



«La Butia», das neue Tor zum Erlebnis Graubünden, ist Begegnungsstätte, Tourist Center und Präsentations- und Verkaufspunkt in einem. Der Shop verkörpert die Umsetzung der neuen Marke Graubünden. Entsprechend kommuniziert sich dieser - gestützt auf die Marken-Kennwerte «wahr», «wohltuend» und «weitsichtig» mit Fesgestein aus dem Calancatal und Lärchenholz aus dem Engadin - 52 m2 grosse Knotenpunkt.

In Kombination mit dem Markentor zeichnet die Marke den Laden aus. Das Markentor trägt ein markentypisches Stimmungsbild und wird saisonal angepasst. Der Laden weist eine klare Abgrenzung zum Umfeld auf. Durch die Platzierung der modularen Wandsysteme an die räumliche Peripherie wird die grösstmögliche Freifläche erreicht. Die Materialisierung beschränkt sich auf einheimische Baustoffe. Der Bodenbelag wurde in Lärchenholz ausgeführt und die

Wände wurden mit Naturstein aus dem Calancatal verkleidet.

Die abgehängte Decke verstärkt den räumlichen Eindruck und dient als Montagedecke zur Unterbringung der Lüftung und Beleuchtungskörper. Die medialen Ergänzungen bestehen aus einem Plasmabildschirm zur Präsentation aktueller Ereignisse und einer interaktiven Internet-Station.

Architekt	Interbrand Zintzmeyer & Lux, Zürich
Bauzeit	2001
Fläche	52 m ²
Kosten	0.25 Mio. CHF

