

# Christmasworld / Messe Frankfurt

## Mit gezielter Beleuchtung Kauflust steigern

Freitag, 04.12.2015



Opulent, mystisch, kitschig oder fröhlich– kaum ein anderes Medium vermag Menschen derart gezielt in Stimmung zu versetzen wie Licht. Je nach Farbe und Inszenierung, entführt es in fremde Welten, weckt Fernweh und Wehmut – oder einfach nur gute Laune und Kauflust. Experten sind sich deshalb einig: Wer Kaufimpulse erzeugen möchte, kommt am Licht nicht vorbei.

Die eindrucksvollen Möglichkeiten, die sich bei der Gestaltung etwa von Städten mit Licht ergeben, zeigten auch die prämierten Beispiele des Wettbewerbs „Best Christmas City“. Die Gewinner werden am 29. Januar 2016 um 14:30 Uhr im Portalhaus, Halle 11, Via-Ebene, Raum Frequenz, bekannt gegeben.

„Mit Lichtgestaltung kann man Waren grundsätzlich deutlich wertiger und interessanter in Szene setzen“, weiß Klaus Lach, Vize-Präsident des Europäischen Verband Visuelles Marketing Merchandising e.V. Er hält die emotionale Gestaltung am PoS für essentiell; mit Lichtgestaltung schaffe man eine nötige Dramaturgie, die für den Verkauf mitentscheidend sei.

Ohne Storytelling geht heute nichts. Dabei spielt Licht eine zentrale Rolle. Mit LED lassen sich komplette Geschichten erzählen; Winterlandschaften kreieren oder besondere Effekte. So lassen sich die Konsumenten nachhaltig berühren. LED eröffnet neue Dimensionen der Inszenierung von Produkten und Räumen – egal ob für kleine Ladenbereiche, spezielle Events oder ganze Shopping-Malls.

Wie man Licht wirkungsvoll am PoS einsetzt, ist in auch Thema des Businessprogramms Premium am 29. Januar 2016 zur Christmasworld. Im Fokus des exklusiven Networking- und Vortragsangebots steht die Frage, wie Händler die Themen Digitale Transformation, Licht und Inszenierungen gezielt zur Erhöhung

der Kundenfrequenz nutzen können. Neben Best Practice-Vorträgen stehen außerdem Diskussionsrunden namhafter Branchenexperten auf der Agenda. Angesprochen werden internationale Top-Entscheider für die Beschaffung von Innen- und Außendekorationen in Shopping-Centern, Handelsunternehmen und Kommunen sowie Weihnachtsmarkt- und Freizeitparkbetreiber, aber auch Designer und Dekorationsagenturen, die neue Impulse suchen. Partner ist der German Council of Shopping-Centers.

**Hier erfahren Sie mehr zu Best Christmas City**

**Hier finden Sie mehr Informationen zum Premium-Businessprogramm**

**Mit gezielter Beleuchtung Kauflust steigern**