



Fotos (3): Lang Shop &amp; Objekt

PETER RICHTER

## Farb-LEDs schaffen Atmosphäre

In der Dresdner Altmarktgalerie hat eine große Filiale der dem Modeunternehmer Ingo Bartsch gehörenden Jeansmode-Kette Kult eröffnet. Das Besondere des Stores ist sein Lichtkonzept mit großen „Lichttüten“, die mit farbigem, dynamisch steuerbarem LED-RGB-Licht Atmosphäre schaffen.

► Im Frühjahr 2011 wurde die Erweiterung des Einkaufszentrums Dresdner Altmarktgalerie abgeschlossen. Es präsentiert sich seitdem als dreigeschossige Mall mit 44.000 qm Verkaufsfläche und 200 Shops. Einer davon ist Kult. Bei der Eröffnung des Centers im Jahr 2002 war Kult mit einem Store von 160 qm dabei. Jetzt, nach der Center-Erweiterung, ist der Laden mit 1.600 qm ein Flagshipstore.

Kult gehört Ingo Bartsch, der als „kleiner Einzelhandelsriese“ neben vier Kult-Filialen in Dresden, Chemnitz, Erfurt und Braunschweig auch die Kette Streetpoint und das Modegeschäft Stoffwechsel betreibt. Bartsch sah in der Vergrößerung der Altmarktgalerie die Chance für einen optimalen Auftritt von Kult und beauftragte die Dortmunder Ladenbauspezialisten Lang Shop & Objekt

GmbH mit der Planung und Ausführung. Der Auftrag: Ein zeitgemäßes, junges, lebendiges Konzept zu erstellen, in dem Young Fashion und Jeanswear eine schwer eingrenzbar Zielgruppe erreichen. Das Versprechen für die Kundschaft sollte lauten: Alles, nur nicht langweilig.

### Pfeilförmiger Kassentisch

Eyecatcher in dem neuen Store: LED-RGB-Lichtelemente, die programmiert bestimmte Regionen im Geschäft in definierten Zeitabständen in unterschiedliches Licht tauchen. RGB steht für Rot, Grün, Blau, und daraus sind bekanntlich alle Mischfarbtöne herzustellen. Große „Lichttüten“ werden je Einheit mit vier LED-RGB-Beleuch-

tungselementen bestückt. Dahinter steht die Annahme, dass jede Bewegung Aufmerksamkeit schafft und wechselndes Licht als Bewegung wahrgenommen wird. Das Programm ist über ein Wand-Display abrufbar. In 180-250 qm des Geschäfts kann so farblich „Bewegung“ gebracht werden. Der Ladenbauer Ralph Lang ist überzeugt: „Für das Storedesign wird die Shopbeleuchtung immer wichtiger.“

Der Kult-Store gehört zu den größten Geschäften im Einkaufszentrum Altmarktgalerie, und sein Angebot von Mode, Taschen und Schuhen auf einer Fläche ist zurzeit ein Alleinstellungsmerkmal. Neben dem besonderen Lichtkonzept spricht das Ladenbau-Design die Sprache der Modernität, ohne sich dabei über die Mode zu stellen. Der Kassenbereich mit seinen 3-4 Kassenplät-



▲ LED-„Lichttüten“ locken den Kunden in den Laden hinein



▲ Viele einzelne Bereiche, die entdeckt werden wollen

zen wurde in der Form eines riesigen Pfeils angelegt. Verwendet wurde hochglänzendes weißes Material mit schwarzen Ledereinsätzen und schwarz eingefärbten Sicherheitsgläsern. Die Thekenauflageplatten sind aus Echtholz – weiß gebeizt und lackiert. Die Fußbodengestaltung wurde je nach Sortimentsbereich variiert. Im Bereich Herrenmode geht es mit Langflor-Teppichen in Schwarz und Rot, als Intarsien gearbeitet, eher gediegen zu. Ansonsten: Holzlamina-Planken in verschiedenen Stil- und Farbrichtungen. In den Laufzonen wurde Linoleum verlegt. Der Bereich Taschen, Schuhe und sonstige Accessoires wurde mit Motiven aus der Berliner und Dresdner Graffiti-Szene auf-

gepeppt: Seifenblasenmotive in Spritztechnik muntern Wand und Ecke in diesem Segment optisch auf.

Die Verkaufsfläche des Kult-Stores wird durch die unterschiedliche Ausgestaltung in kleinere und überschaubare Einzelflächen unterteilt. Ralph Lang sagt zur Dynamik des Lichtkonzepts: „Weil das farbige Licht ständig in Bewegung ist, ergeben sich immer wieder neue Raumstimmungen.“ Denn: „Der Blickwinkel des Menschen ist eingeschränkt. Er kann nicht alle Eindrücke auf einmal aufnehmen.“ Das bedeutet: Was in der Übersicht vielleicht überladen oder nur noch schwer aufnehmbar erscheint, zeigt sich dem Kunden kleiner,

überschaubarer und näher und gibt ihm nach ein paar Schritten neue Einblicke und Abwechslung.

Erkenntnisse über weibliche und männliche Eigenheiten beim Einkaufen wurden gleichfalls beachtet: Männer suchen (offenbar immer noch) zielgerichtet die Information, die sie für ihren Kauf benötigen. Der Unterhaltungsfaktor im Herrenbereich ist folglich geringer. Frauen mögen viele Informationen, bleiben oft länger im Geschäft und schätzen alles, was ihre längere Verweildauer attraktiv macht.

**Kontakt:**

[www.kult-stores.de](http://www.kult-stores.de)

## INTERVIEW

# Was für's Auge

Ingo Bartsch, Inhaber des Kult-Stores in der Altmarkt-Galerie, setzt die farbdynamischen LED-Lichttüten als rein dekorative Akzentbeleuchtung ein, um Neugier und Aufmerksamkeit der Kunden wecken.

**s+s: Sind die Farben der Licht-Animation auf die Modefarben abgestimmt?**

**BARTSCH:** Nein. Es ist einfach etwas für's Auge. Die Kunden sollen sehen, dass sich da hinten etwas verändert, etwas bewegt, und sie sollen den Wunsch verspüren, dorthin zu gehen.

**s+s: „Verfälscht“ die farbige Beleuchtung nicht die Farben der Textilien?**

**BARTSCH:** Die Kaufentscheidung fällt nicht im Streubereich dieses Lichts. Das farbige Licht ist das Signal dafür, dass hier etwas

Interessantes vorgeht. Für das richtige Licht zur Beurteilung der Farben der Bekleidung ist natürlich gesorgt. Wir wollen die Kunden nicht verunsichern.

**s+s: Ist der Einsatz von LED wirtschaftlich günstiger als der von anderer energiesparender Beleuchtung?**

**BARTSCH:** Darüber mussten wir gar nicht nachdenken. Das, was wir mit den Lichttüten erreichen wollten, ist derzeit nur mit dem LED-RGB-System zu erreichen. Es ist eine reine Akzentbeleuchtung, die mit der normalen

Ausleuchtung des Ladens nichts zu tun hat. Deshalb wird sie auch nur an einigen Stellen im Geschäft eingesetzt.

**s+s: Sie hatten Standorte, an denen ein Kult-Store direkt neben einem Streetpoint-Store, die sich auch betreiben, zu finden war.**

**BARTSCH:** Wenn es kleine Geschäfte sind, geht das, weil von jeder Marke nur ein Teil des Angebots präsentiert wurde. Der neue Kult ist ein Flagship-Store, der unser Komplett-Angebot präsentiert. Da wäre ein Streetpoint als Nachbar kontraproduktiv.