



Licht mit Mehrwert

Digitale Beleuchtungslösungen bieten Potenzial für innovative Services und Konzepte im Handel. Offen und experimentierfreudig für neue digitale Anwendungen sind sowohl Food- als auch Fashion-Retailer. Doch was ist für Handel und Kunden aktuell wirklich Nutzen stiftend?

Brigitte Oltmanns

Das Verständnis für die digitale Lichttechnologie wächst im Handel zwar, aber nicht in dem Tempo, wie sich die Lichtindustrie dies offenbar wünscht – zum Beispiel beim Thema elektronisches Lichtmanagement. Keine Frage, die dimmbare LED bietet über eine bedarfsgerechte Regulierung der Lichtmenge viel Spielraum für Stromersparnis und Kostensenkung. Energie einsparende Lichtmanagementsysteme werden nach Erfahrung von Ridi-Beleuchtungsfachmann Markus Keller vor allem in Branchen mit funktionalem Licht eingesetzt und amortisieren sich seiner Erfahrung nach schnell. Es muss nach Ansicht von Lichtexperten dabei nicht immer die kostspielige multifunktionale DALI-Steuerung sein. Am Markt gebe es inzwischen gute und preiswerte Systeme, die ihren Zweck absolut erfüllen.

Ein offenes Ohr für die digitale Technik haben Händler vor allem bei Installationen, die das Einkaufserlebnis unterstützen – Stichwort Emotionalisierung. Hier geht es darum, mit der Shopbe-

leuchtung Stimmungen, Haptiken, Erscheinungsbilder, auch soziales Zusammentreffen zu inszenieren, also Werte, die online nur schwer erlebbar sind. Bärö setzt den Hebel dabei direkt an der LED und ihrem großen Lichtspektrum an. Neben der Effizienz hat die LED-Technik auch bei warenspezifischen Lichtspektren große Fortschritte gebracht, etwa mit Speziallichtfarben für einzelne Warengruppen im Bereich der Frischesortimente im LEH. Entscheider im Handel werden nach Aussagen von Lichtplanern durch die reale Seherfahrung in Referenzprojekten oder im Mock-up überzeugt. Ebenso ließen sich für die Beleuchtung von Fashion bzw. Textilien mit Speziallichtfarben und Lichtmischungen verblüffende Wirkungen erzielen – wie es heißt ohne deutlich höhere Investitionskosten.

VARIABLE LICHTSPEKTREN Ein spannendes Thema und logischer Schritt für die Zukunft sind aus Sicht von Bärö LED-Leuch-

Fotos (4): Signify



Edeka Gaimersheim nutzt die Möglichkeiten einer netzwerkfähigen Lichtlösung auch zur attraktiven Inszenierung des ganzen Gebäudes



ten mit variablen Spektren, die sich an unterschiedliche Warengruppen adaptieren lassen. Bei Ledvance konzentriert man sich in der Produktentwicklung aktuell auf die Bedürfnisse nach einer bestmöglichen Farbwiedergabe mit CRI-Werten über 90, die vor allem für den Mode- und Lebensmittelbereich eine

hohe Relevanz haben. Inzwischen stehen dem Markt LEDs mit CRI-Werten von 95 bzw. 97 zur Verfügung.

Ein weiterer Ansatzpunkt für Entwicklungen ist die Beleuchtung von Umkleiden im Fashionbereich. „Umschmeichelnde“ Lichtlösungen sollen bei Ansorg das Wohlfühlgefühl der Kundinnen sowie die Kaufbereitschaft erhöhen – ein Thema, bei dem im Modehandel noch viel Potenzial steckt auf dem Weg vom klassischen Ladenkonzept in eine ganzheitliche Erlebniswelt, meint Ansorg-Marketingfrau Eva Danischus und bezeichnet eine vorteilhafte Lichtstimmung in der Umkleide als „analoges Mehrwert“.

Das Thema Umkleiden-Beleuchtung beschäftigt auch die Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Kölner Unternehmen Oktalite. Hier soll sich der Mehrwert künftig bereits vor der Kabine zeigen und eine spezielle Beleuchtung dort signalisieren, ob sie frei oder besetzt ist. Peinliche Störungen der Intimität von Kundinnen in der Kabine – ein echter Umsatzkiller – sollen damit der Vergangenheit angehören. In der Kabine kann die Kundin dann per Knopfdruck das Lichtszenario zu Anlässen auswählen, bei denen sie das Kleidungsstück tragen will.

