

DESIGNLIGA

**Das Brot.
PR Kit
8. Mai 2013**

*Büro für Visuelle
Kommunikation und
Innenarchitektur*



Inhalt

1. Autostadt – Pressemitteilung
2. Autostadt – Facts
3. Designliga – Pressemitteilung
4. Designliga – Facts
5. Designliga – Mission Statement
6. Kontakt
7. Pressebilder

Autostadt – Pressemitteilung

Frisches Brot trifft auf frisches Design

- Neue Manufaktur „Das Brot.“ in der Autostadt in Wolfsburg
- Ganzheitliches Design setzt auf hochwertige und heimische Materialien
- Traditionelle Handwerkskunst steht im Mittelpunkt

Wolfsburg, 8. Mai 2013 – Ab sofort gibt es in der Autostadt in Wolfsburg selbstgebackenes Brot in Bio-Qualität: In der hauseigenen Brotmanufaktur „Das Brot.“ im Erdgeschoss des Servicehauses steht das traditionelle Bäckerhandwerk im Mittelpunkt. Passend dazu verfolgt das Design der Brotmanufaktur die Grundidee „Vom Feld zum Ladentisch“. Bei der Umsetzung hat die Autostadt in enger Zusammenarbeit mit dem Kreativbüro Designliga großen Wert auf nachhaltig erzeugte Materialien und traditionelle Handwerkskunst gelegt. „In der neuen Brotmanufaktur ist es uns gelungen, nicht nur alle Produkte in 100-prozentiger Bio-Qualität anzubieten, sondern auch Baumaterialien wie heimische Hölzer, Fliesen und Stoffe aus verantwortungsvollen Quellen einzusetzen“, sagt Micaela Tewes, Leiterin Inszenierung und stellvertretende Kreativdirektorin der Autostadt.

Die klare und funktionale Backstube geht fließend in einen warmen, häuslichen Gastraum über, dessen Zentrum ein langer Holztisch bildet, an dem die Gäste gemeinsam essen. Darüber vermittelt der Gipsabdruck eines Satteldachs den Eindruck eines imaginären Hauses und strahlt Gemütlichkeit aus. Offene Regale, die in an Fachwerkkonstruktionen erinnern, verstärken die warme Atmosphäre. Hinter dem Verkaufstresen sorgen offene Regale für Transparenz, indem sie den Gästen den Blick in die Backstube ermöglichen. Das Bodenmosaik bildet den gesamten Prozess „Vom

Feld zum Ladentisch“ durch unterschiedliche, ineinanderfließende Symbole ab: Das Muster entwickelt sich vom Feld über das Korn zum Mehl. Dieses wiederum verbindet sich symbolisch mit Wasser und wird schließlich zum Brot.

Bedingungslose Qualität in der Ausführung ist elementarer Bestandteil des Designs der Brotmanufaktur. Neben dem traditionellen Arbeiten in der Backstube wurde auch bei der Gestaltung der Brotmanufaktur auf alte Handwerkskunst gesetzt. So kamen Mosaikleger, Stuckateure und Korbflechter bei der Umsetzung zum Einsatz und haben einen Ort geschaffen, an dem Sachlichkeit, Gemütlichkeit und Qualität zusammenwirken.

„Das Brot.“ hat täglich von 8 bis 18 Uhr geöffnet. Am Vormittag stehen den Besuchern verschiedene Frühstücksvarianten zur Auswahl, klassische „Butterbrote“ oder „Klappstullen“ zählen ebenfalls zum Sortiment. Außerdem haben die Autostadt-Köche eigens für die neue Bäckerei hausgemachte und saisonale Brotaufstriche entwickelt. Kaffeespezialitäten, traditionelle, regionale Produkte wie Schichtkäse oder Räucherschinken sowie ein täglich wechselndes warmes Schöpfgericht wie zum Beispiel Linseneintopf oder Kartoffelsuppe runden das Angebot im „Das Brot.“ ab.

Autostadt Facts

Die Autostadt in Wolfsburg macht als Kommunikationsplattform des Volkswagen Konzerns die Werte von Volkswagen erlebbar. Über 26 Millionen Gäste haben den Themenpark und außerschulischen Lernort seit der Eröffnung im Jahr 2000 besucht, der damit zu den beliebtesten touristischen Destinationen in Deutschland gehört. Zudem ist die Autostadt das weltweit größte automobile Auslieferungszentrum und beherbergt mit dem ZeitHaus das besucherstärkste Automobilmuseum der Welt.

Seit ihrer Gründung setzt sich die Autostadt mit den Werten auseinander, die die Grundlage verantwortungsvollen unternehmerischen Handelns bilden. Seit 2006 werden Themen wie Umweltschutz und soziale Verantwortung unter dem Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung zusammengeführt und stetig mit externen Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft, Bildung, Design und Architektur weiterentwickelt.

