



Berlin lokal und digital

Im Berliner Einkaufszentrum A10 tapezierte Stiefel Digitalprint 5.000 Quadratmeter mit Erfurt Digitalvlies und Lokalkolorit.

Die mehrstöckigen Warenhäuser, die dem Käufer alle Produkte von der Seife bis zur Sahnetorte bieten, strahlen auch rund zweihundert Jahre nach ihrer Entstehung eine Faszination aus und spiegeln die kulturelle Funktion des Handels wider. Weil wir es mittlerweile jedoch gewohnt sind, überall einen Überfluss an Ware zu finden, muss sich der Einzelhandel vermehrt der Herausforderung stellen, neue Kunden anzulocken. Das Einkaufszentrum A10 in Berlin verspricht sich Erfolg durch Design: Der Betreiber ECE entschied sich zur Montage eines bedruckten Erfurt Digitalvlies und beauftragte Stiefel Digitalprint aus Lenting mit dem Verkleben von 5.000 Quadratmetern Fläche.

„Gleich vorneweg: Mit Fototapete aus dem Baumarkt hat das Erfurt Digitalvlies überhaupt nichts zu tun“, betont Wolfgang Polarek, Außendienstmitarbeiter und Projektleiter bei Stiefel Digitalprint. „Unsere Tapeten sind komplett individuell gefertigt, Unikate, mit eigens erstellten Motiven und Druckdaten.“ Wie Mark Gurney, Director Creative Design bei ECE in Hamburg, erläutert, habe sich der Einkaufszentrenbe-

treiber aufgrund guter Erfahrungen mit Stiefel Digitalprint bei vorangegangenen Projekten auf den Materialvorschlag des Dienstleisters verlassen. Das bedruckte Digitalvlies soll fünf bis sechs Jahre an den Wänden bleiben, danach wird neu tapeziert; wichtig sei, dass sich das Substrat in ganzen



Wichtig war, dass die Tapetenbahnen exakt zueinander passten.

Bahnen trocken abziehen lassen, ohne die Grundierung zu beschädigen. Die Motivwahl war auch den Wünschen der Kunden nach einem lokalen Bezug geschuldet: „Die Werbe- und Marketingkonzepte von heute tendieren immer mehr zu sogenanntem Lokalkolorit“, erklärt Mark Gurney. „Statt

große Wandflächen weiß zu streichen, findet zunehmend Digitaldrucktapete Verwendung. Statt Langeweile also individuelle Motive aus der Region.“ Grundlage ist die Umgebung des Einkaufszentrums: Für Berlin stehende Merkmale wurden zu Grafiken abstrahiert, etwa das Studio Ba-

belsberg. Stiefel bereitete die Druckdaten für den großformatigen Digitaldruck auf, wobei die unterschiedlichen Farbtöne genau getroffen werden mussten; auch die Motivdetails mit komplexen Mustern und schräg laufenden Linien mussten hundertprozentig zusammenpassen. Anschließend

Für das Einkaufszentrum A10 bedruckte Stiefel Digitalprint anderthalb Meter breite und fünf beziehungsweise neun Meter lange Bahnen des Erfurt Digitalvlies.



wurden parallel drei jeweils 1,50 Meter breite und fünf beziehungsweise neun Meter lange Bahnen des glatten Erfurt Digitalvlies auf den HP Scitex-Druckern bedruckt; beispielsweise der Latexdruck nahm rund zweihundert Stunden in Anspruch. Um mit den Medien vor Ort besser arbeiten zu können, wurden sie in 70 Zentimeter breite Bahnen geschnitten.

Erfindungsgeist und Geschick

Vor dem Tapezieren schliffen Handwerker den Untergrund, geputzter Gipskarton der Güte Q3, mehrfach ab. Rauer, unsauberer Untergrund hätte Abdrücke im Vlies verursacht und Unebenheiten oder Verschmutzungen sichtbar gemacht. „Die Oberflächenqualität muss komplett makellos sein, ein beschädigter Gipskarton zieht deshalb einen komplett neuen Trockenbau nach sich“, führt Wolfgang Polarek aus. „Zudem muss die Grundierung so beschaffen sein, dass das Digitalvlies zwar jahrelang hält, es sich aber dennoch in kompletten Bahnen trocken und sauber abziehen lässt.“

Bei der notwendigen Oberflächenqualität kann man bei einem Motivwechsel nicht mit dem Spachtel arbeiten.“

