



Markenkommunikation mit Licht: Showroom der Otto Wulff Projektentwicklung, Hamburg

Wie lassen sich Markenwerte wie Qualität und Innovation mit Hilfe von Licht kommunizieren? Wie schafft man eine einladende, hochwertige Atmosphäre in einem repräsentativen Showroom – und gleichzeitig Orientierung für den Kunden? Das qualitativ geplante Lichtkonzept im neuen Showroom der Otto Wulff Projektentwicklung, realisiert mit ERCO LED-Lichtwerkzeugen, arbeitet mit klaren visuellen Wahrnehmungshierarchien.

Werte schaffen – Werte erhalten: Das ist die Maxime der Bauunternehmung Otto Wulff GmbH, deren Firmengeschichte im Jahr 1932 beginnt. Fest verwurzelt am Standort Hamburg ist das Unternehmen mit aktuell rund 300 Mitarbeitern auf den Gebieten des Hoch-, Industrie- und Stahlbetonbaus und der Altbausanierung tätig. Die Tochterfirma OWP Otto Wulff Projektentwicklung GmbH fördert den Neu- und Umbau von Immobilien in der Metropolregion Hamburg und mittlerweile auch in Berlin. Als Bauträger führt die OWP Wohnungsbau- und Gewerbeprojekte unterschiedlicher Größe von der Idee bis hin zur schlüsselfertigen Übergabe durch. Die Otto Wulff Gruppe vereint somit alle Bereiche rund ums Bauen unter einem Dach und begreift sich als Marke mit Qualitätsversprechen, basierend auf Kompetenz, Erfahrung und Leistung. Diesen Führungsanspruch soll der neue Showroom am Firmensitz in Billstedt unterstreichen. Bauherren und Investoren können sich hier von der hochwertigen Bauqualität von Otto Wulff überzeugen. Darüber hinaus fin-

den im Showroom Bemusterungen zur Auswahl der entsprechenden Ausstattungslinien der einzelnen Projekte statt.

Showroombeleuchtung mit ERCO: Effiziente LED-Lichttechnik schafft Atmosphäre, zontiert den Raum und führt den Besucher
Timm+Goullon Architekten entwarfen einen eleganten, modernen Flachdachbau mit einladender Glasfassade; für die professionelle Lichtplanung kam Dirk Hollweg von lux100 mit ins Boot. „50 Prozent der Innenarchitektur ist Licht – das Lichtkonzept muss also 50 Prozent des 3D-Erlebnisses einer Marke widerspiegeln“, beschreibt er seine Planungsmaxime. „Im konkreten Fall des neuen Showrooms der Otto Wulff Projektentwicklung unterstützt das Lichtdesign Auswahlgespräche und Verkaufsabschlüsse durch eine positive Atmosphäre. Das Licht wirkt einladend, verbindend und hochwertig und kommuniziert so den Führungsanspruch von Otto Wulff.“ Hollwegs Lichtkonzept schafft außerdem Orientierung für den Kunden im rund

Projektdaten

| | |
|---------------|---|
| Projekt: | OWP Otto Wulff Projektentwicklung Showroom, Hamburg / Deutschland |
| Architektur: | Timm+Goullon Architekten, Hamburg / Deutschland |
| Lichtplanung: | lux100, Hamburg / Deutschland |
| Fotografie: | Frieder Blickle, Hamburg / Deutschland |

