

GESCHÄFTSEINBLICKE

mit Elke Park

Marketing und Wohlfühlambiente durch besonderes Shopdesign. (Bode, Wolfsburg, Fotograf: Tim Dalhoff)

Warum brauchen wir gutes Shopdesign im Sanitätshaus?

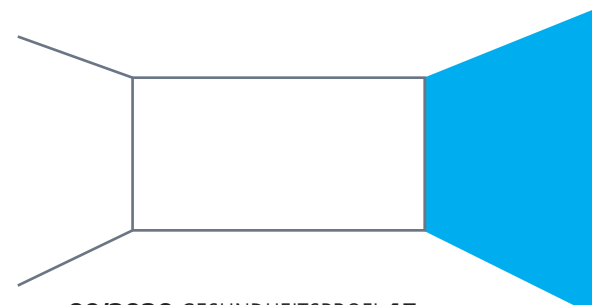
Die Antwort ist ganz einfach: Der Kunde soll beim Betreten eines Gesundheitsbetriebes nicht das Gefühl haben, in einer Arztpraxis zu stehen. Das Shopdesign sollte ihn vielmehr positiv stimmen und Krankheitsbilder sowie Negativursachen in den Hintergrund treten lassen. Wie lässt sich dieses Wohlgefühl beim Kunden erreichen?

Rückwände, Mittelraumelemente und besondere POS-Flächen sollten in freundlichen Farbtönen Homogenität ausstrahlen. Kunden schätzen außerdem eine leichte Orientierung auf der Fläche und einen einfachen Zugang zur Ware. Wartebereiche müssen mit zeitgemäßem Mobiliar attraktiv gestaltet werden.

Für ein gutes Shopdesign spielt das Beleuchtungskonzept eine herausragende Rolle. Es ist einerseits dafür verantwortlich, dass die Produkte in den Vordergrund gestellt werden. Andererseits macht erst das richtige Licht einen Wartebereich gemütlich. Der Sessel oder die Couch können noch so bequem sein, wenn das Licht nicht stimmt, fühlen sich die Kunden unwohl. Auch in den Kabinen müssen sie abgeholt werden.

Hier ist helles Licht im Bereich des eigentlichen Tageslicht-Luxwerts sinnvoll. Aber auch der gemütliche Aspekt darf nicht ignoriert werden, denn die Kabine ist Verkaufsfläche und genießt für einige Kunden die höchste Priorität!

Das funktionelle Design macht die Hilfsmittel-Branche einzigartig. Ein Beispiel ist die Bevorratung der Ware. Ein dezentraler Schubcontainer unterhalb einer Rückwand oder ein kleiner, den Anproben nahe ge-





Besondere Eyecatcher und spezielles Produktarrangement schaffen für den Kunden das Erlebnis. (La Maison Simons, Vancouver, Fotograf: Ben Rhan/ A-Frame)

legener Raumwinkel erleichtert die Arbeit der Mitarbeiter in der Kabine enorm: Sie können ihre Kunden ohne Unterbrechungen und Indiskretion beraten, weil keine Kollegin einen anderen Karton bringen muss. Ansprechendes Shopdesign drückt sich also nicht allein in Farbe und Material aus, sondern auch in einer überlegten Flächenplanung.

Raumkonzepte wirken aber nicht nur nach außen, sondern auch nach innen. Sie drücken die Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitern aus – den engsten und wichtigsten Kontakten eines Kunden mit einem Fachbetrieb! Die Qualität des Shopdesigns ist somit auch eine Hommage an die Mitarbeiter als Botschafter eines Fachhandelbetriebs. Sie müssen täglich mit den Waren sowie freiverkäuflichen Produkten so galant Umgang pflegen, dass die Kunden über das Rezept hinaus einkaufen. Idealerweise ...



Anprobieren wie zu Hause, im Sinne der Wertschätzung der Kundinnen. (Hellbach, Amberg, Foto: Alexander Viebig)

Ob eine lilafarbene Wandbekleidung, Glimmereffekt, blauer Fußboden oder Wolkenbilder an der Decke: Schlussendlich entscheidet der individuelle Geschmack über die Einrichtung. Gewählte Farben und Oberflächen bleiben immer eine subjektive Entscheidung. Es darf raffiniert wirken, Neugierde wecken – aber es muss stimmig im Kontext sein und darf nicht abschrecken.

Zitate und Anleihen aus dem Sport- und Bekleidungshandel sind übrigens ausdrücklich erwünscht!

Fashion Retail versus Health Branche: Als Gestalter können wir aus einer Fülle an Werkstoffen auswählen, müssen diese aber bewusst und im Sinne der Raumproportion einsetzen.

Das Shopdesign ist daher global zu hinterfragen und im Alltag bewusst einzusetzen: für Kunden und Mitarbeiter. Wir rollen symbolisch den roten Teppich aus und lassen den Kunden auf der Ladenfläche mit den Produkten in erfrischender Atmosphäre in Berührung kommen. **GP**

„VISIONEN LASSEN UND ZIELE ERREICHEN“

Der Gesundheitsfachhandel, ob Sanitätshaus oder Apotheke, rückt in den Fokus der Menschen. Die Menschen interessieren sich verstärkt für ihre Gesundheit und präventive Maßnahmen. Sanitätsfachhändler sollten sich daher noch selbstbewusster auf dem Gesundheitsmarkt darstellen, ist Innenarchitektin Elke Park überzeugt. Wie im Sport-, Mode- und Schuhhandel sollen moderne Sanitäts- und Gesundheitsfachgeschäfte verstärkt den Bedarf bei Kunden wecken – ohne Rezept! Damit der Einkauf möglichst angenehm verläuft und die Kunden lange auf der Fläche verweilen, können Betriebe vielfältige Maßnahmen ergreifen.

Das Stuttgarter Innenarchitekturbüro PARKRAUM von Elke Park stellt exakt diese Lösungen künftig regelmäßig auf der letzten Seite in GP vor. Die Inhaberin des Planungsbüros begleitet GP-Leser ab sofort mit frischen



Elke Park

Impulsen aus der Welt des Shopdesigns und Ladenbaus. Sie gibt einen Einblick in die Welt der Gestaltung und Architektur für Ladengeschäfte. Dabei schaut und denkt sie über den Tellerrand der Branche hinaus. „Es sind schließlich Visionen, die uns Ziele erreichen lassen.“