

Rekordmarken im Fahrwasser des Siegeszugs der LED

Die Light + Building, Leistungsschau für Licht, Elektrotechnik, Haus- und Gebäudeautomation sowie Software für das Bauwesen endete am 4. April mit Rekordzahlen: Während der sechs Messtage informierten sich 211.500 Fachbesucher (2012: 195.582) aus 161 Ländern über die Innovationen und Lösungen der Hersteller. Das entspricht einem Zuwachs von acht Prozentpunkten.

Auch der Internationalitätsgrad bei den Besuchern ist nochmals um drei Prozentpunkte angestiegen. Mit einem Anteil von 47 Prozent an der Gesamtzahl kam fast jeder zweite Besucher aus dem Ausland.

Mit 2.458 Ausstellern (2012: 2.302) und damit sieben Prozent mehr als bei der vergangenen Veranstaltung sowie einem Flächenplus von vier Prozent auf jetzt 245.000 Quadratmeter (2012: 235.000) verzeichnete die Light + Building ebenfalls neue Bestmarken. Entsprechend positiv fällt das Fazit von Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, aus: „Wenn es um Licht, Lichtdesign und das zukunftsgerichtete Gebäude- und Energiemanage-

ment geht, führt kein Weg an der Light + Building vorbei. Die Hersteller haben in den vergangenen Tagen gezeigt, welche Einsparpotenziale durch den Einsatz von innovativen, marktreifen Technologien beim Energieverbrauch realisierbar sind.“ Bei der diesjährigen Light + Building stand das Thema Energieeffizienz im Mittelpunkt. Das Thema „Retail Lighting“ war in diesem Jahr eher schwach besetzt. Dies kam jedoch nicht besonders überraschend, denn auf der EuroShop war es ja bereits

ziemlich prominent belegt. Die Unternehmen aus der Lichtbranche sind daher – bis auf einige Ausnahmen – nicht bereit, zwei üppige Messeetats innerhalb von nur drei Monaten für dieses Thema bereitzustellen. Also galt es, sich zu entscheiden – und die meisten Unternehmen gaben dann doch der EuroShop den Vorzug, denn während die Light + Building eher das Handwerk als Hauptbesucherzielgruppe anspricht, zeigten sich auf der EuroShop die relevanten Entscheider aus der Welt des Handels.

LED im Handel vielfach bereits Standard

Die Beleuchtung in Geschäften ist aktuell wichtiges Thema für den Handel, denn er sieht sich durch Online-Shops unter Druck und stellt das Mehr an Einkaufserlebnis in den Mittelpunkt seiner Strategie. Durch qualitativ hochwertige Beleuchtungskonzepte kann jederzeit eine neue und individuell gewünschte Einkaufsatmosphäre erzielt werden. Die Identität der Marke, die Präsentation der Produkte sowie POS-Maßnahmen werden nur durch die richtige Beleuchtung optimal unterstützt. Ein weiteres wichtiges Thema ist heute die Energieeffizienz: Die Beleuchtung in Geschäften verbraucht ein nicht unerhebliches Maß an Strom. So werden laut Analysen des EHI bis zu 65 Prozent des gesamten Stromverbrauchs in Einzelhandelsgeschäften durch



Ob in Büros, Hotels, Krankenhäusern oder im Handel: Die Lichtsteuerung von LEDs per Smartphone oder Tablet war viel diskutiertes Thema auf den Messeständen von OSRAM (Bild oben links), PHILIPS (Bild oben rechts) und Samsung. Daneben konnte man aber auch stilvolle Beleuchtungsideen für den Wohnbereich bewundern. (Bild unten rechts).

Beleuchtung verursacht. Eine gute Beleuchtung steigert also nicht nur die Kaufbereitschaft der Kunden, sondern sie hilft auch bei der Senkung der Betriebskosten. Und dabei sollte man für die unterschiedlichen Bereiche am Point of Sale unterschiedliche Beleuchtungsanforderungen berücksichtigen: Ob Aktionsflächen, Regalbeleuchtung sowie Kühltheken – sie alle brauchen optimales Licht, um sich optimal in den Fokus des Kunden zu stellen. Patentrezepte für die Laden- und Lichtgestaltung gibt es nicht. Die Lösungen sind so vielfältig wie das Angebot. Deshalb ist vor einer Investition zu empfehlen, sich von einem Lichtplaner, Innenarchitekten oder Ladenbauspezialisten professionell beraten zu lassen. Wir sind aber bei der LED in Sachen Energieeffizienz, Preiswürdigkeit und Flexibilität in der Anwendung auf einem sehr hohen Niveau angekommen, dass sich eine Investition in hochwertiges LED-Licht in jedem Fall auszahlt. Fachleute sprechen heute davon, dass sich die Amortisierungsdauer zwischen 1,5 und 4 Jahren bewegt. Als sehr klein dimensionierte Lichtquelle lassen sich LEDs überall gut integrieren. Der Einsatz von LEDs zur Beleuchtung von Regalen, Produktvitrinen und Leuchtkästen ist im Handel daher vielfach bereits Standard, nicht zuletzt auch aufgrund der geringeren Wärmeabstrahlung der LED.

