

Überraschung!

Die optimistische Optik neuer Farbkonzepte auf internationalem Retail-Parkett kommt gerade recht für die Post-Corona-Zeit: Kuriose Kontraste, temperamentvolle Two-Tones und markante Mixturen wagen sich über klassische Farbharmonien weit hinaus. Das Miteinander von bisweilen quietschigen, synthetisch anmutenden Tönen und naturbelassenen Oberflächen von Holz, Stein und Beton erzeugt verblüffend neue Ansichten.

Konny Scholz



Foto: Loewe

◀ Loewe, Costa Mesa

Bei Loewe in Costa Mesa bei Los Angeles wird das eigene perfektionistische Produktdesign mit Kunstwerken und kunsthandwerklichen Details in ein optisch und farblich reizvolles Spannungsverhältnis gesetzt. Bis heute ist die Marke aus Madrid, die 1846 mit handgemachten Lederartikeln startete und inzwischen zum Luxuskonzern LVMH gehört, stark vom artisanalen Handwerk geprägt. Handgeformte grüne Fliesen aus Valencia und in Mallorca hydraulisch gepresste Fliesen haben an den Wänden einen prominenten Auftritt. Dazu gesellen sich im inszenierten Farb- und Stilbruch handgefertigte Wollteppiche aus Spanien, die in starken Farben großformatige Motive des britischen Grafikers John Allen zeigen. Farbige Präsentationspodeste, Keramik, Skulpturen u.v.m. komplettieren den aufmerksamkeitsstarken Auftritt.

Bun, Mailand ▶

Das Wachstum von Hamburger-Ketten in den letzten Jahren brachte viele ähnlich gestaltete Filialen im Vintage- und Industrie-Look hervor. Bun, ein italienisches Burger-Konzept, setzte dem eine innovative Restaurant-Ästhetik entgegen, die mit der bekannten Assoziation bricht. Den baulichen Charakter des Standorts Bligny in Mailand, mit hohen gemauerten Gewölbebögen und Ziegelsteinwänden, überführte das spanische Innenarchitekturbüro Masquespacio in ein Konzept aus zwei Komplementärfarben, einem Grün- und einem Fliederton. Akzentuiert wurde die junge, frische Anmutung des Restaurants mit Messingakzenten, einer schnörkellosen Geometrie in der Einrichtung und der naturbelassenen Ziegelsteinwand, die im Kontrast mit den Farben Sehgewohnheiten außer Kraft setzt.



Foto: Gregory Abbate

Rubio, Valencia ►

Eine frische Identität für ein 60-jähriges Traditionsunternehmen: Der Concept Store von Rubio, einem spanischen Verlag für Schulbücher und pädagogische Arbeitsmaterialien, sollte ein Ort voller Überraschungen auch für die jüngeren Besucher werden, denn sie sind die eigentliche Kundschaft der Rubio-Produkte. Das Innenarchitekturbüro Masquespacio übertrug dafür die CD-Farben auf atypische Materialien: Plexiglasplatten in einer neonartigen Farbpalette erzeugen strahlende Transparenzen, die die Besucher förmlich in den Raum saugen. Geleitet von gelben und blauen Leuchtreklamen am großzügigen Eingang, geht's an einer Theke vorbei zu den Mathematik-, Schreib- und Lese-Arbeitsheften und einem Trainingsbereich. Weiter hinten im „Tunnel der Farben“ führt eine „Zeitmaschine“ durch das Rubio-Universum.



Foto: Luis Beltran



Foto: Felco

◀ Ê, São Paulo

Ein ausgedienter Swimmingpool, der von der Natur zurückerobert wird, bildete die Inspiration des Ateliers Pistache Ganache für den Store der Marke Ê in São Paulo. Das führte dazu, die Räume nahezu voll zu verfliesen – bis auf integrierte Echtpflanzenbeete. Die Wände wurden mit 10.345 hellrosa Fliesen verkleidet, darunter rd. zehn Prozent alte, wiederverwendete Fliesen mit leicht abweichendem Farbton, die unregelmäßig verteilt wurden. Der Store liegt im zweiten Geschoss des Einkaufszentrums Shopping Cidade Jardim im brasilianischen São Paulo, übersetzt „Gartenstadt“, dessen üppige Bepflanzung im Inneren Parkqualitäten besitzt. Das Store-Design nimmt also direkten Bezug auf das Thema des Centers. Conceito Ê ist ein lifestyle-kurierter Shop für Mode, Beauty, Geschenke u.a.

Nyyukin, Düsseldorf ►

In seinem ersten Pop-up-Store in Düsseldorf machte das Schmucklabel Nyyukin über das Interior Design auf den ersten Blick deutlich, was die Kunden erwartet: Eine überraschende Synthese aus Materialkombinationen mit traditioneller Handwerkskunst, High-End-Fertigungsmethoden und zeitgemäßem Grafikdesign kennzeichnet Store und Verkaufsware. Minimalistische Counter aus durchgefärbtem MDF erhalten durch Auflagen aus Verbundschaumstoff einen spielerischen Kontrast und greifen die Idee der farbenfrohen Ausstellungsstücke auf, unterstützt durch große Aufsteller aus Acryl, Memphis-inspirierte Formen und irisierende Oberflächen. Das Interior Design entwickelte die Designagentur Kitto Katsu mit Unterstützung von Anna Wollenberg Architektur.



Foto: Nyyukin