

# Kundenorientiertes Interieurdesign

Die Rats-Apotheke in Bad Zwischenahn, die Guten Tag Apotheke in Mettmann, die Paracelsus Apotheke in Lünen Brambauer oder die Dorfplatz Apotheke in Hagen Elsey zeigen eines: Sie stehen im Zeichen von Service und sie beraten den Kunden mit Herz. Teilweise bieten sie als Gesundheitszentrum auch soziale Kompetenz und Barrierefreiheit.

Im Ärztehaus von Bad Zwischenahn befindet sich die Rats-Apotheke. Apotheker Hinrich de Wall ließ diese von Architekt Dipl.-Ing. Hans-Gerd Schweers umgestalten. Ende März 2009

te sich jedoch einer äußerst gründlichen Renovierung unterziehen. Schließlich sollte dieses medizinische Juwel verdeutlichen, auf welche Art und Weise sich Tradition und Moderne vereinen lassen.

Von der Peterstraße her führt der abgerundete Eingang für die sogenannte Laufkundschaft in das Apothekeninnere. Von hier aus wird auch die große, abgedeckte Schaufensterfront mit der



Rats-Apotheke,  
Bad Zwischenahn

konnte die 150 m<sup>2</sup> große, klar strukturierte Apotheke eröffnet werden. Die Nähe zum historischen Marktplatz zeichnet die Rats-Apotheke aus. Die nun seit mehr als 30 Jahren bestehende Apotheke muss-

Bereits von außen fällt die Apotheke auf, die im Erdgeschoss des Ärztehauses in der Peterstraße 5 untergebracht ist. Sie hat zwei Eingänge, die mit einer automatischen Türanlage ausgestattet sind.

folienbedeckten Glasfläche sichtbar. Der andere Eingang befindet sich direkt zum Ärztehaus hin im hinteren Bereich. Für die Kunden sind ausreichend Parkplätze neben dem Haus vorhanden.

## Lange Planzeit, kurze Umbauzeit

Die Planung dieser Apotheke durch den Architekten begann im November 2008 und wurde im Januar 2009 abgeschlossen. Vorgesehen war, die etwa 150 m<sup>2</sup> große Gesamtfläche mit einer 82 m<sup>2</sup> großen Offizin sowie einem 16 m<sup>2</sup> großen Labor und die Nebenräume (70 m<sup>2</sup>) zu modernisieren. Auch das angrenzende Nachtdienstzimmer mit Büro und Sanitärräumen, mit einer Größe von 22 m<sup>2</sup>, wurde in die Renovierung mit eingeschlossen und erhielt eine neue Einrichtung. Nach dem Motto: „Der Tradition verbunden, dem Modernen aufgeschlossen finden Sie in der Apotheke Hilfe in allen Lebenslagen. Das Dienstleistungsangebot umfasst die gesamte Palette pharmazeutischer Tätigkeiten“, drückt es der Apotheker Heinrich de Wall aus. Die Kosten für den gesamten Umbau schlugen mit einer Summe von rund 150.000 Euro zu Buche.

„In einem frischen Outfit sollte sich die neu gestaltete Apotheke zeigen“, erklärt der Architekt. Zur Gestaltung der neuen Apotheke trägt das Corporate Design bei, das mit den Farben des neuen Logos abgestimmt wurde. Die Außengestaltung wurde durch eine neue weiße Blende mit integriertem Logo erneuert. Aber auch die Schaufenster wurden neu verglast und mit satiniertes Folie abgeklebt. Vollendet wird das Bild durch zwei Blumenkübel vor dem Eingang, die freundlich und einladend zugleich wirken.

Das neue Farbkonzept im Innenraum stützt sich auf großformatige, hellgraue Fliesen. Sie bilden eine ruhige Basis. Entgegen den gewohnten klassischen Regaleinheiten mit senkrechter Orientierung wurden gerundete Rückwände mit roten Wandscheiben zur Warenpräsentation eingebaut. Sie garantieren eine optimale Trennung zwischen der Offizin und den Nebenräumen. Was die Warenpräsentation betrifft, orientiert sich diese waagrecht. Aufgrund dessen entsteht eine äußerst übersichtliche Gestaltung der cremefarbenen Schrankmodule. Demgegenüber sind die Arbeitsplatten der Handverkaufstische mit feinem Holzdekor versehen worden.