Verbreitung digitaler Lichttechnik im LEH am höchsten

Der LEH hat sich zum stärksten Treiber für die Verbreitung digitaler Lichttechnik am Point of Sale entwickelt. Fast 60 Prozent der Gesamtbeleuchtung im Food-Handel entfallen nach EHI-Recherchen mittlerweile auf LED-Beleuchtung. Im Nonfood-Segment ist die Akzeptanz für LED-Technik geringer ausgeprägt: nur rund 30 Prozent beträgt deren Anteil an der Shopbeleuchtung insgesamt. Nachholbedarf hat der Textil- und Modeeinzelhandel. Grund dafür ist die dort geforderte hohe Beleuch-

tungsstärke zur Akzentbeleuchtung, wenn sie mit dem Tageslicht oder einem hohen Grundbeleuchtungsniveau konkurrieren muss. „Hier sind die keramischen Halogenmetall-dampflampen immer noch eine wirtschaftliche Alternative“, betont LED-Expertin Prof. Iska Schönfeld von Philips Lighting. Aber auch hier wird sich der Anteil der LEDs auf den Verkaufsflächen kontinuierlich erhöhen.

OLED braucht noch etwas Zeit

Sensationelle Neuentwicklungen waren auf der Light + Building eher nicht zu vermelden. Zum Thema OLED ist festzustellen, dass vor 2017 wohl kein großer Durchbruch zu erwarten ist. Hohe Anschaffungskosten und schlechte Energieeffizienz sorgen dafür, dass es bei OLEDs aktuell eher um Prestigeprojekte geht.

Die Light + Building hat noch Wachstumspotenzial

Die Light + Building belegt ein Segment, dass derzeit volle Massenmarkt-Tauglichkeit besitzt. Das EU-Glühbirnenverbot hat der LED den Boden für einen langfristigen Siegeszug bereitet und so fanden sich auf der Light + Building auch jede Menge Lösungen und Produkte für den Endverbraucher. Bleiben wir gespannt, ob die Light + Building mittelfristig weiter wächst, oder ob irgendwann – ähnlich wie bei der CeBIT – die Reißleine von den Ausstellern gefordert wird. Bekanntermaßen ist die Präsenz eines Massenpublikums immer gut für die Statistik, wirkt sich aber nicht unbedingt förderlich auf das Investitionsverhalten des Fachpublikums aus. Aber bei der derzeitigen Größe hat die Light + Building noch kein Relevanzproblem und somit noch genügend Potenzial für weiteres Wachstum.

Die nächste Light + Building findet vom 13. bis 18. März 2016 auf dem Messegelände in Frankfurt am Main statt. ♦



oechsle display systems

zuverlässig und innovativ

Oechsle Display Systeme GmbH
Bubesheimer Straße 13-15
D-89340 Leipheim
Telefon +49 (0) 82 21 / 27 98 - 0
Telefax +49 (0) 82 21 / 27 98 - 27
www.oechsle.de

Scannerschienen mit LED-Lichtleiste



Scannerschiene LS39 mit LED-Lichtleiste

Je zwei Anstellwinkel für die integrierte Lichtleiste und die Scannerschiene am Regal gewährleisten die optimale Ausleuchtung jedes Fachbodens.



Wir bringen Ihre Ware zum Strahlen Licht am Point of Sale

Sehen heißt kaufen ...

Rücken Sie Ihre Produkte werbewirksam ins Licht mit unserer Produktreihe

LEDline

- LED-Lichtleisten
- LED-Regalbeleuchtungen als Komplettsystem oder Einzelmodul
- LED-Displays
- LED-Aluminium-DIA-Rahmen
- Individuelle Sonderlösungen



Katalog-Download unter
www.oechsle.de

