

# Inseln für Schuhe : neue und bestehende Einrichtungen der Camper Shops

Autor(en): **Pradal, Ariana**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **94 (2007)**

Heft 5: **Grazioli Krischanitz et cetera**

PDF erstellt am: **19.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-130550>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## Inseln für Schuhe

### Neue und bestehende Einrichtungen der Camper Shops

Campers sind Schuhe aus Mallorca, meist rundlich, bequem und mit Gummisohle. Manchmal sind sie auch bestickt, mit Applikationen versehen oder aus einem linken und rechten Schuh bestehend, die sich leicht unterscheiden. Hinter den Schuhen steht ein Familienbetrieb in vierter Generation mit Sitz auf der spanischen Insel. Ein «Camper» bedeutet katalanisch «Bauer», und nach dem Vorbild seiner Schuhe entstanden die Camper Schuhe. Sie sollten einfach, langlebig und bequem sein. Nicht nur im Namen auch in der Werbung und in den Ladeneinrichtungen spielt die ländliche Herkunft der Marke eine wichtige Rolle. Wir sehen mallorquinische Landschaft, Menschen oder Tiere auf Postern abgebildet, auf Trag-

taschen, und an den Wänden der Läden lesen wir über die Eigenarten des Betriebs und der Insel.

Initiiert hat die Marke 1975 Lorenzo Fluxà, Enkel des einstigen Firmengründers Antonio Fluxà. 1981 eröffnete Camper seinen ersten Shop in Barcelona. Neu und ungewöhnlich für damals war, dass jeweils alle Schuhe in allen Grössen ausgestellt waren. Die Kunden konnten sich selbst bedienen. 1992 entstanden ausserhalb von Spanien die ersten Läden in Paris und London. Es war das Jahr der olympischen Spiele in Barcelona, und dies verhalf der Marke zum Sprung ins Ausland. Heute zählt der Schuhproduzent weltweit knapp 60 eigene Läden, die Kollektion wird in weiteren 3500 Läden verkauft, und ein Hotel und zwei Restaurants gehören ebenfalls zur Camper-Firma.

Alle Verkaufsorte müssen Campers Herkunft thematisieren; in welcher Art ist dem Designer frei gestellt, so lange er die kommerziellen Parameter wie Ausstellungsfläche und Übersicht einhält. Der Auftrag lautet: Ein Kunde muss Mallorca nicht sehen, aber atmen können, egal ob er in Mailand, Hongkong oder San Francisco über die Ladenschwelle tritt.

Camper beschreibt diesen Entscheid, die Herkunft in der Innenausstattung zu verankern, mit Erfahrungen und Beobachtungen, die sie in den 1990er Jahren gemacht haben: In den städtischen Einkaufsmeilen glichen sich die Markenläden immer mehr. Wenn auch gut gestaltet, ist die gehobene Innenausstattung meist austauschbar, und der Kunde, der den Markenshop betritt, weiss bereits im Voraus, was ihn drinnen erwartet. Der Schuhhersteller hingegen wollte und will, dass jeder Shop Campers Herkunft kommuniziert und jeder Laden dennoch anders aussieht. Vielfalt versus Wiederholung.

Deshalb hat der Schuhhersteller mit zahlreichen Designern und Architekten gearbeitet. Am intensivsten ist aber die vielfältige Zusammenarbeit mit dem katalanischen Designer Martí Guixé. Er hat Inneneinrichtungen für einen bestimmten Laden entworfen, aber auch Systeme entwickelt, die an mehreren Orten angewendet werden kön-

