



Bild: Glaeser Wogg AG

**LADENBAU.** Grossprojekte im Ladenbau haben es in sich. Das Umbaubeispiel des neuen Manor in der Berner Innenstadt zeigt die Planung, den Zeitdruck und die Herausforderungen für die beteiligten Unternehmen auf. Ein Problem war die Logistik.

## Holz spielt eine Hauptrolle

Das Restaurant im fünften und obersten Stock mit Dachterrasse ist das Highlight des neuen Manor-Warenhauses in Bern. Die Räume sind hell, die Möbel und Buffets aus viel Holz. «Warme und erdige Töne in einem schlichten, modernen Design liegen im Trend. Das Holz steht wieder im Vordergrund, man will es sehen», sagt Roland Leutwyler, Verkaufsleiter bei der Glaeser Wogg AG im aargauischen Baden Dättwil. «Ob das Holz dabei allerdings echt ist oder nicht, das ist wieder eine andere Frage.»

Man könne sagen, dass sich die aktuellen Themen Natur und Umwelt auch bei den Materialien und den Farben der Inneneinrich-

tung widerspiegeln. «Und das nicht nur im Gastronomiebereich.»

Manor hatte letztes Jahr neben Glaeser Wogg auch die Firmen Jegen, Killer und Pendt für den Umbau und die Einrichtung des neuen Warenhauses in der Berner Innenstadt engagiert. «Eine Zusammenarbeit zwischen den Ladenbauern hat es nicht gegeben. Es gab eine unabhängige Auftragserteilung seitens Manor», betont Leutwyler.

### Nur wenig Zeit

Das Gebäude konnte vom Warenhaus-Unternehmen kurzfristig übernommen werden, deswegen war auch die Umbauphase bis

zur Eröffnung knapp bemessen. «Innerhalb von drei Monaten mussten wir alles realisieren, von der Planung bis zur Fertigstellung. Das war eine Herausforderung und es lief nicht alles glatt. Doch wir haben es geschafft.» Die Eröffnung konnte planmässig im April 2019 stattfinden.

### Kleine Lifte erschwerten die Arbeit

Die Logistik war ein riesiger Aufwand für die Baufirmen. «Die Lifte im Haus sind klein, wir konnten mit diesen nicht alles transportieren. Die Materialien für das Restaurant mussten zum Beispiel mit einem Kran hochgehievt werden», beschreibt Leutwyler. Zu-

**Das Restaurant im Manor Bern. Holz und warme Farben dominieren das Design.**

dem hatten sich immer sehr viele Leute im Gebäude befunden, da die Arbeiten – Innenausbau, sanitäre Anlagen und Licht – parallel verliefen. Die Kombination von wenig Zeit, einem Standort mitten in der Stadt, einer schwierigen Anfahrt und der komplizierten Logistik sei die grösste Herausforderung des Projektes gewesen, resümiert er. «Die Koordination hatte das Baubüro von Manor übernommen.» Auf den Stockwerken zwei bis vier, die Glaeser umgebaut und eingerichtet hat, befinden sich die Abteilungen Haushalt/Home, Kinderkonfektion, Spielwaren und Multimedia. Hinzu kam der Free-Flow-Bereich im Restaurant. «Wir sind schon länger nicht nur im Ladenbau, sondern auch im Gastrobereich tätig.»

**Stark in der technischen Entwicklung**

Die entsprechenden Möbel sind schon früher und nicht extra für diesen Auftrag konzipiert worden. «Aber nicht von uns, unsere Kernkompetenz liegt in der technischen Entwicklung aus dem Konzept heraus», sagt Roland Leutwyler. Die Möbel wurden bei Glaeser teilweise selbst hergestellt oder zugekauft. «Wenn wir Zulieferer hatten, dann grösstenteils aus der Schweiz und nur wenige aus dem Ausland. Denn, ist die Zeit knapp, kann man nicht von weit her Waren einkaufen.»

Bezüglich der Materialisierung hat Glaeser Metall, Kunststein, Glas, viel Massivholz und mit Kunstharz beschichtete Trägerplatten verwendet. Die Gerätschaften für den Gastronomiebereich wurden zugeliefert.

**Einkaufen muss ein Erlebnis sein**

Nicht neu ist das Thema, dass das Einkaufen ein Erlebnis sein soll. «Die Läden schauen, dass sie Erlebniswelten schaffen. Ein Optiker kann zum Beispiel eine Showwerkstatt realisieren, bei der die Kunden zuschauen können», sagt Leutwyler. «Der Onlinehandel hat dieses Thema zusätzlich verstärkt.» Die Geschäfte müssten sich überlegen, wie sie die Kunden noch zu

sich ins Haus holen. Eine Kombination von beiden Shoppingarten sei sicher wichtig, meint Leutwyler. Online bestellen und dann die Ware im Geschäft abholen zu können. Das sei aber auch eine Generationsfrage. Ein älterer Kunde habe andere Bedürfnisse und Ansprüche als ein junger. «Keiner weiss, wohin die Reise geht. Das macht es für die Unternehmen so schwierig.» Die Konsumenten sind der Massstab und werden es anzeigen.

