



Schatzsuche in Ingolstadt

Eintauchen in eine andere Welt dürfen die Besucher des neuen Schmuckgeschäfts „Dreams of Jewel“ in Ingolstadt. Statt großzügiger Schaufenster trifft man hier auf blickdichte schwarze Wände, die nur durch eingelassene kubische Glasvitrinen – eine davon in Augenhöhe von Kindern – Einblick in den ebenfalls schwarz gehaltenen Innenraum erlauben. Der zentral platzierte Eingang gibt den Blick auf eine bewegte und synchron vertonte Großgrafik von etwa 2 x 3 m frei: Blaues Meer und vorbeifliegende Möwen werden akustisch bespielt mit Meeresrauschen und Möwenschreien.

Im Geschäft wird das Spiel um die Grotte und die Ausblicke in die Meereswelt konsequent fortgesetzt. Boden, Wände und Vitrinen sind mit durchgefärbtem schwarzen MDF belegt, polygonale Formen definieren den Raum und unterstützen den Grottencharakter. Ein Bodenband in Sandsteinoptik führt durch den Raum. Spiegel und Glas setzen Akzente. Die auf den rund 80 m² Verkaufsfläche präsentierten Schmuckstücke aus Silber und Edelstahl, aber auch Uhren und Modeschmuck wirken wie Schätze, die gesucht und gefunden werden dürfen. Thomas Schudmann, Geschäftsführer von „Dreams of Jewel“, setzt mit seiner Grotte einen deutlichen Kontrast zu der herkömmlichen Schmuckpräsentation. Das von der Konrad Knoblauch GmbH entwickelte und umgesetzte Ladenkonzept entführt die Kunden nun in eine andere, zauberhafte Welt.

Konrad Knoblauch GmbH

T +49 7544 95 300

F +49 7544 95 30 333

info@knoblauch.eu

www.knoblauch.eu



DOROTHEUM



Fotos: Umdasch Shop-Concept

Vom Geheimtipp zum Marktführer

Dorotheum Juwelier ist mit derzeit 28 Geschäften die führende Einzelhandelskette für Schmuck und Uhren in Österreich. Unter dem Namen Orex gilt das Unternehmen mit 54 Filialen auch als Marktführer in Ungarn. Bevorzugte Standorte für das Dorotheum sind beste Lagen in Einkaufsstrassen und Einkaufszentren, wobei jeweils Flächen um die 150 m² benötigt werden. In der Shopping City Süd (SCS) in Wien-Vösendorf hat nun eine neue, attraktive Filiale mit 250 m² Verkaufsfläche eröffnet. Für das neue Ladenbaukonzept zeichnet Umdasch Shop-Concept GmbH verantwortlich:

Durch Wandvitrinen und Schautische, wo die edlen Stücke punktgenau ins richtige Licht gesetzt sind, werden erstklassige Übersicht und einfache Orientierung gewährleistet. Preis und Wertigkeit der einzelnen Exponate werden unterschwellig aber enorm wirksam durch den unterschiedlichen Warendruck kommuniziert. Dass weniger Artikel pro Vitrine auf einen höheren Wert der einzelnen Exponate schließen lassen, versteht sich sozusagen von selbst. Die Präsentation hinter Glas signalisiert gleichzeitig den Anspruch auf Bedienung. Hauptzielgruppe von Dorotheum Juwelier ist die Frau ab etwa 30. Auf diese ist nicht nur das Sortiment, sondern auch das Verkaufskonzept und das Preisschema zugeschnitten. Denn dank des moderaten Kalkulationsschemas können hochwertiger Schmuck mit hohem Goldanteil sowie Uhren, jeweils ausgewählter Marken sowie Eigenmarken, zu attraktiven Preisen angeboten werden. Mit dieser Strategie ist das 2001 privatisierte Dorotheum, das zuvor vor allem als Pfandleihanstalt und Auktionshaus bekannt war, heute die erste Adresse für Schmuck und Uhren und hat sich, so Karin Stano, Bereichsleiterin für den Handel, „vom Geheimtipp zum Marktführer entwickelt“. Serviceleistungen aus dem Bereich Auktion sind nach wie vor ein je nach Standort bzw. Filiale unterschiedlich wichtiger Bestandteil des Geschäftes. Vom guten Ruf des Auktionshauses profitiert auch der Unternehmenszweig Juwelier, denn das Vertrauen der Kunden in die Qualität und den Wert der Schmuckstücke und Uhren ist groß. Bei aller Transparenz gibt es aber auch ein paar Geheimnisse, die nicht verraten werden, etwa wie die Hitzeentwicklung in den Vitrinen in Grenzen gehalten wird, oder wie das Sicherheitssystem bei Vitrinen- und Korpustüren funktioniert ...



Umdasch Shop-Concept GmbH, Amstetten

T +43 7472 605-0

F +43 7472 605-3722

usca@umdasch.com

www.umdasch-shop-concept.com

Hochwertig präsentiert

Hier hält man sich gerne länger auf. In der Mittelstraße 27 in Köln präsentiert sich die Traditionsmarke Basler aus Goldbach zu ihrem 75. Jubiläum begehrlischer denn je. Der rund 150 m² große Flagship-Store, der von dem mehrfach ausgezeichneten Architektur- und Designbüro Blocher Blocher Partners aus Stuttgart entwickelt und von der Vizona GmbH aus Weil am Rhein beispielhaft realisiert wurde, bietet einen visionären Vorgeschmack auf den Imagewandel des ehrgeizigen Damenmodeunternehmens. Warme, elegante Farben und wohl akzentuierte „fascination points“ stehen in reizvollem Kontrast zu der für Basler typischen Farbigkeit. Das durchdachte Anordnungsprinzip der Farben lenkt die Aufmerksamkeit der Kunden intuitiv auf die modischen Highlights. Komponenten aus weißem Holz, Hochglanz-Elementen, einem schieferähnlichen hellen Grau und bronziertem Glas visualisieren die hochwertige Welt des Damenmoden-Herstellers. Edle Naturfasertapeten und ein perforierter wellenförmiger Paravent bringen einen Hauch von unaufdringlichem Luxus an den Point of Sale. Glamour und Coolness verdichten sich zusammen mit dem gemütlichen Lounge-Ensemble zu einer Szenerie, in der sich nicht nur shoppen, sondern der Einkauf auch entspannt genießen lässt.

Vizona GmbH

T +49 7621 7700 3000

F +49 7621 7700 3001

info@vizona.com

www.vizona.com



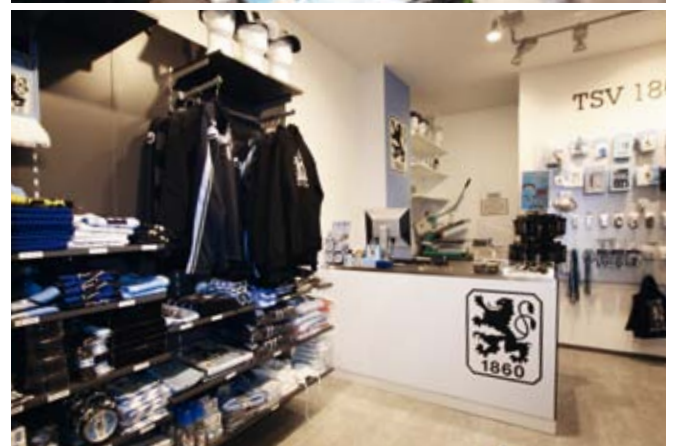


Die neuen Löwen kommen!

Am 29. August 2011 startete in der Orlandostraße in München der Umbau des Fanshops von TSV 1860. Der alteingesessene Münchner Sportverein mit dem Löwen im Wappen positioniert sich damit nicht nur im deutschen Profifußball, sondern auch am berühmten Altmünchner „Platzl“. Die gesamte Konzeption und Einrichtung des Geschäfts übernahm die ebenfalls in München ansässige Design- und Planungsagentur Heckhaus. Im Vordergrund stand die klare Aufteilung der Verkaufsfläche und eine optimierte Präsentation der TSV-1860-Fanartikel.

Die Herausforderung, mindestens 300 Fanartikel in dem nur 26 m² großen Verkaufsraum perfekt in Szene zu setzen, gelang hier durch die konsequente Umsetzung eines klaren, aber einprägsamen Warenbildes: Neben der kompletten Renovierung realisierten die Planer die Gestaltung einer neutralen und farblich zurückhaltenden Wand, die nun alle Fanartikel präsentieren kann. Für einen stimmungsvollen Auftritt sorgt eine Lichtschiene, die Trikots, Hosen, Schals und vieles mehr effektiv beleuchtet. Dank dem neuen Leuchtschild und der passenden Markise hebt sich der TSV-1860-Fanshop nun aus der historischen Häuserreihe hervor und zeigt sich als wahrer Blickfang.

Die Wiedereröffnung fand nach nur einwöchiger Umbauphase am 5. September 2011 statt. Nicht nur „Löwen-Fans“, sondern auch Passanten sind vom einladenden Design des Fanshops begeistert. Mit dem neuen Konzept steigern die Storedesigner von Heckhaus so auch die Anziehungskraft und Aufmerksamkeit für den TSV 1860 München. Denn, ob Ladeneinrichtung, Showroom oder Shop-in-Shop-System, bei der erfolgreichen Realisierung von Marken geht es Heckhaus nicht nur um ein „sexy Design“, mit einer klaren Beratung und der unkomplizierten Umsetzung, sondern auch um die richtige Mischung aus strategischer Kompetenz und außergewöhnlicher Gestaltung. Die Design- und Planungsagentur aus München sorgt mit dem richtigen Gespür für aktuelle Strömungen für beste Designlösungen. Dabei verlieren sie nie den Blick für das große Ganze und stehen mit einem Team aus Designern, Architekten und Strategen für durchgängig hohe Designqualität und damit auch für den Erfolg der Marke.



HECKHAUS

T +49 89 622 717-30
F +49 89 622 717-39
info@heckhaus.de
www.heckhaus.de



Der Verkaufsraums dieses Schuhgeschäfts einer kleinen Handelskette ist schlauchartig geformt und bot dem Kundenaugen keinerlei Halt. Einfachste Mittel wie die mit Spiegel und Holzflächen verkleideten Säulen, Mittelraummöbel sowie eine ausgeklügelte Wegeföhrung mit Barrieren sorgen dafür, dass der Kunde in das Innere gezogen wird und nicht mehr das Gefühl hat, am Ende des schlauchartigen Raumes müsse er an die Decke stoßen.

Ladenbau ist Vertrauenssache

Je intensiver Schuhe als Fashion-Accessoire im Modehandel verkauft werden, desto wichtiger ist es für den Schuhfachhandel, sich zu positionieren. Eine echte Maßarbeit. „Am Anfang steht die Aufgabe, den Händler und seine Bedürfnisse zu verstehen“, erklärt Ing. Bernd Sallmutter. „Erst wenn ich die Wünsche und Ziele, aber auch die individuellen Herausforderungen verstanden habe, vor denen das Schuhhaus steht, kann ich über die Planung nachdenken“, weiß der Geschäftsföhrer der Wiener Wanzl Shop Solutions aus jahrelanger Erfahrung.

Planung – das bedeutet in der Praxis ein weites Feld: Oft besteht die Aufgabe zunächst darin, in einem Briefinggespräch mit der Bauherrenschaft und ihren Architekten die Planung so genau kennenzulernen, dass diese optimal umgesetzt werden kann. Bei einem anderen Schuhhändler müssen die bestehenden Räumlichkeiten besichtigt, bauliche Veränderungen im Innenraum und Fassadenbereich geklärt und eventuelle Genehmigungen eingeholt werden, bevor eine funktionale 2D- und eine anschauliche 3D-Planung erstellt werden können.

„Ladenbau ist Vertrauenssache und in der heutigen Zeit eine gewichtige Investition für jedes Handelshaus“, so Sallmutter. „Daher haben wir bei Wanzl Shop Solutions schon in diesem frühen Stadium die Kosten genau im Blick. Wertigkeit hat ihren Preis – keine Frage, und ein Schuhfachhandelshaus sollte nicht wie ein Discounter aussehen. Aber nicht jedes wertige Material muss teuer sein. Oft können kostspielige Materialien ersetzt oder einfach günstiger eingekauft werden“, zeigt der Wiener die Vorteile einer zielsicheren Planung auf.