## Interieur als perfektes Ganzes

Als perfekter Kontrast zeigen sich die Deckengestaltung und die Gipskartonplatten. Sie wurden in Weiß gehalten. Als Akzent zieht sich ein langer Deckenfries



Neben der Offizin sind auch die Nebenräume übersichtlich.

durch die Apotheke und bildet obendrein die Verbindung der beiden Eingänge. An ihm sind die Rückwandregale ausgerichtet. Diese sind mit Unterschränken für

die Bevorratung ausgestattet. Darüber befinden sich flexibel verstellbare Böden aus satiniertem Glas, die der Rundung angepasst sind. Eine indirekte Beleuchtung



Das Herzstück einer jeden Apotheke ist ein gut ausgestattetes Labor.



Der schattenspendende Baum umsäumt die Apotheke.

im oberen Abschluss der Regale lässt den Raum etwas höher erscheinen und bildet einen optischen Akzent. Und zwischen den Wandscheiben sind Schiebetüren aus satiniertem Glas an Edelstahlbeschlägen angebracht, die mit einer großen Beschriftung als Hinweis in den Arbeitsbereich oder den Beratungsraum führen.

Das Raumambiente strahlt nicht nur eine helle und freundliche Atmosphäre aus, sondern wirkt dazu noch beruhigend auf den Kunden. Erreicht wird dies durch die eingebauten Downlights. Sie sind mit 70W HQI Leuchtmittel ausgestattet und schaffen so eine optimale Warenausleuchtung. Besonders im vorderen Randbereich wird indirekt ausgeleuchtet, um die obere Decke anzustrahlen. Dadurch erscheint die geringe Raumhöhe von nur 2,50 m sehr viel höher. Außerdem wird die allgemeine Grundbeleuchtung mittels Energiesparlampen von Deko-Glasscheiben und 2 x 26 Watt Leuchtmitteln unterstützt. Und selbst in den Schaufenstern sind HQI Strahler in Stromschienen verbaut.

Der Handverkaufstisch ist auf zwei Säulen gebaut. Er kombiniert feines Holzdekor mit cremefarbenem Dekor und ist zu den Regalwänden gebogen. Zudem bietet er den Kunden eine zen-

trale Anlaufstelle, auf der sich die gegensätzlichen Kassenblöcke befinden. Aufgrund der indirekten Beleuchtung unterhalb des Tresens vermittelt er einen leichten, schwebenden Charakter.



Die Warenpräsentation ist auch für den Kunden sehr übersichtlich.



Die transluzente Schaufensterfront mit dem Kreuz ist von Weitem erkennbar.

Dahinter verläuft die gekrümmte Wand, in der die klassischen Schubkastensäulen platziert sind. Damit können von hier sowie von den Nebenräumen aus auf kurzem Weg die Waren bereitgestellt werden. Gleichfalls sind bedienungsseitig Auszüge mit Unterteilungen eingebaut. Kundenseitig befindet sich eine gebogene, satinierte Glasscheibe mit dem Apotheken-Logo. Für die Kassenblöcke ist es gegensätzlich.

### Ruhezone ist Standard

Optimiert wird das Interieur vor dem Schaufenster durch eine gebogene Regalwand. Sie ist in übersichtlicher Höhe gebaut, in deren Mitte ein Sitzplatz zum Ruhen einlädt. Außerdem erhält das Innere durch die gebogene Glasscheibe mit dem Apothekenlogo eine gewisse Leichtigkeit. Gleichfalls ist die Rückwand wie auch die Raumtrennregale in Rot gehalten. Eine Lochblechplatte in der gleichen Farbe wurde integriert, um hier die SB-Artikel aufzuhängen. Die besondere Spezialisierung dieser Apotheke gilt der Reise-Impfberatung, Diabetikern, der Inkontinenz-Beratung, der Internet-Recherche, der Maßanfertigung von Kompressionsstrümpfen sowie dem Verleih von Babywagen, Milchpumpen etc.

