

Gezielt Akzente setzen

Das Einkaufen zum Erlebnis zu machen, ist die Aufgabe des Ladenbaus. Dabei übernimmt das Beleuchtungsdesign eine Führungsrolle. Mit neuen Formaten sorgt der italienische Lichtspezialist Imoon für positive Kundenerfahrungen, und das mit Fokus auf Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit.

Das sorgfältige Studium des Lichtes hat nicht nur eine funktionelle Bedeutung, sondern strebt hauptsächlich danach, Emotionen hervorzurufen, die das Kundenerlebnis einzigartig machen. Licht ist ein unverzichtbares strategisches Element – vom Lebensmittel- bis zum Fashionbereich stellt die Technologie einen Schlüsselfaktor dar. In einem immer schärferen Wettbewerb, sieht sich Imoon als ein führender internationaler Player für die Beleuchtung im Lebensmittel- und Modeeinzelhandel als Vermittler der neuesten Trends mit einer innovativen Mentalität.

Sparsam und doch effektiv

Nachhaltigkeit wird immer wichtiger, wenn es darum geht, mit einer Marke Vertrauen beim Kunden aufzubauen. Imoon reduziert die Umweltbelastung in den Stores mit einer Technologie, die über Software, Sensorik, LEDs und weiterentwickelte Methoden auf die höchste Energieeinsparung zielt. Jeder Raum braucht eine spezifische Beleuch-

tung – je nach Abteilung entwerfen die Lichtdesigner von Imoon unterschiedliche Szenarien in Bezug auf die Farbwiedergabe, wobei nur besondere Zonen betont werden. Im Vergleich zur traditionellen Beleuchtung, wo das Licht homogen ist, spielt Imoon mit den Lichtkontrasten. So werden Theken, Regale und Kassen attraktiver und energiesparend beleuchtet.

Dank einem optimalen durchschnittlichen Beleuchtungsniveau von 1000 Lux – für eine homogene Beleuchtung der Verkaufsstelle sind 2000 Lux üblich – und der Nutzung von Beleuchtungskörpern mit einer Systemleistung bis zu 200 lm/W (Lumen pro Watt), schrumpft der Energieverbrauch auf 7 kW/m². Inbegriffen in der Beratung von Imoon ist auch die Energiebewertung, mit der der gesamte Energieverbrauch der Beleuchtungsobjekte und deren Amortisationszeit, einschließlich Anschluss- und Entsorgungskosten der alten Anlage, abgeschätzt werden. Die Tilgungsdauer für die Anfangsinvestition (Lieferung, Installation und Entsorgung) ist nie

länger als drei Jahre. Zum Einsatz kommen in erster Linie LEDs, die eine perfekte diffuse Beleuchtung gewährleisten und gleichzeitig besondere Elemente szenisch hervorheben. Und sie bieten die Möglichkeit der Modulation des Helligkeitsgrads je nach Umgebung sowie den Einsatz von spannenden Farbkontrasten auf bestimmte Produkte bei geschickter Wahl der Farbtemperatur – alles Faktoren, die den Verbraucher in Kauflaune versetzen können.

Atmosphärischer Treff Backshop

In Deutschland hat Imoon viele interessante Projekte entwickelt, und wichtige Fachhändler und Supermarktketten, wie etwa Inkoop, ZooRoyal, Edeka, Rewe, Marktkauf und Selgros, haben sich schon auf die Expertise des italienischen Unternehmens verlassen. Unter den neuen Konzepten fallen die zwei Shops der Bäckerei-Kette „Nur Hier“ von der Edeka-Gruppe in Hamburg auf. Sie wurden nicht nur als reine Bäckerei, sondern auch als Treffpunkt konzipiert, wo man sich entspannen, Kaffee trinken und ein schnelles Mittagessen haben kann.

Das Ladenkonzept wurde um die Idee einer heimeligen und einladenden Atmosphäre entwickelt, wo weiche Farben und warmes Licht, vor allem über den Sitzplätzen, dominieren. Hier kommen die Hängeleuchten „Frost Design by Makris“ zum Einsatz. Auf der Brottheke und Cafeteria wurden dagegen die „Ilios S“-Pendelleuchten installiert, die ein extrawarmes Licht werfen und die

Hängeleuchten sorgen in Hieber's Frische Center für hohen Sehkomfort.