Nach der Planung folgt das Projekt-Management. Dieses sorgt für einen reibungslosen und termintreuen Zeitablauf, einen ressourcensparenden Einkauf und eine optimale Koordinierung der Gewerke auf der Baustelle. Im Klartext bedeutet dies: alle Beteiligten haben einen zentralen Ansprechpartner. Dieser ist verantwortlich für den Fortgang auf der Baustelle. Aufgrund der hohen Verantwortung, die damit bei einer Person liegt, setzt Wanzl Shop Solutions ausschließlich Projektmanager ein, die eine fundierte bautechnische Ausbildung vorweisen können. Und sie müssen bereits jahrelange Erfahrung im Management einer Baustelle haben. „Dies ist selbstverständlich“, erklärt Bernd Sallmutter. „Wir gehen aber noch einen Schritt weiter: Den Bau eines Schuhgeschäftes leiten bei uns jene Projektmanager, die im Fashion- und Schuhsegment gezeigt haben, dass sie sich mit der Branche und ihren spezifischen Gegebenheiten auskennen.“

Diese Herangehensweise sichert ein Höchstmaß an Kundenzufriedenheit. Denn man sollte nicht vergessen: Auch wenn Ladenbauer industriell gefertigte Möbel und Bau- und Gestaltungselemente einsetzen, handelt es sich immer noch um eine handwerkliche Tätigkeit – sprich: eine Maßarbeit, an der verschiedene Gewerke beteiligt sind.

Wanzl Shop Solutions hat daher Prozesse aufgesetzt und jahrelang in der Praxis erprobt, die Fehlerquellen konsequent ausmerzen und bei der schon in der industriellen Produktion darauf geachtet wird, dass der handwerkliche Arbeitsanteil auf der Baustelle überschaubar bleibt. Das kann nur ein Ladenbauer anbieten, der im Konzern über eine eigene Fertigung für Holz, Kunststoff und Metall verfügt und zugleich seit Jahrzehnten vertrauensvoll mit seinen Lieferanten zusammenarbeitet.



Ein Fachgeschäft für Damenschuhe in einer kleinen Gemeinde im Einzugsbereich einer Großstadt, dessen Räume extrem verwinkelt und kleinfächig sind, hat auch im 21. Jahrhundert noch eine Chance. Dank eines einmaligen Designs aus Warenpräsentern mit französischen Liebesbriefen, einer aufgeräumten hochwertigen Präsentation und Verweilbereichen statt zusätzlicher Verkaufsfläche konnten die Eigentümer den Umsatz ihres einzigen Geschäfts massiv steigern.

Wanzl Shop Solutions Ges.m.b.H.

T +43 1 616 25 46
 F +43 1 616 25 46-20
 info@wanzl-wss.at
 www.wanzl-wss.at

www.shopstyle.at

NO PROBLAIM

Aufblasbare Werbeträger

www.noproblaim.at



Spektakulär
 Flämmler ca. 9,5 m

„Geht nicht gibt's nicht!“
 NO PROBLAIM setzt
 ALLES aufblasbar um!
 Ein Beispiel:
 aufblasbares Kunstwerk
 von Gunter Damisch für
 „AirWorks – Kunst für
 einen Tag“.
Inflate your ideas!

riesig • unübersehbar • innovativ • aufblasbar
 2111 Tresdorf / Wien, Schuster-Straße 4
 info@noproblaim.at • Tel +43 (0)2262 64 65 00

Mode am Parkett

Jeans werden schöner, je öfter man sie trägt. Auch Parkettböden werden bei richtiger Pflege mit der Zeit immer schöner. So kam in Düsseldorf beim deutschlandweit größten Flagship Store des türkischen Modeunternehmens Mavi Parkett von HARO zum Einsatz. Von den Nehmerqualitäten des Markenparkettbodens hatte sich Objekteur GPlan Laden- und Innenausbau GmbH bereits bei den Telekom@-Läden überzeugen können. Den Laufsteg für die Kollektionen des bekannten Modelabels aus der Türkei bilden 285 Quadratmeter der „kleinen“ Landhausdiele HARO Parkett 4000 „Toscana“ in der gefragten Holzart Bernsteineiche und der besonders strapazierfähigen Oberfläche Permadur matt. Durch ihre handlichen Abmessungen von 120 x 1.000 mm lässt sich die Landhausdiele nicht nur einfach und schnell verlegen, sondern ist auch flexibel im Einsatz in unterschiedlich großen Räumen.

Hamberger Flooring Austria GmbH

T +43 1 799 0 333-0
F +43 1 799 0 333-50
info@haro-parkett.at
www.haro-parkett.at



Hohe Ästhetik garantiert

Im Zuge einer österreichweiten Tour präsentierte INKU am 21. September seine aktuellen Melan- und Parkettkollektionen sowie ein neues Heimtextilensortiment in der Zentrale Wr. Neudorf. Vielfältige Inspirationen für eine gelungene Bodengestaltung boten u. a. die neuen Melan-Kollektionen INKU Deluxe und INKU Classic: Die Deluxe-Böden überzeugen mit extravaganter Dimension und einer herausragenden Oberflächenoptik. Das extrem gebrauchsfähige Produkt erfüllt in 32 verschiedenen Ausführungen sowohl qualitativ und funktional als auch ästhetisch die höchsten Ansprüche.

Die 75 Dekore der INKU-Classic-Melanböden verteilen sich auf die beiden Produktlinien „Premium“ und „Twen“. Mit seinen verschiedenen Varianten bildet Premium das Fundament der Classic-Melankollektion und wird auch den wachsenden Anforderungen im Objekt gerecht: Denn die 11 mm starke Melandiele in 8 Dekoren ist in Nutzungsklasse 33 eingestuft und garantiert langfristig Qualität, im gewerblichen Bereich für fünf und im Wohnbereich für bis zu 25 Jahre.

INKU

T +43 2236 6701-0
info-inku@inku.at
www.inku.at



alles aus einer hand:



- : design, projekt management, gu
- : fairer partner von topbrands und mittelstand
- : individueller ladenbau, möbel, innenausbau
- : internationales sourcing, eigene fertigung



wanzl shop
solutions

1230 Wien · Deutschstraße 12
Tel.: +43 (0) 1/616 25 46-0
www.wanzl-wss.at

So energieeffizient kann ein Aufzug sein...

Damit in öffentlichen Bereichen – in Einkaufszentren ebenso wie in mehrstöckigen Einzelhandelsgeschäften – alle Ebenen barrierefrei zugänglich sind, gehören Aufzüge seit Jahren zur Grundausstattung. Herkömmliche Hydraulik- oder Seilauflüge machen dabei etwa 2 bis 10 Prozent des gesamten Energiebedarfs eines Gebäudes aus. shopstyle sprach mit Ing. Günter Baca, dem Leiter von Marketing & Unternehmenskommunikation bei der Kone Aktiengesellschaft, wie sich mit Aufzügen Energie und Kosten sparen lassen:

shopstyle: Die Möglichkeit, mit einem Aufzug Kosten zu sparen, klingt verlockend. Mit dem KONE-EcoDisc®-Antrieb kann der Energiebedarf sogar um bis zu 70 Prozent reduziert werden. Wie ist das möglich?

Ing. Günter Baca: Beim KONE-EcoDisc®-Antriebssystem wurde bewusst alles weggelassen, was keinen Beitrag zur Effizienz leistet. Im Einzelnen bedeutet das: Es gibt kein Energie vernichtendes Getriebe, es gibt deshalb auch kein Getriebeöl, und es gibt auch nur einen einzigen bewegten Teil.

shopstyle: Wie kann man sich das vorstellen?

Ing. Günter Baca: Ich fürchte, das wird ein wenig technisch: Der Rotor des EcoDisc®-Motors ist gleichzeitig die Treibscheibe. Diese wird direkt elektronisch angesteuert, wodurch auf ein Reduktionsgetriebe verzichtet werden kann. Gleichzeitig ist die Umdrehungszahl rund 11-mal geringer, was wiederum die Lebensdauer des Motors verlängert. Schließlich ist seine Zuverlässigkeit enorm hoch, denn je weniger bewegte Teile und je geringer die Umdrehungszahl, desto weniger kann kaputt gehen.

Darüber hinaus kann der EcoDisc in bestimmten Situationen auch Strom erzeugen. Der Motor macht dann aus Bremsenergie nutzbaren Strom, der für die Beleuchtung oder den Betrieb des Aufzugs verwendet werden kann. Die nicht eingesetzte Energie steht als Grundlast für das Bauwerk zur Verfügung. Damit sinkt der Energieverbrauch des Gebäudes. Vor allem in höheren Gebäuden wird diese Technik seit Längerem erfolgreich eingesetzt.

shopstyle: Was versteht KONE unter Triple A?

Ing. Günter Baca: Aufzüge sind Kraftfahrzeuge und benötigen Strom zum Fahren. Aber anders als alle anderen Fahrzeuge braucht der Aufzug auch Strom, wenn er still steht. Unsere Untersuchungen haben gezeigt, dass die Energiemenge im Stillstand sogar die des Fahrstroms übersteigen kann. Unter Triple A verstehen wir, dass der Aufzug

sowohl bei der Messung des Fahrstromes als auch beim Stillstandsverbrauch und somit insgesamt der besten Energieeffizienzklasse entspricht. Diese höchsten Ansprüche hat der TÜV Österreich KONE für seinen MonoSpace® attestiert. Sogar in kleinen Wohnhäusern, wo regenerative Antriebe – aufgrund geringer Fahrtenzahlen – nicht effektiv sind.

shopstyle: Ein Umstieg wäre also empfehlenswert. Womit muss ich als Betreiber rechnen, wenn ich mich für einen Umbau entscheide? Wie aufwendig ist eine Umrüstung, und wann haben sich die Kosten amortisiert?

Ing. Günter Baca: Sie haben recht. Natürlich geht es hier nicht um das Zertifikat. Am überzeugendsten ist die Sprache des Geldes. Bei einer jüngst durchgeführten Aufzugsmodernisierung in der Shopping City Süd – Österreichs größtem Shopping-Center – wird über die prognostizierte Lebensdauer der Anlage – alleine durch die Stromersparnis – ein Betrag eingespart, der geeignet ist, einen eventuellen Nachfolger dieses Aufzuges fast zur Gänze zu finanzieren.

shopstyle: Können auch Fahranlagen anderer Hersteller umgerüstet werden?

Ing. Günter Baca: Das soeben erwähnte Beispiel ist der Beweis, dass wir über das nötige Know-how verfügen. Es handelt sich hierbei um ein Fremdfabrikat.

shopstyle: KONE investiert viel in Forschung und Entwicklung. Das aktuelle Modell ist also in wenigen Jahren nicht mehr up to date. Kann jederzeit nachgerüstet werden?

Ing. Günter Baca: Man kann nie früh genug beginnen, Energie zu sparen. So gesehen ist jetzt der Zeitpunkt zu handeln ideal. Selbstverständlich wird bei unseren Entwicklungen auf Nachhaltigkeit geachtet, eine Nachrüstung wird immer möglich sein.

shopstyle: KONE ist weltweit in über 40 Ländern vertreten. Zu den jüngsten Shop-Refen-



© Andi Bruckner

renzen in Österreich zählen das Donauzentrum, „21 forever“, Peek & Cloppenburg/Kärntner Straße und der Salamander Flagship Store in Wien, aber auch der Merkur-Markt in Innsbruck und STILWERK im Jean Nouvel Tower, ebenfalls in Wien. Bei Salamander wurde der Aufzug nachträglich eingebaut, im Nouvel Tower und in der Erweiterung des Donauzentrums war er von Anfang an Teil der Planung. Können Sie die unterschiedlichen Herausforderungen der beiden Projekte kurz beschreiben?

Ing. Günter Baca: So unterschiedlich die Anforderung in manchen Details dieser Projekte sein mögen, die alte Kaufmannsweisheit „Im Einkauf liegt der Gewinn“ hat an Aktualität nicht verloren. Im Gegenteil. Im zunehmend härteren Preis-Wettbewerb gewinnt das Instrument der Kostenoptimierung an Bedeutung. So gesehen beschränken sich die Unterschiede auf die äußeren Designelemente. Gemeinsam aber sind die „inneren Werte“. Schließlich müssen sich auch Aufzüge rechnen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Da fährt auch die Umwelt gut

Rolltreppen sind Kraftfahrzeuge. Rolltreppen sind langlebig. Da ist es nicht egal, welche Sie auswählen. Sie bestimmen damit wesentlich die Entwicklung Ihrer Energiekosten und die Auswirkungen auf unsere Umwelt.

