

# “EEN GOEDE WINKELVERLICHTING TREKT KLANTEN AAN”

LICHT CREEERT EEN SFEER WAARDOOR KLANTEN LANGER IN DE WINKEL WILLEN VERTOEVEN

Het belang van een goed doordacht verlichtingssysteem is niet te onderschatten. Om een taak uit te voeren, is er nu eenmaal licht nodig. Maar het gaat verder dan het pure zien alleen. Vooral in retail is verlichting een manier om de aandacht te trekken en een bepaalde sfeer en beleving te creëren. Verlichting is de kers op de taart van een goed uitgewerkt totaalconcept, maar helaas wordt er nog te vaak bekibbeld op de inrichting ervan. Dat vertelt Catherine Lootens, innovatieadviseur aan het Laboratorium voor Lichttechnologie (KU Leuven Technologiecampus Gent) en cluster manager bij Groen Licht Vlaanderen.

Melissa Himpe

## KUNDE OP ZICH

“Als we spreken over winkelverlichting, dan beschouwen we dat echt als een kunde op zich”, aldus Catherine Lootens. “We kunnen het omschrijven als het kleinere broertje van musea- en tentoonstellingsverlichting, alleen stel je in dit geval geen kunstwerken, maar de producten tentoon. Winkels vragen uiteraard niet dezelfde voorwaarden naar conservatie toe, maar de werking en het principe zijn hetzelfde: de bezoeker door de ruimte leiden en zijn of haar aandacht vestigen op een specifiek goed. Bovendien creëert licht een bepaalde sfeer die aangenaam is om in te vertoeven, zo houd je de klanten langer in de winkel. Retailers staan vandaag voor de uitdaging te moeten concurreren met de e-commerce en moeten zich daarvan onderscheiden op alle mogelijke vlakken. Verlichting is daarvoor een perfecte tool, maar dat beseffen nog te weinig retailers.”

## Wie biedt oplossingen?

Verlichting wordt op verschillende manieren de markt ingeduwd, dus het kan als retailer lastig zijn om in het kluwen van leveranciers, installateurs, ontwerpers en architecten de juiste persoon te vinden die kan helpen bij de inrichting van de winkelverlichting. “Grote ketens worden vaak centraal aangestuurd. In een dergelijke organisatie zal het studie bureau zelf met een ontwerp op de proppen komen voor alle winkels. Voor de installatie zullen zij in dat geval meestal zelf aankloppen bij leveranciers.

In alle andere gevallen kunnen retailers een beroep doen op ofwel de winkelinrichter enerzijds of op de installateur anderzijds. In overleg met hun groothandel zullen beiden een oplossing op maat bedenken. Men kan ook rechtstreeks naar de fabrikant of distributeur trekken. Zij bieden oplossingen voor retailers via hun eigen studie bureaus en -diensten.”

## Enkele aandachtspunten

Elke winkel kan opgedeeld worden in verschillende locaties met elk eigen specifieke doeleinden. De verschillende ruimtes vragen dan ook om een andere aanpak. “Belangrijk bij winkels is dat de schappen en rekken goed verlicht worden. Houd hierbij rekening met welke soort goederen er verkocht worden. Een zaak die alleen tuinmachines van hetzelfde merk verkoopt, is makkelijker te verlichten dan een zaak met een heel uitgebreid gamma gaande van gereedschap tot tuinkussens. Kijk naar hoe en waar een product staat. Liggt het plat of staat het rechtop? Of staat het apart om de aandacht te vestigen op een promotie? Elk product en elke manier van plaatsen, heeft zijn eigen noden. Ook de plaats waar de klant betaalt, is in eerste instantie een werkoppervlak waar de kassierster haar financiële afhandelingen moet doen. Maar tegelijk is het ook een plek waar twee mensen tegenover elkaar komen te staan. De kassierster wil op een aangename manier met de klant kunnen communiceren, dus dat moeten we vertaald zien in de verlichting van die plek.”

## VAN GLOEILAMP ...

“De laatste vijftien jaar waren een heel boeiende periode voor de verlichtingssector. Begin jaren 2000 was de retailsector vooral uitgerust met halogeenverlichting. Op zich zijn gloeilampen en bij uitstek de halogeenlamp een mooie lichtbron, maar het gigantische nadeel is het grote energieverbruik en de warmte die deze lamp uitstraalt. Heel veel winkels hebben destijds koelinstallaties geïnstalleerd om die warmte te counteren waardoor ze nog meer energie verbruikten. In het



Catherine Lootens: “Verlichting is een perfecte tool om te concurreren met webshops”

