

Die Maturation Bar
Hier wird die komplexe
Herstellung des Whiskys
veranschaulicht.



DER VERFÜHRER

Sie wollt'n immer schon jenen Mann kennenlernen, der zu Marken wie Hennessy, Dior oder gar einer Bierbar verführt? Hier ist er: Stephan Vary. Architekt, Designer, Wiener. **TEXT** MICHAEL PECH



Bierbar
Spannendes und
abstraktes Interieur,
das für Verkostungen
ebenso geeignet ist wie für
den Verkauf oder als Schauraum.

Die Zukunft beginnt im letzten Winkel des Designbüros in der Wiener Pfarrhofgasse unweit des Rochusmarkts. Ein junger Mann steht an der Werkbank. Karton, Stanley-Messer, kleine Säge, Klebstoff. Behutsam steckt er die Teile zusammen, bis sie ein Ganzes ergeben. Ein Modell. Zwei Räume davor sitzt Stephan Vary und nippt an seinem Espresso. Seine Idee, seine Kreation, sein Design wird mit dem Modell nun ein Stück Wirklichkeit.

Varys reale, fertige Arbeiten haben es schon lange herausgeschafft aus dem dritten Wiener Gemeindebezirk – hinaus in die ganze Welt: Dubai, Paris, London. Gerade arbeitet der 42-jährige Architekt und Designer gemeinsam mit seinen zehn Mitarbeitern an einem neuen Concept Store für die Marke Dior, der noch in diesem Jahr im World Trade Center in New York eröffnet werden soll. Seine Auftraggeber tragen klingende Namen. Dior ist einer. Dann sind da noch Armani, Hennessy, La Prairie oder Chivas Royal Salute. Die Aufgabe ist immer dieselbe: Mach unsere Produkte erlebbar und verführe die Kunden. Am besten zum Kauf.

Das Modell, das gerade hinten in dem zur Werkstätte degradierten Raum entsteht, ist jedoch etwas Neues in Varys Portfolio. Etwas, wozu er keinen Auftraggeber braucht. >

Stephan Vary
Der Architekt und
Designer großer Marken
wie Dior oder Armani in
seinem Wiener Büro
Labvert.

Fotos: Lukas Igner, Andreas Scheiblecker, Hennessy



Haute Couture

Auch Dior ist eine jener Marken, denen der Wiener Designer Glanz verleiht. Nun soll ein Concept Store in New York entstehen.



Light Matters

Für Hennessy designte Vary ein zeitgemäßes und anziehendes Display. Licht ist hier ein wesentlicher Faktor.

> Dieses Projekt ist seine eigene Initiative: eine Beer Bar, wie man sie zuvor noch nicht gesehen hat. Ein paar Wochen später stellt er die fertige Bar auf der Wiener Design Week vor. Die Kollegen und Besucher staunen über das neue Meisterwerk aus dem Kreativlabor Labvert, wie Varys Studio heißt.

DESIGNER VON WELTMARKEN

Der geschwungene Bierverkostungstisch gibt die Farbnuancen der Biere wieder. In der Mitte fünf ebenfalls von Vary designte Tonkühler. Dahinter baut sich eine raumgreifende Lagerinstallation auf. Anstelle eines klassischen Regals bildet die Geometrie aus Eichenleisten die Halterung für die Biersorten. »Das Thema Trinken und Gastronomie in Verbindung mit Architektur und Design entwickelt sich immer stärker zu einer neuen Leidenschaft«, verrät Vary. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis der Wiener Architekt mit der Gestaltung eines Restaurants oder einer Bar beauftragt wird. Weltmarken wie Hennessy oder Chivas Royal Salute haben sich den kreativen Geist längst an Bord geholt, um ihre flüssigen Kostbarkeiten wie Cognac und Whisky auf passender Bühne zu präsentieren. Diese »zimmert« Vary und liefert gänzlich neue Inszenierungen dazu. Wie für Royal Salute die Maturation Bar. Vary:

Wichtig war, dass die Flaschen glitzern und Kontur bekommen. Der kleine Raum, der uns für die Präsentation zur Verfügung steht, muss wie eine Bühne genutzt werden.

»Wer Whisky herstellen will, braucht viel Zeit, Geduld und Eichenfässer. Luft und Holz beeinflussen den gesamten Reifeprozess. Mit der von uns gestalteten Maturation Bar veranschaulichen wir die komplexe Herstellung des Getränks. Aus dem noch hellen Rohbrand entsteht durch die mindestens 21 Jahre lange Lagerung in Eichenfässern der dunkelgoldfarbige Whisky.«

DAS SPIEL MIT DEM LICHT

Ein immer wiederkehrendes Element bei Labvert ist der Einsatz von Licht. So war es auch, als das 250 Jahre alte Traditionsunternehmen Hennessy Stephan Vary und sein Team ins Le Château de Bagnolet im Cognac einlud, um ihn für ein neues, zeitgemäßes und anziehendes Display der Marke zu beauftragen. »Cognac ist eine Mischung aus Destillaten unterschiedlicher Jahrgänge. Diese Art der Assemblage haben wir als visuelles Thema aufgenommen«, erklärt Vary. Kupfer-, Gold- und Brauntöne fließen ineinander und liefern einen

stimmigen Hintergrund für die Glasflaschen. Je nach Blickwinkel des Betrachters wird ein anderer Cognac zum Leuchten gebracht. Die Top-Produkte erstrahlen auf einem eigens inszenierten Podest. Ehrfürchtig fällt der Blick auf die oberste Flasche, die wertvollste. Vary: »Um das zu realisieren, haben wir Studien gemacht, wie man die Flasche perfekt beleuchtet. Wichtig war, dass sie glitzert und Kontur bekommt. Und dass wir den kleinen Raum, der uns für die Präsentation zur Verfügung steht, wie eine Bühne nutzen und inszenieren.«

Egal, ob Vary für die Giorgio Armani Cosmetic Brand auf der ganzen Welt Boutiquen und Geschäfte designt, für Dior einen neuen Fragrance Tester entwirft oder wieder an einem eigenen Projekt bastelt wie derzeit dem futuristischen Millennium Beach Vienna – die Essenz seiner Ideen ist stets dieselbe: »Es geht um das richtige Feeling. Es geht um Haptik und Materialien. Wir kreieren Stimmungen und wollen Geschichten erzählen. Ja, ich bin ein Verführer. Aber verführt wollen wir doch alle ein wenig werden.«