

# HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

## Ins beste Licht gerückt

Mit dem richtigen Licht erscheinen Produkte schmackhafter und attraktiver. Ein Lichtkonzept mit unterschiedlichen Helligkeiten, Lichtfarben und Lichtrichtungen lässt Kunden ganz unbewusst länger im Laden verweilen und mehr einkaufen. Daneben senkt moderne LED-Technik die Kosten deutlich.



Durch die Schienensysteme an der Decke können die Strahler flexibel ergänzt bzw. eingestellt werden – je nachdem, welche Ware angestrahlt werden soll. Die Schienensysteme geben dem Kunden außerdem Orientierung im Laden.

Fotos: F. Schildmann

► Ob Lebensmittel, Deko oder Mode – Licht macht Produkte attraktiv und begerlich. Mit einem auf das Geschäft maßgeschneiderten Lichtkonzept aus unterschiedlichen Helligkeiten und Lichtrichtungen kann der Besuch im Hofladen zu einem Erlebnis werden. Und: Licht zieht an, sowohl Kunden zum Hofladen als auch zu den Produkten. Ein beleuchteter Laden, der bereits von draußen wahrgenommen wird, lockt Kunden an. Vor allem im Sommer spielt das eine entscheidende Rolle. So muss der Bereich direkt hinter den Scheiben im Hofladen ausreichend

beleuchtet sein. Ist dies nicht der Fall, wirkt der Laden bei Sonne dunkel, also geschlossen. Sind die Kunden im Hofladen, fühlen sie sich durch ein abgestimmtes Lichtkonzept wohl, bleiben länger, nehmen sich Zeit zum Stöbern und Kaufimpulse werden geweckt. Durch die individuelle Beleuchtung der einzelnen Verkaufszonen wird die Verkaufsfläche gegliedert und erleichtert dem Kunden die Orientierung. Fakt ist also: Eine optimale Beleuchtung sorgt für gute Stimmung, Wohlbefinden und Orientierung und im besten Fall für eine volle Kasse.



Wichtig bei der Beleuchtung ist immer: Beleuchten Sie die Ware und geben Sie ihr damit eine Bühne. Das indirekte Licht unten am Regal erzeugt außerdem Aufmerksamkeit.

# HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter



Die Strahler beleuchten die Ware, alle anderen Leuchten sind nur zu Dekorationszwecken da.

Fotos: Petzinger

## AKZENTE SETZEN

Einzelne Produktgruppen oder einen Aktionstisch in Szene setzen: Auch das schafft Licht. Mit Spots, die einzig für diesen Zweck angebracht sind, können Begehrlichkeiten geweckt werden. „Auch ein kleiner Hofladen sollte sich so einen exklusiven Platz für Spezialitäten oder für das Premiumprodukt leisten, auch wenn dadurch ein kleiner Teil der Verkaufsfläche nicht so intensiv mit Produkten belegt ist wie andere Teile“, ist Daniel Kükenhöner sicher.

## Die richtigen Lichtquellen

Ohne Licht im Hofladen geht es nicht, denn nur was der Kunde sehen kann, wird er auch kaufen. Die verstaubte Deckenlampe aus dem Keller hat allerdings im Hofladen nichts zu suchen, genauso wenig wie Halogenlampen oder Leuchtstoffröhren. „Damit ist es im Laden zwar ausreichend hell, Produkte in Szene setzen oder Aufmerksamkeit für einzelne Spezialitäten zu schaffen, ist damit aber kaum möglich, da eine einzige unattraktive Lichtsuppe entsteht“, sagt Daniel Kükenhöner, Inhaber des Planungsbüros Petzinger aus Zorneding. Viel mehr geht es laut dem Experten darum, die Pupillenaktivität der Kunden anzuregen und damit Aufmerksamkeit zu erzeugen. Erreicht wird dies durch die Lichtkegel der Strahler, die die Waren beleuchten. Sie überschneiden sich minimal. „Eine kaum merkliche Nuance zwischen etwas intensiverem und schwächerem Licht schafft



Aufmerksamkeit“, erklärt er. Eine gut geplante Warenbeleuchtung mit Strahlern ist also das A und O. Mit ihr kann man Waren in den Fokus setzen und gleichzeitig eine ausreichende Beleuchtung im Laden erreichen. Die Warenbeleuchtung

Individuell kommen diese selbst gebauten Leuchten daher. Als Lichtquelle zur Warenbeleuchtung dienen sie allerdings nicht, sondern sind einfach ein Eyecatcher.

muss auf die Regalanordnung im Hofladen abgestimmt sein. Durch Schienensysteme bleibt man langfristig flexibel.

