## Marc Heikaus authentic and successful

















































**av**edition



## Stephan Vary

Rimowa Flagship Store Ginza, Chūō-ku, Tokyo, Japan



Das ikonografische Design der Koffer harmoniert mit Zitaten aus der japanischen Kultur.

The Rimowa suitcase's iconographic design harmonizes with references to Japanese culture.

Portrait: Christine Ebenthal Photos: Daici Ano

Der renommierte deutsche Kofferhersteller Rimowa wurde 2017 von der LVMH-Gruppe übernommen. Stephan Vary begleitete den umfassenden Marken-Relaunch und entwarf eine neue Generation von Shops. Famous German suitcase manufacturer Rimowa was taken over by the LVMH Group in 2017. Stephan Vary supported the comprehensive brand relaunch and designed a new generation of shops.

So eine Chance bekommt man nicht oft: unbeschwert Design entwickeln zu können und das volle Vertrauen des Auftraggebers zu genießen. Für den Architekten und Industrial Designer Stephan Vary war der Vertrauensvorschuss seitens des jungen CEO der traditionsreichen Marke Rimowa, Alexandre Arnault (Jahrgang 1994), eine willkommene Herausforderung. Für den neuen Rimowa Flagshipstore in Tokio sollte

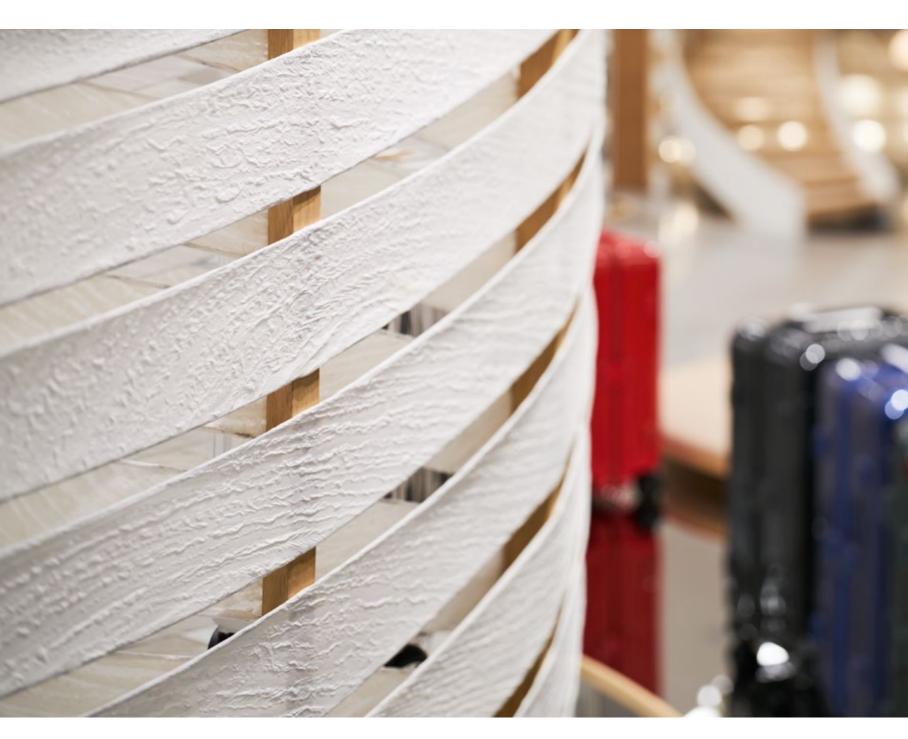
ein Entwurf entstehen, der einzigartig ist und in dieser Form auch nicht wiederholt wird. Vary war es wichtig, dass die berühmten Koffer mit ihren ikonischen Rillen ganz im Vordergrund stehen. Dementsprechend entwickelte er ein reduziertes Shopkonzept, in dem die Rillen als Formelement immer wieder aufgegriffen werden. Als Kontrast zum Hochglanz der Gepäckstücke wurden warme Farben und weiche Materialien gewählt, wie

It isn't often you get the chance to develop a design without a brief, yet enjoy the complete confidence of your client. The confident client who gave architect and industrial designer Stephan Vary this welcome challenge was the young CEO of the traditional luggage brand Rimowa, Alexandre Arnault (27). Vary was asked to come up with a unique design for the new Rimowa flagship store in Tokyo that wouldn't be used in any other store. Vary wanted to make sure that the famous suitcases with their iconic grooves took center stage, so he developed a reduced shop concept with grooves as form elements reflecting the suitcase design. Warm tones and soft materials, such as



Räumliche Neudefinition der Marke Rimowa im mondänen Ginza-Viertel in Tokio.

