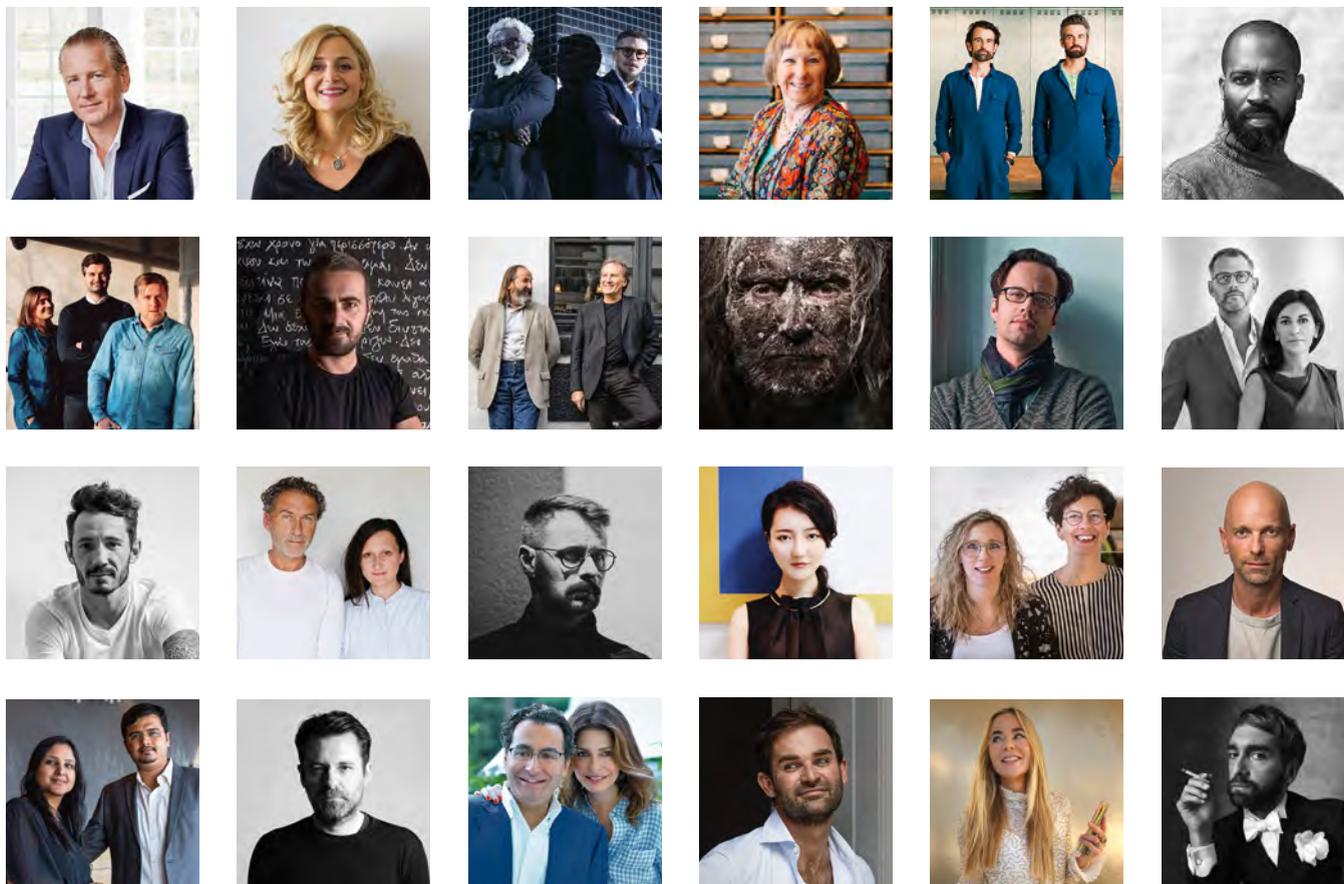


Retail Personality

authentic and successful

Marc Heikaus



avedition

6
Marc Heikaus
Introduction

8
Prof. Dr. Verena König
Preface

12
Cédric Grolet
La Pâtisserie du Meurice Paris

20
Chris Glass
aptm Berlin

36
Li Xiang
Zhongshuge Bookstore Chongqing

48
Andreas Kraft
Kraft Augenoptik Stuttgart

58
Badrinath and Prerna Kaleru
Swarn Jewellers Panchkula

Contents

70
Sofie Possemiers
Ganterie Boon Antwerp

80
Uwe Maier
Bungalow Stuttgart

88
Petros Fragopoulos
Judah Club Thessaloniki

98
Isaac Reina
Isaac Reina Store Paris

106
Tilo and Sari Heuser
Modehaus Bratfisch Giessen

116
Ilse Cornelissens, Tim van Geloven, and Seppe Nobels