Stiefel tapezierte in Wandklebetechnik und kleisterte die Medien bei großer Innenraumwärme zusätzlich auf der Rückseite ein. „Unter Glasdächern von Einkaufszentren entstehen bei Sonneneinstrahlung Temperaturen von bis zu 55 Grad Celsius, bei zehn Meter langen Vliesbahnen bindet der aufgetragene Kleister schneller ab, als geklebt werden kann.“ Dank einer zusätzlichen Kleberschicht hielt die Tapete und die Monteure konnten die Übergänge von einer zur anderen Bahn im Doppelnahtschnitt mit Spezialklingen schneiden; der feine Schnitt musste exakt im 90-Grad-Winkel erfolgen, damit keine weißen Linien an den Übergängen sichtbar sind. „Fehlerhaft verklebte Bahnen führen zu einem Stillstand der Arbeiten, bis Nachdrucke zur Verfügung stehen“, erläutert der Projektleiter. Aufgrund dessen habe Stiefel beispielsweise eigene Schneidwerkzeuge entwickelt; auch der Druck auf Rollen sei aufgrund des minimalen Versatzes nicht ganz unproblematisch gewesen und stellte das Verklebeteam vor die zusätzliche Herausforderung, die Produktionstoleranzen durch handwerkliches Geschick auszugleichen.

Damit die A10-Besucher nicht von herunterfallenden Gegenständen verletzt wurden, fanden die Tapezierarbeiten abends nach der Schließung des Einkaufszentrums statt. Zum Teil arbeiteten die

Monteure in zwölf Metern Höhe; sie standen auf drei Steigern untereinander, um die Bahnen sauber anbringen zu können. „Dass am Ende alles millimetergenau zusammengesetzt hat, grenzt eigentlich an ein kleines Wunder“, lobt Wolfgang Polarek die Arbeit der Tapezierer. „Selbst bei der 155 Meter langen Ellipse schloss die letzte Bahn exakt an die erste



Im Eingangsbereich wurden die Windfänge mit dem bedruckten Vlies beklebt.

an. Sogar die Architekten, die bei der Schlussabnahme mit der Lupe nach Fehlern gesucht haben, fanden nichts.“ Allein bei der Ellipse wurden fast 800 Quadratmeter Digitalvlies verklebt.

Nachhaltiges Bauen

Bei der Materialplanung galt es, die in öffentlichen Gebäuden geltenden strengen Brandschutzauflagen einzuhalten. Jeder Stoff für sich und alle Stoffe zusammen – von der Grundierung und dem Kleber über das Digitalvlies mit dem Coating bis zur Farbe und dem Lack – mussten den Bestimmungen entsprechen. Hinzu kam, dass der Auftraggeber ECE auch nachhaltiges Bauen gemäß der

Richtlinien der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) verlangte; darin geht es laut Wolfgang Polarek um die Grenzwerte für die Flüchtigkeit von Stoffen. Deswegen ließ Stiefel sämtliche verwendeten Materialien auf ihre Flüchtigkeit hin untersuchen – mit dem Ergebnis, dass der VOC-Gehalt der organischen Stoffe immer im zulässigen Bereich lag.

„Aufgrund der erforderlichen speziellen Verarbeitungstechnik, der komplizierten, großformatigen, feinstrukturierten Motive, der außergewöhnlichen Bahnlängen und des hohen Kundenanspruchs waren für die Umsetzung circa 250 Arbeitstage erforderlich“, berichtet Wolfgang Polarek. Von der Auftragserteilung bis zur Fertigstellung sei mehr als ein Jahr vergangen. „Es war sehr schwierig, ein geeignetes

Team für die Montage zusammenzustellen, das die Qualitätsanforderungen und die Anforderungen an die Wirtschaftlichkeit und Terminzwänge des Projekts erfüllen konnte.“

Trotz des Aufwands – auch die anderen ECE-Shopping-Galerien sollen dem Vorbild des A10 folgen. Dank Digitaldruck, Tapeten, den städtischen Motiven und dem Geschick der Monteure steht den Vorstellungen des Architekten bei der visuellen Erneuerung von 137 Einkaufszentren nichts im Weg. ■

Amina Radics
radics@wnp.de

www.stiefel-online.de

HIGH SPEED WAHNSINN!

Neue Maschinen. Neue Preise.

Digitaldruck auf
Plane, Mesh, Platte,
Folie, Textil, Papier
und Pappe.

wetec 2012
Besuchen Sie uns in
Halle 8 – Stand 8A40

Fulda · München · Berlin · Wien

HSWAG[®]
big prints |

Peter-Henlein-Straße 3 • 36093 Künzell • www.hswag.com
Telefon: 06 61 / 9 02 32-0 • info@hswag.com