicht werden“, so sein Hinweis für alle Kandidaten aus dem Einzelhandel. Dabei konzentriert sich das Store Book nicht auf Deutschland. Es will auch einen Blick über die Grenzen werfen und faszinierende Beispiele aus Asien sowie dem Mittleren Osten zeigen.

Daneben zeichnet sich Store Book 2014 durch seinen branchenübergreifenden Inhalt aus. Vorgestellt werden Best Practise-Projekte beispielsweise aus den Kategorien Bücher, Heim- und Haustextilien, Lebensmittel, Mode, Schuhe, Sport, Uhren und Schmuck, die nicht älter als 18 Monate sind oder im Herbst 2013 realisiert werden. Außerdem wird es einen Terminkalender mit wesentlichen Shop Events geben. Und es zeigt auf, wo sich der Einzelhandel zum Thema Shop Design hinsichtlich Architektur, Ladenbau, Beleuchtung und weitere relevante Gewerke informieren kann.

Das Fachbuch wendet sich an Architekten und Planer, aber vor allem an den Einzelhandel als Endabnehmer von Ladenbaukonzepten. Es wird herausgegeben von fundierter Stelle, nämlich vom dlv als Interessenverband des Deutschen Ladenbaus und vom Verlag Callwey, der zu den führenden Architektur-Verlagen im deutschsprachigen Raum zählt und unter anderem das Jahrbuch des Bund Deutscher Innenarchitekten herausgibt. Zur Euro Shop Mitte Februar 2014 kommt Store Book 2014 auf den Markt und kostet 89 Euro. Der Launch wird begleitet von einem Auftritt im Internet.

Sabine Fanny Karpf