

HIGH LIGHT

*Das Fachmagazin
der Lichtbranche*



Interview:
Thomas Mänecke &
Robert Hörstrup

Titel: Soel S.38

Forum
Euroshop Preview

Lichtplanung
Shopbeleuchtung

▼ Der tiefe Einblick in den Innenraum der Jordan-Apotheke durch die 25 m lange Glasfront macht Schaufensterauslagen überflüssig, denn die Apotheke stellt sich selbst aus.

VERKAUFSINSELN GEBEN STRUKTUR

Ein neuartiger Ansatz mit Verkaufsinselführt in die Jordan-Apotheke. Die Staffelung der Möbeleinbauten sowie die gezielte Lichtführung sorgen nicht nur für eine räumliche Tiefenwirkung. Ebenso wird das Warensortiment gezielt in Szene gesetzt.

Das Einkaufs- und Dienstleistungszentrum mit gesundheitsnahen Einrichtungen im Erlanger Stadtteil Büchenbach hat sich seit seiner Eröffnung im Oktober 2012 gut gefüllt. Dieses Umfeld ist wie geschaffen für die Ansiedlung einer Apotheke. Und diese Chance hat Jordan Hammad ergriffen und hier eine weitere Zweigstelle zur bereits 2011 neu gestalteten Hauptstelle in der Michael-Vogel-Straße und der Filiale Am Anger eingerichtet.

Eine 25 m lange Glasfront sorgt für eine starke Außenwirkung. Damit wird der gesamte Verkaufsraum nach außen getragen und die Passanten können sich schon aus der Distanz einen ersten Eindruck verschaffen. Der tiefe Einblick in den Innenraum macht Schaufensterauslagen überflüssig. „Die Apotheke stellt sich selbst aus“, wie der Architekt Hans-Joachim Glahn treffend bemerkte. Unterstützt wird die räumliche Tiefenwirkung durch die Staffelung der Möbeleinbauten sowie durch eine gezielte Lichtführung. Dabei verstärken die leuchtend grünen Akzente an der Decke die visuelle Anziehungskraft.

Konzentration auf das Wesentliche

Die Jordan-Apotheke erstreckt sich über zwei Ebenen, die über eine offene Stahltrappe im Innenraum sichtbar miteinander verbunden sind, sodass die Patienten direkt die Arztpraxen im Obergeschoss erreichen oder diesen Weg auch als Zugang nutzen können. Alle Nebenräume, wie Labor, Büro und Nachtdienstzimmer, sowie der Kommissionierautomat für die Medikamente sind in der ersten Etage untergebracht,



Fotos: Nikolay Kazakov, Karlsruhe



In einer gläsernen Vitrine an den Handverkaufs-Theken werden die apothekenpflichtigen Medikamente offeriert, verkaufsfördernd angestrahlt von jeweils zwei Decken-Einbauleuchten Romeo+Julia.



sodass sich das Erdgeschoss in seiner Gesamtheit als großzügige Verkaufsfläche nutzen lässt.

Die Offizin, wie der für das Publikum zugängliche Arbeitsraum in der Fachsprache genannt wird, betreten die Kunden durch 3 m hohe Glasschiebetüren an den Stirnseiten. Dunkles Industrieparkett aus massiver Rähchereiche vermittelt eine natürliche Eleganz und erzeugt ein angenehmes, ruhiges Ambiente. Die Gestaltung des Innenraums ist auf ein Minimum beschränkt, die Farbgebung zurückhaltend. Nichts soll von dem Warenangebot ablenken oder die offene Raumwirkung beeinträchtigen. Die Ausbauelemente bekleiden den Rohbau nicht vollständig, sodass die Tragstruktur ablesbar und der Beton in seiner Materialität erhalten bleibt.

Zusammen mit dem individuell gestalteten Mobiliar verleiht die von dem Berliner Büro Glahn Architekten geschaffene Raumarchitektur der Jordan-Apotheke eine eigene Identität mit hohem Wiedererkennungswert. Die ansprechende Anmutung unterstützt die von Conceptlicht,

► Vier strahlend weiße, frei auf der Verkaufsfläche verteilte Inseln bieten ein Höchstmaß an Diskretion, lenken – gegeneinander versetzt platziert – aber ebenso den Weg der Kunden durch die fast 180 m² großen Räumlichkeiten.

