

New Yorker Inspirationen

Trends von der Fachmesse 'Retail Design Collective'

■ New York ist (nicht nur) für kreative Köpfe immer eine Reise wert. Die ganze Metropole ist eine einzige Inspirationsquelle. Jährlich in der Vorweihnachtszeit nimmt die Anziehungskraft von Big Apple allerdings noch einmal um ein Vielfaches zu. Nicht nur wegen der faszinierenden Christmas-Schaufenster, sondern auch wegen der Fachmesse Retail Design Collective, auf der die internationalen Visual Merchandising Trends zu sehen sind. Sonja Löbbel und Matthias Spanke von der international tätigen Agentur 'Inspired Visual Merchandising' mit Sitz in Köln waren vor Ort und haben in Showrooms sowie angesagten Stores und führenden Warenhäusern vier VM-Hauptthemen identifiziert:



Aus einem Türrahmen wird ein Regal – bei 'Anthropologie' in NY nur ein Beispiel für Everyday Art.



■ **Everyday Art:** Bei 'Everyday Art' werden widersprüchliche Alltagsgegenstände in einen neuen Zusammenhang gebracht und ergeben eine moderne Vintage- und Do-It-Yourself-Ästhetik: Türfronten werden zu Regalen, in großen Mengen gruppierte Gebrauchsgegenstände an Decken oder Wänden zu neuen Designobjekten. Sonja Löbbel hebt die Stärke dieses Themas hervor: „Hier bedarf es keines großen finanziellen Aufwands, sondern individueller Kreativität. Das ist wirklich etwas für jede Fläche!“

■ **Sustainable Design:** Dieser Trend geht fließend in den vorherigen über: Natürliche und recycelte Materialien werden auf unerwartete Weise eingesetzt. Ein Beispiel ist die Wand- und Deckengestaltung von 'Owen', die aus rund 25.000 kunstvoll arrangierten Papiertüten besteht. Ergänzt wird dieses Thema durch den Einsatz von vertikalen Pflanzen-Wänden, die nach Möglichkeit mit natürlichen Pflanzen begrünt werden.

Bei 'Owen' auf der Washington Street zieren unzählige sorgfältig arrangierte Papiertüten die Wände und Decke. Foto: Owen



Immer einen Besuch wert: Bergdorf Goodman mit Schaufenstern, in denen das Thema Revue im Mittelpunkt stand. Alle Fotos außer Owen: Inspired Visual Merchandising, Köln

■ **Las Vegas:** Deutlich wilder geht es beim Las Vegas-Ansatz zu: Hier stehen Revue, Show und Glücksspiel im Mittelpunkt. Nicht zufällig stand auch die diesjährige Verleihung der MTV European Music Awards unter dem Thema 'Pop-Zirkus' mit Gauklern, Feuerpuckern, Artisten und dem entsprechenden Bühnenbild. In den Fenstern von 'Bergdorf Goodman' wurde in der Vorweihnachtszeit zum Beispiel eine glamouröse Bühnenshow inszeniert.



Eine Ton-in-Ton-Inszenierung zog bei Banana Republic in der Vorweihnachtszeit die Blicke auf sich.

■ **Monochrome:** Gestaltungslösungen, die in NY ebenfalls häufig zu sehen waren, sind aufmerksamkeitsstarke Ton-in-Ton-Inszenierungen: Die gesamte Schaufenster-Präsentation, einschließlich der gezeigten Ware ist in einem Farbton in unterschiedlichsten Nuancen gehalten. „Interessante optische Effekte entstehen dabei durch die Verwendung verschiedener Materialien innerhalb eines Farbthemas“, weiß Matthias Spanke. UL