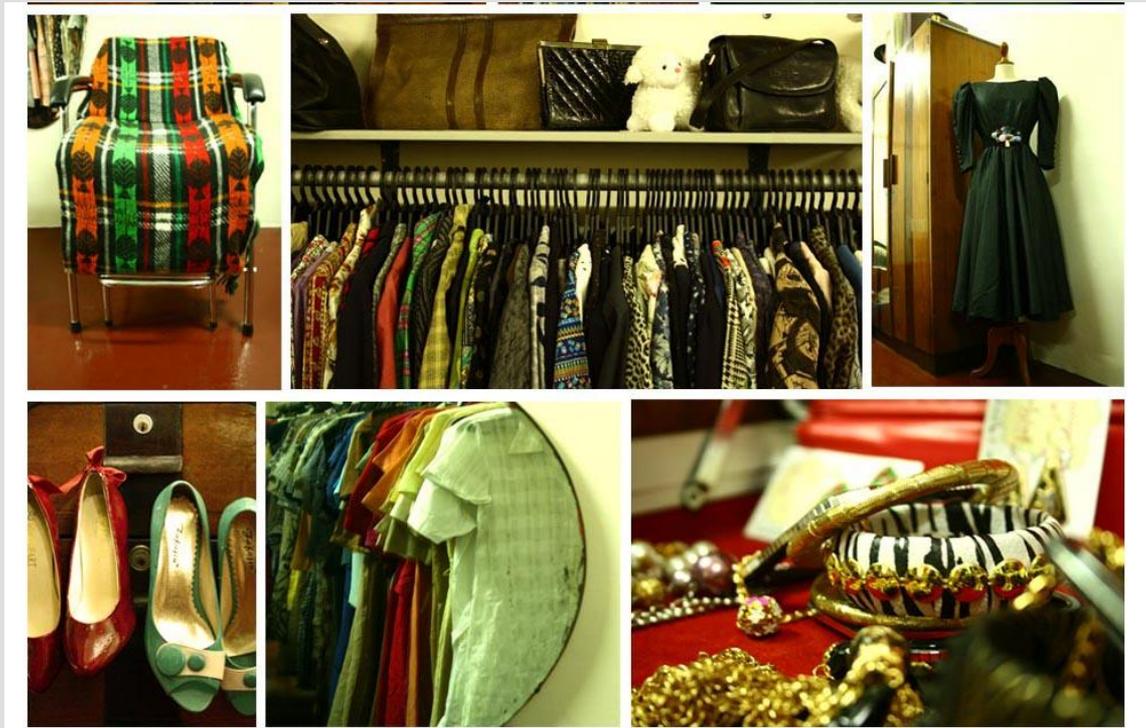


# Feng Shui für 3 Ladengeschäfte in Potsdam

Präsentationsbericht eines viertägigen Masterkurses über Business Feng Shui  
mit Howard Choy 蔡洪 und Gyda Anders, Feng Shui Architekten  
European College of Feng Shui (ECOFS) Berlin  
11.-14. März 2011



**Maystern ... Bad & Balsam... Q Regio n.a.h. erzeugt**

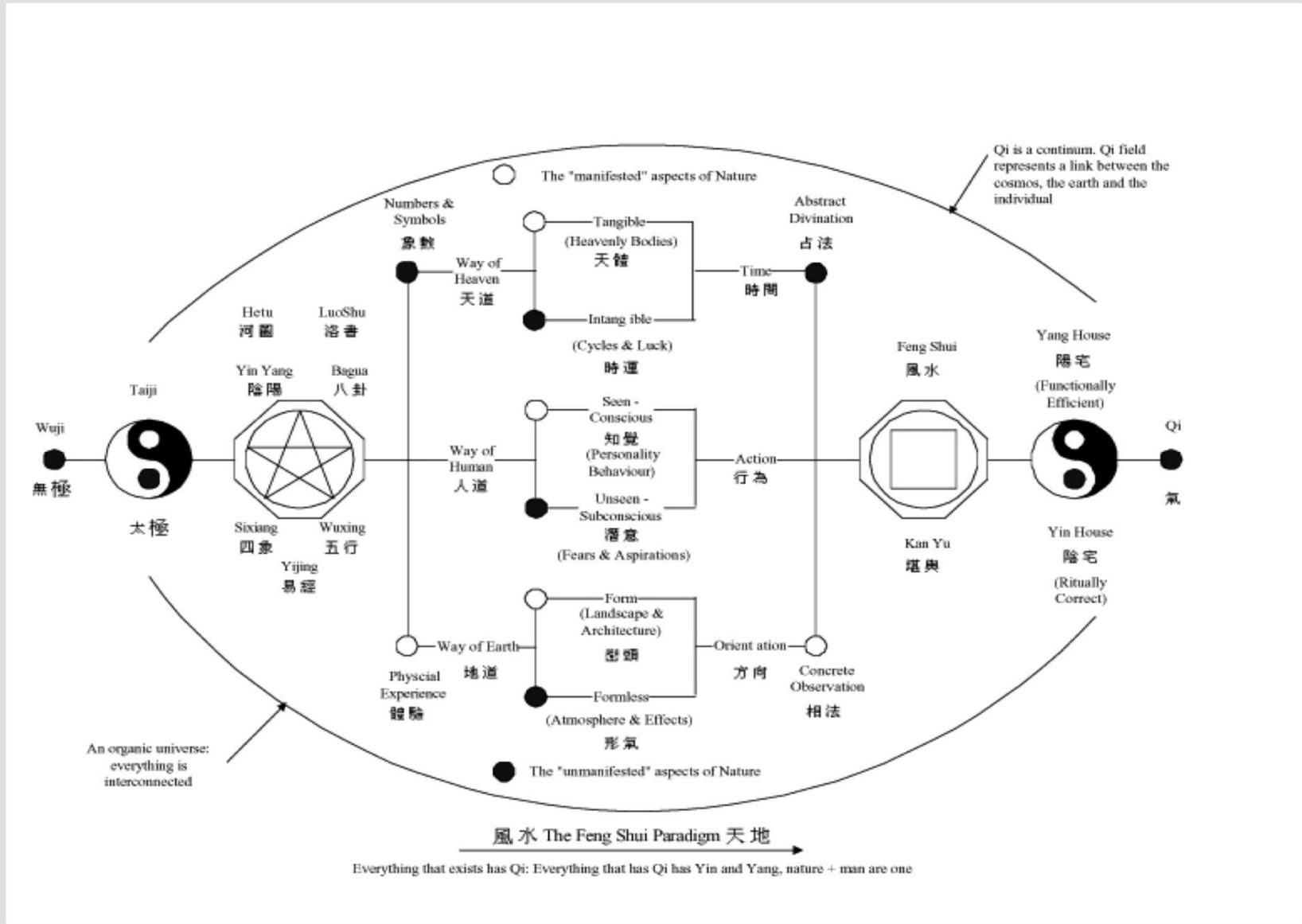
# Business Feng Shui - Ladengeschäfte



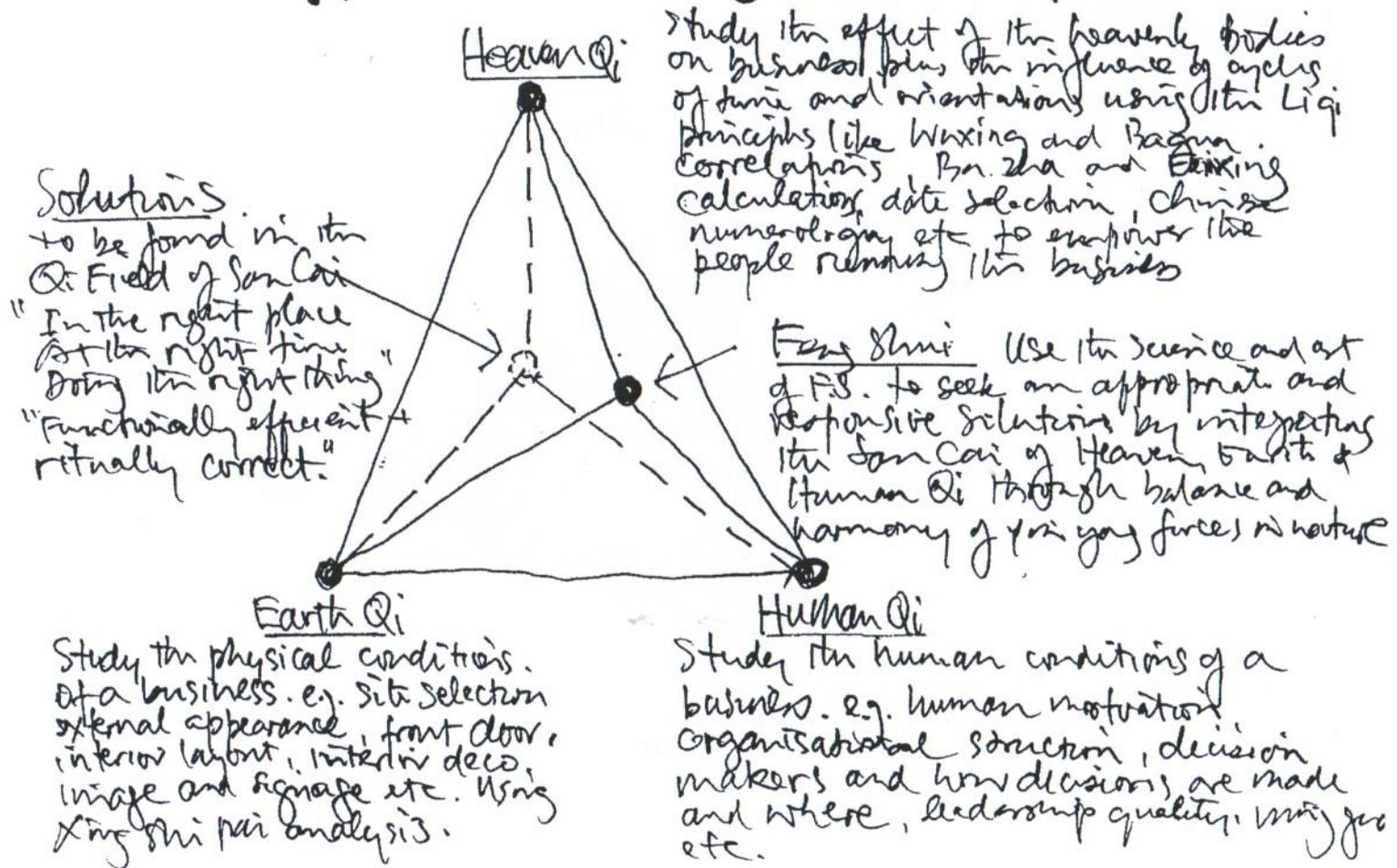
Der Begriff Retail meint den Direkterkauf von Gütern an einem fixen Standort, wie zum Beispiel in einem Einkaufszentrum, einer Boutique oder einem Kiosk oder über Mailkommunikation, in einem kleinen oder eigenständigen Geschäft. Es können untergeordnete Dienstleistungen wie Hauslieferung eingeschlossen sein. Als Kundschaft können Einzelpersonen oder Firmen auftreten.