Eine transparente Glaswand vom Labor öffnet sich zur Offizin. So erhalten die Kunden einen Einblick in die vielfältige Arbeit des Apothekers. Was die Einrich-

tung betrifft, wurde diese sehr funktional gehalten und farblich dem Hauptraum angepasst. Zwei rote Regale für antike Behälter sind jedoch das optische Highlight. Eingegliedert wurde eine vorhandene Schleuse für die Nachtanlieferung, damit gewohnte Abläufe problemlos beibehalten werden können. Andererseits wurden im Beratungsraum und im Arbeitsbereich zwei Wände in dunkelgrau abgesetzt, um einen Kontrast zu den cremefarbenen Möbeln zu schaffen, die mit Arbeitsplatten in feinem Holzdekor belegt sind.

Damit der Umbau problemlos ausgeführt werden konnte, erfolgte dieser in zwei Bauabschnitten. Realisiert werden konnte dies nur, da zwei Eingänge vorhanden sind. Damit ließ sich alles bestens organisieren. Während der Umbauphasen trennte eine Staubwand den Raum in der Mitte ab. So konnte jeweils eine Hälfte abgebrochen, ausgebaut und umgebaut werden. Zudem mussten die Elektrik und die Datenleitungen komplett erneuert werden. Die perfekte Organisation des Umbaus ließ beispielsweise die Deckenbauer parallel zu den Malern agieren, während zwischendurch die Fliesen verlegt wurden. Erst zum Ende hin kamen die Ladenbauer mit den Möbeln an die Reihe. Aufgrund des sehr engen und straffen Zeitplans konnte der zweiphasige Umbau innerhalb von zwei Wochen verwirklicht werden. Dieser Arbeitseifer erfreute auch den Apotheker,



Klare Form, gute Beleuchtung und leicht zu reinigen: das Labor.

der nach dem Umbau seiner neu gestalteten Apotheke noch gerne Überstunden in diesem vollendeten Ambiente machen wollte.



**Guten Tag Apotheke,  
Mettmann**

### „Guten Tag, Apotheke“

Auf diese Begrüßung ist Apotheker Stephan Bade besonders stolz. Denn schon von außen ist erkennbar, dass hier der

Kunde willkommen geheißen wird. Die kleine, aber feine Apotheke ist in der Mühlenstraße 15 in Mettmann stationiert. Das Haus wird von einer denkmalgeschützten Fassade akzentuiert. Die wei-

Be Farbe des Hauses und die schwarzen Metallrahmen des Schaufensters und der Türanlage umrahmen das äußere Bild. Da fällt es auch kaum auf, dass während des Umbaus, der in einer sehr kurzen Zeit bei laufendem Betrieb vorgenommen wurde, keine Außenveränderungen vorgenommen werden durften. Vielmehr stellt sich dieser Gesundheitstempel dem Betrachter als gelungen vor. Besonders die beiden Apotheken-Logos links und rechts vom Eingang fallen nicht nur den Passanten auf. Auch das Begrüßungsschild über dem Eingang bringt hier absoluten Schwung in die Außengestaltung. Er wird noch von mobilen Präsentationselementen umsäumt. Diese dekorativen Eyecatcher fordern den Passanten auf, nach den feilgebotenen Produkten zu greifen. Wer sich daraus etwas nimmt, geht zwangsläufig in die Apotheke hinein. Obendrein wird die Apothekenfrontseite von der riesigen Schaufensterfront geprägt, die seitlich abknickt. „Gerade auf der kleinen Fläche mit der Denkmalschutzfassade soll ein möglichst guter Einblick für den Kunden gewährleistet sein“, meint der Apotheker.



Es ist das Farbenfrohe, das den Raum prägt.