Rimowa has redefined retail space in Tokyo's fashionable Ginza district.



Kontraste zwischen fließend und eckig sowie unterschiedliche Materialien kommunizieren den Gegensatz zwischen Moderne und Zitaten aus dem kulturellen Erbe Japans. Contrasts of fluidity and angularity, as well as different materials, communicate the juxtaposition of the modern world with reference to Japanese cultural heritage.

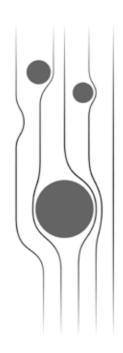
»Der spezielle Reiz bei dem Ginza-Projekt lag darin, ein spezifisches Konzept nur für diesen Standort zu entwickeln. Es galt, der Markenidentität Rimowa treu zu bleiben und gleichzeitig die kulturellen Synergien mit Japan erfahrbar zu machen.«

Stephan Vary, Labvert

offenporige Hölzer, Filz, Stoffe und Leder, die hochwertig verarbeitet eine harmonische Einheit bilden. Auch der Flagshipstore in Tokio folgt diesem Konzept, wobei hier etwas ganz Neues und Einzigartiges entstehen sollte, das es so nur an diesem einen Standort gibt und klare Referenzen dazu enthält.

Stephan Varys Interesse gilt den vielseitigen Anforderungen und komplexen Zusammenhängen, die kreatives Design heute erfüllen muss. Die kleine Form liegt dem 1971 geborenen Gestalter, der in Wien an der Universität für angewandte Kunst studierte, ebenso am Herzen wie raumgreifende Entwürfe. 2005 gründete er das Architektur- und Designbüro Labvert mit Sitz in Wien. Dort entstehen Pläne für Shops, private Wohnräume und Gebäude ebenso wie Skizzen für Teppiche, Schmuck oder Möbel. Der Schwerpunkt seiner bisherigen Projekte liegt in der Entwicklung und Weiterentwicklung exklusiver, starker Markennamen und der Inszenierung von Verkaufs- und Erlebniswelten.

ach dem Motto "Wir können nicht die Billigsten sein, aber die Besten" hat sich Rimowa zu einem modellhaften Unternehmen des deutschen Mittelstandes mit bodenständiger Wertarbeit entwickelt. Das unverwechselbare Rimowa Design reicht von den Produkten bis zu den Produktionsstätten. So gilt die Kölner Rimowa Fabrik "mit den runden Ecken" bis heute als ein gelungenes Beispiel einer assoziativen Corporate Architecture.



Dynamische Linien umfließen die Erschließungs- und Beratungszonen im Store. Dynamic lines flow around the store's entrance and customer consultation zones.

open-pored wood, felt, fabric, and leather – all produced to a high standard of craftsmanship – form a harmonious unit that contrasts with the shiny surfaces of the suitcases. The flagship store in Tokyo follows the same concept, but it was designed for this location only as something new and unique with obvious references to Japanese culture.

Stephan Vary loves the complexity of requirements and interrelationships in modern-day creative design. Born in 1971, Stephan studied at Vienna University of Applied Arts and is passionate about designs of all sizes, from compact to space-filling. In 2005 he founded the Labvert architecture and design office in Vienna, the team there drawing up blueprints for shops, private homes, and public buildings, as well as sketching out designs for carpets, jewelry, and furniture. Most of the projects he has worked on relate to the development and optimization of exclusive and strong brands and the design of retail and experience worlds.

A ccording to the motto of "we can't be the cheapest but we can be the best", Rimowa's traditional craftsmanship helped it to evolve into an exemplary German "mittelstand" enterprise. The distinctive design of the Rimowa suitcases also features in the architecture of its production facilities. The round-cornered Rimowa factory in Cologne is still a wonderful example of associative corporate architecture today.