Ein "retailer" kauft von Produzenten oder Importeuren, direkt oder über einen Grossisten, Güter oder Produkte in grossen Mengen und verkauft diese weiter an den Endutzenden. Das Ziel eines guten Feng Shui ist, diese Tätigkeit zu unterstützen, so dass Gewinn und Produktivität gesteigert werden können.

# The Feng Shui Paradigm



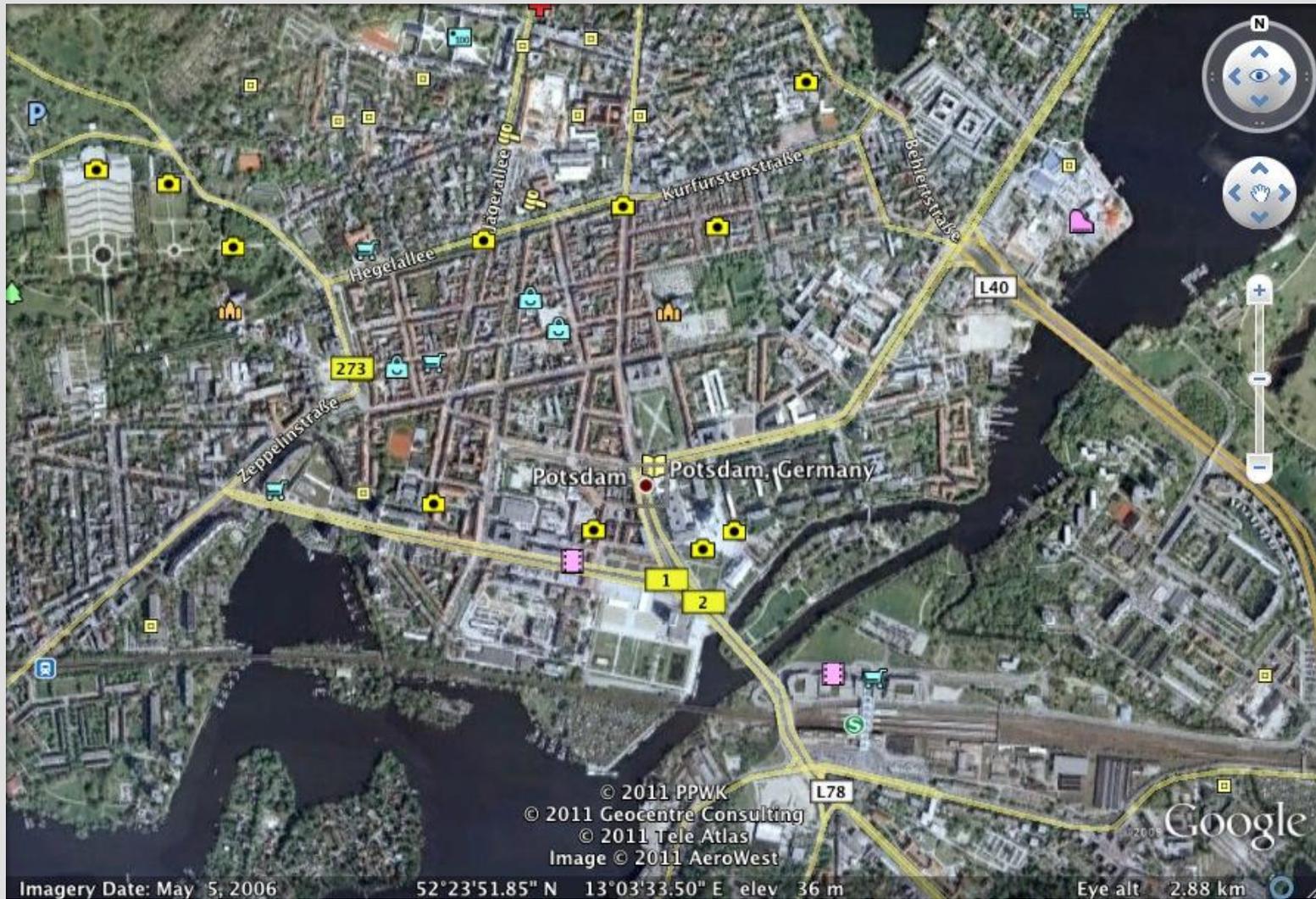
# Methodology for business Feng Shui Analysis



# **Feng Shui und Ladengeschäfte**

## **Checkliste für die Besichtigung vor Ort**

1. Lage und Infrastruktur
2. Erreichbarkeit/Zugänglichkeit und Mingtang
3. Erster Eindruck
4. Emotionale Verbindung (Aussenraum)
5. Beziehung zwischen Innen- und Aussenraum
6. Qi-Mund und Türschwelle
7. Emotionale Verbindung (Innenraum)
8. Grundriss des Ladens und Organisation
9. Qi-Fluss und Qi-Sammlung
10. Angemessenheit von Farbe, Gestaltungselemente und Mobiliar
11. Beziehung zwischen Eingangstür, Kasse und Verkaufsgut (sanyao oder die drei wesentlichen Elemente eines Ladengeschäfts)
12. Liqi-Betrachtungen zur Darstellung der unfassbaren und formlosen Aspekte des Ortes.



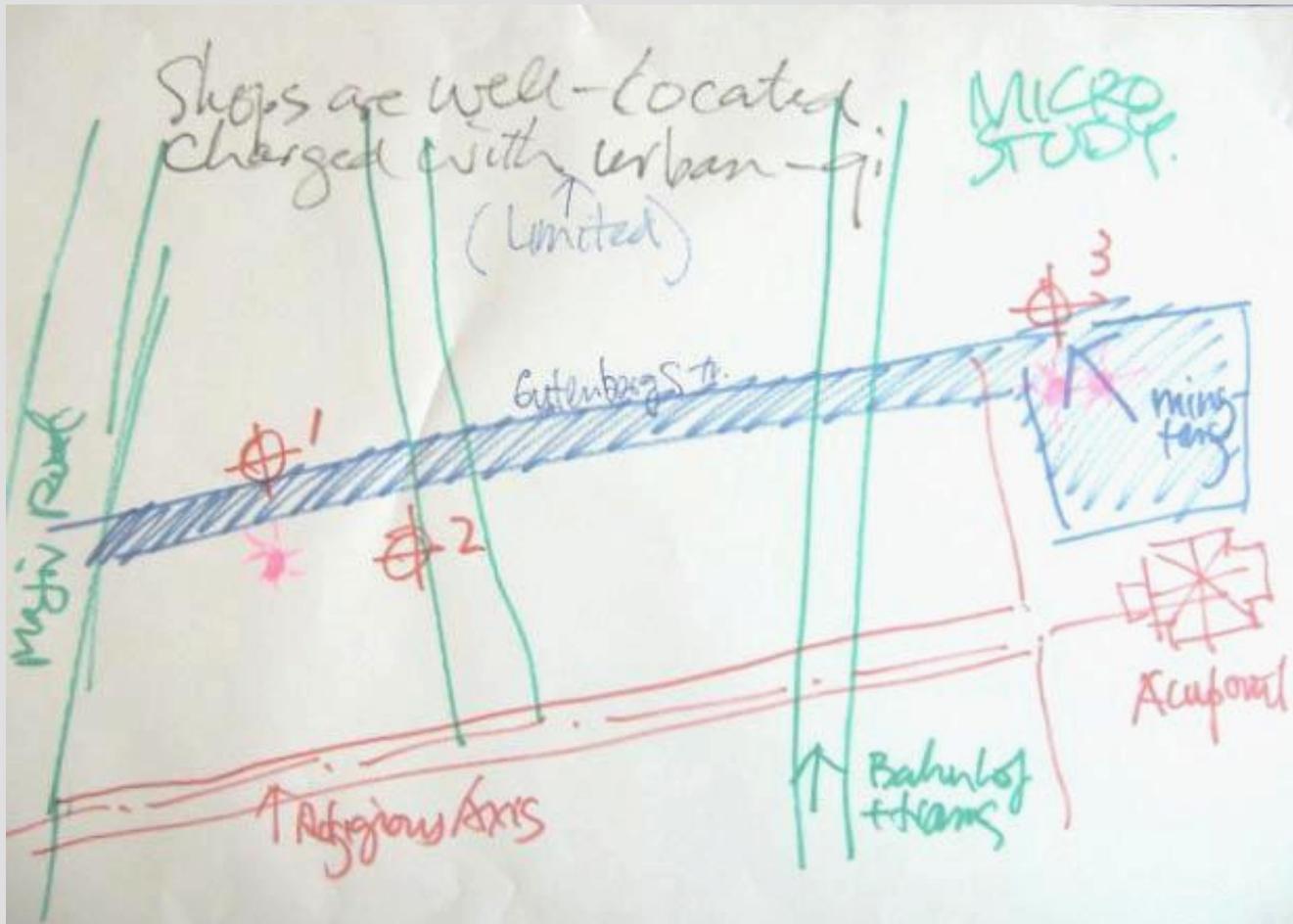
Macro-Studie von Potsdam



Lokalisierung der 3 Läden in der Stadt Potsdam



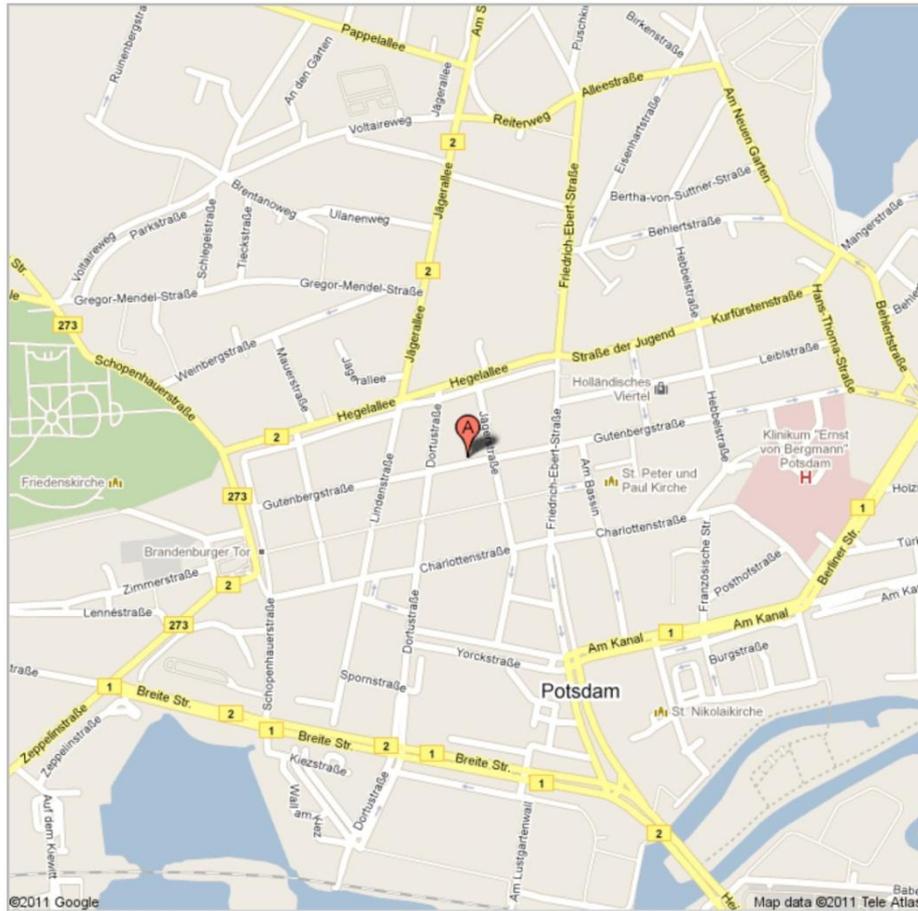
## Micro-Studie



Die Geschäfte befinden sich an einer guten Lage und werden gut mit urbanem Qi versorgt.



