

NEUE IDEEN – NEUE WEGE

# VETRO100®



100% GLAS

100% DESIGN

100% VIELFALT

100% SICHERHEIT

Als Hersteller innovativer Boden- und Wandbeläge aus Glas und Granit ist Haigis & Schultz spezialisiert auf designorientierte Lösungen für den Laden- und Messebau.

Maykom Handels GmbH  
T +43 3532-3726  
F +43 3532-37264  
maykom@aon.at



Haigis & Schultz GmbH  
T +49-4751-9140-0  
F +49-4751-9140-30  
www.granit90.de

# Von Kopf bis Fuß

Mode Mühlbauer: Designerboutique eröffnet in Wiens Innenstadt

**Klaus und Marlies Mühlbauer – bislang auf Kopfbedeckungen konzentriert – definieren mit Mode Mühlbauer nun auch einen Bekleidungsstil, passend zu den Hüten. Das neue Geschäft soll als das Fachgeschäft für zeitgenössische Designermode für Damen und Herren in Wien etabliert werden.**

Text: Alexandra Schlömmer;  
Bilder: Hertha Hurnaus

Seit vier Generationen ist das traditionsreiche Unternehmen in Familienbesitz: 1903 von Julianna Mühlbauer im Wiener Vorort Floridsdorf als kleine Modisterei mit angeschlossenem Laden gegründet, gibt es Mühlbauer Hüte heute auf der ganzen Welt. Zu den renommiertesten Kunden des Hauses zählen u. a. 10 Corso Como (Mailand), Le Bon Marché (Paris), Harrods, Fenwick, Browns (London), Bergdorf Goodman, Takashimaya (New York), Isetan, Baycrew's, HP France (Tokio) und Holt Renfrew (Toronto). Mit der Idee, ein Modegeschäft zu eröffnen, sollten die bestehenden Verkaufsräumlichkeiten dem neu geschaffenen Image und Auftritt von Mühlbauer angeglichen werden. Vorrangiges Ziel der Bauherren war es, eine dem Hutladen in seinem Erscheinungsbild verwandte Präsentations- und Verkaufsfläche für Designermode zu schaffen.