Dieser gläserne Bereich fordert sozusagen den Kunden auf, in das Apothekeninnere zu treten. Das ist zwar sehr klein, aber übersichtlich und wird von der Einrichtung nicht überlastet. „In der bestehenden, extrem kleinen Apotheke mit einer Gesamtfläche von 112 m<sup>2</sup> wurde die Offizin von 10 m<sup>2</sup> auf ca. 50 m<sup>2</sup> vergrößert“, drückt es der Apotheker aus. Die Planung der Offizin nahm ein Ladenbauunternehmen vor, das aufgrund der vorgegebenen Ziele durch seine fachmännische Beratung dem Ganzen eine Frische und Harmonie verlieh. Aufgrund der kleinen Fläche musste anstelle von bisher fünf laufenden Regalmeter die Platzierungsfläche so gestaltet werden, dass davon 50 Prozent an wertvoller Sichtwahlfläche erhalten blieben.

### Low Budget

Das Apothekeninnere wird von dem weißen Handverkaufstisch sowie dem Bedienungsbereich, der gegenüber der Eingangstür liegt, bestimmt. Außerdem führt ein seitlicher Zugang zum integrierten Ärztehaus. Besonders auffällig in der Offizin ist jedoch der kleine Beratungsbereich, der von Regalen abgeschirmt wird. So wird eine sehr individuelle Beratung für den Kunden ermöglicht. Das ansprechende Raumkonzept unterstreicht obendrein die im Mittelraum eingefügte, fahrbare Gondel. Sie verleiht der

Raumgestaltung eine gewisse Stimmigkeit. Charmant bietet diese Gondel den Kunden dann die Freiwahlprodukte an. Dass man auch mit einem Low Budget eine sehr ästhetische Apotheke schaffen kann, beweist dieses Beispiel. Nach der Übernahme durch den Apotheker wurde alles bei laufendem Betrieb innerhalb einer Woche umgebaut. Erneuert wurden der Boden, die Decke, die Beleuchtung sowie die Einrichtung der Offizin und der Rezeptur. Die weiße Decke und die hellgrauen Wände betonen das Raumambiente. Der PVC-Bodenbelag in Holzoptik strahlt hingegen ein heimeliges Gefühl aus. In der Kombination mit den Möbeln ergibt sich hierbei eine wohltuende Atmosphäre. Dabei rücken die dekorativen Rückwände und Glasetagen in den Vordergrund. Aber auch die Tische in Nussbaum und Creme tragen zu einer positiven Stimmung bei. Diese wird nochmals durch das Licht hervorgehoben. Mit den Strahlern lässt sich nicht nur eine angenehme Grundbeleuchtung erreichen, sie können zudem die einzelnen Produkte bespoten.

Alles in allem wurde der Back Office Bereich räumlich stark reduziert und im Ablauf optimiert, sodass sich die neue Apotheke am 10. Juni 2009 der Öffentlichkeit vorstellen konnte. In der maximalen Präsentation ist die Produktauswahl von Arzneimitteln, Kosmetik über medizinische Hilfsmittel oder

Zahnpflege bis hin zum für Apotheken üblichen Drogeriesortiment äußerst reichhaltig.

Paracelsus Apotheke,  
Lünen

### Apotheke mit Herz

Schon von außen betrachtet, fällt die mit zwei Eingängen ausgestattete Apotheke auf. „Meine Aufgabe war es, eine Apotheke zu konzipieren, die lebendig und modern gestaltet ist“, sagt die auf Apotheken spezialisierte Innenarchitektin Renate Hawig aus Dorsten. Nach einer eingehenden Analyse schaffte sie eine Apotheke für die Zielgruppe, welche die „Leute von nebenan“ ansprechen soll.

Die klare Außenfront passt sich in das innerstädtische Bild harmonisch ein. Dabei wirkt die Geschäftsfassade ebenso wie ihre sehr edle Außenwerbung betonend. Markant ist das Paracelsus Logo, das nochmals auf der Schaufensterfront zu sehen ist. Nicht nur der äußere Auftritt der Apotheke verkündet die erkennbare Großzügigkeit, die sich im Inneren fortsetzt.

