

A large, bold red number '75' is centered in the upper half of the image. The background behind the number is a light blue quilted fabric with a diamond pattern and small circular tufts. The overall design is divided into geometric sections of orange, blue, and red.A solid red horizontal banner is located in the lower right quadrant of the image. It contains white text in a bold, sans-serif font. The background of the entire page is a collage of geometric shapes in orange, blue, and red, with various textures like quilted fabric and leather.

**75 Jahre Innenarchitektur
VSI.ASAI. 1942–2017**

David Marquardt

Architekt ETH, VSI.ASAI.
Architektur und Innenarchitekturbüro MACH



Werdegang

Mitarbeit bei: Hans Kollhoff, André Putman und Hannes Wettstein; 1997 Leitung der internen Architekturabteilung der Schweizer Luxus-Schuhmarke Bally; 2000 Gründung der eigenen Firma MACH mit Jan Fischer. Arbeitet für Swiss International Air Lines (SWISS), Bally, Ping Pong Group, IWC Schaffhausen, TOTO, Novartis, und The Blackstone Group; Seit 2014 Mitglied im VSI.ASAI.

Vor gut 100 Jahren fragten sich die Architekten in welchem Stil sie bauen sollten. Neue technische Errungenschaften und der Drang nach Luft, Licht und Sonne beflügelten die Entwerfer, die Architektur und Innenarchitektur als Experimentierfeld zu nutzen. Diese beiden Disziplinen leisteten zusammen mit der bildenden Kunst und der Literatur einen wesentlichen Beitrag an eine kulturelle Modernisierung, die eine Folge der technischen und mechanischen Revolution war.

Heute sind wir mit den Herausforderungen einer digitalen Revolution konfrontiert. Mein Jahrgang hat noch von Hand die Masterarbeit gezeichnet und in der Bibliothek tagelang auf Bücher gewartet. Inzwischen checken wir unterwegs die neusten Blogbeiträge – Informationen, die morgen schon alt sein werden. Durch die schnelle und demokratische Verbreitung von Informationen in zahlreichen Netzwerken existiert die Innenarchitektur nicht mehr nur physisch. Sie wird direkt weiterkommuniziert und dient den Menschen zur Selbstdarstellung in der grenzenlosen, globalen und digitalen Welt. Der Raum wird zur Kulisse wie eine erweiterte Bekleidung und die Identifikation durch Design war nie so allgegenwärtig.

Gleichzeitig hat die Innenarchitektur als Gegenpol zur Digitalisierung einen erhöhten Anspruch an Authentizität, Natürlichkeit und den analogen Ausdruck vom Hier und Jetzt. Die Innenarchitektur muss ein Lebensgefühl vermitteln und den physischen wie psychischen Bedürfnissen der heutigen Menschen, wie zum Beispiel die Erreichung einer «Work-Life-Balance», gerecht werden.

Um Innenräume zu erschaffen, die auch in der Welt des Omni Channel Erlebnisses funktionieren, ist es essenziell, mit interdisziplinären Teams Projekte zu erarbeiten. Dabei besteht die Notwendigkeit einer solchen Vernetzung vom analogen Raum und der virtuellen Welt (das On- und Offline) gleichermaßen in den Bereichen Retail, Hospitality, Office, Home und Travel.

Die Herausforderung für die Innenarchitekten von heute und morgen ist es, zeitlose Räume zu schaffen, in denen sichtbare Designelemente wie Materialien, Licht, Raumproportionen sowie unsichtbare Elemente wie Logistik, Akustik, Zeitabfolgen, Duft und Technologie ein Gesamtkunstwerk bilden.

