

OPEN SPACE



Mehr als nur eine Shoppingmall: Die Neugestaltung des Untergeschosses der Köln Arcaden durch kplus konzept aus Düsseldorf
More than just a shoppingmall: re-design of the Köln Arcaden basement by kplus konzept from Düsseldorf



Die Eventküche bildet das Zentrum der neu gestalteten Mall. Drum herum angeordnet, entstand eine Reihe von Pop-up Stores. • The event kitchen forms the centre of the re-designed mall. Pop-up stores were arranged all around it.

Aufgabe war es, einen toten Seitenarm im Untergeschoss einer Kölner Shoppingmall neu zu beleben. Gelungen ist das schwierige Kunststück dem Düsseldorfer Büro kplus konzept. Zum Entwurf der Innenarchitekten gehörte dabei nicht nur eine räumliche Neuordnung, sondern auch die Entwicklung eines passenden Eventkonzepts. Für die erfolgreiche Umsetzung erhielt das Büro den Deutschen Innenarchitekturpreis 2014 - für uns ein guter Grund, die kplus-konzept-Gründerin Bettina Kratz einzuladen, damit sie über ihr Projekt berichtet.

The task was the reactivation of a non-performing side aisle in the basement of a shopping mall in Cologne. Düsseldorf-based office kplus konzept managed to accomplish this difficult feat. The design developed by the interior architects includes the spatial reorganisation as well as the development of a suitable event concept. The office was awarded the 2014 Deutscher Innenarchitekturpreis for the successful implementation. This gives us a good reason to invite the founder of kplus konzept, Bettina Kratz to report on her project.



Bettina Kratz

1991-1999 Studium der Innenarchitektur in Düsseldorf und New York City, USA 2000 Junior Interior Designer bei Naomi Leff & Associates, New York City, USA 2001-2005 Innenarchitektin bei Schwitzke & Partner, Düsseldorf 2005 Gründung von kplus konzept zusammen mit dem Fotografen und Kommunikationsdesigner Markus Kratz

Entwurf • Design kplus konzept, Düsseldorf

Bauherr • Client mfi development, Essen

Standort • Location Köln Arcaden, Kalker Hauptstraße 55, Köln

Fertigstellung • Completion date November 2013

Nutzfläche • Floor space 1.589 m²

Fotos • Photos Kratz Photographie, Düsseldorf



Im Master Pop-up Store wurde nach neuen Shopideen gesucht. • Shop ideas were looked for in the pop-up store.



Realisierte Gewinneridee: Pop-up Store „Time Split“ • Implemented winning idea: „Time Split“ pop-up store

Unsere Aufgabe war es, einen Seitenarm im Untergeschoss („Basement“) der Köln Arcaden neu zu gestalten. Anlass dafür war die erhebliche räumliche Verkleinerung eines Lebensmittelhändlers, der sich darüber hinaus einen direkten Zugang zum Parkhaus wünschte. Zusammen mit dem Bauherrn konnten wir in der Vergangenheit bereits den Umbau eines der oberen Seitenarme realisieren. Die hier gemachten positiven Erfahrungen bestimmten im Wesentlichen auch die Konzeption des sogenannten „Open Space“ im Basement. Wie schon in der vorhergehenden Beauftragung lag unser Fokus darauf, die bestehende Strenge der langen Mallgänge aufzubrechen und abwechslungsreicher zu gestalten. Verbunden werden sollte das Refurbishment auch mit einem stimmigen Eventkonzept, um eine stärkere Belegung des Untergeschosses zu erreichen.