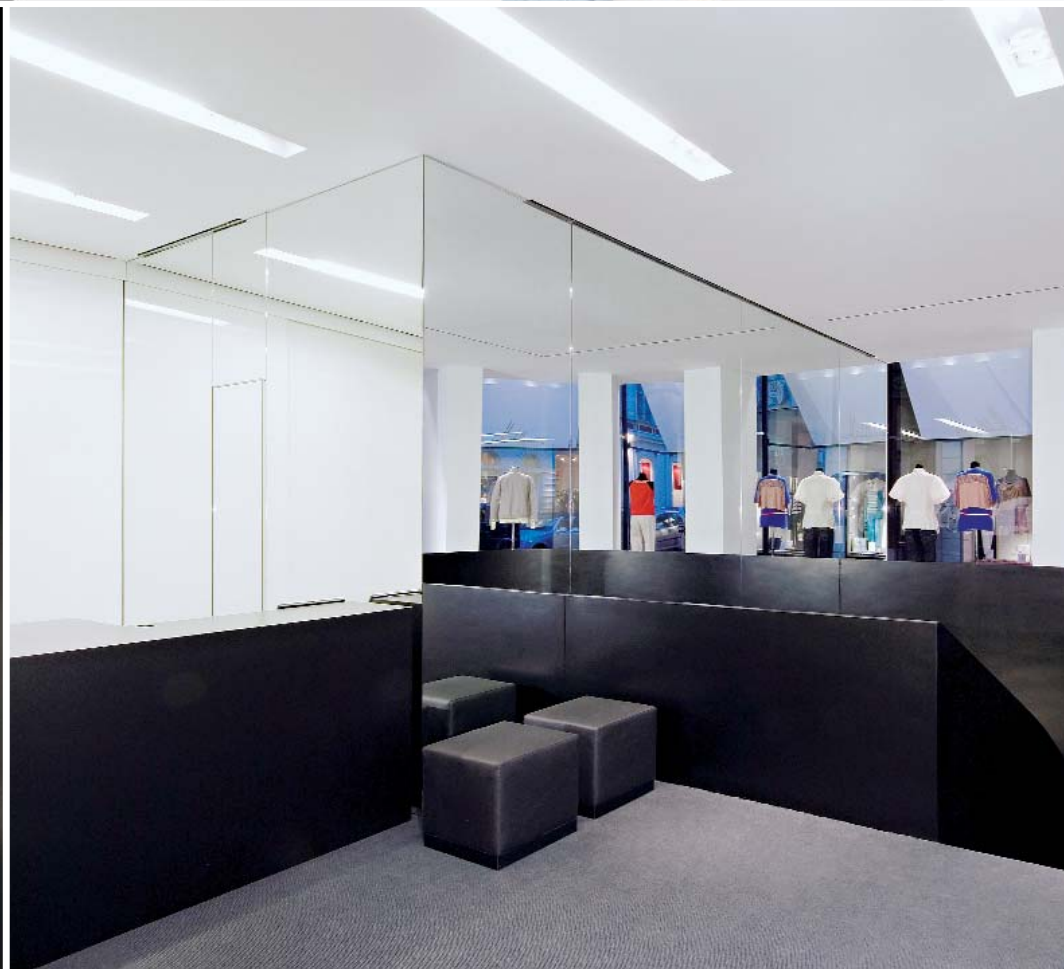
## Verbindende Balance

Wie beim Hutgeschäft auf der gegenüberliegenden Straßenseite, Seilergasse 10, wurde das deutsch-italienische Architekten-Duo Kühn Malvezzi mit der Planung des Shops beauftragt. Das Architektenteam stand vor der Herausforderung, eine Balance und Verbindung zwischen einem relativ kleinen Raum ebenerdig und einem großen Raum im Untergeschoß zu finden. Dies ist insofern gelungen, als das Erdgeschoß kompromisslos als reine Präsentationsfläche und Schauraum angelegt wurde, während die ›Garderobe‹, also Regale, Stangen mit Farb- und Größenvarianten der Modelle samt Umkleidemöglichkeiten im Untergeschoß untergebracht sind. Das Mode-Sortiment im neuen Designergeschäft lässt sich in vier Bereiche unterteilen: Kollektionsteile bereits etablierter Labels (Burlington, Vivienne Westwood, »»











Macintosh...) werden mit Newcomer-Labels (Kim Jones, Karen Walker, Jenny Dyer, Erotokritos...) selektiv aufeinander abgestimmt. Daneben schaffen traditionelle Basic-Kollektionen (John Smedley, Inis Meain, Edwin...) einen Ausgleich. Auch sogenannte ›Fair Fashion‹, sozial verträgliche Mode, nach ökologischen Maßstäben produziert, ist Teil des Sortiments (Loomstate, Misericordia).

## Schwarz/Weiß

Die Formgebung in den Mühlbauer-Farben Schwarz/Weiß glänzt durch Zurückgenommenenheit und lenkt nicht vom modischen Inhalt ab, vielmehr wird er dadurch unterstützt. Von der Schau- und Präsentationsfläche im Erdgeschoß führt eine großzügige Treppe als zentrales architektonisches Element in einen etwa 150 m<sup>2</sup> großen Verkaufsraum im Untergeschoß.

Der Künstler Tobias Pils ergänzt mit einem präzisen und lapidaren Eingriff auf der Decke Raum und Architektur. Das Beleuchtungskonzept ist einfach: Es gibt nur zwei Arten von Leuchtmittel – nämlich Leuchtstoffröhren und Niedervolt-Halogen-Strahler. Da große Teile des Ladens im Untergeschoß untergebracht sind, ist es wichtig, Tageslichtatmosphäre nach unten zu bringen. Zwar dringt Tageslicht durch

den großzügig angelegten Stiegenraum ins Untergeschoß, zusätzlich kommen jedoch auch tageslichtähnliche Leuchtstoffröhren zum Einsatz, und zwar auch als direkte Lichtquelle an der Decke. Damit die Kunden ungestört einkaufen können, wurden diese in Deckennischen gesetzt. Die Halogen-Strahler dienen als gerichtetes und atmosphärisches Licht zur Beleuchtung der Schaufenster und spezieller Blickpunkte im Laden – und sind ebenso in die Deckennischen eingebaut.