Die Bruttogrundfläche der Apotheke erstreckt sich auf 201,80 m<sup>2</sup>, wobei die reine Nutzfläche 191 m<sup>2</sup> beträgt. Das innenarchitektonische Gesamtbild setzt

Eine Apotheke mit Herz, die den  
Kunden mit Rat und Tat hilft.

auf innovative Maßstäbe samt einem flächeneffizienten Raumkonzept. „Durch den Anbau an die bestehende Apotheke wurde eine großzügige Verkaufsfläche geschaffen“, drückt es Hawig aus. Die zwei Eingänge sind mit einem leichtgängigen, zweiflügeligen Türsystem ausgestattet. So können ältere und behinderte Menschen barrierefrei in das Apothekeninnere gelangen. Außerdem ist der zweite Eingang mit dem Zugang zu den Kundenparkplätzen verbunden. „Die Ausarbeitung eines barrierefreien Betretens und Bewegens war eine der Prioritäten des Umbaus“, ergänzt Hawig.

### Renovierung in Schritten

Bereits im Jahr 2006 wurde die Apotheke auf der Erdgeschossebene nach hinten durch einen Neubau erweitert. Als der Neubau bezugsfertig war, zog man in die neuen Räume. Anschließend wurde der Altbau umfassend renoviert, sodass am Haupteingang eine völlig neue Glasfassade mit komfortablem Eingang und Notdienstfunktion entstand. Nach dem Abriss der Zwischenwand verband die neue Einrichtung sozusagen beide Gebäudeteile miteinander.



Äußerst gelungen zeigt sich die Raumaufteilung dem Kunden. Weil die harmonische Konzeption eben nicht nur die Fachkompetenz mit einbezieht. Sondern zugleich das komplette Leistungsspektrum dieser Apotheke, das sich besonders in der Inneneinrichtung widerspiegelt. Aufgrund der farbenfrohen Einrichtung wird eine warme Atmosphäre geschaffen, welche sich mittels dem sehr lebendigen Farbkonzept von Rot über Orange bis hin zu Gelb im Apothekengesamtbild abzeichnet.

Sehr geradlinig sind beispielsweise die Handverkaufstische an der Wandlängsseite angeordnet. Während die Frontseite im oberen Bereich in einem intensiven Rot erstrahlt. Das Material besteht aus einer polierten Lackfläche. Weitere an der Wand eingebaute Regalelemente werden von einem zarten Grün akzentuiert, das gelblich gesäumt ist. Die Warenpräsentation wird von hinterleuchteten Rahmen, die die Sortimente thematisch zusammenfassen, in den Fokus des Point of Sale gerückt. Zum Beispiel ist der Kosmetikbereich mit einem strahlenden Blau hinterlegt, wobei wiederum die Körperpflege von einem dezenten Grün umspielt wird. Und auch hier unterstützt die akzentuierte Beleuchtung die Brillanz des Angebots.

### Schubsäulen erleichtern Warenwirtschaft

Der mit Schubsäulen ausgestattete, medizinische Bereich erlaubt eine großzügige Warenwirtschaft. Hier ist Platz für Vorrat und großflächige Arbeitsflächen. Und schnell wird erkennbar, dass die Attraktion des Raumambientes den Freisitz im Atrium fokussiert. Dieses ist durch Glastüren von der Offizin erreichbar. Zudem ist es zum Verweilen gedacht. Auf den Bänken können die wartenden Kunden Platz nehmen oder in diesem Bereich dürfen die Kinder spielen. Dafür gibt es ein Schaukelpferd.

Die Deckengestaltung ist in Weiß gehalten. Nur die abgesetzte Deckenstufe ist in Metalloptik. Abgestimmt auf die Farben des Hauses ist die Beleuchtung. Diese ist auf einer Grundbeleuchtung aufgebaut, indem ein- und zweizellige kardanische Leuchten die atmosphä-

rische Produktinszenierung unterstützen. „Der anthrazitfarbene Fliesenboden und die Schieferoptik der Handverkaufstische bilden den neutralen Mittelpunkt des Geschäftes. Hier ist ausreichend Platz für das vertrauliche Gespräch mit dem Kunden. Darüber hinaus gibt es noch eine Beratungskabine zum Messen von Blutdruck oder zum Anpassen von Stützstrümpfen“, so die Architektin.

