



Foto: Hanna Witte

Spiegel: ihr Einsatz will gekonnt sein

Spiegel sind ein wichtiger Service-Bestandteil und überdies ein vielfältiges Gestaltungselement im Storedesign. Nicht nur an Wänden, auch an Säulen, als Verkleidung von Fahrsteigen oder unter Decken lassen sie sich einsetzen.

von Stefanie Hütz

Man betritt einen Store, entdeckt eine schöne Jacke und möchte sie sich nur mal kurz vor Gesicht und Körper halten. Steht einem die Farbe? Passt der Style zur Persönlichkeit? Lohnt es sich, mit dem Artikel in die Umkleidekabine zu gehen? Fragen über Fragen und noch eine mehr: Wo ist ein Spiegel? „Auf den Verkaufsflächen des Modehandels sind gut einsehbare Spiegelflächen tatsächlich häufig Mangelware“, sagt Manfred Knappe, Geschäftsführer der Knappe Innenarchitekten aus Marbach.

Auch Silvia Talmon, Geschäftsführerin von The Store Designers, Köln, stellt fest, „dass dem Spiegel im Verkaufsraum nicht wirklich viel Bedeutung beigemessen wird“. Dabei, so Innenarchitekt Dietrich Schindelwick von ALD Architektur, Ladenbau und Design aus Bad Homburg, „sind Spiegel enorm wichtig, damit der Kunde, der ja im Laden verwöhnt werden soll, ein Kleidungsstück schnell mit einem Blick überprüfen kann.“

Warum aber gibt es offenbar diesen Mangel, und wie liebe er sich beheben? Silvia

Talmon: „Spiegel nehmen Verkaufsfläche weg, daher werden sie mitunter nur in Umkleidekabinen und deren Vorräumen untergebracht.“ Der Bedarf, darauf macht Manfred Knappe aufmerksam, „lässt sich auch über fahrbare Standspiegel oder über Spiegelflächen an Stützen gut lösen. Wünschenswert sind Spiegel zudem in Bereichen, in denen es Tageslichteinfall gibt. Auch die Möglichkeit, sich von hinten betrachten zu können, sollte angeboten werden. Dies kann auf der Verkaufsfläche über bewegliche Spiegel elegant gelöst werden.“

Social Mirror

Oder über top-moderne Social Mirror. Der Einkaufsverband Katag beispielsweise bietet seinen Anschlusshäusern mit dem myVeio-Mirror einen digitalen Spiegel in einer Stele an. Mittels Videoaufnahme mit verzögerter Wiedergabe ermöglicht er die Ansicht der eigenen Anprobe von allen Seiten. Fotos können über E-Mail- und Social-Media-Tools an Freunde und Familie geleitet werden, um sich bei der Kauf-

entscheidung unterstützen zu lassen. „Das wird von unseren Kunden sehr gerne angenommen“, bemerkt Uwe Bulk, Geschäftsführer der Modehäuser Klingenthal mit Stammsitz in Paderborn, die in ihrer Gütersloher Filiale zwei dieser Stellen im Einsatz haben.

Doch nicht nur im Mode-, Sport- und Schuhhandel und in Drogerien und Parfümerien betrachten die Kunden gerne ihr Abbild. Auch sonst wird der kurze Blick darauf geschätzt, ob Outfit, Frisur, Make-up & Co. noch o.k. sind. „Wenn Menschen in der Öffentlichkeit ihr Spiegelbild entdecken, dann lächeln sie zurück“, sagt Bozica Marinovic, Geschäftsführerin des Unternehmens Magellan – Inspirierende Raumkonzepte aus Worpswede.