“WINKELVERLICHTING IS HET KLEINERE BROERTJE VAN VERLICHTING IN MUSEA EN TENTOONSTELLINGSRUIMTES. ALLEEN STEL JE IN DIT GEVAL DE PRODUCTEN TENTOON”

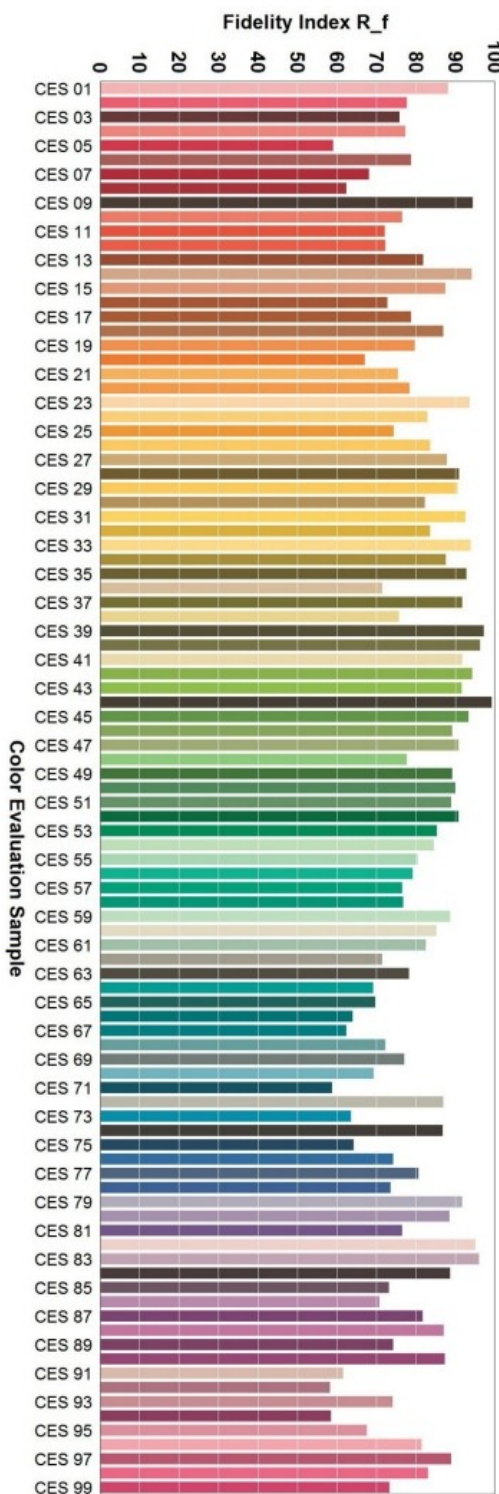




De schappen en rekken moeten goed verlicht worden. (Orbit Lighting – Photography By\_Kris Dekeijser)



Licht creëert een bepaalde sfeer die aangenaam is om in te vertoeven, zo houd je de klanten langer in de winkel. (Euro-Luce)



grotere verhaal van energie-efficiëntie dat Europa van bovenaf oplegt, kon men zo niet verder. In boetieks en warenhuizen is men toen overgestapt op gasontladinglampen, in DIY eerder op fluorescentieverlichting. Die laatste heeft naar energie en licht- en kleurkwaliteit toe ook een grote vooruitgang geboekt de voorbije jaren.”

**LED IS NIET LANGER EEN KEUZE, HET IS  
ONDERTUSSEN DE STANDAARD GEWORDEN.  
ZEKER IN NIEUWBOW**



**Naar led**

De komst van led begin jaren 2000 deed de funderingen van de verlichtingswereld echter daveren. Led kon nu eenmaal het antwoord bieden op de vraag naar meer energie-efficiëntie. “Vandaag is led zelfs geen keuze meer, het is de standaard geworden. In nieuwbouw kiest men sowieso voor led en ook installaties die aan vervanging toe zijn worden steeds vaker vervangen door een ledlichtinstallatie. Niet alleen de energie-efficiëntie maar ook de mogelijkheden naar lichtregeling en connectiviteit toe zijn een grote plus. Denk aan daglichtsensoren die de lampen op basis van het aanwezige daglicht gaan dimmen of aan afwezigheidssensoren die het licht laten uitgaan wanneer iemand de ruimte verlaat.”