Spiegel stehen bei der Innenraumgestaltung im Vordergrund: Deren gezielter Einsatz ist eine Spezialität der beauftragten Architekten. In erster Linie erfüllen die Spiegel einen funktionellen Zweck – in einem Modeladen möchte man sich schließlich von allen Seiten bewundern können – andererseits erzielen sie auch eine räumliche Wirkung, um etwa ›fehlende‹ Räume optisch (illusionär) zu erschließen. Die Firmenfarben Schwarz und Weiß finden sich in der Möblierung, wie Regale, Pulte oder Hocker, wieder: Die Möbel sind aus MDF natur, das matt schwarz bzw. hochglänzend weiß lackiert wurde – glamouröser, edler Glanz von Weiß verbindet sich mit wohligem, warmen Schwarz. Im Erdgeschoß und auf der Treppe wurde ein fein gerippter, schwarzer Spannteppich von Armstrong verlegt: Ein sanfter, weicher

Eintritt in den Laden soll damit symbolisiert werden. Im Gegensatz dazu wurde im Souterrain ein schlichter Industrie-Nutzestrich verlegt, geschliffen und versiegelt. In seiner Rohheit bildet dieser einen Kontrast zu den glatten, lackierten Oberflächen der Möbel.

Das Konzept MODE Mühlbauer ist einfach: Es geht um Bekleidung mit besonderem Augenmerk auf Design und Qualität. Und Design und Qualität wird auch bei der Einrichtung des neuen Fachgeschäfts konsequent fortgesetzt. **S**

### facts Mode Mühlbauer, Wien

**Adresse:** Seilergasse 5, 1010 Wien  
**Bauherr:** Robert Mühlbauer GmbH  
**Architekt / Planer:**  
 Kühn Malvezzi Architekten  
**Bebaute Fläche:** 200 m<sup>2</sup>  
**Planungsbeginn:** 2005  
**Bauzeit:** 4 Monate  
**Fertigstellung:** April 2007

**Beteiligte Unternehmen:**  
**STASEK Licht u. Design GmbH:**  
 Lichtkonzept u. Leuchtenlieferung  
**Tischlerei Lugbauer:**  
 gesamte Tischlerarbeiten



# Willkommen in der Mac-Welt

Apple Shop-in-Shop in Berlin eröffnet

Ende Mai eröffnete im Berliner Europa-Center ein neuer Saturn Flagship Store, der auf sechs Etagen mit 10.000 m<sup>2</sup> die neuesten Techniktrends präsentiert und mit seinem Inhouse Kaffee zum gemütlichen Shoppen einlädt. In die Verkaufsfläche integriert wurde ein ›Apple Shop-in-Shop‹.

Text: Alexandra Schlömm; Bilder: Dula

Auf einer abgetrennten Ausstellungsfläche wird die Apple-Produktpalette auf grauem Teppich und auf den aus den ›großen‹ Apple Stores bekannten hellen Holztischen stilgerecht präsentiert. Planung, Produktion und Montage kamen dabei aus einer Hand: Ladenbauer Dula übernahm die Innenausstattung der Shop-in-Shop-Lösung mit dem Auftrag, das global einheitliche Konzept unter konsequenter Beachtung der Corporate Identity von Apple umzusetzen.

Zum Einsatz kamen vor allem die traditionellen Apple-Farben: Rückwände und Regale sind schwarz, das Apfel-Logo weiß – in diesem Stil sind auch die Apple-Verpackungen gestaltet. Das Apfel-Logo wird mit normalen Lichtleisten hinterleuchtet. Tische und Bar sind aus kanadischem Bergahorn gefertigt, wobei dafür Holz von drei oder vier unterschiedlichen Stämmen verwendet wird. Durch diese Bearbeitung entsteht ein rustikaler optischer Eindruck. Die umfangreiche Verkabelung des Shops liegt unter einem zwei Zentimeter hohen Spanplattenaufbau, der als Doppelboden fungiert. Darüber liegt ein schlichter Teppichboden, dessen Ränder mit einer schrägen Edelstahlchiene abgedeckt sind.

Neben diesem Shop-in-Shop existieren wesentlich größere Apple-Stores, etwa in London oder New York, mit Flächen zwischen 2.000 und 2.500 m<sup>2</sup>. Demnächst sollen auch weitere europäische Standorte erschlossen werden – unter anderem sind München und Mailand im Gespräch. Und alle werden nach demselben Muster eingerichtet: Die Aufgabe der großen Stores liegt für Apple nämlich nicht nur im Verkauf der Produkte, sondern vielmehr darin, eine möglichst breite Aufmerksamkeit zu erzielen. **S**



## facts Apple – Berlin, Berlin

**Adresse:** Europa-Center,  
Tauentzienstraße 9, 10789 Berlin  
**Bauherr:** Apple  
**Architekt/Planer:**  
Eight Inc., San Francisco (CA), USA  
**Ladenbau-Innenausstatter:**  
Dula-Weke & Co. GmbH  
**Nutzfläche:** 60 m<sup>2</sup>  
**Planungsbeginn:** 18. 4. 2007  
**Fertigstellung:** 24. 5. 2007







Heinz-Herbert Dustmann,  
Dula-Geschäftsführer

## Shop-in-Shop

Dula-Geschäftsführer Heinz-Herbert Dustmann erklärt im Interview, warum eine gelungene, Shop-in-Shop-Lösung nicht nur für Apple von Vorteil ist.

