

## 10 JAHRE SHOWFENSTER

Es macht einfach Spaß, in Zeiten permanent schlechter Nachrichten, gerade auch aus der Einzelhandels-Branche, darüber berichten zu können, wie ein stationärer Einzelhändler sich erfolgreich am Markt etabliert hat. 10 Jahre Jades in Düsseldorf bedeuten eine Erfolgsgeschichte des Einzelhandels, aber auch 10 Jahre erfolgreiches Visual Merchandising.

Wie die Inhaberin von Jades, Evelyn Hammerström, so schön sagt: „Ohne Domagoj Mrsic wäre Jades nicht das, was es heute ist. Er ist ein fundamentaler Baustein im Jades-Konstrukt.“ Die Rede ist vom Creative Director von Jades und Inhaber der Agentur „sayonara visual concepts“, Domagoj Mrsic. Er zeichnet für das visuelle Erscheinungsbild des Düsseldorfer Unternehmens verantwortlich und hat somit den Erfolg von Jades wesentlich mit begründet. Mrsic ist auch unseren Lesern kein Unbekannter, nachdem wir schon viele seiner Schaufensterinstallationen im STYLE GUIDE veröffentlicht haben.

Gut gestaltete Schaufenster dürfen sich derzeit über ein Revival erfreuen. Gerade in den Unternehmen, die noch einigermaßen Etats für ihr visuelles Erscheinungsbild zur Verfügung stellen, wird den Schaufenstern neues Flair eingehaucht. „Sie sind unser Gesicht und unsere Basis für die Repräsentation der Kollektionen“. Für Jades war das Visual Merchandising entscheidend, um eine starke Corporate Identity aufzubauen

Über das alles und noch mehr erzählt die Inhaberin von Jades, Evelyn Hammerström, im Professional Profile dieser Ausgabe. Außerdem berichten wir in der Top Story über „10 Jahre Jades“ und damit einhergehend über „10 Jahre Showfenster“, die Einblicke in die visuelle Welt von Jades ermöglichen.



In der Rubrik Shop Design präsentieren wir Ihnen das außergewöhnliche Shop- und Visual Merchandising-Konzept von Iconic. Die Modemarke eröffnete in Dubai ihren ersten Store. Die Column@STYLE GUIDE beschäftigt sich mit dem Salone del Mobile 2010 in Mailand. Dort hat Indra Rahn, Managing Director Communication bei Liganova, die Trends aufgespürt und last but not least geht die „Zeitreise“ weiter. Über die Weiterführung des Hagener Schaufensterwettbewerbs berichten wir in der Rubrik Business.

Und in den Short Cuts präsentieren wir unter anderem die aktuellen Schaufenster von Jades, die sich thematisch mit dem 10jährigen Jubiläum auseinandersetzen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und eine Menge an Inspiration.

Herzlichst

Helmut Lippl

Chefredaktion STYLE GUIDE



## SALONE DEL MOBILE 2010

Ein Zwei-Tages-Design Abenteuer in Mailand erlebt von  
Indra Rahn, Managing Director, Communications Dipl. Rer.  
Com. bei Liganova Brand Retail Company in Stuttgart.

Auf der wichtigsten Designmesse der Welt, der Mailänder Salone del Mobile, finden sich die Highlights oft abseits des großen Messetrubels – in den Showrooms, kleinen und großen Ausstellungen und der „Zona Tortona“. Wer sich offenen Auges durch die Stadt bewegt, entdeckt Milano neu: Als Stadt der Nischen und Winkel mit phantasiereichen, zukunftsweisenden und aufregenden Inszenierungen und Installationen. „Interni“ lautet das Zauberwort auf den Aufstellern – der Hinweis darauf, dass sich hinter einer ganz normalen Tür, oder einem anonymen Hinterhof eine kleine Galerie auftut, ein sonst für die Öffentlichkeit unzugänglicher Showroom. Selbst das Hauptquartier eines Modegiganten wie Fendi öffnet für ein paar Tage der Öffentlichkeit seine Pforten.

Für Moroso bündeln in diesem Jahr der Bildhauer Andrea Sala und der mit Archivbildern arbeitende Künstler Francesco Simeti ihre kreativen Kräfte und schaffen einen außerordentlich gelungenen Showroom. Ihre Idee: Wer sich auf ein (Moroso)-Sitzmöbel setzt, sitzt nicht nur. Er kann eine neue Perspektive einnehmen. Mit der Installation „Tumbleweed“ entwickeln Andrea Sala und Francesco Simeti in

diesem Jahr eine architektonische Struktur, die sich neben und über den Sitzmöbeln erstreckt. Wer jetzt im Showroom auf einem der schwarzen Sofas Platz nimmt schaut dann auf Bilder eines artifiziell überhöhten mexikanischen Wüstengartens. So wird ein vermeintlich profanes Ereignis – Probesitzen auf einem formschönen Sofa – zum surrealistischen Trip.

