

Presseinformation
Dornbirn, Januar 2011

Ušće Shopping Center in Belgrad **Magnetische Anziehung**



B1 | Die von Chapman Taylor gestalteten Innenräume sollen den Besuchern eine besondere Aufenthaltsqualität bieten, die über die rein kommerzielle Nutzung hinausgeht.



Es ist rot, es ist groß und es hat eine Anziehungskraft wie ein Magnet. Mit dem neuen Shopping Center Ušće ist in Belgrad an der Schnittstelle zwischen alter und neuer Stadt ein Wahrzeichen, eine Art urbane Skulptur entstanden. Serbiens neuestes und größtes Shopping Center, das Ušće in Belgrad, ist mehr als nur ein Konsumtempel. Seine leuchtend rote Fassade sendet das deutliche Signal einer Stadt aus, die wachsen will. Rot steht für Kraft, für Energie und für Aufmerksamkeit. Letztere fordert das Gebäude, das auf einem 1999 bei einem Angriff der NATO zerstörten Areal entstanden ist, unmissverständlich ein. Schon von Weitem ist das Ensemble, bestehend aus Ušće Tower und Ušće Shopping Center zu sehen. Mehrere zehntausend Besucher strömen täglich zwischen 10 und 22 Uhr durch die drei Eingänge in das Innere des Gebäudes. Dort könnten man ganze Tage, ja Wochen verbringen, wollte man alles sehen, ausprobieren oder besuchen. Über 140 Shops aller namhaften internationalen Marken- und Modelabels, zahlreiche Cafés und Restaurants, ein Multiplexkino mit 11 Theatern, Kegelbahnen und Spielhallen und nicht zuletzt ein 4000 m² großer Supermarkt buhlen um die Gunst der Besucher. Eine Welt für sich. Nichts, was es nicht gibt, keine Chance, dem Konsum zu entkommen.

Bedenken, dass der Kommerz zu sehr im Vordergrund stehen könnte, plagten die beiden Investoren des 150 Millionen Euro teuren Projekts bereits bei der Planung. Um dem entgegengusteuern beauftragten MPC Holding und Meryll Lynch das renommierte Architekturbüro Chapman Taylor mit der Gestaltung der Fassade und des Innenraums. Sie waren sicher, damit etwas Besonderes für die Stadt Belgrad zu erreichen, etwas, das über die einfache Idee eines Shopping Centers hinausgeht. Die Architekten hatten bereits bei mehreren internationalen Projekten bewiesen, dass sich beide Aspekte – Kommerz und Architektur – zu einem gelungenen Ganzen verbinden lassen. Tatsächlich sieht der projektverantwortliche Architekt Gerardo Sannella hierbei auch nicht unbedingt einen Widerspruch. „Wir sind besonders gut darin, schöne, funktionale und starke Architektur zu entwerfen, ohne dabei den kommerziellen Aspekt aus den Augen zu verlieren. Denn heutzutage muss alles kommerziell sein. Jedes Museum hat seinen Shop und sein Café. So gesehen ist jede Kunstaussstellung eine Art Shopping Center“, erklärt er.

Die Architektur des Ušće lebt von starken Kontrasten. Die mächtige, signalrote Fassade zieht

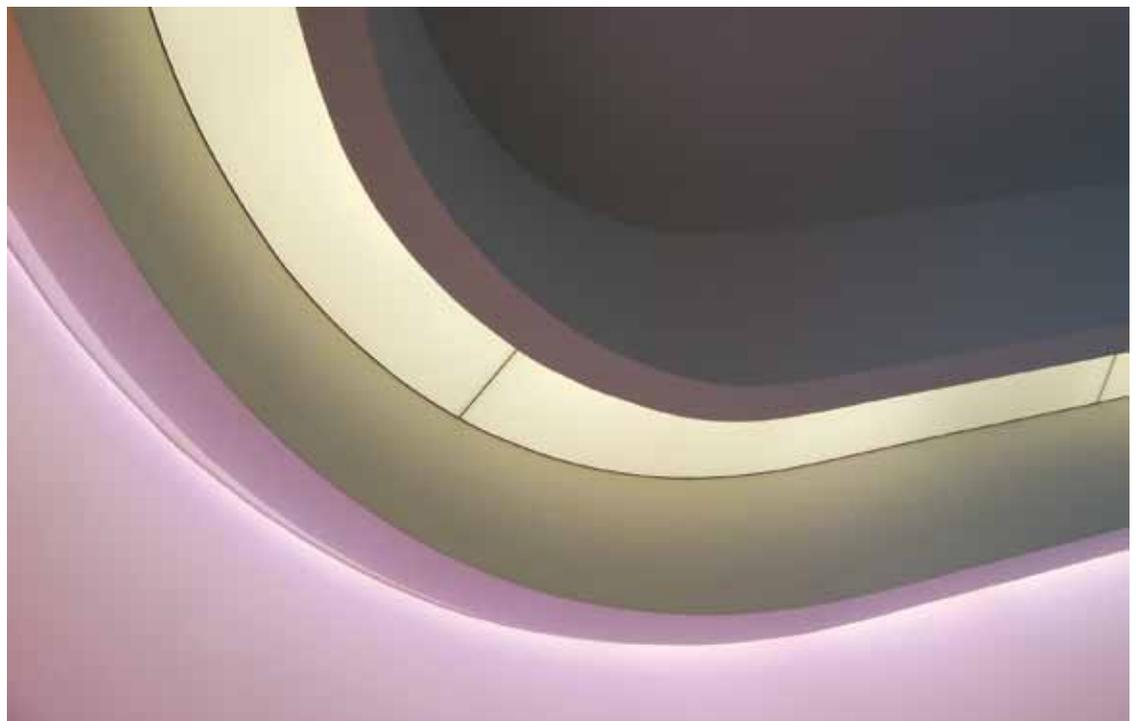
die Besucher an, das klare, ruhige und helle Interieur lässt sie darin verweilen. Sanfte Naturtöne schmeicheln dem Auge und bilden einen neutralen Raum für die Inszenierung der Shops und Attraktionen. „Unsere Aufgabe war es, einen Rahmen für die unterschiedlichen Läden zu schaffen. Also haben wir viel mit Weiß gearbeitet – so richtet sich alle Aufmerksamkeit auf das Angebot der Verkaufs- und Food-Bereiche“, beschreibt Gerardo Sannella das Gestaltungskonzept.

