



AUDIOVISUELLE MEDIENTECHNIK IN DER INNENARCHITEKTUR

Bei Veranstaltungen und auf Messen längst nicht mehr wegzudenken, halten audiovisuelle Medien zunehmend auch in den Architekturbereich Einzug. Die Fachplaner Tesche·Foerster·Nicht aus Hamburg berichten über ihre Arbeit am Beispiel Q 110 - Die Deutsche Bank der Zukunft.

Überall da, wo Publikum wirksam angesprochen werden soll, ist der Einsatz audiovisueller Medien unverzichtbar. Durch keine andere Maßnahme sind reizüberflutete Zuschauer effektiver zu erreichen.

Dies hat auch die Deutsche Bank erkannt, die mit „Q 110 – Die Deutsche Bank der Zukunft“ zeigen wollte, wie zukünftige Bankfilialen aussehen könnten. Im Auftrag des renommierten Designbüros Schwitzke & Partner in Düsseldorf, die mit der Erstellung des Konzeptes und der Gesamtumsetzung des Projektes beauftragt waren, übernahmen die Hamburger Fachplaner Tesche · Foerster · Nicht Planung, Beschaffung mittels Ausschrei-

bungsverfahren sowie Bauüberwachung der umfangreichen medientechnischen Installationen. Diese wurden teilweise als Eyecatcher eingesetzt oder haben konkrete Funktionen, denn bei Q 110 handelt es sich durchaus um eine vollwertig funktionierende Bank.

Die Ladenfläche befindet sich direkt an der belebten Friedrichstraße in Berlin, einer noblen Einkaufsmeile im ehemaligen Ostteil der Stadt. Im Innern herrschen natürliches und künstliches Tageslicht vor, so dass auf den Einsatz von Projektionen im Tagesbetrieb verzichtet wurde und selbst leuchtende Videomedien, die sich in diesem Umfeld durchsetzen können, zum Einsatz

kommen. Hierzu gehören zum Beispiel LED-Module und Videodisplays, wie Flatscreens mit LCD- oder Plasmatechnologie. Die Videomedien konkurrieren für den Betrachter mit Prints (Leuchtkästen, Plakaten etc.), weshalb auf eine hohe Qualität bei der Herstellung der Software besonders geachtet werden musste. Besondere Herausforderung waren der hohe Qualitätsanspruch des Kunden sowie die Maßgabe, auch technisch „die Zukunft“ einzuplanen. Bei den eingesetzten Komponenten handelt es sich deshalb fast ausnahmslos um Sonderanfertigungen mit ausgewählten Bauteilen, die so am Markt gar nicht erhältlich sind.



EINGANGSBEREICH

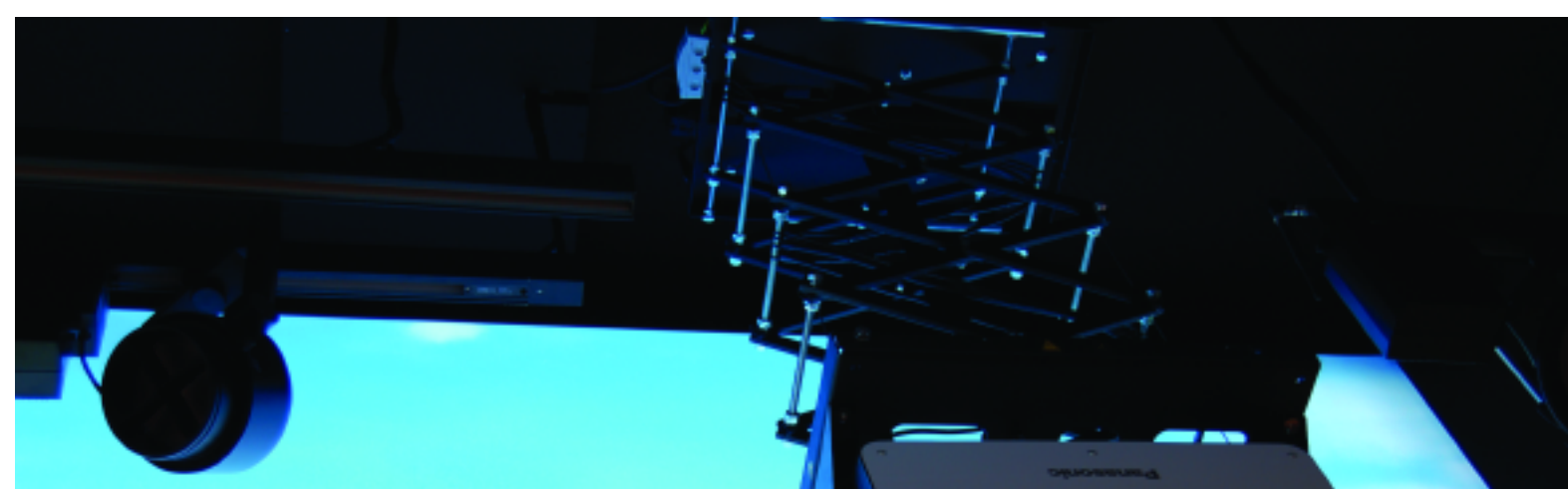
Der Eingangsbereich kann häufig geteilt werden, die linke Hälfte bildet mit den Geldautomaten den 24-Std.-Bereich, die rechte Hälfte ist nur während der Geschäftszeiten am Tage zugänglich. Über den Geldautomaten befindet sich knapp unter der Decke eine LED-Anzeige, die mit aktuellen Kundeninformationen bespielt werden kann. Um sich von den herkömmlichen LED (oder LCD)-Anzeigen im öffentlichen Bereich abzuheben, wurden LEDs mit SMD-Technologie verwendet, die das volle Farbspektrum darstellen, um neben reiner Laufschrift auch Grafiken etc. abzubilden zu können. Diese LED-Anzeige mit 10 mm Pixelabstand wird durch eine davor gesetzte Glasscheibe so diffusiert, dass man die einzelnen Pixel gar nicht mehr erkennt und die Anmutung einer Projektion entsteht. Durch die enorme

