

GRUSSWORT ... EINMAL ANDERS

Kein klassisches Grußwort dachte sich Verlagsleiter Michael Dietl, sondern vielleicht einmal die Möglichkeit, unseren Lesern den „neuen“ Chefredakteur Emre Onur im Interview vorzustellen.



Emre Onur und Michael Dietl im Gespräch

Michael Dietl:

Wie bist du eigentlich zum Thema Licht gekommen und was begeistert dich so daran?

Emre Onur:

Einen ersten Einblick in die Gestaltung und Planung mit Licht bekam ich während meines Architekturstudiums an der Universität Stuttgart. Dort nutzte ich die Gelegenheit, das Fach zu vertiefen und Lichtkonzepte zu erarbeiten. Hier wurde mir deutlich, dass das Thema Licht einerseits sehr emotional besetzt ist, andererseits aber auch einen sehr technischen Aspekt hat. Diese Verbindung, das künstlerisch-gestalterische mit dem technischen, fand ich besonders reizvoll. Als ich vor gut neun Jahren anfang, auch journalistisch für die Themen Licht und Architektur tätig zu werden, da hatte mich das „Licht-Fieber“ vollständig gepackt. Ich finde das Thema Licht sehr vielschichtig, da es neben Planung, Technik, Leuchtendesign und Kunst, auch so interessante Bereiche wie Licht und Gesundheit behandelt. Spannend sind aber immer die Menschen „dahinter“, die Designer, Planer, Techniker, Künstler und Firmeninhaber.

Michael Dietl:

Auch ich als Verbraucher bekomme ja mit, dass sich die gesamte Lichttechnologie

verändert – der Wechsel von der Glühlampe hin zur LED. Wo geht deiner Meinung nach die Entwicklung der Lichtbranche und Lichttechnologie hin?

Emre Onur:

Die LED-Technologie hat die Beleuchtungsbranche stark durcheinandergewirbelt – bei Verbrauchern wie professionellen Planern, im positiven wie im negativen Sinne. Einige Unternehmen konnten nicht schnell genug mit der neuen Technologie mithalten, anderen gab die Innovation einen enormen Auftrieb und ganz neue Player drängten auf den Markt. Klassische Leuchtenhersteller müssen sich nun mit Themen wie intelligenter Lichtsteuerung via Smartphone und App oder mit Optik und Wärmemanagement auseinandersetzen. Unternehmen aus der Elektronikbranche wiederum bieten Designer- und Wohnraumleuchten an. Neu für den Verbraucher ist nun, dass er sich mit Angaben wie Kelvin, Lumen, Lebensdauer und Farbwiedergabe beschäftigen muss und hierfür wenig Zeit investieren möchte. Wenn es um das vernetzte Zuhause geht, so wird es für Endkunden noch komplexer. Hier stehen neben den Planern, dem Handel und den Herstellern natürlich auch die Medien in der Informationspflicht, um Kunden zu unterstützen und zu beraten.

Die Light+Building hat gezeigt, dass nun fast alle Hersteller auf die Lichtquelle LED setzen – das fordert auch der Markt. Standen anfangs noch Energieeinsparung und Lebensdauer einer LED im Mittelpunkt, so müssen sich nun die Hersteller mit ihren Produkten in anderen Kriterien voneinander abheben: sei es bei der Lichtqualität, der Modularität von Lichtsystemen, dem unverwechselbaren Design oder der ressourcenschonenden Produktion. Denn für einen umweltbewussten Kunden steht nicht nur die Energieeffizienz an erster Stelle, sondern auch die nachhaltige Entwicklung und Produktion unter fairen Bedingungen. Man muss nun als Verbraucher noch genauer

hinschauen und die Produkte kritischer „beleuchten“.

Michael Dietl: Nicht nur die Lichtbranche, auch die Verlagsbranche steht vor einem großen Umbruch. Onlinemedien und soziale Netzwerke gewinnen immer mehr an Bedeutung. Wie siehst du die Marke LICHT in diesem Bereich aufgestellt?

Emre Onur:

Viele Verlage müssen sich den neuen Bedürfnissen der Leser anpassen. Der Nutzer hat nicht mehr so viel Zeit und die Ruhe, sich etwas genau durchzulesen und benötigt schnelle und kompakte Informationen – da kommen Onlinemedien, wie News, Apps, Twitter&Co. ins Spiel. Wir leben in einer komplett veränderten Medienwelt und bekommen von allen Seiten eine enorme Menge an Informationen – und das zu jeder Tageszeit. Die Generation unserer Kinder wächst schon mit Smartphone, e-book und Tablet auf und gelesen wird oft auf dem Handy oder am PC. Dennoch bin ich fest davon überzeugt, dass auch das Medium Zeitschrift immer seine Berechtigung und seinen Platz haben wird. Wenn ich von mir persönlich ausgehe, dann liebe ich es, in einer Zeitschrift zu blättern und darin zu lesen. Ich denke, dass beide Medien ihre Vorteile nutzen und sich auch bestens ergänzen können. Die LICHT nutzt das Medium Print für ihre detaillierten Fachbeiträge, Bilderstrecken, wissenschaftlichen Artikel und Projektberichte. Die Webseite wiederum ist das ideale Medium für kurze und schnelle Meldungen, kompakte Fachinfos oder Videos. Auf die veränderten Leserbedürfnisse haben wir reagiert und starteten im März unseren neuen Relaunch der Webseite LICHTnet.de. Mit unserem Facebook- und Twitter-Auftritt vernetzen wir gleichzeitig die Marke LICHT mit unserer Online-Community.

Michael Dietl: Emre, vielen Dank für das Gespräch. Ich wünsche Dir viel Erfolg und alles Gute!