

Genuss für alle Sinne

In einem ehemaligen Kuhstall im Alpenvorland veranstaltet der Sommelier Joseph Kopp exklusive Weinverkostungen mit rustikalem Charme. Mit regionaler Kunst und hochwertiger Musikbeschallung setzt die Vinothek auf ein Wohlfühlambiente für alle Sinne.

Mit Blick auf die Alpen, umgeben von Feldern und Weiden mit grasenden Kühen und Pferden – idyllischer könnte die Weinhandlung mit kulinarischen Verkostungen im oberbayerischen Dorf Oberseifrieden im Osten Münchens kaum liegen. Dort, im ehemaligen Stall eines Bauernhauses, trifft rustikale Tradition auf modernes Design, uriger Lagerhallencharme auf klare Linien, reifer Wein auf feine Audiotechnik. Mit einem Ladenkonzept, das den Genuss für alle Sinne ins Zentrum seines Interesses stellt, werden weininteressierte Kunden zu treuen Stammgästen. J. Kopp beschreibt den Verkauf von Win-

zerwein aus kleinen handwerklichen Betrieben mit besonderer Qualität als komplex und herausfordernd. Wie kaum eine andere Kaufentscheidung sei Wein mit Emotion verbunden. Deshalb baut er in seinem Laden, den er anlässlich seines 30. Geburtstags eröffnet hat, vor allem auf Kommunikation. Kommunikation mit den Kunden, Kommunikation der Kunden mit den Winzern, und Kommunikation der Kunden untereinander. Das fördert die Kundenbindung, steigert das Wohlfühlgefühl und bestätigt die Käufer darin, das Richtige zu tun. Einmal im Monat lädt J. Kopp zur Verkostung, die jeweils unter einem bestimmten Thema steht, beispielsweise Weißwein und Käse, Wein und Thai-

Food oder Steirische Weine. Ein konstanter, angenehmer Klangteppich erfüllt den Raum unaufdringlich und versetzt die Gäste mit passender Musik in die richtige Stimmung. Kunstwerke erwärmen den Raum ebenfalls mit einer heimeligen Atmosphäre. Die Kunden sollen sich im Laden rundum wohlfühlen, bleiben, kaufen. Zugleich soll Wissen vermittelt werden. Gemeinsam mit einem Winzer probieren sich die Gäste bei den Veranstaltungen durchs Programm, kommen ins Gespräch und füttern so Gaumen und Gehirn. Und das alles, während sie in ungezwungener Atmosphäre an einem Tisch inmitten der Produkte sitzen, die J. Kopp im Angebot hat.

Stilvolles Ambiente

Wesentlich für den Erfolg seines Konzeptes ist die Mischung aus Produkten und Beratung, Musik und Kunst. Gemäß seiner Geschäftsphilosophie setzt J. Kopp dabei in allen Bereichen auf Hochwertigkeit, Individualität und Emotion. Qualitätsbewusstsein steht im Vordergrund – von den Produkten über Kunst und Musik bis hin zur Ladenausstattung. Entsprechend wichtig war es dem Sommelier, den rustikalen Charakter des 200 Quadratmeter großen ehemaligen Stalls zu erhalten, ihm gleichzeitig aber eine stilvolle Eleganz zu verleihen. Dementsprechend setzte er vor allem auf die Naturmaterialien Stein und Holz, die sich in schlichten, aber hochwertigen und größtenteils eigens entworfenen Maßanfertigungen mit klarer Linie vom Tresen bis zum Toiletentürgriff durch das Einrichtungskonzept ziehen. Das Interieur tritt unaufdringlich hinter den Produkten zurück, lässt aber ein warmes Wohlfühlambiente entstehen.

Identisch funktioniert das Audiosystem. Durch die eindeutige architektonische Ausrichtung der Räumlichkeit und die edlen Materialien müssen die Lautsprecher sich dem Gesamtbild einfügen, ohne herauszustechen. Zudem sollen sie bei Verkostungen leise, aber raumfüllende Hintergrundmusik liefern, zum anderen aber auch die Mög-



lichkeit bieten, bei Veranstaltungen lautere Stimmungsmusik wiederzugeben. J. Kopp setzte daher auf die rundabstrahlenden Design-Lautsprecher der Bozener Firma New Tec Design: Audio. Ihr Schall entspricht dem einer natürlichen Akustik und fügt sich so ideal in das rustikal-bodenständige Raumkonzept ein. Der Kunde nimmt die Musik bei seinem Rundgang durch den Wein-Verkaufsraum gleichmäßig und homogen wahr und wird nicht durch lauter oder leiser werdende Schwankungen in seinem Produkterlebnis gestört. Charakteristisch ist die kegelförmige Membrane der Lautsprecher, durch die eine hohe Klangqualität sowohl für Sprache als auch für Musik erzielt wird. Zudem hat das System, dessen Klangquelle nicht zu orten ist, also die Musik im gesamten Raum in höchster Qualität gleichmäßig verteilt, den Vorteil, dass je nach Raumsituation 30 bis 50 Prozent weniger Geräte als gewohnt eingebaut werden müssen. Aufgrund der Raumsituation wurden zwei zum Beleuchtungssystem passende abhängende Lautsprecher der Serie Cono pendo im Ausschankbereich installiert, sowie zwei dezent wirkende Einbaulautsprecher der Serie Cono alto ausgewählt. Durch die Installation an Wand und Decke wurde wertvolle Verkaufsfläche geschont und eine ideale Schallverteilung gewährleistet. Zur Bassunterstützung wurde ein geeigneter Subwoofer unter der 80 Jahre alten Verkaufstheke platziert. Als Verstärker dient eine 2 x 350 Watt / 8 Ohm Endstufe. Die Musik wird über Radiosparsender aus dem Internet, über CDs regionaler Künstler oder auf dem Server gespeicherter Musik eingespeist.

