

LADEN

*Shop-Design*

*Shop-Beleuchtung*

*Ladenbau*

*POS-Marketing*

*Visual Merchandising*

BAU

LEXIKON

LADEN

MARKE

TING



Markenbildung mit Licht: Innovative LED-Technologie eröffnet neue Möglichkeiten, um mit Licht Marken in der Shop-Architektur wie hier bei Philipp Plein in Wien gezielt in Szene zu setzen. (Planungsbüro: Mauritz Design GmbH)

## LEDs revolutionieren die Shop-Beleuchtung

von Iska Schönfeld

Rund um den Globus gehen Menschen in wirtschaftlich hochentwickelten Ländern nicht mehr einfach nur einkaufen, wenn sie etwas brauchen. Das Einkaufen selbst hat sich zu einer der beliebtesten Freizeitaktivitäten entwickelt. Dabei bewegen sich, wie Studien zeigen, Kunden immer weniger systematisch und strukturiert durch Shops und Ladengeschäfte als zu Zeiten des gezielten Warenerwerbs. Dies hat entscheidenden Einfluss auf die Gestaltung moderner Verkaufsflächen und die Inszenierung von Marken. Erfolgreiche Einzelhändler bemühen sich daher kontinuierlich um attraktiv und abwechslungsreich gestaltete Geschäfte und eine erlebnisorientierte Warenpräsentation, die Kunden dazu anregt, länger im Shop zu verweilen und dort etwas zu kaufen.

Der Verkaufsraumbeleuchtung kommt vor diesem Hintergrund heute eine deutlich stimulierende Aufgabe als in der Vergangenheit zu. Gerade für die farbdynamische Beleuchtung wird daher bereits seit Jahren LED-Beleuchtung eingesetzt. Ziel ist dabei, Licht nicht mehr nur unmittelbar zur Warenbeleuchtung einzusetzen, sondern darüber hinaus die Verkaufsumgebung für die Kunden abwechslungsreich und inspirierend zu inszenieren. Vor allem in Kom-

bination mit innovativer Steuerungstechnologie ergeben sich, wie etwa das zukunftsweisende Lichtkonzept AmbiScene zeigt, vielfältige neue Möglichkeiten für den überlegten und gezielten Einsatz von Licht. So kann man die Beleuchtung einfach und flexibel an unterschiedliche Kollektionen, Jahreszeiten oder Verkaufaktionen anpassen. Manch aufwendige Umgestaltung in Schaufenstern, Regalen und Auslagen wird dadurch überflüssig.

### Vielseitig und energieeffizient

Dies wird umso wichtiger, als Verkaufsräume sich mehr und mehr in eine multimediale, virtuelle Erlebnis- und Markenwelt verwandeln, die den unterschiedlichen Käufergruppen und deren Bedürfnissen nach Show, Unterhaltung oder Entspannung gerecht wird. Damit wird die Bedeutung der LED-Technologie auch in der Shop-Beleuchtung und bei der Inszenierung von Marken mit Licht deutlich weiter zunehmen. Denn LEDs lassen sich einfacher als konventionelle Lichtquellen in digitale Steuerungssysteme integrieren und damit die kaufstimulierende Wirkung der Beleuchtung intensivieren. Zugleich stehen sie mit ihrer hohen Energieeffizienz für einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und reduzieren die Betriebskosten.

Durch die rasant fortschreitende technische Entwicklung hat sich der Einsatz von LEDs in der Shop-Beleuchtung grundlegend erweitert. Da LED-Leuchtmittel in ihrer Leistung und Lichtqualität herkömmliche Lichtquellen durchaus schon ersetzen können, liegt der Fokus moderner LED-Beleuchtung nun vermehrt in der Anwendung für die Allgemeinbeleuchtung mit brilliantem, weißem Licht. Mit bis zu über 60 Lumen pro Watt Systemleistung liegt die Lichtausbeute eines modernen LED-Systems heute bereits höher als die einer vergleichbaren Standardbeleuchtung mit Kompaktleuchtstofflampen – und das kombiniert mit einer hervorragenden Farbwiedergabe.

### Stand der LED-Beleuchtung

Es muss allerdings ganz klar gesagt werden, dass wir uns im Jahr 2011 in einer Übergangsphase befinden, in der LED-Beleuchtung zwar schon vieles besser kann als manches konventionelle Beleuchtungssystem, aber doch noch nicht alles. Überall dort, wo sehr hohe Beleuchtungsstärken erforderlich sind oder wo die Beleuchtung aus großer Höhe erfolgen muss, sind Hochdruck-Metallhalogenlampen, wie zum Beispiel die MASTER Colour Elite, noch die wirtschaftlich bessere Lösung. Ins-

gesamt betrachtet, rechnen sich LED-Lösungen in Einzelhandelsgeschäften aufgrund der langen Lebensdauer von LEDs und der damit reduzierten Wartungskosten mit langen Einschaltzeiten relativ schnell. Den immer noch deutlich höheren Anschaffungspreisen von LED-Lösungen stehen dabei – je nach Anwendung – bis zu 90 Prozent Energieersparnis und eine Lebensdauer von bis zu 45.000 Stunden gegenüber. Deshalb steigen auch jetzt schon immer mehr Shop-Betreiber und Handelsketten auf diese innovative Technik um.

### Neue Lichtkonzepte

Zukünftige Beleuchtungskonzepte werden im Retail-Bereich Komfortbedürfnis, Stimmung und Interaktionsmöglichkeiten, ja sogar den Biorhythmus der Menschen, aber auch die Tageslichtverhältnisse stärker berücksichtigen. Damit leisten sie einen entscheidenden Beitrag zum allgemeinen Wohlbefinden. Je nach gewünschtem Raumszenarium oder der aktuellen Tageszeit kann die Beleuchtung für ein anregendes oder entspanntes Einkaufserlebnis sorgen. Es wird keine getrennte Fokussierung auf Warenpräsentation, Raumambiente, Verkaufszonen oder Kunden mehr geben. Alle verfügbaren Beleuchtungsszenarien werden in ein Gesamtkonzept eingebunden und individuell abrufbar sein. Die Digitalisierung des Lichts durch LED-Technologie und modernste Steuerung eröffnet hier ganz neue Möglichkeiten. Sie wird völlig neue Verkaufsraumkonzepte ermöglichen, die heute mit traditionellen Lichtquellen nicht umzusetzen sind.

### OLEDs: die nächste Zukunftstechnologie

Dabei ist die Geschwindigkeit, mit der sich die Beleuchtungstechnologie weiterentwickelt, atemberaubend. Das Potenzial der Leuchtdioden in der Raumbeleuchtung ist noch nicht auch nur annähernd ausgeschöpft, da kündigt sich mit der organischen LED (OLED) bereits die nächste technische Innovation an. Im Hinblick auf den Einsatz und das Erleben von Licht wird diese organische Lichtquelle weitere entscheidende Veränderungen mit sich bringen.