In der Galerie Nilufar zeigt Barnaba Fornasetti, der die Marke von seinem Vater übernommen hat, was passiert, wenn er sich in einem Archiv umsieht – der Litho-Werkstatt von Vater Piero nämlich. Aus dem übergroßen Fundus alter Druckplatten, die sein Vater während der 1950er Jahre verwendet hat, wählt Barnaba Fornasetti die schönsten Motive und münzt sie um, zu Oberflächen alter Fornasetti-Klassiker – wie dem Sekretär von Gio Ponti. So poetisch sah Recycling noch nie aus.

Ebenfalls hinter den Türen der Galerie Nilufar findet sich die Kooperation des kubanischen Künstlers Jorge Pardo und des in Mumbai lebenden Architekten und Designers Rajiv Saini, die funktionale Skulpturen geschaffen haben. Die beiden stellen gängige Sehgewohnheiten in Frage:

Wo endet die Kunst und wo beginnt ein Gebrauchsobjekt? Die überdimensionalen Pustebumen aus halbtransparentem, weißem Hartplastik von Jorge Pardo wirken zunächst wie eine Skulptur. Beginnen sie zu leuchten – in einem bläulichen Licht, das bis auf die Wände strahlt und galant Passanten in die Galerie lockt – so wird ihr Nutzen offenbar: Sie bilden ganz nebenbei eine wirkungsvolle Alternative zu der gewöhnlichen Galeriebeleuchtung aus Neonröhren und gesetzten Spots. Ähnlich verhält es sich mit den Glastischen von Rajiv Saini. Auf den ersten Blick sehen sie aus wie erstarrte Kleckse aus Quecksilber. Auf den zweiten Blick erweisen sie sich als Nutzobjekt mit ästhetischem Mehrwert.

Liebevoll inszeniert hier beispielsweise Jungdesignerin Nika Zupank im weißen Pavillon ihre Arbeit. Unter dem Titel „Gone with the wind“ erwartet den Gast ein zarter Giebelbau, dessen Dach ein goldfarbendes Windrad ziert. Im Inneren trifft er, wie auch schon im letzten Jahr, auf das kluge Spiel mit weiblichen Archetypen, das die Möbel von Nika Zupank auszeichnet. So zum Beispiel ihr Sofa „Modesty“, dessen Formholz-Rückenlehne eine schwere schwarze Satinschleife ziert. Dabei sieht

die Schleife aus, als stamme sie aus dem Chanel-Couture-Atelier.

Auch Designgröße Tom Dixon zeigt im Superstudio Piu. Zum Beispiel eine Neuauflage des stapelbaren, zum Sitzen geeigneten und leuchtenden Objekts „Jack“, neben einer formschönen Sitzbank, der „offcut bench“, die aussieht als sei sie aus Hartholz, aber aus wiederverwertetem Plastik besteht. Weniger handfest, wenn nicht sogar magisch, sieht hingegen die Leuchte „Void“ aus, die in Kupfer, Silber und Weiß leuchtet und in ihrer Form einem tropfenförmigen Donough ähnelt.

Wer auf der Via Tortona nur wenige Schritte weitergeht, gelangt zum Swarovski Crystal Palace. Weil man hier eine Art magischer Parallelwelt betritt, erscheint das gute Design des Superstudios rückblickend fast profan. Natürlich funkelt Swarovski. Aber es ist mehr als schnödes Kristallfunkeln. Die fünf Designer, die angetreten sind, um die Schönheit von Swarovski auf ganz eigene Art zu interpretieren, setzen Maßstäbe. Yves Behar nennt seine Installation „Amplify“ und verwandelt gewöhnliche Papier-Lampions aus recyceltem Papier in diffus glitzernde Kronleuchter – mit Hilfe von nicht mehr als einem Glaskristall und einer kleinen LED-Leuchte im Inneren des jeweiligen Lampions.