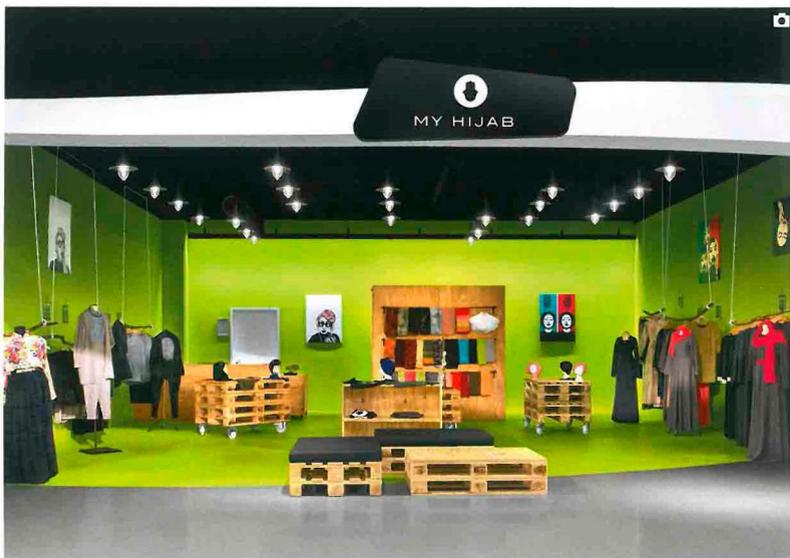
Gesamtkonzept aus Architektur, Kommunikations- und Eventdesign

Den „Open Space“ im Basement der Köln Arcaden gliederten wir in drei Zonen: Im Zentrum der Mall wurde ein offener „Marktplatz“ mit einer Eventküche geschaffen. Drum herum angeordnet, entstanden neben den Standardmietflächen sogenannte Smart Concept Stores, kleine Einheiten für wechselnde Mieter und ein flexibles Warenangebot. In der Mitte des Mallverlaufs angeordnete Aktionsflächen für Workshops und Verkaufaktionen, die von den Mietern der Mall unterstützt werden, bilden wiederum die dritte Zone. Durch diese Anordnung sollten Verkauf und Event miteinander verwoben werden. Zudem wurden die Mieterfassaden geöffnet. Grenzen sind verschwunden und ein gemeinsamer Erlebnisraum wurde geschaffen, in dem sich Inhalte vermischen und eine echte Marktplatz- oder Basaratmosphäre entsteht. Die Eventküche im Zentrum bildet dabei das Herz des gesamten „Open Space“. Sie ist der Platz im Veedel (Stadtviertel), an dem man sich trifft. Das i-Tüpfelchen setzten wir wiederum mit dem Master Pop-up Store, einem überdimensionalen Skizzenraum. Er diente als Inspiration und Location für den Wettbewerb „Kalk's next Pop-up Store“, bei dem hoch motivierte Neugründer zusammen mit kplus konzept ihren Traumshop gestalten konnten. Die Zeichnungen an den weißen Wänden sollten dabei als Ideengeber für mögliche Produktwelten in den temporären Shops fungieren. Holzpaletten als universal einzusetzende Verkaufsmöbel und wild verteilte, von der Decke hängende Glühbirnen unterstützten den improvisierten Charakter. Der Preis für die beiden Gewinner „Time Split“ und „My Hijab“: fachliche Begleitung bis zur tatsächlichen Eröffnung ihres eigenen Pop-up Stores. Die Entwicklung unseres Gesamtkonzepts aus Innenarchitektur, Kommunikationsdesign und Eventmanagement entstand in enger Zusammenarbeit mit dem Bauherrn, der schon länger an einer Neuausrichtung seines

Bestands an innerstädtischen Shoppingmalls arbeitet. Unter dem Stichwort „Welcome Attitude“ geht es dabei vor allem um eine Erhöhung der Aufenthaltsqualitäten und damit verbunden um eine Aufwertung von Ruhe- und Interaktionsflächen.

