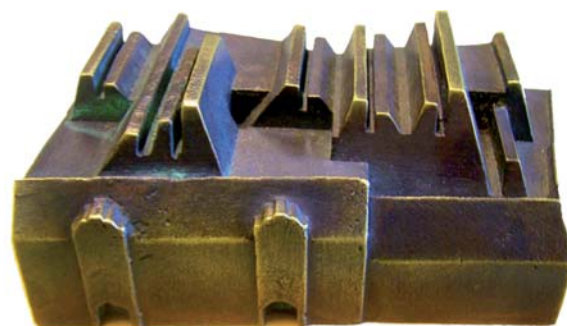


# Konsumtempelatmosphäre

Kastner & Öhler in Graz/A nutzt die modernen Möglichkeiten der Lichttechnik.

Text: Joachim Ritter  
Photos: Reinhard Vedder, München/D



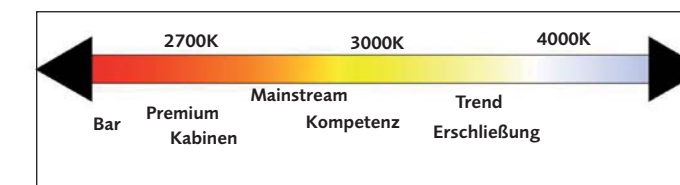
Das österreichische Kaufhaus Kastner & Öhler in Graz/A ist wohl das, was man im Allgemeinen einen Konsumtempel mit Tradition nennt. Er ist verführerisch, hochwertig, elegant im traditionellen Sinn und spiegelt all das wider, was Karstadt, die insolvente deutsche Kaufhauskette nicht zu leisten vermochte. Dennoch: Das Licht als Teil des Konzeptes der Warenpräsentation verschwenderisch einzusetzen war nicht mehr zeitgemäß. Wie aber lässt sich der zunehmenden Schere zwischen notwendigen Einsparungen im Energiebereich und steigenden Anforderungen an eine ausgefeilte Lichtkomposition und -Inszenierung begegnen? Die Lösung ist eine moderne und detailgenaue Planung mit den neusten technischen Möglichkeiten.

Herrenabteilung, 3.OG: Ganze Lifestyleszenen wurden im Kaufhaus Kastner & Öhler in Graz aufgebaut. Durch die ausgefeilte Lichttechnik wurde eine äußerst lebhaft Atmosphäre realisiert. Mit CDM-T Lampen, 70 Watt wurde eine klare, helle und dominante Atmosphäre erzielt.

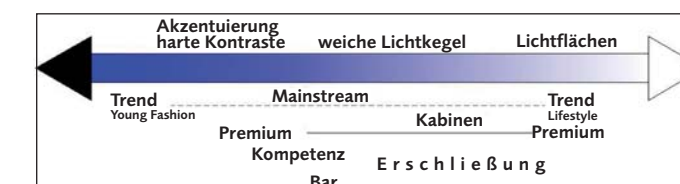


Der besondere Anspruch des bekannten Handelsunternehmens Kastner & Öhler ist Tradition, die allerdings modern interpretiert wird. Auf 40.000 Quadratmetern bietet das Kaufhaus typische Angebote wie Damen- und Herrenmode, Accessoires, Parfümerie, Kosmetik, Young Fashion, Home, Kindermode und Spielsachen. Gestalterisch bedeutet dieses eine Rückbesinnung auf die Qualität der Warenhäuser zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit der Hinwendung zur Inszenierung und dem Wiederherstellen von Lichthöfen. Es gilt das Prinzip der großzügigen Erschließung, die zu einem hellen, freundlichen und zentralen Ort im Haus wird. Klare und übersichtliche Etagen bilden die Basis, gleichzeitig sehr wohnlich und atmosphärisch mit hohem Wohlfühlfaktor. Trotz Vielfalt und „Kleinteiligkeit“ kann das Haus nunmehr als Gesamtes verstanden werden. Diese Überzeugung der Firmenphilosophie über wirtschaftliche Anforderungen hinaus basiert auf den Gedanken, dass Kauflust ein emotionales Thema ist. Licht erhält damit eine zentrale Rolle, denn nichts prägt szenische Präsentationen mehr als das Licht. Kastner & Öhler spricht sogar davon, eine so starke emotionale Stimmungen aufzubauen, dass damit die jeweilige Warenlandschaft den Kunden auch tatsächlich gefangen nimmt. Nun sollte diese Metapher nicht überstrapaziert werden, doch belegt es die Überzeugung und Erfahrung des Bauherrn, was mit intelligenter Lichtgestaltung geleistet werden kann. Es ist in jedem Fall eine Tradition, die sich bezahlt gemacht hat und in der modernen Betrachtung perfektioniert werden sollte.

