

Tamara Pallasch:
„Die Atmosphäre
ist entscheidend“

Michael Schlenke:
„Vom Bonanzrad
zum Treppenlift“

Dopo Domani |
Ruby design_living:
Wenn Leidenschaft
einrichtet

Lucie Koldova:
„Licht hat mich
verzaubert“

[interior|fashion]

more than furniture

4|2017

Hospitality: Individuell. Authentisch. Clever

Editorial

3 Vom kleinen Wörtchen „muss“

Update

6 Neuheiten aus der Branche

Contract



11 Hospitality: Individuell. Authentisch. Clever

12 Tamara Pallasch: „Die Atmosphäre ist entscheidend“

16 Hospitality-News

17 Benecke-Hörnschuch Surface Group:
Charlie Chaplins Glanzzeiten

22 Schramm: Genieße die Nacht!

24 Haro: Inspiration und Lebensart am See

28 Best Wool Carpets: Die Magie der Wolle

29 Spradling: High-Performance in zeitlosem Design



Contract



31 Wachstumsmarkt Healthcare

32 Michael Schlenke: „Vom Bonanzrad zum Treppenlift“

35 Healthcare-News

36 Gastbeitrag Prof. Rudolf Schrickler: Gesundheitsfördernde
Innenarchitektur – Healing Environment

38 Kusch + Co: Ästhetik mit Funktionalität

Trade



42 Dopo Domani | Ruby design_living:
Wenn Leidenschaft einrichtet

45 Trade-News

Design



46 Lucie Koldova: „Licht hat mich verzaubert“

49 Design-News

50 Ungewöhnliche Begegnungen

50 Impressum|Inserentenverzeichnis

Titelbild – Die White Monkey Pizza Lab & Bar ist der neue Hotspot für italienisches Essen in Leipzig. Für Marché International hat die Ippolito Fleitz Group nicht nur das Interior Design gestaltet, sondern ebenso die gesamte Markenkommunikation. Markenzeichen ist der weiße Affe, der den Gast in verschiedenen Dimensionen als wiederkehrendes Element durch den Raum führt. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 16. Foto: Eric Laignel, New York

Individuell. Authentisch. Clever.

Individuell. Mit diesem Wort schmücken sich heutzutage viele Hotels und Restaurants – und bezeichnen damit sowohl das inhaltliche Konzept als auch die Gestaltung der Räumlichkeiten. Dass ein Hotel wie auch ein Restaurant aber nur dann funktioniert, wenn die Zielgruppe und der Standort in das Konzept mit einfließen und der Gast ein Wohlgefühl empfindet, das weit über die Erfüllung der ästhetischen Ansprüche hinausgeht, ist vielen Hoteliers, Investoren und auch Planern nicht bewusst. Denn neben einem authentischen Konzept, hochwertigen und natürlichen Materialien und dem cleveren Einsatz von neuen Technologien geht es vor allem um die Atmosphäre im Raum.

InteriorFashion hat sich in der Branche umgesehen und außergewöhnliche Planer, Projekte sowie Produkte unter die Lupe genommen.

Foto: Eric Laignel, New York



Die eingesetzten Materialien sind geerdet und schaffen es mit ihrer Haptik und Tonalität, das italienische Lebensgefühl in den Raum zu bringen.



Das differenzierte Sitzplatzangebot ist auf unterschiedliche Situationen – vom Frühstück bis zum Barbetrieb – abgestimmt. Fotos: Eric Laignel, New York | www.ifgroup.org

Projekte: Visuelle und räumliche Identität

Pizza in einer neuen Dimension – das können die Besucher der White Monkey Pizza Lab & Bar erleben. Nicht nur, dass die Pizza ab sofort nicht mehr rund ist, sondern lang und nicht mit Messer und Gabel geschnitten wird, sondern mit der Schere, auch das gestalterische Konzept hebt sich von dem Gewohnten einer Pizzeria ab. Verantwortlich zeichnet die Ippolito Fleitz Group, die für Marché International neben dem Innenraum des neuen Hotspots für italienische Küche in Leipzig die gesamte Markenkommunikation – vom Logo über die Restaurant-Ausstattung bis hin zur Website und soziale Medien – gestaltet hat.

Ippolito Fleitz übersetzt die Leidenschaft von Marché International für Qualität und Frische in eine visuelle und räumliche Identität, die traditionelle Wurzeln zeitgenössisch und modern interpretiert und ins Hier und Heute holt. Mit dem Namen White Monkey und dem Symbol des weißen Affen wurde eine Markenidentität geschaffen, die in dieser vertrauten Welt des italienischen Lebensstils surreale Akzente setzt, die im Gedächtnis bleiben. Der Affe taucht bereits als Leuchtreklame an der Fassade auf. In verschiedenen Dimensionen – als Beistelltisch, Leuchte, Papieranhänger oder Wegweiser – führt er den Gast als wiederkehrendes Element durch den Raum.

Das Material- und Farbkonzept stellt eine Verbindung von Traditionellem, Bekanntem und modernen Elementen dar. Die Decke aus Holzlamellen fächert sich vom Eingangsbereich über den gesamten Raum, wobei mit Einschnitten die Zonierung des Raumes erzielt wird. Sie wird unterstützt von weißen, ungewöhnlichen Säulen, bei denen sich unterschiedlich große Kugeln und Ellipsoide zu überdimensionalen Perlenketten aufeinanderstellen. Die Kugelnketten wiederholen sich auch als Tischbeine an der Bar und in den Filterelementen. Diese Formsprache findet sich ebenso als grafisches Motiv an der Wand und in den Kommunikationsmedien wieder.

Das Farbkonzept verbreitet mit warmen Rosa-, Rot- und Erdtönen Retro-Charme und stellt damit eine Verbindung zur traditionellen italienischen Kultur her. Die wandfüllenden Collagen greifen mit nostalgischen Motiven die Vergangenheit zunächst auf, um sie dann mit großformatigen Blumenmotiven und farbenfrohen abstrakten Formen in einen modernen, urbanen Kontext zu überführen. Gleiches gilt für das große Billboard, das als Werbeträger vergangener Tage nun augenzwinkernd mit lockeren Sprüchen die Philosophie von White Monkey transportiert. Es ist zugleich Bestandteil eines Beleuchtungskonzepts, das durch den Einsatz verschiedenster Lichtquellen – vom leuchtenden Affen über Hängeleuchten bis zur Lichterkette – für die entsprechende Raumatmosphäre zu jeder Tageszeit sorgt.