Graanmarkt 13 Antwerp

128

Karl and Klaus Schwitzke
Biogena Flagship Store Vienna

138

Regina Dahmen-Ingenhoven
Allude Escape Kitzbühel

146

Daniel and Markus Freitag
Freitag Store Milan and Zurich

158

Patrick Roger
Chocolatier Paris

182

Monika Losos and Werner Aisslinger
Pharmacy of the Future Berlin

172

T-Michael and Alexander Helle
Norwegian Rain Oslo, Paris, and Tokyo

192

Stephan Vary
Rimowa Flagship Store Tokyo

202

Carol Eyschen and Claire Hoscheid
Opti-Vue Ettelbruck

210

Djaba Diassamidze
Darial Barcelona

222

Oliver Gustav
Studio Gallery Copenhagen

230

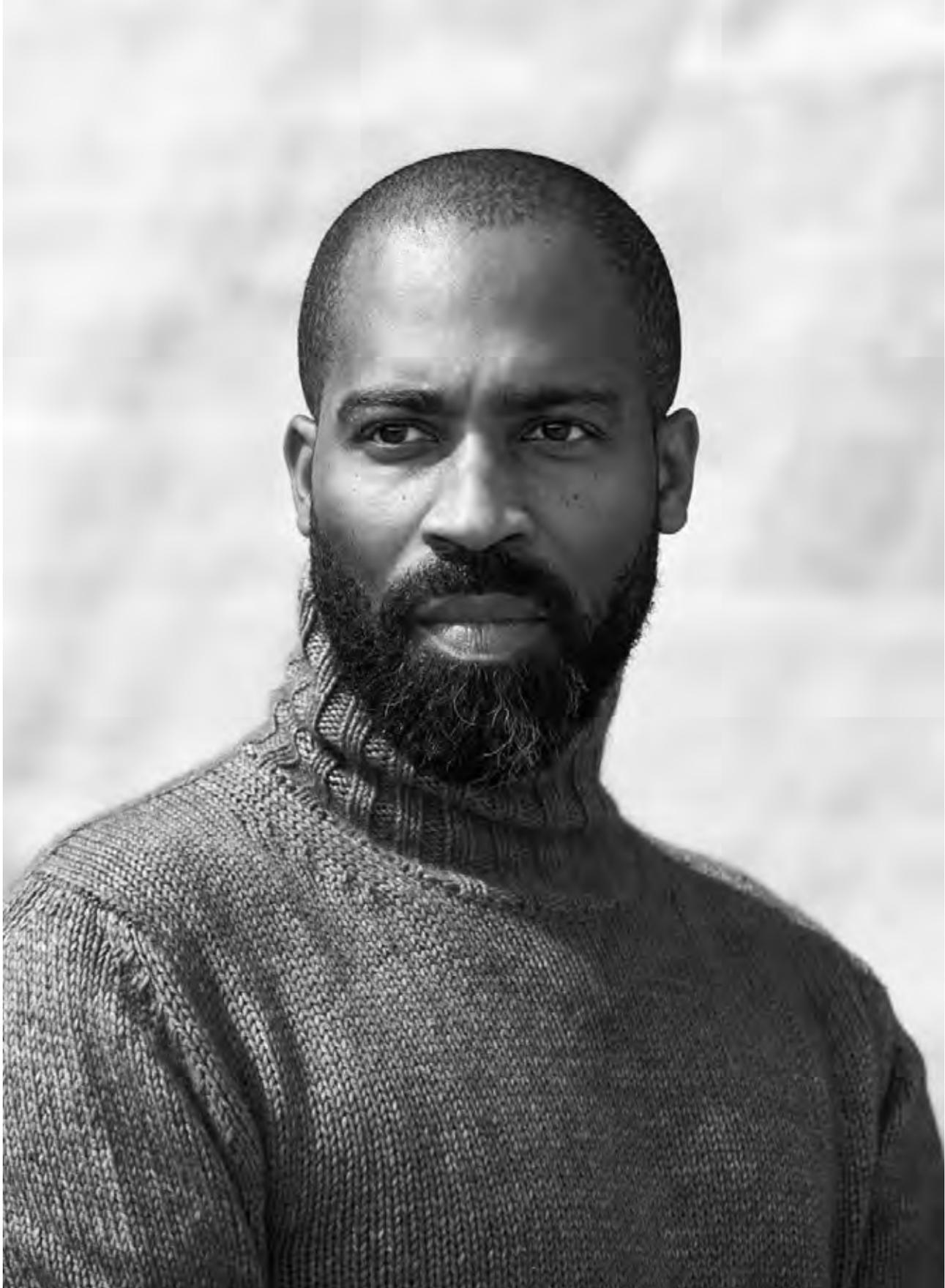
Tony and Elham Salamé
Aishti by the Sea Beirut