PROJEKTDATEN

Bauherr: Jordan Hammad, Erlangen

Innenarchitektur und Planung Mobiliar:

Glahn Architekten, Berlin, Christiane Glahn, Hans-Joachim Glahn

Lichtgestaltung: Conceptlicht GmbH, Traunreut

Helmut Angerer, Jan Nielsen

Elektroplanung: Uniflex Elektro GmbH, Dillstädt

Nettogeschossfläche: 298 m²

Planung: 2011/2012

Fertigstellung: Oktober 2012

Entwurf und Genehmigungsplanung Gebäude:

Architekten Franke + Messmer Gbr, Emskirchen

Ausführungsplanung und Ausführung:

Imetaal Industriebau GmbH & Co. KG, Emmerich

Projektentwicklung:

TBB Ten Brinke Projektentwicklung GmbH, Bocholt

▲ Über die Wendelrutschen im Innern der Säule gelangen verschreibungspflichtige Präparate in Sekundenschnelle aus dem vollautomatischen Medikamentenlager zur Handverkaufs-Theke.



Fotos: Nikolay Kazakov, Karlsruhe

Traunreut, entwickelte Lichtlösung, die genau auf das Ambiente, aber ebenso auf eine attraktive Warenpräsentation abgestimmt ist.

Auf eine schlichte, durch Klarheit geprägte Wirkung ausgerichtet, kommen formal zurückhaltende Leuchten zum Einsatz. Um ein möglichst ruhiges, aber dennoch kraftvolles Deckenbild zu erzielen sind – wie der Lichtplaner Jan Nielsen erläuterte – die Funktionsleuchten entweder den Möbeln zugeordnet oder am seitlichen Deckenrand untergebracht worden, wie die parallel zur Fensterfront fast unsichtbar angeordneten Anbauleuchten Cubus von Regiolux. Durch die Blickachse – bis auf die sich zurücknehmenden, quadratischen Downlights Quintessence von Erco für die Allgemeinbeleuchtung –, größtenteils vom „visuellen Ballast befreit“, lässt sich der Hauptzugang in seiner Großzügigkeit zur Gänze erleben.

Differenzierung

Üblicherweise sind die Handverkaufs-Theken – als zentrales Element einer jeden Apotheke – nebeneinander, in unmittelbarer Nähe des Medikamentenvorrats und des Back-Office angeordnet. Hier findet die Beratung durch den Apotheker statt, ebenso werden Rezepte eingelöst und Medikamente ausgegeben.

Dieses starre Organisationsprinzip wird in der Büchenbacher Jordan-Filiale aufgelöst und durch ein außergewöhnliches, von Glahn-Architekten entwickeltes Konzept ersetzt: den „separierten“ Handverkauf, also die Vereinzelung dieser kundenbezogenen Arbeitsplätze.

Dafür sind vier einzelne, strahlend weiße Inseln unabhängig frei im Verkaufsraum verteilt. Diese Anordnung garantiert einerseits aufgrund ihrer Distanz voneinander ein Höchstmaß an Diskre-

tion. Andererseits lenken sie – gegeneinander versetzt platziert – den Weg der Kunden durch die fast 180 m² großen Räumlichkeiten. Diese wegweisende Funktion verstärkt die mit warmweißen LED-Strip HD von Proled hinterleuchtete Taschenablage, die durch eine weiche vertikale Aufhellung die gerundete Form des Tresens hervorhebt. Die hell wirkende Ablage definiert zusammen mit der jeweils darüber angeordneten, 1,5 m langen Hängeleuchte Pure 2 von Planlicht, die mit T5-Leuchtstofflampe 54 W und Reflektor mit BAP-Spiegelraster für gutes Arbeitslicht sorgt, zudem jeden der separaten Verkaufsbereiche.

Die verteilten Handverkaufs-Theken bilden eine Einheit aus Beratungszone, Kasse und Arbeitsfläche, sodass sich administrative Tätigkeiten direkt im Verkaufsraum erledigen lassen. Die Säule an jeder Verkaufinsel ist nicht nur ein Gestaltungselement, das am Übergang zur Decke von einem flächenbündig eingebauten, grünen Lichtring umrahmt wird. Dieser erhält seine Signalwirkung durch LED-Streifen Linearlight Flex sideled von Osram in Lichtfarbe 847. Vielmehr übernimmt die Säule eine für den Arzneimittelverkauf bedeutende Funktion: Im Innern befinden sich die Wendelrutschen für die Medikamentenausgabe. Diese sind über nicht sichtbare Förderbänder im Deckenhohlraum mit dem Kommissionierautomaten und dem Medikamentenlager im Obergeschoss verbunden. So werden die angeforderten, verschreibungspflichtigen Präparate in Sekundenschnelle aus dem vollautomatischen Medikamentenlager zu den Countern transportiert. Dies bietet den Vorteil, dass der Apotheker die Handverkaufs-Theke nicht mehr verlassen muss, d.h. für den Kunden stets ansprechbar und in der Apotheke präsent bleibt.



