



„Wir waschen Autos mit Licht“: Die Volvo Retail Experience im Showroom Luleå

Ein Filminterview mit Erik Stigmar, Senior
Manager Retail Experience Volvo, Göteborg

Innenarchitektur: Erik Stigmar, Senior Manager Retail Experience

Volvo Cars, Göteborg / Schweden

www.volvocars.com

Lichtplanung: Anne Eklund, Lighting Designer

WSP Sverige AB | WSP Ljusdesign, Stockholm / Schweden

www.wspgroup.se

Fotografie: Johan Elm, Stockholm / Schweden

Special Thanks to:

Tomas Lejon, CEO

Nordiska Bil AB, Luleå

www.nordiskabil.se

Ort: Luleå

Land: Schweden

30.6.2017

Das neue Retail Design Konzept der schwedischen Automarke Volvo basiert auf Kontrasten: Hart und weich, warm und kühl, Ruhe und Dynamik, Licht und Schatten. Akzentlicht aus Light Board Strahlern von ERCO hebt die Produkte mit ihren Features hervor und bestimmt die Atmosphäre.

Wir trafen Erik Stigmar, Senior Manager Retail Experience Volvo Cars aus Göteborg, im neu gestalteten Volvo Showroom Luleå. Als verantwortlicher Markenarchitekt schildert er das Konzept hinter der „Volvo Retail Experience“ – und die Bedeutung wahrnehmungsorientierter Beleuchtung für eine aussagekräftige Warenpräsentation.

„Volvo ist eine anwenderorientierte Marke“

–Erik Stigmar

Als Erik Stigmar das Volvo Autohaus im nordschwedischen Luleå betritt, streift er zunächst prüfend zwischen den glänzenden, akkurat ausgerichteten Fahrzeugen umher. Der Senior Manager Retail Experience Volvo Cars aus Göteborg legt als ausgebildeter Architekt Wert auf eine präzise Umsetzung seines neuen Retail Design Konzeptes. „Volvo ist eine hochwertige Marke – das muss sich auch im Retail Design widerspiegeln.“ so Stigmar.

Die „Volvo Retail Experience“, das neue Storekonzept der schwedischen Premium-Automarke, wird derzeit in Volvo Autohäusern weltweit ausgerollt. Es macht die skandinavische Identität und Markenwerte wie Transparenz, Authentizität sowie den Kundendialog auf Augenhöhe durch visuelle Kontraste erlebbar. Sichtbar werden sie in der Atmosphäre, in Materialitäten, Farben und dem Licht.

Wesentlicher Bestandteil des Konzepts sind zwei Bereiche mit völlig unterschiedlicher Atmosphäre und Funktion: Im Zentrum des Showrooms steht der wohnliche, kontemplative „Living Room“, eingerichtet mit organisch geformten Sitzmöbeln von Hans Wegner und anderen skandinavischen Designikonen. Der Wartebereich ist geprägt von warmen Naturmaterialien, Holz und Textilien, weichen Formen und freundlichen Farben und dient der entspannten, informellen Konversation. Hier wird Kaffee ausgeschenkt, es gibt freies Internet und eine Spielecke mit skandinavischem Kinderspielzeug.

Der zweite Bereich rahmt den „Living Room“ und erinnert an eine Straße. In dem dynamisch wirkenden „Street“-Areal werden in frischer, urbaner Atmosphäre die neuesten Volvo-Modelle präsentiert. Hier dominieren Schwarz, Weiß und Grautöne sowie kühle, harte Materialien. Druckvoll beleuchtet und lebendig inszeniert, bildet diese Produktzone den wichtigsten Bereich im Showroom und ist durch die Glasfassaden auch von außen erkennbar.

Fokus durch Kontraste – Weite durch Wandflutung

Das wahrnehmungsorientierte Lichtkonzept ist wesentlicher Teil des neuen Retail Design von Volvo. Hartes, trotz hoher Decken druckvolles Akzentlicht fokussiert die Aufmerksamkeit der Besucher auf die Volvo Modelle, während die Verkehrszonen zwischen den Produkten als dunklere Flächen zurück treten. Das Stilmittel der Kontrastierung intensiviert das Markenerlebnis der Besucher in den Volvo Showrooms; durch die Helligkeitsunterschiede entsteht besonders in der „Straßen“-Zone Spannung und der Eindruck von Tempo. Darüber hinaus schaffen die präzisen Lichtkegel eine individuelle Bühne für jedes Modell: „Wir waschen die Autos mit Licht“, erläutert Erik Stigmar. „Dabei setzen zusätzliche Highlights die markanten

Konturen, die Oberflächenqualitäten und Details wie Türgriffe optimal in Szene."

Ergänzend zur rhythmischen Akzentuierung werden einige der Wände gleichmäßig geflutet. So wirken die Räume, dem Bild der skandinavischen Identität entsprechend, noch großzügiger und weiter. ERCO Wandfluter modellieren die grafischen Linien der schön geschwungenen Lackmuster und die Oberflächen der edlen, naturfarbenen Polstermaterialproben brillant in der Vertikalen. Der in die Wand eingelassene Touch Screen zum Konfigurieren des individuellen Automodells wird dabei völlig blendungsfrei beleuchtet. „Das wahrnehmungsorientierte Lichtkonzept sorgt für eine perfekte Produktpräsentation.“ konstatiert Erik Stigmar. Darüber hinaus lege Volvo großen Wert auf Nachhaltigkeit: „Dadurch, dass wir wirklich nur die Zielfläche beleuchten, sparen wir zudem eine Menge Energie ein.“

