

# Chill out in der Offizin

Harmonisieren Farben und Materialien mit einer guten Beleuchtung, wird eine angenehme Atmosphäre in die Apotheke getragen. Bequeme Sitzecken schaffen Oasen der Ruhe.

Hektik und Stress, Klimawandel und Umweltverschmutzung sind Themen, die uns heute zunehmend belasten – nicht nur körperlich, sondern auch seelisch. So steigt bei vielen Menschen nicht nur im Berufsleben, sondern ebenso im Privatleben der Wunsch nach Ruhe, Entspannung, Geborgenheit und einer intakten Umwelt. Auch Apotheken können als kleine Oasen der Ruhe das Wohlbefinden ihrer Kunden deutlich fördern.

Dazu gehört unter anderem eine angenehme Einkaufsatmosphäre, die Ruhe ausstrahlt und einen Gegenpol zur Hektik des Alltags bildet. Denn neben einer individuellen Betreuung, die ausreichend Zeit beansprucht, spielt auch eine ansprechende Gestaltung der Apotheke eine wichtige Rolle bei der Entscheidung, in welcher Apotheke die Kunden einkaufen. Und Kunden, die sich rundum wohl fühlen, kommen immer wieder gerne. Erfahren sie dann in der Offizin eine persönliche Zuwendung und erhalten sie dort noch weitere optische Impulse, steigt ihre Verweildauer und mit ihr die Anzahl der getätigten Einkäufe. Untersuchungen belegen, dass positive Gefühle das Kaufverhalten maßgeblich beeinflussen, denn die meisten Kaufentscheidungen werden aus dem Bauch heraus getroffen.

## Yin und Yang Energien in der Apotheke

Der Wohlgedanke bewegte auch Apothe-



Apothekerin Marianne Link freut sich über die gelungene Einrichtung ihrer St. Hildegard Apotheke.

kerin Christin Laudan, Inhaberin der Apotheke-im-Globus in Roggentin bei Rostock, als der Um- und Erweiterungsbau ihrer Center-Apotheke anstand. Ihr Ziel war es, eine zeitlose Wohlfühlatmosphäre mit warmem und hellem Licht zu schaffen, die bei einer großen, sehr heterogenen Kundengruppe ankommt und niemanden durch entsprechende einseitige Signale ausschließt. Mit dem Architekten Günter Möhrmann und der Firma 'G+M Zürn' fand Apothekerin Laudan zwei Partner, die sie mit vielfältigen Ideen und jahrelanger Erfahrung unterstützten. So entwickelte sich eine Vertrauensbasis, auf der die Idee entstand, eine Feng Shui Apotheke zu gestalten.

Der Umbau der Apotheke-im-Globus wurde daraufhin mit der entsprechenden Bauweise nach den Energien von Yin und Yang umgesetzt. Yang ist die Bezeichnung für den Schatten. Würde man Gesundheit mit Yang und Krankheit mit Yin gleichsetzen, wäre es wünschenswert, die positive Yang Energie mit der negativen Yin Energie auszugleichen. „Meine Aufgabe als Architekt bestand nun darin, eine Apotheke zu entwickeln, die diese Yin und Yang Gedanken widerspiegelt und die in Ihrer Einzigartigkeit nie an

Aktualität und Attraktivität verlieren sollte. So bilden beispielsweise runde ineinander fließende Tropfen das Zentrum der Energieträger, sowohl auf dem Boden als auch an der Decke“, beschreibt Möhrmann die Umsetzung des Konzeptes. Der Kunde muss das Gefühl haben, dass die Einrichtung und das Angebot der Apotheke exakt auf seine Bedürfnisse zugeschnitten sind. Wird er dann von einer angenehmen Atmosphäre empfangen, wird der Apothekenbesuch für den Kunden zu einem emotionalen Erlebnis. „Für eine stabile Gesundheit ist es von großer Bedeutung, dass Energien, die ein Raum vermittelt, mit denen des Eintretenden gut harmonieren“, so Möhrmann.