238

Acknowledgment

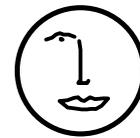
240

Imprint



aptm Berlin Wedding, Germany

Chris Glass



***Das aptm ist ein
inspirierender Ort, an
dem sich Menschen
treffen, arbeiten und ge-
meinsam feiern.***

*aptm is an inspiring place
where people meet, work,
and celebrate together.*

Portrait: Dennis Weber

Photos: Jochen Arndt

Im aptm Berlin findet man Möbel, Accessoires und Objekte, die von Chris Glass mit Leidenschaft kuratiert und präsentiert werden. Die Abkürzung aptm ist Programm: Sie steht für „a place to meet“.

At aptm in Berlin you can find furniture, accessories, and objects that are passionately curated and presented by Chris Glass. aptm is the abbreviation for “a place to meet,” and that’s exactly what it is.

Bevor Chris Glass nach Berlin gezogen ist, hat er in mehreren Ländern gelebt, ist viel gereist und hat Einblicke in verschiedene Kulturkreise bekommen. Immer wieder hat er auf Reisen besondere Alltagsobjekte, Kunst und Dekorationen entdeckt, die er in seine persönliche Umgebung integriert hat. Der gebürtige Amerikaner kam im Jahr 2001 nach München. Zuvor

hatte er nach seinem Musical-Theatre-Studium in Boston als Performer bei Shows in New York mitgewirkt. 2009 wechselte er aus der „heilen“ Münchener Welt in das Berliner Soho House, einen privaten Members Club und ein Hotel, das Menschen aus der internationalen Kreativszene ein zweites Zuhause bieten soll.

Before Chris Glass moved to Berlin he had lived in several different countries, traveled extensively, and gained insights into various cultures. During his travels he discovered special everyday objects, art, and decor items that he has integrated into his personal space. Born in the USA, Chris arrived in Munich in 2001. Before that he studied musical theater in Boston and performed at shows in New York. In 2009 he left “cozy” Munich behind for Soho House in Berlin, a private members club and hotel offering a home away from home to people in the international creative scene.



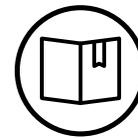


*„Living gallery“ mit fließenden Übergängen zwischen Küche, Bad, Wohn- und Schlafbereich.
The living gallery with flowing transitions between kitchen, bathroom, living room, and bedroom.*



Zhongshuge Bookstore Chongqing, China

Li Xiang



Ihr 2011 gegründetes Studio X+Living bewegt sich stilsicher zwischen Aufträgen für Hotels, Shops und Clubs.

Her X+Living studio, founded in 2011, designs stylish concepts for hotels, shops, and clubs.