Ihre Entscheidung heute, hat auch in Jahrzehnten noch Bedeutung. Mit KONE Rolltreppen treffen Sie mit Sicherheit die richtige Entscheidung:

Jetzt können Sie mit KONE Eco-Packs bei neuen und modernisierten Rolltreppen bis zu 22% (kWh/Jahr) sparen ... mit weiteren ökoefizienten Optionen sogar noch mehr.

www.kone.at

ENERGIE EINSPARUNG MIT KONE ECO-PACKS

KONE ECO-PACK 1	KONE ECO-PACK 2
16,9%	22,2%
Energie-Ersparnis kWh/Jahr und kg CO ₂ /Jahr	Energie-Ersparnis kWh/Jahr und kg CO ₂ /Jahr

Maßgeschneiderte Transportlösung

Aufzüge sind nicht nur die bequemste Art, barrierefrei von einem Stockwerk ins nächste zu gelangen, sie werden immer mehr auch als Designelement moderner Architektur inszeniert. shopstyle sprach mit Ing. Gerhard Perschy, Sales und Marketing Director der Schindler-Österreich-Gruppe, worauf es bei einem modernen Aufzug ankommt:

shopstyle: Welche Designs und speziellen Tools sind zur Zeit besonders gefragt?

Ing. Gerhard Perschy: Wir bieten vielfältige Standard- und auch kundenspezifische Designvarianten an. Dabei reicht die Palette von standardisierten und trotzdem flexiblen Aufzügen über farbige lackierte Glaskabinen, bis hin zu komplett an das Design des Gebäudes angepasste Aufzüge. Damit sich die Passagiere ausgesprochen wohl fühlen, berücksichtigen wir auch biomorphe Gestaltungsrichtlinien. Im Bereich der Tools spielt besonders für größere Gebäude die Einbindung in die Sicherheitstechnik eine signifikante Rolle. Ein intelligentes Verkehrsmanagementsystem erlaubt durch individuell programmierbare Zutrittskarten, bestimmten Personen zu bestimmten Zeiten den Zutritt zu bestimmten Stockwerken. Ein richtungsweisender Trend sind natürlich auch möglichst energieeffiziente Aufzüge.

shopstyle: Wie lässt sich mit einem Aufzug Energie sparen?

Ing. Gerhard Perschy: Wichtig sind intelligente, ausgereifte Produkte, bei denen alle Bestandteile harmonisch zusammenspielen und perfekt aufeinander abgestimmt sind. Ein optimierter Energieverbrauch, umweltbewusster Materialeinsatz in der Produktion, einfache Planung, schnelle Installation und eine durchdachte Wartungssystematik überzeugen Planer wie Betreiber gleichermaßen.

3/4 der ökologischen Gesamtlast fallen im Schnitt auf die Betriebsphase. Daraus folgt, dass hier die meisten Einsparungen erzielt werden können, etwa durch energieeffiziente Antriebe, Steuerungsoptimierungen, low consumption Bauteile, energiesparende LED-Beleuchtungen, automatische Kabinenlichtreduktion im Standby Betrieb und leichte Bauweisen – denn je geringer das Eigengewicht der Kabine ist, desto weniger Energie wird für jede Fahrt benötigt. Ein geringerer Energieverbrauch spart Rohstoffe und dies wirkt sich positiv auf unsere Umwelt aus.

shopstyle: Wer einen Aufzug besteigt, erwartet ein hohes Maß an Komfort und Sicherheit. Können Sie die aktuellen Sicherheitsbestimmungen kurz skizzieren und erläutern?

Ing. Gerhard Perschy: In Österreich muss jeder Aufzug den aktuellen Richtlinien und gesetzlichen Normen entsprechen, damit er in Verkehr gebracht werden darf. Die CE-Kennzeichnung (Konformitätserklärung), die gut sichtbar in den Aufzügen angebracht werden muss, bestätigt, dass das betreffende Produkt die grundlegenden Sicherheitsanforderungen aller relevanten EU-Richtlinien erfüllt.

Obwohl Aufzüge zu den sichersten Verkehrsmitteln überhaupt zählen, entsprechen ältere Anlagen oft nicht den heutigen Sicherheitsstandards. Das birgt Gefahren für Benutzer/innen und Betreiber/innen. Die EN 81-80 (SNEL - Safety Norm for Existing Lifts) ist eine europäische Sicherheitsnorm für bestehende Aufzüge, welche Gefährdungspunkte auflistet. Die ÖNORM B 2454-1 regelt die Umsetzung der EN 81-80 in Österreich. Sie konkretisiert die Prüfliste, die zeitlichen Vorgaben für die vom Baujahr abhängigen Sicherheitsüberprüfungen und die Durchführung der Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit in Abhängigkeit der Risikostufen. Die genauen gesetzlichen Bestimmungen und deren Umsetzung sind abhängig von den entsprechenden Landesgesetzen. Detailinformationen dazu erhalten Sie auch auf unserer Webseite oder bei einem unserer Kundenberater.



Der 23 m hohe Eisfall im Herzen des Stadion Center in Wien ist eine weltweit einzigartige Attraktion. Das ganze Jahr über werden die beiden Lifttürme mit einer dicken, in unterschiedlichen Farben glitzernden Eisschicht ummantelt.



Herr Ing. Gerhard Perschy - Sales und Marketing Director der Schindler Österreich Gruppe

shopstyle: Was empfehlen Sie, um mit möglichst geringem zeitlichen und finanziellen Aufwand diese gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen?

Ing. Gerhard Perschy: Durch eine ganzheitliche Betrachtung der Aufzugsanlage und der Umsetzung der im Prüfbericht angeführten Maßnahmen sollte gemeinsam mit dem Kunden ein optimales Modernisierungspaket erarbeitet werden. Mit dem Schindler 6200 kann die Aufzugskabine beispielsweise Millimeter genau angepasst werden. Bereits vorhandene, aufwändig zu montierende Komponenten wie Führungsschienen, Gegengewichte oder Schachttüren können weiter genutzt werden. Das spart Zeit und Geld.

shopstyle: Welche Vorteile bietet eine Modernisierung außerdem?

Ing. Gerhard Perschy: Eine professionelle Modernisierung erhöht das Sicherheitsniveau, trägt somit zur Unfallverhütung bei und der Betreiber ist besser gegen allfällige Haftungsrisiken geschützt. Die Verringerung der Reparaturkosten, eine höhere Verfügbarkeit und der erhöhte Fahrkomfort durch sanfteres Abbremsen sind weitere Vorteile. Modernisierte Aufzugsanlagen punkten außerdem mit energiesparender Stand-by-Funktion für Türen und Beleuchtung, LED-Kabinenbeleuchtungen welche länger halten und weniger Energie verbrauchen als Halogenleuchten, getriebe-lose Antriebstechnologie, weniger Energieverbrauch, modernes Kabinendesign und nicht zuletzt mit einer Wertsteigerung der Immobilie.

Vielen Dank für das Gespräch!



Ihr Aufzug gibt alles. Und wir alles für ihn.

Noch nie war Mobilität so selbstverständlich wie heute. Denn Züge, Flugzeuge und Autos werden regelmäßig und umfassend gewartet. Vertikale Mobilität ist ebenso selbstverständlich. Aufzüge und Fahrtreppen von Schindler transportieren täglich 900 Millionen Menschen weltweit. Dabei gilt hier auch: Sicherer und reibungsloser Betrieb kann nur durch regelmäßige und vor allem fachkundige Wartung gewährleistet werden. Am besten von Schindler - einem weltweit führenden Aufzugsunternehmen mit mehr als 130 Jahren Erfahrung.



Sicherheit mit Durchzugskraft

Ob Sanierung oder Neubau, Brandschutz ist ein heißes Thema für den Retailbereich und mit zahlreichen Auflagen verbunden, die je nach Bundesland unterschiedlichen Gesetzen unterliegen: So gelten für den Handel zwar bundesweit die Gewerbeordnung sowie die Arbeitnehmerschutz – und Arbeitsstättenverordnung, die Bau- und Bautechnikgesetze divergieren dagegen je nach Bundesland.

In einigen Bundesländern wurden die Richtlinien des Österreichischen Instituts für Bautechnik (OIB) bereits in die Bautechnikverordnungen übernommen und brachten u. a. auch wesentliche Änderungen bei der Fluchtwegekonzeption von Einkaufszentren. Bei Neubauten bieten die vorgegebene Erreichbarkeit sogenannter „gesicherter Fluchtbereiche“ und die Rauchfreihaltung der Fluchtstiegenhäuser nun noch mehr Sicherheit. Ergänzt werden diese Gesetze durch bundesweit geltende Technische Richtlinien und ÖNORMEN. Bei Monostores kommen aufgrund der meist geringeren Raumgrößen hauptsächlich die Bestimmungen der Arbeitsstättenverordnung zum Tragen.

Gut geplant ist halb gewonnen...

Um hier den Überblick zu bewahren – und nachträglich keine bösen Überraschungen zu erleben – empfiehlt DI Margit Petrak-Diop vom Brandschutzbüro Petrak GmbH, bereits in der Entwurfsphase einen Brandschutzexperten zu kontaktieren: Bei Neubauten können durch Berücksichtigung von Auslegungshöhen der Brandschutzanlagen und Einbeziehung von brandschutztechnisch relevanten Rastermaßen große Einsparungspotenziale aktiviert werden. Auch beim Umbau liefern eine brandschutztechnische Bestandserhebung und ein daraus resultierender Maßnahmenkatalog eine wichtige Entscheidungsgrundlage unter anderem auch für die bauliche Ausführung.

Aktualisierte Brandschutzmaßnahmen zahlen sich aber auch aus, wenn kein Umbau ansteht. Im Brandfall werden die Schäden durch Feuer oder Rauch und die daraus resultierenden Verluste und Kosten weitaus geringer gehalten. Auch die Zeit des Betriebsausfalls wird damit deutlich kürzer gehalten. Versicherungen sind daher bereit, Investitionen in Brandschutz positiv anzuerkennen. Bei Einbau von vorher abgestimmten Löschanlagen werden Rabatte auf die Feuer- und Betriebsunterbrechungsprämien in beträchtlicher Höhe gewährt. Für die Investitionen selbst können geförderte Kredite beantragt werden. Für Förderungen ist übrigens die Wirtschaftskammer der geeignete Ansprechpartner.

Natürlicher Rauch- und Wärmeabzug

Unabhängig von wirtschaftlichen und bautechnischen Aspekten ist ein optimaler Brandschutz besonders für die Menschen wichtig, die im Gebäude unterwegs sind. Im Brandfall müssen sie schnell, sicher und möglichst rauchfrei ins Freie kommen. Damit Fluchtwege frei sind und auch der Rauch- und Wärmeabzug einwandfrei funktioniert, stehen dann nicht nur Fenster, sondern auch Türen offen, die im Normalfall fest verschlossen, bzw. nur über eine strenge Zutrittskontrolle passierbar sind.

Wie sich kontrollierter Zugang, Diebstahlsicherheit und vorbeugenden Brandschutz in Flucht- und Rettungswegen kombinieren lassen, zeigt die GEZE GmbH mit einer Vielzahl aufeinander abgestimmter Lösungskonzepte, die individuelle Sicherheitsanforderungen in einem intelligenten System verbinden und Türen und Fenster im Gefahrenfall koordiniert öffnen und schließen: Damit Rauch, der sich in sehr kurzer Zeit in großen Mengen bilden kann, schnell und gezielt abgeführt wird, sorgen Rauch- und Wärmeabzugsanlagen (RWA), die den Rauch nach automatischer Auslösung, z. B. durch einen Rauchmelder, in Abhängigkeit von der Windrichtung effizient aus dem Gebäude abführen. Türen im unteren Teil eines Gebäudes bilden dabei die Zuluft-, Fenster oder Türöffnungen im oberen Teil eines Gebäudes die Abluftöffnungen.

