

Malerblatt

meinungsstark | fundiert | multimedial

02 | Februar 2020



MESSE- UND LADENBAU

Steigeräte

Sicheres Arbeiten mit
Leitern und Gerüsten

Trockenbau

Zwischen Brandschutz,
Akustik und Gestaltung

Software

Alles zur Messe
digitalBAU in Köln



Geschwungene Wände führen durch die Erlebniswelt.

Schöner Schnapsladen

In Shanghai können Kunden seit kurzem durch eine Spirituosen-Erlebniswelt flanieren. Der Entwurf des Shops interpretiert die Bergwelt, aus der das hochprozentige Getränk ursprünglich stammt. Ein tiefer Blauton steht für klares Quellwasser.

Fotos: Sui Sicong

Den Experience Store des Spirituosenherstellers Guiniang in Shanghai schnöde einen Schnapsladen zu nennen, ist natürlich eine Provokation. Der Entwurf der Stuttgarter Architekten Ippolito Fleitz Group für den Shop beweist vielmehr, wie es aussehen kann, wenn man ein Produkt mit einer langen Geschichte mit modernem Life-

style auf höchstem Niveau verbindet. Der Auftrag bestand darin, den Kunden eine Erlebnisreise durch die Traditionen des Baijiu und die Markenwerte des Herstellers zu ermöglichen. Das Ergebnis kommt sehr gelungen daher.

Baijiu ist eine Spirituose, ähnlich wie Kornbrand oder Wodka. Die Basis muss aber nicht unbedingt Getreide sein.

Auch Bohnen können die Grundlage des hochprozentigen Getränks bilden. Hierzulande ist es nahezu unbekannt, Der Produzent, die chinesische Guiniang Group, möchte das unbedingt ändern. Das Unternehmen aus Shanghai hat sich auf die Fahne geschrieben, das Kultgetränk auf ein neues Level zu heben – auf Augenhöhe mit weltbekannten interna-



Die Deckensegel sollen an die sich überschneidenden Silhouetten der Guizhou-Berge erinnern.



Wertvolle Einzelabfüllungen sind wie Schmuckstücke platziert.

tionalen Spirituosenmarken. Seinen Ursprung findet Baijiu in Guizhou, einer Provinz im Südwesten Chinas, die für die Außenwelt lange als schwer zugänglich galt. Guizhou ist bergig, mit dramatischen Wasserfällen gesegnet und irgendwie auch geheimnisvoll – idealer Nährboden für den hier gewählten kreativen Ansatz, der der Inspiration des Wassers, der Quelle des Lebens und der Seele jeder guten Spirituose folgt. Darüber hinaus referenziert er die Geschichte des Baijiu, die viele Jahrhunderte alt ist. Atmosphärisch gibt sich der Experience Store dicht, elegant und luxuriös. Daneben soll er immer auch Raum für

Privatsphäre lassen: Kunden sollen sich ungestört mit den hochwertigen Produkten beschäftigen können. Insgesamt will sich Guiniang als Marke von internationalem Niveau präsentieren, als ein weltgewandter Freund, mit dem man auch mal gerne was trinken gehen würde.

Das Shopdesign soll den aufwendigen Fertigungsprozess, die wertvollen Inhaltsstoffe, die hohe Produktqualität und die exklusiven Produktionsmengen widerspiegeln. Besucher sollen die Welt um sich herum vergessen und tief in die Welt des Baijiu eintauchen. Und das kann man in dem von der Ippolito Fleitz Group designten Experience Store über-

all – in der Lobby, im Bereich der Tasting Bar und auch bei der Regalwand mit den Hero-Produkten.

Die Formen, Schichten und Materialien sehen alle äußerst präzise und hochwertig gefertigt aus – vom Marmorboden bis zur aufwendigen Lamellendecke, die an die sich überschneidenden Silhouetten der Guizhou-Berge erinnert. Das gewählte warme Licht spiegelt die Farben der Natur wider und geleitet den Kunden sanft durch den Laden.



Weitere Fotos:
www.malerblatt.de