

Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Herausgeber: Bund Schweizer Architekten
Band: 88 (2001)
Heft: 6: Wohnen, wohnen = Habitats = Housing

Artikel: Kleidsame Wundertüten
Autor: Sonderegger, Christina
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-65787>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

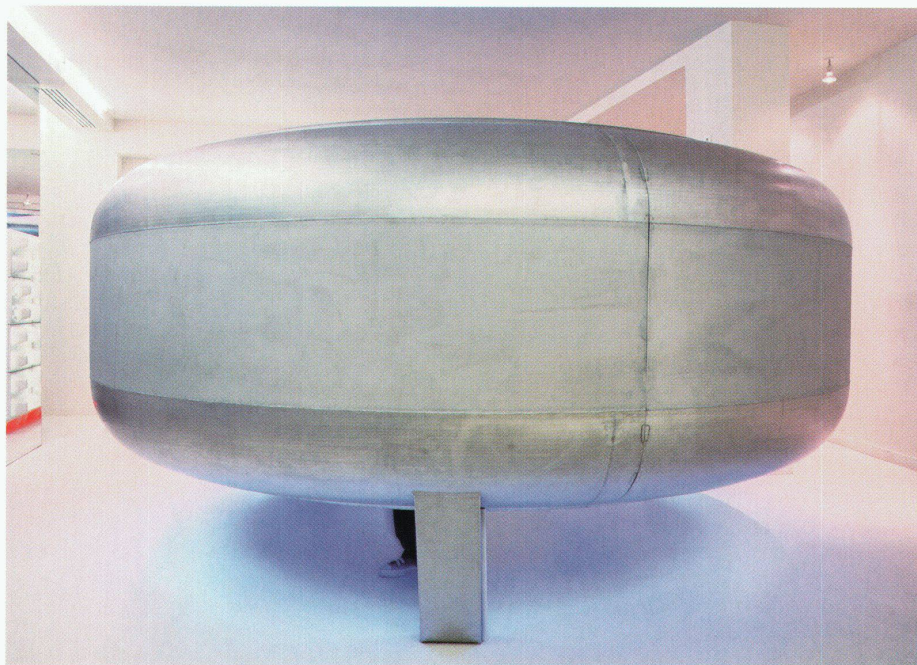
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kleidsame Wundertüten

Journal

Thema

Droog Design und NL Architects haben als junge Holländer für den italienischen Taschenhersteller Mandarina Duck ein völlig neues Shop-Design entwickelt. Im grossräumigen «Laden ohne Architektur» an der Pariser Nobeladresse Rue Saint-Honoré tummeln sich wundersame Rauminstallationen, die jede Shoppingtour zu einer amüsanten Entdeckungsreise werden lassen.



| 1

Forum

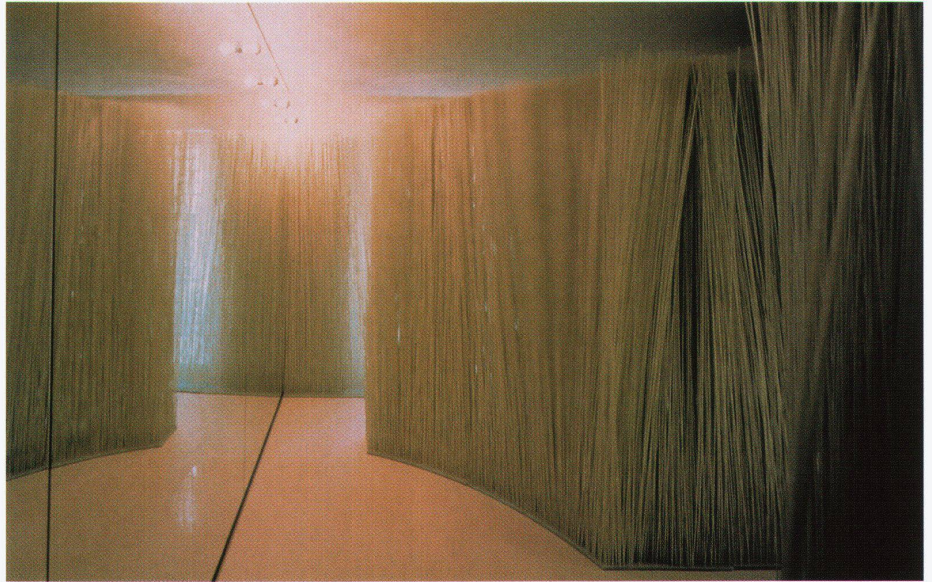
56

VSI.ASAI.

