

HIGH ON...

OFFICE DESIGN



CURATED BY RALF DAAB



TWO SPACE + PRODUCT

Claudia de Bruyn

Claudia de Bruyn und ihr Team von two_space + product realisieren seit zwei Jahrzehnten renommierte Großprojekte, die das Ergebnis einer ganzheitlichen Auseinandersetzung mit Raum und seinen disziplinübergreifenden Gestaltungsfragen sind.

Geprägt von Ihrem Studium der Architektur und Innenarchitektur entwickelt Claudia de Bruyn nachhaltige Zukunftsszenarien, wobei Ihr Fokus gleichermaßen der Gestaltung anregender Er-Lebensräume mit einem eigenständigen Profil, wie auch dem Design innovativer Produkte gilt. Ihre Entwicklungen stehen immer im Spannungsfeld von wirtschaftlichem Kalkül und ästhetischer Intuition, stets geprägt von ihrer architektonischen Haltung.

Ein Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die Ausgestaltung neuer Arbeits- und Markenwelten von Unternehmen gemäß ihres Credo's form follows identity®, mit dem Ziel, eigenständige, identifikationsreiche Räume mit hohem Erinnerungswert zu schaffen. Dafür beziehen sie und ihr Team multidisziplinär Soziologen, Zukunftsforscher oder Philosophen in ihre Gestaltungsaspekte mit ein.

Claudia de Bruyn and her team at two_space + product have been realising renowned large-scale projects that are the result of a holistic examination of space and its interdisciplinary design issues for two decades.

Influenced by her studies in architecture and interior design, Claudia de Bruyn develops sustainable future scenarios, whereby her focus is equally on the design of stimulating "first living spaces" with an independent profile as well as the design of innovative products. Her developments are always between economic calculation and aesthetic intuition, always influenced by her architectural attitude.

One focus of her work is the design of new working and brand worlds of companies in accordance with her philosophy form follows identity®, with the aim of creating independent, identification-rich spaces with a high memorable value. To achieve this, she and her team involve multidisciplinary sociologists, futurologists or philosophers in their design aspects.



NEW HEADQUARTER
DER HANDELSBLATT MEDIA GROUP | DÜSSELDORF

Der Wirtschaftsmediaverlag Handelsblatt Media Group mit 1000 Mitarbeitern findet in Düsseldorf in seinem neuen Headquarter auf 20.000 m² zukunftsweisende, kommunikative Räume für Begegnungen. Gestaltungsziel war «die Gemeinschaft zur Verbreitung des wirtschaftlichen Sachverständnisses» spürbar mit exzeptioneller Innenarchitektur zu untermauern und die Identität der Print- und Onlinemarken erlebbar werden zu lassen.

Die Multimediawand im Foyer, die mit der Tauschbörse für Printmedien in Interaktion tritt, unterstreicht dies spürbar. Einladende Orte für diverse Arten des Zusammenkommens stellen der Empfang mit 360°-Ansprache, das raumbildende modulare Forum, die Longtable-Bar, Lounges und das Restaurant mit seinen intimen Focus-Rooms dar. Schiebewände in Glas und Kupfer trennen, bzw. öffnen nach Bedarf. Schwarz und Weiß, dazu Kupferblech und Birkenesperrholz finden in Anlehnung an den Papierdruck ihre Umsetzung in den Innenausbauten. Spiegelnde Flächen erweitern die Räume und lassen den Besucher zum Bestandteil des Ganzen werden. Böden in Grau als Mischton bilden den Hintergrund für die räumlichen Einzelerlebnisse der diversen Bereiche, in denen die CI-Farben Orange und Rot Akzente setzen.

NEW HEADQUARTERS
OF THE HANDELSBLATT MEDIA GROUP | DÜSSELDORF

The business media publisher Handelsblatt Media Group with 1,000 employees finds future-oriented, communicative spaces for encounters in its new 20,000 m² headquarters in Düsseldorf. The design objective was to noticeably underpin "the community for the dissemination of economic expertise" with exceptional interior design and to allow the identity of the print and online brands.

The multimedia wall in the foyer, which interacts with the exchange platform for print media, noticeably underlines this. Inviting places for various kinds of get-togethers are the reception with 360° address, the space-creating modular forum, the longtable bar, lounges and the restaurant with its intimate focus rooms. Sliding walls in glass and copper separate or open as required. Black and white, copper sheeting and birch plywood find their implementation in the interior fittings in the style of paper printing. Reflecting surfaces extend the rooms and make the visitor a part of the whole. Floors in grey as a mixed tone form the background for the individual spatial experiences of the various areas, in which orange and red set accents.



HAUPTVERWALTUNG DES BAUSTOFFKONZERNS XELLA
INTERNATIONAL I DUISBURG

Die Identität des weltweit agierenden Baustoffkonzerns Xella wird durch eine präzise gestalterische Linie reduziert nachgezeichnet: Die Gestaltungssprache ist verständlich und zeigt, dass der Konzern flexibel, vielseitig und dynamisch operiert. An den Decken greift ein architekturübergreifendes Farbkonzept die Markenfarben der Xella-Gruppe auf. Böden und Wände sind gemäß der firmeneigenen Produktpalette warmgrau-weiß, wodurch eine dezente, selbstverständliche Gesamtatmosphäre entsteht.

Das Foyer wird bestimmt durch einen skulpturalen »X-Tresen« als grafische 3D-Übersetzung des Xella-Logos und sein gespiegeltes Pendant in Form eines Lichtobjekts. Hier passt sich die Lichttemperatur dem Verlauf des natürlichen Lichtes an und beeinflusst damit positiv den Biorhythmus des Menschen. Wandintegrierte Präsentations-Boxen stellen die Originalprodukte Xellas visuell und haptisch vor.

Das Firmenprodukt Yton findet im Innovationsbereich seinen Auftritt. Ein Sitzobjekt in Y-Form liegt vor dem »Innovationsraum«, der durch seine eigenwillige Gestaltung die Freiheit der Ideen repräsentiert und spürbar werden lässt. Diese identitätsstiftende Gestaltung wird durchgängig fortgeführt und lässt eine Umgebung entstehen, in der man sich gerne aufhält - in einem Unternehmen für das man gerne arbeitet.

HEAD OFFICE OF THE BUILDING MATERIALS GROUP XELLA
INTERNATIONAL I DUISBURG

The identity of the globally active building materials group Xella is traced in a reduced form by a present design line: the design language is understandable and shows that the group operates flexibly, versatile and dynamically. The ceilings are covered by a colour concept that picks up on the Xella Group's brand colours. Floors and walls are warm grey-white in accordance with the company's own product range, creating a discreet, self-evident overall atmosphere.

The foyer is defined by a sculptural "X-counter" as a graphic 3D translation of the Xella logo and its mirrored counterpart in the form of a light object. Here the light temperature adapts to the course of natural light, having a positive influence on the human biorhythm. Wall-integrated presentation boxes present Xella's original products in a visual way.

The company product Yton is presented in the innovation area. A Y-shaped seating object is located in front of the "innovation room", which represents the freedom of ideas and makes it tangible through its unconventional design. This identity-giving design is continued throughout and creates an environment in which one likes to spend time in a company for which one enjoys working.

