

luxlumina

DEKO-LICHT

2018/2019

serien.lighting
exklusiv
im Fokus

LEUCHTENDESIGNER:

Jean-Marc da Costa
und Manfred Wolf auf
Erfolgskurs

HÄNDLER
UMFRAGE

Wo werden heute
hochwertige
dekorative Leuchten
am besten verkauft?

DESIGNLEUCHTEN

VON DER LIGHT+BUILDING

DEKORATIVE LEUCHTEN



Böhmler Einrichtungshaus in München. (Foto: JANUA)

Wo werden heute hochwertige dekorative Leuchten am besten verkauft?

Im hochwertigen Einrichtungshaus versteht sich! So ist es auch. Die Absätze sind in den letzten Jahren nach Aussagen einiger Lichthersteller dort gleich geblieben bis gestiegen. Das ist kein Wunder. Die Umgebung stimmt und der Kunde, kann sich alles perfekt vor Ort im Laden vorstellen. Dabei ist Licht nicht der Schlips zum Anzug oder die Tasche zum Kleid. Licht wird in der Möbelbranche immer mehr als natürliche Einheit zum Verkauf gesehen. Wie perfekt das laufen

kann, erklären uns zwei exklusive grosse Einrichtungshäuser aus der Schweiz und aus Deutschland. Zum Gespräch kamen Kai Bauerschlag, Prokurist bei der böhmeler Inneneinrichtung aus München und Simon Flückiger, CEO der teo jakob AG, Schweiz.

INTERVIEW



mit Kai Bauerschlag,
Prokurist bei der
böhmeler Inneneinrichtung,
Deutschland

Foto: Marcus Hassler

Licht ist in der Möbelbranche nicht wegzudenken. Ist es ein Geheimtipp Licht und Möbel gleichzeitig anzubieten?

Wir haben festgestellt, dass unsere Kunden sich ganzheitliche Einrichtungskonzepte wünschen, in denen Möbel, Accessoires und vor allem auch Licht passend zu den räumlichen Gegebenheiten ein stimmiges Gesamtbild ergeben. Unsere Planungsexperten stehen unseren Kunden bei sämtlichen Projekten von der Idee bis zur Realisierung zur Seite – und damit sind wir sehr erfolgreich.

Was ist Ihre Antwort auf Handel im Internet?

Wir sehen das Internet als nützliche Informationsplattform und setzen individuelle Beratung und Expertise dagegen. Erstklassige Beratung stand seit der Gründung unseres Hauses immer im Mittelpunkt unserer Serviceleistung. Ein Sofa muss man sehen, anfassen und probesitzen, bevor man es kauft, genauso möchte man eine exklusive Leuchte sehen, um ihre Wirkung im Raum zu erfassen. Bei Beratungsterminen

nehmen wir uns gerne Zeit, die Persönlichkeit unserer Kunden und die individuellen Anforderungen an ihren Lebensraum und die nötige Beleuchtung zu verstehen. Diese Wünsche sowie ein tiefes Verständnis für die Form und Funktion eines Raumes bringen wir bei der Gestaltung der neuen Räume zum Ausdruck und das kann das Internet nicht leisten.

Nach welchen Kriterien wählen sie Leuchten oder Leuchtenhersteller für ihr Sortiment aus? Preis, Design, Funktion?

Genau wie bei unserem übrigen Sortiment wählen wir auch Leuchten zunächst nach klaren Kriterien aus: erstklassige Qualität in Material und Verarbeitung, herausragendes Design und überzeugende Funktion. Die Leuchten in unserer Ausstellung harmonisieren mit und ergänzen unsere Interiorkonzepte, bilden Kontraste oder sind Statement-Pieces, wie beispielsweise die Standleuchte Tuareg, die wie eine Skulptur im Raum steht.

Welche Merkmale zeichnet böhmeler beim Verkauf von Leuchten gegenüber anderen Leuchten- oder Möbelhäuser aus?

Wahrscheinlich unser Selbstverständnis als Interiorberater und Einrichtungsspezialisten für ganzheitliche Wohnkonzepte. Und böhmeler ist ein Ort der Inspiration. Ein Zimmer auszustatten mit einem Sofa oder Tisch, einem Bett oder Schrank und einer Lampe – das können viele. Aber die Details müssen stimmen – die Teppiche, die Stoffe, die Accessoires und natürlich die Leuchten, die die kuratierten Wohnwelten in das richtige Licht rücken. Wir bieten unseren Kunden stimmige Konzepte an und wollen sie überraschen und inspirieren. Dieser Anspruch zeichnet uns aus

Welche Mittel braucht es für Ihre Branche, um im Markt zu kommunizieren?

Die Trends und Ansprüche unserer Kunden haben sich zunehmend digitalisiert, das bilden wir entsprechend in unserem Marketing-Mix ab. Wir setzen auf klassische Kommunikation in Form von Anzeigen, gelegentlich auch auf Out of Home-Massnahmen, wie Plakate, Citylights oder Litfasssäulen, um als lokaler Einzelhändler mit hohem Bekanntheitsgrad in München Aufmerksamkeit zu schaffen. Unser Business ist sehr visuell, aus dem Grund sind für uns als Einrichtungshaus Plattformen wie Instagram und Facebook wie geschaffen, hier können wir unseren Fans und Followern Neuheiten und Highlights aus unserer Ausstellung präsentieren und in direkten Dialog mit

Ihnen treten. Natürlich verschicken wir auch einen Kundennewsletter und informieren über unsere Website über Trends und Neuheiten. Unerlässlich bei allem ist natürlich auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und ab und zu organisieren wir gerne Events mit ausgewählten Partnern.

Was kaufen die Kunden am Ende? Möbel mit Leuchten zusammen?

Was unsere Kunden letztendlich kaufen, hängt natürlich in erster Linie vom persönlichen Bedarf und dem verfügbaren Budget ab. Dementsprechend kaufen böhmeler-Kunden teilweise Gesamtkonzepte samt der kompletten Lichtplanung, einzelne Raumplanungen, bei denen das Licht eine nicht unerhebliche Rolle spielt oder auch einzelne Möbel oder Leuchten.

Was ist Ihre Vision für die nächsten 2 Jahre für böhmeler? Werden Leuchten zunehmen oder abnehmen im Verkauf?

Wir gehen davon aus, dass in den nächsten Jahren sicher nicht weniger Leuchten verkauft werden. Vielmehr glauben wir, dass Licht ein Zukunftsthema ist und durch neue Technologien, Stichwort „Smart Home“, eher interessanter wird. Im Rahmen unserer Einrichtungskonzepte planen wir personalisierte Lichtszenerien, sorgen für individuelle Heimbeleuchtung und schaffen Möglichkeiten, das Ambiente je nach Stimmung und Nutzungssituation zu verändern. Diesen Bedarf sehen wir unverändert für die nächsten Jahre.

www.boehmler.de



Georg Böhmeler, Geschäftsführer von böhmeler Inneneinrichtung, in der Beratung. (Foto: Matthias Schmiedel)



»Wir gehen davon aus, dass in den nächsten Jahren sicher nicht weniger Leuchten verkauft werden. Vielmehr glauben wir, dass Licht ein Zukunftsthema ist und durch neue Technologien, Stichwort 'Smart Home', eher interessanter wird.«

Kai Bauerschlag