



„Genuss-Raum“ heißt das neue Fachgeschäft von Arnold Handel in den Münchner Pasing Arcaden, das ...



... in einem großen Humidor eine umfangreiche Auswahl verschiedener Zigarren bietet.



Im Sortiment vertreten sind auch Spirituosen, die in übersichtlichen Regalen präsentiert werden.

„Einmal mit dem Kopf durch die Wand“ und trotzdem „sehr gut gelungen“

Julia Arnold von Arnold Handelsbetriebe realisierte mit Knoepfel GmbH das Fachgeschäft „Genuss-Raum“

„Man muss immer mal wieder etwas ausprobieren und schauen, dass sich neue Türen öffnen“, sagt Julia Arnold, Gesellschafterin und Geschäftsführerin von Arnold Handelsbetriebe. Gesagt, getan: Das Münchner Traditionsunternehmen eröffnete im Februar in Pasing mit „Genuss-Raum“ ein ganz besonderes Fachgeschäft für Wein, Spirituosen, und Zigarren. Realisiert wurde das Projekt gemeinsam mit dem Ladenbauspezialisten Knoepfel GmbH aus Hagen.

Bereits im Jahr 2006 realisierten die beiden Firmen im Untergeschoss des Münchner Ostbahnhofes gemeinsam ein sehr großes Tabakwarengeschäft mit starkem Lottobereich. „Es wurde mit vielen Speziallösungen nach den Wünschen der Bauherren realisiert“, sagen Markus Stieglitz und Andreas Neumann, Geschäftsführer von Knoepfel. „Die immer stärkeren Einschränkungen des Tabakwarengesetzes und der damit einhergehende Vertrauensverlust in die Zukunft des Marktes für Raucherartikel führten im Laufe des Jahres als äußere Bedingung zur Entwicklung des „Genuss-Raum“-Handelskonzeptes mit verschiedenen Warengruppen im Bereich hochwertiger Genussmittel inklusive Tabakwaren.“

Im Dezember vergangenen Jahres ergab sich überraschend und kurzfristig die Möglichkeit in den erweiterten Pasing Arcaden einen rund 100 Quadratmeter großen Laden an der Food-Mall zu mieten. Eröffnet wurde bereits am 18. Februar 2013. „Einmal mit dem Kopf durch die Wand“ und trotzdem „sehr gut gelungen“, sagt die Münchnerin Julia Arnold lachend zur kurzfristigen, also spontanen Umsetzung des Projektes.

„Zuallererst musste ein gutes Raumkonzept überlegt werden, dass in dem ungewöhnlich angeschrägten Grundriss Ordnung schafft und die Kundenführung effektiv vorgibt“, führt Katrin



Auf 100 Quadratmetern Ladenfläche werden die Bereiche Feinkost, Weine, Spirituosen und Tabakwaren gekonnt in Szene gesetzt, etwa durch Hinterleuchtung der Produkte oder durch Schriftzüge innerhalb der Regale.

Fotos: Knoepfel GmbH

Thust aus, Projektleiterin bei Knoepfel. Eine ovale Anordnung der den Raum bildenden Vitrinen und Regale ließ in den Ecken des Grundrisses den Humidor und einen Hinterraum ganz selbstverständlich entstehen. Sie leiten den Kunden ohne ihn in eine Sackgasse zu führen an allen Waren entlang. Dieser Vorschlag von Knoepfel diene als Grundlage für die Planungen. Als Decke entschied man sich für mehrere frei eingehängte „Akustik-Deckensegel“, die nun das ungewöhnlich hohe Geschäft optisch nach oben hin begrenzen und die notwendige akustische Dämpfung leisten können. Sie werden durch speziell angefertigte 35 Watt-HIT-Strahler angeleuchtet, so dass ein weiches Licht entsteht. Neben der 35 Watt-HIT-Warenbeleuchtung und der 10 Watt-LED-

Tischbeleuchtung werden auch die Deckenfluter an Stromschienen betrieben.

„Wo wird welche Ware präsentiert, wie flexibel ist eine Präsentation, werden Waren hinterleuchtet, wie hoch können wir reichen, wie ist der Bedienungsvorgang konkret, wie zeichnen wir die Waren aus, so dass die Präsentation noch anspruchsvollen optischen Kriterien stand hält?“, waren Fragen, die es in der kurzen Zeit zu klären galt.

