

Foto: Baucks Photographie



Foto: COS

**Bild oben:** COS, hier in Zürich, leistet sich viel komfortablen Freiraum auf der Fläche und hat mindestens eine barrierefreie Umkleidekabine, in die eine Mutter mit Kind und Hund hineinpasst  
**Bild links:** Das Schuhhaus Zumnorde in Köln hat an zentraler Stelle einen Doppelkinderwagen-großen Aufzug

# Alle profitieren

Das barrierefreie Gestaltungsprinzip ist in der Storeplanung immer noch eher ein Nebenschauplatz. Wer das Thema aus der Nische holt, entdeckt darin jedoch Design-Aspekte für erhöhten Einkaufskomfort, die allen Kunden zugutekommen.

von Konny Scholz

Es mag ein subjektiver Eindruck sein, dass die Dichte an Zwillingskinderwagen in den Einkaufsstrassen zunimmt. Fakt ist, dass Thomas Zumnorde, Geschäftsführer des gleichnamigen Schuhfilialisten, auch dem Vater oder der Mutter mit Doppelkinderwagen das Einkaufen so angenehm wie möglich gestalten will. Die Suche nach einem passenden Fahrstuhl für seine Kölner Filiale mit Kinderschuh-Abteilung im Basement erklärte er zur Chefsache. Höchstpönlich ermittelte er die Breiten gängiger Kinderwagenmodelle. Der Geschwisterwagen-fähige Fahrstuhl wurde von Beginn an in die Planung des Gebäude-Umbaus integriert – und zwar keineswegs irgendwo abseits oder hinten in einer Ecke, sondern prominent und zentral als stilprägendes Element im Store.

„Bei der Planung stellt sich die Frage: Versteckt man die Baumaßnahmen, die Barrierefreiheit ermöglichen, oder thematisiert

man sie nicht besser offensiv innerhalb eines Gestaltungskonzepts? Sie sind schließlich Teil unseres Lebens“, meint der Architekt André Kramm. Er ist überzeugt, barrierefreie Raumgestaltung sei zu allererst eine Frage der Haltung. Gemeinsam mit dem Investor Marcel Kremer und dessen Unternehmen feuerwerk.immobilien baute Kramm in Limburg ein innerstädtisch gelegenes früheres Bahngelände mit viel denkmalgeschützter Substanz in einen modernen Mixed-Use-Komplex für Retail, Büro und Dienstleistung um. Gegenüber dem mittelalterlichen Altstadt kern mit vielen Stufen und Kopfsteinpflaster erweist sich die Kinderwagen- und Rollator-freundliche Anlage des neu erschlossenen Quartiers Werkstadt Limburg als klarer Wettbewerbsvorteil. „Schrägen, Durchgangshöhen, Niveau-Unterschiede, Stufen – natürlich haben denkmalgeschützte Gebäude Hindernisse. Aber in der Regel lässt sich eine Lösung

finden. Man muss so eine Planung eben als kreative Herausforderung ansehen.“

## Mehr Sensibilität...

Den Vorteil barrierefreier Storegestaltung erkennen allerdings noch lange nicht alle. Höhere Sensibilität im Einzelhandel für die Belange unterschiedlicher Kundengruppen ist das Anliegen von Veronika Egger, Gründerin von is-Design in Wien. Sie wirbt dafür, „barrierefrei“ und „generationenfreundlich“ nicht als Stressfaktoren in der Storegestaltung anzusehen, sondern im Gegenteil als Stress-Senker für Kunden und als Zeichen der Wertschätzung. Voraussetzung ist ein entkrampfter Blick auf das barrierefreie, inklusive Gestaltungsprinzip. „Die ablehnende Haltung kommt durch das in unserer Kultur immer noch verankerte Stigma der Behinderung. Wenn man „barrierefrei“ mit „behindertengerecht“ gleichsetzt

und allein den Rollstuhlfahrer fokussiert, verengt sich die Diskussion. Eigentlich geht es um höheren Nutzwert und Komfort, von dem alle profitieren“, so Egger.

