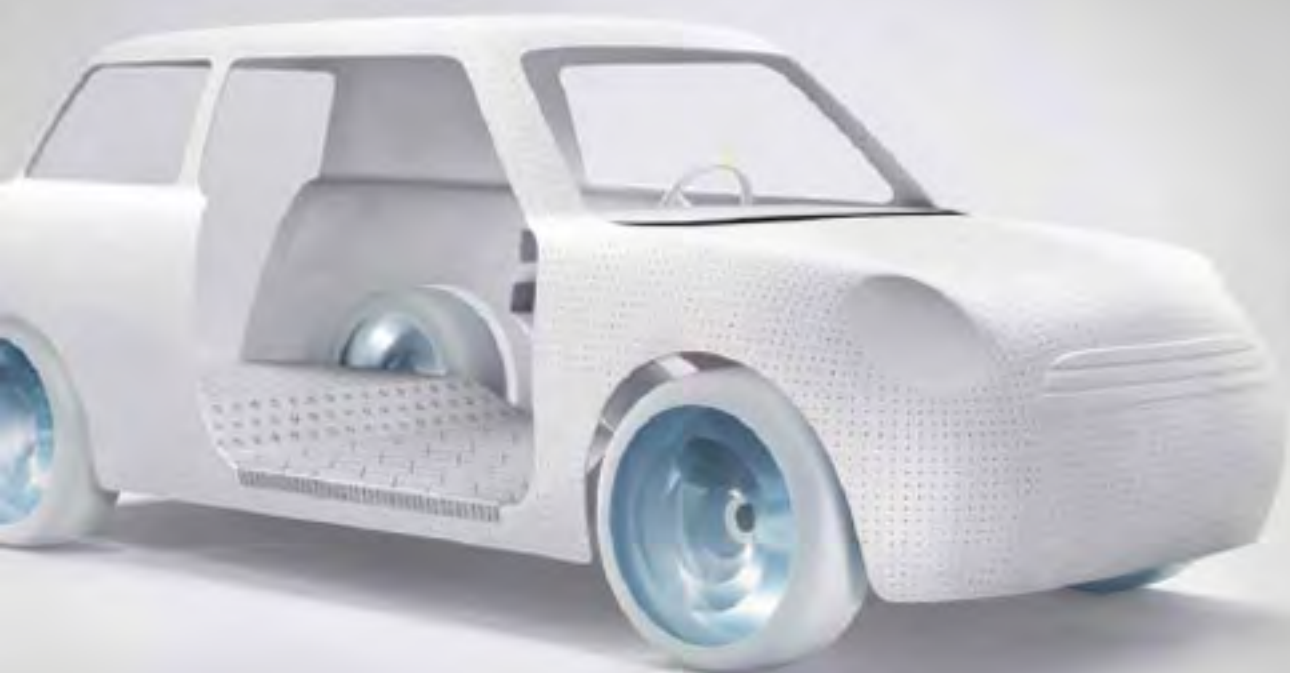


Dutch Design Jaarboek 2012

Dutch Design Yearbook 2012



Doepel Strijkers – Stills Flagshipstore

Een *flagshipstore* is de meest kenmerkende en prominente winkel voor een bepaald merk. Het is een plek, die al van zichzelf het goede van dat merk dient te representeren en om die reden een plek voor expressie, dynamiek en experiment moet zijn. In Amsterdam-Zuid ontwierp Doepel Strijkers de Nederlandse *flagshipstore* van het kledinglabel Stills. Het merk met de lijfspreuk 'Forever Now' streeft naar damesmode met een tijdloze kwaliteit.

Aan de hand van een eenduidig ruimtelijk concept voor de winkel is een rijke ruimtelijke ervaring ontstaan, waarin ruimte en mode zich in een complex spanningsveld tot elkaar verhouden. Dit is bereikt door de ruimte te vullen met een driedimensionaal vakwerk van horizontale en verticale houten latten. Door het grijze frame op bepaalde plaatsen te openen kan de bezoeker zich door het vakwerk bewegen. De routing bevat zowel overzichtelijke rechte stukken als dwarsverbindingen, waar de klant zich in een soort wolkenveld waant. Het lattensysteem biedt nagenoeg oneindige mogelijkheden voor invulling met kledingstukken en etalagepoppen. Ze kunnen dienst doen als kledingrek, kast (door middel van glasplaten) en zit- of staanplaats. Het vakwerk is een kruising tussen de minimalistische sculpturen van de Amerikaanse kunstenaar Sol Lewitt en het werk van de architect Gerrit Rietveld. Het refereert zelfs letterlijk aan de houten meubels van Rietveld door dezelfde houtverbinding, met onzichtbare koppelingen, te gebruiken.

