

Licht soll Emotionen wecken

Auf die passende Be- und Ausleuchtung eines Fachgeschäfts wird immer mehr Wert gelegt. SAZbike sprach darüber mit dem Lichtexperten Alexander Meffert (Cedes: Die Lichtfabrik).



Fotos: Cedes: Die Lichtfabrik

Alexander Meffert

Cedes: Die Lichtfabrik

Der 32-Jährige hat 2012 nach dem Masterstudium in Frankreich bei L'Oréal im Marketing angefangen und ist nach kurzer Zeit in den direkten Vertrieb gewechselt. Ab 2016 war er als Vertriebsinnendienstleiter für die amerikanischen Marken Matrix und Redken zuständig. Nach 18 Monaten im L'Oréal-Innendienst startete er in 2017 eine neue Herausforderung im Controlling bei Duracell in der Nähe von Frankfurt. Kurz darauf hat sich abgezeichnet, dass sein Vater, der Gründer von Cedes, in den Ruhestand gehen wollte. Im Mai 2018 entschied sich Meffert dann, als Leiter Vertrieb und Marketing zu Cedes zu wechseln. Im Juni 2019 übernahm er zusammen mit Torsten Vogt die Geschäftsführung. Seitdem ist Meffert für die Erschließung neuer Märkte und Branchen sowie Marketing und Personal verantwortlich.

SAZbike: Herr Meffert, warum spielt Beleuchtung generell eine so große Rolle?

Alexander Meffert: Ab dem ersten Moment, als ein Mensch eine Flamme erzeugt hat, stand Licht oder Helligkeit für Sicherheit und die Emotionen, die durch ein Gefühl von Sicherheit entstanden sind. Auf einmal hatte der Mensch einen gewissen Grad von Kontrolle über die Natur erlangt, und das spiegelt sich auch heutzutage noch im Umgang mit Beleuchtung wider. Es gibt keinen anderen rationalen Grund, warum zum Beispiel der Münchener Fußballtempel an der Autobahn auch in der Nacht hell erleuchtet ist. Außer den der „Emotion“. Licht kann faszinierend, verzaubernd und verführend sein, aber hauptsächlich soll Licht Emotionen wecken.

SAZbike: Was gilt es speziell bei der Ausleuchtung eines Einzelhandelsgeschäfts zu beachten?

Meffert: Es gibt viele verschiedene Ansätze, eine Einzelhandelsfläche zu beleuchten. Über die technischen Herangehensweisen wie Lichttemperatur (gemessen in Kelvin) oder die richtige Lux-Zahl auf der Ware („Wie viel Licht kommt auf der Ware an?“) lässt sich immer streiten – grundsätzlich sind wir in der Beleuchtungsbranche mittlerweile auf einen gemeinsamen Nenner gekommen, was das „Ziel“ eines Beleuchtungskonzeptes im Einzelhandel angeht.

SAZbike: Was sind hierbei die entscheidenden Faktoren?

Meffert: Meiner Meinung nach sind hier drei Faktoren am wichtigsten. Erstens: Schaffe ich es mit einem Beleuchtungskonzept, die Verweildauer des Kunden zu erhöhen? Man sagt, dass jede Minute, die ein Kunde länger in Ihrem Geschäft bleibt, in einem Euro Mehrumsatz auf dem Bon re-



Im Veloland Meyrin wird durch die Beleuchtung die Hochwertigkeit hervorgehoben.

sultiert. Zweitens: Schaffe ich es, mit Beleuchtung ein hochwertiges Umfeld zu schaffen, in dem der Kunde versteht, warum er für ein E-Bike 5.000 Euro und mehr bezahlen muss? Der dritte Punkt ist rein kaufmännisch: Schaffe ich es, ein Beleuchtungskonzept mit einem Stromverbrauch zu erstellen, das mit Klimazielen zu vereinen ist? Insbesondere hier ist in den letzten Jahren sehr viel optimiert worden, so dass wir nun mit LED hervorragende Möglichkeiten haben, nachhaltig und stromkosteneffizient zu arbeiten.