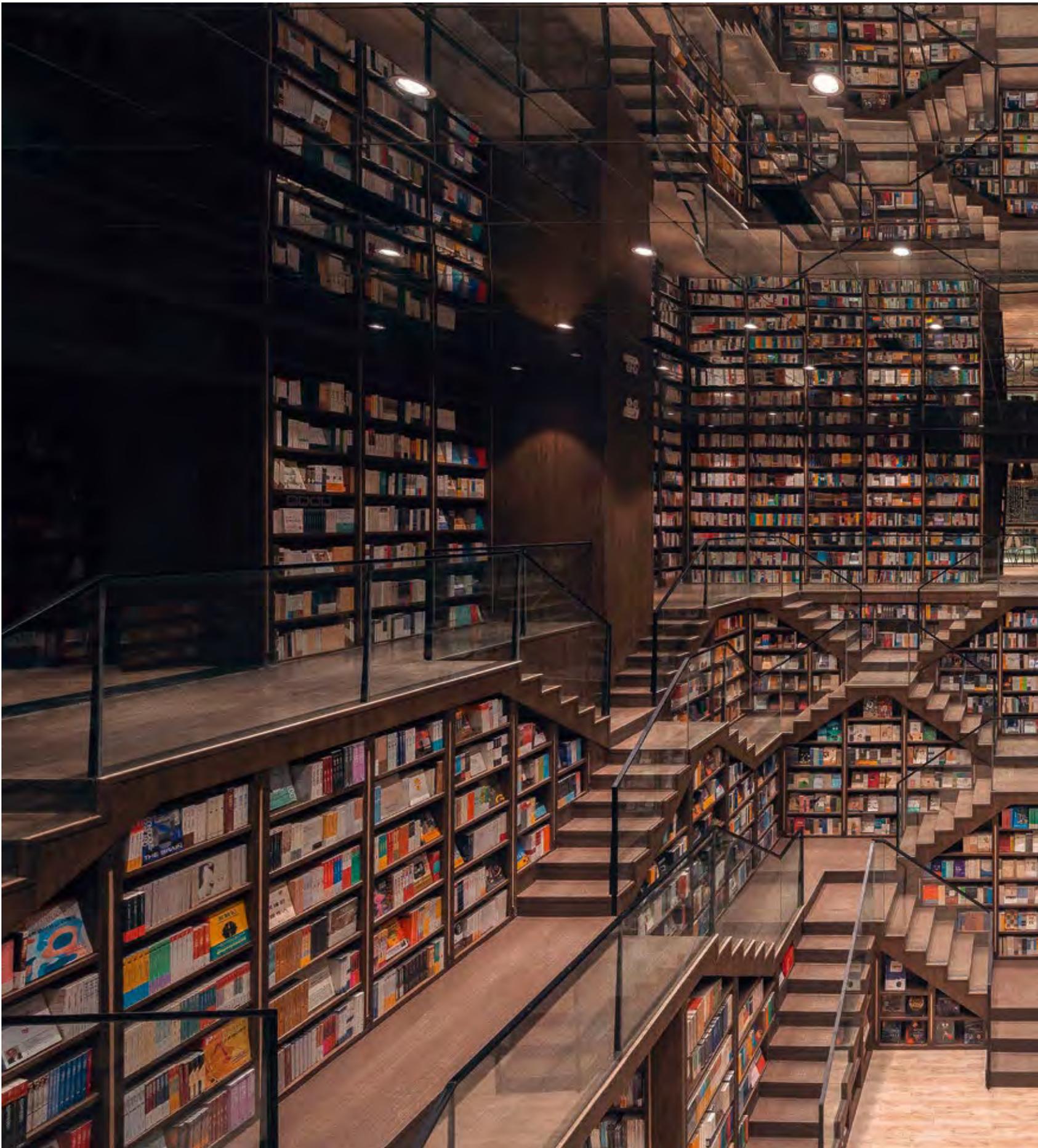
Photos: Shao Feng

Die Nummer 13 ist besonders fantastisch geworden. Seit 2013 hat die chinesische Chefdesignerin der Agentur X+Living für einen wichtigen Auftraggeber genauso viele Buchhandlungen konzipiert und holt mit diesen die Käufer zurück in die reale Einkaufswelt. The number 13 takes on imaginative significance. It's the number of bookstores that Chinese chief designer at X+Living, Li Xiang, has designed for an important client since 2013 to bring consumers back into the brick-and-mortar shopping world.

