



Neu ist der Trend, im Visual Merchandising ausschließlich mit der Farbe Weiß zu spielen. Camper hat ihn in seinem Store mit unzähligen weißen Schuhen an den Wänden witzig umgesetzt.

Häufig zu sehen: Die Optik von Mannequins wird durch Colorierungen variiert. Gesehen im New Yorker Showroom von Alu. Alle Fotos: Inspired Visual Merchandising, Köln.



Die Tendenz zum Einsatz von unbehandeltem Holz und anderen natürlichen, rauen Materialien in Do-it-yourself-Optik, wie hier z.B. bei Levi's, ist unverwundlich.

Trendscouting in New York

Das Team von Inspired Visual Merchandising, Köln, hat sich in der amerikanischen Metropole inspirieren lassen

Die Halle 4 wird auf der EuroShop in Düsseldorf (16. bis 21. Februar) die Anlaufstelle für die Visual Merchandiser sein. Hier stellen Figurenanbieter ihre Kollektionen und Entwicklungen vor und zeigen die derzeitigen Trends. Einen ersten Überblick über die zurzeit angesagten Inszenierungen gab es Anfang Dezember in New York City während der A.R.E. Retail Design Collective. Sonja Löbbel und Matthias Spanke von der Kölner VM-Agentur Inspired Visual Merchandising waren vor Ort und haben unter anderem neue Gestaltungslösungen bei den Mannequins ausgemacht. „Der aktuell größte Trend im Bereich Mannequins sind Figuren mit extremen Akzenten. Das geht von bunten Kolorierungen über Farbeffekte und aufgemalte Masken oder Tattoos bis hin zu 3D-Materialcollagen in Do-it-yourself-Optik (DIY). Durch surrealistische Verfremdungen werden sie zu neuen Gestaltungsobjekten“, hat Spanke beobachtet.

Insgesamt lassen sich die verschiedenen Gestaltungstendenzen im Bereich Visual Merchandising, die die beiden Experten in New York beobachtet und analysiert haben, in drei Haupttrends kategorisieren: Monochrome White, DIY Aesthetics und Heritage.

Monochrome White: Komplett in Weiß gehaltene Schaufenster- oder Instore-Präsentationen sind ein ganz neuer Trend, der, so Löbbel, die Merchandiser vor eine große Herausforderung stellt: „Eine stimmige Ton-in-Ton-Präsentation erfordert viel Kreativität und Stringenz. Die Auswahl und Positionierung der einzelnen Gestaltungselemente muss gut durchdacht werden. Neben den eher rustikal oder nostalgisch gestalteten Präsentationen sorgt Monochrome White für eine frische, moderne Optik.“

DIY Aesthetics: Ein Trend, der schon länger andauert, aber nach wie vor allgegenwärtig

ist. Rustikale Elemente wie Paletten, Holzböcke, Holzrahmen und -präsentier, Pappobjekte, Kisten oder Klemmen sorgen für einen bodenständigen Charme. „Auf eher industriellen Flächen vermitteln die meist natürlichen Materialien trotzdem ein bisschen Wärme und wirken auf die Kunden einladend“, so Spanke. Häufig seien bei diesen Präsentationen auch 'Outline Objects' zu sehen: Rahmen, oft auch in dreidimensionaler Kubenform, die den Fokus auf die präsentierte Ware lenken.

Heritage: Dieser Gestaltungstrend mit alten Möbeln und Teppichen oder antiquierten Gebrauchsgegenständen wie Teleskopen, Lupen, Büchern, Globen und anderem ist nach wie vor häufig zu sehen, habe seinen Zenit wohl aber überschritten. „Die Leute haben sich an Vintage-Elementen sattgesehen“, sind Spanke und Löbbel überzeugt. ul