## Visual Merchandising als Gesamtkonzept

Nach dem Apothekenpersonal nimmt die Gestaltung der Offizin in der Wichtigkeit den zweiten Rang ein. Doch ist zunächst einmal der Blick auf das gesamte Erscheinungsbild der Apotheke notwendig. Mit Visual Merchandising steht dem Apotheker ein Instrument zur Verfügung, welches auf Verkaufsförderung durch optische Eindrücke setzt. „Überlegungen zu einem Neubau oder einem anstehenden Umbau beginnen immer mit der Außenansicht und enden bei der Sichtwahl. Dabei setzt Visual Merchandising alle verfügbaren Mittel – von der Fassaden- und Schaufenstergestaltung, der Gestaltung des Eingangsbereiches, der Beleuchtung über das Mobiliar bis hin zur Warenplatzierung – ein, mit dem Ziel, den Umsatz nachhaltig zu steigern“, erklärt Axel Gerhards, Geschäftsführer von 'G+M Zürn'. Aufgrund seiner 40-jährigen Erfahrung im Apothekenbau weiß er, dass insbesondere Kenntnisse über das Käuferverhalten, die Zielgruppen und den Standort einen entscheidenden Einfluss auf die gesamte Apothekengestaltung haben.

## Apotheke ins „richtige Licht“ rücken

Um innerhalb der Apotheke eine Erlebniswelt zu schaffen, müssen Ladeneinrichtung und Bodenbeläge zusammen mit der Farb- und Materialauswahl eine stimmige Einheit bilden, denn Farben lösen Gefühle aus. Ein wichtiges Ziel der Apotheke-im-Globus war es, eine ansprechende, wertige Präsentation der Kosmetiklinien zu ermöglichen. „Dies ist uns auch farblich außergewöhnlich gut gelungen“, berichtet Apothekerin Laudan.

Eine gut eingesetzte Beleuchtung verbessert die optische Wahrnehmung und schafft eine angenehme Atmosphäre. Sie gibt dem Kunden Orientierung. „Natürliches Licht vermittelt Weite und sollte keinesfalls durch Möbel zugebaut werden“, erklärt Gerhards. „Mit künstlichem Licht dagegen können verschiedene Aktionszonen, Regale und Laufwege gezielt – beispielsweise durch unterschiedliche Helligkeit oder durch warme oder kalte Töne – hervorgehoben werden.“

## Zu viele Aufsteller

Vollgestellte Gänge, um welche die Kunden erst herum manövrieren müssen, sind nicht nur für Gehbehinderte, Rollstuhlfahrer und Mütter mit Kinderwagen ein Hindernis, sondern wirken einfach abschreckend. So sind Übersichtlichkeit und ausreichend viel Platz oft mehr wert als noch ein dritter, vierter oder gar fünfter Aufsteller in der Offizin. Die Apotheke-im-Globus kämpfte seit ihrer Eröffnung mit dem Problem, dass nur sehr wenig Fläche zur Verfügung stand.

„Dadurch waren wir baulich zu einer Reihe von Kompromissen gezwungen. Erst kürzlich ergab sich die Chance, etwa 50qm zusätzliche Mietfläche hinzuzubekommen. Damit konnten wir endlich den für eine Centerapotheken mit entsprechender Frequenz völlig unzureichenden Verhältnissen entgegenkommen“, freut sich Apothekerin Laudan.

## Lounge vermittelt ruhige Atmosphäre

Beratungen zu unangenehmen Themen wie Inkontinenz oder Vaginalmykosen erfordern genügend Platz für einen diskreten Abstandsbereich oder eine separate Beratungsecke. Dann kann auch ein peinliches oder ein länger dauerndes Beratungsgespräch in Ruhe und ohne fremde Zuhörer geführt werden. „Unsere Lounge mit ihren



Die Apotheke-im-Globus in Roggentin vor dem Umbau.