**Feng Shui**  
**Ladengeschäft, Maystern, Gutenbergstrasse 96, Potsdam**



## Lage der Boutique Maystern

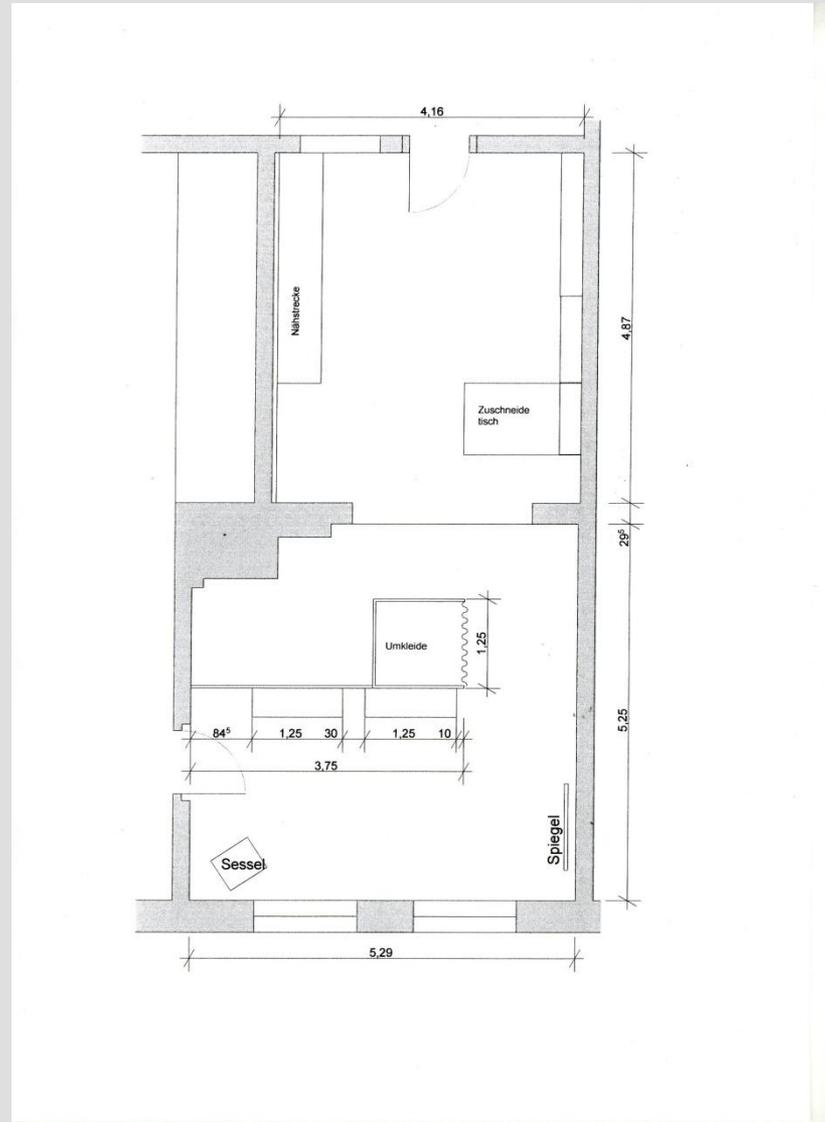




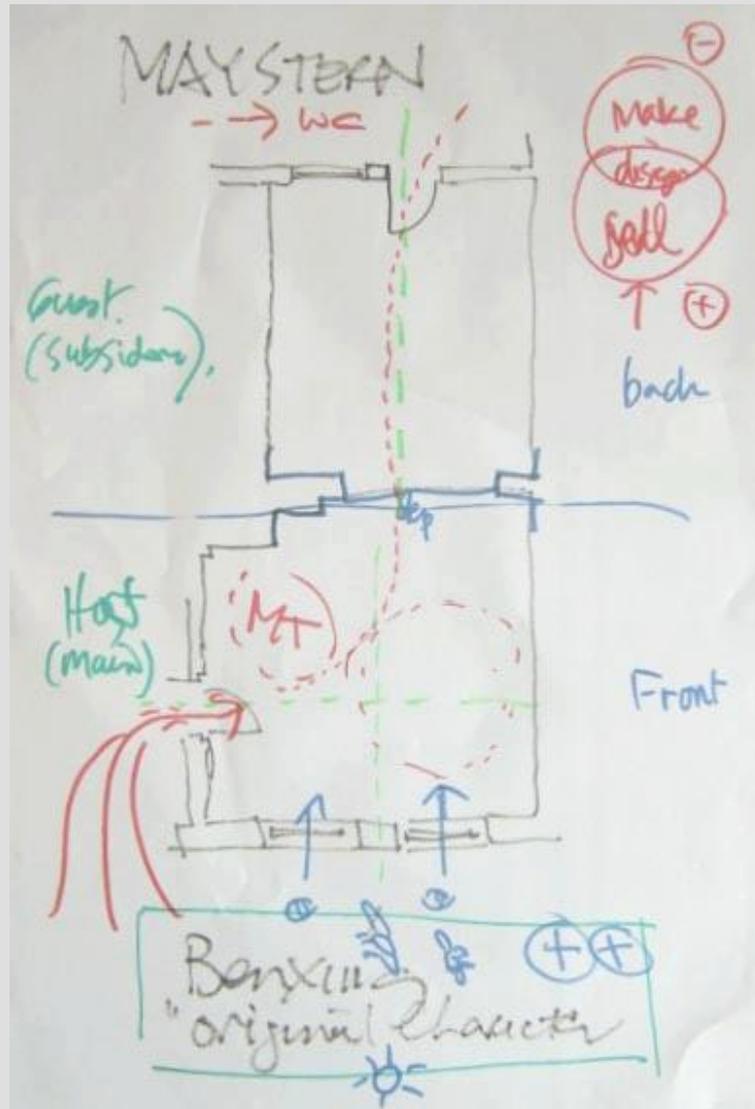
Es scheint, dieser Raum könnte etwas Reorganisation brauchen...

## **Aufgabenstellung**

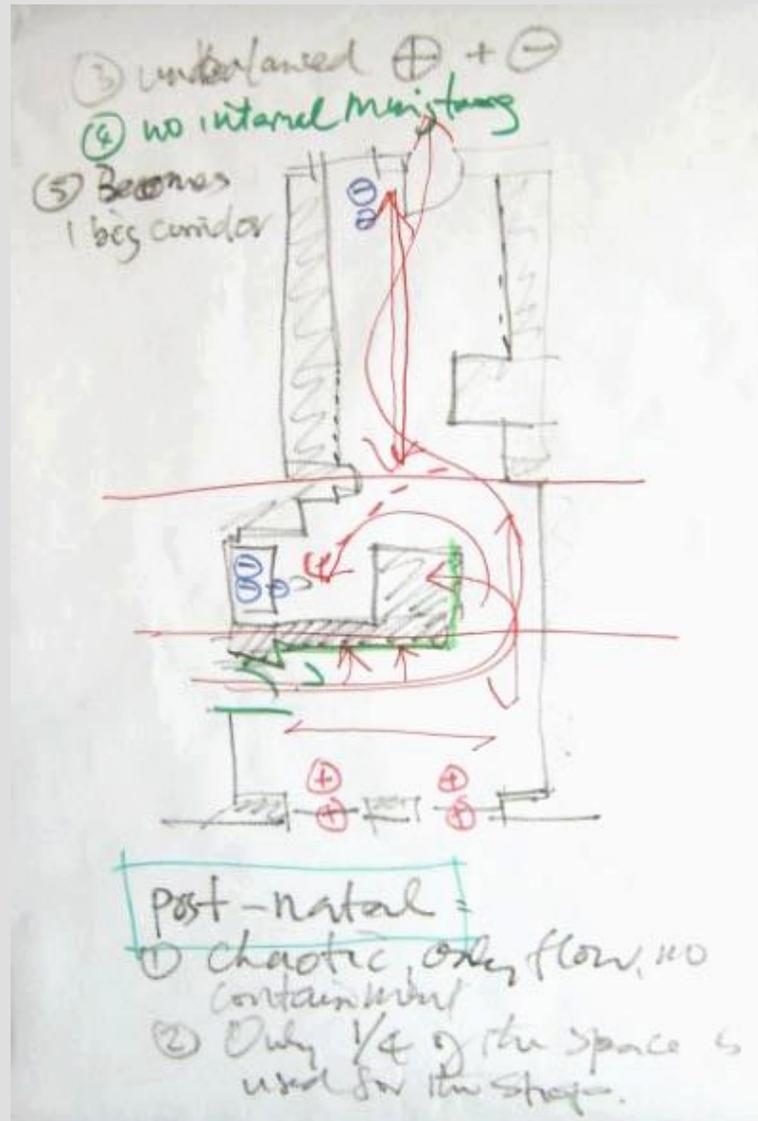
Durch Feng Shui Krieieren einer eigenen und wiedererkennbaren „räumlichen Marke für die äussere und innere Gestaltung der Ladenkette der Q-Regio-Geschäfte mit dem Moto: „Das Beste aus der Region für Menschen mit gutem Geschmack.