nen: zum Beispiel den «Info Shop», den «Bestseller» oder den «Temporary Shop». Der Laden in London an der Old Bond Street folgt dem Info System. Information dient hier als Dekoration und Dekoration als Information. Der Designer hat den seltenen mallorquinischen Esel als Gestaltungselement verwendet. Wände und Decke sind mit ihm überzogen, Texte informieren, dass es nur noch wenige seiner Art gibt. Guixé beschreibt diese Art zu gestalten als direkt, effektiv und günstig. Jeder verstehe die Mitteilung auf Anhieb, und es können Kosten für teure Materialien und Einbauten gespart werden. Zudem bekomme die Ausstattung eine intellektuelle Note. Auch nehme diese Gestaltungsart kaum Raum weg und der vorhandene Platz könne so optimal genutzt werden. Der Laden erinnert mit seiner leichten, expressiven Innenausstattung an Guerrilla Stores. Anders vermittelt er den Inhalt der Marke im Laden in Soho New York. Der Designer zeigt hier, dass sowohl Mallorca wie Manhattan Inseln sind und ihre Kraft aus dem Stein schöpfen. Teile der Wände sind aus geschichteten Steinen, und eine lange, mit grossen Leuchten überdachte Plattform präsentiert alle Schuhe. Die Plattform ist ein solitärer Körper im lang gestreckten Raum – fast wie eine Insel. Die Schuhe sind in mehreren, strengen Geraden aufgereiht. Text und Skizzen an den roten Wänden hinter den Sitzflächen berichten vom Label. Der Gestaltungsstil des Katalanen ist unkompliziert. Rot – Campers Hintergrundfarbe im Logo – und grosse Leuchten über den Präsentationsflächen sind zwei beliebte Gestaltungselemente des Designers.

### Frischer Wind

Nun hat Camper weitere Designer beauftragt, bestehende und neue Shops für sie einzurichten. Diese Initiative nennt sich «Camper Together». Der Schuhhersteller lässt ausgesuchte, bekannte Persönlichkeiten ihre Sicht des Labels erarbeiten und in einem Shop umsetzen. Die Läden sollen die Handschrift der Designer tragen und zugleich Campers Identität kommunizieren – Autorenshops.



Bild: Imagokvadrat

Zum neuen Team gehören der Spanier Jaime Hayón aus Barcelona, die brasilianischen Brüder Humberto und Fernando Campana und der Schweizer Designer Alfredo Häberli, der vor kurzem den bestehenden Schuhladen in der rue du Faubourg St-Honoré in Paris erneuert hat. Dieser umfasst einen kleinen, länglichen Raum im Parterre mit Schaufenster auf der Stirnseite. Wichtig war dem Züricher Designer, dass das Projekt humorvoll ist und es die Marke aufwerte. Häberli erinnern die bisherigen Präsentationen in langen Reihen an Ausverkauf, und er fand, Camper mache zu wenig darauf aufmerksam, wie gut seine Schuhe sind. Deshalb hat er eine neue Darstellung gewählt: Die Schuhe werden in kleinen Gruppen auf drei in unterschiedlichen Höhen übereinander liegenden Platten aus verschiedenen Materialien ausgestellt. Mit dieser Portionierung erhofft er sich, wieder den einzelnen Schuh mehr ins Licht zu rücken. Auf den unteren Ebenen sind die Kinderschuhe platziert. Die Präsentation auf den Inseln aus Stein oder Holz schätzt das Verkaufspersonal, denn sie erlauben, die Kollektion immer wieder neu zu gruppieren und auszustellen. Über der Schuhauslage hängen leuchtende Jupes und Hosen von der Decke. Sie beleuchten die Schuhe und geben mit einem Augenzwinkern Auskunft, wie die Schuhe mit Kleidern kombiniert werden können. Vor einer Längswand hängen 70 Cartoons des Designers zum Thema Schuhe und Camper. Es sind Ideen, die Alfredo Häberli während der Arbeit am Projekt hatte. Am Ende des Raums sind die Verkaufstheke und die Sitze für die Anprobe platziert.

Häberli hätte gerne einen Laden mit zwei Geschossen gestaltet. Camper wendete aber ein, dass die Käufer nicht nach oben gehen – sie haben diese Erfahrung bereits in einem vorherigen Projekt gemacht.

