Presseinformation

Juni 2015

Dirk-Uwe Clausen, Inhaber des EDEKA-Markts am Wiesendamm, im Gespräch

**„Am Ende entscheidet der Kunde“**

***Welche Aspekte standen bei der Konzeption Ihres Marktes im Vordergrund?***

Wir wollten einen erfrischenden und großzügigen Laden, der den Kunden Raum zum Atmen und Wohlfühlen gibt. Dazu sollten hohe Decken und breite Laufwege beitragen, in denen sich auch ältere Mitbürger mit Rollator oder Rollstuhl problemlos bewegen können. Außerdem waren uns dezente Farben und viel Licht wichtig. Bis vor wenigen Jahren war das Thema Licht bei der Gestaltung von Märkten noch eher zweitrangig, heute hat es eine große Bedeutung.

***Auf welche Art wollten Sie Licht bei der Gestaltung des Marktes einsetzen?***

Zum einen wollten wir das Tageslicht nutzen. Eine offenere Bauweise mit großen Glasfronten, wie sie in anderen Ländern schon weiter verbreitet ist, setzt sich auch in Deutschland zunehmend durch. Zum anderen habe ich in der Planungsphase viel über künstliches Licht und die Möglichkeiten erfahren, mit unterschiedlichen Lichtstärken und -farben verschiedene Warengruppen optimal zur Geltung zu bringen.

***Wie sind Sie auf das Konzept StoreWise von Philips aufmerksam geworden?***

Wir haben uns im Vorfeld die Ideen unterschiedlicher Lichtanbieter vorstellen lassen, und StoreWise hat uns am besten gefallen. Das passte einfach: Ich wollte mit Licht spielen und eine entsprechende Atmosphäre erzeugen, und Philips hat die Chance gesehen, einen Referenzmarkt auszustatten, um die Möglichkeiten zu präsentieren, die das Konzept bietet.

***Welche Argumente waren für Ihre Entscheidung ausschlaggebend?***

Ganz klar die Energiekosten! Das Thema Effizienz wird für den Handel immer bedeutender. Licht von hoher Attraktivität kann man auf vielen Wegen erreichen, aber das Einsparpotenzial durch StoreWise war so interessant, dass mir die Entscheidung nicht schwergefallen ist. Außerdem war der Service sehr professionell: Regelmäßig waren Mitarbeiter von Philips vor Ort, haben Verbesserungsvorschläge gemacht und nachjustiert.

***Wie wichtig war Ihnen das Design der Leuchten?***

Sie drängen sich nicht in den Vordergrund, sondern fügen sich gut ins Gesamtbild des Ladens ein. Wichtig ist: Die Kunden loben, dass es keine Blendungseffekte durch die Leuchten gibt. Das ist alles gut abgestimmt.

***Wie nutzen Sie Ihre Beleuchtungsanlage im Alltag?***

Ich komme morgens in den Markt, und er ist perfekt ausgeleuchtet. Was will man mehr? Die Anlage regelt sich autark und passt sich automatisch den äußeren Lichtverhältnissen an. Wenn es draußen dunkler wird, fährt sie das Lichtniveau hoch, um die Waren angemessen auszuleuchten. Man nimmt den Wechsel gar nicht wahr, was fürs Auge sehr angenehm ist. Das alles spart viel Arbeit. Ich muss mich um nichts kümmern und kann mich in der verfügbaren Arbeitszeit dem Kernthema widmen, Waren zu verkaufen. Und wenn wir Events wie einen Schlemmerabend oder eine Weinverköstigung durchführen, haben wir die Möglichkeit, die betreffenden Bereiche entsprechend auszuleuchten. StoreWise ist sehr benutzerfreundlich und einfach zu bedienen.

***Hatten Sie bei der Planung bereits im Blick, dass sich die Beleuchtung flexibel anpassen lässt, wenn Bereiche des Marktes umgebaut oder neu dekoriert werden?***

Natürlich macht man sich darüber Gedanken. Am Ende entscheidet schließlich der Kunde, wie der Markt gestaltet sein soll – durch sein Einkaufsverhalten, aber auch durch Kommentare in unserem Kundenbuch. Wir führen jetzt nach den ersten Erfahrungen bereits kleinere Anpassungen durch, was sich als sehr unkompliziert erweist: Wir stellen die gewünschten Veränderungen einfach einem Lichtexperten von Philips vor, der dann die entsprechende Ausrichtung vornimmt und ins Gesamtkonzept einbettet.

***Wie fällt nach den ersten Wochen Ihr Fazit aus?***

Gemessen am bisherigen Feedback der Kunden, scheint uns der Markt gut gelungen zu sein. Wir erhalten die Rückmeldung, dass das Einkaufen bei uns angenehm ist. Besonders freut uns die Beobachtung, dass Kunden, die in Eile vom Parkplatz kommen, herunterfahren, sobald sie den Markt betreten. Offenbar können sie sich hier entschleunigen.

Weitere Informationen:

Philips GmbH Market DACH

Unternehmenskommunikation

Bernd Glaser, Pressesprecher Lighting

Lübeckertordamm 5 20099 Hamburg

Telefon: 040-2899-2263; Fax: 040-2899-72263

E-Mail: [bernd.glaser@philips.com](mailto:bernd.glaser@philips.com)

**Über Royal Philips**

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA), mit Hauptsitz in den Niederlanden, ist ein Unternehmen, das auf Gesundheit und Wohlbefinden ausgerichtet ist. Im Fokus steht die Verbesserung der Lebensqualität der Menschen mit innovativen Lösungen aus den Bereichen Healthcare, Consumer Lifestyle und Lighting. Philips beschäftigt etwa 108.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte 2014 einen Umsatz von 21,4 Milliarden Euro. Das Unternehmen gehört zu den Marktführern in den Bereichen Kardiologie, Notfallmedizin, Gesundheitsversorgung für zuhause sowie energieeffizienten Lichtlösungen. Außerdem ist Philips einer der führenden Anbieter im Bereich Mundhygiene sowie bei Rasierern und Körperpflegeprodukten für Männer. Mehr über Philips im Internet: [www.philips.de](http://www.philips.de/)