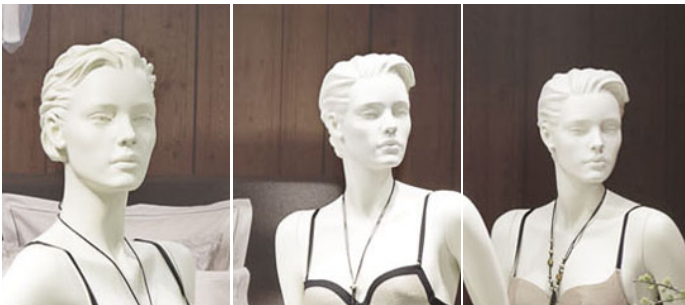


## PRESSEINFORMATION

### Licht mit System



Für die zur Metro Group gehörende Galeria Kaufhof GmbH entwickelte das Lichtplanungsbüro Licht Kunst Licht im intensiven Dialog mit den Kaufhof-Abteilungen Einrichtung und Baumanagement ein umfangreiches Lichtkonzept, das seit dem Jahr 2004 schrittweise in den Galeria-Kaufhof-Filialen umgesetzt wird. Fester Bestandteil ist eine durchgängige Lichtsystematik, die mit Siteco Leuchten bislang in den Filialen Frankfurt, Hamburg, Kassel, Mannheim, München und Würzburg realisiert wurde.

Unter dem Slogan „Ich freu’ mich drauf“ präsentiert sich die Galeria Kaufhof als moderner Lifestyle-Anbieter mit hochwertigen international ausgerichteten Sortimenten, übersichtlich vorgestellt in klar gegliederten Waren-Welten mit zahlreichen Markenshops: eine lebendige, inspirierende Warenwelt mit freundlichen Eingängen und hellen, großzügigen Verkaufsräumen, mit übersichtlicher Wegeführung und ideenreicher Rückwandgestaltung und - last but not least - mit einem neuen, inhaltlich nachhaltigen Lichtkonzept.

Ein buntes Durcheinander von Leuchtmitteln – so präsentierte sich bis dato die Leuchtsituation in manchen Häusern aus den 70-er Jahren. Eine flächendeckende Beleuchtung mit Leuchtstoffleuchten tauchte die Verkaufsräume in diffuses Licht, und es fehlte eine Lichtdramaturgie. Für die Shops gab es Insellösungen mit Sonderleuchten, welche die Homogenität des Deckenbildes störten.

Der Einsatz unterschiedlichster, zum Teil unwirtschaftlicher Leuchtmittel war auf Dauer ebenso nicht tragbar wie die Tatsache, dass der Hausinspektor teilweise bis zu 100 verschiedene Leuchtmittel in einer Filiale verwalten musste, um die Etagen zu bestücken. Kein adäquates Ambiente für ein Warenhaus, das sich als Motor und Impulsgeber des innerstädtischen Einzelhandels versteht.

## PRESSEINFORMATION

### Licht mit System

„Als stilvolle Bühne für die emotionalisierende Inszenierung der Sortimente“ wünschte man sich die neue Generation der Galeria-Kaufhof-Filialen und setzt dabei auch auf die inszenatorische Kraft des Lichtes.

One fits all

Mit dem Ziel, eine durchgängige Lichtsystematik für die schrittweise Umsetzung zu entwickeln, die sowohl für Galeria Kaufhof funktioniert als auch für die Shop-in-Shop Konzepte, wurde ein Beleuchtungsraster entwickelt, das bis auf einige Ausnahmen im Foodbereich ausschließlich 35W und 70W Halogen-Keramiklampen mit sehr guter Farbwiedergabequalität vorsieht. Basiselement ist ein modulares Deckeneinbauelement, das über drei oder vier Einbauöffnungen verfügt: Je nach Einsatzbereich können Downlights für die Grundbeleuchtung, Wallwasher sowie dreh- und schwenkbare Richtstrahler für die akzentuierende Beleuchtung eingesetzt werden. Mit einer optimierten Reflektortechnik werden im Durchschnitt Anschlussleistungen von nur 14 bis 17 Watt pro Quadratmeter über die Fläche erzielt bei Beleuchtungsstärken von 500 bis 1200 Lux.

Werden Bereiche umgeschichtet, Flächen anderweitig genutzt oder Displays verändert, so können die Lichtkomponenten ebenfalls problemlos ausgetauscht und den neuen Verhältnissen angepasst werden. Wenn zum Beispiel eine hochwertige Boutique auf die Allgemeinbeleuchtung verzichten möchte, weil es in diesem Ansatz eher um die Dramatisierung der Waren geht, ist dies mit diesem Lichtkonzept genauso möglich, wie andere Bereiche ausschließlich mit einer Grundbeleuchtung auszustatten.

