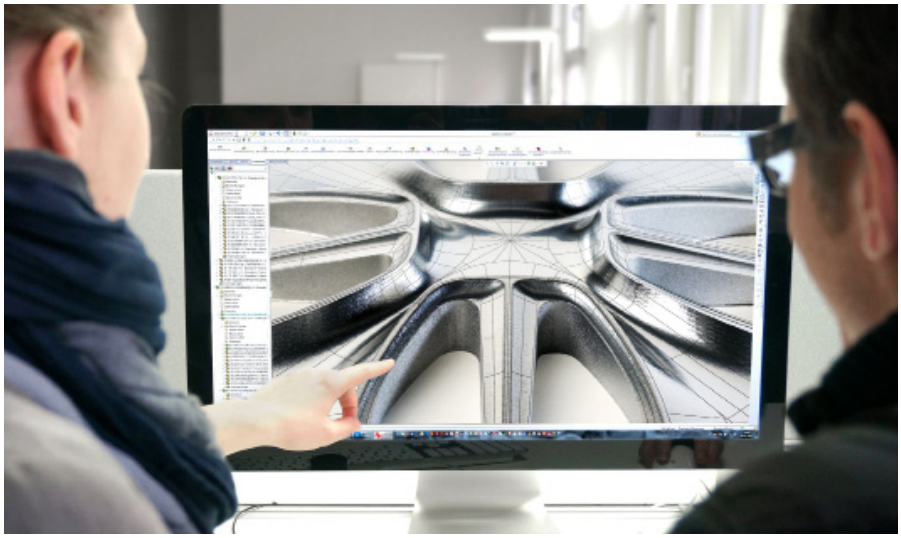
selux

Presseinformation

Meet Archetypes: Selux auf der Light + Building 2014



2012 weckte Selux mit seinem neuen Markenauftritt das Interesse und zeigte als Highlight der Messe die kinetische Skulptur Mantha Rhei auf OLED-Basis. 2014 sehen wir nun die Weiterentwicklung verbunden mit eine breite Palette neuer Produkte. Dabei nutzt der Hersteller konsequent die Möglichkeiten der digitalisierten Welt um seine Kernwerte Partnerschaft und Kontinuität, Serviceorientierung und Liebe zum Detail weiterzuentwickeln. Die Neuheiten werden im Kontext architektonischer Archetypen präsentiert.

Auf der Light+Building 2014 in Frankfurt präsentiert Selux eine Vielzahl von neuen Produkten und Systemen zur Beleuchtung von Stadträumen, Architektur und Interieurs. Bei allen Unterschieden haben die Selux Innovationen zwei Dinge gemeinsam: Sie loten die technologischen Möglichkeiten neu ausund stellen sich dabei der Verantwortung, mit guter Gestaltung und nachhaltiger Technik zu einer qualitativen Verbesserung unserer Lebensräume beizutragen.

Partnerschaftlichkeit als Kernkompetenz

Gute Lichtlösungen für professionelle Architektur werden immer komplexer. Selux Vorstand Klaus-Peter Siemssen ist überzeugt: „Außerordentliche Ergebnisse erreichen sie durch die barrierefreie Vernetzung von Experten. Deshalb sehen wir verlässliche Partnerschaft als Kernkompetenz im Projektgeschäft. Das heißt für uns, jedes Projekt mit den richtigen Werkzeugen, Produkten und technischen Sparringspartnern zu unterstützen“.

Herstellerkontakt:
Manuela Schnabel, Leitung Marketing / Kommunikation, Selux AG, Motzener Straße 34, 12277 Berlin, Deutschland
T +49 30 72001-246, m.schnabel@selux.de, www.selux.com

Der Anspruch von Selux geht dabei weit über das einzelne Projekt hinaus – mit dem Ziel einer langfristigen Partnerschaft: „Wir wollen in der Zusammenarbeit nachhaltig handeln. Es geht um die Liebe zum Produkt und zur Architektur," so Klaus-Peter Siemssen.

Der Selux Messestand: Archetypen der Architektur

In diesem Zusammenhang würdigt Selux auf seinem Messestand die Architektur als kulturprägendes Element. „Unser Ziel ist, Bekanntes mit Neuem zu verbinden und somit die Ursprünge der Architektur darzustellen sowie Materialität erlebbar zu machen", beschreibt der Selux Vorstand das neue Standkonzept für 2014.

