

# The Hipster Pharmacy

## LEIPZIG

Die Hipster-Apotheke

Aesop's triumphal march from Australia around the world - and what the store design has to do with it.

Wie Aesop von Australien aus den Siegeszug antrat - und was das Store-Design damit zu tun hat.

### SHOP

#### AESOP

Nikolaistraße 39-45, 04109 Leipzig  
 Alte Schönhauser Straße 48, 10119 Berlin  
 Forster Straße 47, 10999 Berlin  
 Fasanenstraße 74, 10719 Berlin  
 64 Rue Vieille du Temple 75003 Paris  
 25 Rue Tiquetonne, 75002 Paris  
 256 Rue Saint-Honoré 75001 Paris  
 5 Rue Du Vieux Colombier, 75006 Paris  
 65 Rue Condorcet, 75006 Paris  
 15 Rue des Abbesses, 75018 Paris  
 14 Rue Jean Bologne, 75016 Paris  
[www.aesop.com](http://www.aesop.com)

Not so long ago, liquid hand soap was something you tossed into your shopping cart as you passed down the aisles at the grocery store. The fragrances varied between mango papaya, bubble gum vanilla and German forest - anything as long as it was artificial. And then the first Aesop bottle appeared in some hipster bathroom and everyone was freaking out. Thirty euros for soap? That's a lot of money. But you got two things for it. Firstly, clean hands, which smelled nobly of tangerine peel or Atlas cedar. And secondly, a status symbol that you didn't park in the garage, but on the edge of the sink. The brand owes its cult status in part to the 200 Aesop stores around the world,



which are slightly reminiscent of museum pilgrimage sites: in each city, a different well-known architect was commissioned to give the products an appropriate setting that radiates serenity and calm. And more: »Our stores are designed to have context to their location,« says Marsha Meredith, Creative Director at Aesop. Like the Leipzig store, which is situated only a few metres from the historic St. Nicholas Church. This is where, in the autumn of 1989, the Monday demonstrations began which contributed to the fall of the Berlin Wall. At the Aesop store in Nikolaistraße, grey-tinted walls and powder-coated metal shelves reflect the uniform industrial look of the GDR era. Thanks to the trans-



Creative Director Marsha Meredith makes sure that every store matches its surroundings. As in Paris, Rue Tiquetonne.

Kreativdirektorin Marsha Meredith passt auf, dass sich jede Filiale der Umgebung anpasst. So wie in Paris in der Rue Tiquetonne.