**SPELEN MET LICHT**

**Kleurkarakteristieken**

“Led-verlichting laat toe te spelen met kleurkarakteristieken, iets wat met gloei- en fluorescentielampen niet of toch zeker minder mogelijk was. De systemen zijn zodanig flexibel waardoor de kleurtemperatuur – warm en koud licht – aangepast kan worden naar functie van de plaats, de tijd, het ogenblik van de dag tot zelfs het seizoen. “Wanneer je dit combineert met een aangepast lichtniveau, dan creëer je compleet nieuwe sferen.” Ook naar kleurweergave toe hebben fluorescentielampen het rood nooit kunnen weergeven

zoals een kwalitatieve led dat kan. Maar ook de andere kleuren zien er onder een ledlamp voller en meer gesatureerd uit. “En dat is cruciaal voor winkels, of het nu gaat om voeding, kledij of gereedschap – het moet er aantrekkelijk uitzien. Een kwalitatieve ledlichtbron zal de meest optimale kleurweergave proberen te benaderen.”

**Nieuwe index**

“De kleurweergave wordt nog berekend via de Color Rendering Index (CRI), die heeft als referentiebasis 14 kleuren. “De werkpleknorm beveelt op de meeste plaatsen een minimum kleurweergaveindex van 80 aan. Het probleem is echter dat de R9 kleur rood bij fluorescentielampen niet zo goed scoort wat de totale waarde naar beneden trekt. Fabrikanten spreken dan niet van de CRI-waarde van hun verlichting, maar van de RA-waarde. Die waarde omvat de eerste acht kleuren, zo laten ze het rood buiten beschouwing en moet de totale score er niet onder lijden. We zijn nu volop bezig met het ontwikkelen van een nieuwe metriek waarbij we naar 99 kleuren gaan en ook de saturatie belangrijk wordt. Dat moet dit probleem uitschakelen. Heel wat fabrikanten passen het al toe, de academische wereld heeft hierover al een akkoord en er zijn al meettoestellen die deze nieuwe TM30-18-metriek kunnen meten. Alleen rest ons nog het in een standaard te gieten en ervoor te zorgen dat het gebruikt wordt.”

**Stroboscopisch effect**

“Nog een aandachtspunt wat betreft de kwaliteit van licht, is de garantie dat het licht geen flikker of stroboscopisch effect genereert. Zowel zichtbare als onzichtbare flikker wordt veroorzaakt door bepaalde frequenties van de sturing van led. “Je moet als retailer echt letten op de kwaliteit van de drivers bij de aankoop van ledverlichting. Onzichtbare flikker gaat soms ook gepaard met stroboscopische effecten en mensen die er gevoelig aan zijn, zullen het heel onaangenaam vinden hun tijd in zo’n ruimte te moeten doorbrengen. In de ergste gevallen kan je er hoofdpijn of zelfs een epileptische aanval van krijgen.”

**DE TOEKOMST**

De verlichtingswereld is nog maar net gekomen van het feit dat het is moeten overstappen op led en momenteel is de sector nog

◀ De nieuwe TM30-18-metriek telt 99 kleuren en ook de saturatie wordt beter in rekening gebracht (Bron: IES, TM30-18 document)



volop aan het ontdekken wat de mogelijkheden hiervan zijn. Die lijken oneindig en gaan een pak verder dan enkel spelen met kleurtemperatuur en -niveaus.

### Li-fi

Light fidelity – naar analogie met wireless fidelity of wifi – is een heel recente technologie waarbij een draadloze internetverbinding tot stand komt met behulp van led. Licht zou dus gebruikt kunnen worden om data te sturen. Omdat de lichtsignalen niet door de muur kunnen, verlaat de informatie de kamer niet en kan het niet onderschept worden door hackers. “Dat maakt van li-fi een veilig alternatief voor wifi. Er wordt momenteel nog geëxperimenteerd met light fidelity, maar ik weet dat er al twee grootwarenhuizen mee uitgerust zijn. Aan de hand van een usb-dongle op de tablet kan de winkelier via zijn verlichting gerichte informatie, promoties en recepten doorsturen of kan hij de klant persoonlijk begeleiden in zijn zoektocht naar een bepaald product. Deze Visual Light Communication voegt nog een extra dimensie toe aan de shopbeleving van de consument. Ik zie dit systeem wel uitbreiden naar kantoren en vergaderruimtes net omdat het zo’n beveiligd systeem is.”

### Human Centric Lighting

Human Centric Lighting (HCL) is een nieuwe tendens die nog volop in ontwikkeling is. Het concept steunt op het circadiaan ritme, een biologisch ritme waarvan de cyclus ongeveer een dag duurt. “Elke dag opnieuw krijgen we een reset door een maximum aan licht verticaal op onze ogen te laten vallen tussen 10 en 12 uur in de ochtend. Maar daarvoor komen we best buiten, daarom spreek ik altijd over hoe we niet alleen een luchtje maar ook een lichtje moeten scheppen. Door die reset weet ons lichaam welke hormonen het wanneer moet aanmaken – zo krijgt cortisol ‘s morgens een boost zodat we actief zijn en komt het nachthormoon melatonine ‘s avonds pas op gang waardoor we weten dat het bedtijd is.

