

1 Futuristisch Stuart Weitzman in Mailand

Die Architektin: Mit der Stararchitektin Zaha Hadid läutete die US-amerikanische Schuhmarke Stuart Weitzman vor anderthalb Jahren eine neue Epoche ein: Sie verpflichtete die in London lebende Irakerin für die Gestaltung sämtlicher Läden, um sich ein moderneres Image zu verleihen. Der erste Weitzman-Shop im «Hadid-Stil», der in der Mailänder Via Sant'Andrea eröffnet wurde, erinnert an das Interieur eines UFOs. Er trägt unverkennbar Hadids Handschrift, die auf digitalem Entwurfsverfahren basiert.

Die Boutique: Der 1000m² grosse Laden besteht aus fluiden, organischen Formen. Kurvige Tische und eine Wand, die aus der Decke zu wachsen scheint, prägen ihn genauso wie die Farben Rotgold und Weiss.

Besonderheiten: Auch die verwendeten Materialien sind einzigartig: Die Wände sind aus einem speziellen Glas-Beton-Gemisch; die Präsentationskörper aus Fiberglas – das beim Bootsbau verwendet wird. In Hongkong wurde bereits ein weiterer Weitzman-Laden in diesem Stil eröffnet. Weitere Standorte sind geplant.
Stuart Weitzman, Via Sant'Andrea 10, Mailand



Im Mailänder Laden von Stuart Weitzman sorgte Zaha Hadid für eine futuristische Einrichtung.

10 SHOPS

ZUM STAUNEN

LUXUSMARKEN ENGAGIEREN FÜR DIE GESTALTUNG IHRER FILIALEN NAMHAFTE ARCHITEKTEN.

TEXT CLAUDIA SCHMID

2

Unterirdisch Kvadrat in London

Der Architekt: Der dänische Stoffhersteller Kvadrat schafft es immer wieder, neue textile Qualitäten zu produzieren. Gestalter aus der ganzen Welt werden regelmässig aufgeboden, um Neues zu entwerfen. Kein Wunder, legen die Dänen auch Wert auf ihre Showrooms. Einer der spektakulärsten stammt von David Adjaye. Der Architekt ist der einzige Starbauer aus Schwarzafrika: Geboren in Tansania, sorgte der in London tätige Diplomatensohn in den letzten Jahren an diversen Messen, etwa an der Design Miami, für Aufsehen und wird gerade im Haus der Kunst in München mit einer Ausstellung geehrt.

Die Boutique: Für den Londoner Showroom von Kvadrat drehte Adjaye den Spiess um: Er befindet sich im Untergeschoss. Man erreicht ihn durch eine auffällig inszenierte Treppe. Deren Stufen sind erleuchtet; die Balustrade besteht aus regenbogenfarbigem Glas, das je nach Lichtverhältnis im Treppenhaus reflektiert.

Besonderheiten: Betonhocker und Tische bieten Platz für Kundengespräche. Die Musterstoffe sind kaum sichtbar in schwarzen Schränken versteckt. Ausserdem wird der Raum regelmässig mit Kunst bespielt.

Kvadrat, 10 Sheperdess Walk, London



Ein Balustrade aus Glas bringt Farbe in den Londoner Showroom von Kvadrat.

Minimalistisch Theory in Los Angeles

Die Architekten Theory ist ein New Yorker Label, das sich auf Basicmode spezialisiert hat. Für die Gestaltung seiner Shops hat das Label das Designbüro Nendo herbeigezogen – was perfekt passt: Nendo versteht es, genaue, leise, aber eindrucksvolle Rauminzenierungen umzusetzen. Nendo, 2002 vom mehrfach preisgekrönten Gestalter Oki Sato in Tokio gegründet, wird in Europa jetzt so richtig entdeckt. Es steht für die geniale, geradlinige Einfachheit japanischer Gestaltung – was auch in den Theory-Läden umgesetzt wird.

Die Boutique So dominieren im Weiss-Grau gestrichlenen, industriell gehaltenen Raum schwarze Rahmen in Form von Quadraten, die als Tischbeine oder als Halter für die Kleiderbügel eingesetzt werden.

Besonderheiten Lange Tische sind neben den an den Wänden hängenden Kleidungsstücken die zweite Präsentationsmöglichkeit dieses spärlich eingerichteten Ladens in Los Angeles. Die Mode in Grau, Weiss und Schwarz vereint sich hier auf kongeniale Art und Weise mit der Architektur, die in denselben Farben daherkommt.

Theory, 8428 Melrose Place, Los Angeles



Die Farben Schwarz, Weiss und Grau dominieren im Laden von Theory.



Strickoptik trifft bei Dior auf Luxusobjekte.