Bestehender Grundriss des Ladengeschäfts

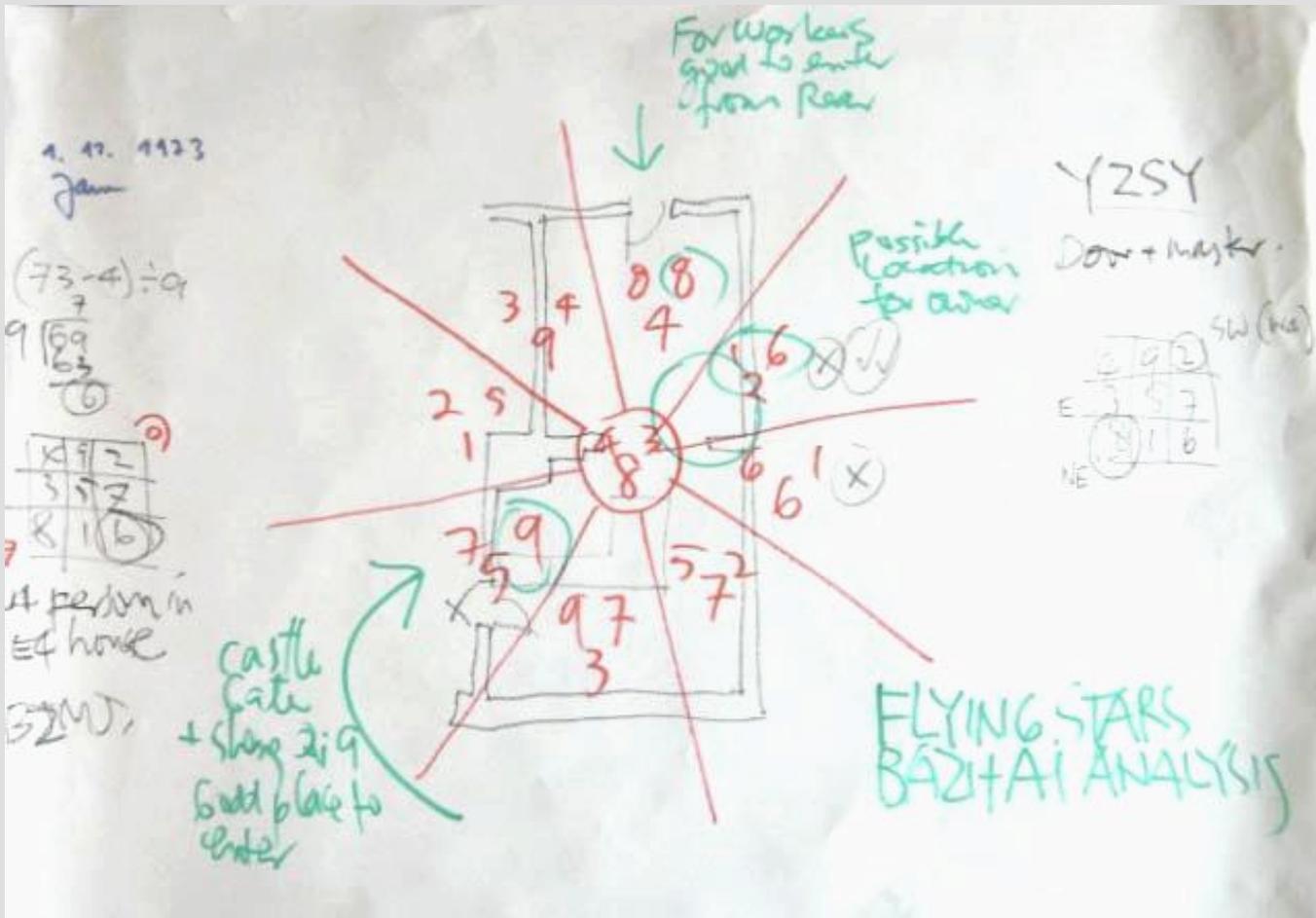


Studie des Benxing (ursprünglicher Charakter)