»The Ginza project's special appeal was that a unique concept was to be developed for this location alone. The client wanted us to remain true to the Rimowa brand identity but, at the same time, generate tangible cultural synergies with Japan.«

Stephan Vary, Labvert

er Flagshipstore im Ginza-Distrikt ist das jüngste Projekt von Labvert für Rimowa. Vary hat sich ganz bewusst für Formen und eine Abfolge der Räume entschieden, die auf den Standort verweisen. Angelehnt an traditionelle japanische Steingärten, wie dem Zengarten Ryōanji, ziehen sich geschwungene, dynamische Linien durch den Store. Entlang des Weges begegnen den Kunden geflochtene Raumteiler, die beide Etagen miteinander verbinden. Die sogenannten "Baskets" sind eine moderne Interpretation japanischen Handwerks. Inspiriert von den traditionellen Shōji, den beweglichen Schiebetüren aus Bambus und durchscheinendem Papier, bilden sie kunstvolle Geflechte aus filigranen Eichenholzlamellen und handgeschöpftem Japanpapier.

ls Fortsetzung der fließenden Linien führt eine geschwungene Treppe ins Obergeschoss, in dem sich das Client Care Center befindet. Die interne Werkstatt ist durch eine großzügige Glasfront abgetrennt und erlaubt den Kunden einen Einblick in das handwerkliche Können der Kofferkonstrukteure. Neben Reparaturen werden die hochwertigen Gepäckstücke vor Ort, ganz dem Trend der Customization folgend, nach individuellen Wünschen gestaltet.

"Wer leben will, muss reisen" lautet das Credo von Alexandre Arnault, der direkt an Stephan Vary herantrat, um ein Konzept für zukunftsweisende Rimowa Stores zu entwickeln. Die Reise der Kölner Traditionsmarke Rimowa an die Luxusmeilen der internationalen Metropolen ist Ausdruck des Wandlungsprozesses der Marke und der Persönlichkeit der Akteure, die hinter der Marke stehen.



Kunstvoll gebogene Bänder aus Japanpapier umspielen die Gepäckklassiker aus Europa. Artistically woven tapes made

of washi paper frame the classic European suitcases.

The flagship store in the Ginza district of Tokyo is Labvert's most recent project for Rimowa. Vary deliberately chose shapes and a sequence of spaces that make reference to the location. The store's dynamically curved lines throughout resemble traditional Japanese rock gardens such as the one at the Ryōan-ji Zen temple. Customers walking through the store encounter woven room dividers that vertically connect the two floors. These "baskets" are a modern take on Japanese craftsmanship. Inspired by the traditional craft of shōji, the mobile bamboo screens with translucent paper elements feature artistically woven, delicate oak wood slats and handmade washi paper.

A sweeping staircase extends the flowing lines up to the second floor. This is the location of the client care center and the in-store workshop behind a large glass front, which gives customers insights into the craft of suitcase making. The workshop team performs repairs on the luxury luggage items and, reflecting the customization trend, they also implement bespoke designs.

"If you want to live, you have to travel," is Alexandre Arnault's motto. He approached Stephan Vary directly, and asked him to develop a concept for the pioneering Rimowa store. This journey of the traditional Rimowa brand from Cologne to the luxury high streets of international cities is an expression of the brand's transition, and the personalities of the people behind it.



Im Heritage-Bereich werden Vintage-Modelle aus der 120-jährigen Geschichte der Koffer-Marke ausgestellt, die auf das Rimowa Motto "built to last" verweisen. Vintage models made during the suitcase manufacturer's 120-year history are on display in the heritage area, underlining Rimowa's "built to last" motto.

»Der Store in Tokio ist ein Statement für uns, denn wir haben ihn in der renommiertesten Einkaufsstraße der Ginza eröffnet, mitten im Mekka der Luxusmarken. Wir haben einen fantastischen, großzügigen Ort dafür gefunden und beschlossen, ins Design überzuinvestieren, um uns gut in die Nachbarschaft und die lokalen Geschmacksvorlieben einzufügen. Das hat den Store in meinen Augen zum durchdachtesten und bestdesignten Laden gemacht. Was aber entscheidend ist: Der Laden läuft, das Geschäft brummt.«

»The Tokyo store is a statement for us because we opened it on the most renowned shopping street in Ginza, right in the mecca of luxury brands. We found a great, large space and we decided to overinvest in the design to make it in line with our neighbors and in line with local tastes. That's kind of why I think it is the most thoughtthrough and well-designed store. But the important thing is, it has been working like crazy.«

Alexandre Arnault, Rimowa CEO

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 Aïshti by the Sea Beirut

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



**av**edition