Damit es guten Grund zum Lächeln gibt, ist es wichtig, die Qualität der Spiegel im Blick zu haben. „So manches Glas lässt einen dünner oder dicker, krank oder eben richtig gut aussehen“, so Manfred Knappe. Und auch Dietrich Schindelwick bestätigt: „Der Spiegel darf nicht verfälschen, da gab es schon viel Ärger.“

Foto: Ludwig Beck



Bild linke Seite: The Bloke Store, Düsseldorf: Dieser Spiegel dient sowohl der Anprobe bei gutem Licht als auch der Ladengestaltung im Stil eines Maßateliers
Bild oben: Ludwig Beck: Säulen im Laden bieten sich sehr für Spiegel an. Die Kunden schätzen es, wenn sie auch mal auf der Fläche etwas anprobieren können und nicht in jedem Fall eine Kabine suchen müssen
Bild rechts: Diese Spiegel sind Designobjekte und prägen Stil und Atmosphäre eines Stores



Foto: Knappe Innenarchitekten

Ganz besonderer Wert ist daher auch auf die richtige Anordnung blendungsfreier Strahler mit der richtigen Lichtfarbe zu legen.“

Natürlich geht es bei Spiegeln längst nicht nur um die Anprobe, sie werden oft auch rein gestalterisch eingesetzt. Räume mit beengtem Grundriss beispielsweise können durch Spiegel

profitieren. Spiegel schaffen Weite und Großzügigkeit. Wobei unter Sicherheitsaspekten darauf zu achten ist, dass dies nicht in die Irre und mit dem Kopf vors Glas führt. Was deutlich macht: Spiegel haben Vor- und Nachteile, ihr Einsatz will gekonnt sein.

Feng Shui

Bozica Marinovic von Magellan berät Unternehmen bei der Optimierung ihrer Verkaufsräume. Sie beschäftigt sich dabei auch mit dem Thema Feng Shui. „Feng Shui leitet Gesetzmäßigkeiten von der Natur ab, zur Steigerung des Wohlfühls. In der Natur ist Spiegelung ein ganz besonderes Phänomen. Stille Wasseroberflächen zum Beispiel reflektieren das Licht des Himmels. Spiegelung ist mit positiven Assoziationen verbunden. Verkaufsräume können damit aufgewertet werden, doch wichtig ist, dass statt des Gefühls von Licht und Weite keine Unruhe durch zu viele Spiegelungen entsteht.“

Spiegel haben eine verdoppelnde Wirkung. Bei kleinen Grundrissen kann das vorteilhaft sein. Ebenso gegenüber der Kasse, weil sie dort, so heißt es im Feng Shui, den Reichtum verdoppeln. Hinter der Kasse positioniert reflektieren sie laut Feng Shui den Wohlstand indes weg. Laut Feng Shui geht Vitalenergie verloren, wenn Spiegel zu nah gegenüber von Eingängen angebracht sind. Abgeraten wird aus demselben Grund auch von der Positio-

nierung im Ankunftsbereich aufwärts fahrender Rolltreppen.

Darüber hinaus sind der Kreativität im Einsatz kaum Grenzen gesetzt, zumal auch das Angebot immer vielfältiger wird. „Unser Topseller bleibt der Kunststoffspiegel in Silber. Daneben stellen wir jedoch auch eine verstärkte Nachfrage nach farbigen Modellen fest – wir bieten hier mehr als 15 verschiedene Töne an. Ein Großteil unserer Kunststoffspiegel kann überdies mit Sieb- und Digitaldruck gestaltet werden“, berichtet Patricia Burgholzer, Head of Marketing beim Hersteller Sibü Design aus dem österreichischen Ternberg.

Verschiedene Techniken der Oberflächenbearbeitung, zum Beispiel Facetten, Bedruckungen oder Sandstrahlen gestatten das Platzieren von Logos oder Mustern, abgestimmt auf das Corporate Design. Spiegel können geschliffen oder mit feinen Linien gestaltet werden. Der vielfältige Einsatz von Licht ist ebenso möglich. Bei der Dekorverspiegelung lassen sich transparente und verspiegelte Bereiche kombinieren und so interessante Effekte erzielen. Auch muss ein Spiegel nicht immer einen Rahmen haben. Durch zahlreiche Techniken der Kantenbearbeitung sind verschiedene Rand-Styles und Formen realisierbar. Last, but not least, lassen sich auch Zerrspiegel als Beitrag zum Erlebnis-Ladenbau einsetzen.

redaktion@ehi.org

Foto: Klingenthal



Spiegel 2.0: Der Social Mirror im Modehaus Klingenthal in Gütersloh zeigt der Kundin über eine Kamera kurz zeitverzögert die Rückansicht