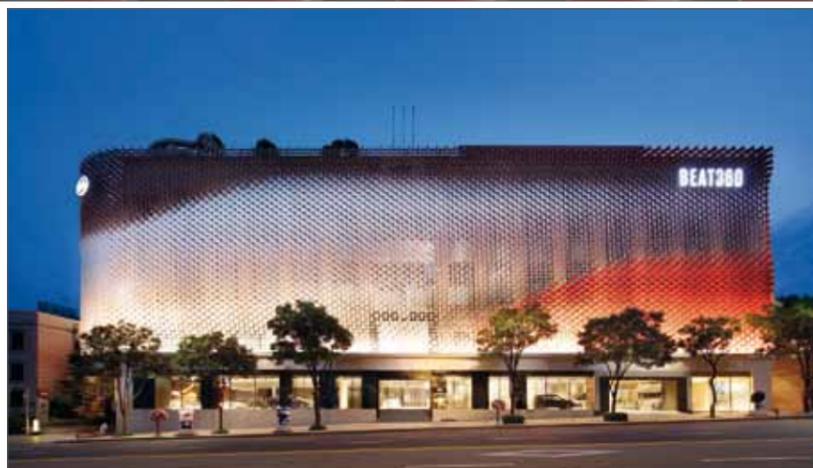


3D-Fassade aus Fliesen als Markenzeichen

Ein „altes“ Gebäude im neuen Gewand: Was hier den Anschein einer futuristischen Architektur erweckt, verhüllt mit 7553 Fliesen lediglich vorhandenen Baubestand und markiert eine neue Firmenidentität.



Nach algorithmischen Mustern bedecken und fließen 7 553 rote Fliesen über die Fassade der neuen und auch ersten Erlebniswelt des koreanischen Autoherstellers KIA. Die Architektur selbst wurde schon lange als Headquarter in einer der renommiertesten Straßen von Seoul genutzt, deshalb entschloss sich der Konzern auch, nicht neu zu bauen, sondern die Fassade als Ausdruck einer neuen Firmenidentität neu zu gestalten. Die Anmutung ist nun die von Geschwindigkeit und Windströmen, welche über einen Autokörper im Windkanal gleiten. Sichtbar gemacht allerdings nicht mit Wollfäden, sondern mit roten Fliesen. Mit diesen einzigartigen stereoskopischen Mustern an der

Text: Mag. Peter Reischer
Fotos: Hong Seoung Joon, Hon-ik Lee

Im Umfeld der eher „gut bürgerlichen“ und traditionellen Architektur dieser Geschäftsstraße wirkt die fliesengespickte 3D-Fassade geradezu als Ausrufezeichen. Sie markiert auch die wirtschaftliche Präsenz des koreanischen Autobauers.

Mehr über das neu eingekleidete KIA-Verwaltungsgebäude in Seoul unter: <http://beat360.kia.com/en/story>.

Fotos unten: Auch in der Innenausstattung finden sich keramische Fliesen als Gestaltungselemente. Um die aus dem Altbau übernommenen niedrigen Räume optisch zu vergrößern, arbeiteten die Architekten mit Spiegeln.



Zum PDF der vollständigen Ausgabe 4.2018

Haut der Architektur (mit der Bezeichnung „BEAT 360“) nimmt auch die Marketingstrategie der Firma eine neue Richtung.

Entworfen wurde der Bau vom koreanischen Studio CA plan mit dem Anspruch, beim Betrachter die verschiedensten Emotionen, je nach Sichtwinkel, Zeit und Beleuchtung, hervorzurufen. Auch die Geschwindigkeit ist in dem Eindruck enthalten. Um die korrekten, unendlich vielen Einzelpositionen der Fliesen zu fixieren, haben die Entwerfer große Aufmerksamkeit auf Licht, Ventilation und Außenansichten des eigentlich konventionellen Gebäudes gelegt. Die Zwischenräume in den einzelnen Modulen ermöglichen den Durchblick auf das verborgene Gebäude und zeigen eine Palette von Farben, welche auch die neue, innovative Marke der Firma ausdrücken.

Das Konzept zieht sich in den Innenräumen weiter: Hier verbindet eine ähnlich eindrucksvolle Zahl von Fliesen (diesmal 8 880) drei Themenbereiche des „BEAT 360“: ein Künstlercafé, welches Events und kleine Ausstellungen ermöglicht, einen Garten zur Entspannung und ein Beratungszentrum, in dem Kunden die Zukunftsvisionen der Mobilität gezeigt werden können. Die an und für sich niedrigen Innenräume werden durch viele Spiegel optisch erweitert. Holz an den Böden und Wänden sorgt für eine angenehme Atmosphäre.

