

LICHTWISSEN

Licht in der Umkleide: Von der Umsatzbremse zum Erfolgsfaktor

Im Textilhandel wächst das Bewusstsein dafür, wie wichtig Umkleidekabinen sind. Hier findet die Kaufentscheidung statt! Sie hängt unmittelbar damit zusammen, wie wohl sich der Kunde vor Ort fühlt. Die positive Eigenwahrnehmung und eine angenehme Umkleide-Atmosphäre werden durch Licht maßgeblich beeinflusst.

Der Autor:

Michele Masaracchio, 30, Vertriebsleiter Fashion & Shop International, betreut seit rund 10 Jahren Kunden im In- und Ausland zum Thema Licht im Retail. Er ist davon überzeugt, dass Fashion am POS besonders von einer guten Lichtlösung profitiert. Mode und ihre Präsentation wird mit der passenden dynamischen Beleuchtung zum Event und bietet damit einen Mehrwert gegenüber dem Online-Shopping. Im Store, so seine Beobachtung, gewinnen die digitalen Services rund um Lichtwelten immer stärker an Bedeutung.

Die Umkleide ist noch immer ein Stiefkind vieler Modehäuser, auch wenn klar ist, dass dieser Ort einer der wichtigsten im ganzen Store ist. Denn der Kunde fühlt und sieht die Kleidung hautnah am eigenen Körper – dieses Erlebnis kann zu einer positiven wie negativen Kaufentscheidung führen. Je ungünstiger das Licht auf den rund zwei Quadratmetern einer Umkleide ausfällt, desto schwieriger wird das positive Erleben eines neuen Kleidungsstücks. Erfahre ich aber mich und die Ware in einem angenehmen Licht und Ambiente, fällt die Entscheidung zum Kauf leichter. So wird die Umkleide Teil dessen, was jeder Retailer heute auf seiner Fläche bieten möchte: ein Optimum an individuellem und gutem Shopperlebnis.

Darauf sollten Händler achten, wenn sie ihre Umkleide mit einem gut durchdachten Beleuchtungskonzept fit für die Zukunft machen wollen:

1 Anprobe ist Emotion pur:

Das Produkt wird in seiner Wirkung am eigenen Körper erlebt. Das Licht sollte dementsprechend weich sein, um den Körper vorteilhaft zu umspielen. Es sollte indirekt eher von vorne kommen.

40 % der Kunden verlassen einen Fashion-Store,
weil sie die Umkleide stört. (Quelle: Studie Innofact 2017)

2 Umkleide-Studie – 65.000 Probanden sind ernst zu nehmen:

Die Umkleide steht laut einer Studie des Meinungsforschungsinstituts Synovate von 2014 auf Platz 1 der Dinge, die im Modegeschäft oft stören. Die Zeiten, in denen man lange Verweildauer in den Kabinen unterbinden wollte, sind vorbei. Es gilt umzudenken: Im Store ist die Umkleide ein Bereich mit enormem Potenzial.

3 Mit Licht spielen:

Lichtplaner haben sich des wichtigen Themas Umkleide längst angenommen. Die Anordnung der Leuchten, Wahl der Farbtemperatur und Entwicklung einer passenden Lichtdynamik gehören zu den wesentlichen Merkmalen einer gelungenen Lichtplanung.

Je höher der Preis der Bekleidung, desto mehr punktet der stationäre Handel: 75 % der Kunden kaufen Produkte ab 200 € am liebsten vor Ort.
(Quelle: Studie Innofact 2017)

5 Virtuelles Fitting plus Lichtmanagement:

Die Digitalisierung ermöglicht es, auch smarte Umkleidekabinen mit Touchscreen-Spiegeln auszustatten. Dort erhalten Kunden mehr Informationen über das Produkt, die Größen, erhältlichen Farben etc. Ein weiterer Service: Das „virtuelle Fitting“. Kunden können etwa ihr Spiegelbild ein T-Shirt anprobieren lassen, mit ihrem Smartphone bezahlen oder ein Foto mit dem gewählten Produkt versenden. Diese Features, in Verbindung mit einer effektiven und exakt abgestimmten Lichtsteuerung, können das Thema Umkleidekabine auf eine neue Stufe heben.

6 Der Schlüssel zum Erfolg: Intelligente LED-Leuchtensysteme.

LED-Leuchten verfügen heute über dimmbares Weißlicht und eine exzellente Farbwiedergabe. Digitale Add-ons und interaktive Elemente, verknüpft mit dynamischen Lichtkonzepten werden die Umkleidekabinen der Zukunft prägen. Das richtige Licht- und Präsentationskonzept kann aus der Umkleidekabine ein wichtiges und positives Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem Online-Handel machen.



02.08.2018

- Bitte beachten Sie bei Zitaten den Quellenverweis:
Licht in der Umkleide: Von der Umsatzbremse zum Erfolgsfaktor, Oktalite 2018
- Bitte beachten Sie den Fotonachweis: *Oktalite 2018*
- Bei Veröffentlichung wird ein Belegexemplar erbeten

Kontakt/ Interviews:

Claudia Hachenberg – Leitung PR – Oktalite Lichttechnik GmbH – Mathias-Brüggen-Str. 73 – 50829 Köln – Tel: 0221/59 767-77 – Fax: 0221 592232 – E-Mail: c.hachenberg@oktalite.de