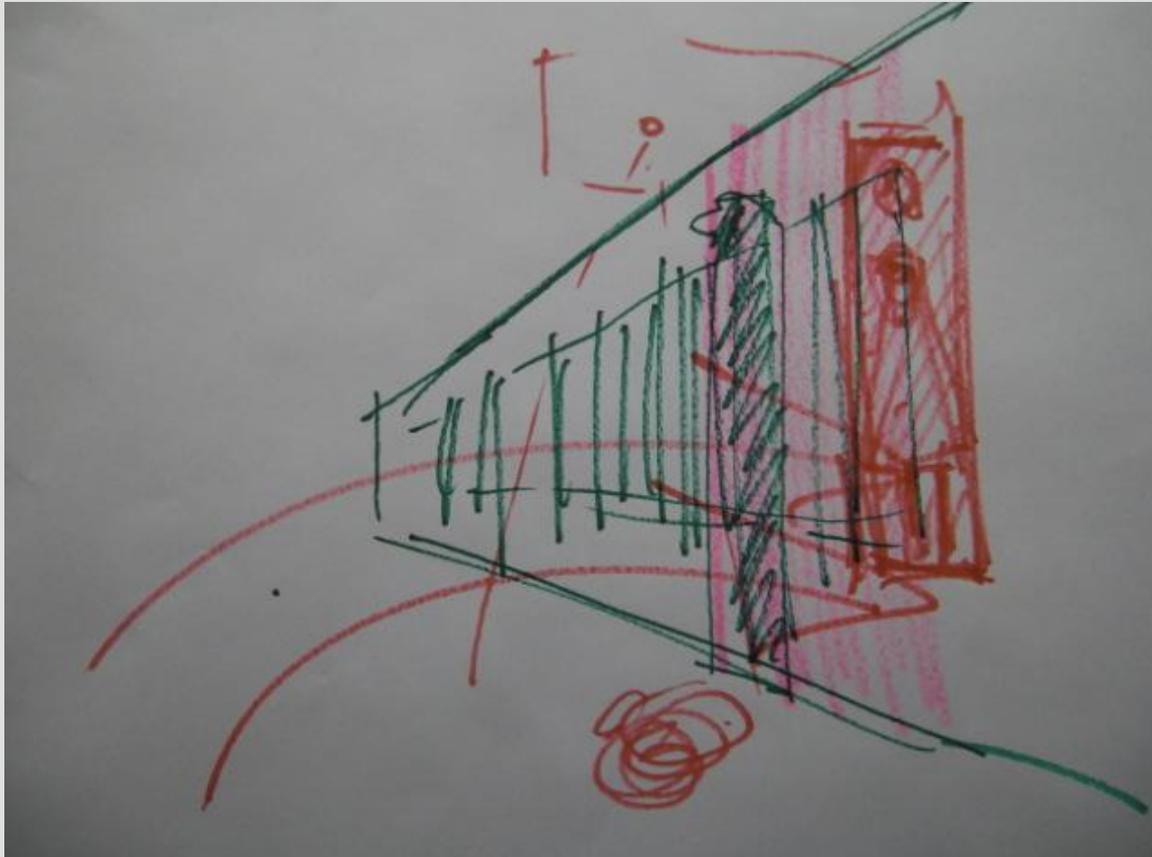


Studie des “nachgeburtlichen” Qi



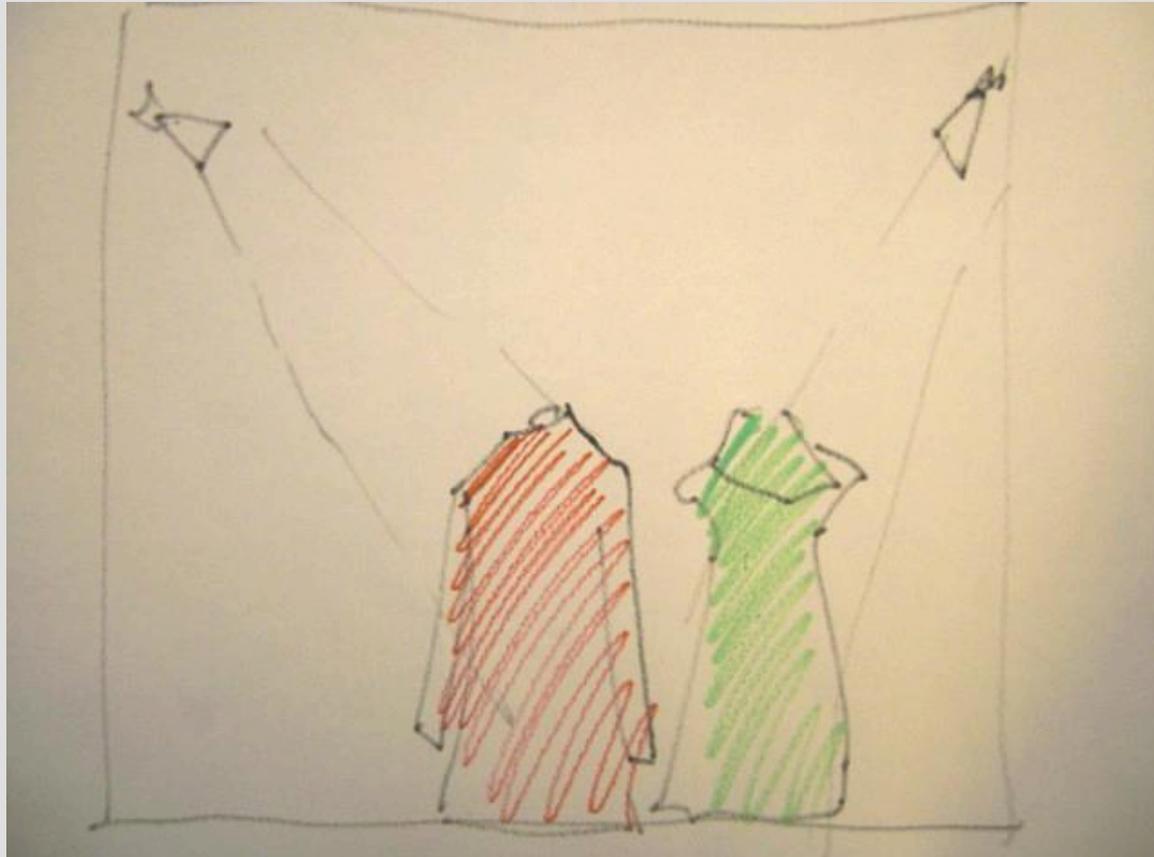


Einige Vorschläge aus der Perspektive der fliegenden Sterne und des Bazhai



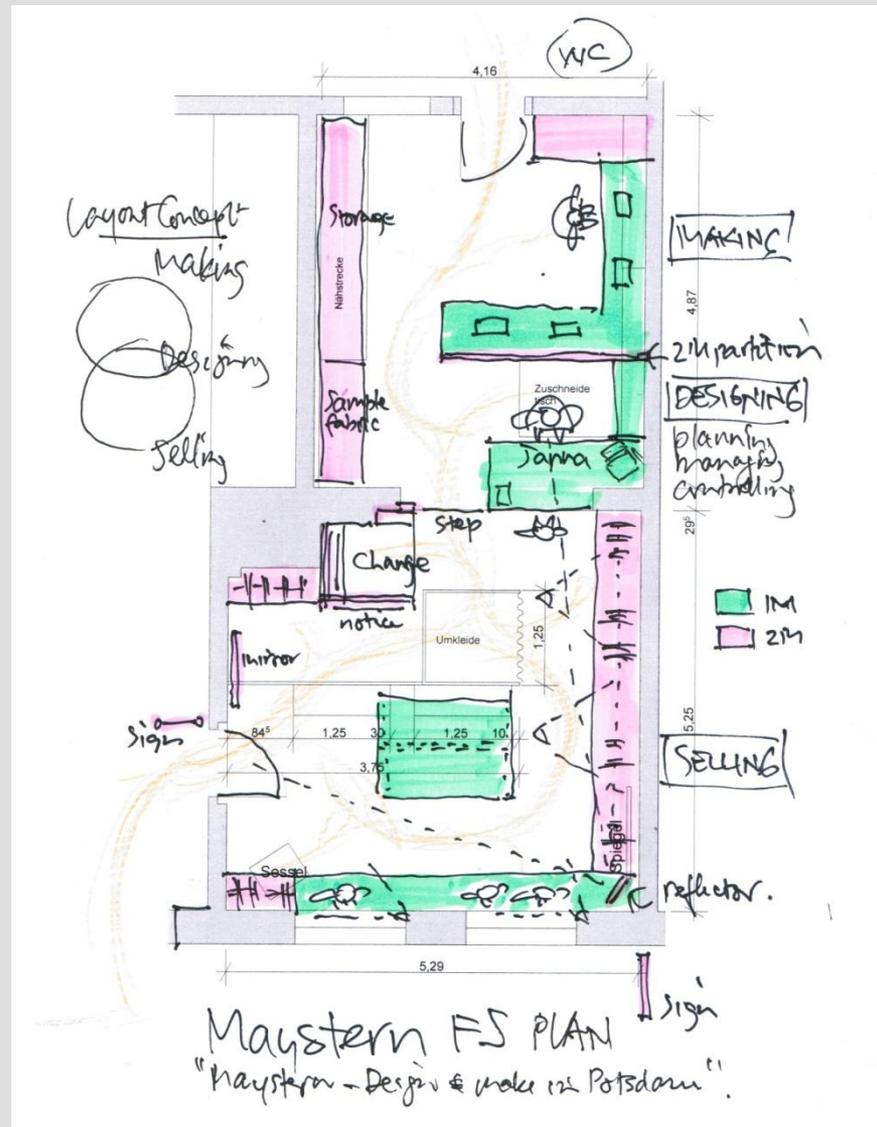
## Vorgeschlagene Beschilderung

Use a colorful vertical sign with a free hand drawn picture and a catchy slogan to draw shoppers attention into the shop. “Maystern – Quality Design and Made in Potsdam”, for example



## **Vorgeschlagene Beleuchtung im Schaufensterbereich**

Use spot-lighting to draw attention into the shop-front window.



## Vorgeschlagenes Feng Shui Layout



**Feng Shui  
Ladengeschäft, Bad & Balsam, Jägerstrasse, Potsdam**

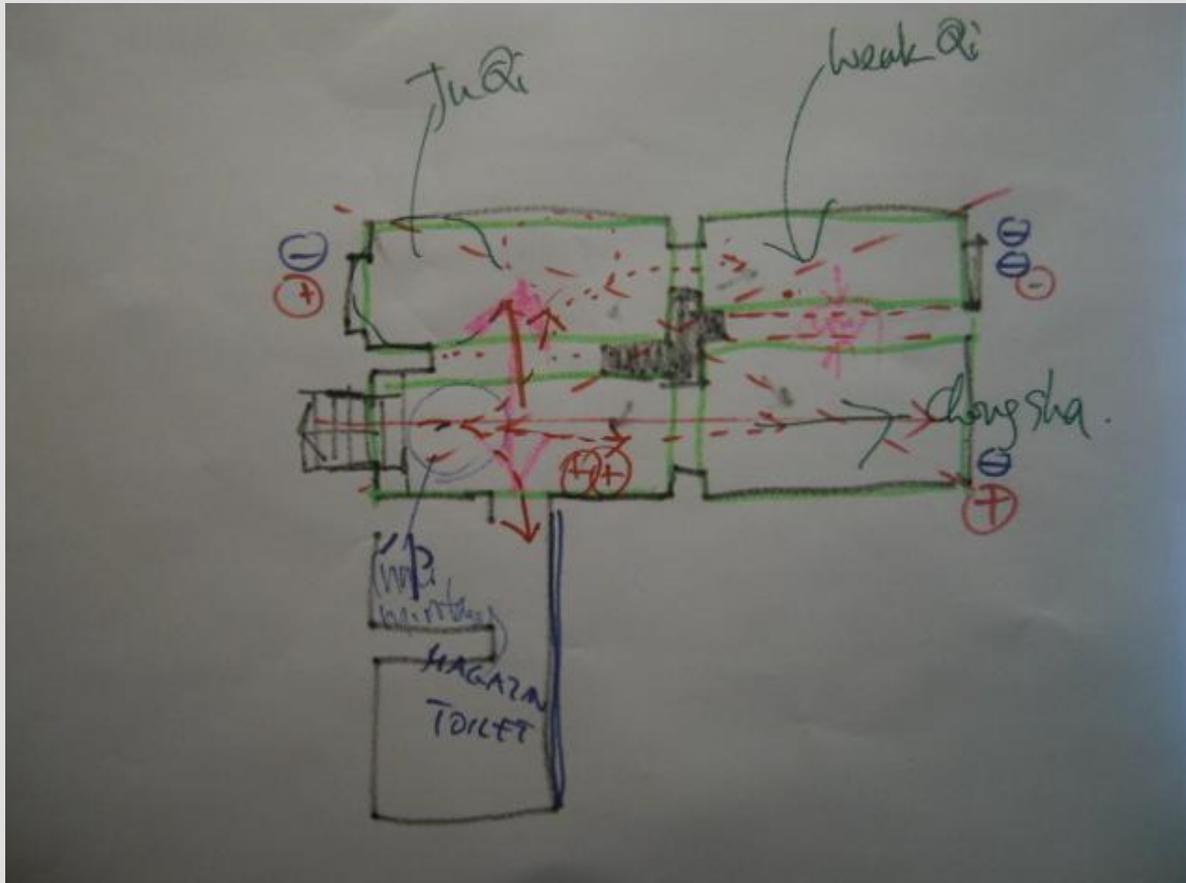






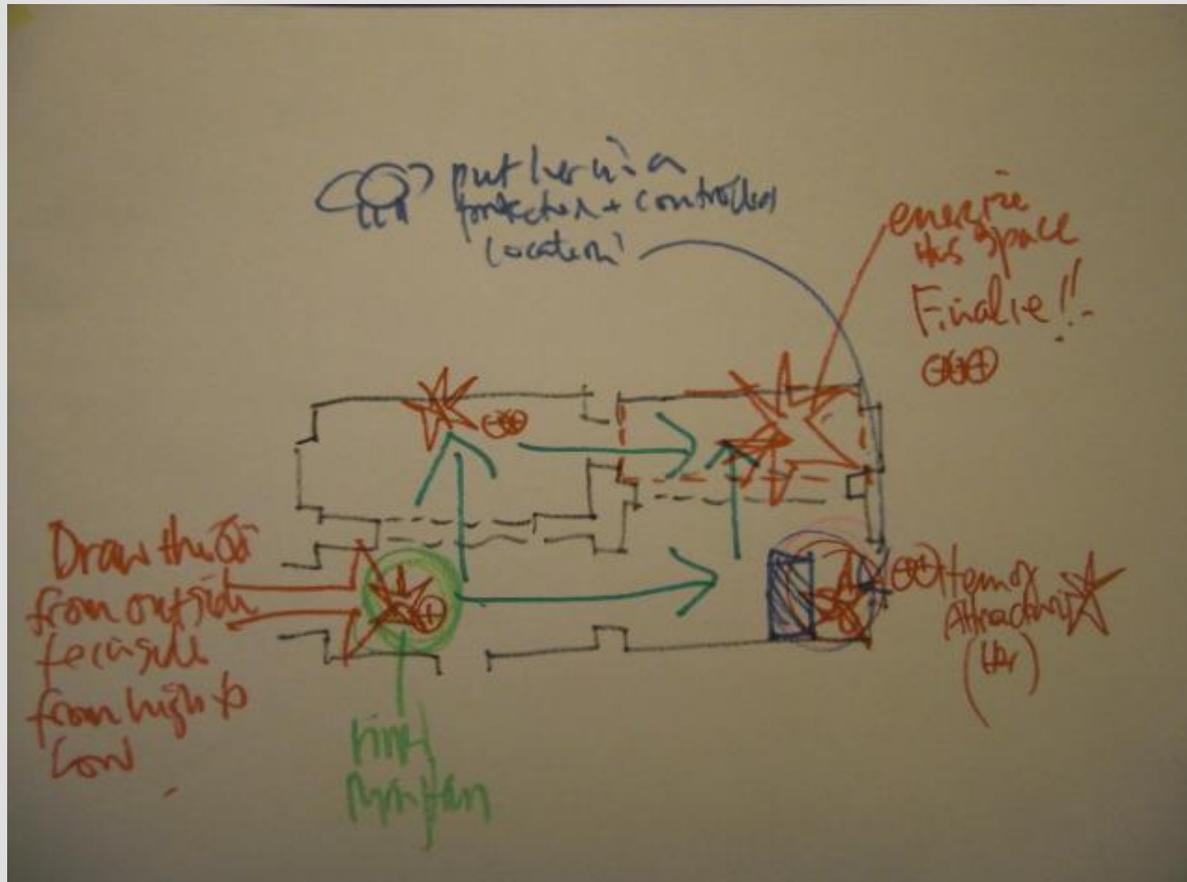
## Feng Shui Aufgabenstellung

1. Das Feng Shui-Qi des Ladengeschäfts energetisieren und aktivieren und die Vitalität der Besitzerin, so dass sie effektiver kreieren, beraten und verkaufen kann.
2. Den Kontakt der Besitzerin mit der "oberen Welt" fördern. Sie hat in den vergangenen Jahren in der "unteren Welt" gearbeitet.



