

„Die LED's werden überschätzt“

Alle drei Jahre treffen sich Handelsexperten auf der **Euroshop**, der weltweit größten Investitionsgütermesse für Retailer. Ladenbauer **Jörg Kunze** (Der Holzhof) war auch da. Die **BIOWelt** sprach mit ihm.

BIOWelt: Herr Kunze, sie haben in diesem Jahr die Euroshop besucht. Was waren Ihre Eindrücke?

Kunze: Mehr als 109.000 Fachbesucher kamen zur Weltleitmesse des Handels nach Düsseldorf, die Messe war insgesamt sehr gut besucht.

BIOWelt: Wie wurde das Thema „Beleuchtung“ angegangen?

Kunze: Beleuchtung gehört zu den Bereichen, die durch die LED-Präsenz einen neuen Boom erfahren haben. In diesem Jahr wurde das Thema deshalb in der Halle 11 inklusive der Sonderfläche „Lighting Designer's Zone“ gespiegelt. Auf 16.600 m² Ausstellungsfläche wurde das gesamte Spektrum moderner Lichttechnik präsentiert, sei es Licht zur Verkaufsförderung, als emotionales Gestaltungsmittel im Ladenbau, Corporate-Light-Konzept oder als energieeffiziente und nachhaltige Lichtarchitektur.

BIOWelt: Um die LED-Beleuchtung schien auf dieser Messe einen großen Hype zu geben....

Kunze: Ich habe den Eindruck, dass alles in diese Richtung geht. LED-Beleuchtung ist auf dem Vormarsch. Dabei ist sie meines Erachtens noch nicht ausgereift. Manchmal habe ich den Eindruck, dass hier eine Lobby ähnlich der Energiesparlampe massiv Einfluss nimmt. So wurden keine Metalldampflampen mehr gezeigt – auf Nachfrage bei den Herstellern wurden die im letzten Moment zurückgezogen. Fakt ist, dass die LED-Leuchten nicht effizienter sind als die auf dem Markt vorhandene Metalldampfleuchte mit Batwingreflektor.

BIOWelt: Bitte erklären Sie dies näher.

Kunze: Durch die LED's entsteht ein neuer Markt, wobei die Aussage „Energieeinsparung um bis zu 50 Prozent“ einfach nicht richtig ist. Die seit ca. drei Jahren weiterentwickelte Metalldampflampe mit entsprechender Reflektor-

technik ist gegenüber den auf der Euroshop vorgestellten neuesten LED-Techniken immer noch um ca. 8 Prozent energiesparender bei gleichzeitig leicht besserer Lichtstärke. Wir sprechen von den LED-Modellen mit asymmetrischem Reflektor, passiv gekühlt, die es ab jetzt zu kaufen gibt. Alles davor war weit ineffizienter. Die Mär, dass die Energieeinsparung die Mehrkosten mehr als ausgleicht, stimmt nur im Vergleich mit den alten Leuchtstoffröhren. Das ist nach meiner Meinung eigentlich nicht korrekt. Zum Vergleich sollte man das nehmen, was aktuell das Effizienteste ist.



Jörg Kunze ist Geschäftsführer des Ladenbauers „Der Holzhof“.

BIOWelt: Was sind die Vorteile bzw. die Nachteile der LED-Beleuchtung?

Kunze: Ein Vorteil ist die unbegrenzte Haltbarkeit. Nach fünf Jahren steht außerdem kein Leuchtmittelwechsel an. Beim Obst & Gemüse habe ich den Vorteil, dass ich kein UV-Licht auf die Ware bringe, durch die neue R9-Technik (mehr Rotanteil) kommen die Farben natürlich raus. Der Nachteil ist, dass ein kälteres Licht durch Filter gemischt wird, also ein „synthetisches“ Licht ähnlich Energiesparlampen und Neonröhren, das dem Bioorganismus der Menschen nicht so zuträglich ist. Ich werde den Wandel da, wo es sinnvoll ist, mitgehen, im Regalbereich ist aber die Metalldampf-Batwing ungeschlagen. In Bereichen wie Mopro, TK, Kassen mit LED-Paneelen, die ein diffuses Licht abgeben, aber gegenüber den T5 Röhren 1/3 weniger

Strom verbrauchen, sowie Obst & Gemüse mit LED-Ausleuchtung, wobei das noch Erfahrungsberichte braucht.

