Arno: Umfassende Leistungen aus einer Hand

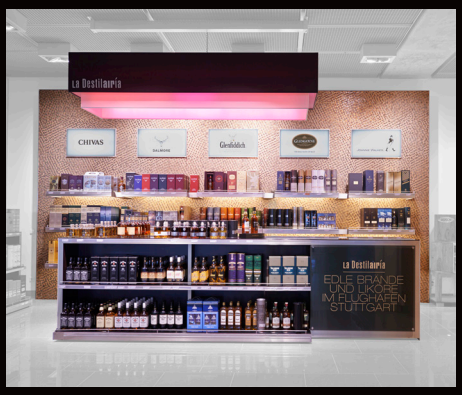
Marken konsequent inszenieren

Großes Bild: Kreativität für viele Branchen (v. l.): Alien Wolter (Geschäftsführerin), Sophie Arnholdt (Design Management Director) und Tim Arnholdt (Geschäftsführer).
Bild darunter: Im vergangenen Jahr wurde die Geschäftsführung von Frank Arnholdt an Alien Wolter, Tim Arnholdt und Steffen Rothmeier (l.) übergeben.
Bild ganz oben: Arno-Headquarter in Wolfschlugen bei Stuttgart.

Ob Displays, Shop-in-Shop-Systeme oder komplette Geschäfte – in allen Bereichen verfügt Arno über umfassende Kompetenzen, die weit über den reinen Ladenbau hinausgehen. Denn der Kunde erhält hier alles aus einer Hand, was er für die Präsentation seines Produkts oder die Ausstattung seines Stores benötigt. Das Rundum-sorglos-Paket reicht von der ersten Idee über Design und Konstruktion, ausgefeilte Logistik, Kostenmanagement bis hin zum umfassenden After-Sale-Service.

„La Destilairía" – Flughafen Stuttgart

Sorgfältig ausgewählte Materialien – unter anderem eine Mosaikwand in Gold, Bronze und Brauntönen –, die Beleuchtung der Wandelemente sowie eine Farben wechselnde Lichtinstallation machen die „La Destilairía" am Flughafen Stuttgart zum Blickfang. Der Whisky-Store besteht aus verschiedenen Elementen wie Wandabwicklung, Insellösung, Bodendisplays und der Lichtinstallation. Dabei ist die Insellösung so konzipiert, dass sie sowohl zur Präsentation der Ware als auch als Bar genutzt werden kann. Denn dort wurden Kühlschrank, Lagerfläche für Flaschen und Gläser sowie ein Abfalleimer integriert. Die eingesetzten Farben wecken Assoziationen an das hochprozentige Getränk. Zudem kamen nur Materialien der höchsten Brandschutzklasse B1 zum Einsatz.



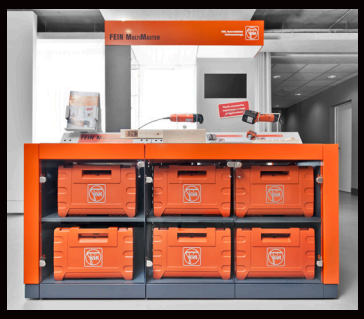
Eines der führenden europäischen Unternehmen für die dreidimensionale Gestaltung von Marken am Point of Sale ist Arno. Die international tätige Gruppe, bei der 250 Mitarbeiter wirken, bietet per ganzheitlichem Konzept Lösungen durch die komplette Wertschöpfungskette. Der Kunde erhält also alles aus einer Hand. Das spart Zeit und bringt Wettbewerbsvorteile.

Das inhabergeführte Unternehmen agiert in nahezu allen Branchen sowie zahlreichen Ländern. Dabei ist das Kompetenzpaket enorm. Kein Wunder also, dass Arno so renommierte und unterschiedliche Kunden hat wie Sony, Boss, Blum, Citroën, Timberland, Fein, Flughafen Stuttgart, Dr. Hauschka, Davidoff, Nokia, L'Oréal und viele mehr.

Die Leistungen von Arno reichen vom Value-Engineering über das Design, die Konstruktion und Produktion bis zu Logistik, Installation sowie diversen After-Sales-Dienstleistungen.

Beim Value-Engineering spielt die Suche nach Möglichkeiten der Kosten- und Qualitätsoptimierung die entscheidende Rolle. Hier prüft eine interdisziplinäre Expertenrunde jeden Entwurf und identifiziert dabei Verbesserungspotenziale, die im Laufe der weiteren Prozessschritte umgesetzt werden. So können zum Beispiel minimale Veränderungen am Design, in der Konstruktion oder der Materialauswahl signifikante Effekte bewirken. Arno leistet diesen Service unaufgefordert und ohne Berechnung.

