

Step by Step zum neuen SHOP

2015 übernahm Marc Engelhard die Aral-Station in Hasbergen. Schnell war klar: Hier soll frischer Wind rein! Ein Artikel über das Shopkonzept „Frischewelt“ des Betreibers Peter Herm gab den letzten Anstoß.

TEXT: SEBASTIAN DEUBERT FOTOS: CARSTENS SHOP-EINRICHTUNGEN



Den Startschuss gab der Stationseigentümer im Jahr 2018 mit zwei vergleichsweise „kleineren Schritten“. Im ersten Step erhielt die vorhandene Kühlzelle eine neue Einhausung und bereits kurze Zeit später verliehen moderne Mittelraumgondeln in schickem Design dem Verkaufsraum einen modischen Charme. „Die neuen Platzierungsmöglichkeiten wurden von den Kunden prima angenommen und bringen die Ware super zur Geltung“, so Marc Engelhard. Binnen kürzester Zeit zeigte sich immer deutlicher, was für ein Potenzial sich hier verbirgt.

Schnell stellte man sich die Frage, was noch alles möglich sei, wenn schon vergleichsweise kleine Maßnahmen bereits so tolle Ergebnisse erzielten. Somit stand der Entschluss schnell fest. Der Shop wird umgebaut!

Da es bereits im Vorfeld eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Firma Carstens Shop-Einrichtungen im schleswig-holsteinischen Norderstedt gegeben hatte, fand man auch dieses Mal schnell zusammen. Nach einem ersten Treffen an der Station wurde als Diskussionsgrundlage ein Einrichtungsentwurf erstellt und besprochen.

Um den Fokus stärker auf das großzügige Bistro zu setzen, haben wir dem Kunden empfohlen, dieses an die Fensterseite der Fassade zu setzen und die Kassenzone daneben. Das hat auch zur Folge, dass die Stammkunden nach dem Umbau sofort feststellen, dass sich etwas Gravierendes verändert hat – nicht nur optisch, sondern auch in der Anordnung der Sortimente.

Besuch im Showroom

Als nächster Step stand ein Besuch im Showroom der Firma Carstens in Norderstedt an. Im regen Austausch wurden hier schließlich die finale Einrichtungsplanung festgelegt und die Dekore und Ausführungen besprochen.

Im Oktober 2020 war es dann so weit! Der alte BP-Express Shop, der über die Jahre immer wieder „modernisiert“ worden war, hatte nach 23 Jahren seinen Dienst erfüllt. Die vorhandenen Mittelraumgondeln wurden zum Bestandteil des





Großflächige Verkleidungen in warmem Holzdekor, pffiffige Piktogramme und Schriftzüge, Monitore und großzügige, aufgeräumte Regale prägen die Wohlfühlathmosphäre im neuen Shop.

neuen Designkonzepts, der Anthrazitton und das Holzdekor der Gondeln waren die Farbgeber für die neue Einrichtung. Die Kühlzelle bekam durch ein schickes Logo mit Piktogrammen in Flaschenform einen moderneren Touch und ein für die Region klassisches „Moin“ begrüßt nun die Kunden.

Der neue großzügige Backshop, mit seinem rustikalen Holzdesign vermittelt den Eindruck von Frische und echtem Handwerk! Sandwiches und Brötchen, präsentiert in großen ausgeleuchteten Glasvitrinen, lassen den Kunden bereits beim Betreten des Ladens an seine Frühstücks- oder Kaffeepause denken. Wer so lange nicht mehr warten kann, den lädt der kleine Verweilbereich mit Blick nach draußen zur Pause ein und auch hier spiegelt sich die Liebe für Details wider. Aufgrund des Standortes war kein groß angelegter Verweilbereich gewünscht,



So sah die Aral-Station vor dem Umbau aus: Die Kassenzone befand sich an der Schmalseite des Shops, das Erscheinungsbild war unruhig und wenig einheitlich.

sondern lediglich ein Stehtresen im Fensterbereich. Ein eigens von Carstens entwickeltes Logo schmückt die großzügige Bistrottheke. Das Motto „Mit Liebe gemacht“ gilt hier sowohl für die Leckereien in der Auslage als auch die neue Shopeinrichtung.

Jeder Bereich in Szene gesetzt

Mit dem neuen Konzept des Ladens wird der Kunde gezielt an allen großen Impulsgebern des Shops vorbeigeführt, hin zum nächsten Highlight, der Kassenzone. Beleuchtete Impulswaren vor der Kasse setzen die süßen Wegbegleiter für unterwegs perfekt in Szene. Ein breiter Zahlturn in den gewählten Holzdekoren mit Taschenablage verhindert, dass das Regal mit Schokoriegeln und Co. kurzerhand zur Ablage für Handtaschen umfunktioniert wird.

Auf dem Weg zum Ziel stößt der Kunde immer wieder auf große Werbemonitore wie zum Beispiel im Backshop, auf denen die aktuellen Tagesangebote angezeigt werden. Oberhalb der Tabakregale laufen aktuelle Werbefilme und zwischen Backshop und Tabak werden, ebenfalls digital, die Waschpreise angezeigt. Ein Beweis dafür, dass Digital Signature nicht nur etwas für große Mineralölhäuser ist.

Rückblickend, sagt Marc Engelhard, sei er froh, diesen Schritt gemacht zu haben. In seinem neuen Laden fühlen sich nicht nur seine Kunden, sondern auch er und seine Mitarbeiter wohl. Das spiegelt sich auch auf seiner Facebook-Seite – der Beitrag zum Umbau hatte die größte Reichweite und beste Resonanz – und in der Kundenzahl wider. „Ich habe einige neue Gesichter unter meinen Kunden entdeckt. Anfangs dachte ich, nur aus Neugierde, doch Sie scheinen sich wirklich wohl zu fühlen in unserem neuen Ambiente.“ ■