Die Symbole von Yin und Yang finden sich in der gesamten Einrichtung der Apotheke-im-Globus in Roggentin wieder.

bequemen Sesseln bietet hier die idealen Voraussetzungen“, berichtet Michael Fischer, Inhaber der LINDA Apotheke in Idstein. „Es ist beispielsweise unmöglich, eine umfassende Diabetesberatung mit Einführung in die Blutzuckermessung an der Theke durchzuführen. Das erfordert eine entspannte Atmosphäre und ausreichend Zeit, die wir uns für unsere Kunden nehmen. Und genau dies ist der Grund, weshalb die Patienten zu uns kommen und nicht in die Discount-Apotheke gehen.“ Der Kunde muss das Gefühl haben, dass ihm die notwendige Aufmerksamkeit geschenkt und sein Aufenthalt so angenehm wie möglich gestaltet wird. Eine hochwertige und bequeme Sitzecke etwas abseits vom HV-Tisch kann diesen Eindruck sehr gut vermitteln.

## Individualität und persönlicher Geschmack

Auch für Karl Rogner, Geschäftsführer der Firma 'Rogner Raum Design', steht am Anfang jeglicher Planungen für einen Umbau ebenso wie für eine Neugründung immer eine gewissenhafte Standort- und Zielgruppenanalyse. Damit wird festgestellt, ob das

soziale Umfeld und die lokale Wettbewerbssituation überhaupt eine Basis beispielsweise für eine individuelle und hochwertige Einrichtung bieten. „Planungen und Investitionen, die von falschen Voraussetzungen ausgehen und sich dann nicht in entsprechenden Umsatzzahlen widerspiegeln, können sehr schnell in einem Fiasko für den Inhaber enden“, erklärt Rogner. „Ganz besonders in bereits bestehenden, kleineren Apotheken gestaltet sich die Raumplanung oft schwierig. Deshalb ist gerade dort eine gute Grundrisskonzeption die Basis für eine optimale Raumgestaltung“, so Rogner. Dabei spricht ein zeitgemäßes, aber nicht zu modisches Ambiente die Kunden einer Land-Apotheke ebenso an wie die Kunden einer City-Apotheke. Dennoch stehen für ihn insbesondere die Wünsche des Apothekeninhabers im Mittelpunkt seiner Planungen. Für Apothekerin Marianne Link, Inhaberin der St.Hildegard-Apotheke in Puchheim bei München, war die Frage nach der Inneneinrichtung und dem Ambiente klar. Sie liebt es schlicht und modern. Ihre Offizin ist in Rot- und Grautönen gehalten. „Ich würde jedem Apotheker raten, sich bei der Wahl der Einrichtung auf den eigenen Geschmack und die Erfahrung des Einrichters zu verlassen und nicht jedem Modetrend hinterherzulaufen. Meine Mitarbeiter und selbstverständlich auch ich – wir müssen uns zunächst einmal selbst wohl fühlen, dann können wir diese positive Stimmung auch in die Offizin transportieren. So sind für ein gutes Betriebsklima unter anderem auch ergonomische und geräumige Arbeitsplätze sehr wichtig.“ Diese Wünsche hat die Firma Rogner beim Umbau 2001 und einige Jahre später auch bei dem Umzug der St.Hildegard-Apotheke in neue, größere Räumlichkeiten erfüllt.

■ Katja Löffler

## Check: Tipp aus der Praxis

- ✓ Vermeiden Sie ein allzu modisches Ambiente. Dies kann sehr schnell altmodisch werden.
- ✓ Hören Sie bei der Wahl des optischen Erscheinungsbildes insbesondere bei der Wahl der Farbe und der Materialien nicht allein auf Ihren eigenen Geschmack, sondern vertrauen Sie dem Rat eines erfahrenen Einrichters.
- ✓ Erkundigen Sie sich nach den Referenzen des Einrichters und nehmen Sie, wenn möglich, Kontakt zu diesen Apothekern auf.
- ✓ Während der Bauphase sollte der Architekt beziehungsweise der Bauleiter jederzeit erreichbar sein.