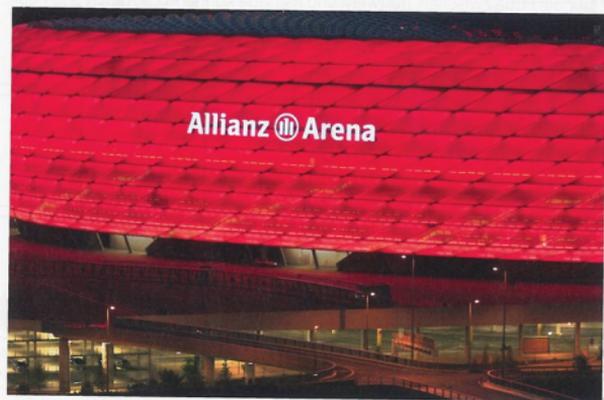


Leucht-Zeichen

Architektur und Lichtwerbung müssen nicht im Konflikt stehen, sondern können einander in der Wirkung stärken

Die Architektur eines Gebäudes kann noch so gelungen sein, eine minderwertige Lichtwerbung wird diesen Eindruck stets trüben. Um dies zu vermeiden, empfiehlt sich schon während der Planungsphase eine Zusammenarbeit von Architekt und Lichtwerber. So kann die Anlage farblich und gestalterisch auf das Bauwerk abgestimmt werden sowie die ideale Leuchtwirkung und der Kontrast zur Fassade definiert werden. Auch Details, wie eine ansprechende und sichere Anbindung der Unterkonstruktion an die Fassade, eine effiziente Energieplanung und die optimale Größe der Anlage, sollten frühzeitig geklärt werden. Das betrifft ebenso sämtliche Stromzuleitungen.

Zu den eindrucksvollsten Beispielen einer Lichtwerbung zählt die Allianz Arena in München, entworfen von Herzog & de Meuron aus Basel. Hier galt es, bei der Gestaltung auch städtebauliche und brandschutztechnische Vorgaben zu berücksichtigen. Jeder Schriftzug ist 40 Meter lang und wiegt drei Tonnen, einschließlich der Stahlunterkonstruktion. Um den Härtefall zu testen, verbrannte die Feuerwehr Musterbuchstaben: Im Brandfall schmilzt Plexiglas und kann brennend heruntertropfen. Da bei der Spezial-Konstruktion von Fischer Licht & Metall aus Mühlhausen in Thüringen nichts abtropfte, erhielt das Unternehmen den Auftrag – ebenso wie für das aktuelle Kreativquartier „Werk 3“ im Münchner Osten. Tagsüber erscheinen die Buchstaben der Lichtwerbeanlagen im Schriftzug „Werk 3“



Attraktives Markenzeichen: Der Schriftzug der Allianz Arena in München ist 40 Meter lang und wiegt drei Tonnen. Vor der Auftragsvergabe wurde auch der Brandfall getestet.

tiefschwarz und bilden einen starken Kontrast zur Fassade in kräftigem Orange. Da die Buchstaben mit lichtdurchlässiger schwarzer Rasterfolie bezogen sind, leuchten sie nachts in hellem Weiß. Die Zahl „3“ im Schriftzug strahlt sowohl tagsüber als auch nachts in klarem Orange.

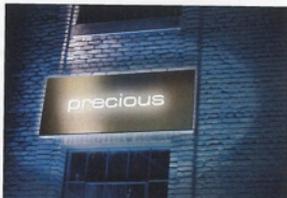
Wie attraktiv sich Lichtwerbung umsetzen lässt, zeigt auch die neueste Generation von Fischer Licht & Metall namens „Fdesign“. Die Produktgruppe, bestehend aus den drei Linien F01, F02 und F03, entstand zusammen mit Industriedesignern und bietet standardisierte Konzepte. Das Endpro-

dukt ist dennoch ein Unikat, da der Architekt die Wahl über Material, Maße und Oberflächengestaltung hat: ob lackiert in matt schimmernden Gold-, Silber- und Bronzetönen oder in glänzendem Tiefschwarz. Ob bezogen mit modernen Folien in luxuriöser Leder-, geprägter Schlangenhaut- oder gehämmertes Metall-Optik. Die Lichtwerbung ist nicht nur für große Unternehmens- und Gewerbebauten geeignet, sondern ebenso für Einzelhandelsgeschäfte, die sich eine hochwertige Werbung zu bezahlbaren Preisen wünschen.

• www.fischer-lum.de



Tag-Nacht-Rhythmus: Bei dem Kreativquartier „Werk 3“ in München erscheinen die Buchstaben tagsüber tiefschwarz; nachts leuchten sie dagegen in hellem Weiß.



Profilierte Kanten: Die schmalen umlaufenden Zargen führen hier zu Schattenfugen.