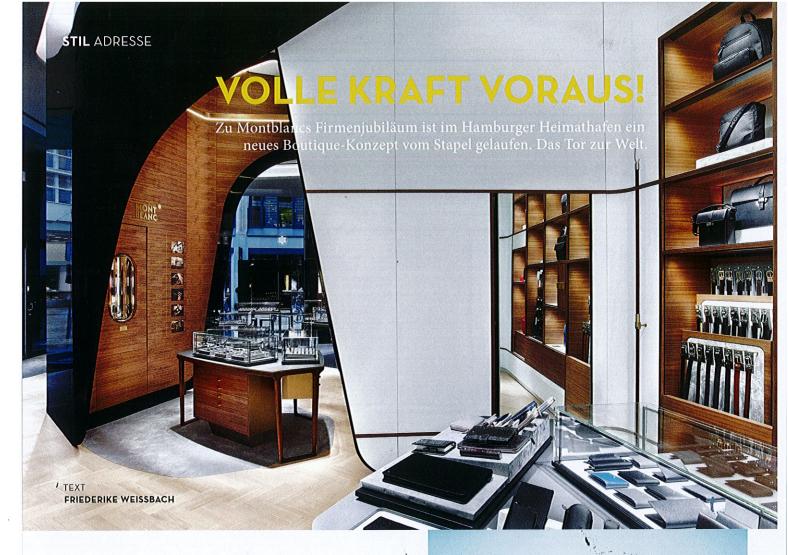




ARCHITECTURAL DIGEST. STIL, DESIGN, KUNST & ARCHITEKTUR







ugegeben, die Verbindung von edlem Schreibgerät und hanseatischen Ozeanriesen liegt nicht gerade auf der Hand. Doch sie besteht bereits seit 1906, als auf einer Schiffsreise von Hamburg nach Amerika die Geschichte von Montblanc begann. Nun, 110 Jahre später, wird jeder Besucher, der die neue Boutique betritt, an den Rumpf eines Schiffes erinnert, diskret, aber unmissverständlich: Ein schwarz lackierter Kiel teilt den Raum, weiße Lackflächen strahlen neben warmen Holztönen. Für die Interieur-Gestaltung heuerte Montblanc den Pariser Designer Noé Duchaufour-Lawrance an: "Die Herausforderung bei diesem Store-Konzept war es, das Gleichgewicht zwischen der Identität des Hauses und meiner Persönlichkeit zu finden." Ersteres sei wichtig, um die Neigungen der Kunden, Letzteres, um die Erwartung an ihn als Designer zu verstehen. "Ich arbeite gerne mit Marken, mit denen ich mich identifizieren kann. Dann passt alles, und der Entwurf sieht auch nach mir aus." So erinnern die kurvige Architektur und die organischen, fast futuristischen Linien der filigranen Möbel an den Schwung einer kühnen Handschrift - und sind zugleich very Duchaufour, smart und auf subtile Art avantgardistisch: "Ich möchte nichts Überdesigntes schaffen, sondern etwas, das die Zeit überdauert." Und Zeit wird es brauchen, bis das Konzept weltweit auf alle Boutiquen abgestimmt ist. Für Duchaufour aber ist mit der Eröffnung in Hamburg der Anker gelichtet; das Schiff hat Kurs aufgenommen - Richtung Zukunft.

Oben: Blick in die Sammler-Ecke der Hamburger Montblanc Boutique. Ganz rechts: Noé Duchaufour-Lawrance. Re.: Limitierte Hamburg Edition des "Meisterstück 149", 860 Euro.