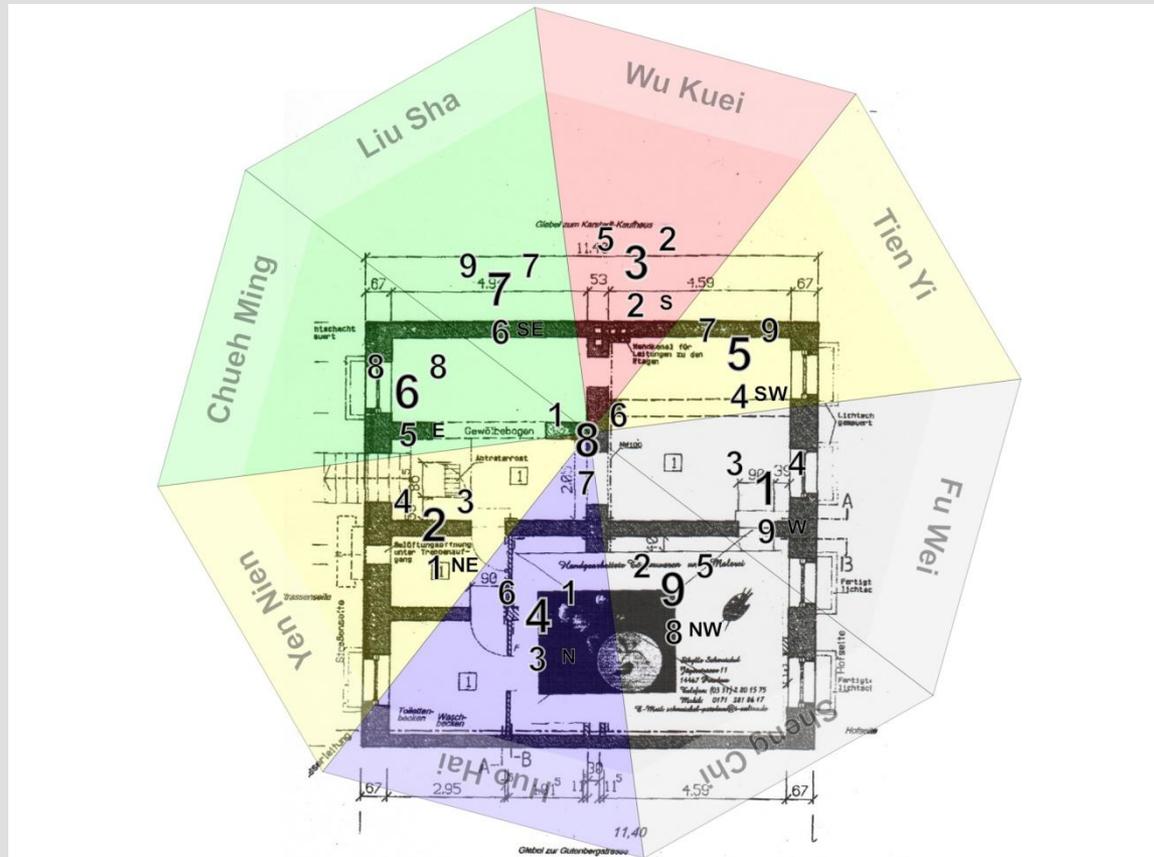
## Benxing (ursprüngliche Natur) und Analyse des internen Qi-Flusses

Der Innenraum ist in vier Bereiche aufgebrochen, die wieder integriert werden müssen. Das Herz ist blockiert und muss wieder "ganz" gemacht werden.



## Wünschbares Qi-Muster

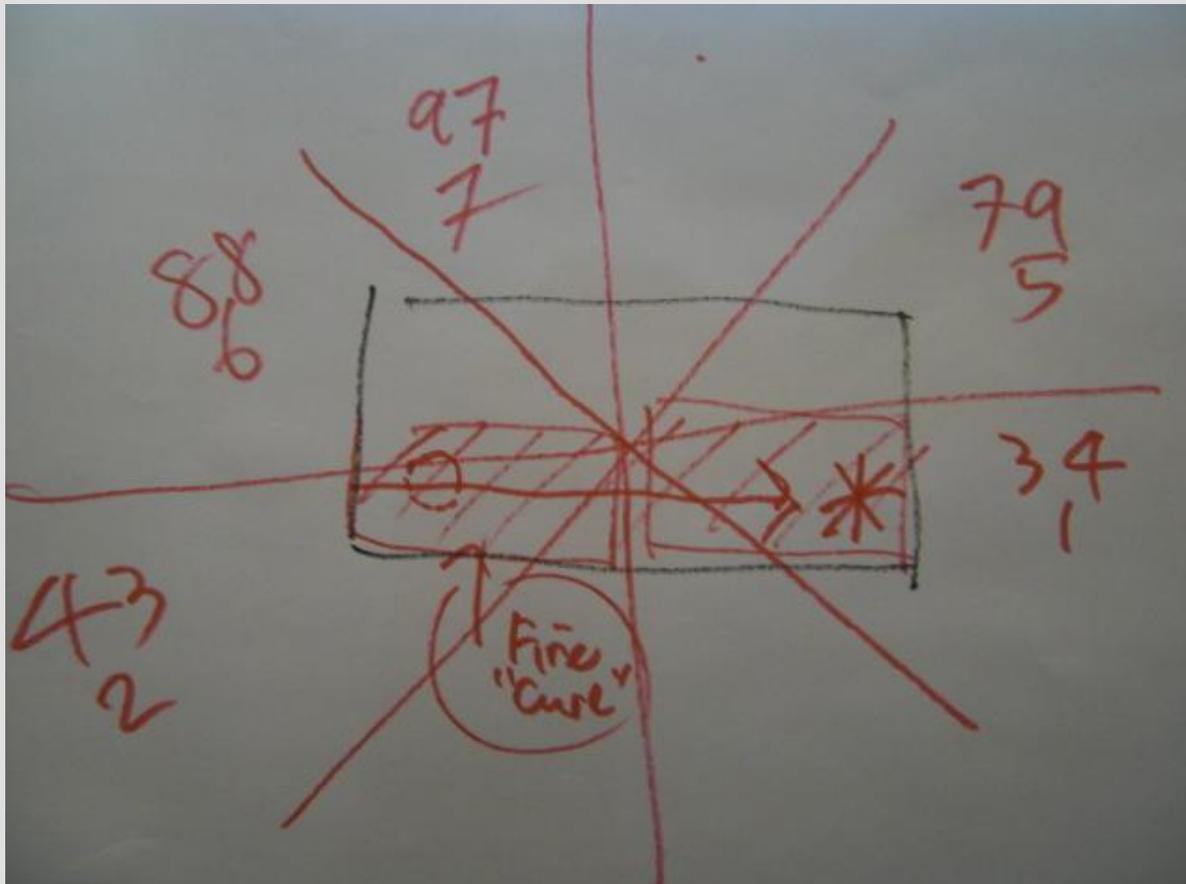
Das Qi der Strassenebene in die Kellerebene des Geschäfts ziehen, es über die verschiedenen Interessenspunkte zum hinteren Bereich auf der linken Seite als Endpunkt führen. Von dort kehrt das Qi zum Eingang zurück.



## Analyse der fliegenden Sterne

“Doppelter Stern im Facing Palast”.

Die zeitgemässen Sterne sind jedoch nicht genutzt und eine Massnahme ist notwendig, um den Konflikt und den Druck für die Besitzerin zu verringern.



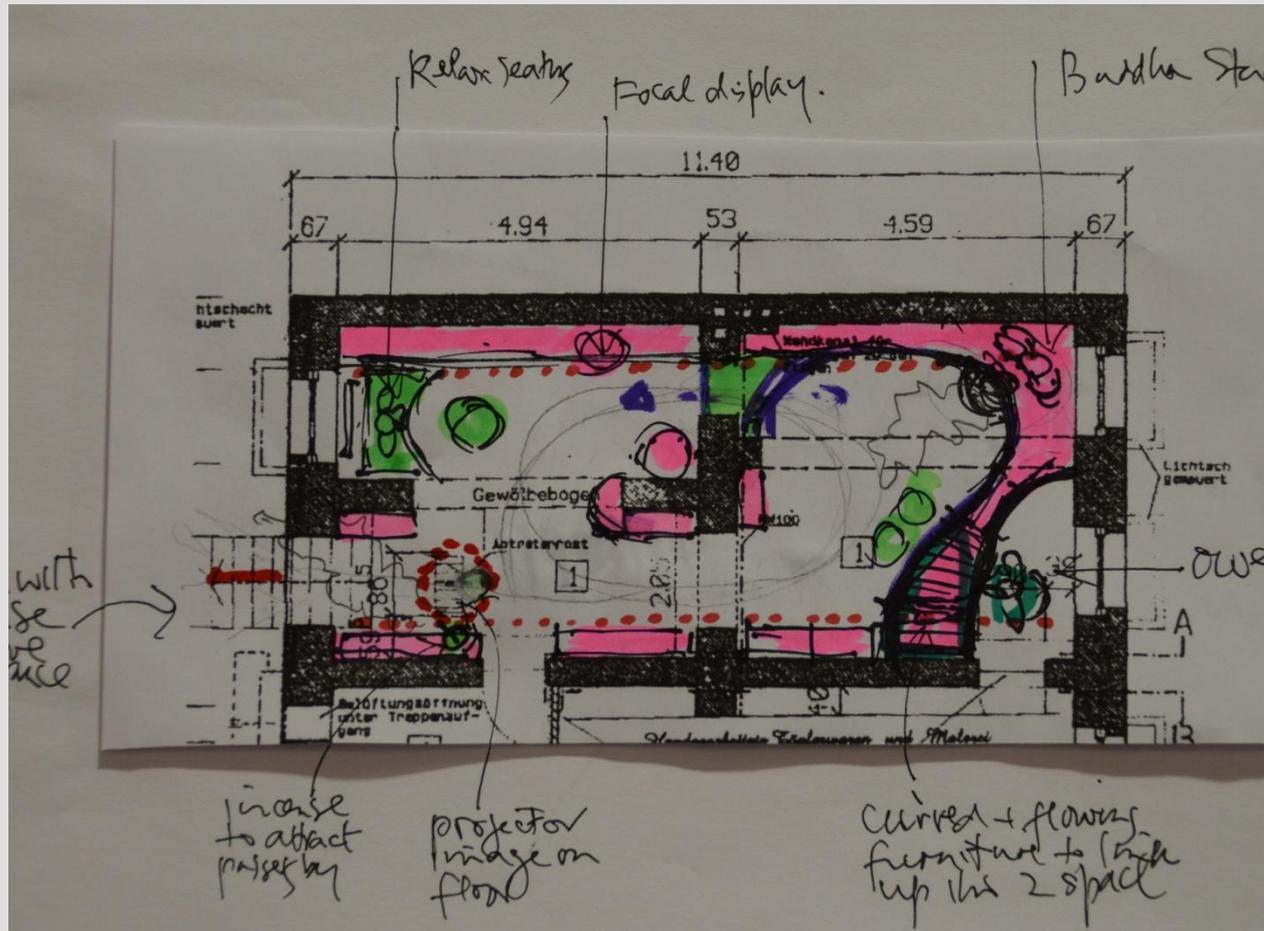
## Eine fliegende Sterne-Massnahme ist wünschenswert

Die beiden Räume auf der rechten Seite (entlang der Fluchtlinie des Eingangs) benötigen das Element Feuer. Dies kann durch eine angemessene Gestaltung mit Licht erreicht werden.



## Vorschläge für die äussere Gestaltung mit einem Schild

Die Enten entfernen und über dem Eingang ein nach aussen vorspringendes Schild anbringen, um auf das Ladengeschäft aufmerksam zu machen und den Eingang zu markieren. Eine bildliche Projektion auf den Boden installieren, um Passanten in das tiefer liegende Geschoss zu ziehen.



## Vorgeschlagene Feng Shui-Raumstrukturierung

Verschiedene Interessenspunkte platzieren, um die vier getrennte Raumbereiche zu einem Gesamten zu verbinden. Dabei wird die Besitzerin in einer Kontrollposition platziert mit einem Verkauf- und einem Arbeitsbereich.



**Feng Shui für Ladengeschäfte**  
**Q-Regio n.a.h. erzeugt, Gutenbergstrasse, Potsdam**



## Lage des Geschäfts Q Regio n.a.h. erzeugt



## - Die Idee Regionale Qualität



Liebe Kunden...