Qualität im Vordergrund

J. Kopp ist überzeugt, dass der Beschallung in seinem Konzept der Kundenkommunikation eine wichtige Rolle zukommt. Sie kann wesentlich dazu beitragen, positive Emotionen zu erzeugen. „Nur bestimmte, auf eine qualitativ hochwertige Beschallung ausgerichtete Lautsprecher können diese Herausforderung meistern“, bestätigt auch Audio-Spezialist P. Steurer: „Viel zu viele Läden unterschätzen den herausragenden Beitrag hochwertiger Beschallung zur Emotionalisierung ihres Verkaufsraums leider noch immer.“ Der Sommelier hingegen blieb auch bei der Wahl des Lautsprechersystems seinem Anspruch, mit Qualität Emotion zu erzeugen, treu. Von einer rein

funktionalen Beschallung hält er nichts: „Meine Idee war es, durch ein spezielles Ambiente meinen Gästen mein Angebot näher zu bringen. Mit der passenden qualitativen Musikpräsentation konnte ich meine Vorstellungen vollständig realisie-

Dabei bleiben die Lautsprecher auch im Außenbereich unaufdringlich und muten vielmehr wie Wandleuchten an. J. Kopp, der eine Beschallung im Außenbereich zunächst für wenig bedeutend hielt, ist mittlerweile überzeugt: „Durch den schönen Sommer fand



Rustikales Ambiente, hochwertige Weine und wechselnde Musik- und Kunstpräsentationen bestimmen das Konzept

ren.“ Anstelle von seichtem „Gedudel“ und Werbedurchsagen setzt er mit hochwertiger Musikpräsentation auf das Wohlbefinden des Kunden. Das steigert die Verweildauer, und damit auch den Umsatz.

So bleibt der Verkaufsraum der im Mai 2008 eröffneten Weinfachhandlung zwar gleich, mit wechselnder Musik und wechselnden Kunstausstellungen sorgt der junge Ladenbesitzer zugleich aber immer wieder für Abwechslung. Bei der Auswahl der Künstler setzt er vor allem auf Kontakte aus seinem Umfeld, deren Werke gut mit seinem Konzept harmonieren, aktuell etwa die in bunten Acryl-Farben gemalten Rezeptbilder der aus Kogelberg in der Südsteiermark stammenden Künstlerin Angelika Fink. Stets bleibt J. Kopp dem rustikal-familiären Stil seines Ladens treu: Mal bereitet die Lebensgefährtin Anita steirische Spezialitäten, mal röstet der Bruder auf der Terrasse heiße Maroni. Denn bei schönem Wetter finden die Verkostungen auch im über 200 Quadratmeter großen Bauerngarten statt. Dank einem Stereoregler können dort zwei Wandlautsprecher zugeschaltet werden, die die im Innenbereich aufgebaute Emotion verlustfrei auch nach außen übernehmen und eine Verschmelzung der Bereiche verstärken.

der Großteil der Veranstaltungen im Freien statt. Die angenehme Atmosphäre, die nicht zuletzt durch die Musik verursacht wurde, sorgte dafür, dass meine Gäste deutlich länger blieben als zuvor. Das hat natürlich auch den Umsatz positiv beeinflusst.“

Der Großteil der Kundschaft reist einmal im Monat extra aus München an. Der Weinverkauf wird zum Familienausflug aufs Land ausgeweitet, mit Ponyreiten oder stimmungsvoller Musik bis in die Abendstunden, manchmal auch von Live-Bands. So betont J. Kopp Kommunikation und Emotion und kann sich von anderen Weinhändlern absetzen. Seine Kunden sind Menschen, die sich für guten Wein, für Kunst und für Genuss interessieren. Für sie ist KOPP'S feine Weine – feine Kost mehr als bloßer Verkaufsraum. Weil die Kunden das Wohlfühlambiente, das sich aus Wein, Kunst und Audiotechnik ergibt, so schätzen, hat sich die Weinhandlung zum Anlaufpunkt für den kommunikativen Austausch Gleichgesinnter entwickelt. Ob private Interessen oder Geschäftsbeziehungen – bei KOPP'S werden Netzwerke gebildet und gepflegt – und quasi nebenbei Wein eingekauft. ■