

# LICHT

PLANUNG | DESIGN | TECHNIK | WISSENSCHAFT

3 | 2016

68. Jahrgang

www.LICHTnet.de

ERLEBNISWELT SHOP

Issey Miyake Store

LICHTAMBIENTE

Platzbeleuchtung Emmen

LICHT-SPECIAL

LIGHT + BUILDING





## DER RICHTIGE DURCHBLICK

BOLON FLAGSHIP-STORE MACHT DIE BRILLE ZUM STAR

**Die Brille hat sich längst zu einem trendigen Lifestyle-Produkt entwickelt. Brillengeschäfte und Optiker inszenieren ihre Produkte wie Fashionhäuser dies machen. Im neuen Flagship-Store von Bolon bekommt jede Brille seine eigene Bühne und wird so zum Star im Rampenlicht.**

Brillen und Brillenträger galten früher als nicht besonders sexy. Doch diese Zeiten sind längst passé, denn die Brille hat sich mittlerweile zum Modeaccessoire, Schmuckstück und Lifestyleprodukt entwickelt und manch einer trägt Brillengläser, obwohl er dies gar nicht müsste. Brillenläden und Optiker haben sich von ihrem einst verstaubten Image gelöst und präsentieren sich und ihre Produkte in frischer, zeitgemäßer Aufmachung. Mit frechen Farben, stylishem Interior-Design und kunstvoller Beleuchtung werden Kunden zum Entdecken und Verweilen eingeladen.

Bolon ist einer der größten Brillenhersteller weltweit und Chinas bekannteste Sonnenbrillenmarke. Im Reiche der Mitte präsentiert sie sich als Premium-Lifestyle-Brand und wirbt mit Filmstars wie Sophie Marceau oder Anne Hathaway. Der erste Flagship-Store der

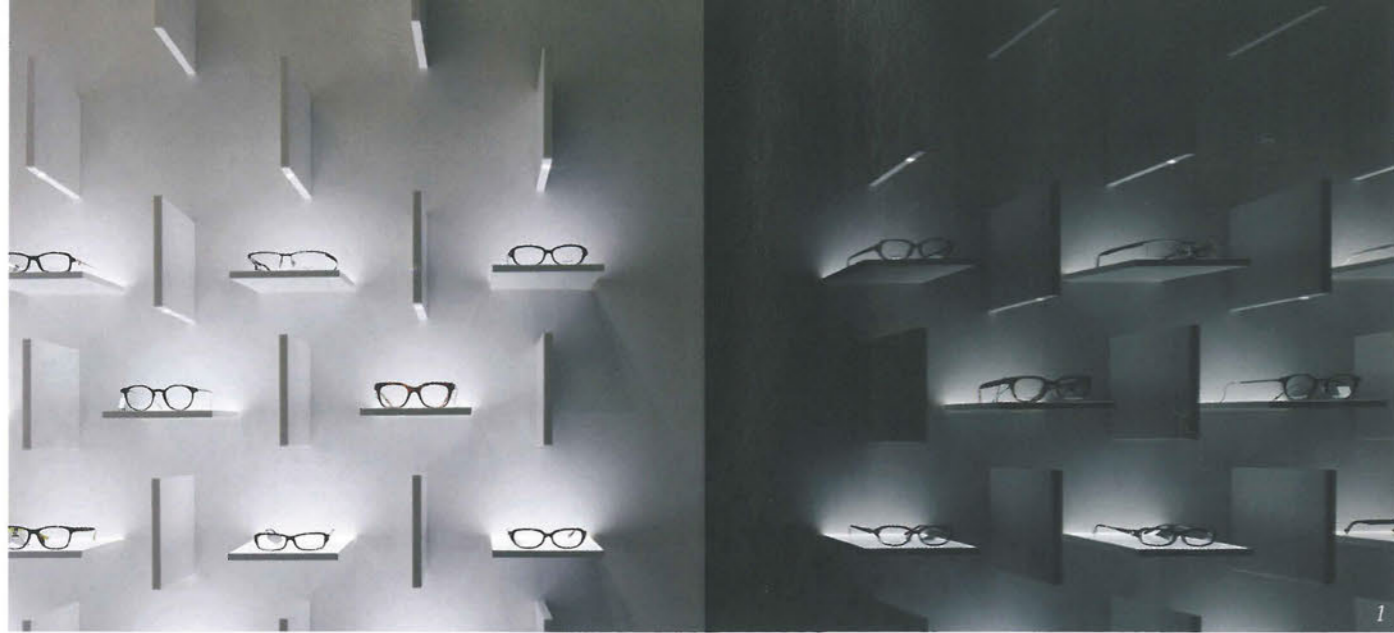
Marke Bolon entstand nun in Shanghai. Das neue Storedesign sollte den Anspruch für Premiumqualität, Eleganz und Modebewusstsein repräsentieren. Im Zentrum des Entwurfs steht eine klare und schnell wiedererkennbare Produktpräsentation. Weiße quadratische Scheiben, orthogonal zueinander angeordnet, bilden ein strenges dreidimensionales Raster auf den Präsentationswänden. Jede Brille bekommt ihre eigene kleine Bühne.