Alles in allem wird sofort klar: Der Kunde ist hier herzlich willkommen. Sowohl Apotheker Dr. Stephan Göbel als auch sein Team signalisieren dem Kunden: „Wir haben Zeit für Ihr Anliegen“. Hier wird jeder bestens betreut. Ob Ältere, Behinderte oder auch die Suchtpatienten, denen man mit den dafür notwendigen Medikamenten ihr Leben in der Gesellschaft erleichtert, profitieren von dieser sozialen Kompetenz. Obendrein werden aus marketingstrategischer Sicht keine reißerischen Preise feilgeboten. Das pharmazeutische Sortiment verzichtet hier gänzlich auf Billigartikel.



Dorfplatz Apotheke,  
Hagen

### Rundumbetreuung am Dorfplatz

Die von Apotheker W. R. Tews geführte Dorfplatz Apotheke befindet sich in Hagens Stadtteil Elsey. Das sehr alte Stadtteilzent-

rum ist optimal für die zentrale Lage dieses Gesundheitstempels, der aufgrund seiner Neukonzipierung eine Zusammenführung als beratungs- und verkaufsaktive Apotheke mit einer Post Agentur erfuhr. Nach

nur achtwöchiger Bauphase konnte bereits am 10. November 2008 eröffnet werden.

Die Gesamtfläche beträgt 460 m<sup>2</sup>, wobei auf das Erdgeschoss 230 m<sup>2</sup> und



Geschwungene Formen geben hier den Ton an.

das Kellergeschoss 230 m<sup>2</sup> entfallen. Im Mittelpunkt der Konzipierung stand immer die Rundumbetreuung als Nahversorger, aber auch die gute Kundenberatung und Kundenbetreuung, die einhergeht mit der Verkaufsaktivität.

Im Rahmen des Baus blieb die Fassade des Gebäudes im Bestand. Demgegenüber wurde die großzügige Schaufensteranlage der Apotheke erneuert. Diese erhielt zudem vier neue Zugangsmöglichkeiten – und zwar in die Apotheke und den Postshop. So öffnet sich der Verkaufsraum nun zu allen Straßenseiten. Ermöglicht wird das durch die neuen Automatiktüren. Diese schaffen einen Zugang zur Apotheke und zum Post Shop von drei Seiten. An der neuen Fensteranlage sind teilweise Folienbeschriftungen als Erkennungsmerkmal auf die Fassadenelemente aufgebracht worden.

### **Die Außenkommunikation**

Kurz angeschnitten: Die gesamtkonzeptionelle Lösung umfasst zum einen den Innenraum und zum anderen die Außenkommunikation der Apotheke. Daher erfolgt die Umsetzung durch monatlich variierende, der Jahreszeit angepasste Werbemaßnahmen. Diese Werbemaßnahmen beinhalten monatliche Produkt-Flyer bis hin zur plakativen Darstellung der Monatsaktionen in den Schaufenstern in Kombination mit Straßenaufstellern, Innenraumplakaten und Regalstoppern. Darüber hinaus wird eine passende Dekoration mit integrierter Produktdarstellung der beworbenen Artikel erstellt.

Wichtig war auch die Corporate Identity der Apotheke. Sie erstreckt sich von Namensschildern des Apothekenpersonals über spezielle Give Aways und die Indikationsdarstellung bis hin zur Schaufensterdekoration. Begleitet wird sie auch von Zeitungsanzeigen und besonderen Events wie z.B. örtlichen Gesundheitstagen.

Die Aufteilung der Offizin sollte eine Gleichwertigkeit zwischen der Sichtwahlzone – also den apothekenpflichtigen Produkten – und der Freiwahlzone, den freiverkäuflichen Produkten, erfahren. Demzufolge musste für den Kunden die nötige Bewegungsfreiheit gegeben sein. Diese führt ihn jedoch gleichzeitig an der Warenpräsentation vorbei und lenkt ihn unbewusst zur Ware. Besonders die Flexibilität

der Warendarstellung und der Einrichtung sollte die stets wandelnden Ausrichtungen repräsentativ ermöglichen. Deshalb sollte die Post Agentur auch eine angemessene Größe erhalten, in der dann auch weitere, zum Geschäftszweck passende Warengruppen angeboten werden.

