

Von außen nach innen

Licht ist das Werbemittel Nummer eins. Licht erzeugt Spannung. Licht schafft Emotionen. Diese für das Shopdesign verbreitete Lichtinszenierung, fehlt oft in Apotheken. Die Dorstner Innenarchitektin Renate Hawig – Spezialistin für Apotheken, Drogerien, Parfümerien, Wellnessbereiche und Arztpraxen – zeigt, worauf es ankommt.

Wer durch die Einkaufsmeile einer Stadt am Abend spaziert, dem fällt auf, so manche Beleuchtung ist entweder zu hell oder zu düster. Besonders bei einer Schaufensterbeleuchtung werden die größten Fehler gemacht. Das heißt: Nur wer von draußen mittels Licht auf das Geschäft aufmerksam gemacht wird, geht letztendlich auch hinein. „Wichtig ist, dass bereits am Schaufenster erkennbar ist, dass beispielsweise die Apotheke geöffnet hat. Erscheint der Verkaufsraum dunkel, laufen die meisten Passanten einfach vorbei!“, erklärt die Innenarchitektin Renate Hawig aus Dorsten.

Licht lockt Leute! Die Funktion dieses Lockmittels soll den Kunden zum Eintreten auffordern. So muss sich auch die Beleuchtung im Verkaufsraum auf die perfekte Lichtinszenierung konzentrieren. Jedoch hier fängt das Dilemma an: Der Apotheker hat manchmal seine pharmazeutischen Produkte im Fokus und achtet weniger auf die Präsentation seiner freiverkäuflichen Waren. Doch beides ist im Marketing unverzichtbar. Der Kunde kann nur dann die Ware in Augenschein nehmen, wenn diese gut ausgeleuchtet ist. Dabei gilt es, die in einer Apotheke unterschiedlichen Bereiche optimal darzustellen.



In Sachen Helligkeit halten sich die Licht- und Innenarchitekten an folgende Faustregel: Die Schaufensterbeleuchtung sollte 1.000 Lux haben. Die Laufzonen- und Allgemeinbeleuchtung kommt gut mit 500 Lux aus und bei der Warenpräsentation sollten es 800 Lux sein!

Lichtfachleute einschalten

In einem Verkaufsraum spielt außer der korrekten Beleuchtung die Gestaltung und die Einrichtung eine wichtige Rolle. Denn nur so lässt sich alles auf die passende Lichtfarbe abstimmen!



Die Lichtfarbe sowie die Elemente in der Decke harmonisieren mit der Raumaufteilung und der Einrichtung.

Die Profis unter den Lichtfachleuchten – hier der Innenarchitekt oder der Lichtplaner – kennen sich mit den unterschiedlichen Lichtinszenierungen aus. So kann beispielsweise ein Verkaufsraum sehr technisch mit sichtbaren Lichtkonstruktionen ausgestattet sein. Wer die beste Lichtauswahl treffen will, sieht den Raum in seiner Ganzheit. Dazu gehören neben den Boden und den Wänden auch die Decke. Das gängigste Deckensystem ist das sogenannte Odenwald Raster. Es zeichnet sich durch seine vielfältigen Varianten wie pastellfarbener Deckenplatten oder schalldämmender Platten aus. Aus der Deckenarchitektur nicht mehr wegzudenken – im Besonderen bei sehr hohen Räumen – sind Deckenstufen, die einerseits den Raum gliedern und andererseits betonen. Für sehr große Räume eignen sich Deckensegel. Aber auch Deckenfrieze oder eine integrierte Deckenbeleuchtung optimieren das raumabschließende Element. Damit lässt sich leicht erklären wie wichtig

bei einer Deckengestaltung die Beleuchtung ist.



Ein Beispiel einer optimalen Deckengestaltung in einer Offizin.

Größtenteils werden hohe Räume mit einer abgehängten Decke und einer Beleuchtung mit Schienensystem sowie Strahlern versehen. Ist die Decke niedriger als 2,75 m, wird man eine unauffällige Lichtkonstruktion installieren. Diese sollte jedoch nicht den Sichtbereich der Ware überdecken. Gleiches gilt für eine Pendelbeleuchtung, da diese auf den Raum atmosphärisch wirken soll.



Licht steigert die Kundenaufmerksamkeit und somit den Verkauf.

Keine Energiefresser

Mit Licht Stimmungen im Raum zu erzeugen, heißt, das passende Leuchtmittel einzusetzen! „Manchmal genügt es, dieses nur auszuwechseln“, sagt Hawig. Dennoch, wenn die Leuchten sehr alt sind und

den energetischen Standards nicht mehr entsprechen, müssen neue Leuchtkörper installiert werden. In diesem Fall kommt es nicht nur auf die richtige Wattage oder die passende Anzahl der Leuchten an. In der Praxis werden auf Energiefresser verzichtet und Strom sparende Leuchtmittel eingesetzt. Auch wenn LEDs im Shopbereich längst Einzug gehalten haben, werden diese meist aus Kostengründen nur in Vitrinen oder Regalen integriert. Sie eignen sich bestens zur Beleuchtung wärme- und lichtempfindlicher Produkte.



Gelungenes Raumambiente durch eine optimale Decken-, Licht-, Raum- und Einrichtungsgestaltung.

Gängig in der Großflächenbeleuchtung sind heute noch die Metall-Halogenlampen. Auch sie kommen mit weniger Strom aus und sorgen für eine optimale Raumausleuchtung. Dabei gilt: Neben der Grundbeleuchtung wird der Raum mittels passender Akzent- und Spotbeleuchtung ins rechte Licht gerückt. So kann sowohl innen als auch außen nichts mehr schiefgehen!

Text: Carmen Groschwitz

Fotos: Rainer Herrmann, Moritz Brilo

Ansprechpartner:

Renate Hawig

Innenarchitektin Dipl.-Ing.

Südgraben 4b

D-46282 Dorsten

Tel.: 02362 /996591

Fax: 02362 /996595

Email: info@renatehawig.de

Homepage: www.renatehawig.de