

Sammeln Sie auch noch Dinge
aus **vergangenen Zeiten ...?**



**INKLUSIVE
HÖRAKUSTIK**

Haftung für fehlerhafte
ärztliche Refraktions-
bestimmung?

Low Vision Forum zum
WVAO Kongress 2007

Mode- und Brillentrends
Herbst/Winter 2007/2008

Korrektion der Abberati-
onen höherer Ordnung des
Auges mit Brillengläsern

Jetzt günstig umsteigen.



**GERMAN
OPTICS**
selected ophthalmic instruments

Zentrier- und Videosysteme

A. Duyverman - Rudolf-Diesel-Str. 14 - 85521 Riemerling
Telefon: +49 89 60 66 96 33 - Fax: +49 89 60 66 96 44
E-Mail: info@germanoptics.de - www.germanoptics.de

Ladenbauprojekt in Stuttgart Signalwirkung

„Kästner Optik ist ein alt eingesessenes Augenoptik-Geschäft im Herzen Stuttgarts im Königsbau am Schlossplatz. Aufgabe war es, durch den Umbau des ersten Obergeschosses der Kernkompetenz eines Augenoptikers, also der Arbeit rund um das menschliche Auge, einen neuen Rahmen zu geben. Zur Wahrnehmung als Stilberater sollte hier ein klares Gegengewicht gesetzt werden. Im neuen Sehzentrum soll in einer klaren, Präzision vermittelnden Atmosphäre die optometrische Arbeit stattfinden sowie in entspannter Atmosphäre des „After Sale“-Gesprächs eine noch stärkere Kundenbindung erreicht werden.“

Im neuen Sehzentrum werden zwei „Key Visuals“ herausgearbeitet: der Ausblick durch die Kollonaden des Königsbaus auf den Schlossplatz sowie eine mit vier Meter Durchmesser übergroße blaue Iris an der Decke. Das Auge an der Decke setzt nicht nur das Thema des Raums, sondern ist auch ein weit sichtbares Signal. Während von innen durch einen Spiegel im Treppenhaus bereits im Erdgeschoss ein spannender Ausschnitt der Decke des Sehzentrums neugierig macht, bietet die hinterleuchtete Iris in den Abendstunden einen aufmerksamkeitsstarken Hinweis auf das Fachgeschäft.

Der Raum wird in zwei Richtungen aufgespannt. Durch das Abrunden der oberen Raumkanten sowie der sich plastisch nach außen wölbenden Iris entsteht eine Art Tunneleffekt, der den Ausblick inszeniert. Der Blick wird nochmals durch zwei vor den Fenstern platzierte Rahmen gefasst und gleichzeitig dem Raum ein Abschluss gegeben. Ein kammförmiges, hinterleuchtetes Regal am Treppenaufgang sowie die dahinterliegende Polsterung der Längswand unterstützen diese Bewegung. Zum anderen orientiert sich der Raum auf die gegenüberliegende Glaswand, hinter der die mehr technischen Refraktionsräume sowie die Kontaktlinsenanpassung liegen.

Der Hauptraum ist in vier Bereiche gegliedert, die durch kubische Möbel besetzt werden. Gleich links vom Ausgang werden Ferngläser, Lupen und andere Sehhilfen präsentiert. Rechts der Treppe präsentiert eine in der Wand eingelassene Vitrine ausgefallene Brillenfassungen aus der Sammlung des Eigentümers Henning Hüppauf. Gleich daneben bietet ein höhenverstellbarer Tisch die Möglichkeit zu analogen Messungen am Auge.

An der Außenfassade schließlich findet in



Foto: Zoëy Braun

fast lounge-artiger Atmosphäre die eigentliche Anpassung statt. Eine Videosteile nimmt den Kunden mit seiner neuen Brille auf. Das Auge wird so gleich ausgemessen, und der Kunde hat die Möglichkeit, sich noch einmal mit seiner neuen Brille in Bild und Video auf dem Bildschirm zu sehen. Neue Technik wird ganz bewusst als Kompetenzbeweis inszeniert. Während des Gesprächs schaut der Kunde auf die weiß gepolsterte Wand und über den Mitarbeiter hinweg auf eine Videoinstallation auf drei Bildschirmen. Augen wechselnder Menschen verschiedenen Geschlechts und Alters schauen in den Raum, aus dem Fenster, sind mal ganz ruhig oder kommunizieren sehr lebhaft miteinander.

Das Farbklima des Raums wird im Wesentlichen durch die Iris bestimmt. Das Blau des Auges wird von einem wasserblauen Epoxyharzboden erwidert. Der kreisförmigen Iris an der Decke entspricht ein in den Boden eingelegter Strahlenkranz aus Aluminiumprofilen. Dieses Motiv findet sich bereits im Treppenhaus, wo es die Kunden von der Verkaufsfläche im Erdgeschoss zum Sehzentrum im Obergeschoss leitet. Das Mobiliar ist in zwei verschiedenen Beigetönen lackiert, ein grüner Streifen an der Kante der Rahmen an der Fassade verstärkt noch einmal die Wirkung und leitet den Blick auf das Grün des Schlossplatzes. Die Atmosphäre ist gleichzeitig konzentriert und entspannt.

Die Glasfassade zu den Refraktionsräumen ist mit einer Textinstallation des Berliner Künstlers Bruno Nagel belegt. Ein fragmentierter Textstrom beleuchtet aus den Blickwinkeln der Poesie, Naturwissenschaft, Geschichte und Theorie die Arbeit des Augenoptikers. Das Textfeld ist einerseits Sichtschutz für die dahinterliegenden Räume als auch Zeitvertreib für wartende Begleiter.

Die konzentrierte Atmosphäre wird in den Refraktionsräumen noch weiter zugespitzt. Das Farbklima wird auf Weiß und Grau reduziert. Der Boden wechselt zu Linoleum, das sich zu Rückwand und Decke entwickelt und so den Räumen zum einen Geborgenheit, zum anderen aber auch eine klare Fokussierung zur Projektionswand gibt.

Weitere Infos: Ippolito Fleitz Group – Identity Architects, Stuttgart, Tel. (07 11) 99 33 92-3 30, E-Mail: info@ifgroup.org, Web: www.ifgroup.org.

Anzeige

Seminare Visualtraining

4-Tage Seminar

18. - 21. Oktober 2007

15. - 18. November 2007

Tagungsort: Stuttgart

VISUS GmbH • 70173 Stuttgart

Calwer Str. 41 • Tel. +49-711-226 16 50 • Fax: 29 63 99

Info unter: www.visus.de