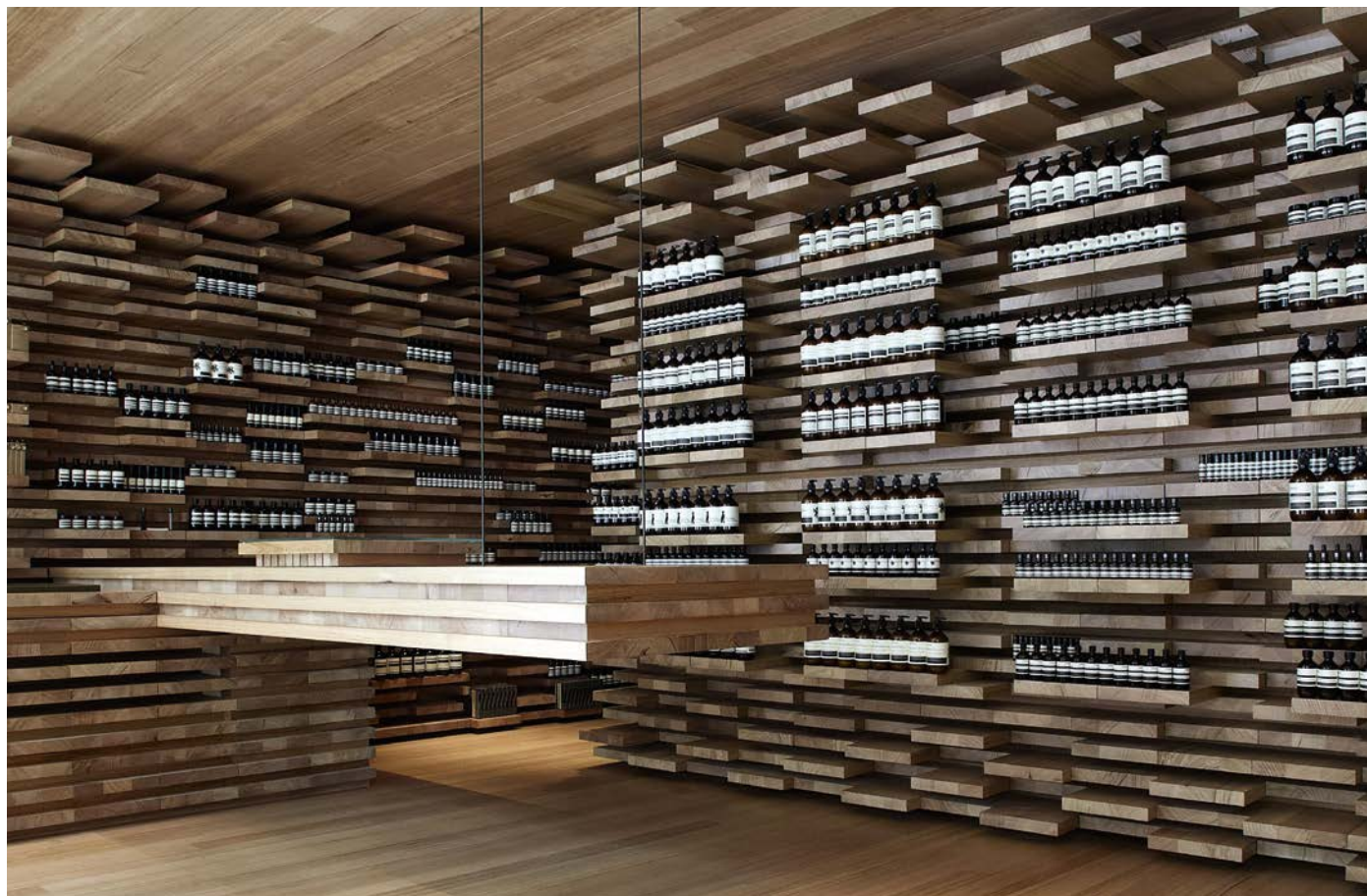
Photos: Aesop / Press



Gently curved walls, dimmed light, clearly laid-out shelves: a visit to an Aesop store (here in Melbourne) is a relaxing experience.

Sanft geschwungene Wände, gedimmtes Licht, übersichtliche Regale: Schon ein Besuch in einem Aesop-Store (wie hier in Melbourne) wirkt entspannend.