**shop style:** Welche Vorteile hat ein Shop-in-Shop-Konzept?

**Heinz-Herbert Dustmann** ► Für Hersteller wie Apple bietet eine eigene Verkaufsfläche auf kleinstem Raum größtmögliche Eigenständigkeit und eine Chance, sich im allgemeinen Verkaufsumfeld hervorzuheben.

Unternehmen haben die Möglichkeit, ihre Corporate Identity so umzusetzen wie sie möchten. Dazu kommen Vorteile in der Logistik, im Merchandising usw.

**shop style:** Warum sind Apple-Stores so schlicht eingerichtet? Woher kommt das, welche Firmenphilosophie steckt dahinter?

**H-H. D.** ► Eine möglichst schlichte Einrichtung ist die Idee von Apple. Wir kennen die Apple-Flagship-Stores von New York oder Los Angeles, die alle gleich aussehen und deren Schlichtheit prägnant ist. Einfache Holztische, auf denen die Ware präsentiert wird, lenken den Fokus ganz bewusst auf die Ware.

Apple verfolgt damit das Motto: »Die Ware wird im Geschäft präsentiert, gekauft wird zu Hause.« Dieser Purismus – Möbel nur als Rahmen für Produkte zu sehen – ist einer der aktuellen Trends im Ladenbau.

**shop style:** Ob Paris oder Passau, Wiesbaden oder Wien – Apple-Stores sehen überall gleich aus. Werden die Konzepte eins zu eins übernommen, oder an die jeweilige Umgebung angepasst?

**H-H. D.** ► Das grobe Konzept wird von Apple vorgegeben. Da sich aber die Geschäftsflächen von, einander unterscheiden, werden die Vorstellungen angepasst.

Wir haben zum Beispiel die Möbel speziell nach den Designvorgaben von Apple angefertigt.

**shop style:** Wir danken für das Gespräch!

## Systembaukasten für alle Bereiche

Egal ob Schuhe, Bücher oder Handys – die Ware sollte in jedem Geschäft in Szene gesetzt werden. Hierbei hilft der Systembaukasten von inoventi: Die Rund- und Vierkant-Aluminiumprofile des Baukastens sorgen zusammen mit den verschiedenfarbigen Flächenelementen aus Kunststoff, Holz oder Glas sowie umfangreichem Zubehör, wie Schutzkappen, Leuchten und Rollen, für unzählige Kombinationsmöglichkeiten.

Dank der Verbindungstechnik entfallen aufwendige Planungsarbeiten. Auch besondere technische Vorkenntnisse oder Spezialwerkzeug sind nicht erforderlich. Bei der Montage der Elemente werden die Verbindungsteile aufgesteckt und in die richtige Position geschoben. Dann bringt man das ausgewählte Zubehör an und klemmt die Verbindungen fest. Sobald sich die Anforderungen bezüglich Design, Funktion oder Baugröße ändern, lassen sich die Klemmverbindungen einfach lösen und die Konstruktion verändern.

inoventi  
T +49 212 38 313-0  
F +49 212 38 313-29  
info@inoventi.com, www.inoventi.com



## ‡ Monumentaler Auftritt

Die aufblasbaren Werbeträger des Wiener Unternehmens NO PROBLAIM garantieren unübersehbare Auftritte auf Messen und Events. Weithin sichtbar, prägnant und einzigartig sind die Inflatables Blickfang. Spezielle Messesysteme, wie InfoBars, Rückwände, hinterleuchtete Riesensäulen

und -bögen und Werbezelte wirken professionell und innovativ. Immer am neuesten Stand der Technik sind die Messtools sicher, kompakt und transportfreundlich verpackt und in einfachen Schritten aufzubauen. Die Inflatables bestehen aus hochwertigen, lichteichten und knitterfreien

Materialien und werden in speziellen Druckverfahren mit dem gewünschten Design versehen.