Ebenfalls vor wenigen Monaten hat Jaime Hayón zwei Shops beendet. Sie befinden sich am Paseo de Gracia in Barcelona und an der Carnaby Street in London. Gleich wie Häberli wollte er die Innenausstattung eleganter gestalten als die



2



3

bisherigen. Er übernimmt das Rot der bestehenden Läden als grossflächig eingesetzte Farbe und die grossen Leuchten über den Präsentationsflächen. In London erhellen eigens entworfene Leuchten aus Terracotta die Auslage, in Barcelona tun dies goldene Trichter. Dazu kommen hochglanzlackierte Böden, mit Fell überzogene Sitzflächen sowie extravagante Möbel oder Versatzstücke davon, die mit der Formsprache von Louis-seize Möbeln kokettieren: Die Beine der Tische bestehen beispielsweise aus verschiedenen gedrechselten Stücken.

Der neue temporäre Shop in Berlin stammt von den Brüdern Campana. Temporäre Shops ermöglichen Camper, innerhalb kürzester Zeit Ver-

- 1 Info Shop London von Mart Guixé
- 2 Alfredo Häberlis Camper Shop in Paris
- 3 Temporary Shop der Gebrüder Campana in Berlin



Jaime Hayóns Laden in Barcelona

kaufsorte zu eröffnen, noch bevor das endgültige Design und die Ausstattung festgelegt sind. Im Projekt «Torn Leftover» (zerfetzte Überbleibsel) bedecken die Brasilianer die Wände mit geschichtete alten Plakaten, aus denen die Brüder Löcher reissen und so neue, zusammenhanglose aber schöne Bilder entstehen lassen. Gestapelte Holzroste und einfache, kleine Tische dienen als Displays. Mit günstigen Materialien und mit Abfällen zu arbeiten, gehört zur Gestaltungsart der Campanas. Auch hier zeigen sie, wie sie mit wenig viel erreichen. Die Plakate an den Wänden sind Abfalldrucke, die sie hier gekonnt wiederverwenden.

Die Camper Shops sind in den teuren Shoppingmeilen der Städte zuhause. Ihre Nachbarn sind Marken wie Louis Vuitton, Bottega Veneta oder Prada. In diesen Strecken bildet Camper Inseln, die man gerne betritt, ohne vom Verkaufspersonal in Anzügen auf Herz und Nieren geprüft zu werden. Es sind erfrischende Oasen, die ohne Marmor oder Tropenhölzer auskommen, und jeder Laden durchbricht die Uniformierung der Geschäftsstrassen, in denen man überall auf der Welt die gleichen Shops, die gleichen Schaufenster und die gleichen Produkte sieht. Konsum bekommt beim mallorquinischen Bauern eine menschlichere Note.

Ariana Pradal



### 3 gute Gründe auf einen starken Partner zu setzen!

Wenn die Rechnung nicht nur aufgehen, sondern ein klarer Mehrwert resultieren soll, dann finden Sie in OPO Oeschger den richtigen Partner. Profitieren Sie von den vielfältigen Angeboten und Dienstleistungen unserer Geschäftsbereiche:

**Beschläge und Werkzeuge:** Von Küchen- und Möbelbeschlägen bis zu Tür- und Baubeschlägen.

Besuchen Sie unsere Infocenter in Kloten, Köniz, St. Gallen, Aesch, Kriens, Crissier und Manno.

**Sicherheitstechnik und Beratung:** Integrales Tür-Management rund um die Türtechnik.

Egal ob für Zutritts-, Tür- oder Austrittstechnik.

**Werkraumeinrichtungen:** Holz- und Metallwerkräume für Unter-, Oberstufen- und Heilpädagogische Schulen sowie Ergotherapien.

OPO Oeschger AG  
 Steinackerstrasse 68  
 8302 Kloten  
 T 044 804 33 11  
 F 044 804 33 99  
 opo@opo.ch  
 www.opo.ch