Tamara Pallasch: "Die Atmosphäre ist entscheidend"

Michael Schlenke: "Vom Bonanzarad zum Treppenlift"

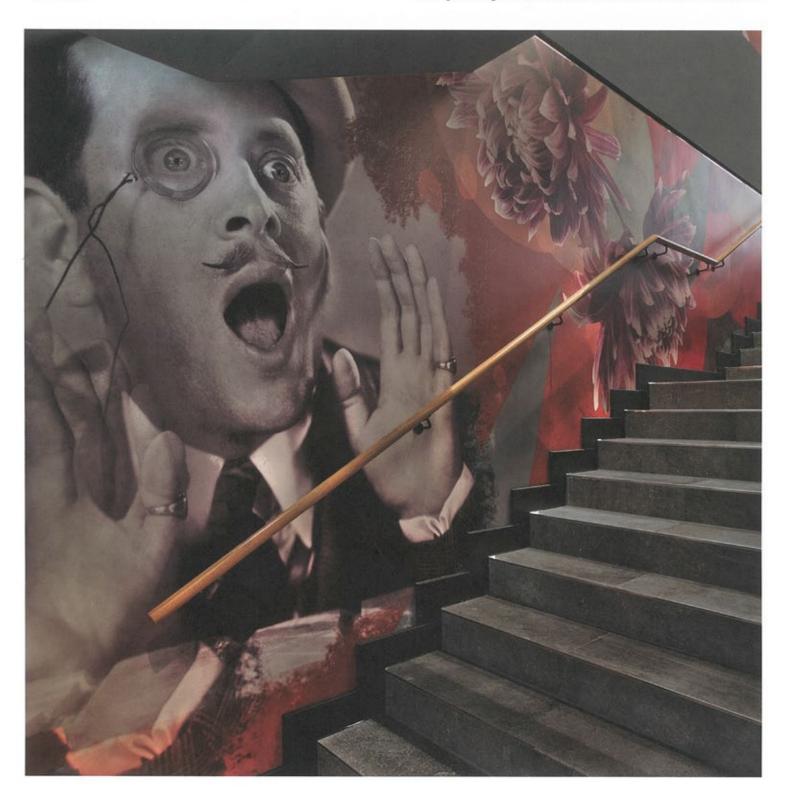
Dopo Domani I Ruby design\_living: Wenn Leidenschaft einrichtet

> Lucie Koldova: "Licht hat mich verzaubert"



4|2017

Hospitality: Individuell. Authentisch. Clever



## Editorial

Vom kleinen Wörtchen "muss"

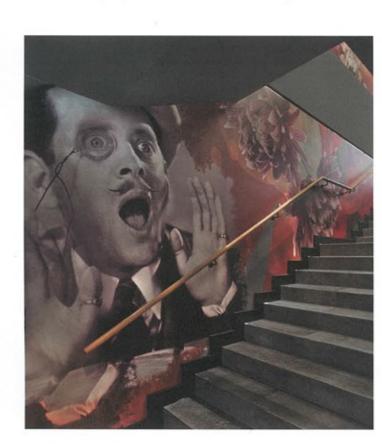
### Update

Neuheiten aus der Branche

## Contract



- Hospitality: Individuell, Authentisch, Clever
- Tamara Pallasch: "Die Atmosphäre ist entscheidend"
- Hospitality-News
- Benecke-Hornschuch Surface Group: Charlie Chaplins Glanzzeiten
- Schramm: Genieße die Nacht!
- Haro: Inspiration und Lebensart am See
- Best Wool Carpets: Die Magie der Wolle
- Spradling: High-Performance in zeitlosem Design



# Contract



- Wachstumsmarkt Healthcare
- Michael Schlenke: "Vom Bonanzarad zum Treppenlift"
- Healthcare-News
- Gastbeitrag Prof. Rudolf Schricker: Gesundheitsfördernde Innenarchitektur - Healing Environment
- Kusch + Co: Ästhetik mit Funktionalität

## Trade



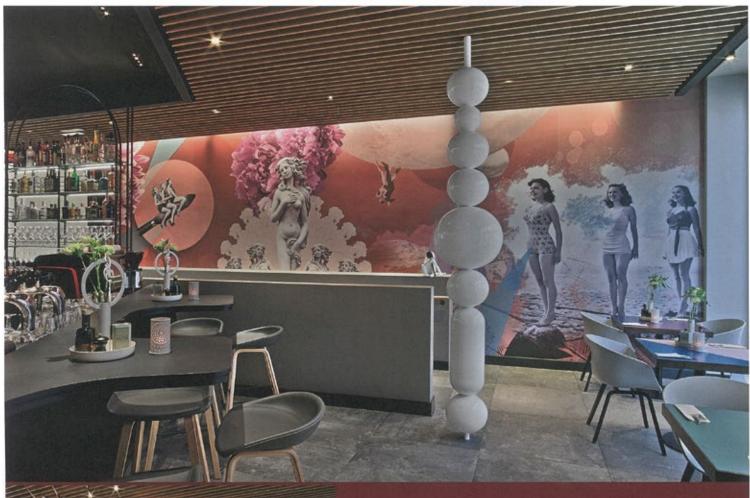
- Dopo Domani | Ruby design\_living: Wenn Leidenschaft einrichtet
- Trade-News

#### Design



- Lucie Koldova: "Licht hat mich verzaubert"
- Design-News
- Ungewöhnliche Begegnungen
- 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





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 Köche 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 Kugelketten wiederholen sich auch als Tischbeine an der Bar und in den Filterelementen. Diese Formensprache findet sich ebenso als grafisches Mötiv 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.