

Retail Spaceland

Sayonara Visual Concepts ist zum wiederholten Mal visueller Gestalter des EuroShop-Messestands von Genesis Mannequins

Egal, ob er nun an ein Spaceship erinnert, was die Vision von Domagoj Mrcic war, oder an eine spritzige aufgeschnittene Zitrone, deren Waben im Inneren Bühnen für die Figuren bilden, wie es Ulf Treptow assoziiert: Der Messestand von **Genesis Mannequins (Halle 10/C40) auf der EuroShop 2020** wird nicht zu übersehen sein – so viel steht bereits im Vorfeld fest. Domagoj Mrcic zeichnet mit seinem Düsseldorfer Atelier Sayonara Visual Concepts für die visuelle Gestaltung verantwortlich, treptow Architecture/Exhibition Design, ebenfalls Düsseldorf, für die Standarchitektur.

Die Außenhaut des Standes besteht aus weißen Kacheln, der Boden ist schwarz. Doch von Tristesse keine Spur. **Radiantes Licht durchströmt den gesamten Stand: Phosphorgelb, Pink, Türkis und Aqua** fallen nicht nur ins Auge, sondern spiegeln zugleich das Schillernde der Modewelt und Beautyszene wider, überdies liegen sie im Trend. Als Beitrag zum multisensorischen Gesamterlebnis wird das Musikstück „Spaceship“ von Triangle Sun, das Domagoj Mrcic zu seiner Konzeption inspirierte, während der Messezeit dezent im Hintergrund gespielt.

Der Auftritt wirkt schwerelos, aber nicht abgehoben, **futuristisch-modern, gleichermaßen zeitgeistig-retro**. Außen stehen und sitzen 3D-gedruckte Figuren in metallischen Farben, mit den Köpfen von Kakadus und Echsen, gekleidet in zuvor eingescannte Outfits der Düsseldorfer In-Boutique Jades. Die Figuren zeigen die vielfältigen Möglichkeiten von Genesis Mannequins. Der Eingang ist in pink gerahmt, Modeschöpferin Elsa Schiaparelli könnte Pate gestanden haben. Ein eklektisches Blumen-Arrangement säumt den Empfang.

Im Inneren des Standes dann öffnet sich eine **überdimensionale Blüte – Symbol des Wachstums, der Erneuerung und der Nachhaltigkeit**, der sich Genesis Mannequins in hohem Maß widmet – und bildet ein Dach für die Genesis Figuren. Das altgriechische Wort Genesis steht ja schließlich für Schöpfung und Entstehung. Aus der Blüte steigen Pollen empor, umgesetzt aus transparenten Makrolon-Scheiben in milchig-weiß und radiant. Sie scheinen in Richtung der insgesamt fünf Bühnen zu fliegen, die die Genesis Mannequins in Szene setzen. Jede der Bühnen wird in farblich wechselndes Licht getaucht, mit Schwerpunkt auf jeweils einer der zu Beginn genannten Töne.

Die fünf Bühnen/Figuren-Serien:

TEMPTATION: Eigentlich als Damen- und Herren-Wäschefiguren konzipiert, verkörpern die Mannequins auf der EuroShop Strandatmosphäre. Miami Beach meets International Dream Destinations. Neon-Farben, wet hair, extra ordinary make-ups, shiny skin und ein Surfbrett, ebenfalls aus der Produktion von Genesis Mannequins, kennzeichnen die Szenerie. Besonderer Gag: Wie auf Instagram feiern auch hier Bikinistreifen ein Revival. Die sog. Tanlines wurden auf die Figuren aufgesprüht. Mode und Accessoires stammen – mit Dank

für die Kooperation – von den Firmen Maryan Mehlhorn, Rufskin und Konplott Jewelry. Wie Genesis Mannequins deutsche Firmen mit internationalem Spirit.

Denn auch **Weltoffenheit und DIVERSITY** bringen der Stand insgesamt als auch die gleichnamige Figuren-Serie zum Ausdruck.

JULES & JULES: Zwei dieser Figuren sind androgyn gestylt à la David Bowie und Model Sascha Pejic. Vor allem sorgen die Damen- und Herren-Mannequins mit ihren Proportionen für Aufmerksamkeit. Sie sind 1,95 m groß bei Konfektionsgröße 34 beziehungsweise 46/48. Gekleidet in Talbot Runhof und GALVAN London, mit Accessoires von Gretchen bags Berlin und Anne Schmidt verströmen sie eine ganz besondere moderne Eleganz!

SPORTS: Der Athleisure-Trend setzt seinen Siegeszug fort, Skater und Läufer erinnern in dieser Inszenierung an den California Style der 80er Jahre. Die Mode für die Damen- und Herren-Figuren wurden exklusiv von Marion Strehlow entworfen und angefertigt.

VANITY: Moderne lässige Posen zeichnen diese junge Damen- und Herren-Serie aus, die sich flexibel in ihrer modischen Aussage stylen lässt. Inspirationsgeber waren Blogger und Influencer. Auch hier wurde die Kleidung exklusiv von Marion Strehlow designt und produziert. 3D-gedruckte Figuren in gescannten skulpturalen Outfits bilden einen weiteren Höhepunkt.

Last but not least sei die Lounge Area erwähnt, die ein auf Stoff gespanntes **Kunstwerk des Düsseldorfer Malers Matthias Köster** schmückt –, wie der gesamte Auftritt voller Lebendigkeit und Leuchtkraft.

Sayonara Visual Concepts

„Wir lassen unsere Phantasie frei, um Raum für Außergewöhnliches zu schaffen“: Das ist das Motto von Sayonara Visual Concepts. Das Düsseldorfer Atelier ist auf kreative Gesamtkonzepte spezialisiert: vom Windowdressing bis zur Instore-Dekoration für Geschäfte, Showrooms und Messestände, vom Visual Marketing bis zu Retail Architecture und Objektdesign. Auch als Stylist für Fotoproduktionen und Creative Consultant ist Domagoj Mrcsic aktiv. Viel Liebe zum Detail und ein Hauch von Extravaganz kennzeichnen seinen Stil. Alle Konzepte sind maßgeschneidert und am Puls modischer Entwicklungen. Ein großes Netzwerk steht bereit, um jedem Auftrag individuell gerecht zu werden. 2010 wurde Domagoj Mrcsic vom Europäischen Zentralverband für visuelles Marketing/Merchandising BDS e.V. mit dem Award für „Best Visual Marketing“ ausgezeichnet.