Wenn alle Zu- und Abluftöffnungen mit spezifischen Antrieben und Türschließern ausgerüstet sind, können diese zentral angesteuert und koordiniert ausgelöst werden. Als zentrales Steuergerät dient beispielsweise das neue Bauprodukt NRW (natürlich wirkendes Rauch- und Wärmeabzugsgerät). Die RWA-BUS-Zentrale „MBZ300“ von GEZE ist nach der europäischen Norm EN12101 Teil 2 geprüft und bietet nicht nur geprüfte Sicherheit, sondern auch eine hohe Flexibilität bei der Auswahl geprüfter und zertifizierter Antriebe und Profilsysteme.

Spannungsfeld Sicherheit an der Tür

Die Sicherheitsfunktionen von Türen befinden sich in Flucht- und Rettungswegen in einem besonderen Spannungsfeld: Im Nicht-Gefahr-



Das GEZE SecuLogic Rettungswegsystem ermöglicht die Verknüpfung von mehreren Systemkomponenten und die Übertragung von großen Datenmengen schnell und mit minimalem Kabelaufwand. © Nikolaus Grünwald / GEZE

renfall müssen Schlösser vor unerlaubtem Zutritt schützen. Im Brandfall wird die Tür durch das über die RWA-Zentrale angesteuerte Motorschloss entriegelt und über einen elektromotorischen Klapphebelantrieb aufgedrückt. Die Tür öffnet sich in ihrer Zuluftfunktion und sorgt für die notwendige Frischluft und freie Sichtverhältnisse, die ein sicheres Verlassen im Gebäudefluchtweg ermöglichen.

In anderen nicht brandbedingten Fluchtsituationen öffnet die Tür über die Nottaste der Türzentrale, die den Fluchttüröffner freigibt und gleichzeitig einen Alarm auslöst. Muss die Tür unter allen Umständen geschlossen bleiben, sorgen wiederum selbstverriegelnde Antipanikschlösser und zentral angesteuerte Haltemagneten für Sicherheit. Im Normalbetrieb ist die kontrollierte Öffnung nur durch einen Schlüssel oder ein individuell angepasstes Zutrittskontrollsystem möglich. Damit die schweren Brandschutztüren ohne großen Kraftaufwand bedient werden können, bietet GEZE übrigens auch automatische Brandschutzschiebetüren und automatische Drehtürantriebe für Brandschutztüren an. Aktuell wird in vielen dm-Märkten auf diese Komfortlösung umgerüstet. Mit Lösungen von GEZE wurden unlängst aber auch Palmers in Wien, das EKZ Simmering und ganz aktuell der neue Peek & Cloppenburg auf der Kärntner Straße optimal ausgestattet.



Mit der IQ Lock Schlossfamilie ist es möglich, auch Türen mit Zutrittskontrollen im Gefahrfall zu öffnen. Selbstverriegelnde Panikschlösser bieten kompromisslose Sicherheit für Menschen und Sachwerte. © Lazaros Filoglou / GEZE



Die RWA BUS-Zentrale MBZ 300 ist das neue zentrale Steuergerät für Rauch- und Wärme- abzugsanlagen. Sie übernimmt die Versorgung, Koordination und Überwachung aller angeschlossenen Öffnungssysteme und Komponenten. © GEZE

DEZENTES DESIGN



GEZE – Innovative Systemlösungen

GEZE gehört zu den weltweit führenden Produzenten von Bausystemen im Bereich der Tür-, Fenster- und Sicherheitstechnik. Im eigenen Technologiezentrum treibt GEZE kontinuierlich Innovationen voran und liefert entscheidende Impulse für zukunftsweisende Standards in der Gebäudetechnik.

Türtechnik
Automatische Türsysteme
RWA und Fenstertechnik
Sicherheitstechnik
Glassysteme

GEZE Austria GmbH
Wiener Bundesstrasse 85 | 5300 Hallwang
www.geze.com

GEZE

BEWEGUNG MIT SYSTEM



Brandmelder mit viel IQ

Moderne Brandmelder von Siemens sind Multitalente, die genau an die Gefahrenlage angepasst werden können.

Eine abgebrannte Produktionshalle oder ein zerstörtes Rechenzentrum können einen Betrieb an den Rand des Konkurses bringen. Mit der neuesten Brandschutztechnik kann dieses Risiko minimiert werden. Doch der optimale Brandschutz wird oft nur beim Neubau eingeplant. Dass auch die häufigen Veränderungen in Betrieben Konsequenzen für das Brandrisiko haben, wird oft übersehen, genauso wie die Chancen, die neue Techniken bieten.

Moderne Brandmelder sind inzwischen Multitalente, die genau an die Gefahrenlage angepasst werden und mit unterschiedlichen Sensoren ausgestattet sein können. Täuschungsalarme gehören weitgehend der Vergangenheit an. Optische Rauchmelder nutzen Infrarotleuchtdioden, um Rauchpartikel unterscheiden zu können, oft ergänzt um thermische Sensoren zur Temperaturmessung. Eine intelligente Software befähigt die unauffälligen Geräte, die richtigen Schlüsse aus unterschiedlichen Situationen zu ziehen. „Wenn der Melder Rauchgaspartikel erkennt, entscheidet er, ob die Situation für seine Umgebung normal ist, oder ob er auf eine höhere Empfindlichkeit schalten, also aufmerksamer werden soll“, beschreibt

Josef Grübl, Produktmanager bei Siemens Building Technologies, die erste Reaktion der modernen Melder.

Was in ihrer Umgebung zum Alltag gehört, haben die modernen Geräte bereits einprogrammiert. Schnell in die Höhe schießender Rauch ist für einen Melder im Umfeld von Schweißarbeiten normal, der Wasserdampf aus der Dusche gehört für den Brandmelder im Hotelzimmer zum Alltag. Dass es in einer Großküche gelegentlich auch 60°C und mehr haben kann, wissen die winzigen Computer ebenfalls. Sitzen die Branddetektoren aber an der Decke eines Büroraums, reagieren sie sehr sensibel auf langsam aufsteigenden hellen Rauch. Ein Schwelbrand in einem Papierkorb könnte drohen.

„Diese verschiedenen Szenarien zeigen, wie wichtig eine richtige Programmierung für das störungsfreie Funktionieren von Brandmeldern ist. Dafür benötigt man jahrelange Erfahrung, wie sie Siemens besitzt“, betont Josef Grübl. Zusätzlich kann bei Brandmeldern auch auf besonders gefährdete Menschen Rücksicht genommen werden, zum Beispiel in einem Spital. Kohlenmonoxidmessung bewährt sich bei chemischen und produktionstechnischen Prozessen, auch im Falle von Schwelbränden mit geringer Rauch- und Wärmeentwicklung. Zusätzlich lässt sich in das Brandmeldersystem auch Videotechnik einbinden. Die Kame-

ras werden bei einem Alarm eingeschaltet und können zur Verifikation des Brandes oder später auch zur Aufklärung der Brandursache genutzt werden.

Doch mit dem Erkennen des Brandes ist es nicht getan. Die Meldung geht an die Feuerwehr und die Gebäudeleitzentrale. Dort wird eine Fülle von Aktivitäten angestoßen. Steuerungen bedienen Lüftungsklappen, fahren die EDV herunter, und schalten Löschanlagen ein. Parallel dazu läuft die Evakuierung des Hauses. Gleichzeitig werden unterstützende Systeme wie Rauchabsaugvorrichtungen oder Aufzugs- und Türkontrolle aktiviert. Schutz- und Rettungsmaßnahmen werden automatisch perfekt abgestimmt, Panik und gefährlich Fehlreaktionen vermieden. Die verschiedenen Szenarien zeigen, dass reibungslose Zusammenarbeit von Branderkennung, Gebäudeleittechnik und Löschung, die wichtigste Voraussetzung für einen erfolgreichen Brandschutz ist. Brandmelde-, Evakuierungs- und Löschanlagen müssen also unbedingt kompatibel sein. Optimal sind daher natürlich Systeme aus einer Hand.

Josef Grübl



Zukunftsweisendes Lichtdesign

Die zentrale Frage des Zumtobel Handelsabends in Wien „Braucht es in Zukunft noch Läden?“ sorgte im September dieses Jahres für reges Interesse. Mit einem Vortrag von Dr. David Bosshart, der anschließenden Podiumsdiskussion und einer Führung durch den „Laden der Zukunft“ wurde u. a. auch die Zukunftstechnologie LED ins rechte Licht gerückt. Gleichzeitig zeigte Zumtobel mit Projekten aus aller Welt, wie Retailarchitektur und Shopdesign optimal beleuchtet werden können.

Eine besonders spektakuläre Lichtlösung realisierte das Unternehmen beispielsweise gemeinsam mit der Bonner Lichtdesign-Schmiede AG Licht und dem Amsterdamer Architekturbüro UN Studio mit einer der größten Medienfassaden der Welt in Cheonan/Korea. Auf einer Fläche von 12.600 m² verleihen über 22.000 LED-Lichtpunkte dem Einkaufszentrum Galleria Centercity eine schillernde Hülle, die eindrucksvoll aus dem städtischen Kontext herausragt. Die vom Leuchtenhersteller Zumtobel speziell entwickelten Hochleistungs-LED-Strahler sind so konzipiert, dass sie beinahe unsichtbar in die Fassade integriert sind und in wechselnder Geschwindigkeit farbige Lichtsequenzen über das Gebäude fließen lassen.

Zumtobel Lighting GmbH

T +43 5572 390-0
F +43 5572 22 826
info@zumtobel.info
www.zumtobel.com



Galleria Centercity, 2011, UNStudio
© Kim Yong-kwan



© Stefan Effner

Exklusiv

Eine konsequente Beleuchtungsprojektplanung stellt die Haute-Couture-Boutique Sei Unica in Zürich-Alstetten dar. Die 300 Quadratmeter große Boutique setzt ganz auf aktuelle LED-Reflektoren von MEGAMAN® – und kann mit überzeugenden Ergebnissen beeindrucken. Das Konzept von Designer und Planer Wolfgang Kucher sieht eine exklusive elegante Rauminstallation vor, in der die sorgfältig kreierte, in Italien handgefertigte Konfektions- und Haute-Couture-Mode gezeigt wird. Der Innenraum wurde vielseitig nutzbar gestaltet; beispielsweise kann der in den Boden des Geschäfts eingebaute Laufsteg bei Modeschauen in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit gestellt werden. LED-Reflektoren und LED-Kerzen sorgen für die richtige Kombination aus Lichtwirkung und Exklusivität in den Räumen bei gleichzeitig niedriger Wärmeentwicklung und geringem Energieverbrauch.

Leopold Rokos GmbH

T +43 2266 71804
F +43 2266 71804-22
rokos@duracell-bc.at
www.megaman.at
www.megamanlighting.com

Für große Räume

Cordline von Ansorg wurde einem Relaunch unterzogen, um mit neuen effizienten Features eine optimale Lichtlösung für Supermärkte und großflächige Verkaufsräume anbieten zu können. Das Lichtbandsystem besteht aufgrund seiner Modularität durch eine Vielfalt an Lichtoptiken und sein zeitloses Design. Werkzeuglose und einfache Schnellmontage kombiniert mit qualitativ hochwertiger Reflektortechnik machen Cordline zu einem idealen Werkzeug für lichttechnische Komplettlösungen. Mit seinen spezifischen Reflektoren von breitstrahlend, asymmetrisch bis doppelt-asymmetrisch eignet sich Cordline besonders für die warenbezogene Beleuchtung mit wirtschaftlichen T5-Lampen.

Ansorg GmbH

T +49 208 48 46-0

F +49 208 48 46-1200

info@ansorg.com

www.ansorg.com



Kerzen in der Auslage?

Kaum eine Lichtstimmung passt besser zur kalten Jahreszeit als das warme, weiche Licht einer Kerze. Der Lichteffekt der Candle- und Tea-Lights von Philips ist vom echten Kerzenlicht kaum zu unterscheiden. Das sanfte Flackern und das warme Glühen verleihen jeder Umgebung

ein außergewöhnliches Ambiente und eine angenehme Atmosphäre. Dabei gibt es mit den praktischen LEDs keine Gefahr durch offene Flammen oder heißes Wachs, zudem verbreiten sie weder Russ noch Rauch und erlöschen selbst bei starker Luftbewegung nicht.