Der spannende Kontrast zwischen außen und innen setzt sich auch in der Lichtplanung fort, die in enger Zusammenarbeit zwischen den Lichtplanern, Voltaire Lichtdesign aus Mailand und den Elektroinstallateuren BDSP aus Belgrad erfolgte. Während die Fassade des Shopping Centers von starken Lichtquellen erhellt wird, setzen die Leuchten von Zumtobel im Innenbereich beruhigende Akzente. Weite Lichthöfe überspannen die Galerien, die sich auf drei „Schiffe“ und vier Geschosse verteilen. Das dort einfallende Tageslicht wird in den Abendstunden durch die Kombination von Xenon-Strahlern und Miro-Werferspiegeln ersetzt, welche ein weiches Licht nach unten senden. Abgehängte Decken, Nischen und Vorsprünge schaffen Raum für eine Beleuchtung mit Lichtbändern, bei der sich ruhige Zonen mit belebenden Bereichen abwechseln. Über dem Haupteingang sowie in den zentralen Bereichen spenden Lichtdecken ein helles, warmes Licht. Ergänzend dazu setzen in die Decken integrierte Downlights punktuelle Akzente und geleiten den Besucher entlang der Ladenstraßen. Dazwischen finden sich immer wieder schmale Lichtlinien, die an einen beleuchteten Barcode erinnern. Die meisten Leuchten lassen sich dimmen, was der Betrachter angenehmer empfindet als eine immer gleich bleibende Lichtstärke. Die gesamte Steuerung erfolgt über das Lichtmanagement-System Luxmate professional.

Im Ušće sind Architektur und Licht perfekt aufeinander abgestimmt und ergänzen sich in einzigartiger Weise. „Nicht die Inszenierung der einzelnen Leuchte steht im Vordergrund, sondern das gesamtheitliche Empfinden. Für Architekt Gerardo Sannella nicht einfach nur eine mit wissenschaftlicher Kompetenz umzusetzende Aufgabe, sondern eine Philosophie: „Die perfekte Umsetzung von Architektur und Licht liegt darin, das Licht unsichtbar und stattdessen fühlbar zu machen. Künstliches Licht wie natürlich erscheinen zu lassen – das ist die wahre Kunst.“



B2 | Die leuchtend rote Fassade des neuen Shopping Centers zieht Blicke auf sich und weckt Neugier.



B3 | Bei der Gestaltung der Räume stand das ganzheitliche Empfinden im Vordergrund – das Zusammenspiel von Farben, Formen, Licht und Raum.



B4 | In den Ladengalerien wird das einfallende Tageslicht in den Abendstunden durch sanftes Kunstlicht aus Xeno-Strahlern und Miro-Werferspiegeln ersetzt. Lichtbänder setzen Akzente.



B5 | Schmale Lichtbänder sorgen für Abwechslung auf den langen Galerien. In ihrer Anordnung erinnern sie an einen Barcode und transportieren somit das Thema Shopping auf subtile Weise.



Projektinformation

Ušće Shopping Center, Belgrad

Bauherr/Betreiber:	Ušće Shopping Center d.o.o, Belgrad/SRB
Architektur:	Chapman Taylor Architetti S.r.l, Mailand/
Lichtplanung, -design:	Voltaire Light Design, Mailand/I
Elektroinstallation:	BDSP YU d.o.o, Belgrad/SRB
Lichtlösung:	Zumtobel Lichtdecke und Lichtlinien Slotlight II, Downlights Panos Q und Panos M, Xeno-Strahler und Miro- Werferspiegeln, Lichtbandsystem Tecton-Tetris, Sicherheitsbeleuchtung Resclite und Onlite SB 128, Lichtmanagement-System Luxmate Professional



B6 | Neben den 140 Shops gehören auch zahlreiche Cafés und Restaurants zum Konzept des Shopping Centers. Hier lässt es sich bei angenehmer Beleuchtung bestens entspannen.

Weitere Informationen:



Zumtobel GmbH
Kerstin Schitthelm, Dipl.-Ing.
PR Manager
Schweizer Straße 30
A - 6850 Dornbirn

Tel. +43 (0)5572 390 - 1484
Fax +43 (0)5572 390 - 91484
Mobil +43 (0)676 8920 3258
kerstin.schitthelm@zumtobel.com
www.zumtobel.com