Service

- 1 | Warenträger in Form eines begehbaren Aluminiumkörpers
- 2 | Umkleidekabinen
- 3 | EG mit rotierender Treppe
- 4 | Warenträger aus Elastikriemen

Ladeneinrichtung für Mandarin Duck,
Paris 1999/2000
Innenarchitektur: Droog Design, Amsterdam
und NL Architects, Amsterdam
Fotos: Christoph Kircherer, Paris (1, 3, 4)
Droog Design (2)



| 2

Derzeit engagieren immer mehr renommierte Modehäuser namhafte Architekturbüros für die Gestaltung ihrer Geschäfte. Im Unterschied zu den Achtzigerjahren, als die weltweite Wiedererkennbarkeit eines Labels zentrales Designargument war, vertraut man dieser Tage vielmehr auf die schier magische Anziehungskraft aussergewöhnlicher Architektursergebnisse. Dabei scheinen Experimentierfreudigkeit und sinnlich-stoffliche Ausdruckskraft offensichtlich zentrale Entscheidungsfaktoren für die Wahl des Architekten zu sein, soll sich die Annäherung von Mode, Design und Architektur nicht allein in der faktischen Zusammenarbeit ausdrücken, sondern vor allem – und darin liegt der grosse Anreiz dieser Läden – im Umgang mit Material, Form und Raum manifestieren.

Droog Design und NL Architects

Mandarin Duck nimmt die Lancierung einer eigenen Kleiderkollektion zum Anlass, sich von seinem bisherigen Erscheinungsbild zu lösen und anstelle der kleinen einheitlichen Boutiquen mit neuen individuell gestalteten Läden ein völlig anderes Einkaufserlebnis zu erzeugen. Der im vergangenen November in Paris eröffnete 300 m² grosse Flagship-Store ist nach Bologna, Modena und Venedig der erste neu konzipierte Laden ausserhalb von Italien. Mailand, London und Berlin werden folgen. Im Vordergrund des neuen Designs steht nicht in erster Linie die Funktionalität eines Verkaufslokals, sondern vielmehr die Absicht, das von der Marke suggerierte Lebensgefühl, das mit Begriffen wie Freizeit, Abenteuerlust und Entdeckungsfreude assoziiert werden kann, zu vermitteln. Erstaunlicherweise haben die Verantwortlichen für diesen bedeutsamen Schritt keine ausgewiesenen Fachleute beauftragt, sondern wählten mit Droog Design eigentliche Newcomers auf dem Gebiet des Ladendesigns. Insofern versprach

man sich von diesem «Manko» einen Gewinn, der sich im ungewohnten und überraschenden Zugang zur gestellten Aufgabe zeigen sollte. Droog Design, die seit 1993 mit innovativen und humorvollen Aktionen und Produkten, wie beispielsweise dem Vorschlag für ein neues CI für die Kulturlandschaft Oranienbaum (1997) oder einer aus zwei Weingläsern konstruierten Türklingel (1994), von sich reden machen, verstehen sich nicht als Design-Agentur im traditionellen Sinne, sondern vielmehr als ein flexibles Netzwerk, das immer wieder neue Partnerschaften eingeht. Renny Ramakers und Gijs Bakker, die hinter der Organisation stehen, agieren als Art Directors und Auftraggeber junger Talente. Der Pariser Auftrag ist ihre erste Zusammenarbeit mit Architekten, womit bereits impliziert ist, dass es sich bei NL Architects um Grenzgänger zwischen den Disziplinen handeln muss. Auffallen ist das junge vierköpfige Team unter anderem mit der Wärmeaustauschanlage WOS 8, einem Hybrid zwischen technischer Infrastruktur, abstraktem Objekt und Sportgerät (vgl. dazu «werk, bauen+wohnen» 4/99 S. 34–37).