Philips Austria GmbH

T +43 1 60101-0

F +43 1 60101-1500

office.austria@philips.com

www.philips.at



++

Stimmungsvolles Winterambiente

Mit Beleuchtungseffekten und wechselnden Stimmungsbildern wird der Verkaufsraum zur Bühne. Gerade im Winter, wenn es oft nicht richtig hell wird und die Dämmerung früh einsetzt, betonen effektiv arrangierte Lichtquellen positive Highlights in Schaufenstern und Geschäftsräumen.

Mit faszinierenden und ungewöhnlichen Lichtobjekten setzt die Heinrich Woerner GmbH in diesem Winter ein Zeichen beim Trend-Thema „Beleuchtung im Winter“ und bietet ein reichhaltiges Sortiment an verschiedensten Beleuchtungsszenarien an. Klirrende Winterkälte lässt sich mit gletscherblauen Eisobjekten darstellen, die durch eine Lichterkette an der Unterseite geheimnisvoll angestrahlt werden. Ein LED-Eiffelturm umgeben von Scatterschnee holt den winterlichen Zauber von Paris in die Auslage. Die Auswahl an Dekorationsmöglichkeiten mit Leuchtdioden macht es leicht, traumhafte Winterszenarien zu arrangieren und eine atemberaubende Atmosphäre herzustellen. Sowohl für die Innengestaltung als auch für die Außendekoration bietet die Heinrich Woerner GmbH eine Fülle verschiedenster Lichtobjekte und –elemente an, die faszinierende atmosphärische Akzente setzen und für einmalige Blickfänge sorgen.

Heinrich Woerner GmbH

Visual Merchandising

T 008001 9637637

F 008001 9737737

info@dekowoerner.de

www.dekowoerner.de

LEDs in der Auslage

Dramatische Effekte in den Auslagen ermöglicht die Einführung der von GE Lighting entwickelten Infusion™-LED-Module, die bei Spotbeleuchtung, Deckenbeleuchtung und Akzentbeleuchtung gleichermaßen überzeugen. LED-Technik hat sich in zahlreichen professionellen Beleuchtungsanwendungen bereits durchgesetzt, doch die Wartung und Umrüstung der Leuchten war bislang immer eine Herausforderung. GE Lighting bewältigt dieses Problem mit einem neuen Modul: Dieses wird durch einen einfachen Dreh im Uhrzeigersinn in die Leuchte eingesetzt und so mechanisch, elektrisch und thermisch auf optimale Weise mit dem Leuchtengehäuse verbunden. Auf der EuroShop 2011 wurde eine vollständige Produktpalette aus Infusion™-LED-Modulen mit 1.100, 1.500, 2.000 oder 3.000 Lumen Lichtstrom, sowie 2.700 K, 3.000 K oder 4.000 K Farbtemperatur in realistischen Shop-Applikationen präsentiert.

GE Lighting GmbH

T +49 6142 601163

F +49 6142 601164

Support.german@ge.com

www.gelighting.com/eu/





Der PreSales Marketing Kundenmagnet

Dieses Buch zeigt, wie es vor allem mithilfe von Online-Marketing gelingt, neue Kunden zu gewinnen und die Kundenpflege möglichst effizient und effektiv zu gestalten. Mit dem PreSales-Marketing-Kundenmagnet und den ergänzenden Publikationen PreSales-Marketing-Praxisleitfaden und PreSales-Marketing-Lexikon gelingt es dem mehrfach ausgezeichneten Vertriebs- und Effizienzprofi Robert Nabenhauer, Social-Media-Marketing für Unternehmen so einfach und praktikabel darzustellen, dass mit wenig Zeitaufwand ein optimales Beziehungsmarketing mit geringem Streuverlust für die Zielgruppe aufgebaut werden kann. Die Ratgeber sind im Print wie auch als Hörbuch erhältlich.

Der PreSales Marketing Kundenmagnet, So gewinnen Sie automatisch neue Kunden im Web Robert Nabenhauer, Nabenhauer-Verlag, 2011, Paperback, 104 Seiten Deutsch

EUR 30,80

BESTELLEN



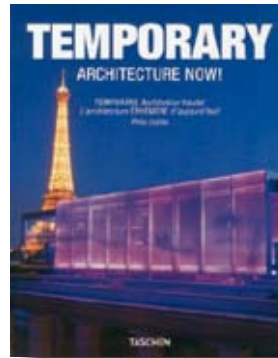
Online gewinnen: Shop und Marketing...

Längst hat sich der Einkauf im Internet zu einem lukrativen Geschäft für den Handel etabliert. Wachstumsraten im Online-Geschäft von derzeit 10 auf 20 Prozent sind keine Seltenheit. Durch das steigende Wettbewerbsumfeld beginnt sich der Markt jedoch zu konsolidieren, denn der Kunde bleibt nicht einem Shop treu, sondern kauft, wo es ihm gerade am besten gefällt. „Online gewinnen“ zeigt, wie man Online-Kunden gewinnt und behält. Anhand von praxisbezogenen Beiträgen, mit aktuellen Zahlen, Publikationen und Erfolgsbeispielen – u. a. aus dem Fashion-Online-Handel – wird veranschaulicht, worauf im E-Commerce geachtet werden sollte und wie man Online-Shops optimieren kann.

Online gewinnen: Shop und Marketing strategisch optimieren, Jörg Funder/Jochen Strähle, Marc Ehlbeck/Thomas Natkowski (Hrsg.), Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag GmbH, DFV, 2011, 328 Seiten, gebunden, 17,5 x 24,5 cm

EUR 78,00

BESTELLEN



Temporary Architecture Now!

Von Pavillons und Messeständen über Containerarchitektur, Bühnenbilder und Installationen bis hin zu temporären Wohnbauten – temporäre Bauten bringen Bewegung in die Architektur. Gerade die Messe- und Ausstellungsarchitektur ist eine wahre Fundgrube spannender Entwürfe für die Präsentation von Mode, Schmuck oder Design. Auch Modenschauen und Installationen für Kunst sind Aspekte dieses dynamischen Trends, der auch von einigen großen Namen der zeitgenössischen Architektur wie Zaha Hadid oder Rem Koolhaas vertreten wird.

Temporary Architecture Now! Philip Jodidio, Taschen, 2011 Flexicover mit Klappen, 19,6 x 24,9 cm, 416 Seiten mit zahlr. farb. Abb. Deutsch, Französisch, Englisch

EUR 29,99

BESTELLEN



Die Modenschau

Die fertige Kollektion ins Licht der Öffentlichkeit zu bringen erfordert viel Know-how. Wie es gelingt, die monatelange Arbeit an den Kollektionsteilen in eine 15-minütige spannende Show zu packen, erläutert Estel Vilaseca in ihrer neuesten Publikation. Sie benennt alle wichtigen Mitarbeiter und deren Aufgaben, erläutert die entstehenden Kosten, zeigt Alternativen für Newcomer auf und beleuchtet Elemente einer erfolgreichen Präsentation. Nicht nur für Modedesigner eine spannende Lektüre, die viel über Inszenierung und das interdisziplinäre Zusammenspiel verrät.

Die Modenschau Konzept, Gestaltung, Umsetzung Estel Vilaseca, Stiebner Verlag GmbH, 2011, 192 S., 186 Abb. Kartiert, 17,0 x 22,5 cm

EUR 41,10

BESTELLEN



Bitte diese Seite kopieren, Buch ankreuzen und senden an:
 Laser Verlag GmbH, 2380 Perchtoldsdorf,
 Hochstraße 103
 T +43 (0)1 869 58 29, F +43 (0)1 869 58 29-20
 marion.allinger@laserverlag.at, www.shopstyle.at.
 Bestellte Bücher können nicht wieder retourniert werden.
 Preisangaben exklusive Versandkosten.
 (BITTE IN BLOCKBUCHSTABEN – FAXTAUGLICH AUSFÜLLEN)

Name: _____

Firma + Beruf: _____

Straße: _____

Postleitzahl + Ort: _____

Tel./Fax: _____

shopFASHION



Wedding Affairs | Vienna Design Week | MQ Vienna Fashion Week | Modefotografie
Blickfang 2011 | Walter van Beirendonck | Anita Münz | Nina Peter

Die etwas andere Hochzeitsmesse

Am 22. und 23. Oktober fand die erste kuratierte Hochzeitsmesse Österreichs im Wiener Semper Depot statt. Im Gegensatz zu oft sehr großen und unübersichtlichen Messen wollten die beiden Kuratoren, Michaela Honies und Niely Hoetsch, nur das Beste aus allen Bereichen der Hochzeitswelt zusammenbringen: „Wir wollen die Brautpaare inspirieren, sie zum Träumen bringen und mit von uns persönlich ausgewählten Anbietern zeigen, dass Romantik – mit Geschmack, Stil und Eleganz umgesetzt – auch in einer modernen Hochzeit ihren Platz finden kann.“

Im Mittelpunkt dieser ersten «Wedding Affairs» standen neben vielen faszinierenden Locations und einer Fülle an Dekorationsideen, dem anspruchsvollsten Catering und der hochwertigsten Fotografie zwei zentrale Themen jeder Hochzeit – „Fashion & Beauty“ und „Hochzeitsliste“. Die besten Brautmodenhändler waren prominent vertreten, und in einer 170 m² großen

Beauty Lounge konnten sich Bräute intensiv beraten und auch gleich vor Ort schminken lassen. Die „Hochzeitsliste“ beginnt beim neuen Porzellan und endet mit der lang ersehnten Lampe, Designerliege oder Ausstattung des Kinderzimmers, denn, so die beiden Kuratoren: Hochzeitsgäste geben weitaus höhere Beträge aus, wenn ein angreifbares Objekt hinter den Wünschen steht ...

Unter den namhaften Anbietern am österreichischen Hochzeitsmarkt waren Pronuptia und Cinderella sowie die Juweliere Heldwein und Skrein auf der Messe vertreten, außerdem Lobmeyr, Augarten Porzellan, die Schwäbische Jungfrau, Der Rosenkavalier, das Standesamt Wien, das Weingut Leo Hillinger, das Palais Festsel, das Schloss Laxenburg, der Hochzeitsfotograf Stephan Rauch, das La Pura Health Resort und viele mehr.

www.weddingaffairs.at



© Peter Berger

Top-Tipp für Weihnachten

Helfen und genießen mit dem 2for1-Gutscheinheft!

Ein ideales Geschenk für Weihnachten, mit dem man zugleich helfen und genießen kann, bietet das 2for1-Gutscheinheft von Global Family. Um 50 Euro werden auf 24 Gutscheinen sinn- und wertvolle Freizeitmöglichkeiten aus ganz Österreich und Umgebung angeboten, vom fürstlichen Gourmetdinner bei Toni Mörwald in Grafenegg, über den Golfurlaub bei Alpina in St. Johann bis hin zum Wellnessurlaub im Arlberghospiz in St. Christoph. Optimal genutzt bringt das Heft dem Besitzer eine Ersparnis von über 3.000 Euro, da bei jedem Aufenthalt die Begleitperson kostenfrei dabei ist. Der Erlös von 50 Euro kommt dem Global Family Charity Resort zugute. Das Hilfsprojekt ermöglicht unvergessliche Urlaube für Familien, für die das Leben nicht normal verläuft. Gewaltopfer, Alleinerzieher unter der Armutsgrenze oder unheilbar kranke Kinder und deren Familien kommen so zu unbeschwertem Ferien, die oft auch der Initialreiz für einen Neuanfang sind.

www.global-family.net

Bestellung per E-Mail: office@global-family.net



© Global Family

Wien – eine Stadt voll Design

Vom 30. September bis 9. Oktober hielt die Vienna Design Week auch heuer wieder mit Projekten, Ausstellungen, Diskussionsveranstaltungen und Führungen rund um das Thema Design die Stadt in Atem. Dabei wurde weit mehr geboten als eine Messe: In Kooperation mit einer Vielzahl von Partnern – von den Wiener Museen über produzierende und Geschäftsbetriebe bis hin zu Designer/innen aus aller Welt – wurde ganz Wien über zehn Tage hindurch zu einer Plattform und zum Schauplatz des Designs: Ausstellungen, ortsspezifische Installationen, Themen-Specials und Feste boten Gelegenheit zum Feiern und „Networking“. Damit versteht sich die seit vier Jahren in Wien etablierte Kulturveranstaltung nicht nur als Anziehungspunkt für die internationale Designszene, sondern will auch explizit das breite Publikum der Wiener/innen und Wien-Besucher/innen ansprechen. Und auch heuer wurden nicht nur „Produkte“ des Designs



©Kollektiv Fischka

Mühlbauer Hüte

gezeigt, sondern Entstehungs- und Produktionsprozesse offengelegt, und die Besucher wurden zum experimentellen Arbeiten vor Ort angeregt. Das Erforschen von Materialien, von



©Kollektiv Fischka

Trostmann Trachten

Stimmungswerten und die Interaktion zwischen Mensch und Objekt standen dabei im Zentrum von Designpraxis. www.viennadesignweek.at

Wann denn

Im Rahmen der Vienna Design Week wurde am 3. Oktober der Rado Young Design Prize Austria 2011 verliehen. In den vergangenen acht Monaten hatte Rado Switzerland junge Talente eingeladen, den Rado-Store in der Kärntner Straße für je einen Monat kreativ zu gestalten. Das Siegerprojekt „Wann denn“ by Delphine Rumo und Greta Hauer überzeugte die Jury, indem es „den beiden Designerinnen in besonderer Weise gelungen ist, die Thematik Zeit nicht nur zu veranschaulichen, sondern tatsächlich durch die Dauer des Prozesses spürbar zu machen“.