Professionelle Lichtgestaltung mit der Hera AR-Serie.

Zwei neue Modelle, speziell entwickelt für den Ladenbau, runden die bewährte Hera AR-Serie ab. In Möbeln oder als Akzentbeleuchtung setzt die AR 35-LED neue Maßstäbe im Lichtdesign. Und die „große“ AR 68-LED überzeugt beim Einsatz in der 68-er Lochbohrung.



AR 35-LED

AR 68-LED

Runde LED-Einbauleuchten mit Ausstrahlung

- › Optik und Technik aus der Hera AR-Serie
- › flach, lichtstark, effektiv
- › einsetzbar für unzählige Anwendungen
- › minimale Einbautiefe 13 bzw. 11 mm
- › geringe Leistungsaufnahme
- › Einbaubohrungen 35 bzw. 68 mm

Erleben Sie die Hera Lichtwelten:



EuroShop Düsseldorf

16.–20. Februar 2014

Halle 11, Stand 11C24

Hera®

Hera GmbH & Co. KG · Dieselstraße 9 · 32130 Enger
Tel. +49 (0) 5224 911-0 · Fax +49 (0) 5224 911-215
mail@hera-online.de · www.hera-online.de

▼ Alle Nebenräume, wie Labor, Büro und Nachtdienstzimmer sowie der Kommissionierautomat für die Medikamente, sind im Obergeschoss untergebracht, das aus Kostengründen mit den von Imetaal Industriebau – als für Ausführungsplanung und Ausführung verantwortlichem Unternehmen – vorgesehenen Rasterleuchten erhellt wird.



Über das Zusammenspiel von Lichtring-, Pendel- und Taschenablageleuchten vermitteln die Inseln Eigenständigkeit, sodass die Verkaufsbereiche für die Kunden im Raum klar definiert sind.

Raumwirkung und Inszenierung im Einklang

Das exklusive Mobiliar ist raumbildend und untrennbarer Bestandteil der Architektur. Selbstbewusst, baukörperhaft und monolithisch stehen die Handverkaufs-Theken frei im Raum. Hier sind in gläsernen Vitrinen die apothekenpflichtigen Medikamente der Sichtwahl präsent. Diese werden verkaufsfördernd inszeniert von jeweils zwei mit Halogen-Metall dampflampen 70 W bestückten Doppelmodulen Romeo+Julia des Leuchtenherstellers Interlicht Norbert Schüller. Deren kardanisch gelagerte Strahlerköpfe, die mit projektspezifisch entwickelten Abblendtuben versehen sind, lassen sich dafür genau auf die Produkte ausrichten.

Das „bunte“ Warensortiment an frei verkäuflichen Mitteln und Essenzen wird auf einem 17 m langen wandhängenden Regal übersichtlich und gut sortiert präsentiert. Glasböden, Haken, Körbe oder

Displays lassen sich in dem horizontalen Schienensystem flexibel einsetzen, sodass die Aufteilung des Wandregals ohne besonderen Aufwand an wechselnde Anforderungen angepasst werden kann. Aufgrund des schwarzen Hintergrunds, kommen die Produkte besonders gut zur Geltung. Dies verstärkt die Ausleuchtung mit seitlich am abgehängten Deckenkoffer befestigten Wandanbauleuchten Romeo+Julia mit Halogen-Metall dampflampen. Allerdings entfällt das Gehäuse Julia, das sonst die Betriebsgeräte aufnimmt. Denn diese sind hier nicht in der Leuchte, sondern im Deckenhohlraum untergebracht.

Durch die etwas nach oben versetzte Anordnung verschwinden die Wandleuchten aus dem Blickfeld des Kunden und nur das abgestrahlte Licht zeigt seine Wirkung. Zusätzlich wird das Wandregal durch eine möbelintegrierte Bodenaufhellung akzentuiert.

Dramaturgie mit Hintergrund

Das von Glahn-Architekten vorgegebene innenarchitektonische Konzept zielt auf eine offene, großzügige Raumwirkung und eine durchdachte, attraktive Präsentation des Warenangebots ab. Damit war der Weg für die Lichtplanung definiert, die durch viele Faktoren beeinflusst wird: Neben lichttechnischen und gestalterischen Überlegungen stehen visuelle Aspekte im Vordergrund. Letztendlich geht es auch um die Wahrnehmung, die sich nicht auf eine rein physiologische Ebene reduzieren lässt. Gemäß der Philosophie von Conceptlicht gilt es, einen Raum nach seiner Funktion, Nutzung und Gestaltung aufzunehmen und hierarchisch zu strukturieren. Die Lichtgestaltung muss dann „nur“ diese Hierarchie aufgreifen und unterstreichen. Bedeutung erlangt in diesem Zusammenhang die Leuchtdichte und ihre graduellen Unterschiede. Denn Flächen mit



KOMMENTAR

hoher Leuchtdichte sind zwangsläufig hinsichtlich ihrer Gewichtung ganz oben angesiedelt.

