



Foto: Brahmfeld & Gutruf

Technik, Gestaltung und Emotion

Licht – das ist Technik, Gestaltung und Emotion. Ein gelungenes Lichtkonzept unterstreicht die Raumarchitektur, setzt Akzente und unterstützt den Menschen bei der Orientierung und somit bei seiner Kaufentscheidung.

von Ilka Mellert

Qualität ist dann erreicht, wenn es nicht nur um Beleuchtungsstärken geht, sondern um eine gezielte Auseinandersetzung mit Zielgruppe, Produkt- und Markenaussage. Gute Lichtlösungen vereinen gestalterisches Gespür für Raum und Materialien mit den Bedürfnissen der Käufer. Sie legen das Fundament für Atmosphäre und Wohlbefinden.

Mit dem gezielten Einsatz von LED-Leuchten lässt sich der Energieverbrauch im Shop deutlich reduzieren. LED-Leuchten sind dimmbar und können mittels Dali-Lichtsteuerungen einzeln angesteuert werden. Tunable-white-LED-Leuchten bieten eine Veränderung der Farbtemperatur von warm bis kalt. So kann die Wirkung des Lichts auf Sortiment und Saison abgestimmt werden. Die richtige Lichttechnik ist die Basis für Effizienz am POS und für eine dynamische Inszenierung.

Licht beeinflusst die menschliche Stimmung. Um herauszufinden, welches Licht in an-

genehme Stimmung versetzt, haben sich Neurowissenschaftler mit dem Thema befasst. Rd. 95 Prozent aller Entscheidungen werden unbewusst getroffen. Auch Kaufentscheidungen werden von Gefühlen gesteuert. Es existieren Wahrnehmungsunterschiede nach Geschlecht, Alter und Käuferschichten. Während Männer einen Verkaufsraum eher großflächig betrachten, achten Frauen auf Details. Daher ist es wichtig, die Lichtstimmung an das Verhalten der Zielgruppen anzupassen.

Folgende Parameter beeinflussen die menschliche Wahrnehmung:

- + Lichtfarbe
- + Lichtmenge
- + Lichtverteilung (diffus/gerichtet, Flood/Spot)
- + Lichtrichtung
- + Helligkeitskontraste
- + Farbkontraste

Die Neurowissenschaft fand heraus, dass je stärker die positiven Emotionen sind, als desto

wertvoller ein Produkt wahrgenommen wird. Die Hirnforschung unterscheidet verschiedene „limbische Typen“, die sich in folgende Gruppen einteilen lassen: Abenteurer, Performer, Disziplinierte, Traditionalisten, Harmoniser, Offene und Hedonisten. Eine Studie von Zumtobel Licht und der Gruppe Nymphenburg hat ergeben:

- + Harmoniser, Traditionalisten und Offene reagieren besonders positiv auf moderate Akzentbeleuchtung. Hohe, gleichmäßige vertikale Beleuchtungsstärken werden als angenehm empfunden. Der Anteil diffusen Lichts von Downlights oder Vouten ist sehr gering. Das horizontale Allgemeinbeleuchtungsniveau liegt bei durchschnittlich 800 lx, die bevorzugte Farbtemperatur bei 3000 K.

- + Hedonisten und Abenteurer bevorzugen Lichtszenarien mit hohen Kontrasten und wenig Allgemeinbeleuchtung. Um diese Zielgruppen anzusprechen, eignet sich Akzent-

Foto: www.pkz.ch



Bild links Seite: Wie Licht Teil der architektonischen Gestaltung sein kann, zeigt der Verkaufsraum des Hamburger Juweliers Brahmfeld & Gutruf mit seinen 48.000 LED
Bild oben: Fassade des Schweizer Modehauses PKZ Women. Eine sich bewegende und über 2 Etagen erstreckende Lichtinstallation des Künstlers Julian Opie erzielt hohe Aufmerksamkeit
Bild rechts: Bedingt durch die Verbreitung von LED geht der Trend zu Licht, das in die Verkaufsmöbel integriert ist, hier die Weinabteilung des französischen Edelkaufhauses Le Bon Marché

Foto: Schweitzer Group



beleuchtung in Nischen, Vitrinen und Regalen. Die Farbtemperatur weist eine starke Tendenz in Richtung Kaltweiß auf, wobei 4000 K dominiert.