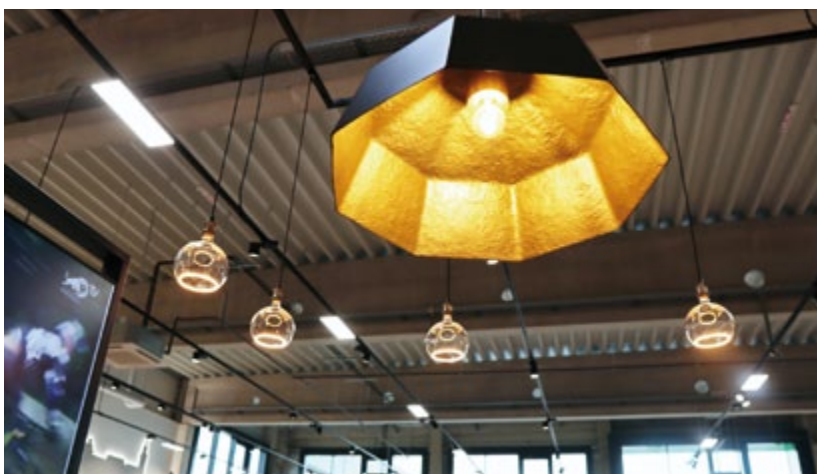
SAZbike: Warum lohnt sich auch schon für kleinere Läden die Zusammenarbeit mit einem Experten?

Meffert: Grundsätzlich lohnt sich die Zusammenarbeit mit einem Experten immer – egal ob groß oder klein. Lichtdesign ist ein sehr technisches Handwerk, das eine Mischung aus elektrotechnischem Verständnis, Architektur und Bauabwicklung darstellt. Ein Lichtplaner muss zu jedem Zeitpunkt abwägen, ob die genutzten technischen Komponenten wie der LED-Chip (COB = Chip on Board), der Lumen-Output

(„Wie viel Licht kommt raus?“) oder der Reflektor für eine gegebene Situation die richtigen sind. Nur weil ein Lichtplaner die richtigen technischen Komponenten nutzt, entsteht noch lange kein gutes Konzept – natürlich müssen auch die richtigen Abstände zu Wänden gewahrt und die Ware immer perfekt mit einer Leuchte ausgeleuchtet werden. Abschließend muss eine perfekte Lichtplanung immer auch die bestehende Deckensituation (zum Beispiel Klimasysteme) berücksichtigen – tut man das nicht, gibt es hinterher in der baulichen Abwicklung erhebliche Probleme in der Zusammenarbeit mit anderen Gewerken. Die Zusammenarbeit mit einem Experten bedeutet letztlich immer „Sorgenfreiheit“ in seinem Bauvorhaben.

SAZbike: Welche Erfahrungen und Erkenntnisse haben Sie speziell in Hinblick auf Fahrradshops gesammelt?

Meffert: Die Fahrradbranche durchlebt gerade eine radikale Veränderung. Laut des „Branchenberichts Fahrräder 2021“ der Kölner Handelsforscher IFH und BBE hat sich das Marktvolumen seit 2017 von



Pendelleuchten sind Hingucker und sorgen für ideale Stimmung im Loungebereich.

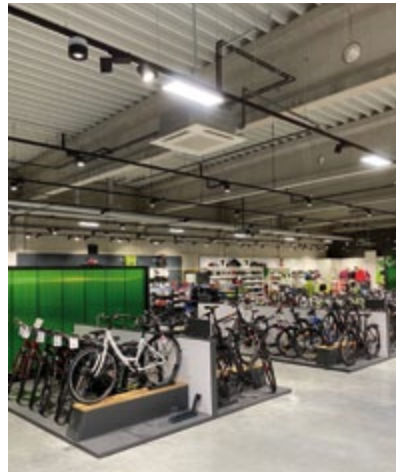


Auch bei Veloland Urban baut man auf die Expertise von Cedes: Die Lichtfabrik.