Spielzeug

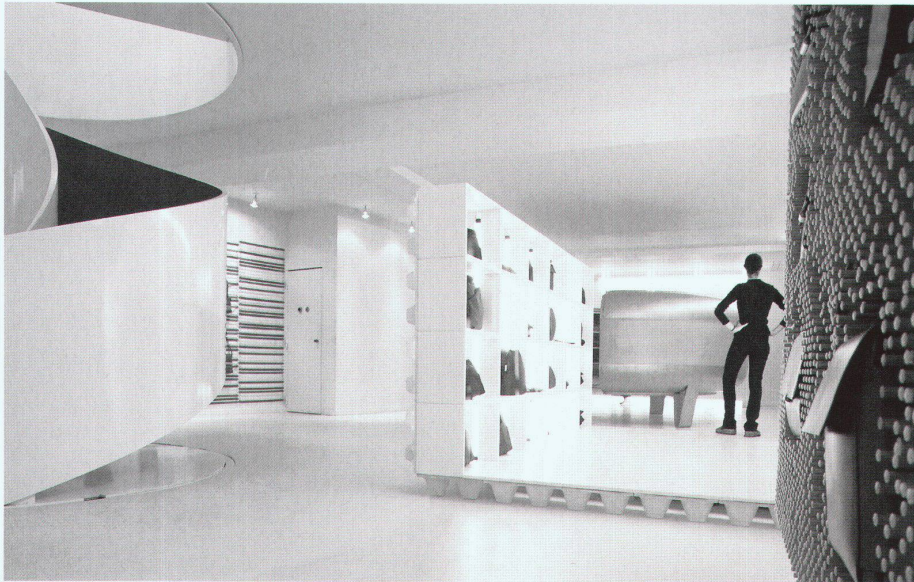
NL Architects konfrontieren den nüchternen, weiss gestrichenen Raum mit verschiedenartigen Installationen, die im weitesten Sinne Verkaufsdisplays darstellen. Der Raum als solcher bleibt unangetastete Hülle, die grössere und kleinere begehr- oder betastbare «Gadgets» aufnimmt. Auffällig ist, dass keines der Objekte in irgendeiner Weise die klassische visuelle Uniformität aufweist, die man in einem Laden, der Teil einer Kette ist, erwarten würde. Jedes Display nimmt sich wie ein überdimensionales Spielzeug aus, die Ware selbst tritt nur dezent in Erscheinung. Suchen, Finden und Verführtwerden sind die zentralen Aspekte einer

Shopgestaltung, die statt einer verkaufsfördernden Präsentation der Interaktion den Vorzug gibt. So müssen die Produkte zuerst entdeckt werden, bevor sie anprobiert werden können – wenn dies überhaupt möglich ist. Die Taschen beispielsweise sind so in eine borstenartige Wand aus beweglichen Aluminium-Stiften hineingedrückt, dass ihre Formen auf der anderen Seite der Wand als dreidimensionale Erhebungen in Erscheinung treten, oder sie sind relativ unvorteilhaft in bunte Elastikriemen eingeklemmt. Die in einer Art Brutkasten ausgestellten Accessoires können nur über Handschuhe angefasst werden, derweil die in überdimensionalen Blisterverpackungen vakuumisierten Kleidungsstücke weder berührt noch anprobiert werden können. Das auf drei Beinen balancierende Aluminum-Ufo schliesslich gibt die in seinem Innern «versteckten» Kleider erst preis, nachdem man es betreten hat.

Verführung

Höhepunkte der Verführung und Versuchung bilden die rotierende Treppe und die Umkleidekabinen. Die einer kinetischen Skulptur vergleichbare Treppe scheint mit ihrer kontinuierlichen Spiral-Bewegung die Kundschaft geradezu in das obere Geschoss «hinaufzubeamen». NL Architects überwinden mit dieser Vorrichtung nicht nur das Problem des zweigeschossigen Ladens, sondern sie eröffnen auch einen sich stets verändernden Eintritt ins Obergeschoss. Die vielleicht schönste und zugleich sinnlichste Überraschung ist ihnen mit den Umkleidekabinen geglückt. Es sind spiralförmig ausgesparte Flächen im Innern eines von 2 m hohen Fiberglas-Halmen gebildeten Feldes, das einerseits die notwendige Privatheit garantiert und andererseits die Kunden der Versuchung aussetzt, die Halme zu teilen und in andere Bereiche hinüberzuspähen.

57



3

4

Mode

Mandarina Duck, die mit ihren farbigen, plastifizierten Taschen Pionierarbeit im Bereich des Freizeit- und Reisegepäckes für eine junge modebewusste Kundschaft geleistet haben, demonstrieren ihre Offenheit gegenüber ungewohnten Materialien auch in der Pariser Ladeneinrichtung. Für die Warenträger werden gleichfalls künstliche und für diesen Zweck unübliche Werkstoffe verwendet wie beispielsweise Gummiriemen, Kunststoffpaletten oder industrielle Halbfabrikate aus Aluminium und Fiberglas. Während bezüglich der Materialisierung von einer Ähnlichkeit zwischen Produkt und Ausstellungsdisplay gesprochen werden kann, zeigt sich die Annäherung von Mode und Architektur im direkten physischen Umgang mit den Warenträgern: Wie bei einem Kleidungsstück schlüpft man in sie hinein, bewegt und betastet sie oder hinterlässt seine sichtbaren Spuren in Form von Abdrücken.

