

Funktionale und repräsentative Geschäftsräume mit kleinem Budget

(Dipl.-Ing. Juliane Moldrzyk, Dipl.-Ing. Inga Schulze, 22.03.2010)

1. Ziele einer durchdachten Gestaltung
 2. Grundrissplanung/ Begegnung mit dem Kunden
 3. Übergreifendes Gesamtgestaltungskonzept
 4. Die Umsetzung
-

1. Ziele einer durchdachten Gestaltung

a) Kommunikation

Was?

- Geschäftsidee
- Produktpalette
- Philosophie

! Raumgestaltung ist Visitenkarte.

Wem?

- Kunden, Geschäftspartnern
- Mitarbeitern, Lieferanten, Vertretern
- sich selbst!

! Raumgestaltung beeinflusst Haltung und Auftreten.

b) Repräsentativ wirken, ohne teuer sein zu müssen

- Was ist repräsentativ?
- Mit welchen Mitteln kann der Inhalt dargestellt werden?

! Durchdachte Gestaltung bringt Ihre Inhalte zur Geltung und berücksichtigt Ihr Budget.

c) Praktikabilität und Funktionen optimieren

- Funktionsbereiche
- Wegeleitung
- Ergonomie
- Wartung

! Durchdachte Gestaltung ist Voraussetzung für gutes und wirtschaftliches Arbeiten.

d) Kundenbindung, Kundenlenkung

- Zielgruppe
- Wiedererkennung
- Verweildauer
- Wohlgefühl

! Durchdachte Gestaltung dient dem Kunden und ermöglicht langfristige Bindung.

2. Grundrissplanung/ Begegnung mit dem Kunden

Aspekte zur Wahl der passenden Räume:

Raumprogramm:

- Welche Art von Räumen und welcher Zuschnitt?
- Wer betritt die Räume (> nur ich, Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter...)
- Wieviele qm werden benötigt (Größe vorher bestimmen)

Funktionsverteilung/ Raumstrukturierung:

- was soll wo stattfinden (ggf. Doppelnutzung möglich)
- für Verkauf ist Übersichtlichkeit besser (besser ein großer Raum als viele kleine)

- Lagerfläche, Abstellkammern oder Kellerräume
- Grundriss und Größe prüfen (Probemöblierung auf dem Papier)
- Platz für einen Besprechungsraum und eine Pausenecke

Wege /Kundenlenkung:

- Kombination von Verkaufsraum und Lager/rückwärtige Räume (sich kreuzende Wege vermeiden)
- Wegführung / Stellung des Tresens / Blickkontakt mit Kunden
- Position des Tresens

Normen / Vorschriften bei der Einrichtung

- Allgemein: Fluchtwege (-breite), nicht verstellen, nicht mit Brandlasten versehen
- Für Büroräume: das Arbeitsschutzgesetz, die Arbeitsstättenverordnung, die Arbeitsstättenrichtlinien und die Bildschirmarbeitsverordnung
- Für Ladengeschäfte: Vorschriften, gesetzliche Normen wie Gaststättengesetz, Gewerbeordnung

Für Büroräume:

- Tischflächengröße grundsätzlich 160 cm x 80 cm
- Platz hinter dem Schreibtisch, dieser sollte am ständigen Arbeitsplatz möglichst 100 cm tief sein
- Verkehrsweg (zum Schreibtisch oder auch dahinter entlang) 60 cm Breite
- Aufstellung senkrecht zur Fensterfront für Bildschirmarbeitsplätze

Für Ladengeschäfte:

- Höhe des Tresens
- Höhe der Regalfächer
- Abstände der Tische (in Cafe/Restaurant), Breite der Gänge

Begegnung mit dem Kunden/Beratung:

Aspekte der Raumgestaltung für Beratungs- und Empfangssituationen:

Analyse der Art der Begegnung und Wege des Besuchers

Variante I: Verkauf „Marktplatz“

- Kunde bewegt sich frei, sucht Ware aus
- Linkslauf intuitiv, Blick nach rechts
- Tresen parallel zum Weg, entfernt vom Eingang, bzw. am Ende des Weges durch den Raum
- Tresen kann als Trennung zw. Kunden- und Personalbereich dienen
- Übersicht für Personal bedenken

Variante II: Verkauf „exklusiv“

- Kunde muss beraten/bedient werden, Ware ist hochwertig oder benötigt Erklärung
- Wenn Tresen mittig und auffällig steht, wird Kunde intuitiv darauf zugehen
- Gleichzeitig Barriere zu hinteren Bereichen

Variante III: Verkauf / Beratung

- längere Verkaufs- oder Beratungsgespräche
- Ein Kunde oder mehrere Kunden? Zufälliges Erscheinen oder mit Termin?
- Stehen oder Sitzen? Stehende Kunden nicht im Sitzen empfangen.
- Beratung als Miteinander

Variante IV: Empfang / Besprechung

- Empfang markieren (auch wenn kein Personal da ist), Wartemöglichkeit bereitstellen (eindeutig!)
- Beratungstisch (der frei gehalten wird) und Besucherstühle
- NICHT am Schreibtisch beraten
- Noch besser Beratungsraum
- Auch in Handwerksbetrieben: Beratungs- und Präsentationsecke einrichten (sauber und ruhig)

Das alles in die Gesamtgestaltung einbeziehen, durch Gestaltung betonen!

