

Die Nahetal-Apotheke in Bad Kreuznach präsentiert sich modern und gut strukturiert. Viele Pflanzen sorgen für ein gutes (Wohlfühl-)Klima.



# LUST AUF TAPETENWECHSEL?

Sie möchten mal was anderes? Kleine Veränderungen mit großer Wirkung? Dann hat Innenarchitekt Boris Ruf **GUTE GESTALTUNGSTIPPS**. Schon mit Farbe, neuen Fronten und aufgeräumten Regalen kann man für „Wow-Momente“ beim Kunden sorgen.

Es gibt Apotheken, die hinterlassen nicht nur bei den Kunden, sondern auch bei dem zuständigen Architekten einen bleibenden Eindruck. Als Boris Ruf vor einigen Jahren eine Apotheke in Süddeutschland umgestaltete, durfte er alle Register ziehen. Sein Auftraggeber wünschte sich auf 550 Quadratmetern eine Erlebnisapotheke für seine Kunden – mit einem imposanten Rotundengarten, exotischen Pflanzen und einem Meerwasseraquarium. Sogar ein Brunnen wurde mitten auf der Verkaufsfläche platziert. „Der Apotheker war sehr aufgeschlossen und experimentierfreudig und die Kunden fanden es auch sehr außergewöhnlich“, sagt Ruf, der als Innenarchitekt bei Kunesa arbeitet – ein Inneneinrichtungsspezialist mit 100-jähriger Firmentraktion.

## WARE: WENIGER IST MEHR

Auch wenn dieser Auftrag ihm in Erinnerung geblieben ist – Boris Ruf betont auch, dass man einer Apotheke schon mit kleinem Budget und überschaubarem Aufwand zu einem

Schon in der 3D-Visualisierung lässt sich erkennen, wie einladend die Apotheke nach der Renovierung aussehen wird.



## BEI DER PRÄSENTATION DER WAREN GILT DAS MOTTO: WENIGER IST MEHR. DAS STRAHLT RUHE, KLARHEIT UND KOMPETENZ AUS UND ÜBERFORDERT DEN KUNDEN NICHT.

neuen Auftritt verhelfen kann. Ein erster Ansatzpunkt sei es beispielsweise, die sichtbaren Verkaufsregale aufzuräumen. „Viele Apotheken sind sehr voll gestellt. Auf jedem Zentimeter wird Ware präsentiert. Man möchte zeigen, was man hat“, sagt der Apothekenplaner und fügt hinzu: „Der Apotheker möchte sich damit als guter Berater und vertrauensvoller Partner präsentieren und signalisieren, dass er für alle Fälle jedes Medikament bereithält.“ Das Problem: Zu viel Ware sorgt für Unruhe und bewirke damit genau das Gegenteil von dem, was das Apothekenteam ausstrahlen möchte, nämlich: Ruhe, Klarheit, Kompetenz.

### WEG MIT DEN SPIEGELWÄNDEN

Kommt er in Apotheken, in denen die Hinterwände der Regale noch ver-



**Diese Apotheke strahlt Klarheit, Ruhe und Kompetenz aus. Die dunklen Regalrückwände wirken besonders modern.**

spiegelt sind, – wie vor Jahren hochmodern – rät er als erstes, diese abzukleben. Denn werden die vielen Waren auch noch durch den Spiegel vervielfacht, verstärkt sich der Eindruck von Unruhe und Unübersichtlichkeit. Zudem ist es bewiesen, dass ein Kunde derart viele Medikamente auf die Schnelle gar nicht erfassen kann und

sie als ganzes überfordert ausblendet. Eine gute Möglichkeit, um platzsparend viel Ware zu präsentieren, sind Digital Instore Medien. Der Terminal ist modern und zudem noch ein Eye-Catcher. Dieser lässt sich selbst in kleinen Apotheken sehr gut integrieren.

### MEDIKAMENTE BRINGEN FARBE

Wer aussortiert und einige Waren aus dem Sichtfeld der Kunden geräumt hat, kann den Eindruck von Ruhe und Kompetenz noch durch weiße oder dunkle Rückwände verstärken. Beide schaffen Neutralität und die Ware kommt gerade vor dunklen Hintergründen besonders gut zur Geltung. Angst, zu steril zu wirken, müsse niemand haben, sagt Boris Ruf. „Die Medikamente bringen genug Farbe mit“, weiß er aus Erfahrung. Wer es trotzdem noch etwas bunter mag, kann Farbe gezielt einsetzen und damit einzelne Bereiche optisch voneinander abtrennen. So heben sich auch Sonderaktionsflächen sehr gut vom Rest des Sortiments ab. „Diese Bereiche werden gern für OTC-Produkte eingesetzt“, so Ruf. Auch das eigene Apotheken-