Die Autostadt hat sich zur Aufgabe gemacht, sowohl ihren jährlich über zwei Millionen Besuchern einen umfassenden Einblick in das Themenfeld nachhaltigen Handelns zu bieten. Das Unternehmen ist überzeugt davon, dass nachhaltiges Handeln nur dann möglich ist, wenn ökologische, soziale und ökonomische Anforderungen in einen wechselseitigen Ausgleich gebracht werden. Als Kommunikationsplattform des Volkswagen Konzerns gibt die Autostadt Einblicke in das Nachhaltigkeitsverständnis von Volkswagen, setzt aber auch eigene Akzente in den Bereichen Vermittlung und ästhetisches Erleben von Nachhaltigkeitsaspekten, Bildung und Ernährung.

Die Autostadt Restaurants werden von dem schweizerischen Unternehmen Mövenpick betrieben. Mövenpick ist seit der Eröffnung im Jahr 2000 Kooperationspartner der Autostadt – gemeinsam wurde die gastronomische Ausrichtung konzipiert und stetig weiterentwickelt. Seit 2003 werden die Restaurants schrittweise und konsequent auf

regionale Erzeugnisse, die zum Großteil nach ökologischen Grundsätzen produziert und am Rhythmus der Jahreszeiten orientiert sind, umgestellt. Die Bio-Zertifizierung ist mittlerweile zum wichtigsten Auswahlkriterium für Lieferanten geworden. Bei allen Lebensmitteln, die die Autostadt bezieht, sind Transparenz und Regionalität aller Erzeuger und Produktionsmethoden oberstes Gebot. Im „Das Brot.“ führt die Autostadt ihren Manufakturgedanken in der Gastronomie konsequent weiter. Neben der Eismanufaktur „Cool and Creamy“ und der Pastamanufaktur im Restaurant „La Coccinella“ ist die neue Brotmanufaktur die dritte hauseigene Produktionsstätte. Der Bio-Anteil im „Das Brot.“ liegt bei 100 Prozent.

Designliga – Pressemitteilung

Aufgabe

Entwurf und Ausführung der Innenarchitektur (LP 1-8) und des Corporate Design für die Brotmanufaktur „Das Brot.“ in der Autostadt in Wolfsburg. „Das Brot.“ ist eines der Autostadt Restaurants operated by Mövenpick innerhalb der Autostadt.

Lösung

Sehen, fühlen, schmecken, spüren ist neben der Grundidee „Vom Feld zum Ladentisch“, die den Wertschöpfungsprozess des Brotes thematisiert, der Leitfaden in Gestaltung, Inhaltsvermittlung und Wahrnehmung der Brotmanufaktur. Die Einbindung traditioneller Handwerksberufe, wie Mosaikleger, Stuckateur und Korbflechter sind dabei elementarer Bestandteil des Gesamtentwurfs.

Die Funktionsbereiche des Raumes fließen von der Backstube bis in den Gastraum ineinander und verändern dabei ihre Raumwirkung. Von der klaren und funktionalen „Werkstatt“ hin zur Vertrautheit einer häuslichen Tafel, an der man gemeinsam mit anderen Gästen isst, verändert sich das Raumgefühl. Über den Boden hinweg entwickelt sich durch eine Metamorphose das Feld zum Korn, das Korn zu Mehl und das Mehl durch Wasser zu Brot. Die symbolische Darstellung dieses Wertschöpfungsprozesses besitzt narrative und dekorative Eigenschaften. Gleichzeitig ist dieser Boden ein Zeugnis bedingungsloser Handwerksqualität. Entstanden in einer Kombination aus traditioneller Handarbeit und moderner Computertechnologie gleicht keines der rund 25.000 Einzelelemente des Bodens dem anderen und fließt in der Fläche zu einem Gesamtbild zusammen.

Im Spannungsfeld zwischen Tradition und Postmoderne greift die Formgebung eigenständige Traditionslinien auf und setzt sich von zeitgenössischen Trends der anglo-amerikanischen Caféhausketten und französischen Boulangeries ab. Zitate mitteleuropäischer Gemütlichkeit, wie etwa die Fachwerkkonstruktion des Verkaufsregals oder der in Stuckarbeit ausgeführte Abdruck eines Schindeldachs im Gastraum, fließen gleichberechtigt in die sachliche und funktionsorientierte Raumaufteilung ein. Die Akustik orientiert sich hierbei, genauso wie die Lichtplanung, an der Geborgenheit eines Wohnzimmers.

Designliga Facts

Designliga ist ein Büro für Visuelle Kommunikation und Innenarchitektur. 2001 in München von dem Produktdesigner Saša Stanojčić und dem Kommunikationsdesigner Andreas Döhning gegründet, sind wir heute ein Team aus erfahrenen Designern, Beratern, Innenarchitekten und Architekten.

