

LICHTBLICKE

Die Begeisterung für Licht treibt Holger Müller, Geschäftsführer von MüllerKälber, an. Wie die richtige Beleuchtung Ware so inszeniert, dass Kaufimpulse entstehen, verrät er im Interview.

Investiert die Branche in Corona-Zeiten in Ladendesign?

Holger Müller: Zwar sind die meisten Juweliere zurzeit sehr zurückhaltend. Aber einige aktive Geschäftsinhaber, die an ihre Zukunft glauben, nutzen die Zeit des Shutdowns, um sich neu zu erfinden. Wir haben zum Beispiel einen Kunden, der hatte im Frühjahr während der Schließung seine Schaufensterbeleuchtung auf den neusten Stand gebracht. Jetzt während des zweiten Lockdowns lässt er sich von uns die komplette Einrichtung erneuern.

Wie wichtig sind moderne Lichtkonzepte?

Man muss sich die Vorher-Nachher-Wirkung anschauen: Wie traurig zuvor die Ware in den Schaufenstern lag und wie sie nun mit den richtigen Lichtakzenten leuchtet und funkelt. Da wird auf einen Blick klar, wie wichtig der Faktor Beleuchtung ist. Sie erzeugt im Schaufenster Aufmerksamkeit, eine freundliche Atmosphäre, die zum Betreten des Geschäfts einlädt. Im Geschäft kommt es dann darauf an, welche Beleuchtung man an welcher Stelle einsetzt,

zum Beispiel am Beratungsplatz. Es gibt da eine Psychologie des Lichts, die den Kunden beeinflusst.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Man sollte niemals Warenbeleuchtung für Anprobenspiegel nehmen. Denn hier muss nicht das Schmuckstück, sondern der Kunde inszeniert werden. Das Licht, welches Ware funkeln und in allen Details leuchten lässt, ist nicht vorteilhaft für Menschen, sieht man hier doch jede Falte. Man muss mit Licht das Spiegelbild vorteilhaft weichzeichnen.

Welche Vorteile hat das Schaufenster gegenüber dem Online-Auftritt?

Sie bekommen am Bildschirm niemals dieses faszinierende Funkeln eines Schmuckstücks hin, welches das Begehren weckt. Daher ist und bleibt das Präsenzgeschäft so immens wichtig.

Sie arbeiten viel für Museen. Gibt es Parallelen bei der Inszenierung von Artefakten und Schmuck?

Die gibt es: Wir haben aus unseren Erkenntnissen bei der Museumsarbeit die Vitrine „MK JewelleryStage“ entwickelt. Da hat man alle Möglichkeiten, über die flächige Ausleuchtung bis hin zur Spotbeleuchtung den Stücken wie bei der Oper eine Inszenierung auf der Bühne zu bieten. So kann man einzelne Preziosen oder Gruppen in unterschiedlichen Lichtfarben präsentieren. Das bringt eine unglaubliche Erhöhung der Wertigkeit und Fernwirkung.

Sie bieten eine Fernberatung an. Wie funktioniert das?

Wir machen für Interessenten gerne eine telefonische Erstberatung, die natürlich kostenlos ist. Das kann auch über Videotelefonie wie Zoom, Skype oder Facetime stattfinden. Am besten ist die erste Kontaktaufnahme über eine kurze E-Mail oder einen Anruf, dann senden wir ein Datenblatt zum Anliegen zurück, wo der Kunde alle Informationen eintragen kann. Zudem sind Fotos sinnvoll. Danach können wir direkt loslegen und individuelle Vorschläge erarbeiten.

→ www.muellerkaelber.com



„DIE BELEUCHTUNG ERZEUGT AUFMERKSAMKEIT, KANN STÜCKE WIE AUF EINER THEATERBÜHNE INSZENIEREN UND DAMIT IHRE WERTIGKEIT ERHÖHEN.“

Holger Müller
Inhaber



Spot an
Die richtige Beleuchtung
verführt zum Betrachten und
letztlich zum Kauf

