D77730 | www.cebra.biz

September – 6|2010

cebra

Zeitschrift für effiziente Beschaffung
rund um Büro und Arbeitsplatz

Öffentlicher Einkauf
Frankenstein über qualmende Köpfe und die neue VOL

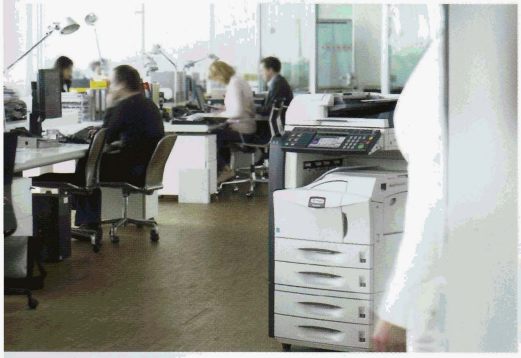
Special
Sicherheitslecks im Unternehmen aufspüren

Praxis
DIHK-Fachkonferenz „Grüne Beschaffung" in Berlin

Special
Empfang + Lobby: Der erste Eindruck entscheidet

Bitte beachten Sie folgende Seite/n:

56



Managed Print Services unter der Lupe, Themenspecial ab S.39
Titel: Staples Advantage nimmt die Herausforderung an, S.34
Test frei für den neuen „Liquid Ink Roller" von Bic, S.61

powered by BusinessPartner PBS
Die Zeitschrift für Handel und Industrie

09.46

Ob moderner Empfangsbereich mit Digital Signage oder stylischer Wartebereich vor dem Konferenzraum: Die Einrichtung entscheidet über den ersten Eindruck, den ein Besucher vom Unternehmen erhält.

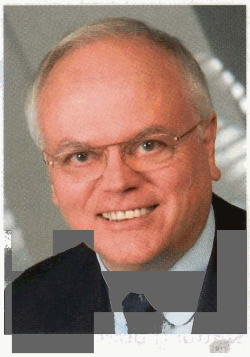
Eine komplexe Sache

Der Empfang gilt als „Visitenkarte eines Unternehmens". Dennoch wird der Bereich bei der Einrichtung oft stiefmütterlich behandelt. Wir sprachen mit vier Experten darüber, wie ein Empfangsbereich konzipiert sein sollte.

Ob Mitarbeiterbüros, Konferenzräume, Wartezonen oder eben der Empfang – jeder Bereich in einem Unternehmen hat eigene Aufgaben, und das sollte sich auch bei der Einrichtung widerspiegeln. Allerdings wird gerade den Empfangs- und Wartebereichen viel zu wenig Bedeutung beigemessen. Dabei ist die vernünftige Einrichtung eines Empfangsbereichs durch die Vielzahl der Funktionen eine sehr komplexe Angelegenheit.

„Zwei grundsätzliche Aspekte sind dabei besonders wichtig", betont Jürgen Jordan, beim Büromöbelhersteller Wini für Consulting und Architektenberatung zuständig: „Erstens sollte ein Entrée stimmig sein, also zum Unternehmen, seinem Anspruch und Auftritt passen. Bereits beim Eintreten sollte klar werden, wen man hier besucht. Zweitens muss ein Empfang auch funktionieren. Hier wird Post angenommen und eventuell zwischengelagert, hier werden Namensschilder gedruckt, es geht um Sicherheit, Überblick und Zugangskontrolle. Und dann ist der Empfang natürlich auch der permanente Arbeitsplatz für jemanden, der in seiner täglichen Arbeit unterstützt werden müsste", so Jürgen Jordan.

Petra Obermayr, Geschäftsführerin der auf Kunst für Unternehmen spezialisierten Identity of Art Ltd.



Günter E. Schmitt, Geschäftsführer von TV-Nauten-Corporate TV

Einen ganzheitlichen Ansatz hält auch Roland Zünd, Geschäftsführer des schweizerischen Unternehmens Züco für erforderlich: „Die Platzierung von Licht ist enorm wichtig. Raum und Sitzkomfort sollten geschaffen werden, um den Besuchern einen positiven Eindruck zu vermitteln. Und natürlich müssen sich selbst die Empfangssessel in das Raumkonzept einfügen und stimmig auf die anderen Komponenten des Raums abgestimmt sein."

Doch eine sinnvolle Empfangs-Einrichtung umfasst mehr als nur das Aufstellen von zueinander passenden Möbeln. Logisch platzierte Wegweiser und Displays mit Informati-

SPECIAL

onsmaterial spielen ebenso eine Rolle wie der Wartebereich und die Garderobe. Auch die Integration von Digital-Signage-Lösungen ist heute denkbar: „Die Technik ist dabei überhaupt kein Problem, hier kommt es eher darauf an, die Systeme auch mit sinnvollem Content zu versehen", erläutert Günter E. Schmitt, Geschäftsführer des Düsseldorfer Anbieters TV-Nauten-Corporate TV. „So sollten die Inhalte keineswegs überfrachtet sein und regelmäßig aktualisiert werden. Wenn ein Unternehmen einen Award gewonnen hat, dann muss darüber auch sofort informiert werden", so Schmitt. Vom Einsatz langer Image-Filme indes hält er nicht so viel: „Das sollte aber an der Verweildauer der Kunden ausgerichtet werden. Es macht keinen Sinn, Filme zu zeigen, die keiner zu Ende gucken kann."

Aber egal, ob mit Plasma-Display oder herkömmlichen Informationssystemen: „Wichtig ist es, klare und informative Orientierungshilfen für den Besucher zu schaffen, der daraus unterbewusst auch Rückschlüsse auf den generellen Informationsfluss im Unternehmen zieht", rät Petra Obermayr, Geschäftsführerin der auf Kunst für Unternehmen spezialisierten Identity of Art Ltd. Sinnvoll sei es auch, am Empfang und in Wartebereichen Gegenstände zu zeigen, die einen Bezug zum Unternehmen haben und auf die das Unternehmen stolz ist – die Produkte etwa. So könne man informieren und gleichzeitig auch eine emotionale Bindung zum Besucher aufbauen. Dabei sei es wichtig, den Chefs die Bedeutung des Empfangsbereichs ihres Unternehmens klarzumachen, denn: „Eine stimmige Selbstdarstellung ist ein wichtiges Marketing- und PR-Instrument", so Petra Obermayr.

Jürgen Jordan, beim Büromöbelhersteller Wini zuständig für Consulting und Architektenberatung

Roland Zünd, Geschäftsführer des schweizerischen Bestuhlungsspezialisten Züco

www.zueco.ch
www.wini.de
www.identity-of-art.de
www.tv-nauten.de