Im Bereich der hochwertigen Spirituosen setzten Knoepfel und Arnold Handel auf eine Warenhinterleuchtung. Die LED-beleuchteten Rückwände schaffen hohe Aufmerksamkeit und sind bis in die Mall hinein wirksam. Die Warenauszeichnung erfolgt in speziell produzierten hölzernen Profilen, die 40 Millimeter hohe Schilder unter leichter Spannung halten. Schriftzüge innerhalb der Regale geben dem Kunden eine schnelle Orientierung und sind zudem ein optisches Highlight. Ein Höhepunkt ist auch der Weindispenser „D5“ von Knoepfel. „Wenn es um hochwertige Warenangebote im Weinbereich geht, darf heute ein Weindispenser nicht mehr fehlen, um dem Kunden die Sicherheit zu geben, dass der Inhalt der gekauften Flaschen auch seinem individuellen Geschmack entspricht“, sagt Knoepfel-Geschäftsführer Andreas Neumann. Dem Händler bringe der Dispenser den Vorteil, nicht verbrauchte hochwertige Verkostungsweine über längere Zeiträume ohne Qualitätsverlust zur Degustation anbieten zu können. Eine praktische Handhabung beim Probieren und die Reinlichkeit des Umfeldes sind unerlässlich, damit der Kunde Vertrauen

gewinnt und wiederkehrt, heißt es. Der „D5“ erinnert an einen Stehtisch, der zu einem entspannten Verkaufsgespräch einladen kann. Platz für Gläser, transparente Becher und Papierservietten ist Herstellerangaben zufolge gegeben.

Zehn Originalflaschen stehen repräsentativ hinter den zehn Zapfhähnen. Mittels Stickstoff wird der Wein aus den Flaschen befördert. Die Menge des Probierschlucks lässt sich über den Druck ab 0,2 Bar und die Auslaufzeit entsprechend den Vorstellungen des Einzelhändlers einstellen. Der „D5“ ist außerdem mit zwei separaten Kühlbereichen für Rot- und Weißwein ausgestattet, mit digitalen Thermometern und vielem mehr.

„Der Zeitaufwand für die Reinigung beträgt bei zehn Hähnen 20 Minuten einer eingewiesenen Kraft an ein bis zwei Tagen pro Woche“, sagt Neumann. Alle Wein berührenden Bauteile sind aus Edelstahl oder Messing und können heiß gereinigt werden.

Nicht nur der Weindispenser widmet sich dem Thema, der Wein bildet mit zirka der Hälfte der Gesamtortimentsbreite eindeutig den Schwerpunkt des Fachgeschäftes „Genuss-Raum“. „Wir haben auch Raritäten. Uns war es wichtig Weine anbieten zu können, die nicht überall erhältlich sind“, sagt Julia Arnold. Durch Wein Schulungen wird den Mitarbeitern Wissen und Fachkenntnis vermittelt. Den zweiten Sortimentsschwerpunkt des Fachgeschäftes stellt der große Humidor dar. Als drittichtigstes Sortiment nennt Julia Arnold die Spirituosen. Presse gibt es in dem 100 Quadratmeter großen Laden nicht. Ein kleiner

ist sehr professionell. Uns war es wichtig, nicht die gleiche Schiene wie viele andere zu fahren – sahen oft das selbe Holz, Metall oder aber einen ganz ähnlichen Aufbau der Fachgeschäfte. Unser „Genuss-Raum“ sollte hochwertig und etwas besonderes sein und so ist er auch geworden.“

Für den Münchner Hauptbahnhof wurden bereits 3D-Darstellungen des neuen Konzepts angefertigt, das Vorhaben eines zweiten „Genuss-Raum“ kam jedoch über die Projektierungsphase bisher nicht hinaus. „Für die Zukunft halten wir es uns aber offen“, so Arnold. „Wein, Spirituosen, Zigarren, Tabakwaren außer Zigaretten und die Feinkostartikel bilden als Gesamtbild das Fundament unseres Ladens“, fasst Julia Arnold zusammen: „Die Realisierung des Konzepts ist durch permanenten Austausch und Ideeneintrag von der Firma Knoepfel und Arnold Handel zustande gekommen. Es ist spannend und aufregend wie sich aus einer abstrakten Planung ein Ladengeschäft entwickelt und es ist ein tolles Gefühl das erste Mal nach der Fertigstellung einen neuen Laden zu betreten. Die Zusammenarbeit mit der Firma Knoepfel ist nicht nur professionell sondern auch horizontenerweiternd und von Anfang bis Ende flexibel“. Katrin Heß

Genuss-Raum

Öffnungszeiten:

Montag bis Samstag
8.30 bis 20 Uhr

Sonn- und Feiertage geschlossen



Die LED-beleuchteten Rückwände schaffen hohe Aufmerksamkeit und sind bis in die Mall hinein wirksam.



Weine machen den Schwerpunkt des Gesamtortimentes aus. Auch Raritäten gibt es im Angebot.