

- Moderne Architekturbeleuchtung Kunst oder Mittel zum Zweck ?

von Ulrich Schorpp

Das rasante Wachstum im Bereich der Außenbeleuchtung hatten die Fachleute erwartet. Dennoch war man überrascht, daß nicht die traditionellen Hersteller von Architektur- und Straßenbeleuchtung die entscheidenden Innovationen auf den Markt brachten. Es waren die Hersteller von Scheinwerfern für Bühne und Show, die erkannten, daß der gesteuerte Farbwechsel und unterschiedliche Farbtemperaturen einem Gebäude ein unverwechselbares und sich dennoch ständig änderndes Erscheinungsbild geben kann. Nicht nur Ästhetik, Kunst oder einfach Verschönerung eines Gebäudes können die Gründe für den Einsatz von farbigem, wechselndem Licht sein sondern durchaus auch handfeste, wirtschaftliche Interessen.

Die deutliche Akzentuierung von Geschäftshäusern im nächtlichen Stadtbild oder der Peripherie von Städten hat zunächst einmal den Grund Kunden anzulocken, ein Unternehmen oder ein Produkt interessant darzustellen und somit den Umsatz zu steigern. Der andere Aspekt, die Wirtschaftlichkeit der Beleuchtung, ergibt sich bei einem professionell durchdachten Konzept von selbst. Die Erfahrung zeigt jedoch, das selbst bei großen Projekten oft keines der genannten Ziele mit Sicherheit erreicht wird. Das liegt meist daran, daß die Beteiligten ihre eigenen Interessen in den Vordergrund

stellen und nicht in der Lage sind, sich einem Gesamtkonzept zu unterwerfen.

Effizientes Teamwork

Um die neuen, leistungsfähigen Außenbeleuchtungssysteme wirklich effizient nutzen zu können und die vom Architekten und Bauherrn angestrebte architektonische Wirkung zu unterstützen, müssen die Lichtplaner rechtzeitig in die Planung eingebunden werden. Doch genau dies geschieht oft nicht.

Kino-Center, Discotheken, Einkaufszentren oder Autohäuser entstehen immer mehr in den „A-Lagen“. Das heißt an Autobahnen, an den Kreuzungen wichtiger Fernstraßen und an den Zufahrtswegen zu Industrie-, Gewerbe- und Verwaltungszentren, also Lagen mit starkem Pendelverkehr. Das bedeutet, dreißig- bis fünfzigtausend potentielle Kunden die diesen Bereich täglich bzw. nächtlich passieren und das „Produkt“ Gebäude, wie bei TV-Werbepots, immer wieder sehen.

Im Unterschied zum Fernsehen wird hier das „Produkt“ jedoch immer anders Wahrgenommen.

Zu jeder Tages- und Nachtzeit, zu jeder Jahreszeit und bei unterschiedlichen Witterungsverhältnissen, jedesmal ändern sich die Sichtverhältnisse und somit die unbewußte Wahrnehmung. Die Anforderungen an die Beleuchtung ändern sich entsprechend. Hinzu kommt, daß Autofahrer oft nur für Sekundenbruchteile die Möglichkeit haben, eine solche „Präsentation“

des Gebäudes auf sich wirken zu lassen. Eine gewisse „Dramatik“ in der Lichtkonzeption ist notwendig um die Aufmerksamkeit des Betrachters immer wieder zu fesseln. Ein solches „Produkt“ muß immer wieder neu inszeniert werden. Das Gebäude soll sich auch bei einem nur flüchtigem Blick, einprägen.

Neue Dynamik ist gefragt

Diesen Bedarf an Dynamik zu stillen ist die Aufgabe einer neuen Generation von Lichtplanern. Einer Generation die mit Moving-Lights aus der Disco- und Konzertszene aufgewachsen ist. Ebenso bedarf es einer neuen Generation von witterungsunabhängigen Beleuchtungssystemen, die den neu erwachenden Bedürfnissen des Marktes auch gerecht werden. Außenscheinwerfer mit Farbwechselsystemen die unzählige Farbnuancen computergesteuert kreieren können. Systeme die mit ihrer innovativen Technik den Architekten neue Möglichkeiten eröffnen, einem Gebäude immer wieder ein neues und trotzdem unverwechselbares Erscheinungsbild verleihen.

Die kreative Zusammenarbeit aller Beteiligten ist die Voraussetzung für ein gelungenes Gesamtwerk.

Ulrich Schorpp