Der aktuelle Umbau des schon 1883 eröffneten Stammhauses am Grazer Hauptplatz zeigt nun, wie sich moderne Lichtdramaturgie sparsam und spannend zugleich verwirklichen lässt. Im Laufe der Jahrzehnte wurde das Gebäude in alle Richtungen – auch mit einer Tiefgarage – erweitert, sodass heute praktisch das gesamte Stadtviertel bis zur Mur und nördlich der Murgasse bis zum Palais Attems bespielt wird. Seit 2007 wurden bei laufendem Betrieb Lichthöfe überdacht und damit 10.000 Quadratmeter zusätzliche Verkaufsfläche geschaffen, die 21 neue Rolltreppen erforderten. Ein spektakulärer Dachausbau nach den futuristischen Plänen der spanischen Architekten Nieto/Sobejano, den man allerdings durch die erforderliche Abstimmung mit der Unesco und den Weltkulturerbe-Auflagen redimensionieren musste, hat der Stadt zudem ein modernes „Wahrzeichen“ geschenkt. Mit der kompletten Fertigstellung ist jedoch erst in der zweiten Jahreshälfte 2011 zu rechnen.



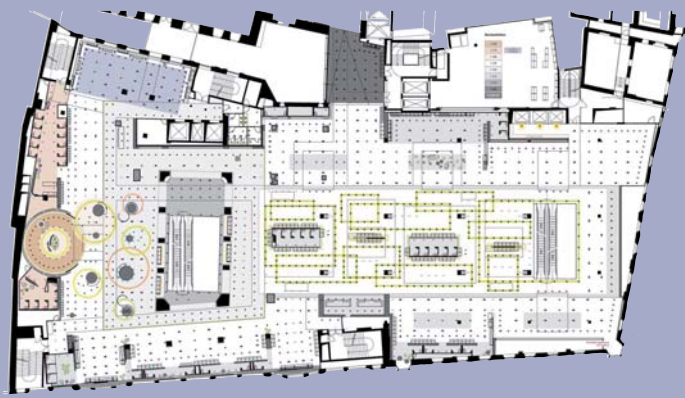
Konzept Lichtfarben in verschiedenen Abteilungen.



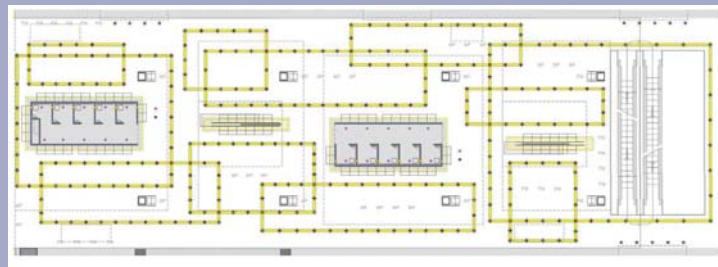
Abstrahlwinkel in verschiedenen Abteilungen.

Exklusive Herrenabteilung, 4.OG: Abgehängte helle Deckenelemente und dunkle Bereiche sind kombiniert. Es entsteht eine maskuline Raumsituation. Kühle Lichtfarben wurden eingesetzt.