Der stufenlose Zugang ist die Basis-Anforderung für barrierearmes Storedesign. Geräumige Gänge von mindestens 1,50 m Breite zwischen den Warenregalen sind ein wichtiger Aspekt. Rollatoren benötigen mehr Rangierplatz als Rollstühle, weil sie in der Regel von motorisch (stark) eingeschränkten Menschen bedient werden, die beim Umkehren einen großen Bewegungsradius benötigen. „Und die Kundin mit Einkaufswagen und Kind an der Hand braucht mindestens ebenso viel Platz“, meint Egger. Eines ihrer Positiv-Beispiele: „Beim Fashion-Filialisten COS ist zumindest eine Umkleidekabine vorbildlich barrierefrei zu erreichen, gut ausgestattet und beleuchtet und geräumig genug, dass Kind und Hund mit hinein können. Alle Kabinen sollten nach diesem Vorbild gestaltet sein.“

Die eindeutige Kennzeichnung von Glasüren im Eingangsbereich gehört ebenso dazu wie eine gute Lesbarkeit von Etiketten, Preisen und Informationen an Regalen und Produkten. Gut greifbare Türgriffe und Handläufe sind leicht umsetzbare Details wie auch

Das Gerber in Stuttgart ist das erste Einkaufscenter in Baden-Württemberg, das vom HDE mit dem Zertifikat „Generationenfreundliches Einkaufen“ ausgezeichnet wurde. Es bietet u.a. einen Rollstuhlverleih



Foto: Ippolito Fleitz Group/Sander & Bastian

### Weiterführende Links:

[www.generationenfreundliches-einkaufen.de](http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de)  
[www.is-design.at](http://www.is-design.at)  
[www.if-universaldesign.eu](http://www.if-universaldesign.eu)  
[www.german-design-council.de/designpreise/universelles-design/2013/dokumentation.html](http://www.german-design-council.de/designpreise/universelles-design/2013/dokumentation.html)

beleuchtete oder markierte Treppenstufen. Ein Kassentresen sollte auch für Menschen in sitzender Position erreichbar sein sowie eine ausreichend tiefe Ablagefläche für Taschen in angenehmer Höhe besitzen. Ein Store braucht ein Orientierungssystem, das Sehbehinderte erfassen können sowie die klare Ausweisung einzelner Funktionsbereiche. Nicht die kräftigen Farben, sondern der maximale Farbkontrast ist es, der Hinweise besonders gut erkennbar macht. Auch die Akustik eines Raumes und die Beleuchtung sind Themen.

### ...auch der Mitarbeiter

Ein entscheidender Faktor ist schließlich die Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter. Jemand, der schlecht hört, versucht, aus dem Gesichtsausdruck des Gesprächspartners zu lesen. Daher ist die frontale Kommunikation entscheidend. Auch eine ungünstige Spotbeleuchtung senkrecht von oben kann die Gesichtszüge verzerren und die „Lesbarkeit“ der Mimik stören. Veronika Egger: „Die einzelnen Themen lassen sich kaum unabhängig voneinander realisieren. Eine gewerkeübergreifende, ganzheitliche Planung ist essenziell.“ Genau so wie Architekt Kramm verweist Egger auf das Zwei-Sinne-Prinzip, das barrierefreiem Design zugrunde liegt. Um sicherzugehen, sollte jeder Aspekt auf die Wahrnehmbarkeit durch mindestens zwei der drei Sinne Hören, Sehen und Tasten ausgerichtet sein.

Inklusives oder auch universelles Design, wie die Fachrichtung international genannt wird, nimmt inzwischen in der Ausbildung gestalterischer Berufe einen gewissen Platz ein. Die demografische Entwicklung und sinkende Kundenfrequenzen im stationären Handel, die ein Mehr an Servicequalität auf der stationären Fläche einfordern, werden absehbar für weitere Popularität sorgen, so die Einschätzung von Experten. „Zum Teil ist die Resonanz sehr gut; es könnten aber zum Teil noch deutlich mehr Unternehmen teilnehmen“, beschreibt Wilfried Malcher vom HDE das Feedback auf die 2010 gemeinsam mit Galeria Kaufhof ins Leben gerufene Zertifizierung „Generationenfreundliches Einkaufen“. Rd. 8.000 Einzelhandelsunternehmen ließen sich bisher zertifizieren.

redaktion@ehi.org