Lebensmittel sind seit jeher ein zentraler Bestandteil der Kultur und Lebensart. Traditionelle Rezepturen und Esskulturen wurden von Generation zu Generation weitergereicht und gaben den Regionen und den Menschen eine Identität. Neue Ideen und Produkte kamen immer wieder dazu und verbanden sich mit dem Bestehenden in kreativer Weise – bis heute.

Diese Gedanken sind der Ausgangspunkt unseres Handelns. Wir möchten Ihnen bei Q-Regio Produkte anbieten, die eine Heimat haben. Einige davon sind traditionell in der Region verankert, andere kamen mit den Menschen in die Region und haben sich hier fest etabliert.

**Alle Produkte werden in kleinen Betrieben sorgfältig und zum Teil nach ganz alten Verfahren hergestellt.**

Viele unserer Lieferanten können Sie direkt besuchen und ihnen bei der Arbeit über die Schulter schauen.



Da die Produkte sprichwörtlich „**vom Hof**“ kommen, heißen unsere Geschäfte **Q-Regio-h.o.f.läden** – handwerklich – original – frisch.

Allen unseren Aktivitäten ist gemein, dass der **Mensch im Mittelpunkt** steht:

# Selbstbestimmte Aufgabenstellung für diese Beratung

Da es sich um ein konzessioniertes Geschäft handelt, haben wir entschieden, die Frage der Markenbildung zu thematisieren und unsere Überlegungen aus der Feng Shui Perspektive auf dieses Geschäft anzuwenden.

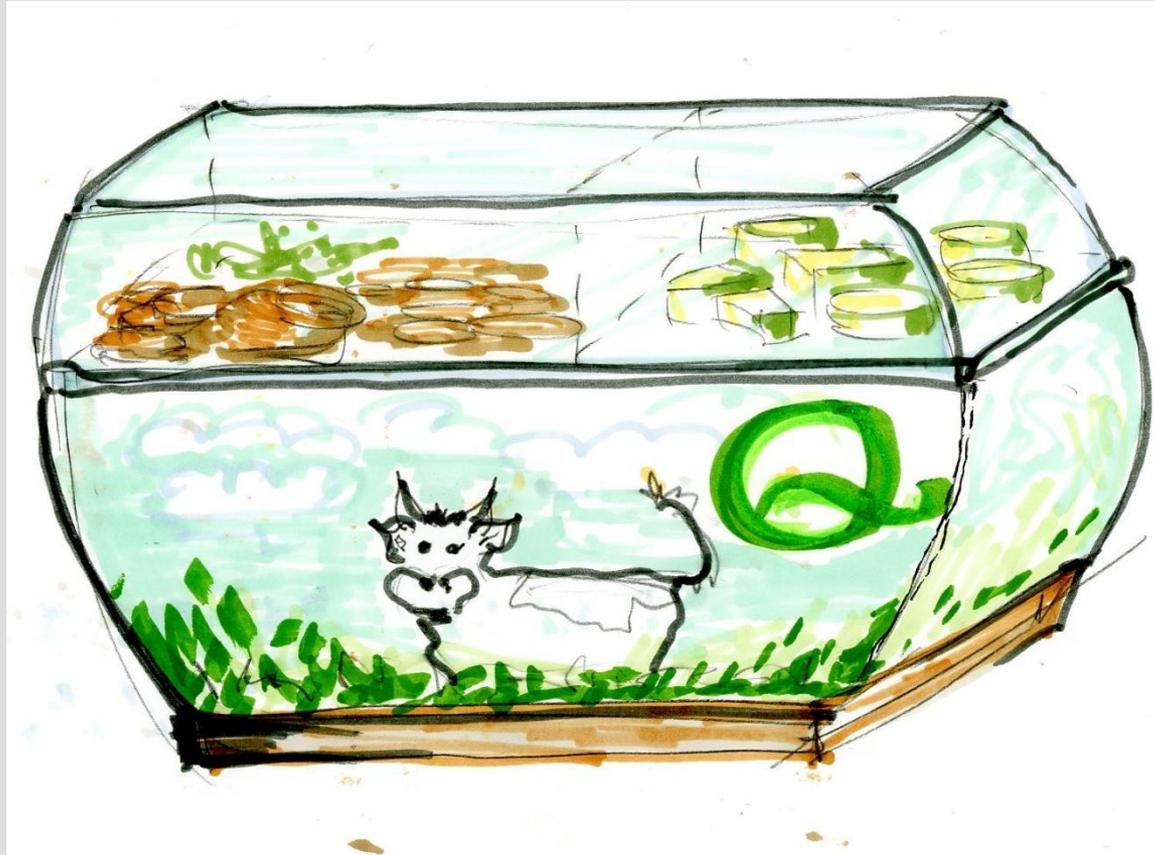
## **Aufgabenstellung**

Wir verwenden Feng Shui, um eine eigenständige, markante “Marke” für die Strukturierung und Gestaltung des Innenraumes der Geschäfte der Q-Regio Ladenkette zu kreieren, deren Motto lautet: “Das Beste aus der Region für Menschen mit gutem Geschmack”.

Ziel ist, einen “markenspezifischen” Raum zu schaffen, der sich in der Erinnerung der Kundschaft einprägt und unmittelbar wiedererkennbar ist.

# Räumliche Gliederung für die Markenbildung

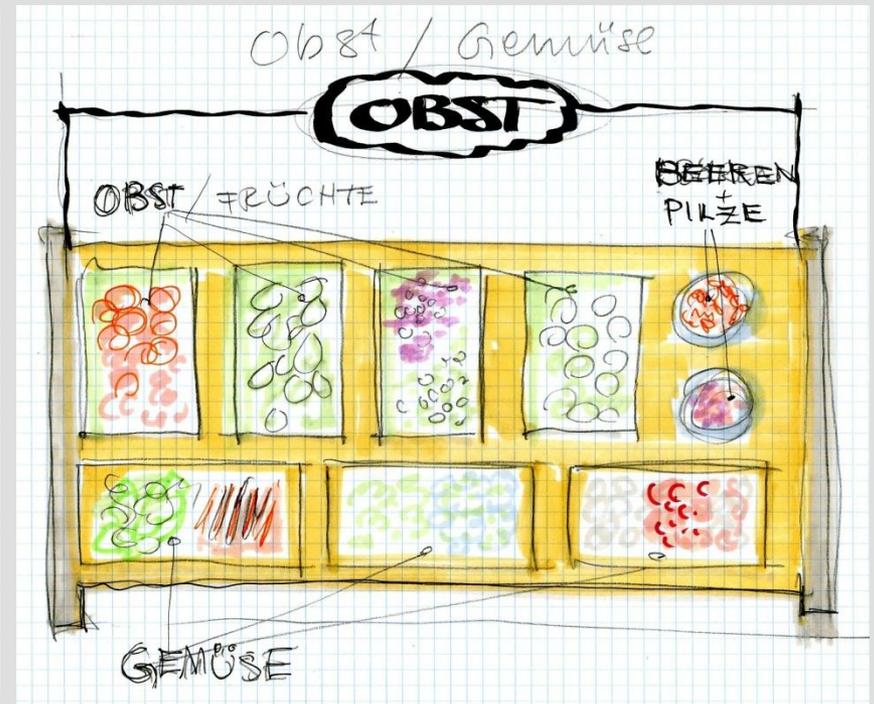
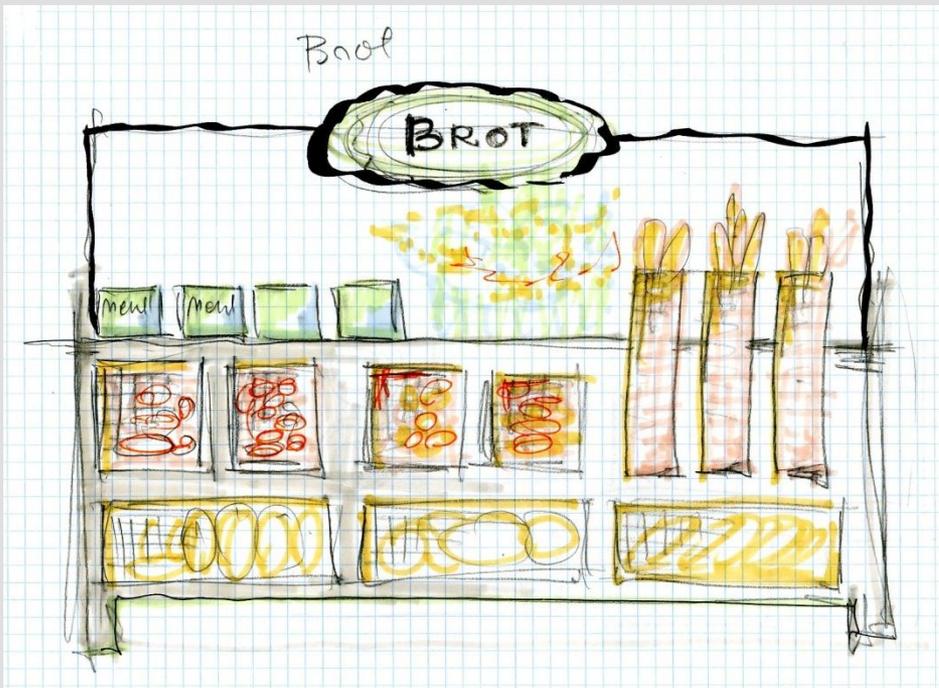
1. Gekühlte Produkte:
  - Bedienung
  - Selbstbedienung
1. Frischprodukte (leicht verderblich): Früchte und Gemüse
2. Länger haltbare Produkte
  - Backwaren
  - Kaffee und Tee
  - Getränke und Spirituosen
  - Konservierte Produkte (Dosen, Gläser)
3. Non-food:
  - Kosmetika
  - Handwerk
4. Degustation und Promotionsprodukte



## Vorgeschlagenes Design für gekühlte Produkte

Bildliche Gestaltung der Seitenwände des Kühlmobiliars  
(landwirtschaftliche Szenerie, die auf die frische und naturbelassene  
Qualität der angebotenen Produkte anspielt.