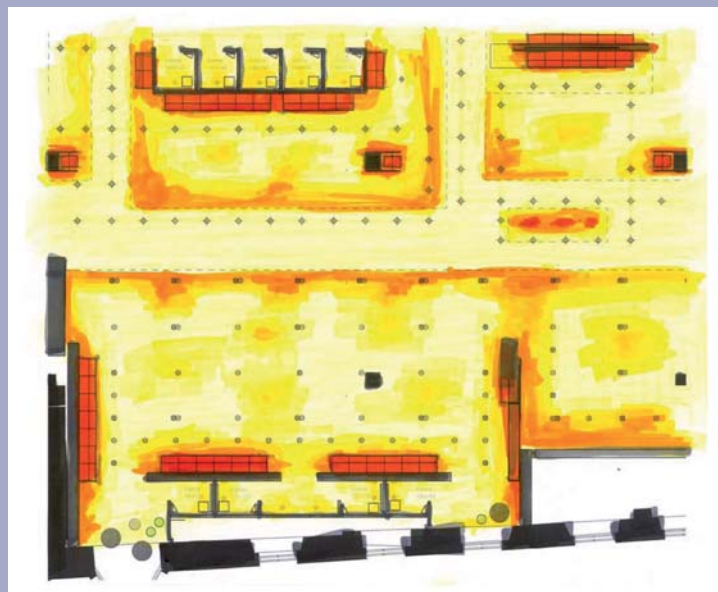




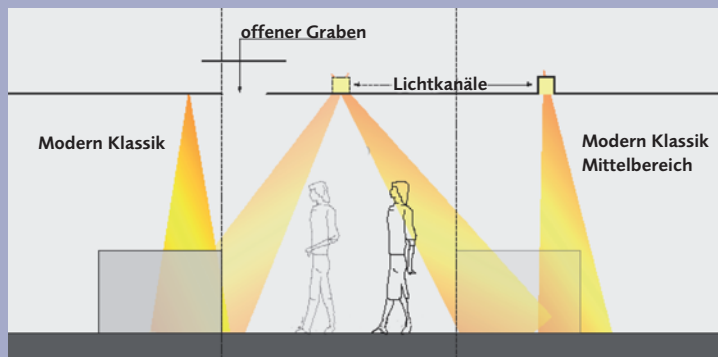
Grundriss 2. Obergeschoss.



Deckenbild und Spotanordnung Modern Classic Mittelfläche.



Leuchtdichtevertellung 2. Obergeschoss.



Lichtkonzept 2. Obergeschoss.

Herzstück des Warenhauses heute ist die zwischen den weit auseinander liegenden Fahrtreppen verlaufende Mittelfläche, die von zwei boulevardartigen Laufwegen flankiert wird. Die Grundidee dahinter: Kunden können jederzeit eine der beiden Haupterschließungsachsen verlassen und sich im Detail verlieren, ohne vom eigentlichen Weg abzukommen.

Auch die weitläufigen Boulevards versprechen keine Monotonie. Immer wieder finden sich effektiv platzierte Möbel am „Wegesrand“, die durch ihre Bestückung den Kunden zum Verweilen und Stöbern animieren. Diese Eyecatcher, ob Möbel oder Auslage, ändern sich ebenfalls je nach Jahreszeit und Anlass – und tragen dazu bei, dass die Tiefe des Raums sich nicht auf einen Blick erschließt. Der spannende Inventar-Mix aus westlichen und fernöstlichen Einrichtungsgegenständen und zeitgenössischem Design verleiht der Damenabteilung eine sehr wohnliche, warme und einladende Atmosphäre. Trotz größtmöglicher Angebotsvielfalt und Detailliebe bleibt die Orientierung jederzeit gewahrt.

Das Lichtkonzept geht deutlich vom Prinzip der Lichtüberflutung ab, indem es minimalisiert und durch den Einsatz variabler, miteinander kombinierbarer Raster fokussiert. In der Konsequenz wurde kein Strahler zu viel eingesetzt, ohne gleichzeitig auf einem enorm hohen und individuellen Präsentationsanspruch zu verzichten.

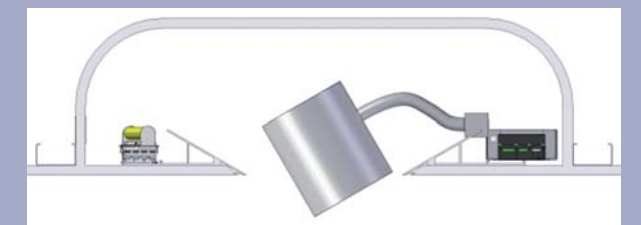
Die beauftragten Lichtdesigner hatten bei allem Hang zum Verschwenderischen eines Konsumtempels strenge Vorgaben der Lichttechnik. Maximal durfte das Planungsbüro nur 30 Watt pro Quadratmeter einsetzen. Das klingt sehr nach offenkundigen Forderungen des Bauherrn zur LED. Bei genauer Betrachtung des Ergebnisses jedoch sind es überwiegend konventionelle Leuchtmittel wie Metalldampf lampen und Hochdruck-Natriumdampf lampen, die zum Erfolg der hochwertigen Präsentation



Damenabteilung, Klassik, 2. Obergeschoss. Schwarze Deckenbereiche werden durch weiße abgehängte Deckenfelder aufgelöst. Kühle Lichtfarben sorgen für Klarheit und helfen bei der Raumorientierung, warme Lichtfarben wurden genutzt, um emotionale Elemente herauszuarbeiten.