Das Streben nach Klarheit und Konzentration auf das Wesentliche führt zu einer Vermeidung überflüssiger oder ablenkender Informationen. Die Inszenierung des Warensortiments steht verstärkt im Fokus und der Besuch einer Apotheke bedeutet mittlerweile mehr als nur die Ausgabe von Medikamenten – vielmehr ist auch hier eine verkaufsfördernde Wohlfühlatmosphäre gefragt.

Ursula Sandner

▼ Das „bunte“ Warensortiment an frei verkäuflichen Mitteln, Essenzen und Kosmetikartikeln wird auf einem wandhängenden Regal mit schwarzem Hintergrund übersichtlich und ansprechend präsentiert.



Fotos: Nikolay Kazakov, Karlsruhe



STEVE LANDAU

Direktor Marketing Communications

Xicato, San Jose, USA

LEDs und Erlebnis-Architektur

Auch in unserer vernetzten Welt wird es eine Zukunft für den Handel geben, denn wir Menschen wollen sehen, fühlen, kommunizieren und unterhalten werden. Das ganz besonders beim Shopping, ganz egal wo der Verkauf stattfindet.

Und da nur 14% des Textilhandelsumsatzes und 11% aus dem Bereich Health und Beauty online gemacht werden, schaffen die traditionellen Marken eine stärker theatralische und experimentelle Erfahrungswelt. Genauso bauen die Online-Marken Pop-Up-Stores und eigene Markenstores, um neue Kunden, vor allem markentreue Verbraucher, zu erreichen.

Die Beleuchtung bekommt dabei eine Aufgabe, deren Bedeutung markenstrategisch ist, nicht mehr nur funktional. Mit der Entwicklung des Handels hin zu einem Multi- oder sogar Omni-Channel-Anbieter wird die Beleuchtung aufgewertet, sodass die Kunden natürlichere, stärkere oder lebendigere Farben sehen. Und dazu Lichtszenen, die nach den Erkenntnissen der Forschung auf die Zielgruppen angepasst sind. Solche Licht-Charakteristika, wie zum Beispiel ein eigener Weißton, werden zum Markenbild dazugehören und die Marke damit stärken.

Die Lichtquelle wird dabei ebenfalls zum Werkzeug, das vernetzt mit der IT des Unternehmens über eigene Sensoren Informationen sammeln und gleichzeitig aber auch Informationen weitergeben kann. Damit rückt das Licht noch viel weiter an den Theater- und Entertainmentbereich heran – allerdings nur in der Technik, das Licht selbst bleibt weiß.

Die gleiche Technologie lässt auch 25 - 50% Energieersparnis gegenüber den heute genutzten Lichttechniken zu, bei reduziertem Wartungsaufwand. Die Marge wird dadurch besser, der Payback für Investitionen verkürzt – und Licht wird vom Verbrauchsmaterial zum aktiven Kostensparer.

Die Zukunft des Handels beginnt mit Licht. Der Handel erkennt, dass der Erhalt der Lichtqualität über die Lebensdauer, die bessere Beleuchtung der Waren und die Beeinflussung des Verbraucherverhaltens durch Licht entscheidend sind und nicht einfach ohne weitere Folgen für reine Effizienz geopfert werden können.

Bisher war der energetische Aspekt aber oft der einzig betrachtete der LED. Bei Xicato wurde zusätzlich in Farbforschung investiert, um herauszufinden, wie der Mensch auf Licht reagiert und wie Präferenzen gebildet werden. Ergebnis ist, dass nicht nur die Technologie selbst beherrscht wird, sondern auch eine bessere Qualität des Lichts mit der gesteigerten Effizienz einhergeht. Daher gilt es, dem Kunden im Shop viel mehr zu zeigen, als er erwartet hat und ihm ein visuelles Erlebnis zu ermöglichen, dass er sich zwar nicht vorstellen konnte, er aber definitiv vorzieht. Und das fängt mit großartigem Licht an.

