

# dlv – Netzwerk Ladenbau

aus: „Office&paper“, Nr. 6\_2011, S. 24 – 25

EXPERTENSERIE „LADENBAU“ TEIL 1

## Lichttrends für den POS

Licht ist nicht einfach Licht. Es ist warm und kalt, sanft und hart, gedämpft und strahlend, schafft Lichtästhetik und ist Teil der Raumgestaltung. Doch Licht ist ein sensibles Instrument. Etwas ins passende Licht zu rücken, erfordert ein überzeugendes Konzept, gute Planung und Gespür für Trends.



Foto (alle): dlv – Netzwerk Ladenbau e.V.



LED-Installationen setzen im Douglas Meagstore, München, Akzente

Die Bedeutung von Licht im Ladengeschäft hat in den letzten Jahren enorm zugenommen. Von der Bedarfsbeleuchtung bis hin zur Lichtinszenierung – bei 45 Prozent des Handels hat das Thema Licht heute Investitionspriorität. „In der Shopbeleuchtung darf man das Ziel, Ware besser zu verkaufen, nicht aus den Augen verlieren. Intelligente Lösungen sind gefragt. Preiswert in der Investition, sparsam im Unterhalt, nachhaltig und verkaufsfördernd“, sagt Dr. Hans Wellenreuther, Marketing- und Vertriebsleiter beim dlv-Mitglied RZB Rudolf Zimmermann, Bamberg GmbH. Wände und Regale können als Reflexionsflächen genutzt werden, damit die Waren in den Vordergrund rücken und den Shop heller wirken lassen. Hierfür ist eine sorgfältige Lichtplanung erforderlich. Leuchte, Reflektor, Glas

Mittels intelligenter Lichttechnik kann die Ware perfekt inszeniert werden

und Lampe müssen optimal aufeinander abgestimmt sein, um mit möglichst niedrigem Energieverbrauch eine optimale Lichtausbeute zu erreichen.

### TRENDS IN DER SHOPBELEUCHTUNG

Im Ladenbau sind Trends immer ein heiß diskutiertes Thema. Was wird kommen? Was muss gehen? Was darf bleiben? Das Wort „Akzentuierung“ beschreibt den aktuellen Wandel in der bislang übermäßig lichtdurchfluteten Warenwelt. Immer mehr Läden gehen dazu über, durch bewusste Lichteffekte den Kunden zu (ver-)führen und seinen Kaufimpuls hervorzulocken. Ein

aktuelles Beispiel ist der Douglas Megastore in München. Hier wurden mithilfe einer großflächigen LED-Installation an den Seitenwänden der Rolltreppe ansprechende Lichtakzente gesetzt. Der Clou liegt in der Optik: Die Seitenverkleidung der Rolltreppe greift die farbliche Gestaltung der Wand- und Deckenarchitektur auf und taucht in ein harmonisches Wechselspiel unterschiedlicher Farbtöne. Das Shopmanagement kann je nach Wunsch Farben oder dynamische Farbverläufe wählen. Um das gesamte Farbspektrum abzudecken, wurden LEDs in den Farben Rot, Gelb und Blau eingesetzt. Das optische Highlight hat Douglas in Zusammenarbeit mit der Kone GmbH und Insta Elektro GmbH realisiert. Mit dieser Installation nutzt der Store die emotionale Wirksamkeit von Licht als „Stimmungsmacher“ und unterstützt den Gesamteindruck im Ladeninneren.

#### LEDS LEUCHTEN DEN WEG

Nicht nur Europas Parfümeriemarktführer setzt auf LED. Der Großteil des Einzelhandels hat große Hoffnungen in die Umstellung der Lichttechnik auf LED-Technologie gesetzt. Seit 2007 werden die Licht emittierenden Dioden im Ladenbau eingesetzt. In den letzten Jahren haben sich LEDs rasant verbreitet und die Weiterentwicklung der Leuchte hat Verbesserungen in Energieeffizienz und Lichtausbeute gebracht. Intelligente Lichtkonzepte und Technologien – das ist es, was die dlV-Mitgliedsfirmen aus dem Bereich Beleuchtung für die Zukunft anbieten möchten. Alle sind sich in einem einig: Herausragend ist der Trend hin zur LED-Technik.

