

Die Marke „Optiker“

Zu ihrem 20-jährigen Bestehen bezog die Poschmann Design GmbH Mitte August ein eigenes Firmengebäude im brandenburgischen Premnitz. Ob konservativer Ladenbau oder modernes Shop Design für das augenoptische Fachgeschäft: Showroom und Musterausstattung geben vielfach Anregungen für Interieur-, Farb- und Beleuchtungskonzepte.

An der Premnitzer Peripherie, in einem Industriegelände, umgeben von den Wäldern des schönen Havellands, erwarben die Ladeneinrichter vor zwei Jahren ein dreieinhalbtausend Quadratmeter großes Grundstück und eine ehemalige Gaststätte. Im November vorigen Jahres begann der Umbau, im August 2012 zog man um. Das jetzige Gebäude mit rund 1.400 Quadratmetern Fläche führt alle Unternehmensbe-



Die Geschäftsführer Peter Poschmann (rechts) und Jens Vogel im neuen Premnitzer Showroom (www.poschmann-design.de)

reiche unter einem Dach zusammen: Kundenberatung, Projektierung, Technik, Lager. Mit dem „Sahnehäubchen“, dem Showroom. „Mit ihm können wir richtig Flagge zeigen“, freut sich Geschäftsführer Peter Poschmann. In Rathenow sei man aus allen Nähten geplatzt. Bei zwanzig festen und freien Mitarbeitern wurde es in den alten Räumen zu eng. Auch sei der Standort wenig attraktiv gewesen. „Immer mehr Optiker machen sich und ihr Geschäft zur Marke. Wenn sie dann bei uns eine größere Investition für die Erneuerung ihres Laden-

designs tätigen, muss unser eigener Auftritt interessant genug und kundenadäquat sein.“

Viel wurde in Eigenregie durchgeführt, angefangen von der Planung, der Bauleitung bis zu den innenarchitektonischen Ausführungen. Eine Investition für die Zukunft, für die Mitarbeiter, die Klientel, betont der Geschäftsführer. „Es lässt sich hier ganz anders arbeiten. Wir können Kunden vor Ort unterschiedlichste Interieurlösungen, Mobiliar und Dekore zeigen. Jeder Raum ist großzügig, licht und hell und für sich ein Musterraum mit einem Thema, das Gestaltungsmöglichkeiten und Materialien für Fußböden, Decken, Beleuchtung präsentiert, zudem in unterschiedlichen Farben gehalten. Wir wollten keine Würfelbude, sondern eine konsequente gestalterische Handschrift zeigen. Damit der Kunde einen Eindruck bekommt und auswählen kann. Er entscheidet ja nicht allein über die Ratio, auch das Emotionale spielt eine Rolle. Wir müssen Vorbild sein, ihm das Gefühl und die Gewissheit geben, dass er bei uns gut aufgehoben ist.“

Repräsentativer Firmenauftritt

Architektonisch orientierte man sich am Dessauer Bauhausstil, der sachlich-funktionalen Formensprache des Kubus, an Transparenz, Leichtigkeit und Flächigkeit. Architektur als visuelles Signal, damit schon der äußere Eindruck überzeugt, erklärt Peter Poschmann. Im Inneren verkörpert jede Abteilung ein in sich geschlossenes Konzept. Dafür wurde das würfelförmige Gebäude von Grund auf entkernt und umgebaut: Fassaden, Dach und Decken, Fensterfronten. Und natürlich wurde auch auf Nachhaltigkeit geachtet, die gute Wärmedämmung im Winter und die Beschattung im Sommer, genauso wie die Akustik. „Raumklima und Akustik gewinnen in der Raumgestaltung zunehmend an Bedeutung. Sie sind wichtig, damit sich die Menschen, die wie bei uns oft länger als acht Stunden am Tag arbeiten, wohl fühlen.“ Insgesamt hätten die Mitarbeiter hier wesentlich bessere Arbeitsbedingungen, resümiert der Chef.

Vieles wurde mit Blick auf die optimierte Logistik konzipiert, wie die problemlose Be- und Entladung der LKWs. Nicht minder wichtig, die Kundenfreundlichkeit, wovon der großzügige Parkplatz vor der Haustür sowie der Empfangsbereich zeugen. So kann der Kunde fortan nicht nur über Kataloge, Bemusterung und 3D-Animation sein Ladendesign planen, sondern mit allen Sinnen Raum und Objekte begehen und erleben. Nach dem Plan der Geschäftsführer sollen bis zum Jahresende auch die letzten Details ausgeführt und der Schritt in die Zukunft vollzogen sein: Mit mehr Raum für Ideen und neuen Ideen für Räume – gemäß dem Slogan und dem Anspruch der Einrichter.

Von Angela Miosifzki