Inspiration und Überraschung statt zielgerichtetem Shopping

Die konkrete Umsetzung in Köln erschwerte vor allem der sehr enge Zeitplan. Bei laufendem Betrieb mussten innerhalb von nur zwei Monaten alle Maßnahmen realisiert werden. Das spielte beispielsweise beim Bodenbelag eine Rolle. Denn es wurde keine Plattenware verwendet, sondern ein Flüssigbodenbelag eingesetzt, der längere Trocknungszeiten erforderlich machte. Hier war es zudem eine Herausforderung, die komplexen Formen fehlerlos umzusetzen. Die Rückführung der Fläche des Lebensmittelhändlers erforderte wiederum eine geschickte Anpassung an den Bestand. Die offene Technikdecke wurde dabei beispielsweise gestalterisch geschickt eingebunden. Für die Beleuchtung der „Open Space“-Flächen ließen wir uns durch den multikulturellen Hintergrund von Köln-Kalk inspirieren. So entstand die Idee für die großen, tropfenförmigen Leuchten mit orientalisch anmutenden Ornamenten, die spielerisch durch die Aktionsflächen zum zentralen Marktplatz leiten, an dem die bunten und leuchtenden Streifen der Lamellendecke ein optisches Highlight setzen. Die Aktionsflächen sind gestalterisch zudem durch eine spezielle Studio-Beleuchtung hervorgehoben. Das einheitliche Mobiliar in den neu entstandenen Shopflächen betont die Marktplatzatmosphäre und verwebt die einzelnen Shopkonzepte miteinander. Inspiriert durch Flightcases und mit Rollen und Buchsen ausgestattet, können die Möbel flexibel auf die unterschiedlichen Mieteransprüche reagieren. Sie wandeln sich von Schütze über Vitrine bis zu Vorlagetisch, Barren oder Sitzhocker. Mit schlichten und zurückhaltenden Materialien – Seekiefer und schwarz eingefärbtes, lackiertes MDF – bieten diese Möbel einen neutralen Hintergrund für die Farbenfreude der Mieterkonzepte und unterstützen das junge, quirlige Basarkonzept. Die Eventküche wiederum besteht aus einem festen Thekenskern, an dem man auf bunten Blechhockern sitzen kann und wird ergänzt durch viele einzelne, unterschiedlich große Seekieferkisten. Diese können nach Lust, Laune und Konzept mit Waren oder Dekoration gefüllt und beliebig arrangiert werden. Mit wechselnden Köchen und Speisen sorgt die Küche stets für eine neue Erfahrung. Für den Besucher bedeutet das gemeinschaftliches Erleben und neuartige Einkaufserlebnisse: Ein Fluss trägt ihn durch die Event- und Themenwelten. Ein Fluss, der nicht zielgerichtetes Shoppen, sondern Entdecken, Überraschung, Ablenkung und Inspiration ist. Für uns liegt darin die Zukunft des stationären Handels.



Realisierte Gewinneridee: Pop-up Store „My Hijab“ • Implemented winning idea: “My Hijab” pop-up store

Our task was the redesign of a side aisle in the basement of Köln Arcaden. The reason for this commission was the considerable spatial reduction of a grocer's, who also asked for a direct access to the car park. In collaboration with the client, we already implemented the reactivation of one of the side aisle on the upper level in the past. The positive experience we have made in this project primarily determined the concept of the so-called “Open Space” in the basement. As in the previous project, we directed our focus on breaking up the existing strictness of the long mall aisles and introduce a more varied layout. The refurbishment should also be combined with a consistent event concept to achieve a stronger activation of the basement.