Helligkeit der LEDs können sie sich auch gegen eine satinierte Glasscheibe durchsetzen. Gleich daneben eine Infosteile mit zwei Displays übereinander, um Kunden über das Gebäude zu informieren. Als Bildgröße wurde als Kompromiss zwischen Fernwirkung und Nahbetrachtung 32" gewählt. Auf dem oberen Screen ist ein allgemeiner Infofilm zu sehen, das untere Display fungiert als Touchscreen, um bei Interesse multimediale Detailinformationen vom Rechner abrufen zu können. Da diese Installation sich im 24-Stunden-Bereich befindet, ist eine durchgehende Glasscheibe vor beiden Displays. Das Highlight im Eingangsbereich bilden zwei LED-Stelen mit je circa einem Meter Breite und 150 cm Höhe, die einzeln stehen, mittels einer Schiene aber auch zusammen geschoben werden und so ein Gesamtbild darstellen können. Das 3 mm-LED-Material ist enorm hell, eignet sich aber, wegen des

geringen Pixelabstandes, auch für die Nahbetrachtung. So können die Werbefilme der Deutsche Bank sowohl von der Straße aus durch die Fensterscheiben gesehen als auch im Laden aus kurzer Distanz zur LED-Fläche betrachtet werden.

MITTLERER GEBÄUDEBEREICH

Hier findet die eigentliche Kundenberatung statt, auf der linken Seite sind die Arbeitsplätze der Mitarbeiter, auf der rechten die Besprechungsräume. Das Zentrum bilden vier große Leuchtwürfel unter denen speziell angefertigte, hydraulisch fahrbare Doppelstische stehen. Mittels der Mechanik können diese Tische zusammengeklappt und der Bereich dadurch komplett frei geräumt und in ein Forum für Konferenzen, Vorträge sowie andere Darbietungen verwandelt werden;



eine Bestuhlung für bis zu 200 Personen ist vorhanden. Über jedem der vier Beratungstische sind zwei 32"-LCD-Displays Rücken an Rücken an elektrisch fahrbaren Liften montiert, die im Falle von Veranstaltungen in der Decke „verschwinden“ können. Dabei erfolgt eine automatische Abschaltung der Einheiten um eine Überhitzung zu vermeiden. Im Tagesbetrieb wird über aktuelle Bankprodukte informiert, die Berater haben aber auch die Möglichkeit, auf jedem der acht Displays individuell gewählte Filme für einzelne Kunden abzurufen. Dies geschieht über Hotkeys von drahtlosen Tastaturen, die per Bluetooth mit den sehr kompakten, in die Displays integrierten Rechner kommunizieren. Bei der Nutzung als Forum fahren zwei Leinwände motorisch aus der Decke, auf die Projektoren mit einer Helligkeit von je 5000-Ansi-Lumen Video- oder Dateninhalte projizieren. Ein aufwändiges Beschallungs-