#### VOR- UND NACHTEILE VON LED

„Geringe Wärmeabstrahlung, fast UV-freies Licht und die lange Lebensdauer gepaart mit einer konstant hohen Qualität der Farbwiedergabe sind klare Vorteile der LED-Beleuchtung“, so Stefan Horstmann, tätig im Bereich Fashion beim dlV-Mitgliedsunternehmen Oktalite Lichttechnik GmbH. Seiner Erfahrung nach wird für Läden nach etwa sieben Jahren ein neues Store-Konzept inklusive neuem Lichtdesign entwickelt. Mit einer LED-Lösung entfallen in diesem Zeitraum alle Lampenwechsel. Dadurch relativieren sich die Anschaffungskosten, die für leistungsstarke LED-Lösungen zwei- bis dreimal so hoch sind wie für die aktuellen Halogenmetaldampfleuchten. Stefan Horstmann sieht nicht nur im Food-, sondern auch im Fashion-Bereich den verstärkten Einsatz für LED-Leuchten: „Da wir im Fashion-Bereich üblicherweise mit warmweißem Licht planen, sehen wir für die Zukunft warmweiße LED-Leuchten, die einen ebenso hohen Lichtoutput wie neutralweiße haben.“ Die Systemleistung eines LED-



#### Bei 45 Prozent des Handels hat Licht Investitionspriorität

Produkts wird seiner Ansicht nach zukünftig genauso niedrig sein wie die einer vergleichbaren Halogenmetaldampflampe.

LEDs sind kompakt und klein, sehr stoß- und vibrationsfest sowie stufenlos dimmbar. Dadurch kann im Verkaufsraum jederzeit flexibel und individuell das gewünschte Lichtniveau bzw. die gewünschte Lichtstimmung eingestellt werden. Der Lichtstrom ist auf Knopfdruck sofort zu 100 Prozent verfügbar. Eine Anlaufphase wie bei Lichttechnik auf Entladungslampbasis entfällt. Das sind für Christoph Ester, Marketing und Vertrieb, Bära GmbH & Co. KG, klare Vorteile. Schalt- und Dimmbarkeit sind auch für den Vertriebsleiter des dlV-Mitglieds TDX GmbH Technisches Licht-Design, Heiko Gröschel, die positiven Eigenschaften der LEDs, um neue dynamische Beleuchtungskonzepte zu entwickeln und umzusetzen.

Es gibt aber auch Nachteile: Viele LEDs bieten momentan noch zu viel „Leuchtstofflampen-Charakteristik“ meint Sascha Schell, Sales Manager der Lunoo GmbH. „Das bedeutet wesentlich weniger Brillanz auf den Warenoberflächen und natürlich die im Vergleich zu CDM-Technologien wesentlich geringeren Leistungen der LED-Module. Wer heute schon LED nutzen möchte, muss bereit sein, sein jetziges Bild von Shop-Lighting zu überdenken. Lichtkonzepte mit LED brauchen einen neuen Denkansatz, um dieses Instrument für erfolgreiche Shops nutzen zu können.“ „Der größte Nachteil der heutigen LED-Technik ist die starke

Abhängigkeit von der Umgebungs- und Betriebstemperatur“, sagt Christoph Ester. „LEDs werden platinenseitig sehr heiß. Daher ist die richtige Kühlung enorm wichtig, um die gewünschte Farbwiedergabe und eine lange Lebensdauer zu erzielen.“ Und: Momentan sind die Investitionskosten noch höher als bei herkömmlichen Beleuchtungssystemen.

[WWW.NETZWERK-LADENBAU.DE](http://WWW.NETZWERK-LADENBAU.DE)

#### ZUR PERSON



**DR. WOLFRAM KRAUSE** hat 1990 nach seinem Jura-Studium an der Universität Konstanz promoviert. Bevor er zum Geschäftsführer des Bundesverbands dlV – Netzwerk Ladenbau e.V. bestellt wurde, war er drei Jahre lang als Assistent des damaligen Geschäftsführers tätig.