250 Quadratmeter großen Showroom, der sich in mannigfaltige Funktionsbereiche gliedert – Empfang, Wartezone, Verkaufs- und Besprechungsräume, einen Bereich zur Materialbeurteilung und -auswahl sowie eine Wohnwelt und eine Badausstellung. Dirk Hollwegs Planung basiert auf visuellen Wahrnehmungshierarchien: Hell-Dunkel-Kontraste beziehungsweise Abstufungen von Helligkeit erzeugen Spannung, werfen einzelne Bereiche im Raum bewusst auf und lassen sie optisch in den Vordergrund treten. Andere, weniger hell beleuchtete Bereiche dagegen nehmen sich eher zurück und treten optisch in den Hintergrund. „Ich kann mit Licht einordnen, das erzeugt Spannung und kommuniziert gleichzeitig die Wertigkeit der Marke Otto Wulff“, so Dirk Hollweg, der im gesamten Showroom ausschließlich Leuchten mit Lichtfarbe 3000K einsetzte, denn: „Warmes, gerichtetes Licht wirkt hochwertig – kaltes, indirektes Licht dagegen sachlich, funktional und oft langweilig.“ Seine qualitative Lichtplanung strukturiert den Raum, unterstreicht einzelne Zonen und setzt gezielte Highlights – „wie Sonnenstrahlen“ – mit Spots. Das Ergebnis ist eine wertige und einladende Atmosphäre im gesamten Showroom.

Orientierung im Raum mit Hilfe von Licht: Helle Zonen ziehen Besucher an

Einzelne Bereiche werden differenziert beleuchtet, der Besucher so gezielt durch die Ausstellung gelenkt. „Der Kunde orientiert sich automatisch dorthin, wo es heller ist“, erklärt der Planer. So wird etwa die Wandscheibe mit plakativem Otto Wulff-Logo auf Augenhöhe, die den Besucher im Eingangsbereich empfängt, mit einem Optec Wallwasher 24W gleichmäßig sehr hell ausgeleuchtet und zum zentralen Hingucker. Rechter Hand befindet sich der Empfangstresen, über dem zwei dekorative Starpoint 8W Pendelleuchten mit Abstrahlcharakteristik extra wide flood installiert wurden; auf der Wandfläche dahinter wird der Gruß „Herzlich Willkommen“ mit Hilfe eines deckenintegrierten Compact Wandfluters hervorgehoben. Dieser Bereich ist insgesamt deutlich heller beleuchtet als die Wartezone gegenüber, was dem Besucher ein klares Signal zur Orientierung nach rechts gibt. Im Wartebereich linker Hand hält sich die Beleuchtung dagegen zurück: Hier inszeniert ein Optec Strahler mit Lichtverteilung spot den Beistelltisch neben dem Sofa wie eine kleine Insel im Raum; zwei Compact Linsenwandfluter beleuchten das Bild hinter dem Sofa, eine dekorative Tischleuchte setzt einen wohnlichen Akzent.

Verkaufsfördernde Wirkung von Licht: Den Fokus des Kunden lenken

In den beiden Besprechungsräumen werden die Tische, an denen der Kundenberater Pläne und Planungsdetails präsentiert sowie Einzelheiten des Projektes erläutert, gezielt mit Licht hervorgehoben. „So fokussiert sich die Aufmerksamkeit des Kunden auf das Verkaufsgespräch“, erklärt Dirk Hollweg. Jeweils nur ein einziger Skim Deckeneinbaustrahler leuchtet die Tischfläche gleichmäßig hell und blendfrei aus. Eine dekorative Tischleuchte, auf der seitlichen Ablage auf Augenhöhe platziert, unterstreicht zudem die Hochwertigkeit der Einrichtung. Das Lichtkonzept arbeitet auch hier mit klaren Wahrnehmungshierarchien: Der Fokus

der Helligkeit und damit der Aufmerksamkeit liegt eindeutig auf den Tischflächen, die anderen Bereiche im Raum treten dahinter zurück. „Zu gleichmäßig oder einheitlich ausgeleuchtete Räume erzeugen Stress“, betont Planer Dirk Hollweg. Im hinteren Bereich des Showrooms wird eine Wohnsituation simuliert; hier schaffen dekorative Pendel- und Stehleuchten Wohnlichkeit. „Zudem erzeugt ein Optec Strahler mit nur 6W und der Abstrahlcharakteristik narrow spot einen Lagerfeuer-Effekt auf dem niedrigen Couchtisch – um den sich die Menschen versammeln wie früher um das Lagerfeuer –, ein weiterer Optec Strahler setzt einen Spot auf das Bild über dem Sideboard“, so der Planer. Optec mit 6W und der Lichtverteilung spot setzen zudem Highlights auf einzelnen Produkten innerhalb der Badausstellung.