Tatsächlich hat das digitale Zeitalter unserem Alltag Komfort gebracht, insbesondere beim Online-Shopping. Er hat unseren Lebensstil verändert“, überlegt Li Xiang. „Vor diesem Hintergrund wollten wir eine surreale und traumhafte Architektur für diese Buchhandlung entwerfen. Sie soll die Menschen neugierig machen und ihre Lust am Lesen wecken.“ Das Resultat dieses ausgezeichneten Vorsatzes hat schon bei den

vergangenen zwölf Filialen funktioniert, die Xiang – Creative Designerin bei X+Living – für die Shanghai Zhongshu Industrial Ltd. gestaltete. „Als uns die Eigentümer 2013 trafen, wollten sie einen sehr schönen Buchladen in China eröffnen, um die Menschen zurück in den stationären Handel zu holen. Damals waren viele Geschäfte vom boomenden Internet-Handel betroffen. Ich habe mich intensiv mit den Bedürfnissen der Menschen

The digital age has made our daily lives more convenient, especially when it comes to shopping. “It’s changed our lifestyle,” mused Li Xiang. “Because of this fact we wanted to create a surreal and fantasy-like architecture for this bookstore, designed to make people curious and encourage them to read.” This excellent concept had already worked very well at the previous 12 branches designed by Xiang – Creative Designer at X+Living – for Shanghai-based Zhongshu Industrial Ltd. “When we met the owners in 2013 they wanted to open a beautiful bookstore in China that would persuade consumers to return to the high street. At that time many high-street



Herzstück des Buchladens im Südwesten Chinas ist die Leiterhalle über zwei Etagen, deren Größe durch die verspiegelte Decke quasi verdoppelt wird.



The centerpiece of the bookstore in southwestern China is the Hall of Ladders, which extends through two floors and is practically doubled in size by the mirrored ceiling.





*Die originale Ausstattung aus der Zeit des Art déco schafft Vertrauen und gibt das Gefühl, ein Traditionsprodukt zu erwerben.
The original art deco shop fittings inspire customer confidence and give them the sense that they are buying a traditional product.*



Allude Escape Kitzbühel, Austria

Regina Dahmen- Ingenhoven



*Schwebend und leicht
wie die feine Kaschmir-
kleidung mutet die
Raumsituation im Allude
Store an.*

*Like the fine cashmere
garments that are sold
there, the Allude store
interior has a feathery light
quality about it.*

Photos: Kilian Bishop

Gemäß ihren Leitmotiven „Form Follows Fun“ und „Make The People Feel Good“ inszeniert Regina Dahmen-Ingenhoven Räume, die neue Energiequellen, sinnliche Eindrücke und Wohlbefinden auslösen sollen. Regina Dahmen-Ingenhoven designs rooms as sources of energy, sensory impressions, and well-being according to her guiding principles of “Form Follows Fun” and “Make People Feel Good.”

Seit ihrem Architekturstudium an der RWTH Aachen ist es Regina Dahmen-Ingenhoven ein Anliegen, mit ihrer Architektur besondere Orte des Wohlfühlens zu schaffen. Alle Komponenten des architektonischen Raums, also Farbe, Oberfläche, Material und Licht, stellt sie in einen emotionalen Zusammenhang, der nicht nur Funktion, sondern auch Freude – also „fun“ –

vermitteln soll. Mit ihren Themen konnte sie Professor Fritz Eller als Doktorvater gewinnen, an dessen Lehrstuhl für Entwerfen von Hochbauten und Industriebauten sie als wissenschaftliche Assistentin arbeitete. Das Thema ihrer Dissertation „Orte der Animation, Architektur für Freizeit und Vergnügen im 21. Jahrhundert“ prägt ihre Arbeit bis heute.