Neben der Beleuchtung für die Warenpräsentation können Direktvermarkter

# HOF direkt

Die Zeitschrift für Direktvermarkter

Emotionsbeleuchtung nutzen, die vor allem durch indirektes Licht erreicht wird. Eine Lichtleiste an schweren Regalen lässt diese leichter erscheinen, indirektes Licht am massiven Tresen kann ihn schweben lassen. Wichtig: Auch indirektes Licht zieht die Blicke an. Zu viel davon kann die Aufmerksamkeit zum Licht und weg vom Produkt lenken. „Außerdem sollte kein Produkt vor die indirekte Lichtquelle platziert werden, da dann nur die Silhouette zu sehen ist“, so der Experte.



Kunden gehen immer zum Licht: Diese indirekten Lichte setzt den Eierlikör vom Betrieb perfekt in Szene. Wichtig bei indirektem Licht: Nicht hinter den Produkten platzieren, da sonst nur die Silhouette zu sehen ist.

Die dritte Art der Beleuchtung ist die Gestaltung mit Licht: Lichtobjekte, etwa große Leuchten oder selbst gebaute Leuchten mit Weinkisten, können im Hofladen ein Eyecatcher sein, sie ersetzen aber keinen Strahler.

## Lichtfarben und Farbwiedergabe

Im Hofladen sollten Direktvermarkter auf eine optimale Lichtfarbe achten. Das von Lichtquellen erzeugte Licht hat eine Eigenfarbe, die Lichtfarbe. Sie wird angegeben in Kelvin und lässt sich in drei Gruppen einteilen:

Warmweiß (ww) < 3 300 K,  
Neutralweiß (nw) 3 300 K bis 5 300 K,  
Tageslichtweiß (tw) > 5 300 K.

Lichtfarben haben großen Einfluss auf die Raumatmosphäre und die Produktwirkung in den Regalen, Auslagen und in der Kühltheke. Wärmere Temperaturen (ww, nw) eignen sich für die Inszenierung von Backwaren oder Käsetheken, wohingegen Kühlregale oder Fleischtheken kältere Farb-Temperaturen (tw) benötigen, um volle Brillanz entfalten zu können. Moderne LED-Technik ersetzt heute in der Regel die Filter, die man bis vor ein paar Jahren noch vor die Lampen gesteckt hat. „Man verwendete für Fleisch beispielsweise rote Filterscheiben, die das Fleisch noch frischer erscheinen ließen.

Da gab es bei den Kunden zu Hause oft Frust, weil die Produkte dort weniger frisch aussahen.“ Moderne LED-Lampen, die mit vielen Lichtpunkten arbeiten, lassen sich heute so wählen, dass mehr Lichtpunkte einem erhöhten Rotanteil für Fleischtheken- oder mit höherem Gelbanteil für zum Beispiel Käsetheken gewählt werden.

Für die Sehleistung, die Behaglichkeit und das Wohlbefinden ist es wichtig, dass die Farben der Umgebung, der Produkte und der Mitmenschen natürlich und wirklichkeitsgetreu wiedergegeben werden. Generell ist deshalb die Verwendung von Lichtquellen mit einer hohen Farbwiedergabe im Hofladen sinnvoll. Die Farbwiedergabe gibt an, wie natürlich die Farben von Gegenständen oder der Umgebung bei einer bestimmten Lichtquelle wirken. Der Farbwiedergabeindex Ra bewertet dabei die Höhe der Farbwiedergabe. Je höher dieser Wert bis zum Maximum 100 ist, desto besser ist die Farbwiedergabe der betreffenden Lampe. Sonnenlicht hat den Wert 100, Moderne LED-Lampen erreichen heute einen Wert von 98.

## Investitionen, die sich lohnen

Der Umstieg auf LED-Beleuchtung im Hofladen ist eine Investition, die sich je nach Umfang der Beleuchtung bereits

nach etwa zwölf Monaten amortisieren kann. Der Einsatz hochwertiger LEDs in Kombination mit einem intelligenten Lichtmanagementsystem ist der Weg zu einer energieeffizienten Lichtlösung, mit der nicht nur eine schöne Atmosphäre kreiert werden kann, sondern auch der Energieverbrauch gesenkt wird. LED-Leuchten sind wesentlich effizienter als herkömmliche Technologien. Eine Steuerung kann die Beleuchtung intelligent nach Tageslichteinfall schalten. Dank ihrer hohen Lebensdauer verlängern sich zudem die Wartungsintervalle und reduzieren somit die Kosten. Neben diesen wirtschaftlichen Faktoren kann ein modernes Beleuchtungssystem im Hofladen außerdem mehr Produkte verkaufen. „Direktvermarkter können mit einem ausgefeilten und vom Profi erschaffenen Lichtkonzept eine Bühne bauen für ihre Produkte und damit den Umsatz deutlich steigern. Licht ist somit neben den Produkten das Wichtigste im Laden“, ist Daniel Kükenhöfner sicher. ◀

Kristin Rotherm