Der Rado Young Design Prize ist mit einem Preisgeld von € 5.000,00 dotiert. Zusätzlich erhielten die Gewinnerinnen die Möglichkeit, sich mit einer Gesamtinstallation im Rado Store während der Vienna Design Week 2011 zu präsentieren. Ab 2012 wird dieses Projekt als Rado Star Prize weitergeführt werden. Das Ziel bleibt gleich: künstlerische Nachwuchstalente zu kreativen Ideen anregen, ihnen entscheidende Karriere-Sprungbretter zu eröffnen und Sichtbarkeit im Rado Store und in Medien zu bringen.

www.radostar.com



©Rainer Gregor Eckharter

Wer jung bleiben will, muss früh damit anfangen

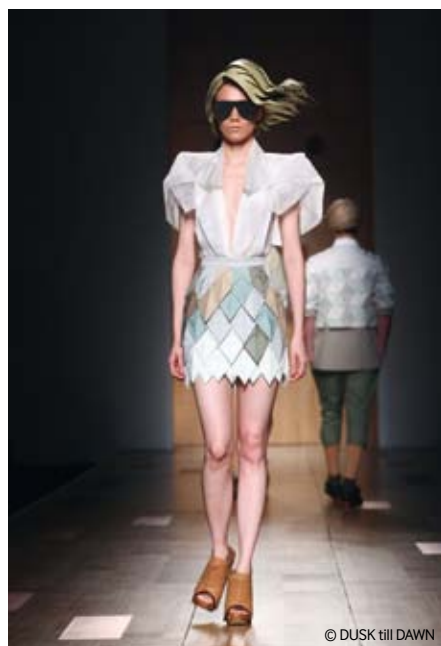
Die MQ VIENNA FASHION WEEK.11 presented by Vöslauer ging heuer zum dritten Mal an den Start und sorgte im September mit nationalen und internationalen Mode-Highlights für frischen Wind und trendige Impulse in Wien. In fünf Tagen zeigten über 50 internationale Designer, darunter auch zahlreiche österreichische Modeschaffende, ihre Kollektionen, und die angeschlossenen Showrooms luden zum Shoppen und Stöbern ein.

Zu Beginn präsentierten Sandra Thaler und Anette Prechtl die „ready to wear“-Kollektionen ihres 2001 gegründeten Labels Elfenkleid. Am Donnerstag, den 15. September zeigten unter anderem Andy Wolf und Superated ihre neuen Designerkollektionen und Brillen-Accessoires für kosmopolitische Menschen. Ebenfalls zu sehen waren Fashion Shows von Angel of Pleasure, Studio B3 und die von der polnischen Botschaft präsentierten Star-Designer Maldoror, Agata Wojtkiewicz und Natalie Jaroszewska.

Auch die neuesten Kollektionen von Pitour, Wandelbar, Shakkei, Liniert, Kayiko, Tiberius, Etxeberria, Krizia Robustella, Edith A'gay und AND_i waren vertreten. Andreea Tincu & Sense und Manufaktur Herzblut bildeten den Abschluss. Das Liniert-Designstudio und der Kayiko Shop luden zur Aftershowparty, Tiberius feierte im Le Meridien, Edith A'gay in der Passage und AND_i in der Säulenhalle. Freitag, den 16. September startete Pitour ab 15 Uhr mit einer Fashion-Show. Und am Samstag, den 17.

September bildeten die Kollektionen von Marcel Ostertag eines der Highlights. Am Abschlusstag war unter anderem die Fashion-Show von Corinna Vladescu zu sehen, die bereits für Madonna entworfen hatte. Aufsehenerregend, trendy und durchaus auch mit tragbaren Designs gelang es Organisator creative headz auch heuer wieder, ein Mode-Event auf internationalem Niveau zu realisieren.

www.mqviennafashionweek.com



© DUSK till DAWN



© Agata Wojtkiewicz



© Roberto López Etxeberria

Filmreif

Als theatralisch und doch praktisch bezeichnet die thailändische Designerin Nisara Liptawat ihre Arbeiten. Die Kollektionen sind von einzelnen Typen geprägt, etwa einem Gefangenen oder einer jungen Großmutter. Ihr Label DUSK till DAWN vereint in der aktuellen Kollektion vor allem expressive und dennoch jederzeit tragbare Elemente und bringt diese in einem einzigartigen Stil der zum Ausdruck. Experimentelle Muster und eine Vielfalt ausgewählter Stoffe und Farben verleihen den Designs einen unvergleichlichen Charakter.
nisara.l@gmail.com

Design und Pop-up

Als eine der ersten Designer aus Polen schaffte es Agata Wojtkiewicz, einen Pop-up-Store im April 2011 zu eröffnen, in dem sie neben Kleidung und Schmuck auch Industrial Design und Food Trends präsentiert. Geschätzt für ihre Leistungen in Design, wurde sie für den „Polish Designer of the year 2005 and 2006“ nominiert und zählt neben Maldoror und Natalia Jaroszewska zu den drei polnischen Stardesignern, die heuer bei der Vienna Fashion Week vertreten waren.
www.agatawojtkiewicz.pl/

Ausgezeichnete Herrenkollektion

Der Designer Roberto López Etxeberria studierte Handtaschen-Design in Barcelona, bevor er sich 2008 auch mit Kleidung und Fashion beschäftigte. Mit seiner im Februar 2011 erstmals präsentierten und im Rahmen des L'Oréal Award ausgezeichneten Kollektion „The skin I inhabit“ wurde er von der spanischen Botschaft in Österreich zur MQ VIENNA FASHION WEEK.11 eingeladen.
www.etxeberrria.com.es



© Maibe

Betont weiblich

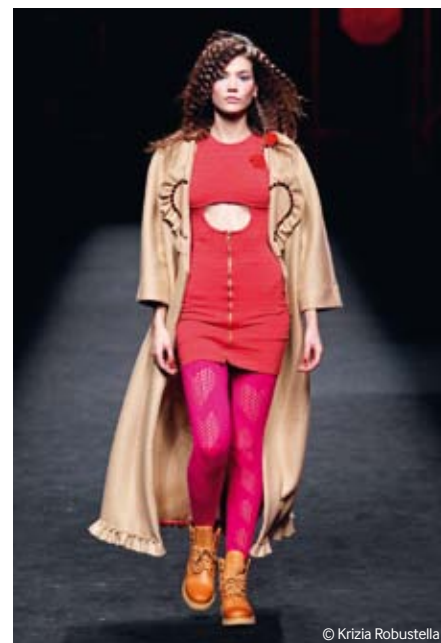
Das Modelabel Maibe zeichnet sich vor allem durch eine Mischung von High-End und Ready-to-Wear-Fashion aus. Die taillierte Kleidung aus hochwertigen Materialien besteht unter anderem durch die filigranen Muster und Stickereien, kombiniert mit einem Hauch von Weiblichkeit. www.maibefashion.com



© Maldoror

High & low

Maldoror ist nicht nur Titel eines als besonders radikal und visionär geltenden literarischen Werks des 19. Jahrhunderts, sondern auch Name des 2007 von Grzegorz Matlag gegründeten Labels, das heute mit zwei unterschiedlichen Linien auf dem Markt ist: Maldoror – ready to wear besteht durch feinste Materialien, und Maldoror Low Couture ist meistens maßgefertigte und recycelte Couture-Kleidung. Die Kollektionen aus Polen wurden bereits in Lettland, Berlin, Wien, Amsterdam und Island präsentiert. www.maldoror.pl



© Krizia Robustella

Sportlich glamourös

Krizia Robustella nimmt die Sportbekleidung der letzten Jahrzehnte zur Hand und gestaltet damit ein kleines eigenes Mode-Universum, bei dem Komfort und Luxus perfekt gemischt sind. Ihre „Sport-De-luxe“-Kollektion ist ideal für exzentrische, nonkonformistische Menschen, die auch untertags nicht auf den Glamour der Nacht verzichten wollen. www.kriziarobustella.com



© Natalia Jaroszevska

Mode-Geschichte live

Natalia Jaroszevska ist ein gut etabliertes Label in der polnischen Fashion-Szene. Sie befasst sich umfangreich mit Modedesign, was dazu führte, dass sie auch Schmuck und Handtaschen aus Seide entwirft. Auch ihre Faszination von der Geschichte der Mode spiegelt sich in ihren Kollektionen wider. Von der ausländischen Presse bereits als große Hoffnung der polnischen Mode bezeichnet, scheint die Designerin auch Potenzial zu haben, selbst Modegeschichte zu schreiben.

www.jaroszevska.eu



© Fabio Gurjaos

Stick und Nieten

Fabio Gurjaos Arbeit reflektiert tropische brasilianische Grafiken und Muster und transformiert sie in abstrakte Formen. Die Kollektionen bestehen aus einer Mischung von Punk mit tropischen Einflüssen. Mit Siebdruck, Nieten und Stickereien werden Stoffen, Vintagekleidung und weiteren Oberflächen neue Ideen hinzugefügt.



© Neon

Starke Silhouetten

Die brasilianische Modemarke Neon wurde 2003 von den Designern Dudu Bertholini und Rita Comparato geschaffen und hat die Welt mit ihren femininen Kollektionen, gestützt auf die Freude der exklusiven Drucke und der Stärke ihrer Silhouetten, erobert. Die Marke identifiziert sich mit den Schlüsselwörtern: Strand und Stadt, klassisch und modern, Flüssigkeit und Festigkeit, Singularität und Pluralität.

www.neonbrazil.com.br



© Tamara Kopaliani

Idee vom Körper

Ursprünglich studierte die junge georgische Designerin Tamara Kopaliani Modedesign, wurde sich jedoch schnell der dazugehörigen Grenzen bewusst und fühlte sich von diesen eingeschränkt. Ihre Einstellung zur Mode könnte man als konzeptionell bezeichnen. Damit alle ihre Ideen eine individuelle Festigkeit haben, die auch ihrer Vorstellung vom Körper entsprechen, versucht sie diese, wie sie selbst sagt, „mit dem Kleidungsstück, den Zusätzen und den Ausführungen umzusetzen“.

tamara-kopaliani.blogspot.com



© Wonder Anatomies

Anatomisch

Inspiriert von der Anatomie von Insekten, vermischt mit seinem eigenen kreativen Universum, entwirft der thailändische Designer Chalermkiat Khatikasemlert eigenwillige und selbstbewusste Designs für sein Label Wonder Anatomies. Auch die aktuelle Kollektion „Anatomie Phenomena“ stellt in Neonfarben und dunklen Tönen eine Reflektion aus Elementen und Details von Natur und Körper dar.

www.wonderanatomie.wordpress.com



© Gola

Jung und lebendig

Erst 19 Jahre ist der georgische Designer jung. In seiner aktuellen Kollektion kombiniert Gola Zumbulidze lebendige Farben wie Rot, Pink, Türkis und Blau und einen scharfen modernen Stil mit dunklen Stoffen und klassisch femininen Schnitten. Seine Designs ermutigen Frauen, trendige Kleidung zu tragen, die die Modehülle sprengt und ihnen damit ermöglicht, ein starkes und selbstbewusstes Statement zu geben.

www.a-gola.blogspot.com



© mosstories

Kunstvoll und alltagstauglich

2006 wurde Mosstories in Thailand gegründet. Das Label schöpft seine Inspiration vor allem aus den Bereichen der Kunst, Architektur und Design, den Menschen im urbanen Raum und der kulturellen Vielfalt und spiegelt diese Einflüsse in einem weiten Spektrum eleganter Accessoires, Taschen, Schuhen und Damenbekleidung wider. Die Frühjahr/Sommer Kollektion 2012 "Modern Vintage" ist eine Interpretation architektonischer Elemente des Art Déco und kombiniert geometrischen Formen mit Nuancen der Moderne. Die Verbindung aus den Kontrasten scharfer Kanten mit leichten Stoffen, sowie durch Vintage inspirierte Farbkombinationen, erschafft eine Welt kräftiger und dennoch femininer Damenmode, welche auch im Alltag getragen werden kann.

www.mosstories.com

Mode als Spiegel des Zeitgeists

Die einzige Konstante der Mode ist ihr stetiger Wandel. Modefotografie erzeugt und widerspiegelt den Wechsel der Mode wie kein anderes Medium. Ihr widmet sich die Kunsthalles Wien von 21. Oktober 2011 bis 12. Februar 2012 mit der Ausstellung Vanity – Mode/Fotografie aus der Sammlung F.C. Gundlach im Rahmen des Fotografieschwerpunktes mit ca. 200 ausgewählten Werken der Sammlung.