BIOwelt: Was konnten Sie im Bereich Kühltechnik ausmachen?

Kunze: Nachdem die Kühltechnik in den letzten Jahren enorme Sprünge gemacht hat, die zu Einsparungen bis zu 50 Prozente der Energiekosten führte, konnte ich auf dieser Messe weniger Innovationen ausmachen. Besonders auffällig waren die modernen und schönen Präsentationen der Aussteller.

BIOwelt: Als Ladenbauer haben Sie wahrscheinlich besonders auf die Ladenbau-Aussteller auf der Messe geachtet. Was haben Sie hier registriert?

Kunze: Hier geht der Trend in Richtung hochwertiger Ladenbau. Ich konnte vor allem viele Elemente aus dem „Shabby Chic“-Style ausmachen. Beim „Shabby Chic“ werden in erster Linie auf alt gemachte Materialien verwendet. Typisch für den Shabby Chic sind zarte, überwiegend matte Farben, dazu rustikale Grundmaterialien für Wand und Boden mit Kombination mit einer edlen Einrichtung. Der Handel zieht jetzt nach, was es vorher in New York und London schon gab. Trend ist, sämtliche Verwitterungsstufen z.B. Holz, Beton, in Kunststoff täuschend echt darzustellen. So sind z.B. die Bodenbeläge aus Vinyl (PVC) täuschend echte Altholzimitate.

BIOwelt: Was gab es im Bereich Kassen an Neuem zu sehen?

Kunze: Zu sehen gab es Lösungen aus der Checkout-Arena wie Kassentische, Selfcheckouts und Kundenführungen. Mit dem „Checkout Manager“, dem Kundenleitsystem für die Kassenzone, wurde eine technische Neuheit präsentiert. Bei den Kassen fiel mir auf, dass sie in Zukunft individueller ausfallen. Sie passen sich dem Ladenlayout an.

BIOwelt: Was war ihre größte Entdeckung?

Kunze: Ich hatte Gespräche mit der Firma Organoid Technologies. Die Organoide-Plattform-Technologie ermöglicht die Herstellung von Freiformobjekten auf Basis einer Vielzahl von nachwachsenden Rohstoffen. Eine individuell beliebig formbare und aufblasbare Innenform wird mit Druck beaufschlagt und mit einer Vakuumfolie bedeckt. Darauf werden nun unterschiedlich fein gemahlene, biogene Materialien (z.B. Holzhackschnitzel, Schilf, Stroh etc.) zusammen mit einem natürlichen Bindemittel in der gewünschten Stärke aufgespritzt. Dann wird das noch feuchte und bewegliche Material mit einer weiteren Vakuumfolie bedeckt und luftdicht verschlossen. Mithilfe eines definierten Unterdrucks wird das Biocomposit komprimiert und in seiner endgültigen Form ausgehärtet. Das gesamte Material ist zu 100 Prozent ökologisch. Interessant ist die Beschichtung einer Platte, so dass diese Materialien wie ein Holzdekor verarbeitet werden können. In einem Biomarkt haben wir bereits ein Objekt in Form einer Raumentrennung realisiert. Dort eröffnen sich wirklich neue Möglichkeiten, mit authentischen Bioprodukten einzelne Verkaufsbereiche herauszustellen. Es gibt Materialien wie Lavendel, der zehn Jahren duftet. Diesen Stoff könnte ich mir gut für ein Kosmetikregal vorstellen. Weiter Kakaobohnen, Rosenblüten, Heu, Pfefferminz... Das war die eigentliche Innovation auf der Messe: 100 Prozent ökologisch, vielseitig einsetzbar – ein Produkt, bei dem man sich fragt, warum es das nicht immer schon gab...

Die Fragen stellte Jens Hertling



ÖLMÜHLE MOOG

SEIT 1984

Ein Öl, das 2/3 Ihrer Käuferschaft begeistern wird: Frauen!

Meine Empfehlung von Frau
zu Frau: Die powervolle
Omega-Kreation mit Pfeffer,
Kurkuma und Zimtrindenöl.

Mit Tipps für eine

Ihre

**7Tage
Kur**

Indira Moog



www.bioplanete.com