Heel vaak komen mensen die de hele dag op kantoor of in rusthuizen doorbrengen op dat tijdstip niet buiten en daarom proberen we dat daglicht na te bootsen met kunstlicht. Om dat te bereiken moeten we voldoende componenten van een bepaalde golf lengte die eerder cyaan is, in ons kunstlicht hebben en moet een lichtsterkte van minstens 350 lux verticaal op onze ogen vallen. Voor de klanten van winkels is dit echter niet zo interessant aangezien zij er maar voor een beperkte duur vertoeven, maar vanuit het belang van de werknemers kan het dan wel weer interessant worden na te denken over Human Centric Lighting.”

### Virtual Reality

“Waar we nu ook naartoe werken binnen het Laboratorium voor Lichttechnologie van KU Leuven, is hoe we de klanten het eindresultaat van een lichtontwerp kunnen laten voelen en ervaren via virtual en augmented reality. Heel wat eindklanten onder de retailers hebben

moeite om zich het resultaat voor te stellen aangezien ze het moeten doen met een plannetje en een lichtberekening waarop behalve wat lichtbronnen niets concreets te zien is. Dan wordt er natuurlijk snel beknibbeld op verlichting. Als we op basis van dat ontwerp een digitale rendering kunnen maken waar de retailer doorheen kan lopen, zal hij zich een veel beter beeld kunnen vormen van het eindresultaat. Maar dit is momenteel nog volop in ontwikkeling.”

## WE MOETEN NIET ALLEEN EEN LUCHTJE SCHEPPEN, MAAR OOK EEN LICHTJE SCHEPPEN



### HET KOSTENPLAATJE

“Over het prijskaartje van ledverlichting zijn er heel wat misverstanden. Hoewel de initiële kost vrij hoog is, win je die kost heel snel terug en werk je op termijn zelfs energie- en bijgevolg kostenbesparend. Bovendien kunnen retailers REG-energiepremies aanvragen bij Fluvius voor de relighting van gebouwen die voor 2006 gebouwd zijn.”

### Light as a Service

“Dankzij de intelligente systemen die led mogelijk maakt, zien we vandaag ook nieuwe verdienmodellen opkomen. Via die nieuwe modellen verkopen fabrikanten niet per se nieuwe toestellen of armaturen, maar licht en de bijhorende service. Onder de noemer Light as a Service biedt dit model de mogelijkheid de financiën te spreiden en jezelf als eindklant volledig te ontzorgen van het onderhoud van de verlichting. Op die manier zet ook de verlichtingswereld een stap richting circulaire economie, want wanneer de verlichtingsinstallatie aan vervanging toe is of bij het stopzetten van een contract, krijgt de installatie na een refurbish een nieuwe bestemming.”



“Verlichting is de kers op de taart van het totaalconcept van een winkel. We zien te vaak dat er maar weinig budget overblijft en dan wordt er altijd bespaard op de inrichting van winkelverlichting. (Deltalight)

## Vraag een energiepremie aan via Fluvius

Door middel van REG-energiepremies hoopt Fluvius ondernemingen en bedrijven een duwtje in de rug te geven bij hun duurzame investeringen. Ook voor de relighting van gebouwen van voor 2006 kunt u in aanmerking komen voor een premie.

Via de website [www.fluvius.be](http://www.fluvius.be) kunt u de algemene en technische voorwaarden nalezen. Alvorens u een aanvraag kan indienen, moet er een lichtstudie opgemaakt worden. Op de website van Fluvius kunt u een relighting berekeningsblad terugvinden alsook een attest die door de aannemer ingevuld dient te worden. Beiden zijn nodig om een aanvraag in te dienen, wat zowel online als per post kan.

### Nieuw sinds 2019

“Een premie werd tot voor kort enkel toegewezen op voorwaarde dat de nieuwe verlichting in het kader van energiebesparing uitgerust werd met afwezigheidsdetectie. Daarover ontstond een polemiek omdat geen enkele retailer zijn winkel in het donker wil zetten op het moment dat er geen klanten binnen zijn – dan denkt iedereen dat de winkel gesloten is. Dat hebben we nu zo aangepast dat vanaf begin 2019 enige vorm van afwezigheidsdetectie voldoende is. Een tijdsturing die zorgt dat het licht automatisch uitgaat eens de winkel sluit of een bepaalde deur afgesloten wordt, is al voldoende. Naar premies toe is dit voor de retailer dus niet oninteressant”, aldus Catherine Lootens.