Leuchtkästen dienen als Highlight.

3,6 Milliarden Euro auf 7,1 Milliarden Euro in 2020 fast verdoppelt. Unabhängig davon, dass die aktuelle Marktsituation in 2021 eher durch Lieferengpässe glänzt, stehen jetzt Jahre des Wachstums an. Nicht zuletzt durch die Metatrends „Fitness“, „Gesundheit“ und „Umweltschutz“ sowie die Möglichkeit, nun auch Fahrräder zu leasen, gab es einen regelrechten Boom im Markt. Aus diesem Boom sind viele verschiedene Konzepte entstanden. Hier dominieren zwei Ansätze. Der Showroom-Ansatz mit kleiner Verkaufsfläche im Bereich zwischen 200 und 500 Quadratmetern und der Händler-Ansatz, der sich zwischen 800 und rund 3.000 Quadratmetern abspielt. Den Showroom-Ansatz können Sie zum Beispiel sehr gut bei den Shops von Rose Bikes und Vit:Bikes sehen. Hier gibt es wenig Ware auf der Fläche und Beleuchtung sowie Ladenbau sind darauf ausgelegt, die



Veloland Urban in Backnang

Ware auf einer Bühne zu präsentieren. Das Veloland Urban in Backnang zum Beispiel verfolgt den Händler-Ansatz. Hier wird viel Wert auf die Dienstleistungen gelegt, die es um ein Fahrrad herum auch noch gibt, wie beispielsweise Leasingberatung, Fahrradverleih, Reparatur, Finanzierung und auch der Online-Handel. Eine hybride Form beider Ansätze verfolgt übrigens das Veloland Meyrin bei Genf. Hier wird der Kunde durch einen extrem hochwertigen Verkaufsraum emotionalisiert, es gibt aber trotzdem einen ganzheitlichen Dienstleistungsansatz sowie einen angeschlossenen Online-Handel. Der Erfolg dieser Konzepte hängt wie immer von einem ab: Location, Location, Location.

SAZbike: Welche Rolle spielen nachhaltige Aspekte bei einer professionellen Beleuchtung?

Meffert: Durch die LED-Technik haben wir heutzutage ganz neue Möglichkeiten, was Nachhaltigkeit von Beleuchtung angeht. Gute LED-Technik ist extrem effizient in ihrer Lichtausbeute und mit 50.000 Stunden Brenndauer auch sehr langlebig. Effiziente Ausbeute bedeutet, dass mehr Licht aus weniger Watt gewonnen wird. Je weniger Watt Sie verbrauchen, desto geringer sind die Belastung für die Umwelt und für den Geldbeutel des Händlers. Diverse Innovationen helfen uns bei Cedes dabei, ständig effizienter zu werden. Zum Beispiel haben wir mit dem gerade gelaunchten „Square“-Strahler die Möglichkeit, durch das eckige Lichtbild rund 37 Prozent mehr Licht auf die Ware zu bringen als bei einem herkömmlichen runden Lichtbild, was besonders für die eckigen Ladenbaumodule in der Fahrradbranche gute Einsparpotenziale bedeutet. Abschließend gibt es mittlerweile auch in der Steuerung von Beleuchtung gute Möglichkeiten, mit Bewegungsmeldern ganze Bereiche herunterzudimmen, wenn sich dort gerade kein Kunde aufhält. Auch dadurch wird Strom gespart und die Belastung für die Umwelt reduziert.

SAZbike: Vielen Dank für das Gespräch. •
Interview: Alexander Schmitz



Grundsätzlich lohnt sich die Zusammenarbeit mit einem Experten immer – egal ob groß oder klein. Lichtdesign ist ein sehr technisches Handwerk, das eine Mischung aus elektrotechnischem Verständnis, Architektur und Bauabwicklung darstellt.

Alexander Meffert
Cedes: Die Lichtfabrik



VOXOM

Das Zubehör.



ENTDECKE DIE VOXOM PFLEGESERIE