So clever und faszinierend das Ladendesign auch sein mag, so sicher lässt sich die Ermüdung über die sich wiederholenden Tricks absehen. Zu hoffen bleibt nur, dass die Attraktivität eines jeden Ladens dennoch so gross ist, dass die Kundschaft, ähnlich wie bei der Mode, sich immer wieder nach der nächsten Saison bzw. Eröffnung sehnt, die im Falle der Einrichtung nach demselben Konzept, aber von anderen Gestaltern ausgeführt sein wird. Im Herbst 2001 wird in London der neuste Shop zu entdecken sein. **Christina Sonderegger**

Eldorados du vêtement

Actuellement, un nombre sans cesse croissant de grandes maisons de mode chargent des agences d'architecture renommées de concevoir leurs magasins. A la différence des années 80, lorsque la célébrité mondiale d'un label était un argument central de design, on fait bien plus confiance de nos jours à l'attrait quasi magique d'événements architecturaux exceptionnels. Les jeunes hollandais Droog Design et NL Architects – deux nouveaux-venus dans le domaine du design des boutiques – sont chargés des nouvelles installations du fabricant des sacs italien Mandarin Duck. Dans les 300 m² du magasin-pilote parisien, situé rue St.-Honoré, l'idée centrale est celle d'un espace de vente «sans architecture», dans lequel des étagères inédites permettent un jeu de cache-cache stimulant entre la clientèle et les produits: Chercher, trouver et être séduit deviennent ainsi les aspects principaux du Shopdesign. Ce faisant, l'essentiel n'est pas ici la marchandise, mais bien plus l'exploration ludique d'un monde événementiel amusant. Equilibré sur trois supports, un «ovni» circulaire en aluminium, recèle en son sein des vêtements que l'on ne peut essayer qu'après y avoir pénétré. Les sacs sont présentés au moyen de sangles élastiques ou d'une sorte de paroi d'exposition avec broches mobiles en aluminium et alvéoles en creux épousant la forme des sacs. Pour maîtriser le problème de la boutique à deux niveaux, NL Architects ont inventé une solution très particulière: Un escalier en spirale tournant sur son axe qui, d'une manière littéralement magique, semble «aspérer» les clients vers l'étage. Aussi habile que soit ce jeu, on peut prévoir que la clientèle se lassera de ces artifices répétés. Il faut seulement espérer que l'attrait en sera suffisant pour que l'on attende avec impatience la prochaine ouverture qui sera réalisée selon le même principe, mais par d'autres concepteurs.

Elegante scrigno magico

Attualmente le case di moda più affermate incaricano studi di architettura rinomati di allestire i loro negozi. Contrariamente agli anni ottanta, quando la riconoscibilità mondiale di un marchio era l'argomento centrale del design, adesso ci si basa piuttosto sull'attrazione quasi magica esercitata da eventi architettonici eccezionali.

I giovani Designer olandesi Droog Design ed NL Architects – entrambi dei «newcomers» nel campo dello shop design – sono responsabili del disegno/allestimento del nuovo negozio del fabbricante italiano di borse Mandarin Duck. Il concetto fondamentale dello spazioso flagship-store di 300 metri quadrati all'indirizzo parigino dell'esclusiva Rue St. Honoré è quello di un negozio «senza architettura», nel quale i display di vendita creano un gioco vivace tra il pubblico ed i prodotti: cercare, trovare ed essere sedotti sono gli aspetti principali dello shopdesign. Non si tratta innanzitutto del prodotto, ma piuttosto della scoperta ludica di un parco dei divertimenti. Un ufo in alluminio, rotondo, in bilico su tre zampe cela al proprio interno gli abiti, che potranno essere provati solo dopo che il visitatore sarà entrato nell'espositore introverso. Per esporre le borse vengono usati elastici colorati oppure il pin-wall dove le borse emergono come un rigonfiamento dalla superficie di spilli in alluminio. Per risolvere il problema di uno spazio di vendita su due NL Architects hanno avuto un'idea del tutto particolare: scala mobile elicoidale che ruota su sé stessa sembra teletrasportare i visitatori direttamente al piano superiore. Nonostante questi giochi siano estremamente sapienti, ...del pubblico davanti a questo effetto ripetuto è prevedibile. Rimane solo la speranza che sia attraente al punto da creare un'attesa per la prossima apertura, concepita in modo simile, ma realizzata da altri designer.