Den Raum prägen hochwertige Materialien wie weißer Marmor für den Fußboden und schwarzer Marmor für die charakteristischen Präsentationsstelen und Beratungstresen. Eine lederbespannte Wandfläche bildet einen weichen Fokuspunkt im Raum und schafft eine warme Atmosphäre für Beratungsgespräche. Die goldene Decke lässt den Raum erstrahlen und weckt Erinnerungen an einen lichtdurchfluteten Sonntag am Meer. ▶

*Abb. oben:* Während die Brillen auf einem leuchtenden Untergrund stehen und so die Farbigkeit der Gläser erlebbar wird, trifft aus den vertikalen Scheiben ein gezieltes LED-Spotlight mit ovaler Optik auf das Produkt.

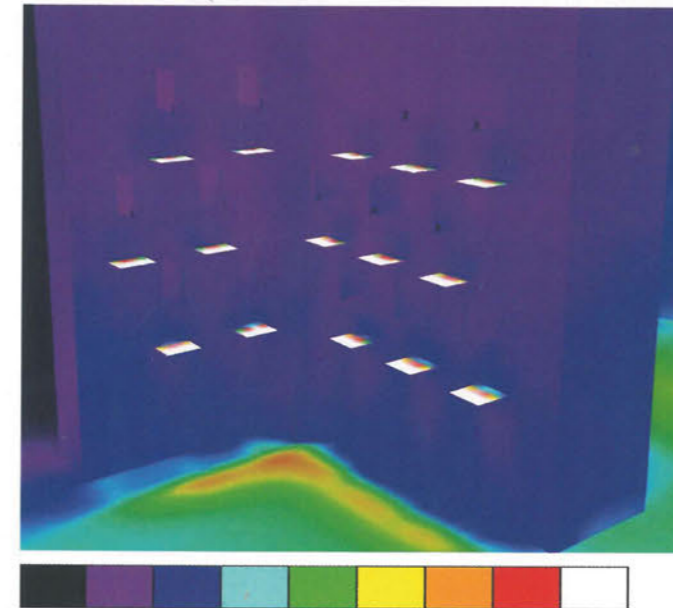
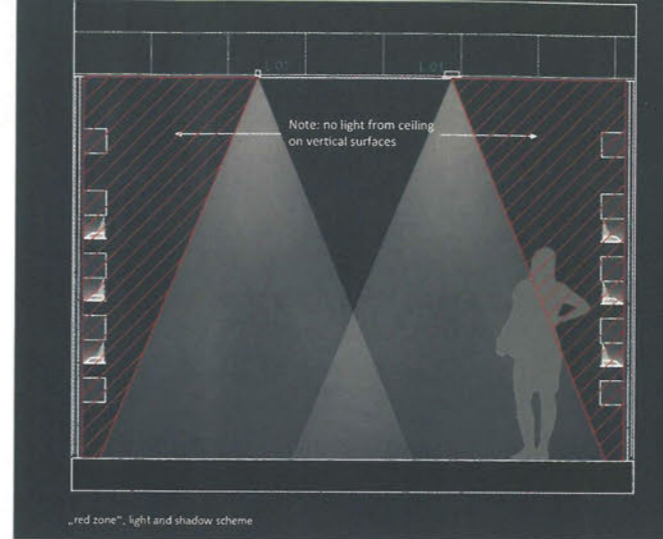
*Abb. links:* Im neuen Shanghai Flagship-Store der Premiumbrillenmarke Bolon bekommt jede Brille seine eigene Bühne. Im Zentrum des Entwurfs steht eine klare und schnell wiedererkennbare Produktpräsentation.





