

novum

WORLD OF GRAPHIC DESIGN 03.16



INTERNATIONAL DESIGN BIENNIALE
HAMBURG 2016

BEI NEUJAHRE 2016
WWW.NOVUMDESIGN.COM

32

DANIEL HYNGAR

Werte leben A café with character

Das Café Sehnsucht in Köln-Ehrenfeld ist eine Institution, auch weil es sich seit langem dem Mainstream verweigert. Das neue Erscheinungsbild zitiert nicht nur Elemente aus den historischen Räumlichkeiten, es verkörpert auch den Anspruch, einen Gastronomiebetrieb ohne Ausbeutung zu betreiben.

Es gibt sicher schlechtere Ausgangssituationen, als für einen Kunden zu arbeiten, der Café Sehnsucht heißt, so konnte auch der Gestalter Daniel Hyngar nicht widerstehen und machte das romantische Motiv der Sehnsucht zu einem zentralen Element seines Designs. Postkartenmotive aus einem antiquarischen Fundus werden durch Zitate von Rainer Maria Rilke, Heinrich Heine und Friedrich Hölderlin ergänzt und entföhren den Betrachter in eine »bessere« Welt. Doch die Gestaltung orientiert sich nicht nur am Namen, auch die Räumlichkeiten selbst stammen aus einer anderen Zeit. Alte Fliesen mit Ornamenten, ein verzierter Holzofen und Bordüren mit Seepferdchen verleihen dem Café ein romantisches Flair. Das Seepferdchen erkor Hyngar zur Bildmarke, die teils gemeinsam mit dem Schriftzug Café Sehnsucht verwandt wird, teils auch getrennt auf den Kommunikationsmitteln zum Einsatz kommt. »Neben Getränkekarten, Weinkarten, Speisekarten, Gutscheinen und Visitenkarten«, erklärt der Gestalter, »sind zudem Kartenhalter und Klemmbretter entstanden, auf denen die grafisch neu interpretierte Seepferdchen-Bildmarke eingebraunt wurde. Umgesetzt wurden die Utensilien in Zusammenarbeit mit einer kleinen Holzmanufaktur aus dem Norden Englands.«

Dank vieler liebevoller Details kommt das neue Erscheinungsbild bei der breiten Zielgruppe der Café-Besucher sehr gut an, es verkörpert allerdings auch die Wertvorstellungen der Besitzerin Monika Linden und ihres Küchenchefs Tim Weber, die seit Jahrzehnten einen Gastronomiebetrieb führen, der – ganz »romantisch« – versucht, nachhaltig zu wirtschaften und niemanden auszubeuten.

novum

TEXT:
Christine Moosmann

Café Sehnsucht is quite an institution in Ehrenfeld district of Cologne. Also because for years it has always refused to follow the mainstream. Now it has a new visual identity that reflects elements of the café's unique interior and also the owners' ethical stance.

No designer could fail to be tempted by a commission from a café called »Sehnsucht« (which means yearning/longing/desire). And so it was with Daniel Hyngar. In fact he made this romantic motif into a central element in his design. He took images from old postcards and added quotes to them, from poets like Rainer Maria Rilke, Heinrich Heine and Friedrich Hölderlin, immersing the observer in a vision of a »better« world. But the design is also inspired by the café's famously quirky interior, with its antique ornamented tiles, a decorated wood-burning stove and borders with seahorses. Hyngar picked up on the seahorse, making it into a visual symbol for the café, used often in combination with the Café Sehnsucht logotype, and also on its own in the various communication media. »I produced menus, wine lists, vouchers and business cards,« explains the designer, »and also menu holders and clipboards into which the re-interpretation of the seahorse symbol was burned. The utensils were made in cooperation with a small woodworking business in the north of England.«

The new visual identity, with all its charming details, is going down very well with the broad group of café customers. It also embodies the values of owner Monika Linden and her chef Tim Weber who for decades have been running their business in a sustainable, ethical and romantic way.

www.daniel-hyngar.de

DANIEL HYNGAR

Werte leben A café with character

Das Café Sehnsucht in Köln-Ehrenfeld ist eine Institution, auch weil es sich seit langem dem Mainstream verweigert. Das neue Erscheinungsbild zitiert nicht nur Elemente aus den historischen Räumlichkeiten, es verkörpert auch den Anspruch, einen Gastronomiebetrieb ohne Ausbeutung zu betreiben.

Es gibt sicher schlechtere Ausgangssituationen, als für einen Kunden zu arbeiten, der Café Sehnsucht heißt, so konnte auch der Gestalter Daniel Hygar nicht widerstehen und machte das romantische Motiv der Sehnsucht zu einem zentralen Element seines Designs. Postkartenmotive aus einem antiquarischen Fundus werden durch Zitate von Rainer Maria Rilke, Heinrich Heine und Friedrich Hölderlin ergänzt und entführen den Betrachter in eine »bessere« Welt. Doch die Gestaltung orientiert sich nicht nur am Namen, auch die Räumlichkeiten selbst stammen aus einer anderen Zeit. Alte Fliesen mit Ornamenten, ein verzierter Holzofen und Bordüren mit Seepferdchen verleihen dem Café ein romantisches Flair. Das Seepferdchen erkor Hygar zur Bildmarke, die teils gemeinsam mit dem Schriftzug Café Sehnsucht verwandt wird, teils auch getrennt auf den Kommunikationsmitteln zum Einsatz kommt. »Neben Getränkekarten, Weinkarten, Speisekarten, Gutscheinen und Visitenkarten«, erklärt der Gestalter, »sind zudem Kartenhalter und Klemmbretter entstanden, auf denen die grafisch neu interpretierte Seepferdchen-Bildmarke eingebrannt wurde. Umgesetzt wurden die Utensillen in Zusammenarbeit mit einer kleinen Holzmanufaktur aus dem Norden Englands.«

Dank vieler liebevoller Details kommt das neue Erscheinungsbild bei der breiten Zielgruppe der Café-Besucher sehr gut an, es verkörpert allerdings auch die Wertvorstellungen der Besitzerin Monika Linden und ihres Küchenchefs Tim Weber, die seit Jahrzehnten einen Gastronomiebetrieb führen, der – ganz »romantisch« – versucht, nachhaltig zu wirtschaften und niemanden auszubeuten.

TEXT:
Christine Moosmann

Café Sehnsucht is quite an institution in Ehrenfeld district of Cologne. Also because for years it has always refused to follow the mainstream. Now it has a new visual identity that reflects elements of the café's unique interior and also the owners' ethical stance.

No designer could fail to be tempted by a commission from a café called »Sehnsucht« (which means yearning/longing/desire). And so it was with Daniel Hygar: In fact he made this romantic motif into a central element in his design. He took images from old postcards and added quotes to them, from poets like Rainer Maria Rilke, Heinrich Heine and Friedrich Hölderlin, immersing the observer in a vision of a »better« world. But the design is also inspired by the café's famously quirky interior, with its antique ornamented tiles, a decorated wood-burning stove and borders with seahorses. Hygar picked up on the seahorse, making it into a visual symbol for the café, used often in combination with the Café Sehnsucht logotype, and also on its own in the various communication media. »I produced menus, wine lists, vouchers and business cards,« explains the designer, »and also menu holders and clipboards into which the re-interpretation of the seahorse symbol was burned. The utensils were made in cooperation with a small woodworking business in the north of England.«

The new visual identity, with all its charming details, is going down very well with the broad group of café customers. It also embodies the values of owner Monika Linden and her chef Tim Weber who for decades have been running their business in a sustainable, ethical and romantic way.

www.daniel-hygar.de

