

Designline Licht

Das Online-Magazin für Produkt- und Interiordesign

Praxis



Neue Lichter am Shopping-Himmel

15.01.2010

Autor: Katja Neumann, Fotograf: Eik Frenzel

Im September vergangenen Jahres wurde in Basel das sogenannte „Stücki“ eröffnet. Aus einer vormals brachen Industrielandschaft entstand in nur anderthalb Jahren Bauzeit ein Komplex bestehend aus Büro- und Gewerbeflächen sowie einem großen Einkaufszentrum, dem „Stücki Center“. Mit 120 Shops auf einer Fläche von 32 000 Quadratmetern ist es das zweitgrößte Einkaufszentrum der Schweiz. Hier werden den Besuchern jedoch nicht nur Konsumgüter aller Art angeboten, zu bewundern ist auch eine der größten LED-Deckenbeleuchtungen in einer Shopping Mall. Entwickelt wurde diese, wie auch die LED-Displays auf den Türmen des Zentrums, digitalen Medienstelen und einem Leitsystem, von der Baseler Firma iart interactive, die in Zusammenarbeit mit den Architekten Diener & Diener auch die multimediale Gesamtbespielung des Gebäudes konzipierte.

Seinen ungewöhnlichen Namen verdankt das „Stücki“-Areal einer Textilveredelungsfirma – oder auch Stückfärberei – welche bis 1983 nahe Basel produzierte. Diesem bis vor einigen Jahren noch völlig un bebauten Gelände verleiht das Einkaufszentrum nebst Gewerbeflächen nun neuen Glanz. Bereits von Weitem sichtbar sind die insgesamt vier „Stücki-Türme“, welche jeweils mit 15 Meter hohen LED-Feldern ausgestattet sind, die sich über je zwei Seiten der Fassaden erstrecken.

LED-Fassaden in Strichcode-Optik

Über die LED-Fassaden können in weißem oder farbigem Licht sowohl großflächige Leuchtbotschaften abgespielt als auch Produkte oder Logos gezeigt werden, wobei die bewegten Bilder und Laufschriften nicht nur als Werbefläche dienen, sondern sich in ihren Inhalten auch auf Feiertage oder Jahreszeiten beziehen sollen. Um die unterschiedlichen Inhalte abbilden zu können, ist jeder Turm mit rund 13 000 eingelassenen Lichtfeldern mit je fünf LEDs ausgestattet. Großformatige Leuchtschriften sind nun in der Tat für den stets umworbenen und spektakuläre Einkaufserlebnisse erwartenden Konsumenten kein Novum mehr. Daher haben sich die Planer etwas Neues einfallen lassen: Die Darstellung der Inhalte auf den LED-Fassaden ist bewusst an die Optik von Strichcodes angelehnt. Die LED-Felder sind nicht vollständig mit Leuchtdioden ausgestattet, sondern enthalten vertikale und unterschiedlich breite Unterbrechungen, sodass nur Teile des Bildes sichtbar sind – die fehlenden Bildelemente werden durch das menschliche Gehirn erzeugt, das dazu neigt, Bilder automatisch zu vervollständigen.

Interaktive Werbeflächen

Wo das Hirn einerseits Bildelemente zusammenfügt, neigt es andererseits auch dazu, vermeintlich überflüssige Informationen zu filtern und schlichtweg nicht wahrzunehmen. Betroffen davon wären vermutlich auch die hinterleuchteten Werbeflächen, auf die der Besucher gleich im Eingangsbereich trifft, hätten sich die Lichtplaner nicht auch für diesen Fall etwas einfallen lassen. So reagieren die Werbeflächen nun mit sich verändernder Lichtintensität direkt auf die Bewegungen der Besucher und ziehen damit die Aufmerksamkeit auf sich. Dazu werden die Bewegungen über Kameras aufgenommen und mittels einer Software in variable Leuchtkraft übersetzt.

Decken aus Aluminium-Zylindern

Die Decke der zweigeschossigen Mall ist auf einer Fläche von über 10 000 Quadratmetern mit Zylindern aus Aluminium bestückt. Ausgespart wurden lediglich große, kreisförmige Fensteröffnungen, durch die großzügig das Tageslicht einfällt. Die Zylinder sind in bestimmten Bereichen so mit Leuchtmitteln ausgestattet, dass Ringe oder Felder aus Licht an der Decke entstehen. Insgesamt wurden 757 Strahler und über 21 000 LEDs eingebaut, die je nach Mischverhältnis verschiedene Lichtsituationen erzeugen. So wird beispielsweise in den lang gestreckten Shoppassagen durch einen vermehrten Einsatz von LEDs eine tageslichtähnliche Beleuchtungssituation geschaffen. In Verbindung mit dem warmweißen Licht der Strahler ergibt sich je nach Blickwinkel und Anordnung eine jeweils veränderte Farbtemperatur. Durch den Tageslichteinfall über die in die Decke eingelassenen Fenster und die großflächig eingesetzte LED-Beleuchtung ist die Allgemeinbeleuchtung bewusst in eher kaltweißer Lichtfarbe gehalten, sodass sich die Geschäfte mit ihrem wärmeren Licht deutlich abheben.

Eigens für das "Stücki Center" entwickelte iart interactive zudem digitale Medienstelen, die beidseitig mit hochauflösenden LCD-Bildschirmen bestückt sind. Diese Werbestelen können direkt angesteuert und mit Werbe- und Informationsbotschaften bespielt, aber auch als dekoratives Element verwendet werden. Die Platzierung der Stelen wurde von den Planern in einem interaktiven virtuellen 3D-Modell des Einkaufszentrums getestet – zu einem Zeitpunkt, als sich dieses noch mitten im Bau befand.

Links

Stücki Center

www.stuecki-shopping.ch

iart interactive

www.i-art.ch

Diener & Diener Architekten

www.dienerdiener.ch

BauNetz Meldungen

Diener & Diener Architekten

[Alle BauNetz Meldungen](#)