3. Übergreifendes Gesamtgestaltungskonzept

Ziel: Bei geringen Ausgaben Wiedererkennungswert und originelles Erscheinungsbild schaffen

- Gestaltung soll Inhalte transportieren (CI/CD) - *Repräsentation*
- Farben und Materialien vorher genau planen und beschränken - *Reduktion*
- Gestalterisch hervorheben, was relevant ist – *Prioritäten*
- Funktion jedes Elementes und Gestaltungsmittels hinterfragen - *Zweck*

a) Farb- und Materialkonzept

- Corporate Identity/ Corporate Design berücksichtigen
- Raumstimmung/gewünschte Wirkung aus Wortsammlung generieren
- Schlagwort/Thema: Farb- und Materialkonzept aus passenden Bildern generieren
- Farb- und Materialcollage zur Visualisierung, Gestaltungsrichtlinien erstellen

b) Reduktion

Was reduzieren?

- Materialien
- Farben
- Dekoration
- Möbelanzahl/Möbelformen
- Kleinteiligkeit vermeiden

Warum?

- Überblick/Orientierung
- Prioritäten setzen
- Kosten und Planungsaufwand reduzieren

c) Akzente

Akzente immer zu einem Zweck einsetzen!

- Blickleitung (Aufmerksamkeit erregen)
- Wegeleitung (Orientierung unterstützen)
- Dramaturgie (Präsentation, Betonung)
- Gestaltungsthema unterstützen
- Raumproportionen beeinflussen

Wie akzentuieren?

- Farbe, Farbstreifen
- besondere Materialien
- Licht (Spots, flächige Hinterleuchtung)
- (auffällige) Form
- Dekoration

d) Möglichkeiten von Materialien

Materialkosten und Wirkung hängen nicht unbedingt zusammen!

Nicht um jeden Preis sparen: Beanspruchung und Wartung bedenken.

- Imitierte Oberflächen: Vor- und Nachteile (Laminat, PVC, Resopal statt Naturstein und Parkett)
- preiswert: Einfacher Anstrich (Streifen, Schablonierung, Flächen; Eigenleistung)
- Tapeten oder Wallsticker reduziert als Akzent, austauschbar
- neue Materialien und Optionen entdecken

4. Umsetzung

a) Kostenkalkulation, Folgekosten reduzieren (Beleuchtung, Wartung, Reinigung...)

- Aufstellung einer Kostenkalkulation
- Preise nach eigener Schätzung, Freunde fragen, Angebote Handwerker, Möbelkatalog etc.
- mit von-bis-Preisen arbeiten (minimale und maximale Kosten)
- WER führt welche Arbeiten aus?
- Folgekosten bedenken
- Nicht um jeden Preis sparen: Hell genug muss es unbedingt sein! Boden nach Beanspruchungsklasse wählen usw.

b) Anfangskosten reduzieren durch zeitlich gestaffelten Umsetzungsplan

- Zeitplan aufstellen (beachten: Trocknungszeiten, Lieferzeiten, Verfügbarkeit der Handwerker, Vorlauf bei Angebotseinholung und -vergleich, Abfolge der Handwerksarbeiten, Zugänglichkeit)
- Sicherheit bei Planung (z.B. für Eröffnungstermin, Weihnachtsgeschäft etc.)
- Zeitlich gestaffelte Umsetzung zur Kostenreduzierung (keine Provisorien, durchdachte Prioritäten!)
- Reihenfolge der Bauarbeiten beachten

c) Umsetzungstipps für Eigenleistungen, günstigen Einkauf

- Selber streichen, Möbellieferungen annehmen, Möbel zusammenbauen, Dinge selber abholen
- Kreatives Umnutzen, Fertigmöbel verändern (verfremden oder reduziert einsetzen)
- Vorhandenes weiter nutzen
- Echte Provisorien einsetzen (Regale aus Umzugskisten, leere Schuhkartons, Paletten)
- Günstig einkaufen (z.B. bei ebay ersteigern, Inwerk: preiswerte Büromöbel, die abwandelbar sind www.inwerk.de, Bene: Gebrauchtmöbelseite: <http://www.gute-form-guter-preis.de/epages/Bene.sf> (Ausstellungs- und Musterstücke), Fundgruben von Möbelhäusern, Gastroausstatter möbel24.de, go.in.de etc. – insbesondere bei großen Stückzahlen)
- Zweckentfremdung, Gestaltungswillen > Um die Ecke denken! „Lebe lieber ungewöhnlich“
- konventionelle Bahnen zu verlassen! Lieber originell und umsonst als neu und billig!

d) Vorteile eines professionellen Planers - doppelte Kosten vermeiden durch gute Beratung

- Blick von außen, Kreativität, kritische Stimme
- Sichtbarmachen von Ideen ohne Risiko
- Kenntnis des Marktes/Angebots
- Kosten- und Zeitplan im Griff
- Kostbarer Zeitgewinn durch Abgabe von Organisation
- Netzwerk von Handwerkern

Leistungen von raumdeuter für Gründer

- Beratung
- Funktionsanalyse / Grundriss prüfen
- Themenfindung für Gestaltung
- Farb- und Materialkonzept
- Gründerpaket
- Seminar

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Wir wünschen viel Erfolg für Ihren Gründungsprozess!