Neugierig?

Insgesamt fünf neue Souvenirshops werden zur Zeit am Flughafen Wien eröffnet und zeigen eindrucksvoll, wie man mit einer klaren Linie und gezielter Kundenführung Neugierde wecken und Passanten als Kunden gewinnen kann. Für Konzept, Planung und Ausführung zeichnet das renommierte Unternehmen Cserni Wohnen aus Fehring bei Graz verantwortlich.

Einer der neuen Souvenirshops befindet sich im Check In 3 Abflug Schengen auf dem Weg zu den Gates. Vom Gang aus ist nicht gleich die gesamte Fläche einsehbar. Doch die ausgewählten Farben und Materialien machen selbst vorübereilende Geschäftsreisende neugierig. Hochglänzende Einbauten stehen edlen furnierten Eichenhölzern gegenüber. Warme Farben und die weiche Lichtstimmung schmeicheln dem Auge und schaffen so eine kleine Oase des Wohlfühlens inmitten der kühlen Atmosphäre des Terminals. Kleinteilige bunte Souvenirs, eine gute Portion Kitsch und eine kleine Prise Humor locken zu einem raschen Blick ins Geschäft. Die hochwertige Präsentation edler Weine an der gegenüberliegenden Fokuswand verweist allerdings bereits beim Eintreten auf ein breiteres Sortiment von Give-Aways in unterschiedlichen Preisklassen. Ausgewählte Produkte werden in Echtholzregalen präsentiert, passend zu Eichenfußboden und oktagonalen Mittelraumgondeln – ebenfalls in Eiche natur. Die modularen Wandbespielungen wechseln mit metallfarbenen Lochsystemwänden und weißen Lamellenträgern, deren silberfarbene Schlitzsysteme den metallischen Look der Lochwände fortführen. Warenträger in Eiche und Reinweiß sind mit Glasfächern und Spiegelrückwänden versehen und schaffen so eine transparente Warenpräsentation mit zusätzlichen Blickbezügen.

Unter dem vorgegebenen Deckenraster – das neben der grundlegenden Allgemeinbeleuchtung vor allem den strengen sicherheitstechnischen Vorgaben genügt – sorgen schwarze Spots auf schwarzen Trägerschienen für eine gezielte Beleuchtung der Ware. Raumhohe Fenster bringen zusätzlich Tageslicht in den Raum und ermöglichen gleichzeitig Durchblicke auf das Flughafengelände.

Die selben Module kommen auch im Non-Schengen Bereich des Terminal 3 zum Einsatz. Direkt gegenüber dem Mitbewerb Heinemann erfreut sich der wesentlich kleiner dimensionierte Souvenirshop dank der hohen Touristenfrequenz in diesem Bereich bereits wenige Wochen nach seiner Eröffnung vielversprechender Umsätze. Zentraler Blickfang ist der Kassenbereich. Der große, weiße Korpus, bespielt mit zahlreichen Andenken an österreichische Geschichte und Kunst, ist dank seiner runden

Leseprobe

Formgebung von mehreren Seiten aus zugänglich. Entspannt hat der Verkäufer dahinter alle organisatorischen Belange im Griff und zugleich den gesamten Geschäftsbereich im Blickfeld.
Rund um den Kassenbereich und die flexibel platzierbaren Mittelraummöbel ergibt sich ein zirkulierender Gehverlauf, der wie selbstverständlich an den vielseitigen Produkten entlangführt. Neugierde zu generieren war auch die Zielsetzung des Entwurfsgedankens. Gerade an einem hoch frequentierten Standort wie dem Flughafen ist eine klare Blickführung essentiell. Der Kunde will sich rasch zurechtfinden und nicht in einem Übermaß an dicht gedrängten Waren verlieren. Weiters spielt Emotionalität eine wesentliche Rolle. Der Kunde soll sich wohlfühlen, gerne verweilen und sich in Ruhe die Zeit nehmen können, die ausgestellte Ware zu begutachten – und gegebenenfalls auch zu verkosten. Die natürliche Haptik der hochwertigen Eichenregale wechselt in dem hygienisch sensiblen Verkostungsbereich zu stylischem und zugleich pflegeleichtem Corian. Die Wertigkeit des Interiorkonzepts assoziiert der Kunde auch mit dem jeweiligen Sortiment. Holz, Glas, Metall und Corian eignen sich daher besonders gut um langlebige Qualitätsprodukte auszustellen.

Probe

Kompetenz auf vielen Ebenen

Für die Planung der „Sense of Austria" Shops zeichnet die Cserni Wohnen GmbH verantwortlich. shopstyle sprach mit DI Anita Müth und Projektmanager Andreas Valda über Planung und Ausführung:

Insgesamt werden am Flughafen Wien fünf Souvenirshops von „Sense of Austria" realisiert. Jeder Shop unterliegt dabei den Gegebenheiten des jeweiligen Standortes. Worauf galt es hier besonders zu achten?