So gesehen ist die logistische Bearbeitung optimal. Denn der Warenfluss und die Warenbearbeitung können auf direktem Weg vom rückwärtigen Eingang bis zu den Verkaufsregalen ohne unnötige Wege erfolgen. Die Arbeitsplätze der Warenbearbeitung sind darüber hinaus ausreichend dimensioniert. Außerdem ist der Wareneingang direkt an das Kellerlager und den Warenautomaten angebunden.

### **Die Eingangssituation**

Die Gewichtung der drei Eingänge in Bezug auf die Kundenfrequenz ist bei der Konzipierung von größter Priorität gewesen. Der neue Eck-Eingang, der neue Eingang vom Post Shop und der neue Eingang vom Ärztehaus führen stets in das Apothekeninnere. Bedingt durch diese Erkenntnisse und aufgrund der Wertigkeit des Eckeinganges gelang es der Apotheke, ihr „Gesicht“ zum Eckeingang sowie zum Ärztehauseingang hin zu öffnen. Dabei erhielt die Post Agentur ihren Platz an der gegenüberliegenden Seite. Dadurch ergaben sich konkrete, klar erkennbare Kundenwege, die in der Anordnung der einzelnen Verkaufszonen und Warenpräsentationen wie im Entwurf umgesetzt worden sind.

### **Die Post Agentur**

Die Post Agentur ist in einem angemessenen Raum untergebracht, der sich integrativ in die Gesamtstruktur des Innenraumes eingliedert. Die hierfür notwendigen Postmöbel und Funktionen lassen sich alle im Bereich des Verkaufsraumes unterbringen. Neben dem Anforderungsprofil des Postgeschäftes stellen sich auch die Warenzonen für weitere Produkte dar. Für den logistischen Ablauf und für Lagermöglichkeiten ist dazu noch ausreichend Raum vorhanden.

Für den Kunden bleibt ausreichend Raum und Zeit, die Apotheke zu betreten und dann in Augenschein zu nehmen. Der Blick kann von allen Eingängen den gesamten Raum erfassen. Orientierungs-



Auf einen Blick nimmt man das Sortiment wahr.



Im Back-Office Bereich befindet sich auch der Lieferanteneingang.

hilfen werden durch gestalterische Mittel gegeben. Und an den Kundenwegen ordnen sich die einzelnen Verkaufszonen an. Der Weg führt den Kunden immer an Freiwahlpräsentationen vorbei. Oder der Blick wird direkt auf Warenzonen gelenkt, ohne dabei aufdringlich im Weg zum POS, zu den Handverkaufstischen, der Sichtwahl oder den Countern der anderen Warengruppen zu stehen.

So haben die Bewegungszonen auch an den engsten Stellen immer einen Abstand von mindestens 1,5 m. Zudem öffnen sie sich anschließend wieder, sodass Begegnungen in der Bewegung nicht als störend empfunden werden. Das ist besonders wichtig, damit der interessierte Kunde bei der Auswahl der Produkte ungestört ist. Zugleich bleibt genügend Raum für Begegnungen und das Verweilen.

Gelungen ist ebenfalls die geschwungene, weiche Großform der Bewegungszone. Die einzelnen, teilweise mobilen Formen ergeben sich aus der Gestaltung der Großform und der Bewegungszone und schmiegen sich daran an, ohne die eigenständige Formensprache zu verlieren. Störende Ecken und Kanten sind nicht vorhanden. Im Raumkonzept ergeben sich keine „toten Ecken“. Die Bewegung läuft immer an



Der integrierte Post Shop stellt auch Warenzonen für weitere Produkte dar.



Angenehme Arbeitsatmosphäre im Büro.

einem POS oder einem Ein- oder Ausgang aus. So ist aufgrund der harmonischen Raumaufteilung eine absolute Flexibilität gegeben. Geschaffen wird diese durch mobile Counter und Regaleinheiten. Somit lassen sich sehr schnell Änderungen in den Marktsegmenten realisieren.

