

Modernität und Zeitgeist – aber nicht zu kühl

Gibt es eine Anleitung zum guten Design und zu einer Wohlfühlatmosphäre? Der Kampf um das Design – der Kampf um den Kunden

von Anette Mützel

Ein neues Geschäft wird eröffnet: schickes Design, teure Inneneinrichtung, phantastische Farben, gut ausgeleuchtet, trainierte Mitarbeiter und gute Produkte, aber die Kunden bleiben fern, es läuft nicht so wie erwartet! Ein Albtraum!

„Und eigentlich wurde doch alles richtig gemacht!“ Jede deutsche Fußgängerzone hat ein Überangebot an Geschäften, an Bäckereien, Blumenläden, Supermärkten, Drogerien usw. Wieso kommt es, dass einige dieser Geschäfte gut besucht sind und andere Läden wiederum nur wenige Kunden begeistern und anziehen? Woran kann es liegen, dass sich der Konsument trotz ähnlicher Produktpalette für das eine und nicht das andere Café entscheidet?



Übersichtliche Präsentation der Waren, klare und deutliche Kommunikation der Angebote, keine überfrachtete Dekoration: Stimmiges Konzept im modernen Design. Foto: Mützel

Bei der Entscheidung ob ich ein Café besuche, muss mich bereits der erste Anblick neugierig machen, ich muss mich angezogen fühlen, es muss attraktiv sein. Wohlgerichtet immer nur auf den ersten Blick – und beim ersten Besuch. Ob ich nach meinem ersten Besuch wiederkomme, entscheidet dann der „moment of truth“ – wenn ich in Kontakt mit den Mitarbeitern komme und die Produkte beurteilen kann. Eine gute Qualität und ein freundlicher Service spielen die entscheidende Rolle, ob ich wiederkomme. Und eventuell sogar über ein schlechtes Ambiente hinweg sehe.

Eine attraktive Außenfassade, ein einladender Eingangsbereich, eine schicke und zeitge-

maße Einrichtung, warme Farben, natürliche Materialien, dies alles trägt zum Wohlfühlen bei. Aber die Menschen selbst: Kunden, Gäste und Mitarbeiter bringen diese Stimmung zum Leben und zum Erfolg – oder auch nicht. Eine gute Atmosphäre ist ein Puzzle aus vielen, verschiedenen Teilen:

Der erste Eindruck zählt – dieser beginnt nicht erst im Betrieb, schon Parkplatz, Außengelände und Fassade sprechen für sich: Sauberkeit und Ordnung sind Voraussetzung. Große gläserne Eingangstüren und Fronten verleihen dem Geschäft eine offene Wirkung und sind überaus attraktiv. Die appetitliche Ware ist von außen sichtbar, der Kunde ist motiviert hineinzugehen.

Ein kleiner Hochtisch mit Hochstühlen oder eine gemütliche Sitzzecke, selbst die kleinste, bunt und attraktiv gestaltete Außenbestuhlung sind ein absolutes Muss. Aber bitteschön mit Geschmack und Zeitgeist! Das heißt also keine weißen Plastikstühle vom Discounter! Keine Schirme mit bunten Werbeflächen und Plastikabfalleimer von Eisfirmen, die sich mit Ihrer Idee und Ihrem Konzept nicht vertragen. Und Sauberkeit ist hier oberstes Gebot!

Die Eingangstüren und Schaufenster sollten Sie möglichst frei halten, nichts ist unattraktiver als ein Meer von Postern und Plakaten. Fokussieren Sie sich auf eine Hauptaussage – wofür steht Ihr Betrieb?

Welches Produkt unterscheidet Sie von den Mitbewerbern?

Ihr Logo und Ihre Kernaussage müssen hier platziert sein. Versuchen Sie nur das Nötigste zu kommunizieren! Transparenz und Klarheit schaffen Vertrauen!

„Licht lockt Leute“ – allerdings kann ein zu heller Raum auch der Grund sein, dass sich Ihre Gäste bei Ihnen nicht

und alle Schritte müssen durchdacht sein, von der Tüte bis zur Gebäckzange muss alles an der richtigen Stelle sein. Hier beginnt das System. Am besten durchläuft man die Arbeitsabläufe aller Stationen; der Küche, des Service etc. aus der Sicht der Mitarbeiter und der Gäste: Wie kann eine Bestellung, ein Aufenthalt ablaufen? Eine spezielle Herausforderung ist es, das klassische Bäckergeschäft mit dem Ablauf eines Cafés und den unterschiedlichen Wünschen und Bedürfnissen der Kunden zu vereinbaren.