Alle Leuchten sind in einem sogenannten Wechselrahmen eingebaut und mit einem Handgriff werkzeuglos zu montieren, auszutauschen bzw. neu auszurichten. Als Folge höchster Qualitätsansprüche ist dieses dank sehr guter Wärmeableitung bei anlaufendem Betrieb möglich; geringe Lampenausfälle bei langen Lebensdauern sind das primäre Ziel.

Die Leuchtenmodule können deckenbündig in die unterschiedlichsten Deckensysteme montiert werden – häufig in Metallplatten, in einigen Bereichen aber auch in Gipskartondecken. Die Anordnung der Module variiert entsprechend der Deckenhöhen, die in den Warenhäusern bei Höhen zwischen 3,50 Meter und 6 Meter liegen. Ihre Tiefenwirkung und ihre leichte Anmutung erhalten die Räume durch die Aufhellung und Akzentuierung der Rückwände – im Warenhaus die wichtigsten Flächen zur Annoncierung der Ware. Entlang der Rückwände sind Leuchten in Reihe angeordnet und alternierend mit Wallwashern oder Richtstrahlern bestückt. Wird die Wandfläche von einer Tür durchbrochen, markieren Einbaudownlights diesen Bereich.

Innerhalb der Verkaufsflächen setzen ringförmig um die Säulen angeordnete Einbaurichtstrahler mit

## PRESSEINFORMATION

### Licht mit System

Skulpturenlinsen zusätzliche Akzente und bieten zusammen mit den akzentuierten Waren und den beleuchteten Raumbegrenzungsflächen einen weiteren Fixpunkt in der Wahrnehmungshierarchie.

What you see is what you get

Der Besuch der Lebensmittelabteilung Galeria Gourmet zählt mit zu den Highlights beim Bummel durch das Warenhaus. Die Münchner Galeria-Kaufhof am Stachus setzt im Hinblick auf die Beleuchtung dabei einen neuen Standard.

Die Lichtdramaturgie im Foodbereich bezieht ihre Wirkung aus der gedämpften Grundbeleuchtung und dem Einsatz von gerichtetem Licht. Im Mittelpunkt stehen die Lebensmittel und deren natürliche Ausstrahlung. Die Beleuchtung soll weder verfälschen noch verführen, sondern die Stärken der Waren herausarbeiten: What you see is what you get! Die kontrastreiche, akzentuierende Beleuchtung schafft wirkungsvolle Lichtinseln; sie moduliert die Waren in den Regalen und vermittelt ihnen entsprechend ihrer hohen Qualität auch die ihnen angemessene Wertigkeit.

Auch hier wird mit Keramiklampen gearbeitet – bis auf die Obst- und Gemüsestände, die den Eindruck vermitteln, als würden sie vom italienischen Sonnenlicht bestrahlt: Zum einen wird das Licht gezielt auf die Sorten gelenkt, die besonders gut anzusehen sind und die durch ihre Farbe und Oberfläche besonderen Reiz ausüben, wie zum Beispiel Tomaten und Paprika – sandige Kartoffeln dagegen bleiben in der Deckung. Zum anderen sind es 50 Watt Natriumhochdrucklampen, die mit ihrem warmweißen Licht mediterranes Feeling in die Lebensmittelabteilung bringen, deren Temperaturen keinesfalls an den Süden erinnern.

Das Konzept der reduzierten Beleuchtungsstärken mit akzentuierenden Komponenten führt auch zur Energieeinsparung bei der Kühlung der Räume, gerade im Foodbereich ist dies ein nicht unerheblicher Aufwand.

Champagner, Weine aus aller Herren Länder und Spirituosen: Alleine 120 Sorten Whisky und mehr als 600 Weine gibt es in der Wein- und Spirituosenabteilung, die mit deutlich reduzierter Grundbeleuchtung, zurückgenommener Wegebeleuchtung und starker Akzentuierung ganz bewusst einen Weinkeller assoziiert. Nicht nur die Kunden goutieren die besondere Atmosphäre, auch die Mitarbeiter nehmen das neue Konzept an und erkennen die lichtgestalterischen Möglichkeiten.

Bauherr: Galeria Kaufhof GmbH

Konzeption und Koordination am Point of Sale: Lutz Keßels, Bereichsleiter Kaufhof

## PRESSEINFORMATION

### **Licht mit System**

Baumanagement/Projektmanagement

Lichtplanung: Licht Kunst Licht AG, Bonn/Berlin

Leuchten: Siteco Lunis SL Familie, Downlight, Richtstrahler, Wandfluter, Säulenfluter; 1-, 2-, 3- und 4-Fach Leuchtenmodul

Hintergrund:

Die zur Metro Group gehörende Galeria Kaufhof GmbH mit Sitz in Köln ist europaweit eines der führenden Warenhausunternehmen. Das Unternehmen setzte 2008 in 141 Filialen in Deutschland und Belgien mit rund 25.000 Mitarbeitern rund 3,5 Milliarden Euro (netto) um. 2009 feiert das Unternehmen sein 130-jähriges Bestehen.