Der Hamburger Sammler, Kurator und Stifter war selbst legendärer Modefotograf, u. a. für die Zeitschrift Brigitte. Die Ausstellung zeigt Fotografien seit dem Ende der 1920er-Jahre bis heute, die sich dem inszenierten Bild der Kleidermode und der Ästhetik der Modefotografie widmen. Von der klassischen Studiofotografie bei George Hoyningen-Huene und Irving Penn bis zur dynamischen Silhouette im urbanen Kontext bei Richard Avedon und William Klein geht es um große Gesten und glamouröse Ideale.

Ergänzend stellt die Kunsthalles Wien von 10. November 2011 bis 22. Jänner 2012 die zeitgenössische internationale Fotografie-szene anhand von 19 Einzelpäsentationen zum Thema „No fashion, please! Fotografie zwischen Gender und Lifestyle“ vor. Im Mittelpunkt stehen Arbeiten, die die fundamentale Beziehung zwischen Körper und Be(Kleidung) thematisieren und die sich direkt oder indirekt mit den unterschiedlichen Strategien der Modefotografie auseinandersetzen. Dabei grenzt sich die Ausstellung bewusst von der klassisch, funktionalen Modefotografie ab und geht stattdessen den Wunschvorstellungen und Idealen einer sich veränderten Körperästhetik innerhalb der letzten zwei Dekaden auf den Grund. Im project space der Kunsthalles Wien ist außerdem von 3. November bis 3. Dezember 2011 die Ausstellung „Maßanfertigung“ zu sehen. Mit dem Designer Tino Valentinitich und der Musikerin Soap & Skin erdachte der aus Bulgarien stammende Modeschöpfer Petar Petrov einen virtuellen Raum im Raum, dessen Grenzen nur durch Lichtwände markiert werden. Das bewusste Überschreiten oft nur erdachter und doch etablierter Grenzen ist auch für die Kollektionen des bei den Vienna Fashion Awards 2009 als „Best Designer“ ausgezeichneten Petar Petrov bezeichnend. Mit seinen Entwürfen schafft er ein Crossover, in dem sich verschiedene Stile und Einflüsse aus High und Low, Ost und West, Streetwear und klassisches Tailoring vereinen.



Auch Tino Valentinitich geht es vor allem darum, einen reinen Gebrauchswert mit einer künstlerischen Vision zu verbinden. Für ihn sind die Grenzen zwischen Mode und Industrial Design fließend. Die Arbeiten von Tino Valentinitich sind auch in der internationalen Fashion-szene erfolgreich. So entwarf er bei Adidas für Yohji Yamamoto und Y-3 Sneakers, kreierte Schuhe, Taschen und Accessoires für Helmut Lang in New York und einige Parfum-Flakons für Versace.

Grenzüberschreitend ist auch die Kooperation mit der 1990 geborenen Musikerin Anja Plaschg alias Soap & Skin. Sie wurde mit dem European Border Breakers Award (EBBA) 2010 der Europäischen Kommission ausgezeichnet, gewann einen Amadeus Austrian Music Award 2009 in der Kategorie „Alternative/Rock“ und gilt damit als Hoffnungsträgerin der österreichischen Popmusik.

www.kunsthallewien.at



blickfang 2011: Zwischen Provokation und Alltagstauglichkeit

Von 14. bis 16. Oktober lud die internationale Designmesse blickfang ins Wiener Museum für angewandte Kunst. Rund 150 Kreative zeigten auf der 3.500 m² großen Ausstellungsfläche neue Trends aus den Kategorien Möbel, Mode, Schmuck, Leuchten und Accessoires für rund 13.000 Besucher.

Fotos: Blickfang

Frei nach Peter Fox lautete das Motto der blickfang 2011 „Alles neu!“, und Design-Workshops, Sondereditionen und zusätzliche Fördermaßnahmen verpassten der Verkaufsmesse heuer neue Gestaltungsräume und frischen Glanz. Projektleiterin Marlene Fussi beschreibt die Verkaufsmesse als interaktive Plattform für Kreative und Designliebhaber: „Die blickfang stellt für uns eine große Spielwiese dar, für die wir sorgfältig junge Talente auswählen. Für die Desi-

gner ist dies eine willkommene Gelegenheit, die eigenen Produkte – oftmals noch Prototypen – direkt am Endverbraucher zu testen. Die Verkaufsoption ist dabei ein gutes Feedback und schafft überdies den Spagat zwischen experimentellem und erwerblichem Design.“

Als „Curator of the Year“ betreuen heuer der Münchner Interior-Designer Stefan Diez und die preisgekrönte Schmuckdesignerin Saskia Diez alle fünf blickfang-Messen – in Stuttgart,

Wien, Basel und Zürich. Zum Auftakt fungierte das Kuratorenpaar als Mentoren von acht Jungdesignern, die im Rahmen des blickfang-designworkshop eine eigene blickfangedition entwickelten, die nun der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Zusätzlich wurde fünf internationalen Möbel-Jungdesignern und ausgewählten Designstudenten und Newcomern die Möglichkeit geboten, ihre ausgefallenen und futuristischen Designs kostenlos auszustellen.

www.blickfang.com

Schlichtweg besonders

Die Wiener Designerin Susanne Dziadek steht für einen zeitlosen, von schlichter Eleganz geprägten Stil. Ihre Liebe für alles Handwerkliche und die Meisterschaft im Spiel mit Stoffen ist unübersehbar. 2004 machte die gelernte Schneiderin mit einer kleinen Kollektion den Schritt zur eigenen Produktion und gründete mit Pia Mia eine schlichte und tragbare Linie, die immer auch etwas Besonderes hat und schwebende Leichtigkeit vermittelt.

www.piamia.at



Entgegen allen Erwartungen

Die 1982 in Graz geborene Theaterwissenschaftlerin Lisi Lang arbeitete als Regieassistentin, Kostümbildnerin, Requisiteurin und Bühnenbildassistentin an verschiedenen Off-Theatern in Wien, bevor sie 2006 das Label LILA gründete und 2007 einen Shop in Wien eröffnete. Die neue Damenkollektion „AGAINST ALL ODDS“ kombiniert als Reminiszenz an die 1980er und damit verbundene Kindheitserinnerungen hochgeschnittene, enge Hosen und Röcke mit übergroßen Oberteilen mit Riesenkrägen und langen Strickschals. Erstmals wird auch eine gesamte Herrenlinie präsentiert: „NEVERTHELESS“ vereint maskuline Schnitte mit verspielten Stoffen.

www.lila.cx



©Katarina Soskic



©Katarina Soskic

Cool, urban und leidenschaftlich

Sinnliche Mode mit Leidenschaft, cool, urban, elegante Dramatik, in jedem Fall reichlich Witz, Augenzwinkern und Emotion. So lassen sich die feinsinnig feminin romantischen und trotzdem „unberechenbaren“ Kollektionen von Gina Drewes auf den Punkt bringen. Die junge Designerin schloss in der Wiener Modeschule Hetzendorf mit dem Diplom in Modedesign als Jahrgangsbeste ab und absolvierte Praktika bei Sissi Holleis in Paris sowie bei der Ludwig-Reiter-Schuhmanufaktur. Seit 2007 entwirft die Designerin in ihrem Wiener Atelier eigene Kollektionen.
www.ginadrewes.com



Mode, Mut und Lebensfreude

Monika Meixner entwirft qualitätsorientierte, alltagstaugliche und gleichzeitig ungewöhnliche Kleidung für selbstbewusste, urbane Frauen in den 1930ern und 1940ern, die einen individuellen Lebens- und Modestil abseits des Mainstream pflegen. Ihr 2006 gegründetes Label MARONSKI bietet keine Massenprodukte, sondern individuelle Kleinserien, die der Kundin ein gewisses Maß an Exklusivität zusichern.

www.maronski.at



Kreativ und selbstbewusst

Das Label SAPERLIPOPETTE gründete Caroline Stanzl im Jahr 2002. Ihre Mode ist bequem, praktisch und außergewöhnlich zugleich. Die Designerin folgt bei ihren Entwürfen keinen allgemeinen Trends, sondern lässt sich von ihrer Intuition leiten. Und auch die Trägerin wird dazu eingeladen, selbst kreativ zu werden, da viele Kreationen wandelbar sind und so ganz individuell getragen werden können.

www.saperlipopette.at



Filz und mehr

Die 1969 in Linz geborene Kleidermacherin Gudrun Bartenberger-Geyer experimentiert mit Wolle, verschiedenen Fasern und Textilien, Recyclingmaterialien – und Filz. Filz ist bescheiden, warm und unordentlich. Und Filz braucht Zeit, um zu entstehen. Alles Attribute, die im Gegensatz zur perfekten, schnelllebigen Zeit von heute stehen. Und genau das ist es, was die Mode- und Textilkünstlerin an diesem Material so beeindruckt. Die Einzelstücke aus Filz sind beseelt mit Geschichten, Eindrücken und Prozessen. 2007 gründete Gudrun Bartenberger-Geyer ihr Label gänseklein. In aufwendiger Handarbeit entstehen ihre Unikate, die sich im Grenzbereich zwischen Modedesign und Kunst befinden.

www.gänseklein.at



Klassisch, feminin

Aquanauta, 1999 gegründet, wird zurzeit von der Designerin Bernadett Pallai geführt. Das Ziel des Labels ist es, ein einzigartiges, originelles Image aufzubauen und dieses von Saison zu Saison zu erneuern. Die Vision ist der Imagination freien Lauf und sich von ihr führen zu lassen – zusammen mit Intelligenz, echter Kreativität und einem Hauch von Humor. Das Resultat sind exklusive, eindrucksvolle Kleidungsstücke, welche aber auch leger getragen werden können. Ob Abendkleid oder Firmen-Outfit, die Kollektionen werden stets durch ihre klassischen Formen und den femininen Style charakterisiert.

www.aquanautadesign.com



Materialwahl als Understatement

Überraschend einfallsreich zeigt sich die aktuelle Auswahl an Taschen-Designs. INA KENT-Taschen zeichnen sich nicht nur durch die mit größtem Bedacht gewählten Materialien, die sinnliche Anmut des Leders und die Ambivalenz der verschiedenen Oberflächen aus, sondern sind auch Produkte, die im Sinne der Nachhaltigkeit lange und mit Freude getragen werden. Florian Nussbaumer, gelernter Tischler aus Neunkirchen bei Altmünster, fertigt Taschen aus Echtholz furnieren der Trendholzarten von Nuss über Eiche bis hin zu Macassar. Seine „Nussbags“ sind formstabil und dabei erstaunlich leicht.



