



Het nieuwe hoofdkantoor van Akzo Nobel is aan de buitenzijde voorzien van 2 identieke verlichte beeldmerken.

Duurzame lichtreclame en bewegwijzering hoofdkantoor Akzo Nobel

Door: Loet van Bergen

Begin dit jaar is het nieuwe hoofdkantoor van Akzo Nobel aan de Zuidas in Amsterdam, dat meer dan 700 werkplekken heeft, in gebruik genomen. Een harmonieus gebouw dat een natuurlijke en duurzame uitstraling heeft.

Het prominente en schitterende nieuwbouwpand dat zichtbaar is vanaf de rijksweg A10 is door Armada Janse aan de buitenzijde voorzien van 2 identieke verlichte beeldmerken. Daarnaast heeft het bedrijf de in totaal 1.300 bewegwijzeringselementen vervaardigd en gemonteerd.

Duurzame lichtreclame

Armada Janse die al jarenlang preferred supplier is van Akzo Nobel heeft in een eerder stadium het vorige hoofdkantoor van Akzo Nobel voorzien van lichtreclame en bewegwijzering. "Voor het nieuwe hoofdkantoor is gewerkt volgens de richtlijnen van het huisstijl handboek waarin alle visuele uitingen, afmetingen, kleurstellingen tot in detail zijn opgenomen", vertelt accountma-

nager Geoffrey van Gerven. "Dit handboek wordt overigens voor alle gebouwen van Akzo Nobel gehanteerd. Zo ook de lichtreclames, die bestaan uit doosletters met een hoogte van 1.50 meter en een breedte van circa 10 meter dat op een bijzondere manier is geïntegreerd in de gevel op een speciale onzichtbare achterconstructie. De doosletters zijn van aluminium, gepoedercoat in Akzo Nobel's eigen merk witte lak en voorzien van witte LED's met een acrylaat plaat met speciale blauwe lichtdoorlatende folie. Zodra het schemerig wordt, gaat de lichtreclame op volle sterkte branden en knalt de blauwe Akzo Nobel kleur als het ware eruit. Zodra het donker is, wordt de lichtreclame door de ingebouwde dimmerunit teruggeregeld naar 30% waardoor de lichtintensiteit rustiger en het vervelende halo effect, wat naar voren komt bij blauw verlichte reclames, wordt vermeden. Door gebruik te maken van een dynamische

Lees verder -->



De lichtbak in de parkeergarage met ingestoken acrylaat letters en afgeplakt met blauwe folie.



Op verschillende plaatsen in het gebouw hangen plattegronden bestaande uit een print en transparante acrylaat die met afstandhouders aan de muur is bevestigd.



In verschillende kantoren hangen sfeerplaten die vervaardigd zijn uit een full colour print en een transparante acrylaat plaat bevestigd met afstandhouders aan de muur.



Toegang tot de verschillende afdelingen gebeurt met een QR code, een geprinte folie sticker die op het glas is geplakt.

dimmer wordt tevens en langere levensduur van de LED gegarandeerd. Voor de montage is gebruik gemaakt van een 120 tons hijskraan met 60 meter giek. Het eindresultaat vormt een imposante merkbeleving voor het dagelijks voorbijgaande verkeer. Tenslotte heeft Armada Janse nog een speciale lichtbak ontwikkeld voor de parkeergarage die om de hoek heengaat. Deze lichtbak is gekoppeld aan de verlichting van de parkeergarage. Zodra die buiten kantoortijd uitgaat, schakelt de lichtbak zich ook automatisch uit.

1300 bewegwijzeringselementen

Naast de lichtreclames heeft Armada Janse de 10 verdiepingen van het circa 12.000 m² grote mondiale hoofdkantoor voorzien van ruim 1.300 bewegwijzeringselementen. Van Gerven: "Deze elementen zijn in samenspraak met de opdrachtgever en de architect van het pand, GROUP A, tot stand gekomen. Een van de eisen was dat de bewegwijzering een onlosmakelijk onderdeel moest worden van het pand. En dat is in alle opzichten geslaagd. Het is geen eenheidsworst geworden zoals je vaak ziet in gebouwen, maar een afgestemde verzameling van borden, pictogrammen, plattegronden, enz. De bewegwijzering past volledig in de sfeer en ambiance van het gebouw", vindt Van Gerven. "Voor ons betekende dat veel maatwerk, waarbij op materiaal en kwaliteit door Akzo Nobel niet is bezuinigd. Er zijn luxe en eerlijke materialen zoals roest vast staal, glas en hout toegepast wat een verademing betekende in vergelijking met soms andere bewegwijzeringprojecten waar budget het belangrijkste punt is. Er is dus vooral gekozen op uitstraling, kwaliteit en duurzaam-

heid. Veel bezoekers zijn architecten en die willen visueel verwend worden."

Materialen

Voor de bewegwijzeringselementen heeft Armada Janse verschillende materialen gebruikt. Zo zijn er veel rvs plaatjes in allerlei maten voor op deuren, lockers, flexplekken enz. gemaakt die gegraveerd zijn en ingekleurd. Verder zijn een aantal memoborden vervaardigd van een soort gelaagd glas met luxe rvs afstandhouders waarop een transparante print is geplakt met lijnen en de medewerkers op kunnen schrijven of memo's plakken. Uiteraard ontbreken de bordjes voor de nooduitgang en veiligheidszaken niet. Op alle kantoren van het gebouw hangen stickers op de deuren met een QR code voor toegangscontrole. Ook is een aantal full colours met een collage van hun merken aangebracht. "Het is eigenlijk teveel om op te noemen", zegt Van Gerven. "Om tot de juiste keuze te komen, hebben we van tevoren een aantal prototypes gemaakt en bijvoorbeeld het verschil laten zien tussen een rvs-look ACM plaatje met een sticker erop of een rvs paneel dat uitgefreesd is en vervolgens gegraveerd en ingekleurd. Veel doen we zelf, maar onder andere het graveren en inkleuren hebben we uitbesteed. Het past ook in onze filosofie: doen waar je goed in bent en de rest uitbesteden. Dat is wel kenmerkend voor ons bedrijf. We beschikken over een goed netwerk van specialisten die je inschakelt op het moment dat het nodig is. Dat speelde zeker mee, gezien de omvang en de uitdagende planning van dit project. Het totale eindresultaat vormt een prachtig geheel dat perfect past bij het pand dat volgens de nieuwste duurzaamheidsnormen is ontworpen."

Tijdsdruk

Eigenlijk zou dit project al eerder klaar moeten zijn, maar zoals zo vaak lopen zaken uit en/of moeten dingen veranderd worden. Van Gerven: "Zelf kregen wij half november de opdracht met een deadline van begin januari. Gezien de omvang van het project: 10 verdiepingen met veel werkplekken en de kersttijd waarin veel mensen vrij hebben, is in overleg met Akzo Nobel gekozen om het in fases te doen waarbij de eerste prioriteit lag bij de veiligheid, de primaire bewegwijzering en de lockers. De andere elementen zijn in januari en februari gemonteerd. Momenteel zijn we met de finishing touch bezig en maken ons op voor de tweede fase van het project dat aan de hand van full colours, logo's enz. het merkenportfolio van Akzo Nobel, meer voor het voetlicht zal brengen. Verder komen er nog extra sfeerprenten in de kantoren en vergaderzalen. Voor ons een uniek project. We zijn er wederom in geslaagd om de lichtreclame en bewegwijzering van Akzo Nobel het visitekaartje van het bedrijf te laten zijn."