



Rund 1.000 Zeitschriften und 30 Tageszeitungen ziehen auch Kunden aus dem Umland an. Alleine für diesen Bereich werden zwei gut ausgelastete Mitarbeiter benötigt.

Die Trafik als Einkaufsparadies

Mit ihrer insgesamt vierten Übersiedlung hat Ilse Sturm einen maßgeschneiderten Tabaktempel mit eigener Cigarrenlounge zum Publikumsmagneten des Einkaufszentrums Merkur City gemacht.

Trafiken in Einkaufszentren mögen durch ihre Kundenfrequenz hoch interessant sein. Sie haben allerdings auch ihre Nachteile: Die Mieten sind ebenso hoch. Und wenn der Center-Betreiber umbauen möchte wird es für die ansässigen Geschäfte mühsam und teuer. Von beidem können Ilse Sturm und Sohn Martin ein Lied singen.

Schon anlässlich des Eigentümerwechsels der Merkur City in Wr. Neustadt 2010 war das erste Mal von Umbauplänen zu hören. Nach mehrjähriger Planung begannen 2015 die Umbaumaßnahmen, die im Herbst dieses Jahres vollständig abgeschlossen sein sollen.

Die Zwischenlösung

Nach ersten Plänen hätte die Trafik Sturm für die Dauer der neunmonatigen Umbauphase in einen Container ziehen



Die gemütliche Lounge ist ein beliebter Treffpunkt für Genießer, die ihre im Geschäft gekauften Longfiller sogar in eigenen – klimatisierten – Absperrfächern lagern können.

sollen – viel zu klein für das breite Sortiment und natürlich erst recht für den Humidor. Erst rund 3 Monate vor Baubeginn dann die erlösende Nachricht: In einem anderen Gebäudeteil wurde eine

passende Geschäftsfläche frei, die Platz für Einrichtung und begehbaren Humidor bot. Die Übersiedlung war jedoch ein Gewaltakt, der zwischen Samstag Mittag und Montag Früh abgewickelt wurde.

Da jedoch klar war, dass das Geschäft langfristig an einem anderen Platz liegen sollte beschäftigte sich die Trafikantin mit dem Pflichtenheft. Das neue Tabakfachgeschäft würde größer werden, die Kunden sollten sich also wohlfühlen und genug Freiraum für einen Einkauf in aller Ruhe haben. Gleichzeitig sollten eigene Bereiche für Beratung und jene Produktsegmente gegeben sein, von denen sich die meiste Wachstumspotenzial annehmen ließ.

All diese Bereiche sollten räumlich klar getrennt sein, damit sich gemütliches Gustieren von Nebenartikeln, konzentriertes Ausfüllen von Wettscheinen,

Fotos: mh, Karl Kühn

berat
Laufk
Tsch
die Q

Detail

„Wir
gentü
Archi
komm
siche
hensv
Jiru d
Uns v
planu
zählt
wurd
zeich
Eigen
instal
serer
Zuha
Sturm

D:
denb:
hen.
langj:
bache
und I
dige:
schik
künst
che O
des A
Baule
binat:
die ar
auf ih
bereit
put d
gen. S
mit ih
Mal i
orien:

Die L

„Der
dauer
tere V
zuräu
absch
war d
Ilse S
Übers



Platz
lumi-
h ein
mittag
e.
schäft
z lie-
ikan-
e Tar-
rden,
ihlen
auf in
en ei-
e Pro-
lenen
al an-
nlich
nütli-
kon-
inen,

Fotos: mh, Karl Kühn

beratungsintensive Bereiche und die Laufkundschaft auf dem Weg zu ihrem Tschickpackerl oder Lottoschein nicht in die Quere kommen sollten.

Detailplanung

„Wir hatten das Glück, dass wir vom Eigentümer des Centers ein Konzept des Architekturbüros Smertnik & Kraut bekommen haben, das uns von Anfang an komplett überzeugt hat. Wir waren auch sicher, dass die unbefangene Herangehensweise unserer Architektin Victoria Jiru der Weg ist, den wir gehen wollten. Uns war bewusst, dass wir in der Detailplanung viel mitarbeiten müssten.“ erzählt Martin Sturm aus dieser Phase. Was wurde denn aus der digitalen Preisauszeichnung, die er vor wenigen Jahren in Eigenregie gemeinsam mit einem Freund installiert hatte? „Die hat wie der Rest unserer bisherigen Einrichtung ein neues Zuhause in Gutenstein gefunden.“ winkt Sturm ab. Im neuen Geschäft ist alles neu.