system dient der Übertragung von Reden oder von Videoton. Neben Kopfbügel- und Ansteckmikrofonen steht ein extra angefertigtes Rednerpult mit zwei fest montierten Kondensatormikrofonen bereit. Darin wurde für den Referenten ein LCD-Display zur Vorschau der zu zeigenden Charts oder Videofilme eingebaut, damit dieser sich während seinem Vortrag nicht nach den Projektionen umschaufen muss. Ein mobiler Regieplatz kann vis-a-vis der motorisch herausfahrbaren Bühne eingesteckt werden und von einem Techniker zur Einspielung von Bildmedien bzw. der Regelung der Lautstärke und des Klangs genutzt werden.

LOUNGE

Im hinteren Gebäudedrittel ist die Lounge, in der Getränke und Snacks für individuelle

Kundengespräche in ansprechender Atmosphäre bereit stehen. Im Bartresen sind drei 15"-LCD-Displays zusammen mit speziellen Internettastaturen aus Edelstahl eingelassen, die mit dazugehörigen Rechnern als Internetterminals für Besucher fungieren. An der Rückwand, durch automatisch herauf-fahrbare Spiegel und sich auf Knopfdruck öffnende Vorhänge verdeckt, sind links und rechts des Tresens zwei 65"-Plasmadisplays abgehängt, die mit Videoquellen aller Art sowie TV-Empfang angesteuert werden können. Das separate, hochwertige Soundsystem der Lounge kann Musik jeder Art angemessen wiedergeben.

ÜBRIGE MEDIEN-TECHNIK

Zwei mobile Videostehlen, ausgestattet mit modernsten 47"-LCD-Displays, einem



Rechner und einem DVD-Player, sind nach Bedarf im gesamten Gebäude einzusetzen. Ein Netzwerk von Bodentanks sorgt für die Anbindung an den Technikraum, von dem die Inhalte von Rechnern oder Videoplayern zugespielt werden. Auch Audioplayer und Endstufen, Verteilsysteme sowie Steuerungstechnik sind hier in 19"-Racks untergebracht und von einem Techniker zu bedienen und zu steuern. TV-Empfang, sei es für aktuelle Börsennews oder die Übertragung besonderer Ereignisse, wie besonderer Nachrichten oder der Fußball-WM, ist ebenso vorgesehen, wie ein Zugang zum Internet, um Webinhalte darzustellen oder die Software zu aktualisieren. Ein Mediensteuerungssystem gewährleistet, dass auf allen Displays der richtige Inhalt zum richtigen Zeitpunkt zu sehen ist. Im Konferenzbereich, sowie in der Lounge gibt es natürlich auch die Möglichkeit der lokalen

Steuerung der dort vorhandenen Installationen. Von einem Zentralserver sind Inhalte jederzeit zu aktualisieren oder auszuwechseln. An allen lokalen Displays befinden sich Lautsprecherboxen zur Tonwiedergabe, ebenso, wie das gesamte Gebäude über elf verschiedene Zonen aus der Decke beschallt werden kann.

FAZIT

Mit dieser für eine Bank revolutionären Art und Weise Bankgeschäfte anzubieten, hat die Deutsche Bank einen mutigen Schritt getan. Groß war am Anfang, auch hausintern, die Skepsis, ob so ein Konzept, in dem der Kunde wie in einem Supermarkt nach den für ihn passenden Finanzprodukten Ausschau halten kann, angenommen würde. Um sehr mehr freuten sich die Verantwort-

lichen und Ausführenden über eine außerordentlich positive Resonanz der Presse und vor allem auch der Kunden, die durchweg begeistert waren. Was hier positiv bewertet wird, soll seinen Platz zukünftig auch in anderen Investment- und Finanzcentern der Deutsche Bank finden.

Das Projekt zeigt, dass durch zunehmende Werte in Helligkeit und Kontrast viele elektronisch Bildmedien mittlerweile bedenkenlos im Tageslichtumfeld eingesetzt werden können. Weil diese technische Entwicklung mit sinkenden Preisen einhergeht, wird der Einsatz audiovisueller Medien zukünftig neben Museen und Ausstellungen auch im Ladenbau, bei Shoppingmalls oder gar in Bürogebäuden, neben den klassischen Schulungs- und Tagungsräumen, als Mittel der Architektur zum Thema werden.

Weiter Infos: www.TFN-net.de.
Text + Fotos: © Michael Nicht