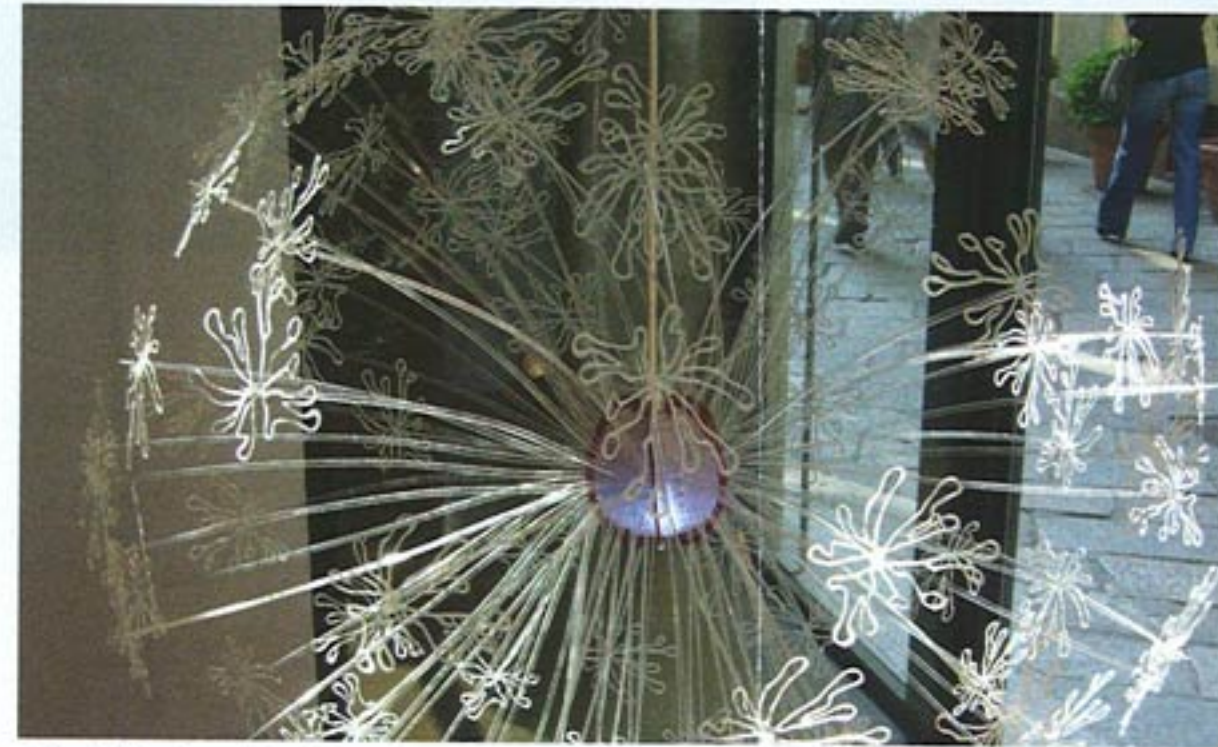
Auch der Japaner Tokujin Yoshioka setzt LED-Leuchten ein. „Stellar“ nennt er seine Interpretation des Swarovski-Kristalls: Ein von der Decke gehängener Ball, manns-hoch, dessen gesamte Oberfläche mit Kristallen besetzt ist. Von innen beleuchtet, strahlt er sonnenhell. Dieser Supernova stellt Tokujin Yoshioka ein mit Wasser ge-

fülltes Aquarium an die Seite in dem ein weiterer Kristall-gespickter Ball ruht – er gleicht einem Stern, der ins Meer gefallen ist. Gwenael Nicolas macht ebenfalls die Natur zum Gegenstand seiner Auseinandersetzung. Seine Installation „Sparks“ spannt einen zehn Meter langen Faden aus Kristallen durch den abgedunkelten Raum. Blitze durchzucken dieses Kollier der besonderen Art – auch hier geben LED's die Lichtimpulse.

Allen Swarovski-Interpreten ist gemein, dass sie mit ihrer Arbeit den possierlichen Charme von Swarovski Glasfigürchen weit in den Schatten stellen. Nur schade, dass im heimischen Setzkasten kaum Platz für diese raumgreifenden Träumereien ist.

So endet der Besuch auf der Via Tortona mit einem Höhepunkt und es ist Zeit, weiter zu ziehen – in die Via Sciesa. Hier gibt es eine Kooperation zwischen dem Modehaus Fendi und Design Miami zu sehen – unter dem Titel Design Vertigo. Hier trifft Mode auf Kunst und auch hier mischen sich die Disziplinen sehenswert und ohne Berührungängste. Bereits von außen wird die Spazio Fendi bespielt. Der Schweizer Künstler Felice Varini stellt Sehgewohnheiten auf die Probe und überzieht den Sichtbeton mit Malereien in gelb, die gewohnte Perspektiven und Blickachsen auf den Kopf stellen. Im Inneren erwartet den Besucher die interaktive LED-Wand des aus London-stammenden Andom International Kollektivs. Und schließlich sorgt der Künstler Graham Hudson dafür, dass Fashionistas weiche Knie bekommen: In die heiligen Fendi-Hallen hat er ein Baugerüst verfrachtet – und präsentiert daran Fendi Vintage-Taschen und Fell-Roben. Das

Berliner Büro Beta Tank schließlich sorgt für eine optische Täuschung. Es gestaltet einen Raum vom Boden bis zur Decke so mit schwarz-weißen, psychedelischen Mustern, dass man immer wieder blinzeln muss, um zu sehen, dass neben den Besuchern auch in Fendi-gekleidete Models anwesend sind. Die Realität kann einem fast ein wenig langweilig erscheinen, wenn man zurück auf die Straße tritt.



Galerie Nilufar – Überdimensionale Pusteblumen von Jorge Pardo. Foto: Indra Rahn



Superstudio Piu – Leuchte „Void“ von Tom Dixon. Foto: Indra Rahn

Superstudio Piu – Yves Behar's Installation „Amplify“ für Swarovski. Foto: Indra Rahn