- + Performer und Disziplinierte sind sehr kritische Kunden, die sich in einem homogenen Lichtumfeld am wohlsten fühlen. Eine Überstimulation durch zu hohe Kontraste sollte vermieden und auf gleichmäßige Re-

gal- und Displaybeleuchtung sowie auf Akzente in Nischen und Vitrinen geachtet werden. Die diffuse Grundbeleuchtung hat bei dieser Gruppe den höchsten Stellenwert. Zu erkennen sind heute folgende Trends in der Shopbeleuchtung:

- + Bewegtes Licht fällt auf, sollte jedoch nicht zu schnell sein. Schnelle Lichtbewegungen zum Beispiel im Schaufenster locken zwar

Passanten an, wirkt jedoch weniger wertig. Im mittleren bis Luxuspreissegment ist darauf zu achten, dass dynamische, also sich verändernde Beleuchtung nicht billig oder defekt wirkt.

- + Ein gutes Lichtkonzept unterscheidet immer Grund- und Akzentbeleuchtung sowie horizontale und vertikale Fokussierung. Dass ein helles Geschäft die meiste Aufmerksamkeit erzeugt, ist Vergangenheit und auch aus energetischen Gründen nicht sinnvoll. Mit Hilfe von Lichtsteuerungen können individuelle Lichtstimmungen erzeugt und Energie mittels Dimmen eingespart werden.

- + Die Bedeutung von Licht im Möbel wächst. Die LED-Technologie ermöglicht es, näher an die Ware zu gehen, denn LED-Leuchten sind klein und lassen sich auch in enge Nischen gut integrieren. Außerdem entwickelt das Licht der LED kaum Wärme nach vorne in Richtung Ware und verhindert das Ausbleichen der Ware. Eine Beleuchtung nah am Produkt ist effizienter als Licht in Decken und Wänden – der Fokus wird sich im Ladenbau in den nächsten Jahren dahingehend verschieben.

Die Autorin ist Innenarchitektin und Beraterin in den Bereichen Licht, Kommunikation und Markenmanagement.

Shopbeleuchtung

Darauf sollten Sie achten

- + Eine diffuse Allgemeinbeleuchtung sorgt für subjektives Wohlbefinden. Vertikale Beleuchtungsstärken und Lichtakzente unterstützen die Orientierung im Raum.
- + Nicht das Helligkeitsniveau ist entscheidend, sondern die Kontraste.
- + Kontraste erreicht man durch Akzentbeleuchtung, die sich durch höhere Beleuchtungsstärken von der homogenen Grundbeleuchtung abhebt.
- + Die Akzentuierung mit engen Lichtkegeln betont Objekte oder Architekturelemente. Helle Punkte in dunkler Umgebung erzielen Aufmerksamkeit. Sie trennen das Wichtige vom Unwichtigen und rücken Objekte visuell in den Vordergrund.
- + Lichtfarbe: Farben vermitteln Emotionen und beeinflussen die Wirkung eines Raumes. Kalte Farbtemperaturen wie Tageslichtweiß lassen Räume großzügiger erscheinen, warme Farbtemperaturen vermitteln einen intimeren Eindruck. Neutralweißes Licht unterstützt die Verweildauer und das Wohlbefinden und sollte daher bei der Allgemeinbeleuchtung zum Einsatz kommen. Wer eine „heimelige“ Atmosphäre in seinem Store wünscht, sollte auf warmweiße Farbtemperaturen setzen, z.B. 3000 K.