

# Tekna Design setzt erstes deutsches Projekt um

Erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Hit Shopping Center Andernach und dem italienischen Experten für den Bau von Tabakwarenläden

**ANDERNACH // Das italienische Unternehmen Tekna Design hat seinen ersten Tabak-Shop in Deutschland auf Vordermann gebracht. Für DTZ Grund genug, sich das Geschäft vor Ort anzusehen.**

Hier hebt er im Vorbeigehen einen verlorenen Einkaufs-Bon auf, da dreht er eine Flasche mit dem Etikett nach vorn. Frederik Heusel ist der Chef des Tabakladens in der Eingangszone des „Hit Center Andernach“. Und nicht nur dieses Geschäftes – beim Rundgang durch das Center zeigt er mal auf den einen, dann auf den anderen Shop und erklärt wie nebenbei: „Der gehört auch zu uns.“ Wie auch der große Lebensmittelmarkt, der das Herzstück des Einkaufszentrums ausmacht.

Entstanden ist das Center eher aus einer Reihe von Zufällen und Gelegenheiten heraus. 1959 gründeten die Familien Mosen und Löhndorf einen Tabakwarengroßhandel. Und weil sie einen Finanzfachmann brauchten, fragten sie Walter Heusel, den Vater des heutigen Geschäftsführers. Für den Wechsel boten sie dem damaligen Steuerexperten Anteile am Unternehmen an.

## KLASSISCHE ERFOLGSSTORY

Und das Geschäft entwickelte sich: Bis zu 850 Zigarettenautomaten betrieb das Unternehmen, heute sind es immer noch rund 700. Und die guten Kontakte in die Industrie wurden und werden seit 60 Jahren dadurch befeuert, dass die Firma ihre Tabakwaren auch zu Events am Nürburgring lieferte.

Weil der Ruf nicht zuletzt aus der Gastronomie nach zusätzlichen Produkten, etwa alkoholischen Getränken, immer lauter wurde, eröffnete

das Unternehmen einen kleinen Discounter in einem Kellerraum. Walter Heusel erinnert sich: „Wir haben dort damals sogar Nordmende-Fernseher verkauft.“

Als die Fläche des Geschäftes für das Angebot zu klein wurde, suchte Heusel nach einem größeren Grundstück. Und fand schließlich eines am Rande Andernachs. Auf diesen 20.000 Quadratmetern entstand 1975 ein Lebensmittelmarkt, der seit 1997 aufgrund persönlicher Kontakte zur Hit-Eignerfamilie Dohle ein Partnermarkt der Kette, die insgesamt rund 120 Märkte umfasst, ist. Seit Ende der 1990er-Jahre sind die Heusels zudem alleinige Eigentümer der Mosen & Löhndorf GmbH & Co. KG.

## ERSTKONTAKT NACH DTZ-ANZEIGE

Im umfangreichen Geschäftsbetrieb hatte Tabak lange nicht gerade oberste Priorität, wie Seniorchef Walter Heusel einräumt. Aber Frederik Heusel, der seit Januar 2020 an der Spitze des Unternehmens steht und es gleich durch das schwierige Pandemie-Jahr führen musste, will neue und eigene Impulse setzen. Und dazu gehört auch, die Visitenkarte des Centers neu zu gestalten. Denn der Tabakwarenladen, der auch über ein vielfältiges Presse-Sortiment verfügt, Lotto-Annahmestelle ist und eine florierende Poststelle betreibt, ist aufgrund seiner hervorragenden Lage zwischen den beiden Eingängen das Aushängeschild des Einkaufszentrums. Zunächst schauten sich die Heusels auf der EuroShop in Düsseldorf nach einem geeigneten Ladenbauer um. Doch auf der alle drei Jahre stattfindenden Leitmesse war kein Anbieter zu finden, der den Anforderungen der Ladeninhaber gerecht



Hit-Geschäftsführer Frederik Heusel



Tekna Design-Chef Paolo Cappa

wurde. Dann half – wieder einmal – der Zufall: Die beiden Leser der Tabakzeitung stießen – unabhängig voneinander, wie sie betonen – auf die Tekna-Anzeige in DTZ. „Und beim nächsten gemeinsamen Bürotag haben wir uns die gegenseitig gezeigt“, erzählt Frederik Heusel. Und Walter Heusel bekräftigt: „Genau so war’s.“

Einziger Wunsch der Heusels: Der Laden sollte nach dem Umbau eine Anmutung wie Geschäfte im Flughafen haben – einladend und offen sollte er sich den Kunden zeigen. Weitere Vorgaben etwa in Sachen Farben, Formen oder Aufteilung machten die Inhaber nicht. Und damit wandten sie sich an das italienische Unternehmen. Saskia Rutschkowsky, bei Tekna fürs Marketing zuständig, reiste gemeinsam mit ihrem Chef Paolo Cappa nach Rheinland-Pfalz. Denn der Besuch vor Ort sei wichtig, sagt sie, um sich einen Eindruck vom Umfeld zu verschaffen. Noch beim ersten Gespräch griff Cappa zum Bleistift und skizzierte seine Vorstellungen. Und damit war das erste Tekna-Projekt in Deutschland praktisch unter Dach und Fach.