LIGHT-MONITORING Handfeste Mehrwerte für den Lebensmittelhandel bringen seit Neuestem Beleuchtungsinnovationen im Bereich verderblicher Waren: Von Ansorg wurden neuartige Produkte und Konzepte entwickelt, die die teuren Abschriften von Frischwaren senken sollen. Und auch dies verspricht Mehrwert: Light-Monitoring über Smartphone oder Tablet erlaubt dem Anwender eine bequeme Wartung seiner Beleuchtungsanlage, so die Überprüfung des Zustands von Leuchten oder die Kontrolle von Betriebsdaten und Energieverbrauch. Diese Form des Checks sei



SCHLECHTES LICHT, SCHLECHTES GESCHÄFT?

DAGEGEN HABEN WIR ETWAS.

INSZENIERUNG UND FUNKTION.

LEDVANCE setzt Ihr Business in Szene: Innovative Shoplichtsysteme machen den Einkauf zum Erlebnis und fördern den Verkauf. Flexible Strahler lenken den Blick Ihrer Kunden auf die Ware, effiziente Lichtbandsysteme beleuchten gleichmäßig die Regale und erleichtern die Orientierung im Shop. www.ledvance.de/shop



LEDVANCE.DE



LEDVANCE



Globus in Saarbrücken: Die indirekte farbige Beleuchtung über dem Promotion-Bereich. Die Steuerung geschieht funkbasiert über vorprogrammierte Szenarien

flexibler und kostengünstiger als starre Wartungsintervalle, heißt es bei Oktalite.

In Bereichen wie Heat-Mapping, Indoor-Navigation sowie Marketing- und Kundenbindungsprogrammen auf Basis lichtbasierter Anwendungen werden ebenfalls Erfahrungen gesammelt (siehe Interview). Besonders innovative Händler stellen Verkaufsflächen als „Spielwiesen“ für Experimente zur Verfügung, die lang-

fristig als Innovationen möglicherweise das stationäre Einkaufen prägen werden. Die Lichtindustrie ist sich sicher: Durch die fortschreitende Digitalisierung werden Leuchten von morgen immer stärker zur mehrwertigen Schnittstelle im Management einer Retailfläche. Dieser Bereich steht zurzeit allerdings noch am Anfang seiner Entwicklung.

redaktion@ehi.org



Netzwerkfähig, funkbasiert, energiesparend

Kim-Van Blessin, End-User Marketing Manager Retail & Arena, Office & Industry beim Beleuchtungsunternehmen Signify (ehemals Philips Lighting) über Pilotprojekte und neue Entwicklungen im Bereich innovativer Lichtlösungen.



Kim-Van Blessin
End-User Marketing Manager
Retail & Arena, Office & Industry
Signify

An welchen technischen Entwicklungen arbeitet Ihr Unternehmen zurzeit?

Die neue netzwerkfähige Lichtlösung „Interact Retail“ ermöglicht es, die Beleuchtung zu steuern auch ohne eine zusätzliche kostenintensive DALI-Verkabelung der Leuchten zum Schaltschrank. Die Lichtszenen lassen sich programmieren und abhängig von der Tageszeit so hinterlegen, dass kein Mitarbeiter hier manuell agieren muss. Die Lichtszenen können intuitiv und einfach in einer Nutzeroberfläche jederzeit modifiziert werden, auch über Fernwartung. Diese Lösung wird bereits im Edeka-Markt in Gaimersheim eingesetzt. Im kommenden Jahr werden diese Funkfunktionalitäten auch über mehrere Filialen möglich sein. Durch den Einsatz von funkbasierter Steuerung kann Energie eingespart werden und Lichtszenen sind nach Bedarf zu programmieren, um so zum Beispiel mehr Aufmerksamkeit für bestimmte Verkaufsbereiche zu schaffen. Dies wird zum Beispiel durch den Einsatz von indirekter farbiger Beleuchtung erreicht.

Gibt es auch hierzu ein Referenzprojekt?

Ja, in einem Globus Markt in Saarbrücken wurde die indirekte farbige Beleuchtung im Promotion-Bereich eingesetzt. Neben den Energieeinsparungen von bis zu 75 Prozent gegenüber herkömmlicher Beleuchtung belegt die Studie des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI), dass der Anteil der Kundenbesuche in diesem Bereich um acht Prozent und der Gesamtumsatz der beworbenen Warengruppe um 2,6 Prozent gestiegen sind.

Welche Handelsbranchen zeigen sich besonders offen für diese neuen Lösungen?

Dies ist nicht allein branchentypisch zuzuordnen. Das Thema Interact Retail wird für alle Händler relevant sein. Die Möglichkeit, mittelfristig alle Filialen zentral steuern zu können, ist darüber hinaus besonders interessant für filialisierte Handelsunternehmen.