Mit der Ladenkonzeption hatte Glaeser bei diesem Projekt allerdings nichts zu tun. Das hat Manor selbst übernommen. «Bei anderen Aufträgen haben wir aber auch schon das Konzept erstellt.»

**Offenes Konzept ist beliebt**

Im Gastronomiebereich gilt Ähnliches. Free-Flow-Bereiche, in denen sich die Gäste selbst

bedienen können, liegen im Trend. «Das hat natürlich auch damit zu tun, dass viele Kunden nur wenig Zeit haben und das Essen rasch gehen muss», sagt Roland Leutwyler. «Auch der Frischebereich ist heutzutage sehr wichtig. Denn die Frische der Speisen ist ein Markenzeichen und wird dementsprechend grossgeschrieben.» Die Warmhaltung oder die Kühlung der Speisen in den offenen Buffets seien in der Regel keine Herausforderung mehr, da man schon viel Erfahrung damit habe. Es bestehen auch klare Hygienevorschriften. «Nur wenn das Design über die Funktionalität gestellt wird, kann das zu einem Konflikt führen. Aber nicht in diesem Fall.»

**Wie viel Nachhaltigkeit ist nötig?**

Eine Fragestellung, die auch im Ladenbau derzeit im Wandel und deswegen ein gros-

**So präsentiert sich die Haushalts- und Home-Abteilung des neuen Warenhauses.**



**Warme Farben und sichtbares Holz liegen bei der Inneneinrichtung im Trend.**





**Buffets für warme und kalte Speisen definieren den Free-Flow-Bereich.**



**Die Sitzgelegenheiten sind unterschiedlich. Sie sehen aber alle bequem aus.**

Bilder: Glaeser Wogg AG

ses Thema sei, dreht sich um die Nachhaltigkeit. «Wie viel Dienstleistung biete ich dem Kunden und wie viel Wertschätzung und Dankbarkeit gibt er zurück? Das ist ein Spagat, der alle beschäftigt», sagt Leutwyler. Es geht dabei nicht nur um die Nachhaltigkeit eines Produktes, sondern auch um die persönliche Einstellung eines jeden.»

#### **Eine gute Referenz**

Für die Projektleitung des Manor-Auftrags waren bei Glaeser Wogg zwei Personen verantwortlich. Das Montageteam umfasste rund 15 Mitarbeitende. Das Auftragsvolumen betrug rund 1,8 Millionen Franken. «Wir sind sehr zufrieden, wie alles abgelaufen ist», bilanziert Leutwyler. «Es ist für uns schön, so eine Referenz in Bern zu haben.» Zur allgemeinen Lage in der Ladenbranche kann er sagen, dass der Konkurrenzkampf

spürbar sei. Die Unternehmen müssten schauen, wie sie zu ihren Aufträgen kämen, und teilweise nach neuen Tätigkeitsfeldern suchen. «Der Preisdruck war schon immer gross. Es sind aber noch andere Faktoren hinzugekommen.»

#### **Oft nur einfacher Ausbau gefragt**

Im hochwertigen und anspruchsvollen Segment, in dem sich Glaeser Wogg bewegt, werden weniger Projekte realisiert. Denn viele würden auf einen einfachen, konventionellen Ausbau setzen, sagt der Verkaufsleiter. Der Detailhandel befindet sich zudem in einer schwierigen Phase, die Investitionen gehen zurück. Grund sei das Online-Geschäft. In der Gastronomie sieht es etwas anders aus. Sie floriert und es gibt immer mehr Betriebe – jedenfalls vor der Coronakrise. Allerdings nicht in der hochwertigen

Gastronomie, in der Glaeser tätig ist. «Eine Stärke unseres Unternehmens ist, dass wir kein reiner Ladenbau-Betrieb und breit gefächert sind. Das hilft uns.»

#### **Fachkräftemangel ist spürbar**

Ein anderes Problem sieht Roland Leutwyler beim Personal. «Den Fachkräftemangel spüren wir stark. Gut ausgebildete Mitarbeitende sind immer schwieriger zu finden.» Das Handwerk per se schätzt er als sehr interessant ein. «Jemand, der Schreiner oder eine andere handwerkliche Berufslehre absolviert, der hat super Perspektiven. Das sieht man bei jeder Stellenausschreibung.» Bei Glaeser habe man zum Beispiel festgestellt, dass Projektleiter für die Arbeitsvorbereitung Mangelware seien. «Ich hoffe, das ändert sich wieder.»

NDO

→ [www.glaeser.ch](http://www.glaeser.ch)