Since graduating with a degree in architecture from RWTH Aachen University, Regina Dahmen-Ingenhoven has aspired to create special places that make people feel good with her architecture. She combines all the components of the architectonic space, i.e. color, surface, materials, and light, to create an emotional connection that communicates both function and fun. Her designs helped her to gain Professor Fritz Eller as her PhD supervisor, and she also worked as a research associate in his Department of High Rise and Industrial Building Design. Her PhD dissertation was entitled “Animating Places:





*Feel-good Place: Federleicht schwebende Elemente prägen das Interieur des Allude Flagship Stores.
Feel-good place: feathery light elements define the interior of the Allude flagship store.*



Patrick Roger Chocolatier Paris, France

Patrick Roger



**Bildhauer oder
Chocolatier?**
**„Ich bin Geschäftsmann,
der Skulpturen und
Pralinen herstellt.“**
Sculptor or chocolatier?
*“I’m a businessman
who makes sculptures and
chocolates.”*

Photos: Michel Labelle

Die Schaufenster seiner Läden sind ein Publikumsmagnet. Lebensgroße Affen aus Schokolade und andere Skulpturen lassen mutmaßen, dass uns hinter der Eingangstür etwas Unglaubliches erwartet. His shop windows are genuine crowd-pullers. Life-sized chocolate monkeys and other sculptures provide a preview of all the wonderful things to be found inside.

Nein. Hier lachen wir nicht. Es geht um Arbeit. Es geht um Schnelligkeit. Alles hat eine Konsequenz. Wenn ich nicht gearbeitet hätte, wäre ich nie so weit gekommen“, antwortet der Pariser Chocolatier auf die Frage, ob Humor ein Aspekt seiner Arbeit sei. Patrick Roger ist ein Gesamtkunstwerk, das zwischen Schokolade und Bildhauerei, Rebellion und Puritanismus oszilliert. Im Auge dieses kreativen Hurrikans ruht eine Persönlichkeit, die in der Schule mehr in

der Ecke stand, als am Platz saß, nur Interesse an Zeichnen hatte und in jungen Jahren eine „übermäßige Leidenschaft für leistungsstarke Motorräder entwickelte, die bis heute ungebrochen ist“. Es war ein Moped, das ihm einen Ausweg aus der ländlichen Tristesse eröffnete. In der nahegelegenen Stadt Châteaudun in Nordfrankreich absolvierte Roger eine Konditorlehre und stand nach drei Monaten an der Spitze seiner Schulklasse. Der bekannte französische Konditor und

No. There’s no joking around here. This is where we work. We have to work fast. Every action has a consequence. If I hadn’t worked hard, I’d never have made it this far,” answered the Parisian chocolatier when asked whether humor was an aspect of his work. Patrick Roger’s works of art oscillate between chocolate making and sculpting, rebellion and puritanism. This creative hurricane of a man spent more time in the corner than at his desk as a schoolchild, was only interested in drawing, and in his youth developed an “excessive passion for powerful motorbikes that remains undiminished today.” A moped was his first means of escape from the dreariness of his rural existence. Roger signed up for a pastry chef apprenticeship in the nearby



*Rogers Laden in der Rue des Archives mit grünem Hintergrund – eine Reminiszenz an die Markenfarben.
Roger's shop on Rue des Archives has a green background – a reminiscence of the brand colors.*

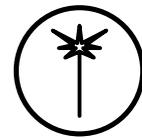


Orang-Utan Giloto 2011, Schokoladen-Skulptur. Orangutan Giloto 2011 Chocolate sculpture.



Darial Barcelona, Spain

Djaba Diassamidze



***Eigentlich Couturier –
doch vor der anstehenden
Eröffnung seines Pariser
Hauses musste sich der
Franzose erst einmal in
Spanien kreativ austoben.***

*The French couturier
spent some time giving
free rein to his creative
energy in Spain before
opening his first fashion
house in Paris.*

*Portrait: Nacho Alegre
Photos: José Hevia*

White Cube trifft auf Eleganz der alten Schule – so präsentiert sich die filmreife Inszenierung von Mode, Design-Objekten, kulinarischem Genuss und Kunst. Das passende Setting ist ein imaginärer Palast. White Cube is all about old-fashioned elegance – like a scene from a movie, it showcases fashions, design objects, culinary delights, and art in the perfect setting of an imaginary palace.