NO PROBLAIM Werbeträger GmbH  
T +43 1 370 9 370  
F +43 1 370 9 370-9  
info@noproblaim.at, www.noproblaim.at



## Konzept – Technik – Design

›Schweitzer – die Ladenmanufaktur‹ präsentierte auf der ›diegenuss‹ in Wels die Einrichtung des Café BLUM in Mainz. Edelste Materialien kamen hier zum Einsatz: Die Arbeitsplatte, Ausstellfläche und Taschenablage der Theke sind aus 20 mm Granit Nero Assoluto mit polierter Oberfläche und polierten Kanten. Das Highlight allerdings – neben der gewohnt perfekten Kühl- und Klimatechnik – bildet die Front der über 5,5 m langen Theke ›Conditronic SLK‹: Sie besteht aus Schwarzglas, und auch der 50 cm breite Rahmen der Regalwand mit integriertem Sichtkühlschrank für weitere Torten ist aus diesem Glas gefertigt.

Elegant stellt diese dunkle Einrichtung die Konditorei- und Bäckereiwaren in den Vordergrund. Unterstrichen wird dieser Effekt noch durch die versenkte Frontverglasung, welche ohne Beschläge den direkten Blick auf die Ware freigibt, ohne dabei auf den Kippmechanismus für eine einfache Reinigung zu verzichten.

SCHWEITZER LADENBAU  
Gesellschaft m.b.H. & Co KG  
T +43 (0)7242 238-0  
F +43 (0)7242 41077  
post@schweitzer.at, www.schweitzer.at



## + Lingerie in schöner Umgebung

Marlies Dekkers – bekannt für ihre selbst entworfene Lingerie, Bademode und Sonnenbrillen – hat in Maastricht und Paris neue Stores eröffnet. Vizona BV mit Sitz im niederländischen Ouderkerk a/d Amstel erhielt den Komplettauftrag für die Umsetzung der Entwürfe – von der technischen Konstruktion über die Produktion der Möbel bis hin zu deren Montage und dem Projektmanagement sämtlicher Generalunternehmer-Leistungen.

Das Gebäude in Maastricht steht teilweise unter Denkmalschutz und spiegelt nach einem intensiven Umbau die typische intime Marlies Dekkers Atmosphäre wider. Die Designerin selbst hat dort auch das Interieur – von den Möbeln bis zu den Tapeten – entworfen. Im Souterrain mit Originalgewölbe befindet sich ein Loungebereich mit offenem Kamin und drei großzügigen Ankleidekabinen. Um eine mit Spiegelementen verkleidete Säule wurde ein rotes Sofa platziert. Zusammen mit den Möbeln in rotem, weißem und schwarzem Lack entsteht so eine unverwechselbare Atmosphäre. Auch das Interieur in Paris trägt die Rokoko-Handschrift der nieder-

ländischen Lingerie-Designerin – ein offener Kamin, ein einladendes rundes Sofa sowie rote und schwarze Möbelemente, Spiegel und Kronleuchter. In Paris hat Marlies Dekkers ausschließlich rote und schwarze Lackierung gewählt.

In die mit weißem Kunstleder verkleideten Wandpaneele wurde das Visplay Mono 12 System integriert, die sich in den

optischen Gesamtauftritt gut einfügt. Beide Marlies-Dekkers-Stores zeichnen sich durch unverbaute Mittelräume aus, die den Kunden viel Bewegungsfreiheit lassen.

Vizona GmbH  
T +41 61 376 35-00  
F +41 61 376 35-01  
info@vizona.com, www.vizona.com



## Spaciges Outfit

Ein Messestand mit Kultcharakter wurde für ›O<sub>2</sub> alive power water‹ verwirklicht. Im Zentrum der Konstruktion steht eine Reihe von Rohren aus plexiglas®, die allesamt von Interlux stammen. In diesen Rohren sind O<sub>2</sub>-Flaschen unterschiedlich positioniert – einmal abgeschlossen im Inneren,

einmal ragen die Flaschen nach außen. Aufgefüllt sind die Rohre mit blau gefärbtem Wasser, Luftblasen sorgen für eine bewegte Optik. In aufwendigen Verfahren musste sichergestellt werden, dass das komplizierte System aus Plexiglas, Wasser und O<sub>2</sub>-Flaschen punktgenau funktioniert

und dabei absolut dicht ist. Da der Stand auch bei künftigen Messen zum Einsatz kommen soll, ist eine Erweiterung um ovale Wasserbecken bereits in Planung.

