12.09.2001 – 13:37 Uhr

Autostadt verwöhnt IAA-Gäste mit Organic Fingerfood und Weizengras-Saft

Wolfsburg (ots) -

"atmosphere" entführt Besucher in eine Oase des Wohlfühlens

Querverweis auf Bild: www.newsaktuell.ch/d/galerie.htx?type=obs

Die Autostadt in Wolfsburg: Das ist ein automobiles Erlebnis- und Kompetenzzentrum, in dem Besucher nicht nur alles rund um das Thema Mobilität erfahren, sondern auch spannende Kinofilme sehen, rasante Fahrten in Simulatoren und eine faszinierende Architektur erleben, in einer Park- und Lagunenlandschaft entspannen und sich in sechs Restaurants verwöhnen lassen können. Doch die Autostadt ist weit mehr als die Summe ihrer Erlebnisangebote: Sie ist vor allem ein Ort, an dem Besucher sich durch einen exzellenten Service einfach rundherum wohl fühlen können. Genau diese Art der Kunden- und Dienstleistungsorientierung hat die Autostadt eigens für die Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt in eine Inszenierung umgesetzt: die "atmosphere" (Halle 03.0/A 03). Die Autostadt präsentiert sich mit "atmosphere" auf rund 300 Quadratmetern als Service- und Kommunikationsplattform des Volkswagen-Konzerns.

"atmosphere" ist eine Metapher für die Autostadt in Wolfsburg. Die Inszenierung des Wiesbadener Gestaltungsbüros 3deluxe bildet den realen Ort nicht ab. Sie ist eine Konzentration der Philosophie der Autostadt und eine Überhöhung des Service- und Wohlfühlgedankens. Die Inszenierung soll den Wunsch und die Neugier wecken, die Autostadt in Wolfsburg zu besuchen.

Gestresste Gäste können sich ausruhen

Die Konzeption des Messeauftritts ist auf sinnliche und emotionale Wahrnehmung ausgerichtet. Besucher können Inhalte und Aussagen "erfühlen" statt sie rational zu erfassen. In der schnellen Welt der Automobilität, in der sich alles um Fortbewegung, Geschwindigkeit und Beschleunigung dreht, ist "atmosphere" ein Ort des Ankommens und Ausruhens.

"Die Inszenierung 'atmosphere' transportiert die Autostadt Wolfsburg als einen besonderen Ort, der sich durch seinen hohen Anspruch an Service, Menschennähe, Offenheit und Harmonie auszeichnet", erklärt Otto Ferdinand Wachs, Geschäftsführer der Autostadt. "Der Besucher soll sich hier ebenso wohl fühlen, wie er es in der Autostadt kann", betont Wachs. Durch die Verwendung zukunftsweisender Technik und Materialien und die Umsetzung visionärer Gestaltungskonzepte werde auch der innovative Anspruch der Volkswagen-Gruppe verdeutlicht.

"atmosphere" ist eine neue, integrative Form von Architektur, Design, Kunst und Energie. Von aussen betrachtet wirkt sie wie eine amorphe weisse Stoffskulptur, eine Art Momentaufnahme, eine festgehaltene Bewegung. Langsame, wechselnde Lichtinszenierungen, Duft und dreidimensionale Klänge verleihen dem Ort eine besondere Atmosphäre. Eine transparente, silbrig-weisse Gaze-Membran lässt die Präsentation wie einen autarken Mikrokosmos im hektischen Alltagsgeschehen wirken. Am Eingang sorgt ein holographisches Infogirl dafür, dass mögliche Wartezeiten zu einem kommunikativen und interaktiven Erlebnis werden: Sobald sich ein Besucher dem Counter nähert, materialisiert sich die Projektion langsam - das fröhliche, täuschend echt wirkende virtuelle Wesen begrüsst den Gast und lädt ihn zu einer Unterhaltung ein.

In dem Moment, in dem der Besucher eintritt, taucht er gleichzeitig ein in eine völlig andere Welt. Hat der müde und gestresste Gast seine Umgebung vorher nur visuell wahrgenommen, kann er sie nun auch erfühlen: Seine Füsse sinken leicht in den weichen, alcantarabezogenen Boden ein. An einer Service-Skulptur aus bewegtem Acrylglas empfangen ihn Mitarbeiter, die Organic Fingerfood, frische Fruchtsäfte, kühles, levitiertes Wasser und Weizengras-Saft servieren. Diese qualitativ hochwertigen biologischen Drinks revitalisieren die Kräfte und gleichen Belastungen wie leichte Dehydrierung oder Unterzuckerung schonend aus. Levitiertes Wasser ist

ein physikalisch energetisiertes und regeneriertes Wasser. Weizengras-Saft ist ein wiederentdecktes Gesundheitsmittel, dessen hoher Gehalt an Enzymen, Vitaminen, Mineralien und Spurenelementen zur Entgiftung und Regeneration des Körpers beiträgt.

