

AIT

ARCHITEKTUR
ARCHITECTURE

| INNENARCHITEKTUR
| INTERIOR

| TECHNISCHER SOLL
| TECHNICAL SOLUTIONS

3.2010

VERKAUF UND PRÄSENTATION
RETAIL AND PRESENTATION

SAKO, SOPHIE HICKS, JAVIER MARISCAL
HERZOG & DE MEURON, FORMAVISION
HHF, ATELIER HEIMATSTUNDEN, IF GROU
DIENER & DIENER, MAURICE MENTIENS

Abonnement 13,90 EUR
Anzeigenteil 1,90 EUR
Anzahl 6 13,90 EUR
Lithografie 1,90 EUR
Druckerei 1,90 EUR
Lithographie 1,90 EUR
Lithographie 1,90 EUR

03
6111904

SHOES

REEBOK FLASH IN NEW YORK

Entwurf | Design Formavision, New York

Während mittlerweile jedes Modelabel mindestens einen Flagshipstore in einer der international angesagten Metropolen des Globus besitzt, überschwemmt derzeit ein neues Shopkonzept die Innenstädte der Welt. Der sogenannte Pop-up-Store existiert meist nur wenige Wochen beziehungsweise Monate. Als Parasit besetzt er vorübergehend leerstehende Räume und verschwindet zumeist genauso schnell, wie er gekommen ist. Das macht ausgefallene Experimente in der Gestaltung möglich. Und während Flagshipstores vor allem eine Domäne der Architektenelite sind, greifen Unternehmen für Pop-ups gern auf den kreativen Nachwuchs zurück. So engagierte der englische Turnschuhhersteller Reebok für seinen Pop-up in der angesagten New Yorker Bowery das junge, einheimische Büro Formavision. Sebastien Agneessens, der Kopf des Kreativlabors, entwickelte aus der Verbindung von 80er-Jahre-Pop und militärischen Camouflage-Techniken ein eigenwilliges Gestaltungskonzept. Während die Farben an Purple Rain, Miami Vice, Flash Dance und Thriller erinnern, verweisen die verwendeten Muster auf die sogenannte Dazzle-Tarnung. Die im Weltkrieg entwickelte Schiffsbemalung schützte damals alliierte Kreuzer vor Angriffen deutscher U-Boote. ¹⁶

□ Although every fashion label has its flagship store in one of the internationally hip metropolises, a new shop concept is presently flooding the city centres. Usually, the so-called Pop-Up Store only exists for a few weeks. As a parasite it occupies vacant spaces and mostly disappears as quickly as it was set up. This allows for exceptional design experimentation. Whilst flagship stores are predominantly a domain of the architectural elite, companies are happy to fall back upon creative new talents when using Pop-Ups. Reebok, for example, commissioned the young practice Formavision with the Pop-Up in the New Yorker Bowery. Sebastien Agneessens developed an unconventional design concept from the combination of 1980s pop and military camouflage technique. Whilst the colours are reminiscent of Purple Rain, Miami Vice, Flash Dance, and Thriller, the applied patterns refer to the so-called Dazzle camouflage. The paint scheme was used on ships in World War I and protected Allied cruisers from attacks by German submarines.



Foto: © Sebastien Agneessens