VOR SCHAU

↑
1-2
Forum

3.1
Technische
Leuchten
und Lampen

Büro
Gewerbe
Industrie
Sonderanwendungen

Office
Business
Industry
Special applications

Via
Mobile

3.0
Technische
Leuchten
und Lampen

Büro
Gewerbe
Industrie
Sonderanwendungen

Office
Business
Industry
Special applications

HIGHLIGHT MÄRZ | APRIL 2014

Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH // Jochen Günther

SCHWERPUNKTTHEMA_Light+Building

Die kommende Ausgabe steht im Zeichen der Light+Building, der Weltleitmesse für Licht in Frankfurt. Wir berichten über erste Trends, die es auf der Messe zu entdecken gibt. Unser Messeführer Lightguide gibt dazu als Beilage zum nächsten Heft die notwendige Orientierung auf dem Messegelände in Frankfurt.

+ **PLANUNG_Licht** zur Repräsentation

+ **FORUM_Review** Euroshop

+ **LIGHTGUIDE_Light+Building**



Foto: Albert Leuchten

Leuchtendesign

Einer der traditionellen Leuchtenhersteller in Deutschland ist Albert Leuchten. Wir zeigen Meilensteine der 150-jährigen Geschichte der Fröndenberger.

ISSN: 0947-8175

IMPRESSUM



VERLAG
HIGHLIGHT Verlagsgesellschaft mbH
Braugasse 2
D-59602 Rülthen
Telefon: 02952 - 97 59 200
Telefax: 02952 - 97 59 201
info@highlight-verlag.de
www.highlight-verlag.de

HERAUSGEBER
HIGHLIGHT Verlagsgesellschaft mbH,
D-59602 Rülthen

REDAKTION
Dipl.-Kfm. Markus Helle (ViSdp)
Jens Dumschat
Dipl.-Ing. Torsten Cramer
Dipl.-Ing. Ursula Sandner (ständige freie Mitarbeiterin)

MARKETING UND ANZEIGEN
Markus Helle (verantwortlich für den Anzeigenteil)
Jutta Fuser

VERTRIEB
Jens Dumschat

DTP UND LAYOUT
Redaktion HIGHLIGHT

GRAFISCHES KONZEPT
08/16 quergedacht GbR – www.quergedacht.com

DRUCK
Kunst- und Werbedruck, Bad Oeynhausen

VERLAGS- UND ANZEIGEN-REPRÄSENTANTEN
Region Bayern, Baden-Württemberg und Österreich
Daniel Jäger Medienservice
Gewürzmühlstr. 19, 80538 München
Tel.: 089 - 21 26 90 54; Mobil: 0171 - 996 85 68
Fax: 089 - 23 88 95 61

BeNeLux
John Tindall
Avenue des Alouettes 33, BE-1428 Lillois-Witterzée
Tel. + Fax: +32 - 67 - 55 44 37

ANZEIGENPREISLISTE
Gültig Nr. 22 vom 1.10.2013
Nachdruck (auch auszugsweise), Vervielfältigungen jeder Art bedürfen der schriftlichen Genehmigung des Verlages. Fremdbeiträge, die mit Namen des Verfassers gezeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.
Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen.
Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe oder andere Beiträge evtl. gekürzt zu veröffentlichen oder zu zitieren.

BEZUGSPREIS
HIGHLIGHT-Abopreis jährlich 42,06 Euro zzgl. MwSt. und Versandgebühr für sechs Ausgaben HIGHLIGHT und das Sonderheft Lichtreport. Studierende erhalten gegen Vorlage einer gültigen Immatrikulationsbescheinigung eine Ermäßigung von 30 %.
Für Mitglieder der LTGR – Lichttechnische Gesellschaft des Ruhrgebietes e.V. und des Vereins zur Förderung des Museums für Licht und Beleuchtung e.V. ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Geschäftsbedingungen für Abonnements

- 1 Eigentumsvorbehalt gem. § 455 BGB bis zur Bezahlung aller Ansprüche aus laufender Geschäftsverbindung.
- 2 Kostenlose Nachlieferung in Verlust geratener Hefte oder Bücher kann nicht erfolgen.
- 3 Für beschädigt eingehende Sendungen sind Schadensersatzansprüche beim Anlieferer (Post, Bahn, Kommissionär usw.) geltend zu machen.
- 4 Abonnements, die nicht 3 Monate vor Ablauf des Abonnementjahres gekündigt werden, verlängern sich jeweils um ein weiteres Jahr. Der jeweils gültige Abonnementpreis ist in jeder HIGHLIGHT-Ausgabe dem Impressum zu entnehmen. Zahlung: rein netto; Erfüllungsort und Gerichtsstand Warstein.
- 5