DENZA ELEKTROFAHRZEUGE

Markenarchitektur für Denza

Die Daimler AG hat zusammen mit dem chinesischen Auto- und Batteriehersteller BYD das Joint Venture BDNT gegründet, um ein reines Elektrofahrzeug für den asiatischen Markt unter der neu gegründeten Fahrzeugmarke „Denza" zu bauen. Zur Entwicklung einer zur Marke passenden Architektur wurde im Frühjahr 2012 ein internationaler Wettbewerb mit acht geladenen Architekturbüros ausgelobt. Den 1. Preis für das innovativste und zukunftsweisende Konzept vergab die Jury an das Architekturbüro beichler + rohr aus Bremen.

Mensch – Auto – Natur

Auf der Grundlage des Wettbewerbkonzeptes erfolgte in Bremen die vollständige Entwicklung der neuen Markenarchitektur, der Corporate Identity, des Innenraumdesigns, der Einrichtung und Möbel sowie der Beleuchtung und der Signalisation. In direkter Abstimmung mit dem Auftraggeber wurde ein überzeugendes Architekturkonzept entwickelt und in einem Design-Handbuch in Englisch und Chinesisch detailliert zusammengefasst. Heute dient das Buch als Leitfaden für Händler und Investoren der Marke Denza in China.

Die Denza Markenarchitektur besteht aus einer klaren, technologisch hochwertigen und nachhaltigen Architektur mit einem kommunikativen Innenraumdesign. Ein besonderes Ziel der Architektursprache war es, die Hauptthemen „Mensch – Auto – Natur" zusammenzubringen.

In den Kundenbereichen der Denza Autohäuser spielen vier Schlüsselelemente eine besonders wichtige Rolle:

- Die transparente, helle und geräumige Ausstellung;
- das kommunikative „Green Café";
- die serviceorientierte „New Technology Corner" sowie die hochwertige Auslieferung;
- die transparente Fassade mit den beleuchteten Lamellen als Wiedererkennungsmerkmal.

Die ersten beiden Pilotprojekte wurden bereits unter der Leitung von beichler + rohr in Shenzhen und Peking im Jahre 2013 mit einem Partnerbüro begonnen und sind vor kurzem fertiggestellt worden.

In Shenzhen entstand ein dreigeschossiges Denza Autohaus mit Ausstellung, Verwaltung, Kundenzone, Dialogannahme, Werkstatt und Lager. Das zweite Pilotprojekt in Peking besteht aus einem zweigeschossigen Ausstellungsraum, Verwaltung und Kundenzonen sowie einer Dialogannahme. *AH* ■

1 Beleuchtete Lamellen geben der Denza-Fassade ihr charakteristisches Aussehen
2 Der Dreiklang Mensch – Auto – Natur soll im Autohaus zum Ausdruck kommen
3 Transparenz fördert die Kommunikation im Denza-Ausstellungsraum

Abbildungen: beichler + rohr