So erinnern in der Standgestaltung des Berliner Architekturbüros Gonzales Haase archetypische Grundformen an die Evolution der Architektur in Verbindung mit Halbleitertechnik, modernster Steuerung und Elektronik.

Neue Leuchten-Archetypen für außen und innen

„Mit der LED-Technik haben wir die reizvolle Möglichkeit, Produktkonzepte neu zu denken und Design in einen anderen Kontext zu stellen", erläutert Klaus-Peter Siemssen die Selux Produktstrategie: „Dabei treibt uns stets der Grundgedanke der Modularität, damit die Planer und Gestalter unsere Produkte für ihre konkreten Projekte stark individualisieren können."

Dies spielt in der traditionellen Selux Domäne, der Beleuchtung von Stadträumen, eine besonders wichtige Rolle. Hier zeigt der Hersteller mit den neuen Programmen Astro und Arca sowie der Erweiterung des erfolgreichen Olivio Programms um neue LED- und RGBW-Lichtköpfe richtungsweisende Systemlösungen.

Für Innenräume zeigt Selux mit der Kju Familie ein Produktsystem, das in seiner radikalen formalen Reduktion auf ein flaches, leuchtendes Volumen in unterschiedlichen Arten der Anordnung und Gruppierung im Raum die Möglichkeiten der LED-Technologie voll ausschöpft. Das gilt auch für die neuen Xea Pendel- und Anbauleuchten für die Arbeits- und Bürowelt, die einen ultraflachen Konverter in das nur 18mm hohe Gehäuse integrieren.

Mit dem Angebot von LED-Varianten mit variabel steuerbarer Lichtfarbe erweitert M-Modular My White den Lichtbaukasten für lineares Licht M-Modular um eine faszinierende zusätzliche Dimension der Lichtgestaltung.

Herstellerkontakt:
Manuela Schnabel, Leitung Marketing / Kommunikation, Selux AG, Motzener Straße 34, 12277 Berlin, Deutschland
T +49 30 72001-246, m.schnabel@selux.de, www.selux.com

Kommunikation digital und global

Die Umwälzungen im der Lichtwelt spiegeln sich nicht nur in den neuen Selux Produkten, sondern auch in ihrer Kommunikation wider: So ergänzt sich der übersichtliche neue Printkatalog optimal mit der umfassenden Information im Selux Internetauftritt, die bis zu den exakten technischen Daten der einzelnen Artikel reicht.

Lookbooks im Netz erlauben es, schnell und intuitiv das Konzept und die Optionen unterschiedlicher Produktfamilien zu erfassen. Für mehrere modulare Programme bietet Selux sogar Online-Konfiguratoren an, die in wenigen Schritten durch die Vielfalt der Kombinationen zum bestellbaren Produkt führen.

März 2014

Über Selux

Die Selux Gruppe ist ein führender Anbieter von nachhaltigen Beleuchtungslösungen für den Innen- und Außenbereich. Nachhaltig zu handeln, leitet Selux zu einem hohen Anspruch an Energieeffizienz, Ergonomie und Produktgestaltung. Selux agiert als weltweit tätiges Unternehmen mit 533 Mitarbeitern und Standorten in Europa, Nordamerika und Australien. 2013 konnte Selux den Umsatz erneut steigern – um 4,6% auf 86,9 Millionen €. Mit einer Eigenkapitalquote von 44,2% und einem Wachstum des Auftragseingangs von 16,6% im Vergleich zum Vorjahr ist Selux auf solidem Erfolgskurs.

Die Umsetzung des 2011 initiierten Zukunftsprojektes „Evolution“ konnte in 2012 in der Breite implementiert werden. „Evolution“ beinhaltet nachhaltige Investitionen in Vertriebs-, Prozess- und Innovationsstrukturen sowie die Fortführung der Produktoffensive. Zur Stärkung seiner internationalen Ausrichtung hat Selux im Frühjahr 2012 seinen Markenauftritt vereinheitlicht und neu gestaltet.

Herstellerkontakt:
Manuela Schnabel, Leitung Marketing / Kommunikation, Selux AG, Motzener Straße 34, 12277 Berlin, Deutschland
T +49 30 72001-246, m.schnabel@selux.de, www.selux.com