Feminin Dior in Tokio

Die Architekten Abends erinnert der Flagshipstore von Christian Dior in Tokio an einen Eiswürfel. Der Laden mit einem Stern auf dem Dach wurde vom japanischen Architekturbüro Saana gebaut, das auch für das Rolex Learning Center an der EPFL in Lausanne verantwortlich zeichnet. Der Laden liegt in einer der aufregendsten Shoppingzonen der Welt.

Die Boutique Im Innern ist es überraschend gemütlich. Grautöne, viele Pastellfarben und eine Einrichtung im Boudoir-Stil verleihen dem Dior-Geschäft, das von Peter Marino eingerichtet wurde, eine weibliche Ausstrahlung. Besonders deutlich wird das in der Parfümabteilung, wo erleuchtete Wände mit Blumenmotiven die Kundinnen empfangen. Überall verstecken sich Kunstwerke, darunter eine Bank vom Skulpturenkünstler Terence Main.

Besonderheiten Ein wenig unpassend wirken die Stühle in Strickoptik, die an Do-it-yourself-Basteleien erinnern. Das ist typisch für japanische Luxusläden: Im Vergleich zu den Mutterhäusern in Europa spielen sie gerne mit einem Bruch und kommen nie klassisch daher.

Dior Omotesando, 5-9-11 Jingumae, Shibuya-ku, Tokio

Farbenfroh AP & CO in Zürich

Der Architekt: Alfredo Häberli ist nicht nur der bekannteste Schweizer Designer, er ist auch Shopgestalter. Für die Stofffirma Kvadrat richtete er Showrooms ein; für die Schuhmarke Camper verantwortet er unter anderem die Zürcher Filiale.

Die Boutique: Dort gibt es seit letztem Herbst ein weiteres Geschäft des in Zürich aufgewachsenen Argentiniers: das Herrengeschäft AP&CO, spezialisiert auf modebewusste Gentlemen. Häberli hat den 150m² grossen und 4 Meter hohen Standort einer ehemaligen Galerie in einen mehrstufigen Raum verwandelt.

Besonderheiten: Ebenerdig lassen sich auf einem türkisfarbigen Podium, das von Lampen erleuchtet wird, Accessoires und Designpreziosen entdecken. Rechts und links davon führen Treppen nach oben. Die Ware hängt an smaragdgrünen Garderoben; die Wände sind im Yves-Klein-Blau gestrichen. Am Ende der erhöhten Verkaufsfläche versteckt sich hinter einer Vorhangwand die Anprobe. Die Grün- und Blautöne machen das Geschäft zu einem Hingucker in der eher konservativen Einkaufszone.

AP & CO, Talstrasse 58, Zürich



Farbflächen machen das Geschäft AP & CO zum Hingucker.

Kunstvoll Louis Vuitton in Paris

Der Architekt Ob Chanel, Dior oder Valentino – der Amerikaner Peter Marino, der seit 1978 ein Büro in New York betreibt, ist der Mann für Luxus-Retail. Praktisch im Monatstakt eröffnet ein von ihm entworfenes Geschäft. Marino, der mit seinen Lederchilets, den trainierten Muskeln und dem Lederkäppi auch mit 63 Jahren noch aussieht, als habe er die Nacht in einschlägigen Clubs verbracht, passt mit seinem extrovertierten Äusseren auch besonders gut zur Modeszene.

Die Boutique In Paris ist er für die Gestaltung der Louis-Vuitton-Läden auf der Champs-Élysées und in der Avenue Montaigne verantwortlich. Während die kürzlich aufgefrischte Filiale an der Avenue Montaigne mit tiefen Sofas, Teppichen und Tischen aus Gold und Glas eher ein Luxushotel erinnert, ist der Laden an den Champs-Élysées ein Bekenntnis zum Logo der Marke.

Besonderheiten Hier stehen die Schuhe in einer halbkreisförmigen Trennwand, die aus den Kreisen des LV-Pattern besteht. Eine Lichtinstallation von James Turrell und ein «geheimer» Lift von Olafur Eliasson sind ein Bekenntnis zur Kunst des Modelabels, das regelmässig Ausstellungen sponsert.

Louis Vuitton, 101 Avenue des Champs-Élysées, Paris



Der Laden an den Champs-Élysées ist ein Bekenntnis zum Logo von Louis Vuitton.

Geometrisch

Pringle of Scotland in London

Die Architekten Für die Gestaltung seiner neuen Shops holte das schottische Stricklabel Pringle of Scotland Schweizer an Bord: Atelier Oi besteht aus den Architekten und Designern Aurel Aebi, Armand Louis und Patrick Reymond. Neben Möbeln und Häusern haben die Westschweizer auch Läden für Uhrenmarken entworfen.

Die Boutique Das ist auch Massimo Nicosia, Head of Design bei Pringle, aufgefallen. Mit dem Trio teilt der ehemalige Architekt den Geschmack für zurückhaltende Formen, die auch im neuen Flagshipstore in London zur Geltung kommen. Im Laden, der sich in einem viktorianischen Backsteingebäude befindet, wird die Strickstruktur der Mode durch geometrische Verstrebungen ins Räumliche umgesetzt.

