



Licht lockt Leute

WARENPRÄSENTATION TEIL 2 | Licht muss die Ware richtig in Szene setzen und so Begehrlichkeiten wecken. Licht muss dem Kunden aber auch eine Orientierungshilfe bieten. Schon simple Kniffe helfen, die Beleuchtung zu optimieren.

OBWOHL DER WEG ZUM GROSSFLÄCHIGEN EINSATZ NOCH ETWAS HOLPRIG IST, HAT DIE VIEL DISKUTIERTER LED-TECHNIK ZUKUNFT. BEI DER LIGHT + BUILDING STELLTE RZB LED-LEUCHTEN VOR, DIE DURCH FORM UND FARBE NEUE GESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN BIETEN.

Licht hat einen ganz wesentlichen Einfluss darauf, wie sich die Kunden und Mitarbeiter eines Geschäfts fühlen. Dabei müssen alle wesentlichen Faktoren – Ware, Ladenpräsentation und eben das Licht – zusammenpassen.

Durch den gezielten Einsatz neuer Leuchtmittel und Betriebsgeräte ist es möglich, Stimmungen zu erzeugen und durch Darstellungen in unterschiedlichem Licht die Attraktivität von Shopsituationen dramaturgisch aufzuladen. Mit den passenden Leuchten kann der Geschäftsinhaber dabei sogar Strom sparen.

Wird das Licht nur in seiner Wirkung gewünscht, werden die Leuchten oft in so genannten Lichtvouten versteckt. Indirektes Licht an der Decke entlang spielt mit der Größe des Raumes und weist dem Kunden die Richtung in die Tiefe des Raumes.

Großflächige Leuchten werden teilweise bewusst als Element der Innenarchitektur eingesetzt. Sie können aus Metall, Kunststoff bzw. Folien sein, die wiederum mit großformatigen Fotos bedruckbar sind. So beispielsweise Messehallen etwa im Bereich eines Bewirtungsortes durch optische Formung einer Decke oder als Sternenhimmel in einem wahrgenommenen Raum verwandelt werden. In Shopping-Areas



eingesetzt, signalisieren sie von Weitem bereits Kassenzonen oder Tresenbereiche der Shop-in-Shop-Verkaufszonen.

Um einen Spezialfall der Leuchten als Elemente der Innenarchitektur handelt es sich bei einem weiteren innovativen Produkt von RZB: „id entity“ erlaubt die Aufbringung von

Logos auf den Leuchtenkörper einer Strahlerserie, die ansonsten alles bietet, was von Strahlern im Ladenbau verlangt wird.

Während Großflächenleuchten bewusst ins Auge fallen wollen, geht es beim Gegentrend, den miniaturisierten Leuchten, um spezifische Lichtwirkungen, z. B. die gezielte Anstrahlung von Objekten. Das ist besonders bei Schmuck, also relativ kleiner Ware der Fall, der die Größe der Leuchte nicht zur Konkurrenz werden soll. Neueste Leuchtmittel wie Hochdruckentladungslampen erlauben genau das: Hier kann bereits mit 10 bis 20 Watt Leistung die Effizienz von vormals 50 Watt Halogenlampen übertroffen werden bei vergleichbar guter Lichtbrillanz und Farbwiedergabe.

Energie im Blick

Ein Thema mit zunehmender Bedeutung ist die Energieeffizienz bei der Beleuchtung. Moderne Beleuchtungskonzepte bieten bessere Beleuchtungssysteme bei gleichzeitigem geringeren Energieverbrauch. Mittels Wirtschaftlichkeitsrechnungen lässt sich überprüfen, wie lange die Amortisation der Kosten einer neuen energieeffizienteren Beleuchtungsanlage durch die Energieeinsparung dauert. Mehr-

kosten sind oft schon nach einem Betriebsjahr wieder eingespielt. Große Hoffnungen auch im Hinblick auf die Energiekostendebatte setzen viele in den Einsatz von LED's. Bei diesen auf Halbleitertechnik basierenden Lichtquellen wird bereits heute, im Vergleich zu den bisherigen Lichtquellen, ein ähnlich hoher Anteil der eingesetzten Energie in Licht umgewandelt. Allerdings strahlen LED's weder ultraviolette Strahlung ab noch – zumindest in Lichtausstrahlungsrichtung – Wärme. Letzteres ist bei hitzeempfindlicher Ware wie im Droge-

rie- und im Lebensmittelsektor heute schon von großer Bedeutung. Spezielle LED-Fachbodenleuchten werden bereits eingesetzt. Neue Systeme befinden sich in der Entwicklung. Für die Allgemeinbeleuchtung eingesetzt, sind LED's derzeit noch mit Nachteilen und relativ hohen Kosten verbunden. Ihr Einsatz ist dennoch bereits jetzt möglich – so gibt es, wie auf den Messen „EuroShop“ und Light + Building präsentiert, die Strahlervariante „id entity“ mit dem 40 Watt LED-Modul – der Einsatz ist jedoch noch nicht voll zu empfehlen. Die-

ses Urteil kann in zwei oder drei Jahren allerdings bereits anders ausfallen, da in diesem Bereich, wegen der unbestreitbaren Vorteile (lange Lebensdauer, keine IR- und UV-Strahlung auf den Exponaten, Dimmbarkeit) intensive Forschung im Gange ist.

**DR. HANS WELLENREUTHER,
RZB-LEUCHTEN BAMBERG/TM
FOTOS: RZB ■**

**DIE BELEUCHTUNG DES FANSHOPS IN DER
ALLIANZ ARENA IN MÜNCHEN RÜCKT
DIE MARKE FCB PERFECT IN DEN FOKUS.**

Die Sechs Megatrends der Beleuchtung

1. Die Ware im Fordergrund – Lust auf Ware.
2. Corporate Lighting: die Marke als Mittelpunkt der Botschaft.
3. Leuchten als dynamisch gesteuerte Elemente der Raum/Deckengestaltung
4. Energieeffiziente Beleuchtung durch den Einsatz von elektronisch betriebenen Leuchten.
5. Einsatz von Leuchtmitteln mit längerer Lebensdauer als bisher.
6. Werkzeuglose Montage und werkzeugloser Lampenwechsel.



**GASTRONOMIE- UND VERKAUFS-
WELTEN INS RECHTE LICHT GERÜCK-
KT: GESICHTET IM FLUG-HAFEN
VON ANKARA**

Die Checkliste für Sie: Achten Sie darauf, dass

- alle Verkaufsräume harmonisch ausgeleuchtet sind
- kein Licht blendet oder flackert
- alle Lampen und Leuchtröhrenkästen sauber sind
- keine Leuchtröhre brummt
- Leuchten keine unangenehme Wärme ausstrahlen
- die Beleuchtung so arrangiert wird, dass Höhepunkte geschaffen werden (z. B. bei Dekoinseln)
- die Beleuchtung farbneutral ist (die Farben der Waren nicht entstellt werden)
- das Licht bewusst als Orientierungshilfe eingesetzt wird
- die Kombination von Farben, Formen und Licht stimmig ist.