Bequeme Sitze, Klänge und Film bieten Entspannung

Nach dieser Stärkung laden zwei unterschiedliche Atmosphären zur Entdeckung und Entspannung ein: Zur Linken öffnet sich eine Lounge mit einem eher rationalen und sachlichen Ambiente in kühlen Farbnuancen von Weiss über Beige bis Graubeige.

Wer sich ausruhen möchte, ist hier am richtigen Ort: Sitzgelegenheiten aus Tempurschaum laden zum Entspannen ein. Tempur ist ein elastisches Material, das sich unter dem Einfluss von Körpergewicht und -wärme der Körperform anpasst. Ein Wippmechanismus im Inneren der Sitzelemente macht das Ausruhen in der "atmosphere" noch angenehmer. Lässt der Gast sich hier nieder, kann er sich dabei auch einen eigens für diese Inszenierung gedrehten Film der Autostadt anschauen, der auf einer Breite von acht Metern auf die Stoffskulptur projiziert wird. Durch ein spezielles Spiegelungsverfahren wird der Film vierfach multipliziert. Die Bildwiederholung hat eine beruhigende Wirkung - ähnlich wie die eines Kaleidoskops. Der Film zeigt die ästhetische Atmosphäre und die Besonderheit der Autostadt in einer Abstraktion, die ein wenig vom Geheimnis der Autostadt verrät ohne sie ganz zu zeigen.

Die Lounge zur Rechten ermöglicht ein noch tieferes Abtauchen in die Sinneswelt der "atmosphere": Der Tempurboden ist in diesem Bereich noch weicher und geht in eine grossflächige Sitzlandschaft aus Tempurschaum über. Massagevorrichtungen in den Sitzen sorgen für die Entspannung müder Muskelpartien. Hier gibt es auch Plexiglastische, die mit einem sensorisch gesteuerten Soundsystem ausgestattet sind. Berührt der Besucher einen der Tische, entstehen dadurch immer wieder neue Klänge.

Natürlich kann der Besucher der "atmosphere" sich nicht nur stärken und entspannen - er kann sich auch über alle Angebote der Autostadt informieren lassen. Die Mitarbeiter stehen dafür jederzeit zur Verfügung. Wer möchte, kann sich auch an einem Info-Terminal virtuell auf den Weg nach Wolfsburg machen.

Hinweis für Redaktionen: Fotomaterial finden Sie auf unserer Pressedatenbank (unter www.autostadt.de/Service/Pressedatenbank).

Sie können aktuelles Bildmaterial auch telefonisch anfordern bei:
Ines Roessler
Telefon: +49 5361-40-1407

Kontakt:

Autostadt Pressestelle
Silke Schumacher
Leiterin Pressebüro
Tel. +49 5361 40-1421
Mob. +49 160 74 23 23 5
Fax +49 5361 40 1419
PresseHotline: +49 5361 40 1444 (tägl. von 9-19 Uhr)
E-Mail: silke.schumacher@autostadt.de
InterneT: www.autostadt.de
[018]

Medieninhalte

"atmosphere" ist ein Ort, an dem Besucher sich durch einen exzellenten Service wohl fühlen können. Die Autostadt hat eigens für die Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt in diese Inszenierung umgesetzt (Halle 03.0/A 03). Die Autostadt präsentiert sich mit "atmosphere" auf rund 300 Quadratmetern als Service- und Kommunikationsplattform des Volkswagen-Konzerns. (weiterer Text über ots). Bitte sofort verbreiten.

Gestresste Gäste können Inhalte und Aussagen "erfühlen" statt sie rational zu erfassen. In der schnellen Welt der Automobilität, in der sich alles um Fortbewegung, Geschwindigkeit und Beschleunigung dreht, ist "atmosphere" ein Ort des Ankommens und Ausruhens. (weiterer Text über ots) . Bitte sofort verbreiten.

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100002589/100010406 abgerufen werden.