„Tekna hat verstanden, was wir wollten“, sagt Frederik Heusel.

Damit begann die Arbeit der Italiener, die bereits mehr als 20.000 Geschäfte in vielen Ländern Europas teilweise oder vollständig um- oder aufgebaut haben. Tekna Design ist dabei spezialisiert auf den Tabakwarenfachhandel – ein großes Plus, wenn es etwa um spezielle Gegebenheiten wie das Plain Packaging in Frankreich geht.

## DESIGN WIE AM FLUGHAFEN

Das neue Design des Andernacher Ladens entstand auf den digitalen Reißbrettern in Alessandria, nördlich von Genua. Auch die Vorproduktion der benötigten Teile fand in Italien statt. Rutschkowsky erläutert: „Hier im Laden haben wir einen Mix aus Standardelementen und maßgefertigten Bauteilen verwendet.“ Viele Details wurden so vorproduziert. Dann erstellte Tekna Design einen Ablaufplan und die Heusels nannten ihren Wunschtermin. Und damit begann die heiße Phase des Umbaus. Die dauerte in diesem Fall etwas länger als üblich, weil der Transport und die Einreise des Tekna-Teams wegen der Corona-Krise nicht über Österreich erfolgen konnte. Doch dann rückte die sechsköpfige Mannschaft an und begann mit den Arbeiten.

Dabei ging es erstaunlich entspannt zu. Sprachprobleme traten nicht auf, weil die Hausherrn und ihre Mitarbeiter sich mit den Mitgliedern des Tekna-Teams gut auf Deutsch und Englisch verständigen konnten. Zwei Tage ackerten die Gäste durch, dann stand alles. Und Frederik Heusel freute sich: „Trotz der weiten Entfernung von rund 1000 Kilometern wurde der Zeitplan auf die Stunde genau eingehalten.“

Mit der Neueröffnung vor Ostern haben die Kunden zudem zwei weitere Produktgruppen zur Auswahl: Einerseits sind die Heusels stolz darauf, als einziges Geschäft außerhalb der deutschen Metropolen einen Iqos-Premium-Store betreiben zu dürfen. Andererseits sind sie nicht weniger stolz über einen großen Humidor, in dem eine stattliche Zigarren-Auswahl bereitsteht.

Dass die zahlreichen Presseprodukte jetzt attraktiver und übersichtlicher angeordnet sind, versteht sich von selbst. Zudem wirkt der ganze Shop aufgeräumter und ordentlicher als zuvor. Jedes Gerät – etwa die Kredit-



Die „Inno-Counter“ sind platzsparend und abschließbar. Sie erleichtern den Mitarbeiterinnen hinterm Tresen das Auffinden der gewünschten Marken.



Neu im Andernacher Hit Shopping Center: der Zigarren-Humidor. Von links: Saskia Rutschkowsky und Paolo Cappa von Tekna Design, Hit-Geschäftsführer Frederik Heusel sowie Seniorchef und Firmenmitgründer Walter Heusel.

karten-Scanner – und jedes Post- oder Lottoformular hat seinen Platz. Zudem sind die robusten weißen und grauen Holzflächen in Verbindung mit Aluminium-Schienen und Plexiglas-Haltern schön anzusehen.

## PLATZSPARENDE „INNO-COUNTER“

Die Fachkräfte hinterm Tresen freuen sich über die sogenannten Inno-Counter, in denen vor allem Zigaretten Platz finden und die einen kompletten Meter Regalwand ersetzen. Zudem müssen die Verkäufer sich nicht vom Kunden wegdrehen, um nach Ware zu greifen, und finden die gesuchte Marke deutlich schneller.

Zugleich sind die Inno-Counter nicht nur platzsparend, sondern auch abschließbar und damit sicher.

Noch wichtiger aber ist der Erfolg des stimmigen Shop-Konzepts. Der 20-jährige Frederik Heusel verbucht seit dem Umbau zweistellige Umsatzsteigerungen. Damit ist auch Marketing-Frau Rutschkowsky zufrieden: „Wir bauen Shops, damit der Kunde mehr Geschäft macht.“

Und die Konsumenten? „Ich fühle mich wie am Airport kurz vor dem Check-in“, sagte kürzlich einer. Die Idee ist also aufgegangen. *mar*

Weitere Infos unter: [www.tekna-design.it](http://www.tekna-design.it) oder per QR-Code



Aluminium, dezentes Grau und klare Linien zeichnen das Tekna-Möbiliar aus.



Der Tabak-Shop im Andernacher Hit-Markt vor dem Umbau.

## TABAKWAREN IM HIT ANDERNACH

Hit Shopping Center Andernach, Erfurter Straße 4 – 6, 56626 Andernach

Geschäftsführer: Frederik Heusel

Produkte:

Tabak [240 Regal-Stellplätze, 25 Facings und Lager von 425 Zigarettenpackungen pro Inno-Counter – also insgesamt 50 Facings und 850 Zigarettenpackungen]; Iqos [Premium-Store]; Lotto/Toto; Presse [750 Titel – alles, was in Rheinland-Pfalz erhältlich ist]; Post

Ladenfläche: rund 80 qm (vorher: knapp 60 qm)

Innovative LED-Illuminierung, zum Beleuchten der Ware

POS-Warenvorschübe