DI Müth: Das Design sollte modern, straight und übersichtlich sein. Auch bei kleinen Verkaufsflächen sollte genügend Platz für die Präsentation der Ware und ausreichend Stauraum gegeben sein. Wir haben aber auch auf eine übersichtliche Wegeführung und gute Sichtbezüge zu den unterschiedlichen Materialien und Motiven geachtet. Es galt also, die Flächen optimal auszunutzen und die Ware bestmöglich zu präsentieren.

Welche Rolle spielen Material und Oberfläche?

DI Müth: Es war uns sehr wichtig, Qualität und Wertigkeit zu kommunizieren. In den Shops kommen Eiche Parkett und Eichen-Mobiliar zum Einsatz, kombiniert mit hellgrauen und weißen Regalen, Glas, Spiegel und Dekorspan-Platten. Die Eingänge werden besonders betont, die Mittelraummöbel sind flexibel positionierbar, die Wandbespielungen modular aufgebaut und daher auch noch an anderen Standorten verwendbar. Die Qualität der Materialien ist auf jeden Fall für eine langfristige Nutzung ausgerichtet.

Worauf galt es besonders beim Standort Flughafen besonders zu achten?

Andreas Valda: Ein Flughafen unterliegt natürlich sehr strengen sicherheitstechnischen Richtlinien. Die Koordination mit den jeweiligen Behörden gestaltet sich aufwändiger und die Wahl der erlaubten Materialien muss ebenfalls besonders berücksichtigt werden. Zum Glück waren die Souvenirshops nicht unser erstes Projekt an diesem Standort. So stammen beispielsweise alle Pulte der Austrian Airlines von Cserni Wohnen und 2012 haben wir u. a. die Sky Lounge und das Gastronomiekonzept von „Henry" umgesetzt. Daher wussten wir sehr genau, welche Materialien und Produkte verwendet werden können und konnten so die Planung und Umsetzung in sehr kurzer Zeit durchführen.

Sie sind nicht ja nur im Ladenbau, sondern auch in den Bereichen Wohnen, Gastronomie und Hospitality tätig. Wo überschneiden sich Ihrer Erfahrung nach die einzelnen Kompetenzbereiche bzw. inwieweit profitieren sie von einander?

DI Müth: Überschneidungen gibt es vor allem im Bereich Funktionalität, Innovation und Design sowie häufig auch im Bereich der Oberflächenmaterialien.

CSERNI bietet ein umfassendes Portfolio ineinandergreifender Dienstleistungen an – von der Planung auf der grünen Wiese bis zur kleinsten Tischlerarbeit. Welchen Vorteil hat das für Kunden? Habe ich als Kunde trotzdem nur einen einzigen Ansprechpartner? Wie wird hier intern koordiniert?

DI Müth: Ja, der Kunde hat nur einen Ansprechpartner, der hausintern mit fachbereichsspezifischen Spezialisten alles koordiniert und so dem Kunden ein sorgloses und angenehmes Bauen und Einrichten ermöglicht. Das Spektrum reicht dabei angefangen vom Immobiliendevelopment, über die Architektur, die Bauplanung und Projektabwicklung, die Bauträgertätigkeit und das Baumanagement bis hin zur Interiorplanung und -umsetzung. In jedem Fachbereich sitzen Spezialisten.

So vielseitig die bereits realisierten Projekte sind, gibt es einen roten Faden? Ein Markenzeichen oder eine bestimmt Handschrift, die der Kunde eventuell auch von CSERNI erwartet?

DI Müth: Ja, die gibt es. Qualität, Funktionalität Stil, Termintreue und exakte Ausführung und Umsetzung unserer Leistungen und Produkte stehen an oberster Stelle, gefolgt von speziellen Handschriften in Design und Formsprache sowie perfekt gelösten Details.

Vielen Dank für das Gespräch!

Souveniershops Sense of Austria

Adresse:	5 Shops am Flughafen 1300 Wien
Planung:	DI Anika Müth Cserni Wohnen GmbH
Projektsteuerung:	Andreas Valda
Ladenbau:	Cserni Wohnen GmbH
Lichtplaner:	Firma XAL + Cserni Wohnen GmbH
Verkaufsfläche:	von 40 m² bis 135 m²
Planungsbeginn:	Dez. 2012 - Jänner 2013
Bauzeit (jeweils):	4 – 5 Wochen
Fertigstellung:	ab Ende März 2013

Vorabzug

Vorabzug