

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Band: 10 (1997)
Heft: [1]: Die Besten '97

Artikel: Der leere Raum
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120702>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der leere Raum

Der Hase in Gold stand für die Jury schon vormittags fest. Der Salon blow in Zürich überzeugt sowohl räumlich wie auch vom Erscheinungsbild her. Gestaltet haben diese Welt aus 2001 die Architekten Nader Taghavi und Andre Alphons Gross.

Die Jury

Guido Bachmann, Schwarzkopf-Vertreter, Au
Dawn Cleis, Stylistin, Zürich
Jasmin Grego, Architektin, Zürich
Marcel Kim, OPS Divina und Coiffeur, Bern
Eliane Schilliger, Innenarchitektin, Ennetbaden

Wäre der Salon der beiden Haarstylisten Victor Regli und H. P. Reichelt in New York, wäre er einer unter anderen. Doch die durchgestaltete Welt aus Stanley Kubricks Space Odyssey 2001 mit Blick aufs Zürcher Opernhaus hierzulande zu erleben, überrascht.

Am Salon fasziniert die Liebe zum Detail. Alles Teil der Gestaltung: Die Musik, der Schriftzug, der Raum, die Zeitschriften, das Licht, die Farben und vor allem Reichelt und Regli selber.

Die zurückhaltende Frisierhalle wird architektonisch durch nur drei Elemente definiert: die Leere, den fliegenden Frisierspiegel und den alles wieder zusammenfügenden Bodenbelag. Wie aufgereichte Bilderrahmen staffeln drei Unterzüge den fast vier Meter hohen Raum nach hinten. Die drei Arbeitszonen sind von der Baustruktur schon vorgegeben und werden in den Entwurf eingebaut: Vorne wird gewartet, in der Mitte geht's ums Geld und hinten wird gewaschen – über die ganze Länge wird mit den Scheren geklappert. Alle Wände sind in ein helles Weiss getaucht. Konturen verschwinden in der dumpfen Beleuchtung. Die unauffälligen Spots an der Decke spenden gelbes Licht und lassen den Raum wie von selbst leuchten. Als einziger flüchtiger Farbakzent wird ein Korallenfisch auf die leeren Wände projiziert. Im Hintergrund blubbern elektronische Klänge.

Der scheinbar schwebende Spiegel betont die Länge des Raumes, indem er alle Raumschichten wieder durchstösst und den hinteren Teil des Ladens mit dem Schaufenster verbindet. Am Ende dieser Frisierhalle steht die Kommandobrücke, eine Bank aus drei Waschstühlen in schwarzem Polster. Wer die Augen beim Haarewaschen nicht schliesst, hat den Überblick und das volle Raumerlebnis.

Mittelpunkt dieser weissen Leere ist der Drehstuhl von Eero Saarinen. Als Frisierstuhl kombinieren die Coiffeure den Klassiker mit drei kleinen Beistelltischchen auf Rollen. Alle anderen Möbel und Einbauten treten nicht in Erscheinung, sondern sind Teil des Raumes. Sitzbank und Kasse sind ein

Körper, der die Länge des Raumes unterbricht. In den Kassentresen ist eine hell beleuchtete Ecke ausgeschnitten. Wie Schmuckstücke präsentieren die beiden Friseure ihre exklusiven Shampoos und Wässerli.

Der ockerfarbene Kunststoffbodenbelag widerspiegelt die Raumordnung und reflektiert das Licht. Der matt spiegelnde Boden macht aus dem Raum eine kompakte Einheit: Hier wird empfangen, gewartet, gefärbt, geschnitten und bezahlt.

Den Architekten ist es gelungen, für die beiden Bauherren eine Hülle auf Mass zu schneiden: Wer das Reich der Coiffeure betritt, spürt die Stimmigkeit. Regli und Reichelt verkörpern blow von der Sole bis zum Scheitel. Werber sagen dem Corporate Identity. Nichts ist zu viel oder zu wenig.

Was zeigt uns der Hase in Gold?

Beim Friseur geht es schon lange nicht mehr nur ums Haarschneiden. Das Geschäft mit den Haaren ist untrennbar an Zeitgeist und Mode gebunden. Was die Gastronomie in der Schweiz erst vor ein paar Jahren entdeckt hat, wissen die Friseure schon lange: Frisieren ist ein Erlebnis.

Kundinnen und Kunden wollen beim Haarschneiden nicht nur über den neusten Klatsch und Tratsch informiert werden, sondern kurzfristig in eine andere Welt eintauchen. Beim Haarschneiden ist die Atmosphäre, in der geschnitten, gewaschen und gefönt wird, genauso wichtig wie die handwerklichen Fähigkeiten der Figaros. Erst wenn das ganze Frisiererlebnis stimmt, ist die Kundschaft zufrieden. Nicht nur die Zeitschriften müssen stimmen, sondern auch die Hintergrundmusik, die verwendeten Produkte, der Kaffee und eben das Interieur. Das Erscheinungsbild ist die Visitenkarte des Geschäfts.

Coiffeursalons widerspiegeln die Welt und den Geschmack ihrer Besitzer. Die drei auserkorenen Salons sind gelungene Beispiele für eine gestalterische Umsetzung völlig verschiedener Ideen und Trends.

1

Hase in Gold
Blow

Falkenstrasse 4, 8008 Zürich, 01/262 72 22

Besitzer: H. P. Reichelt und Victor Regli

Gestalter: Nader Taghavi, Andre

Alphons Gross



v. l. n. r.: Die beiden Gestalter
 Andre Alphons Gross und Nader Taghavi
 sowie die Coiffeure H. P. Reichelt
 und Victor Regli

Eine Topfpflanze schützt die Kundschaft
 vor allzu neugierigen Blicken