INA KENT



ZIRKELTRAINING



amauz



Bernd Dörr aus Mülheim an der Ruhr verwendet für seine ZIRKELTRAINING-Taschen dagegen recycelte Sportgeräte-Leder und Turnmatten – emotionale Materialien mit echtem sportivem Hintergrund.

Was wir im Alltag brauchen, sind Objekte, die sich unserer Umgebung und unseren Bedürfnissen anpassen, ist Andrea Mauz überzeugt. Mit amauz realisiert sie eine einmalige Taschenidee. Durch ihr einzigartiges Verschlusssystem ist amauz-Rucksack, Shopper und Trage-Hand- und Schultertasche zugleich. Als Material verwendet die Designerin übrigens Teichfolie.

Tagtraum, Volkskunst und Science-Fiction

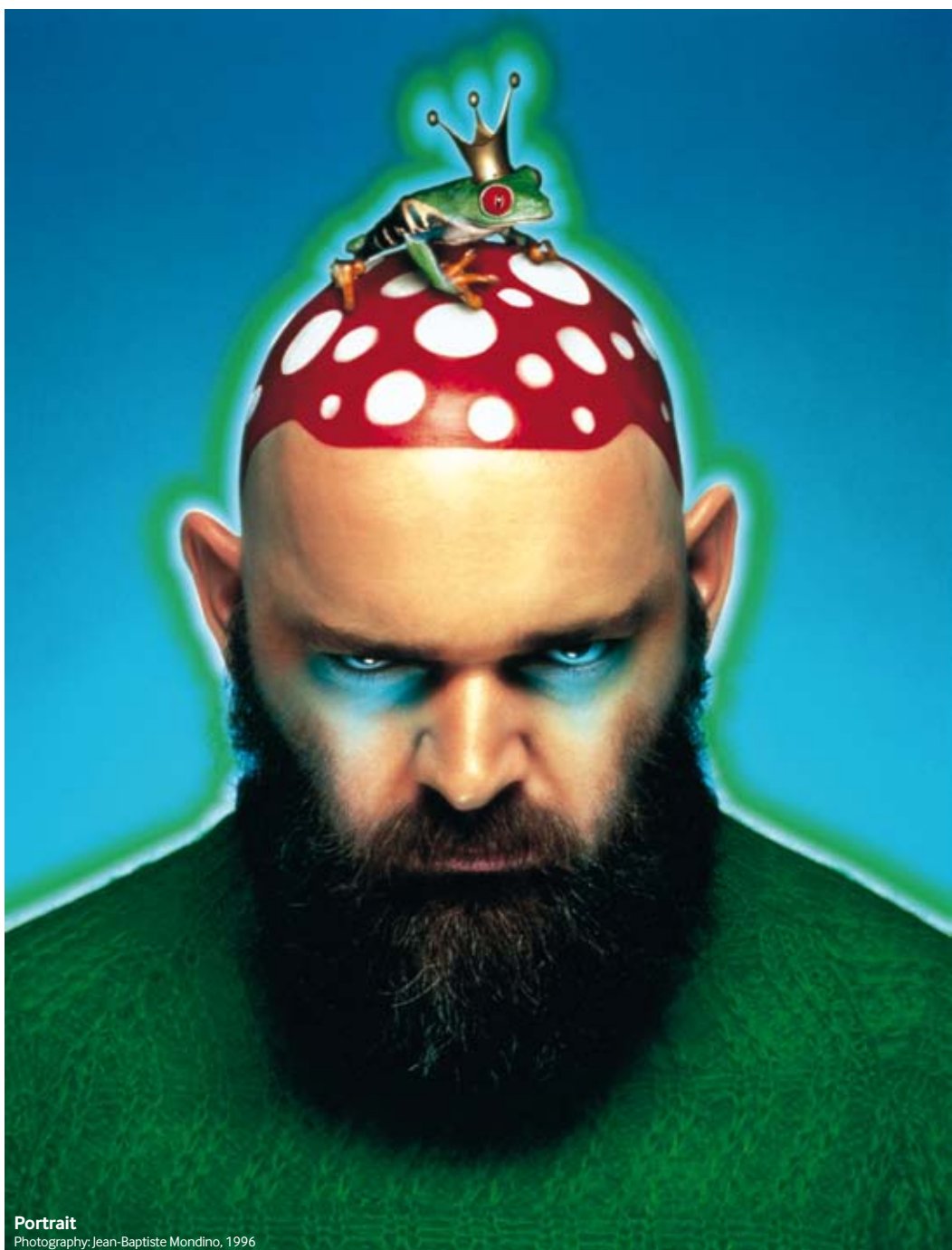
Wer stattete 1997 die Teilnehmer der Musikgruppe U2 für ihre PopMart Tour aus und hatte 1993 bis 1999 einen Lizenzvertrag mit dem deutschen Jeanshersteller Mustang? – Walter van Beirendonck. Der belgische Modeschöpfer hatte seine Studien 1980 an der Königlichen Akademie der Schönen Künste abgeschlossen, 1983 eine eigene Modekollektion entworfen und 1986 mit fünf seiner Studienkollegen als „The Antwerp Six“ bei der Britischen Designer Show in London erstmals in der internationalen Modewelt von sich reden gemacht.

Van Beirendoncks Kollektionen zeichnen sich durch ungewöhnliche Farbkombinationen, Einflüsse der Volkskunst verschiedener Nationen und der Science-Fiction sowie grafische Elemente aus. Er experimentiert mit den Grenzen von Schönheit und Ästhetik ebenso wie mit sozialen Vorurteilen, etwa in Bezug auf Geschlecht und Sexualität und schreckt auch nicht davor zurück, brisante Themen wie Massenkonsum, HIV und soziale Ausbeutung in seinen Designs und Modeschauen anzusprechen.

Nach dem Kunstbunker in München, wo seine Entwürfe von Juli bis September dieses Jahres im Rahmen der Gemeinschaftsausstellung „Future Garden“ zu sehen waren, und „ARRRGH! Monsters in Fashion“, einer Gruppenausstellung, die von Mai bis Juli im Benaki-Museum in Athen gezeigt wurde, widmet das Antwerpener Fashion Museum MoMu dem anerkannten Modeschöpfer heuer von 14. September 2011 bis 19. Februar 2012 die umfangreiche Einzelausstellung „Dream The World Awake“.

Relics From The Future

© Ronald Stoops



Portrait

Photography: Jean-Baptiste Mondino, 1996



Techno Crafts
© Ronald Stoops



Rituals
© Ronald Stoops



U2
© Ronald Stoops



Alien Spirits
© Ronald Stoops



Walters Wild Knights
© Ronald Stoops

Unikate in vielen Facetten



Basismaterial aller Schmuckstücke von Anita Münz ist das Horn von afrikanischen Watussi-Rindern. Die natürliche Farbpalette des Horns reicht von Cremeweiß über Cognacbraun und gedeckte Grüntöne bis hin zu tiefem Schwarz. Das abschließende Polieren verleiht dem ursprünglich matten Material eine glatte, leicht spiegelnde und durchsichtige Oberfläche. Dadurch entsteht je nach Kleidung der Trägerin ein individuelles Farbenspiel.

„Das Material Horn ist für mich ein Naturjuwel“, erklärt die Designerin: „Jedes Hörndl hat eine einzigartige Maserung, ähnlich abstrakter Kunst. Damit die Maserung bestmöglich zur Geltung kommt, suche ich für jedes Schmuckstück die optimale Hornplatte aus. Unter Hitze wird das Material in die gewünschte Form gebracht, doch erst beim Schleifen und Polieren treten die überraschenden Facetten der Maserung zutage. Damit wird jedes Schmuckstück zum Unikat.“

Für die aktuelle Kollektion kombinierte die Schmuckdesignerin erstmals Horn mit Metall: „Mich hat das Zusammenspiel dieser beiden Materialien gereizt. Es war eine Herausforderung, aus der etwas Neues entstanden ist“, sagt die Designerin. In Kombination mit matt glänzenden Ketten aus Gold und Silber kommunizieren die quadratischen, rechteckigen sowie runden Anhänger aus Horn Eleganz und Lebendigkeit.

Anita Münz studierte an der Hochschule für angewandte Kunst Metallgestaltung bei Carl Auböck. Sie gestaltete Schmuck aus Metall und Email, bevor sie das Naturmaterial Horn für ihre Arbeit entdeckte. Ihre Arbeit präsentierte sie in Ausstellungen in Europa, den USA und Japan. 1984 war sie bei der Biennale in Venedig, 1987 bei der Europalia in Brüssel, 1990 bei der „Contemporary European Jewelry“ in Paris und 2003 in Tokio bei der Review-Ausstellung „Austrian Jewelry 1945–2003“ vertreten. Heute haben die unverwechselbaren Unikate ihren fixen Platz im Sortiment von ausgewählten Fachgeschäften in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Auch in Brüssel, Paris und New York ist Hornschmuck von Anita Münz in hochwertigen Modestores zu finden und seit Dezember auch in einem ersten eigenen Schmuckgeschäft am Wiener Bauernmarkt.
www.anita-muenz.at



© Luzia Ellert



© Michael Zechary

Hautnah

Ende September öffnete der Flagship-Store „Nina Peter hautnah“ im sogenannten Kärntner Durchgang nahe der Kärntner Straße seine Pforten. Die Lage des Shops ist bewusst gewählt. „Wir befinden uns in unmittelbarer Nähe der legendären Loos-Bar und der traditionsreichen Hutmanufaktur Mühlbauer, umgeben von weiteren namhaften Boutiquen“, betont Geschäftsführer Gregor Pirouzi, der übrigens auch Franchise-Nehmer und Geschäftsführer des Agent-Provocateur-Stores auf der Tuchlauben in Wien ist.



Wie Mühlbauer blickt auch Nina Peter auf eine lange Unternehmensgeschichte zurück, denn unter dem Namen „Handschuhpeter“ produzierte ihre Familie bereits vor 170 Jahren edle Kleidung für die Hand. 2003 gründete Nina Peter gemeinsam mit Designer Gregor Pirouzi ihr eigenes Modeunternehmen.

Die Handschuhe und Leder-Accessoires des Labels sind weltweit in den renommiertesten Boutiquen zu finden, so bei Colette in Paris, Harvey Nichols in London, Quartier 206 in Berlin und Opening Ceremony in New York und Los Angeles. Prominente wie Kate Moss und Kylie Minogue zählen zu den bekanntesten Kunden. In ihrem aktuellen Video „The Edge Of Glory“ trägt auch Lady Gaga ein eigens für den Clip angefertigtes Modell.

„We are the night“, die neueste Kollektion des Labels, soll allerdings für jeden tragbar sein, der das Besondere wünscht. Vor allem die Nacht- und Partyszene wird durch die chicen Accessoires glamourös bereichert werden. Inspiriert vom Film „Dr. Schiwago“ glänzt die Kollektion mit einer Auswahl an Materialien wie Curlyleder in Kombination mit Pelz. Maskuline Materialien erinnern an das russische Militär der 1970er-Jahre. Erdige Farben wie Military Green, Bordeaux Red, Taupe, Braun, aber auch Marineblau und diverse Weißtöne prägen die Kollektion. Lackleder, Lederdrucke in Metallicfarben und Exoten wie russischer Salmon-Wolfsbarsch oder Python wurden speziell herausgearbeitet: sexy, glamourös und extravagant. Exklusive Ledertaschen, klassische Clutches und große Shopper sind ebenfalls Highlights der kommenden Saison. Insgesamt umfasst die Kollektion 32 Handschuh-Modelle und 6 exklusive Handtaschen, mit denen die Trägerinnen eines selbstbewusst klarstellen: „We are the night!“
www-ninapeter.com



Wirkung.



LIGHT FIELDS

Edel, dezent, hochwertig: Die Leuchtenserie LIGHT FIELDS bleibt mit ihrem Design auch in den neuen LED-Ausführungen der Klassiker der geradlinigen Büroarchitektur.

Zumtobel. Das Licht.

zumtobel.at

that's light.



maxi frameless

Das moderne Lichtbandsystem für
intelligente Lichtlösungen in
Shop und Office.



Zentrale und Produktion
Fiecht Au 25
A-6130 Schwaz/Vomp
Tel. 0043/(0)5242/71608
Fax 0043/(0)5242/71283
info@planlicht.com
www.planlicht.com

