

Persbericht
Dornbirn, januari 2011

Ušće Shopping Center in Belgrad Magnetische aantrekking



B1 | De door Chapman Taylor ontworpen binnenruimten moeten de bezoekers een bijzondere verblijfskwaliteit bieden, die het commerciële aspect overtreft.



Het is rood, het is groot en het heeft de aantrekkingskracht van een magneet. Met het nieuwe shopping center Ušće is in Belgrado op de grens van de oude en de nieuwe stad een herkenningsteken ontstaan, een soort urbane sculptuur.

Het nieuwste en grootste shopping center van Servië, het Ušće in Belgrado, is meer dan alleen maar een reusachtig winkelcentrum. Zijn rood verlichte voorgevel zendt een duidelijk signaal uit, het signaal van een stad die wil groeien. Rood staat voor kracht, energie en aandacht. En aandacht is datgene wat het gebouw, dat is ontstaan op een terrein dat in 1990 door een NAVO-aanval werd vernietigd, overduidelijk opeist. Al van veraf is het ensemble, bestaande uit Ušće Tower en Ušće Shopping Center, te zien. Tienduizenden bezoekers stromen dagelijks van 10.00 tot 22.00 uur door de drie ingangen het gebouw binnen. Hier zou men hele dagen, ja zelfs weken kunnen doorbrengen, als men alles wil zien, uitproberen of bezoeken. Meer dan 140 shops van alle bekende internationale merk- en modelabels, talrijke cafe's en restaurants, een multiplex-bioscoop met 11 zalen, bowlingbanen en speelhallen en vooral een 4000 m2 grote supermarkt dingen naar de gunst van de bezoekers. Een wereld op zich. Er bestaat niets, wat hier niet te koop is - geen kans om aan een aankoop te ontkomen.

Bij het ontwerp van dit 150 miljoen euro kostende project bestond bij de twee investeerders al de twijfel, of de handel al te zeer op de voorgrond zou kunnen komen te staan. Om dit te voorkomen, gaven de MPC Holding en Meryll Lynch aan het gerenommeerde architectuurbureau Chapman Taylor de opdracht om de voorgevel en het interieur te ontwerpen. Ze waren ervan overtuigd dat ze hierdoor iets bijzonders voor de stad Belgrado zouden creëren, iets dat veel meer is dan het simpele idee van een winkelcentrum. De architecten hadden al bij meerdere internationale projecten bewezen dat allebei de aspecten – handel en architectuur – zich tot een geslaagd geheel laten combineren. En inderdaad ziet de voor het project verantwoordelijke architect Gerardo Sannella hierin ook niet werkelijk een tegenstrijdigheid. "Wij zijn er bijzonder goed in om mooie, functionele en sterke architectuur te ontwerpen, zonder hierbij het commerciële aspect uit het oog te verliezen. Want tegenwoordig moet alles commercieel zijn. Elk museum heeft zijn eigen shop en zijn café. Zo is elke kunstexpositie een soort shopping centre", legt hij uit.

De architectuur van het Ušće leeft van sterke contrasten. De machtige, signaalrode voorgevel trekt de bezoekers aan, het heldere, rustige interieur nodigt uit om te blijven. Zachte natuur-tinten strelen het oog en vormen een neutrale ruimte voor de inscenering van de shops en de attracties. "Onze taak bestond erin een kader voor de verschillende winkels te creëren. Dus hebben wij veel met wit gewerkt – zo richt alle aandacht zich op het aanbod van de verkoop- en food-zones" beschrijft Gerardo Sannella het vormgevingsconcept.

Het spannende contrast tussen buiten en binnen is ook terug te vinden in de lichtplanning die in nauwe samenwerking tussen de lichtplanners, Voltaire Lightdesign uit Milaan en de elektro-installateurs BDSP uit Belgrado, plaatsvond. Terwijl de voorgevel van het shopping centre door sterke lichtbronnen verlicht wordt, plaatsen de armaturen van Zumtobel binnen in het gebouw rustgevende accenten. Grote lichtkoepels overspannen de galerijen die over drie "beuken" en vier verdiepingen verdeeld zijn. Het daglicht dat hier invalt, wordt in de avonduren vervangen door een combinatie van Xeno spots en het Miro's spiegelprojectiesysteem, die een zacht licht verspreiden. Verlaagde plafonds, nissen en uitstekende gedeeltes scheppen ruimte voor een verlichting met lichtbanden, waarbij rustige en levendige zones elkaar afwisselen. Boven de hoofdingang en in de centrale gedeeltes geven lichtplafonds een helder, warm licht. Als aanvulling hierop plaatsen de in het plafond geïntegreerde Downlights punctuele accenten en geleiden de bezoekers langs de winkelstraten. Daartussen zijn steeds weer smalle lichtlijnen te vinden die aan een verlichte barcode doen denken. De meeste armaturen kunnen gedimd worden, wat voor de bezoeker aangenamer is dan steeds dezelfde lichtsterkte. De gehele regeling gebeurt met behulp van het lichtmanagement-systeem Luxmate professional.

In het Ušće zijn architectuur en licht perfect op elkaar afgestemd en vullen elkaar op een unieke manier aan. „Niet de inscenering van de afzonderlijke armatuur staat op de voorgrond, maar de totaalindruk. Voor architect Gerardo Sannella niet gewoon maar een met wetenschappelijke competentie te volbrengen taak, maar een filosofie: „De perfecte omzetting van architectuur en licht bestaat erin, het licht onzichtbaar en in plaats daarvan voelbaar te maken. Kunstmatig licht natuurlijk te laten lijken – dat is de ware kunst.“



B2 | De rood verlichte voorgevel van het shopping center trekt alle blikken naar zich toe en wekt nieuwsgierigheid op.



B3 | Bij het ontwerpen van de ruimtes stond de totaalindruk centraal – de combinatie van kleur, vorm, licht en ruimte.



B4 | In de winkelgalerijen wordt het binnenvallende daglicht tijdens de avonden vervangen door zacht kunstlicht uit Xeno spots en het Miro's spiegelprojectiesysteem. Lichtbanden plaatsen accenten.



B5 | Smalle lichtbanden zorgen voor afwisseling in de lange galerijen. Hun opstelling doet denken aan een barcode waardoor ze het thema shopping center op subtiële wijze belichamen.



Projectinformatie

Ušće Shopping Center, Belgrad

Opdrachtgever:	Ušće Shopping Center d.o.o, Belgrad/SRB
Architectuur:	Chapman Taylor Architetti S.r.l, Milaan/I
Lichtplanning en -design:	Voltaire Light Design, Milaan/I
Elektro-installatie:	BDSP YU d.o.o, Belgrad/SRB
Lichtoplossing:	Zumtobel Lichtplafond en lichtlijnen SLOtlight II, Downlights Panos Q en Panos M, Xeno spots en Miro's spiegels, lichtbandsysteem Tecton-Tetris, veiligheidsverlichting Resclite en Onlite SB 128, lichtmanagement-systeem Luxmate professional



B6 | Naast de 140 shops behoren ook talrijke cafés en restaurants tot het shopping center concept. Hier kan men zich perfect ontspannen onder een aangename verlichting.

Bijkomende informatie:



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