De Stills flagshipstore breekt met retail-conventies door klant en koopwaar (en daarmee vraag en aanbod) niet als actief en passief te zien, maar juist als gelijkwaardige actoren in een dynamische compositie. Mode, etalagepoppen, klanten en personeel zweven als het ware in de gekaderde ruimte, net zoals mens, zitvlak en rugleuning in de beroemde rood-blauwe stoel van Rietveld. De ruimte is een driedimensionaal kunstwerk geworden, dat afhankelijk van de invulling door Stills, de bezoeker kan blijven boeien en verrassen; daarmee voldoet ze aan de ambitie van Stills om voor eeuwig in 'het nu' te blijven. Tegelijkertijd is het een concept dat in meerdere winkels kan worden toegepast en aangepast, zodat elke winkel toch een unieke beleving biedt. **RJdK**

Doepel Strijkers – Stills Flagship Store

A flagship store is a brand's most distinctive and prominent store. Since it is expected to represent all the positive qualities of that brand, it is also a place of expression, dynamism and experimentation. In South Amsterdam, Doepel Strijkers designed the Dutch flagship store of clothing label Stills. The brand aspires to create timeless women's fashion, hence its motto 'Forever Now'.

A simple design principle has produced a complex area of tension between space and fashion in the shop, resulting in a rewarding spatial experience. This has been achieved by filling the space with a three-dimensional lattice of horizontal and vertical timber slats. The grey frame has been opened up in places to enable the visitor to move through. The routing includes both straightforward, linear paths and cross-connections where the customers feel as though they are inside a cloud. With the use of items of clothing and mannequins the slats can be customized in an almost infinite number of ways. They can serve as clothing racks, wardrobes (with sheets of glass) and places to sit or stand. The frame is like a cross between the minimalist sculptures of American artist Sol Lewitt and the work of Gerrit Rietveld. In fact, it refers literally to Rietveld's wooden furniture by using the same wood assembly technique with invisible couplings.

The Stills flagship store breaks with retail convention by viewing merchandise and customer – and hence supply and demand – not as passive and active respectively, but as equal actors in a dynamic composition. Fashion, dummies, customers and staff practically float in the grid, just like man, seat and back in Rietveld's famous Red Blue Chair. The space has become a three-dimensional work of art which, depending on the interpretation by Stills, will keep surprising and captivating the visitor and thus satisfy Stills' ambition to be forever in the here and now. At the same time this concept can be applied in other stores and, given the different spatial frameworks, produce a unique experience in every single one. **JRdK**

Interieur en publieke ruimte /
Interior and Public Space

Ontwerper/Designer
Doepel Strijkers

Opdrachtgever/Client
Veldhovengroep BV, Stills

Website
www.doepelstrijkers.com

Foto's/Photos
Wouter van den Brink





Het *Dutch Design Jaarboek* presenteert een overzicht van de beste Nederlandse ontwerpen op het gebied van ruimtelijke vormgeving, productvormgeving en communicatie die gerealiseerd zijn in 2011–2012. Een selectie van belangrijke evenementen, publicaties en tentoonstellingen geeft kleur aan het designjaar en inhoud aan het ontwerpdebat. In drie essays komen actuele thema's in verschillende vakgebieden aan de orde. Damon Taylor analyseert het huidige belang van Dutch Design. Angelique Spaninks en Irma Driessen bespreken het experiment in de grafische vormgeving en de mogelijkheden die de digitale techniek hier biedt. Timo de Rijk spreekt Petra Blaisse, Anne Holtrop, Herman Kossmann en Eline Strijkers over de sterk groeiende betekenis van de interieurarchitectuur.

Met ontwerpen van
onder anderen

Borre Akkersdijk
Atelier van Lieshout
Petra Blaisse/Inside Outside
Christian Borstlap
Doepel Strijkers
Dok architecten
Joost van Dongen
Erick van Egeraat
Except
Gijs Frieling/Job Wouters
Conny Groenewegen
Koert van Mensvoort
Metahaven
Dries Van Noten
Lernert & Sander
Lesley Moore
LUST
Bertjan Pot
Scholten & Baijings
Spark Design
Studio INA-MATT
Studio Roosegaarde
U-Boat Worx

*With designs by,
among others*

ISBN 978-94-62080-22-5



9 789462 080225 >