Ein ganz wichtiger Erfolgsbaustein ist Arnos Designkompetenz. Schließlich basieren erfolgreiche Retailkonzepte auf Designs, die nicht nur die Konsumenten am POS begeistern, sondern auch hinsichtlich Konstruktion, Produktion, Logistik, Aufbau und Kosten überzeugen müssen. Deshalb bezieht Arno bereits vor der Entwurfsphase die Themen Markenidentität, Performance und Wettbewerbsdifferenzierung mit ein. Zudem berücksichtigen die Designer auch Aspekte wie technische Machbarkeiten, Materialien und Kosteneffizienz, werkzeuglosen Aufbau und eine umweltfreundliche Entsorgung. Dabei entstehen Designs, deren Qualität und Innovationsgrad auf Augenhöhe mit internationalen Designagenturen ist – was die vielen gewonnenen Pitches beweisen.



Fein-Shop-in-Shop-System

Das von Arno für Fein Elektrowerkzeuge entwickelte Tool kommt über 210-mal im Fachhandel und im Baumarkt zum Einsatz – und zwar in ganz Europa. Besonderheit an dem sechs Quadratmeter großen Shop-in-Shop-System: Die integrierten Digital-Signage-Elemente. Dabei wurde neben den 27-Zoll-Monitoren speziell für Fein eine kapazitive Sensorik entwickelt. Diese ermöglicht, dass durch das Berühren des Geräts automatisch die entsprechenden Produktbeiträge in jeweiliger Landessprache abgespielt werden. Dabei funktioniert das System ohne Onlineanbindung. Darüber hinaus überzeugt auch die clevere Teststation.

Sony-Ladestation

Für Sony konstruierte und baute Arno eine „Xperia"-Ladestation, die an über 200 Händler in ganz Deutschland ausgeliefert wurde. Dabei kamen die Briefing-Designs von Sony, die dann von Arno weiterentwickelt und hinsichtlich des Value-Engineerings überarbeitet wurden. Die Displays des Endprodukts verfügen über Akkuladeanschlüsse aller populären Handymarken und -modelle. Darüber hinaus können sich die Besitzer der Mobiltelefone die Wartezeit während des Ladevorgangs mit einem Glas Wasser verkürzen – die Displays verfügen über einen integrierten Wasserspender. Das macht diese auch attraktiv für die Händler, da sie für zusätzlichen Traffic und längere Aufenthaltsdauer potenzieller Kunden sorgen.

Bei der Weiterentwicklung vom Design zur Serienreife sollen ganzheitliche Expertisen für optimale Funktionalität, Sicherheit, Nachhaltigkeit, Robustheit sowie Richtlinien-Konformität sorgen. In diesem Zusammenhang spielt auch die Minimierung der Komplexität bei gleichzeitiger Maximierung der Kosteneffizienz eine essenzielle Rolle. Dabei konstruiert Arno, wenn möglich, modulare Systeme mit möglichst wenigen Bauteilen und geringen Gewichten, die ohne (Spezial-)Werkzeuge schnell aufgebaut werden können. Das führt – neben dem Know-how der Mitarbeiter und den Montageschulungen – zu minimalen Aufbauzeiten, die den laufenden Handelsbetrieb nicht beeinträchtigen.

Um auch komplexe Projekte zuverlässig zu realisieren, arbeitet Arno mit einer mit allen Abteilungen vernetzten Leitstelle. Hier behalten zuständige Projektmanager die laufenden Aufträge beziehungsweise Prozesse im Blick.

Darüber hinaus sorgt ein Kostenoptimierungs-Management über alle Prozessstufen für Transparenz und vernünftige Preise. Dazu dient auch ein auditiertes Lieferantennetzwerk, das sich von Deutschland über Osteuropa bis nach Indien und China erstreckt. Und natürlich verfügt das Unternehmen auch über einen eigenen Prototypenbau, der den Kunden die nötige Entscheidungsgrundlage an die Hand gibt.

Für eine leistungsfähige Logistik betreibt Arno vier Zentren rund um die Zentrale in Wolfschlugen. Darüber hinaus verfügt Arno über internationale Lagermöglichkeiten. Natürlich ist das Unternehmen mit sämtlichen Zollregularien der Welt vertraut, was zur pünktlichen Lieferung beiträgt. Nach dieser und der Installation sichert Arno jedes Projekt mit einem Backoffice ab, dessen Mitarbeiter Fragen schnell – oft sogar in der Muttersprache des Anrufers oder E-Mail-Absenders – beantworten.

Das Thema Qualität stellt bei Arno einen integrierten Prozess dar, dessen Regeln und Richtlinien im Qualitätsmanagement-Handbuch (DIN ISO 9001) schriftlich manifestiert sind und die permanent angepasst und optimiert werden.

Das Gesamtergebnis ist ein überzeugendes Leistungspaket.