Damenabteilung, Modern Klassik, 2. Obergeschoss. Weiße hinterleuchtete Deckenkanäle definieren den Gesamtbereich.



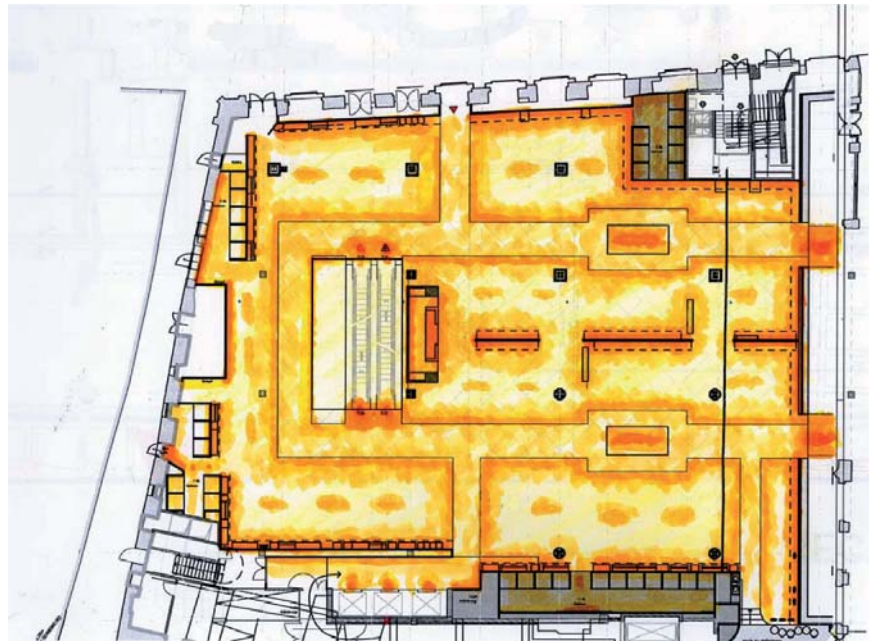
Detaillösung Spot im Lichtkanal 2. Obergeschoss.

Damenabteilung Lingerie, 2. Obergeschoss. Als Lichtquellen wurden Hochdruck-Natriumdampf lampen 50 Watt wie auch LED Spots eingesetzt, die eine emotional hochwertige, weiche Wirkung haben und die Farben der Materialien hervorholen.





Young Fashion, Erdgeschoss. Die Grundatmosphäre ist dunkel, trendy und cool. Die Decke ist schwarz, der Boden dunkel. Produkte werden mit engstrahlenden Spots akzentuiert.



Lichtplan Ebene Young Fashion.

beitragen haben. Nach Lichttests war auch der ausdrückliche Wunsch des Bauherrn mit Metalldampflampen die Pracht des Kaufhauses zu unterstreichen, 35 Watt-Lösungen wurden nur in einzelnen Abteilungen (Young Fashion) eingesetzt. Teilweise waren es sogar Leuchtstoffsysteme in Deckenkanälen, die zur Lösung beigetragen haben. LED-Lösungen wurden ausschließlich in den Präsentationsbereichen Ladenbau eingesetzt, nicht aber als Deckensysteme.

Grundlage der Gestaltung war zunächst die Entscheidung für ein ruhiges Deckenbild, um die positionierten szenischen Warenpräsentationen zu optimieren. Helle Rückwände betonen die Architektur und definieren die Raumgrenzen. Wahre Bühnenbilder wurden geschaffen und atmosphärisch umgesetzt. Jede einzelne Szene entwickelte durch die Lichtinszenierung eine starke Fernwirkung! Die Beleuchtung bewirkt eine äußerst wirklichkeitsnahe und lebhaft Atmosphäre. Das, was die Kunden präsentiert bekommen ist ohne Zweifel schwer zu widerstehen.



#### Projektbeteiligte:

Architekten: Nieto Sobejano Arquitectos S.L.P., Berlin/D, Madrid/E – Planung Obergeschoss

Innenarchitekten:

Blocher Blocher Partner, Stuttgart/D – Planung Verkaufsräume

Bautechnik: Architekturbüro Rolf Seifert, Graz/A

Lichtdesign: Vedder Lichtmanagement, München/D

#### Verwendete Produkte:

Keramische Metalldampflampen Elite 70 Watt und

Hochdruck-Natriumdampflampen SDW-TG 50 Watt; Philips

Strahler: XAL, Erco



Der Bereich für die junge Generation erscheint dynamisch, schrill und laut, die Szenen sind wie aus einem Thriller.