## CHECKLISTE

### MIT EIN PAAR TRICKS WIRKUNG ERZIELEN

- Räumen Sie Ihre Regale auf, das sorgt für Ruhe und Klarheit. Motto: weniger ist mehr
- Kleben Sie Spiegelwände in den Regalen ab. Zu viel Ware überfordert die Kunden.
- Setzen Sie Farbe gezielt ein, um Verkaufsbereiche voneinander abzugrenzen. So kommen auch Aktionsflächen groß raus.
- Sie haben ein interessantes Logo? Dann präsentieren Sie es doch auf einer ganzen Wand.
- Nutzen Sie Digitale Instore Medien, um Ware zu präsentieren.
- Greifen Sie bei der Gestaltung punktuell die Unternehmensfarben auf. Das sieht auch als Akzent an einer Wand sehr gut aus.



# 3 FRAGEN AN...



**BORIS RUF**

INNENARCHITEKT,  
KUNESA  
INNENEINRICHTUNGEN

**Viele Apotheker würden gern ihre Apotheke umbauen, scheuen sich aber vor hohen Kosten. Sind die Ängste begründet?**

Wir gehen individuell auf die Wünsche ein und erstellen im Vorfeld ein Konzept, das dem Budget entspricht. Schon mit kleinen Maßnahmen kann man eine große Wirkung erzielen. Andere Farben, einheitliche Fronten, eine klarere Struktur – damit ist oft schon eine sehr große Veränderung erzielt.

**Pläne auf Papier sind das eine. Aber sieht es am Ende auch so gut aus?**

Hier unterstützt uns die moderne Technik. Am Computer erstelle ich eine komplette 3D-Planung. Diese 360-Grad-Visualisierung lädt sich der Kunde auf sein Smartphone oder Tablet und kann damit durch seinen Laden laufen und sehen, wie jede Ecke seiner Apotheke nach der Umgestaltung aussehen wird.

**Muss der Apotheker während des Umbaus schließen?**

Naehzu nie. Schließlich hat der Apotheker auch eine Versorgungspflicht. Wir arbeiten mit Handwerkern zusammen, die sich des sensiblen Arbeitsumfelds bewusst sind. Wir versuchen Staub und Lärm absolut in Grenzen zu halten.



ALT



NEU

**In der Schloss Apotheke Gerolstein zieht der außergewöhnlich geschwungene HV-Tisch aus Holz die Blicke auf sich.**

logo oder die jeweilige Stadtshilouette mache sich an der ein oder anderen Wand gut.

„Aktuell gehe der Trend wieder in Richtung schwarz-weiß, das ist zeitlos und damit auf lange Sicht eine gute

## ALTE TECHNIK IM NEUEN GEWAND – DIESER KLEINE OPTISCHE TRICK FÄLLT KEINEM KUNDEN AUF

Entscheidung“, meint Boris Ruf. Über Jahre waren Wände in Steinoptik sehr angesagt. Wer sich jetzt davon trennen möchte, muss nicht gleich zu Hammer und Meißel greifen. Auch hier bietet es sich an, einen neuen Akzent zu setzen.

Bei der Umgestaltung muss es zudem nicht immer sofort der ganz große und damit teurere Komplettumbau sein. Möglich ist es, auch nur jene Fronten zu verändern, die zum Verkaufsraum hin ausgerichtet sind. Der Kunde sieht dann nicht, dass hinter dem neuen

Look die alte Technik steckt, denn die kann meist sehr gut integriert werden.

Viele Apotheker, aber auch ihre Kunden wünschen sich mehr Diskretion im Beratungsgespräch. Gerade in kleinen Apotheken lässt sich der empfohlene Mindestabstand von zwei Metern zum nächsten Kunden jedoch nur schwer einhalten. Möglich ist es, die einzelnen Bereiche mit Trennwänden abzugrenzen. Es gibt sogar Modelle, die Schall schlucken.

Da sich in einer Apotheke große und kleinere Menschen miteinander einen Arbeitsplatz teilen, wünschen sich einige Teams bei einer Umgestaltung auch flexible, in der Höhe angepasste Arbeitsplätze. Auch das lässt sich durch einen Tischler realisieren. Kunesa produziert alle Möbel in der eigenen Schreinerei und montiert diese auch vor Ort. Die andere Gewerke werden von Kunesa koordiniert, auch gern örtliche Unternehmen mit einbezogen.

„Ich arbeite seit 20 Jahren im Apothekenbau und finde es immer wieder spannend, individuelle Lösungen zu finden. Von der kleinen Apotheke an der Ecke bis zur großen Erlebnis-Apotheke ist alles dabei. Am meisten freut es mich, wenn alle glücklich sind und auch die Apothekenkunden das Ergebnis klasse finden“, sagt Boris Ruf.