Die Auswahl der Materialien, Farben und Formen ist dem Unternehmenskonzept, der Geschäftsidee und der Zielgruppe unterzuordnen. Wenn mein Motto zum Beispiel „frisch, natürlich, gesund“ ist, muss sich dieses Motto als roter Faden durch den gesamten Auftritt ziehen. Richtig gewählte Materialien, stimmig zum Konzept ausgewählte Farben und Formen, machen den Unterschied.

Ein stimmiges Ambiente und ein klares Design müssen nicht mit hohen Investitionskosten gleichgesetzt werden.

Es ist eine Sache des Zeitgeists, der Stimmigkeit und der Authentizität, ob Ihr Kunde sich in Ihren Räumlichkeiten wohl fühlt. Und ob sich Ihre Konzeptidee und Ihre Kernaussage in der Gestaltung wieder finden. Trotz alledem wundert man sich, wie viel Geld manche Betreiber für Design ausgeben – aber wenig Wohlfühlatmosphäre dafür erhalten. Letztendlich stellt sich die Frage:

Praxis Tipp

- ▶ Der erste Eindruck muss neugierig machen: attraktive Außenfassade; einladende, saubere Eingangsbereiche
- ▶ Eine Außenbestuhlung ist ein absolutes Muss
- ▶ Transparenz und Klarheit schaffen Vertrauen
- ▶ Einrichtung: effiziente Prozesse sichern
- ▶ Auswahl der Materialien der Geschäftsidee und der Zielgruppe unterordnen

„An welche Bäckereien und an welches Cafés erinnert man sich am liebsten?“ Oft sind es schlichte und einfache Räumlichkeiten, in denen vor allem meine Sinne angesprochen werden und die meinen jeweiligen Wünschen und Bedürfnissen entsprechen. Das Ambiente und das Design müssen mit meinem Lifestyle, meiner Einstellung und meiner Überzeugung übereinstimmen.

Vielleicht sind es in Ihrem Geschäft nur wenige kleine Veränderungen in der Farbe, den Materialien oder „etwas weniger Dekoration“, die den Kunden begeistern lassen. Vielleicht hat sich in Ihrem Betrieb zu viel „Schnick-Schnack“ angesammelt und Sie müssen einfach mal „klar Schiff“ machen. Eventuell reicht eine „Auffrischung und Verjüngung“ Ihres Betriebs mit geringstem Budget.

Gehen Sie zurück zum Ursprung. Kenne ich meine Zielgruppe und deren Wünsche? Der Fokus sollte auf die Wiedererkennung Ihrer Marke und auf die Stimmigkeit Ihres Auftritts gerichtet sein. Und auch hier ist „Weniger oft mehr“.

Die Autorin



Anette Mützel,
GF Foodservice
Solutions

Anette Mützel führt als Spezialistin für System-, Handels- und Markengastronomie die Unternehmensberatung Foodservice Solutions in Wiesbaden. Nach verschiedenen Positionen im Top-Management bei Nordsee, Burgerking oder Ikea, leitet Sie heute Projekte u. a. für Tegut, Marché, Ikea und auch in-teressierte Bäckereien.

Informationen:

Tel. 0611 / 341 54 55

www.foodservicesolutions.de

Anzeige

Qualität
made in Germany
seit über 40 Jahren!

Entwicklung und Produktion von:
Creme-Pasteurierer
Pasteurierer
Eismaschinen
Sahneemaschinen

Kälte-Rudi®

www.kaelte-rudi.de Tel: 07234-98290

wohl fühlen. Für die Verkaufstheke und die Arbeitsflächen ist eine gute Ausleuchtung allerdings äußerst wichtig. Die Ware muss attraktiv präsentiert und ausreichend beleuchtet werden: die Kunden sollen zum Kauf und Verzehr motiviert werden. Das Angebot klar kommunizieren; Schiefertafeln bringen Natürlichkeit und Sympathie in Ihr Konzept, bitte auf Schrift und Schreibweise achten.

Ein gutes Layout ist für einen reibungslosen Ablauf und für effiziente Prozesse in jedem Betrieb von größter Bedeutung. Hier wird der Umsatz gemacht! Die Abläufe müssen stimmen

Anzeige

PERFEKT
GEPLANT UND EINGERICHTET
wer verkaufen müssen Sie noch selbst

Schneider Ladenbau
Hürtdörfer Design

74865 Beckersheim, Herrngasse 10
Telefon 06261-92 68-0, Fax: 06261-92 68-50
www.sl-hd.de