Interlux Hirsch GmbH  
T +43 7229 73021  
F +43 7229 73021-29  
info@interlux.at, www.interlux.at



## Aufblasbares für Michelin

Zur weltweit größten Messe der Bauindustrie ›Bauma 2007‹ präsentierte Michelin seinen Unternehmensbereich Erdbewegungsmaschinen.

Die Agentur Uniplan Live Communication konzipierte eine 200 m<sup>2</sup> große, doppelstöckige Präsentationsfläche. Highlights waren ein über dem Messestand angebrachter ›Heiligenschein‹ und eine halbrunde Balustrade mit Bedruckung, die vom Messebau-Zulieferer und Spezialisten für aufblasbare Elemente GEFA-FLUG realisiert wurden. Über dem Stand schwebte eine aufblasbare Röhre von acht Metern Durchmesser und 50 Zentimetern Dicke inkl. Sprinklernetz. Weiteres Element des Standes war die 1,6 Meter hohe und 17 Meter lange Balustrade.

Störende Geräusche durch die Kaltluftgebläse gab es nicht: Die Gebläse erreichen lediglich leise 43 Dezibel.



GEFA-FLUG GmbH  
T +49 241 88904-0  
F +49 241 88904-20  
vertrieb@gefa-flug.de, www.gefa-flug.de

## Licht auf allen Linien

Der Schweizer Leuchtenhersteller Ribag Licht AG entwickelt in Zusammenarbeit mit Designern hochwertige Lichtsysteme und Leuchten, die sich optimal in zeitgenössische Architektur einfügen.

Das Lichtsystem Tira bietet eine Auswahl an unterschiedlichen Leuchtentypen – wie Downlights, Fluoreszenzleuchten oder Strahlern – sowie Montageformen und überzeugt mit einer klaren Formsprache und hoher Materialqualität. Aufgrund des modularen Aufbaus des Lichtsystems und der frei kombinierbaren Komponenten eignet sich Tira für unterschiedliche Anwendungen: Tira lightline ist ein Leuchtenband, das mittels Diffusoren- und



Mikroprismen-Optiken sowie entblendeten BAP-Rastern vielfältige Lichtführungen ermöglicht. Die Tira-Pendelleuchte erzeugt eine angenehme Lichtstimmung durch direkt strahlende Halogen-Spots und indirektes Fluoreszenzlicht. Im Objektbereich rücken die Bigspiro-Strahler Produkte ins rechte Licht.

Ribag Licht AG  
T +41 62 737 90-10, F+41 62 737 90-18  
info@ribag-licht.com, www.ribag-licht.com

## Duftende Räume

Bei der Ladengestaltung sind nicht nur optische und akustische Signale verkaufsfördernd – auch angenehme Gerüche wirken sich positiv auf Verweildauer und Kaufbereitschaft der Kunden aus.

Der Fantasie im Umgang mit Düften sind kaum Grenzen gesetzt: Neben unzähligen in der Natur vorkommenden Düften, können Erlebniswelten mit Hilfe von Duftkompositionen und Fantasiedüften unterstützt werden. Auch gibt es die Möglichkeit, den Duft der Produkte für den speziellen Einsatz im Duftmarketing, zum Beispiel für einen starken Auftritt am POS, nachzubilden. Die Firma WEFL vertreibt



zudem ausgereifte und auf die jeweiligen Wirkstoffe optimal abgestimmte Geräte und Systeme zur Geruchsvernichtung-, Raumbeduftung und Duftmarketing. Die Geräte sind in und auf Wänden, abgehängten Decken, Zwischenwänden oder auch Möbel integrierbar und verteilen einen wohltuenden Geruch in die Raumluft.

WEFL- Umwelt-Energie-Technik  
T +43 676 9544246  
F +43 7487 6536  
info@wefl.at  
www.wefl.at

- Ladenbau-Design
- Ladenbau-Konzept
- Display
- Regalsysteme
- Kassentische
- Duftmarketing

Viel Erfolg!



**VRANA**  
Ladenbau GMBH

02745 / 28 28 · www.vrana.at



34

Stadion Center  
Wien



42

mood  
Wien



48

Deutsche Bank Q110  
Berlin



54

Leoben City Shopping  
Leoben



70

Mode Mühlbauer  
Wien





**EuroShop**  
The Global Retail Trade Fair  
Düsseldorf, Germany

23. - 27. 2. 2008 halle 12  
[www.shopnet.cc](http://www.shopnet.cc)

# tasteandstyle

trends in food and non-food retail