Maximal natürliche Farbwiedergabe der ausgestellten Baumaterialien: ERCO LED-Lichtwerkzeuge mit 3000K

Ein weiterer wesentlicher Bereich innerhalb des neuen Showrooms ist der Präsentation und der Auswahl von Musterteilen und Materialproben gewidmet. Das Produktdisplay auf der seitlichen Wand im Zentrum des Showrooms lässt sich wechselweise mit Türbeschlägen, Fenstergriffen, Lichtschaltern, Fliesen, Holzmustern und Ähnlichem bestücken. „Ein Optec Wandfluter mit 24W bringt hier satt Licht von oben“, so Dirk Hollweg. „Und zwar eng an der Ware entlang, um eine optimale, schatten- und blendfreie Produktpräsentation zu gewährleisten. Der Kunde verschattet nicht das Produkt, das er betrachtet.“ So vielfältig die Auswahl an Materialien und Zubehör für die unterschiedlichen Bauprojekte von Otto Wulff ist, so breit ist deren Spektrum an Farben und Texturen. Eine möglichst naturgetreue Farb- und Materialwiedergabe war folglich ein weiteres wesentliches Thema bei der Lichtplanung. Die eingesetzten ERCO LED-Lichtwerkzeuge in Warmweiß mit 3000K zeichnen eine hervorragende Farb- und Materialwiedergabe (RA ≥ 90) aus.

Im neuen Showroom der Otto Wulff Projektentwicklung in Hamburg zeigt sich, wie Markenwerte wie Qualität und Innovationsgeist mit Hilfe von Licht kommuniziert werden können. Dabei ergänzen sich die lichttechnischen Vorteile der ERCO Lichtwerkzeuge – etwa die hervorragende Farbwiedergabe sowie die konsistente Lichtqualität – und die vielfältigen gestalterischen Möglichkeiten der präzisen ERCO Linsen.

Im Projekt verwendete Leuchten



Compact



Optec



Skim



Starpoint

Über ERCO

Die ERCO Lichtfabrik mit Sitz in Lüdenscheid ist ein führender Spezialist für Architekturbeleuchtung mit LED-Technologie. Das 1934 gegründete Familienunternehmen operiert weltweit in 55 Ländern mit eigenständigen Vertriebsorganisationen und Partnern. Seit 2015 basiert das Produktprogramm vollständig auf LED-Technologie. Entsprechend entwickelt, gestaltet und produziert ERCO in Lüdenscheid digitale Leuchten mit den Schwerpunkten lichttechnische Optiken, Elektronik und Design.

Die Lichtwerkzeuge entstehen in engem Kontakt mit Architekten, Lichtplanern und Elektroplanern und kommen primär in den folgenden Anwendungsbereichen zum Einsatz: Work und Shop, Culture und Community, Hospitality, Living, Public und Contemplation. ERCO versteht digitales Licht als die vierte Dimension der Architektur – und unterstützt Planer dabei, ihre Projekte mit hochpräzisen, effizienten Lichtlösungen in die Realität zu überführen.

Belegexemplare und Links erbeten.

Für weiterführende Informationen oder Bildmaterial kontaktieren Sie bitte:

ERCO GmbH

Nina Reetzke, Pressereferentin
Postfach 2460
58505 Lüdenscheid

Brockhauser Weg 80-82
58507 Lüdenscheid

Tel.: +49 (0) 2351 551 690
Fax: +49 (0) 2351 551 340
n.reetzke@erco.com
www.erco.com

mai public relations GmbH

Arno Heitland
Leuschnerdamm 13
10999 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 66 40 40 553
erco@maipr.com
www.maipr.com

