



Ich komme gerade aus Wien zurück, wo ich das Vergnügen hatte mich mit einem Unternehmen auseinanderzusetzen, welches ich auf der Packaging Innovations Messe in Zürich im April 2016 kennen gelernt habe.



Des Wiener Designstudio Papertown ist ein österreichisches Unternehmen das sich ganz dem Werkstoff Karton als Baustoff verschrieben hat. Die Produkte und Landschaften, Messestände und Eventbühnen, die Gründer und CEO Philipp Blume mit seinem engagierten Team aus Pappe fertigt, sind einzigartige räumliche Erlebniswelten.

Auf der Packaging Innovations Messe in Zürich im April 2016 zeigte das Unternehmen die eigens für die Messe entwickelte Bühne für das Rahmenprogramm, das Cardboard/Packaging Arthouse.



Das Design und die Umsetzung dieses außergewöhnlichen Konzeptes aus Karton wurde im Februar 2016 in der Disziplin Interior Architecture/Kategorie Exhibition Space Design mit dem internationalen IF Design Award ausgezeichnet.

Da kommt also ein österreichischer Startup, gegründet von einem jungen Architekten mit einem kleinen Team und gewinnt einen internationalen Preis ... Anlass für mich einmal nachzufragen.

Herr Blume, Sie arbeiten ausschließlich mit Karton. Erzählen Sie uns doch von der Vision die dahintersteht.

*Es ist richtig, wir arbeiten mit einem Werkstoff, der eigentlich als Verpackungsmaterial definiert ist. Von Anfang an war meine Vision dies umzudefinieren zu einem ernstzunehmenden Baumaterial. Mich hat dieser Transformationsprozess durch Wahrnehmungsschärfung und Perspektivwechsel gereizt. Etwas zu tun, was sich sonst niemand vorstellen kann und es zu realisieren, ist ein starker Motor für mich und mein Team. Dabei ist der Nachhaltigkeitsaspekt für mich gar nicht so sehr im Vordergrund, sondern eher der gestalterische Zugang des Materials Karton. Für mich war das immer das Material der Wahl, weil es verfügbar ist, weil es formbar ist, weil es günstig ist, weil man aus einer zweidimensionalen Fläche eine dreidimensionale machen kann.*

Wie kam es dazu, dass Sie Interesse an dem Werkstoff Karton fanden?

*Angefangen hat es mit einer Straßentheater-Tournee, die ich 2009 durch Südamerika gemacht habe. Dafür galt es ein mobiles Bühnenbild aus Karton zu entwickeln.*



*Der Singer-Songwriter-Circus, den wir kurz nach meiner Rückkehr gründeten, stellte weitere Anforderungen an meine Entwicklungen und damit begann meine heutige Tätigkeit eigentlich. Es ging darum, Kulissen zu bauen, die man sehr rasch auf- und abbauen konnte und die nur minimalen Platz benötigten. Das Kulissenbauen aus Karton war Handwerker- und Tischlerarbeit mit viel technischem Verständnis, um Faltungen zu berechnen und Pläne zu erstellen. Letztendlich habe ich dadurch für mich erkannt was für ein tolles Material Karton ist. Es ist leicht und leicht zusammenbaubar.*



*Da es leicht ist, kann man sehr große, ungefährliche Sachen bauen, ohne dass man eine statische Abnahme braucht.*

*Nach einem halben Jahr Trial-and-Error waren unsere Fähigkeiten auf einem Niveau, das große Bauten und Projekte greifbar und erstrebenswert erscheinen liess.*



Welche Rolle können die Konzepte, die Ihr in den letzten Jahren richtungsweisend für Messebau und Veranstaltungen konzipiert habt, in einem Retail Umfeld spielen?

*Der Hintergrund unserer Arbeit bei Papertown liegt im Showbusiness, der Inszenierung von Marken oder Veranstaltungen. Wie verändert sich durch Architektur die Raumwahrnehmung, wie kann man Raumkontexte neu zusammensetzen? Storytelling im Prinzip.*

*Der Kampf im Handel ist um die Aufmerksamkeit des Kunden, und Shopping ist mehr und mehr Entertainment als Bedürfnisabdeckung. Papertown kommt ursprünglich aus dem Stagedesign und als Architekt habe ich immer die Inszenierung als Ziel.*

*Wir transferieren Raumkonzepte und lassen Markenwelten mehrdimensional entstehen. Durch das Material Cardboard liegt es in der Natur der Sache, dass wir temporär ausgelegt sind und wir können sehr schnell von der Idee zur Umsetzung Markenwelten entstehen lassen. Schon der Akt der Kreation und der Entstehung im Retailenvironment stellt ein Erlebnis für den Betrachter dar und vermittelt so ein nachhaltiges Markenerlebnis.*

Für welchen Retail sind Eure Konzepte geeignet?

*Unser Fokus liegt in erster Linie momentan auf Exhibition und Eventdesign, und selbstverständlich auch exklusiver Retailgestaltung. Hier kommen unsere individuellen Raumkonzepte und Markenwelten ideal zum Einsatz. Wir überlegen aber auch weiter in*

*Richtung skalierbarer, modularer Systeme.*

Vielen Dank an Philipp Blume und sein Team - wer weiteres Interesse hat und die Konstruktionen einmal live erleben möchte, der kann das auf der PackagingInnovations2016 Messe am 23.,24. Juni in der Fischauktionshalle in Hamburg; das Team wird mit dem Arthouse und Messeständen vor Ort sein.

**Verpassen Sie keine Beiträge mehr!**

Tragen Sie sich in unseren kostenfreien Newsletter ein. **Über 4.500 Kollegen aus Handel, Städten und Industrie** lesen ihn bereits.

Jetzt anmelden



Karin Wunderlich

Shopper Marketing Evangelist mit Leidenschaft für Innovationen!

Die Volkswirtin (B.S., USA) war zehn Jahre im Key Account Management und Promotion Management bei führenden FMCG Unternehmen und 13 Jahre Geschäftsführerin bei POPAI DACH e.V. Heute in der Unternehmensberatung und als profilierte Key Note Speakerin tätig.