Zu unseren Kunden zählen Unternehmen wie Adidas, Bayerischer Rundfunk, Cartier, Henn, IWC Schaffhausen, Marc O'Polo, Oekom Verlag, Officine Panerai, Sony Music, Universal und Volkswagen.

Designliga Mission Statement

Wir bringen Marken auf den Punkt und schaffen überraschende Lösungen mit Mehrwert.
Dabei wird Design zum gestalteten Wettbewerbsvorteil für unseren Auftraggeber.

→ **Wir sind ein Kreativbüro.**

Und vermitteln Inhalte durch Design. In den Bereichen Visuelle Kommunikation und Innenarchitektur entwickeln wir Lösungen, um Unternehmen und Produkte an ihren räumlichen, graphischen und digitalen Berührungspunkten für ihre Zielgruppen erfahrbar zu machen. Unsere langjährige Projekterfahrung ist geprägt von Leidenschaft, Verstand und einem hohen Qualitätsanspruch.

→ **Wir schaffen überraschende Lösungen mit Mehrwert.**

Zwischen Strategie, Konzeption und Design arbeiten wir disziplinenübergreifend. Bei unserer stetigen Suche nach neuen Herausforderungen greifen wir auf einen umfangreichen Erfahrungsschatz in der Realisierung einzigartiger Aufgabenstellungen zurück. Wir begegnen unseren Kunden partnerschaftlich, hören zu, denken nach und handeln lösungsorientiert. Sie finden in uns einen Partner, der authentisch, visionär und mit vollem Engagement Projekte ans Ziel führt.

→ **Gutes Design braucht Zielsetzungen.**

Unsere Kunden sind begeisterungsfähig, kritisch und mutig. Sie kommen aus den Bereichen Konsum- und Luxusgüter, Mode und Lifestyle sowie Umwelt und Kultur. Wir arbeiten für internationale Konzerne, regionale Unternehmen sowie private und öffentliche Auftraggeber. Unsere Kunden eint die Leidenschaft für ihr Produkt sowie der Wille, sich selbstbewusst am Markt zu positionieren und sich klar von ihren Mitbewerbern abzuheben.

Kontakt

Autostadt GmbH
StadtBrücke
38440 Wolfsburg

Designliga
Büro für Visuelle Kommunikation
und Innenarchitektur

Hans-Preißinger-Straße 8
— *Halle A*
81379 München

Pressestelle der Autostadt
T +49 (0)5361 / 40-1444
pressestelle@autostadt.de
www.autostadt.de

Franziska Bock
T +49 (0)89 / 624 219-44
presse@designliga.com
www.designliga.com

Das Material dieser Vorschau steht auf dem FTP Server als .zip -Datei
zum Download bereit.

http://transfer.designliga.com/press/pressekit_DasBrot.zip

Fotocredits

Designliga
Büro für Visuelle Kommunikation
und Innenarchitektur

DESIGNLIGA DAS BROT.











BUTTERBROT
MIT SAUERRAHMBUTTER

1,50 EUR

KLAPPSTULLE
MIT SAUERRAHMBUTTER

1,80 EUR

BUTTERBROT
MIT SCHICHTKÄSE

2,90 EUR

KLAPPSTULLE
MIT SALAMI

3,20 EUR

BUTTERBROT
MIT BERGKÄSE

2,90 EUR

KLAPPSTULLE
MIT SCHINKEN

3,20 EUR

WARM GERÖSTETES BROT 3,10 EUR
AUFSTRICH MIT KÜRBIS- & INGWER

SAUERRAHMBUTTER 3,60 EUR
250 GR.

SAUERRAHMBUTTER 1,80 EUR
125 GR.

Liebe Gäste,
jeden Tag sorgen
in unserer
Brotmanufaktur
genießen können
dem Feld, auf
der Molkerei
Zusammenarbeit
biologisch
und informieren

zahlreiche Menschen
und hausgemachte
dem Hof, in der
persönlich. Durch
wissen wir genau,
angebauten Roh
Sie gerne.

Ihr Team von DAS BROT!







1.50 €	KLAPPSTULLE MIT SAUERBRÄUBÜTTER	1.80 €
2.90 €	KLAPPSTULLE MIT SALAMI	3.20 €
2.90 €	KLAPPSTULLE MIT SCHINKER	3.20 €

Jeden Tag bringen
in unserer
Brot, gute Biber
genießen können
dem Fein, auf
der Kette
zusammen
biologisch
und informieren

Lebe Biele,
zahlreiche München
Ostmanufaktur
und hausgemacht
wir können unsere
dem Hof-, in der
Persönlich. Durch
wissen wir genau
angebaute Roh
Sie gerne.

dafür, dass Sie
selbstgebackenes
Aufträge
Läden auf
Läden und in
die ange-
wasche unsere
stoffe kommen.

Ihr Team von DAS BROT!

Shelf with coffee and tea products, including coffee machines and blenders.

Light blue table with black chairs in a dining area.







DESIGNLIGA