Besonderheiten Die Metall-Haken, an denen die Kleider hängen, werden von sich überkreuzenden Trägern gehalten. Voller geradliniger Verstrebungen ist auch die Leuchte «Allegro», die Atelier Oi einst für Foscari entworfen hat und die im Interieur integriert wird. Im Raum dominieren hellbraune Töne, Stein und Holz, was wiederum auf die Natur der Marke anspielt.

Pringle of Scotland, 94 Mount Street, London



Stein- und Holzelemente spielen auf die Herkunft von Pringle of Scotland an.



Im ersten Shop von Victoria Beckham fühlt man sich wie im Kunstmuseum.

Museal Victoria Beckham in London

Die Architekten Für ihren Laden an der Dover Street hat Victoria Beckham das Londoner Team von Farshid Moussavi beauftragt. Dieses hat sich bisher keinen Namen im Storedesign gemacht, sondern arbeitet eher an Wohnungen und Kultureinrichtungen. Es ist Beckham hoch anzurechnen, dass sie für ihren ersten Shop nicht einen «kommerziellen» Architekten wie Peter Marino, sondern ein Büro gewählt hat, das Erfahrung mit Ausstellungsdesign hat.

Die Boutique Beckhams Zielgruppe wird hier sichtbar: Kunst-, Architektur- und Designaffine. Kein Wunder, fühlt man sich wie im Kunstmuseum.

Besonderheiten Sitzkörper und Einbauelemente aus Walnussholz laden shoppingmüde Männer zum Verweilen ein. Die Kleiderhaken hängen an Ketten, so werden die Entwürfe zu schwebenden Objekten. Grüne Glaselemente und Neonröhren sorgen für eine coole Atmosphäre. Dieser Laden beweist, dass es sich trotz Onlineshops lohnt, einkaufen zu gehen. Aber nur, wenn der Einkauf wie hier zum Kunsterlebnis wird.

Victoria Beckham, 36 Dover Street, London

Hölzern Bally in London

Der Architekt: Das Schweizer Accessoire-Label Bally gilt als Pionier des Shopdesigns: Schon in den 1920er-Jahren sorgten Gestalter wie Marcel Breuer und Robert Mallet-Stevens für das Ladeninterieur der Marke. Der britische Stararchitekt David Chipperfield, Kurator der Architekturbiennale 2012, liess sich für den neuen Flagshipstore an der Londoner Bond Street von den ehemaligen Designern inspirieren.

Die Boutique: Im Geschäft, eingeteilt in ein Untergeschoss für Männer, ein Erdgeschoss für Frauen und ein Obergeschoss für Einzelfertigungen, dominieren Regale aus Holz, wie sie auch Breuer eingesetzt hat.

Besonderheiten: Aus dem gleichen Material bestehen auch die Verkaufstische. Das warme Holz wird ergänzt von weinroten Schuhboxen, in denen Kunden die Artikel finden. Andere Schuhe stehen auf von hinten erleuchteten, weissen Aluminiumregalen. Ledersessel in Gelb oder Rosa ergänzen die warme Farbpalette. Graue Teppiche und eine Treppe aus grauem Valser Stein spielen auf die Heimat des Labels an.

Bally Flagshipstore, 45-46 New Bond Street, London



David Chipperfield liess sich für diesen Bally-Store von ehemaligen Architekten inspirieren.



10

Die bunten Turnschuhe wirken in der schlichten Einrichtung wie eine Kunstinstallation.

Zurückhaltend Rucoline in Rom

Der Architekt Der französische Stararchitekt Jean Nouvel, Erbauer von Hochhäusern in Katar, Hotels in Spanien und Museen wie dem Musée du quai Branly in Paris, richtet normalerweise mit der ganz grossen Kelle an. Umso erstaunlicher, dass sein Büro in Rom ein vergleichsweise winziges Interieurprojekt umgesetzt hat.

Die Boutique Für die italienische Turnschuhmarke Rucoline gestaltete Nouvel den kleinen Flagshipstore in der schicken Einkaufsstrasse Via del Babuino. Für Rucoline hat Nouvel auch schon die Stiefeletten-Kollektion «Pure» sowie die Tasche «Vrac» entworfen.

Besonderheiten Die zurückhaltende Einrichtung macht die bunten Schuhe zu unübersehbaren Protagonisten: Sie hängen von der Decke oder stecken einem Schwebestand gleich auf Metallstäben. Das alles wirkt wie eine Installation, in dem sich ein Künstler mit Turnschuhen ausgelebt hat. Das Interieur will irgendwie nicht ganz zu diesen mit Glitzersteinchen bestickten Sneakers passen. Andererseits ist der Gegensatz dieser Kooperation ganz charmant.

Rucoline Store, Via del Babuino 150/D, Rom