

destilat Schauraum/Lehargasse 10/1060 Wien  
Im Schauraum direkt neben dem Café Sperl wird die Philosophie von destilat spürbar. Neben eigenen Produkten werden auch ausgewählte Handelswaren nationaler und internationaler Hersteller ausgestellt.

© destilat

## Die Essenz der Gestaltung

„Es gibt keine Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Es gibt nur das, was man daraus macht“, erklärt das österreichische Architektur- und Designbüro destilat seine Mission: „Design ist ein Prozess ohne Anfang und ohne Ende, ein Feld von großer Neugier, ein Depot von Ideen.“ In diesem kreativen Chaos bewegen sich Architekt Wolfgang Wimmer, Designer Harald Hutschenberger, Inneneinrichter Henning Weimer und Betriebswirt Thomas Neuber: „Zwischen dem Alten und dem Neuen sind wir auf der Su-

che nach dem Innovativen, das uns vertraut erscheint, nach der Provokation, die uns berührt, nach dem funktionalen Ernst, der uns zum Lachen bringt.“ destilat arbeitet mit Emotionen und Sinnen. Kundenbedürfnisse, technische Hard Facts und ästhetische Qualitäten werden im Designprozess Schritt für Schritt vereint. Die Essenz dieses Prozesses ist das Produkt. Konzentriert, reduziert, destilliert. Was bleibt, ist das konzentrierte Ergebnis: das „Destilat“.



© destilat



Agentur Linz

© ms foto.group



Kaos

© Manfred Lang



**Die Eternit-Küche „camouflage“**  
© Udo Titz

Anlässlich der Eröffnung des destilat-Schau-  
raums in Wien-Gumpendorf sprach shopstyle  
mit Thomas Neuber über Retailarchitektur und  
Shopdesign

**shopstyle:** Inwieweit ist das Leistungspek-  
trum von destilat im Schauraum ablesbar?

**Thomas Neuber:** Das Medium „Raum“ ist  
der Kern unserer Arbeit. Die Konzeption von  
destilat beruht auf einer Analyse der vorgege-  
benen Räumlichkeiten auf ihre funktionellen  
und ästhetischen Qualitäten, auf deren Basis  
die Räume dann bespielt werden. In unseren  
Schauräumen in Wien und Linz machen wir  
dieses ganzheitliches Konzept - Architektur,  
Innenarchitektur und Möbeldesign - erlebbar.  
Dabei zeigen wir eigene Produkte aber auch



**vlnr. Henning Weimer, Thomas Neuber, Wolfgang Wimmer, Harald Hatschenberger**  
© Udo Titz

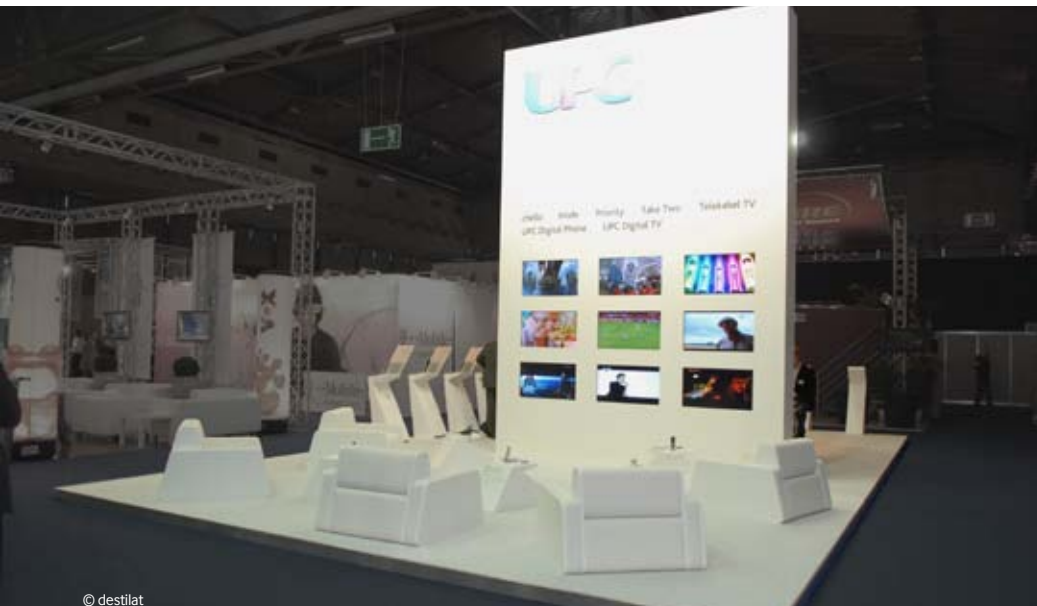
ausgewählte Handelsware anderer Hersteller,  
die die Raumdynamik perfekt ergänzen.

**shopstyle:** Wo liegen die Kernkompetenzen  
Ihres Unternehmens?

**Thomas Neuber:** Wir entwickeln architekto-  
nische Gestaltungskonzepte für den privaten  
und öffentlichen Bereich, für Büro- und Ge-  
schäftsräume sowie für Messeauftritte. Dabei  
bieten wir unseren Kunden die komplette Pla-  
nung bis hin zur Gestaltung der kleinsten Details  
aus einer Hand. Darüber hinaus beschäftigen  
wir uns intensiv mit Corporate Architecture und  
der Integration von Marken und Produkten in  
die jeweilige Architektur. Auch bei der gemein-  
samen Entwicklung von Serienprodukten im  
Möbelbereich unterstützen wir unsere Kunden..

**shopstyle:** Welche besonderen Anforde-  
rungen stellt hier Retailarchitektur?

**Thomas Neuber:** Die Darstellung der Marke  
und der Produkte im Raum gewinnt immer  
mehr an Bedeutung. Nicht nur die Top-Marken  
wissen, dass man mit Architektur verkaufen  
kann. Wir übersetzen das Corporate Design un-  
serer Kunden in eine maßgeschneiderte Unter-  
nehmens-Architektur. Dabei verbinden wir die  
Unternehmensphilosophie unserer Kunden mit  
deren Marken- und Produkt-Zielen. Denn Wer-  
te, Marken und Produkte müssen perfekt insze-  
niert werden, um die Zielgruppe anzusprechen.  
Unser Ziel ist es, Orte der Begegnung zwischen  
Mensch und Marke zu schaffen, die Besucher  
zu emotionalisieren und ihr Vertrauen in die  
Marke bestätigen.



**Messestand UPC**

Messen sind Orte von Lärm, Gedränge  
und visuellen Reizen. Um sich vom gegen-  
seitigen Wettbewerb der Unternehmen  
abzugrenzen, setzt das Konzept für das  
Multimedia-Unternehmen UPC auf größt-  
mögliche Reduktion – sowohl farblich als  
auch formal. Tragende Elemente des Mes-  
sestandes sind die schlichten weißen Pylo-  
nen, die weithin sichtbar das Logo tragen.  
Flachbildschirme informieren über aktuelle  
Trends und neue Produkte, an eigens ent-  
wickelten Stellen kann man die Geschwin-  
digkeit des Internets testen, Fauteuils laden  
schließlich ein, sich auszuruhen und zu dis-  
kutieren.

© destilat