### BRILLE IM RAMPENLICHT

Das Lichtkonzept wurde als integrativer Bestandteil der neuen Markenarchitektur des Flagships-Stores entwickelt. Ein besonderes innenarchitektonisches Element, das ganz dem Corporate Design entspricht, bilden die »Display Fins« zur Präsentation der Brillen. Die Wirkung des Produkts wird durch eine gezielte Lichtführung stark unterstrichen. Das horizontale Panel wird über eine unsichtbare Kanteneinspeisung von hinten erhellt. Die deckend lackierten Kanten schärfen den Eindruck der homogen leuchtenden Fläche. In der vertikalen »Fin« projiziert der integrierte LED-Punkt, ausgestattet mit einer speziellen Optik, eine maßgeschneiderte ovale Abbildung auf die Brille. Beide Beleuchtungsarten zusammen generieren eine spektakuläre Produktpräsentation – in optimaler Lichtqualität und mit nahezu surreal anmutender Sogwirkung. Die Summe der präsentierten Brillen steht in der Wahrnehmungshierarchie an erster Stelle; ein Ziel der leuchtenden Displays war damit das neue Erscheinungsbild zu dominieren. Die Reflexion des weißen Marmors erhellt die spiegelnde Foliendecke mit hoher Gleichmäßigkeit. Es wurde bewusst vermieden, Licht aus der Decke auf die Wände und Displays zu lenken, um deren Wirkung im Raum nicht zu beeinträchtigen. Kein Licht aus der Decke trifft auf die Wandpaneele, um Multischatten und Irritationen zu vermeiden. Die Beleuchtung der Brillen erfolgt völlig blendfrei. Alle schwenkbaren Decken-Downlights sind mit einer schwarzen Ringblende ausgestattet; die Allgemeinbeleuchtung durch weit zurückgesetzte LEDs entblendet. Ergänzt wird das Lichtkonzept durch direkt beleuchtete Vitrinen (sowie einer homogen leuchtenden Displayfläche) und direkt/indirekt beleuchtete Nischen. Auf dem Boden des Stores werden ca. 300 lx erreicht, auf den Brillen ca. 1000 lx. Die Farbtemperatur beträgt 4000 K mit einer Farbwiedergabe >90. Dieser Store hinterlässt wohl bei jedem Besucher einen bleibenden Eindruck und sorgt schon vor dem Kauf einer Brille für den richtigen Durchblick! ■



**Abb. 1:** Der Kunde erfährt eine surreal anmutende Sogwirkung: Das zentrale Interior-Element bilden die »Display Fins« zur Präsentation der Brillen. Die Wirkung des Produkts wird durch eine gezielte Lichtführung stark unterstrichen.

**Abb. 2:** Die Brille im Rampenlicht: Ein in der vertikalen »Fin« integrierter LED-Punkt, mit eigens ausgestatteter spezieller Optik, projiziert eine ovale Abbildung auf die Brille. Das horizontale Panel wird über eine unsichtbare Kanteneinspeisung von hinten erhellt.

**Abb. 3:** Schwarzer und weißer Marmor unterstreichen die edle Anmutung des Stores. Die schwenkbaren Downlights in der goldenen Decke sind mit einer schwarzen Ringblende ausgestattet.

**Abb. 4 + 5:** Es wurde bewusst vermieden, Licht aus der Decke auf die Wände und Displays zu lenken, um deren Wirkung im Raum nicht zu beeinträchtigen.

#### Weitere Informationen:

**Projekt:** Bolon Eyewear Flagship Store, Shanghai

**Fertigstellung:** Mai 2015

**Bauherr:** Xiamen Artgri Optical Co., Ltd.

**Fläche:** 97 m<sup>2</sup>

**Interior Design:** Ippolito Fleitz Group GmbH, Stuttgart, [www.ifgroup.org](http://www.ifgroup.org)

**Lichtplanung:** Pfarré Lighting Design, München, [www.lichtplanung.com](http://www.lichtplanung.com)

**Fotos:** Shuhe Architectural Photography, [www.shuhephoto.com](http://www.shuhephoto.com)

**Renderings:** Pfarré Lighting Design

# BÄRO

Retail  
Lighting

THERE ARE ALL SORTS  
OF LIGHTS. BECAUSE  
THERE ARE ALL SORTS  
OF PRODUCTS.

VOM 13. BIS 18. MÄRZ 2016  
HALLE 3.0, STAND B81

Besuchen Sie uns auf der  
Light+Building in Frankfurt!

[www.baero.com](http://www.baero.com)