Akzentuiertes Licht: Pendelleuchten werfen im „Nur Hier“ warmes Licht auf die Theke.

Gut ausgeleuchteter Backshop „Nur Hier“: Entspannendes Gesamtlicht und über den Sitzplätzen Hängeleuchten.



Fotos: Daniela Herrni (2), Imoon

schräg gelegenen Regalen der Kühltheke mit Akzentbeleuchtung erhellen. Die Struktur der Regale dient unter anderem dazu, das Augenmerk auf die Produktreife und -wertigkeit zu lenken. Diese Lichtlösung passt perfekt zur Allgemeinbeleuchtung der ausgestellten Ware und spielt mit den asymmetrischen hinterhängenden Wandhaltern, um einen angenehmen optischen Effekt zu erzielen.

Leidenschaft beleuchten

Ebenso interessant ist das Projekt zur Neugestaltung des Stores Hieber Bad Krozingen von Hieber's Frische Center KG, einer Einzelhandelskette ebenfalls der Edeka-Gruppe. Der Laden wurde komplett renoviert und erweitert – mit dem Ziel, die Leidenschaft der Marke für Lebensmittel hervorzuheben. Die Verkaufsstelle bietet die größte Frischetheke ihrer Kategorie: Die Fleischtheke ist 40 Meter lang, der Käsestand hat einen neuen Schrank für ein reicheres Sortiment und eine Selbstbedienungskühltheke.

In diesem Bereich hat Imoon spezielle LEDs verwendet, die verschiedene Farbtemperaturen mixen, um die Qualität der Produkte zu unterstreichen, wie etwa „Meat Red“ für das Fleisch, „Meat Fish HD“ für den Fisch und „Full Colour“ zur Farb- und Formbetonung von Obst und Gemüse.

Dabei wurde auch die Wireless-Technologie zur Dimmung der Beleuch-

ungsstärke in Anspruch genommen, um ein attraktives und ansprechendes Ambiente zu schaffen. Zu diesem Zweck verschönert die Imoon-Beleuchtung die „schwebenden“ Holzelemente, die die Decke an bestimmten Punkten absenken und die Zonen mit höchster Rentabilität schmücken. Das Ergebnis ist ein heller und gemütlicher Raum. In der Kosmetik- und Weinzone werden die Produktinseln durch die LED-Hängeleuchten „Tita“, Synonym für einen hohen Sehkomfort, ins Licht gerückt. In der Kassenzone wird die Hauptrolle von den Scheinwerfern mit „Dark Light“-Optiken gespielt, die die Blendung reduzieren und die Interaktion zwischen Shopbetreibern und Kunden angenehmer machen.

Die Aufmerksamkeit der Marke für Frische wird auch durch moderne grafische und dekorative, an den Wänden angebrachte „Street-Art“-Elemente unterstrichen: Megahände, die das stilisierte abteilungsbezogene Produkt hal-

ten. Sie erzählen die Geschichte des Supermarktes, helfen dem Verbraucher bei der Orientierung im Laden und bahnen mit ihm eine sofortige und wirksame Kommunikation an.

„Die Lichtplanung von Imoon dient zur Hervorhebung der angebotenen Produkte und zur Kaufermutigung der Verbraucher sowie einem einzigartigen und aufregenden Shopping-Erlebnis“, erklärt Pierluigi Gusmani, International Sales Director von Imoon, und fügt hinzu: „Unsere Beleuchtungskörper harmonisieren mit den umliegenden Bauelementen, fördern die Wahrnehmung der Umgebung und tragen zur Schaffung der richtigen Atmosphäre bei. Das Ergebnis ist großartig und erst durch die Zusammenarbeit mit dem Team von Schweitzer Ladenbau möglich, einem verlässlichen Partner, der Imoon auf den deutschen Markt eingeführt hat und wichtige Projekte, wie die von Edeka, eingeleitet hat.“ ■ www.imoon.it/de