

„Neue Licht-Ideen auf der Euroshop“



Manfred Diez, Vorsitzender ZVEI-Fachverband Licht

Der Lichtmarkt befindet sich nach wie vor im Wandel. Völlig neue Ideen bekam man bei den Präsentationen auf der Messe Euroshop in Düsseldorf angeboten. Bisher war für die Einführung der LED häufig nur die Energieeffizienz maßgeblich. Aus heutiger Sicht ist dieses Herangehen zu kurz gesprungen. Es führte dazu, dass bei Renovierungen die erforderlichen Qualitätsparameter unterschätzt und bisweilen gänzlich außer Acht gelassen wurden. Solch eine einseitige Betrachtung führte zu einer geringen Akzeptanz der installierten Lichtlösungen beim Nutzer. Wie man es besser macht, können Sie anhand von Beispielen auf der Internetseite unseres ZVEI-Branchenportals www.licht.de nachlesen. Überzeugen Sie sich selbst!

Mittlerweile hat die LED-Technik einen Sprung nach vorn gemacht: LED-Chips mit unterschiedlichen Farbtemperaturen und mit hohen Farbwiedergabeindizes wurden weiterentwickelt. Auch die Ansteuerung der LEDs hat sich verbessert. Damit lassen sich für die verschiedenen Anwendungen optimierte Leuchten konstruieren. Hinzu kommt der Trend, Leuchten mit Lichtsteuersystemen zu kombinieren. Das erhöht den Bedienkomfort und macht auf die jeweilige Sehaufgabe optimierte, variable Beleuchtung möglich. Denn jeder Mensch hat individuelle Wünsche an „sein“ Licht.

Auch die nichtvisuellen Aspekte der Beleuchtung wie die Unterstützung des circadianen Rhythmus des Menschen finden zunehmend Beachtung. Unter dem Begriff „Human Centric Lighting“ versteht sich ein ganzheitlicher Ansatz, der die visuellen, biologischen und emotionalen Wirkungen der Beleuchtung auf den Menschen gleichermaßen berücksichtigt.

Insbesondere im professionellen Shopbereich bietet Licht neue Chancen. Visuelle und emotionale Wirkung des Lichts können bei der Warenpräsentation und beim Branding eingesetzt werden. Der Kunde soll sich wohl fühlen und das Einkaufen soll zum positiven Erlebnis werden – denn der Kunde soll ja schließlich wiederkommen.

Neueste technische Entwicklungen nutzen Sensoren in den Leuchten. In Pilotprojekten werden Einkaufslisten im Smartphone mit der augenblicklichen Position des Kunden im Laden verknüpft. So wird der Kunde per Smartphone direkt zum gesuchten Produkt geführt. Das erleichtert die Produktsuche. Auf der anderen Seite kann der Ladenbesitzer erkennen, welche Produkte zum Beispiel ergänzend gesucht werden; so bekommt er Informationen, um sein Angebot zu optimieren. Anonymisiert natürlich! Möglich wird das durch Digitalisierung und Vernetzung, die der

ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik und Elektronikindustrie – mit Verve in allen Bereichen des Lebens vorantreibt.

Die Besucher der diesjährigen Messe Euroshop in Düsseldorf konnten „neues Licht“ bereits live erleben. Nicht nur an den Ständen der Lichthersteller, sondern an allen Ständen war Licht das Werkzeug zur Emotionalisierung beim Shopping.

Die Mitglieder des ZVEI-Fachverbands Licht berichten von großem Interesse der Besucher. Sie wollen künftig Licht noch gezielter einsetzen und beabsichtigen kräftig in LED-Technik zu investieren. Damit setzt man verstärkt auf Energieeffizienz und Nachhaltigkeit – allerdings nicht als Primärziel, sondern als Zusatzeffekt. Für einen Überblick hierüber empfehle ich auch das Branchenportal www.licht.de.

Nach einer während der Messe vorgestellten Studie des EHI Retail Institut hat sich die Investitionsbereitschaft des Handels branchenübergreifend nahezu verdoppelt. Ich freue mich bereits auf die Zukunft, wenn Shoppen noch schöner und erlebnisreicher wird. Denn Licht wirkt!