# Vorgeschlagenes Design für die frischen, verderblichen Produkte





## Vorgeschlagenes Design für die länger haltbare Produkte

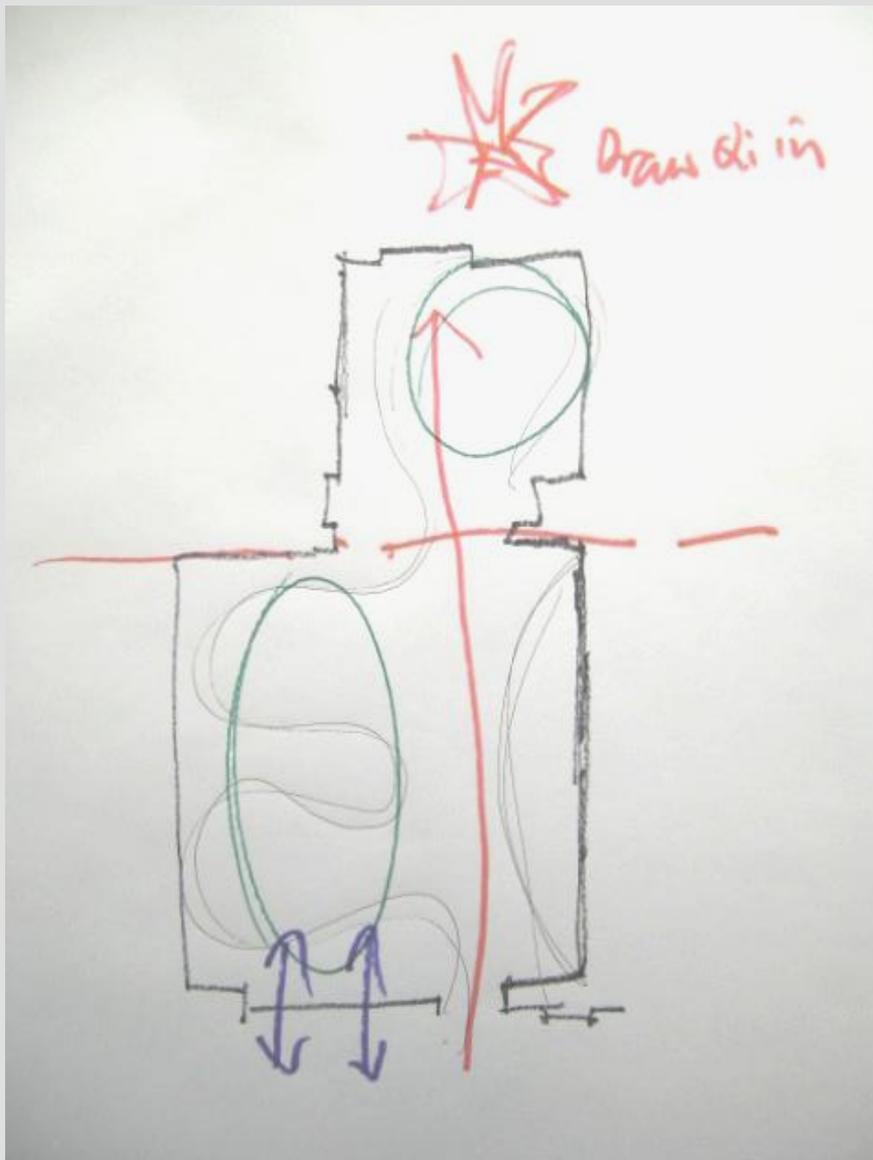
Regale aus massivem Holz, fester und bodenständiger Charakter  
mit reicher Auslage an Produkten



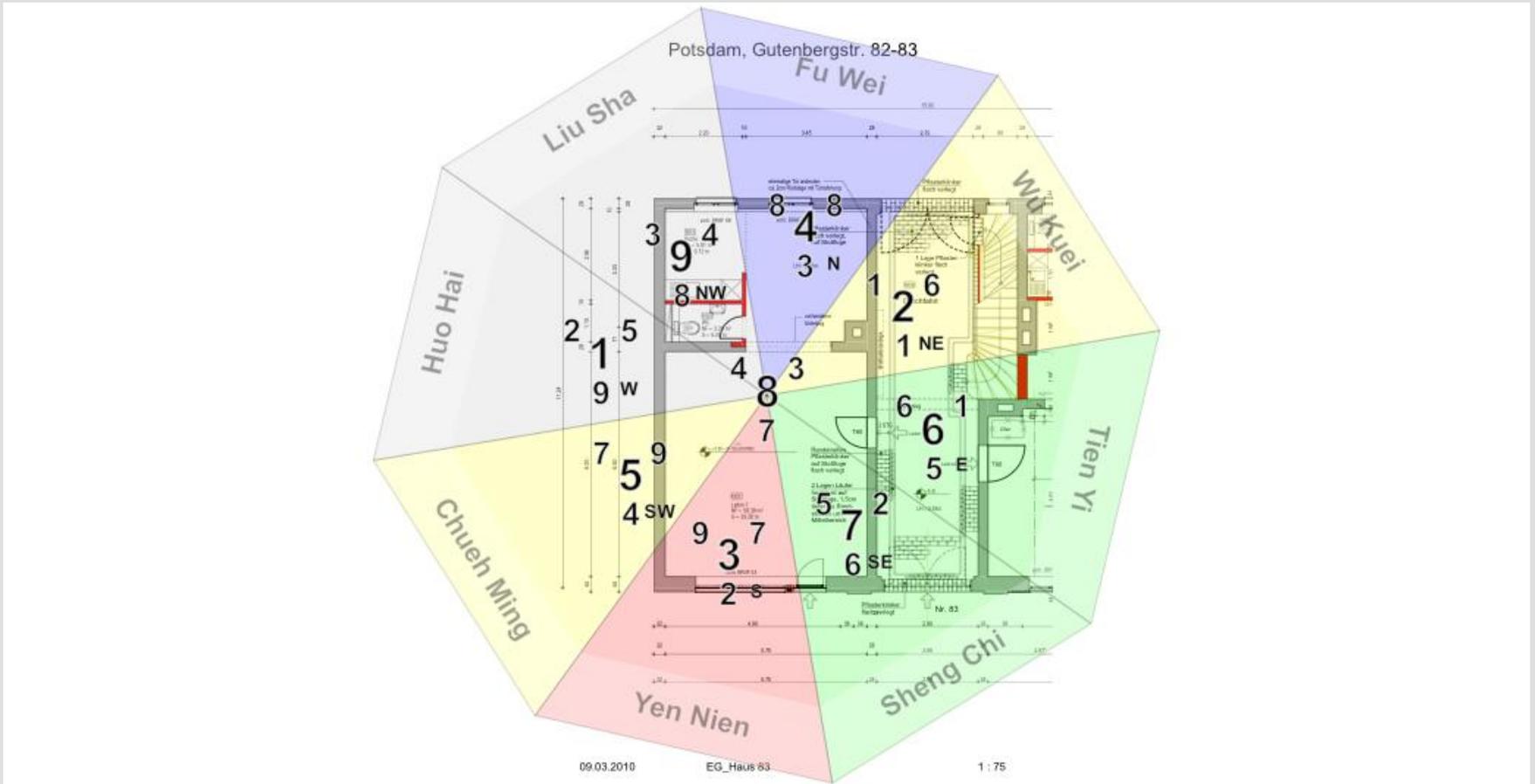
## Vorgeschlagene Design für die Kosmetika und handwerklichen Produkte

In ländlich romantischem Stil mit naturbelassenem Holz  
Produkte hergestellt aus naturbelassenen, speziellen Rohstoffen  
Produkte sind geeignet, eine touristische Kundschaft anzusprechen

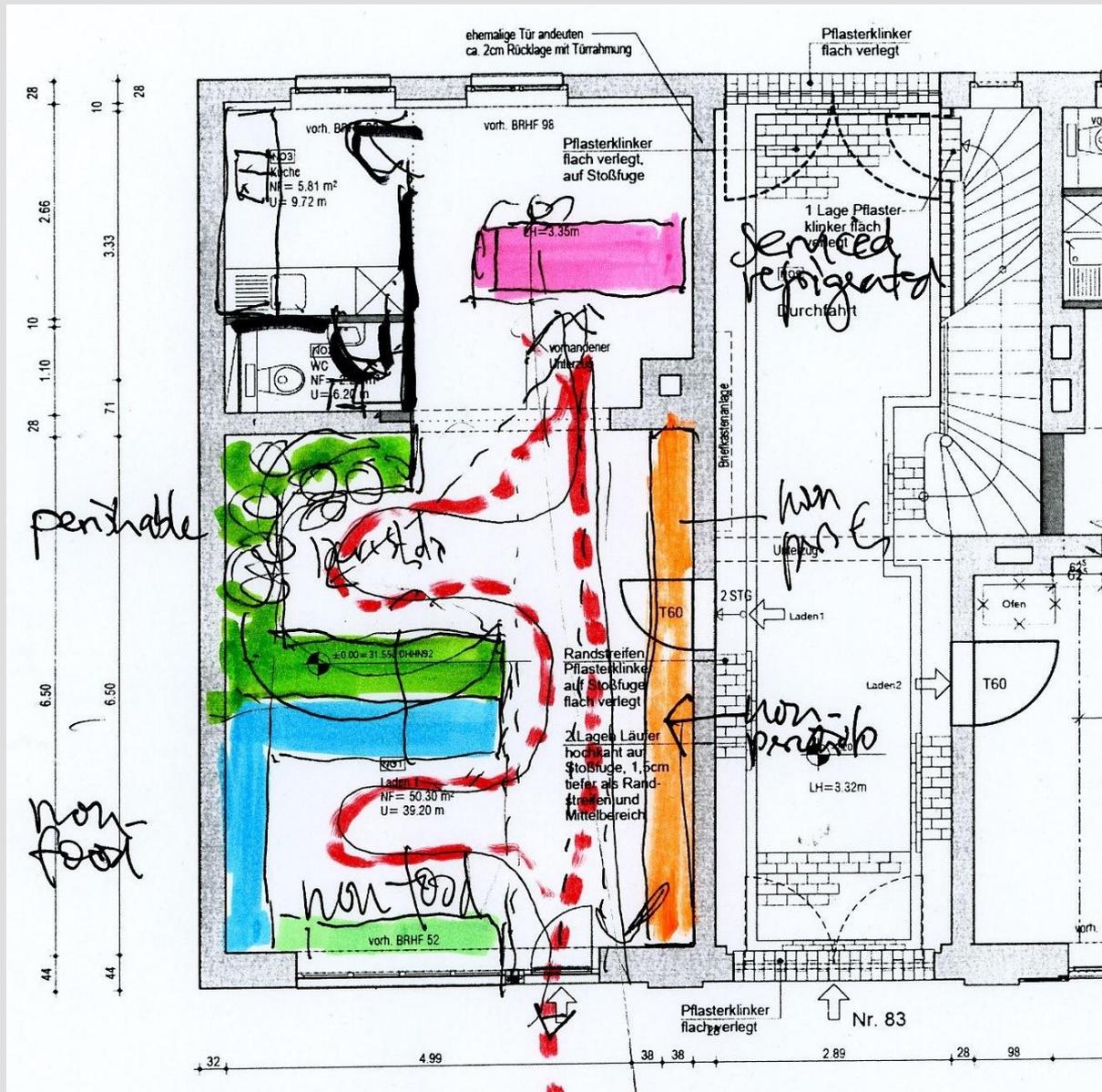




## Qi flow Analysis



## Analyse der fliegenden Sterne



**Variante 1**  
 „Breites Sortiment an regionalen Produkten“

**Vorgeschlagenes Feng Shui Raum-Layout auf der Grundlage der Markenbildungskonzepte**





Regula Bielinski Kristiina Hassan-Zane Gyda Anders Howard Choy Esther M. Menke Sandra Richard Sonja Amberg Alessandro Sole Costa Peter Filo