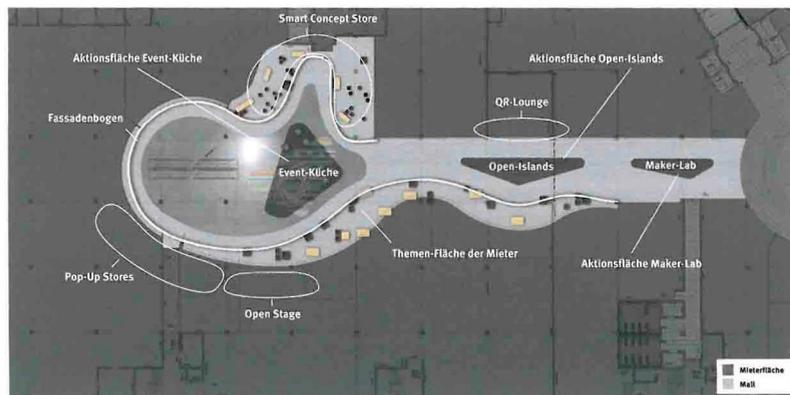
Overall concept comprising architecture, communications, event design

We divided the “Open Space” in the basement of Köln Arcaden into three zones: an open-plan “marketplace” with an event kitchen was created in the centre of the mall. All around this area, so-called Smart Concept Stores, small units for changing renters and a flexible range of goods, were arranged in addition to the standard rental areas. Sales promotion and workshop areas in the middle of the mall, which are supported by the renters in mall, form a third zone. This layout shall interweave sales activities and events. Additionally, the individual shop fronts were opened up. Boundaries have disappeared and a common experience space has been created, where contents are mixed and a real marketplace or bazaar atmosphere is generated. The event kitchen in the centre is the core element of the entire “Open Space”. The over-sized “Sketch Room” is the icing on the cake. It serves as inspiration and location for the “Kalk's next pop-up store” competition, where highly motivated founders of new businesses together with kplus konzept had the opportunity to design their dream store. The drawings on the white walls shall thereby serve as idea generators for possible product worlds in the temporary shops. Wooden pallets as universally usable sales furniture and randomly distributed bulbs hanging from the ceiling support the improvised character. The prize for the two winning concepts, “Time Split” and “My Hijab”, was the expert advice through to the actual opening of these pop-up stores. The development of our overall concept comprising interior design, communication design and event management was achieved in close collaboration with the client, who has been working on the reframing of existing properties for inner-city shopping malls for quite some time.

Die QR-Lounge informiert über News und Events. • The QR Lounge informs about news and events.



Grundriss • Floor plan



Inspiration and surprise instead of purposeful shopping

The concrete implementation in Cologne was primarily complicated by the very tight schedule. All measures had to be implemented within only two months with ongoing operation. This was, for example, an issue for the floor covering. Since no panels but liquid flooring was used, a longer drying period was required. In this context, another challenge was the flawless execution of the complex shapes. The reduction of the grocer's sales floor, in turn, required a clever adaptation to the existing interior architecture. When designing the lighting concept for the “Open Space” areas, we let ourselves be inspired by the multi-cultural background of the Cologne-Kalk district. This led to the idea of large, drop-shaped luminaires with Orient-style ornaments, which playfully guide through the promotion areas to the central marketplace, where the colourful and luminous stripes of the lamella ceiling add a visual highlight. The promotion areas are additionally highlighted with a special studio illumination. The uniform furnishings in the newly created shop areas emphasise the marketplace atmosphere and interweave the single shop concepts with one another. Inspired by flight cases and equipped with castors and sockets, these pieces of furniture can flexibly react to different demands of the individual retailers. They can transform from containers to showcases through to display tables, bars or stools. Using plain and subtle materials - maritime pine and black stained and painted MDF - these pieces of furniture provide a neutral background for the colourful concepts of the renters and support the young, lively bazaar idea. The event kitchen, in turn, consists of a fixed core counter, where one can sit on colourful metal stools, and is complemented with many maritime pine boxes of various sizes. These can be flexibly arranged and filled with goods or decorative items according to one's whim and concept. With changing chefs and menus, the kitchen always caters for new experiences. For visitors this means joint and novel shopping experiences: a flow of activities carries the visitor through the event and theme worlds. A flow which does not imply targeted shopping but discoveries, surprises, distraction, and inspiration. For us, this is the future of stationary retail.