Warum eröffnet ein hoch talentierter junger Pariser Modedesigner mit einem Faible für Haute Couture ausgerechnet in Barcelona einen Shop? – Doch dieser Begriff wird dem Konzept von Djaba Diassamidze eigentlich nicht so ganz gerecht, eher die Idee einer multidisziplinären Galerie. „Es war mein Traum, etwas Unglaubliches in Europa zu machen“, sagt der Pariser, den ein Anruf eines Freundes nach Barcelona lockte: „Vielleicht können wir ein Projekt starten? Das ist eine abgefahrene Stadt und so weiter – nach vier Tagen war ich da. Es war

mein erstes Mal. Das Wetter war traumhaft. Und dieses Licht! Licht ist für den kreativen Prozess ganz entscheidend.“ Ziemlich schnell begab sich das Duo auf eine Immobilien-Sightseeing-Tour mit dem Ziel, „eine Art Gemeinschaftsraum zu finden, in dem sich kreative Menschen und Bewunderer ebendieser treffen.“

Darial“ ist ein Erlebnis-Ort nach dem Vorbild von Andy Warhols New Yorker Factory. „Dort trafen sich Kreative aus allen Kunstsparten“, erklärt der Modedesigner und ergänzt: „In

Why did a highly talented young Paris fashion designer with a fondness for haute couture choose Barcelona as the location for a shop? Actually, the term shop doesn't adequately reflect Djaba Diassamidze's concept of a multidisciplinary gallery. "I dreamed about doing something incredible in Europe," said the Parisian, who decided to travel to Barcelona after a phone call with a friend: "Perhaps we can launch a project? It's a crazy city, and so on, and so on ... and four days later I was there. It was my first time in Barcelona. The weather was amazing. And the light! Light is an essential part of the creative process." The two friends soon embarked





*Tatsächlich traumhaft, denn die Idee zu den vergoldeten Palmen kam Diassamidze im Schlaf. Im Hintergrund die Mode-Sektion.
Diassamidze actually "dreamed up" the idea for the golden palms while asleep. In the background is the fashion section.*

Marc Heikaus Introduction
Prof. Dr. Verena König Preface
Cédric Grolet La Pâtisserie du Meurice Paris
Chris Glass aptm Berlin
Li Xiang Zhongshuge Bookstore Chongqing
Andreas Kraft Kraft Augenoptik Stuttgart
Badrinath and Prerna Kaleru Swarn Jewellers Panchkula, Haryana
Sofie Possemiers Ganterie Boon Antwerp
Uwe Maier Bungalow Stuttgart
Petros Fragopoulos Judah Club Thessaloniki
Isaac Reina Store Paris
Tilo and Sari Heuser Modehaus Bratfisch Giessen
Ilse Cornelissens, Tim van Geloven, and Seppe Nobels Graanmarkt 13 Antwerp
Karl and Klaus Schwitzke Biogena Flagship Store Vienna
Regina Dahmen-Ingenhoven Allude Escape Kitzbühel
Daniel and Markus Freitag Freitag Store Milan and Zurich
Patrick Roger Chocolatier Paris
T-Michael and Alexander Helle Norwegian Rain Oslo, Paris, and Tokyo
Monika Losos and Werner Aisslinger Pharmacy of the Future Berlin
Stephan Vary Rimowa Flagship Store Tokyo
Carol Eyschen and Claire Hoscheid Opti-Vue Ettelbruck
Djaba Diassamidze Darial Barcelona
Oliver Gustav Studio Gallery Copenhagen
Tony and Elham Salamé Aishti by the Sea Beirut

€ 59 (D) / \$ 80 / £ 63
ISBN 978-3-89986-329-1



avedition