Die Ausschreibung im Teilbereich Ladenbau konnte Trup Design an Land ziehen. „Somit konnten wir auch auf die langjährige Erfahrung von Herrn Pfatschbacher und seinem Team zurückgreifen und haben dabei auch gleich die neue digitale Preisauszeichnung mit Anbindung an die Warenwirtschaft bestellt.“ schildert Martin Sturm die Vorteile. Die künstlerische, technische und geschäftliche Oberleitung lag jedoch in den Händen des Architekturbüros, das einen eigenen Bauleiter abgestellt hatte. In dieser Kombination hatte man nochmals Glück, weil die am Bau beteiligten Akteure nicht stur auf ihren Ideen beharrten, sondern auch bereit waren, die Erfahrung und den Input des jeweils anderen zu berücksichtigen. So setzte sich einmal die Architektin mit ihren Argumenten durch, ein anderes Mal überzeugte Trup mit seinen praxisorientierten Ansätzen.

Die Bauphase

„Der Innenausbau des neuen Geschäftes dauerte circa sechs Wochen und zwei weitere Wochen hatten wir Zeit, die Ware einzuräumen. Die Eröffnung des ersten Bauabschnittes sowie unserer neuen Trafik war dann am 16. November 2016.“ erzählt Ilse Sturm. Deutlich entspannter als die Übersiedlung ins Ausweichquartier also.



Die enorme Breite des Portals erlaubt auch den Trafikbesuch mit Einkaufswagen



Der prominent mittig platzierte begehbare Humidor ist das optische Zentralelement des Fachgeschäfts.



Die Beratungsecke für Shisha und E-Zigarette bietet Ruhe und sogar einen eigenen Kassaplatz.

Details und Farben

Die Wände haben nun das Aussehen gekalkter roher Ziegelwände. Ist das nicht ein Betonbau? Erst beim Anklopfen an die "Ziegel" verrät der hohle Ton, dass hier mit aufgeklebten Designelementen gearbeitet wurde – egal, die Optik ist stimmig und setzt einen gelungenen Kontrapunkt zur modernen Einrichtung und den starken Farben. Apropos: „Wie die Trup-Monteur die sonnengelben Paneele ausgepackt haben hätte mich fast der Schlag getroffen.“ erinnert sich Ilse Sturm zurück. „Als Martin dann auch noch mit dem knallblauen Teppich und den Ohrensesseln in vier verschiedenen Farben für die Lounge aufgekreuzt ist habe ich nur noch gemeint 'Macht's was ihr wollt.' und habe aufgegeben. Inzwischen gefällt es mir aber sehr gut.“

Die tägliche Praxis

Wie arbeitet es sich im neuen eigenen Reich denn nun? „Das neue Geschäft bietet viel Platz für individuelle Beratung. Der Humidor befindet sich zentral in der Mitte, anders als bei unserer vorherigen Trafik. Kunden haben die Möglichkeit, nach dem Kauf einer Zigarre diese gleich in unserer Lounge zu genießen und sich mit anderen Zigarrenaficionados auszutauschen. Die neue Beratungsecke für Wasserpipe und E-Zigaretten mit eigener Kassa hat sich ebenfalls sehr gut bewährt. Unsere Kunden sind vor allem von dem neuen Design begeistert und von dem Ambiente, das geschaffen wurde. Durch den großen Kundenraum hat sich auch die Verweildauer der Konsumenten um einiges erhöht. Der zentrale, von Glas umgebene Humidor sorgt immer wieder für Komplimente.“

Hat das neue Geschäft denn nicht einmal kleine Detailschwächen? Nach einiger Zeit stellen sich doch oft Aspekte heraus, die man rückblickend anders lösen würde? Auf diese Frage schüttelt Sturm nur den Kopf: „Rückblickend betrachtet würden wir nichts anders machen. Die Kombination mit dem Architekturbüro Smertnik & Kraut und der Erfahrung von Trup Design hat für uns perfekt gepasst.“

MH