### Die Warenzonen

Hier sind verschiedene Waren- und Bewegungszonen klar herausgearbeitet worden, ohne dabei das Gesamtkonzept oder das Gesamtbild zu vernachlässigen. Eine Wohlfühlatmosphäre mit verkaufstaktiven Bereichen und weichen Formen ist dabei entstanden. Sowohl die Waren- als auch die Bewegungszonen werden in diesem Fall durch eine perfekte Licht-, Farb- und Materialauswahl betont. Möglichkeiten bieten sich hier mittels Lichtbändern oder Lichtfeldern in der Decke sowie dem wechselnden Bodenbelag. Überdies sind Sichtwahl und Freiwahl gleichwertig in der Raumpositionierung und in der Wertigkeit angelegt.

Das Sichtwahlelement mit den Handverkaufstischen ist so positioniert, dass ein gleichwertiges Anstellen an alle Handverkaufstische von allen Eingängen möglich ist. Die Kunden, wie auch die Handverkäufer, haben ausreichend Bewegungsmöglichkeiten und können sich auf der dafür vorgesehenen Fläche – auch bei großer Kundenfrequenz – gut verteilen. Diskretionszonen sind großzügig in das innenarchitektonische Konzept eingeflochten.

Wohlproportioniert schmiegen sich die Freiwahlzonen an die Bewegungszonen der Kunden an. Sie sind somit immer im Blick der Kunden und ermöglichen eine differenzierte, klare Warengruppierung der einzelnen Sortimente. So kommt es, dass sich verkaufstaktive Bereiche herausheben. Die zusätzlichen, mobilen Counter können nach Bedarf eingesetzt werden und bilden einen POS neben den klassischen Handverkaufstischen.

### Die Möbel

Die Möblierung zeigt sich in frischen, hellen Farben. Die Farbkomposition setzt sich dabei zusammen aus kräftigen, frischen Grün- und Sandtönen und einem klaren, hochglänzenden Weiß. Dieses Farbspiel verleiht der Apotheke eine freundliche und aufgeschlossene Atmosphäre. Auffallend hierbei ist zugleich die Formgebung: Geschwungene, organische Formen an der Wand oder im

Raum akzentuieren das Innere und bilden eine harmonische Einheit. Im Kosmetik- und Beratungsraum ist die Farbauswahl durch ein warmes Violett ergänzt worden.

### Licht und Bodengestaltung

Eine perfekte Stimmung wird durch wechselnde Lichtszenarien und Lichtstrukturen erzeugt. Besonders der wechselreiche Einsatz von Einbau- und Aufbauleuchten und in der Decke oder an der Einrichtung eingefügte Lichtstreifen schaffen hier eine optimale Inszenierung.

In der Offizin ist ein Holzboden aus edlem Walnuss verlegt, der von hellen Flächen durchbrochen wird. Die Wände sind in warmen, matten Sand- und Brauntönen gehalten und kommen in Kombination mit dem frischen Grün, den hochglänzenden weißen und grünen Flächen und einem floralen Muster besonders zur Geltung. ■

## ■ Auf einen Blick

### Rats-Apotheke, Bad Zwischenahn

Objektgröße:	150 m <sup>2</sup>
Architektur:	Dipl.-Ing. Hans-Gerd Schweers
Ladenbau:	Gerdes Ladenbau GmbH, Wiefelstede

### Guten Tag Apotheke, Mettmann

Verkaufsfläche:	50 m <sup>2</sup>
Ladenbau:	Wanzl Metallwarenfabrik GmbH, Leipzig

### Paracelsus Apotheke, Lünen Brambauer

Nutzfläche:	191 m <sup>2</sup>
Architektur:	Renate Hawig, Dorsten
Licht:	OKTALITE Lichttechnik GmbH, Köln
Ladenbau:	Wissmann Gruppe Wilhelm Wissmann GmbH, Schmerbeck

### Dorfplatz Apotheke, Hagen Eisey

Nutzfläche:	406 m <sup>2</sup>
Architektur:	huebbers.com, Essen
Ladenbau:	huebbers.com, Essen
Fotos:	siehe Impressum