VIENNA HOUSE

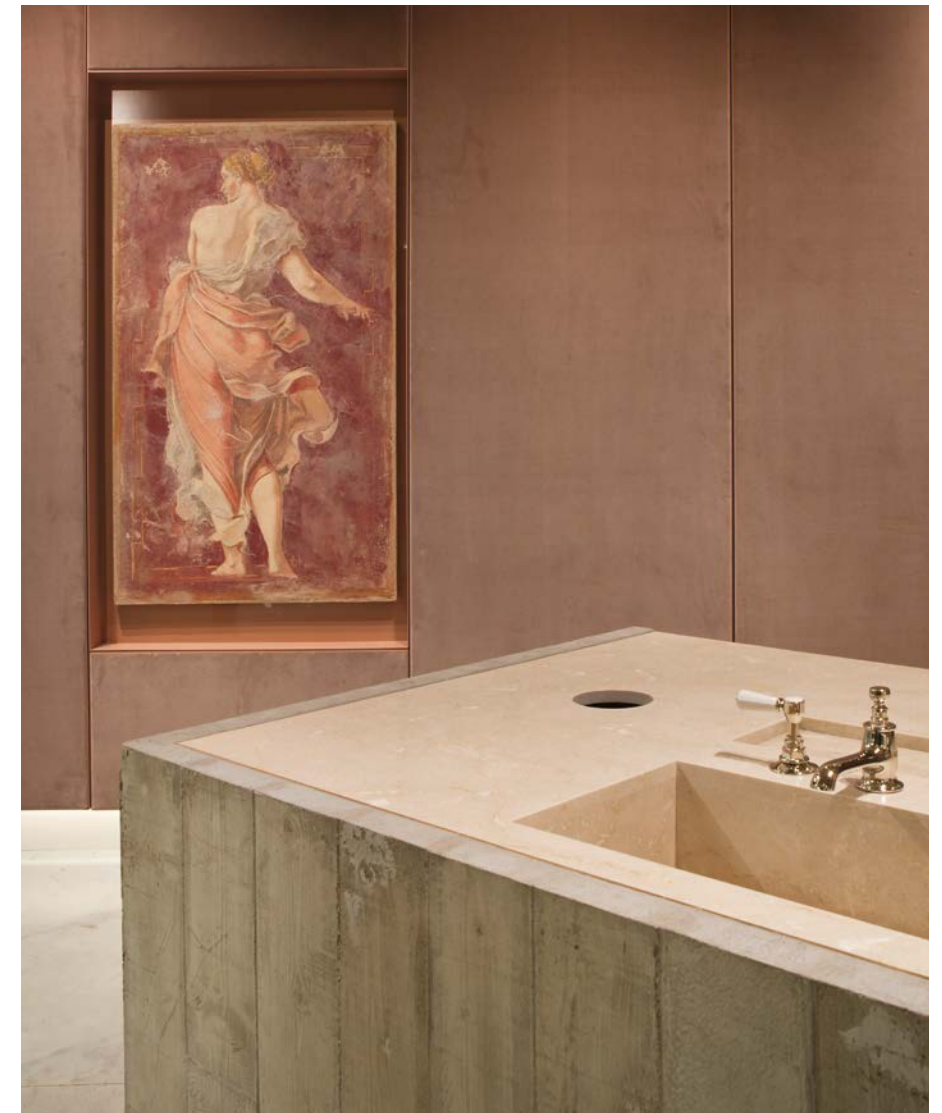


lucent glass tiles, customers can discern the outlines of the other visitors – a nod to the film *The Lives of Others*. Though the film title here should of course be: What is the scent of other people's hands?

•  
deutsch  
•

Vor gar nicht so langer Zeit war flüssige Handseife etwas, das man im Supermarkt im Vorbeigehen in den Einkaufswagen warf. Die Duftrichtungen pendelten zwischen Mango-Papaya, Bubblegum-Vanille und deutschem Wald – Hauptsache möglichst künstlich. Und dann plötzlich tauchte in irgendeinem Hipster-Badezimmer die erste Aesop-Flasche auf – und alle flippten aus. Dreißig Euro für Seife? Viel Geld. Aber dafür erhielt man zwei Dinge. Erstens: saubere Hände, die edel nach Mandarinschale oder Atlaszeder dufteten. Und zweitens: ein Statussymbol, das nicht mehr in der Garage, sondern auf dem Waschbeckenrand parkte. Dass die Marke inzwischen so einen Kultstatus erreicht hat, liegt auch an den zweihundert Aesop-Stores weltweit, die fast schon an museale Pilgerstätten erinnern: In jeder Stadt wurde ein anderer namhafter Architekt beauftragt, den Produkten einen passenden Rahmen zu geben, der Ruhe und Gelassenheit ausstrahlen soll. Und nicht nur das: »Unsere Läden sind so gestaltet, dass man einen Bezug zu ihrem Standort erkennt«, erklärt Marsha Meredith, Creative Director von Aesop, das Konzept. So wie die Filiale in Leipzig, die nur wenige Meter von der geschichtsträchtigen Nikolaikirche entfernt liegt. Hier begannen im Herbst 1989 die Montagsdemonstrationen, die zum Fall der Mauer beitrugen. Im Aesop-Store in der Nikolaistraße spiegeln grau getönte Wände sowie Regale aus pulverbeschichtetem Metall den industriellen Einheitslook zu DDR-Zeiten wider. Dank durchscheinender Glasfliesen können die Kunden schemenhaft die Umrisse der anderen Besucher erkennen – eine Reminiszenz an den Film »Das Leben der Anderen«. Wobei der Filmtitel hier natürlich heißen müsste: Wonach duften die Hände der anderen?

Fotos: Aesop / Press



Wood in Paris, Rue Saint-Honoré; tiles and ferns in Berlin Mitte; Baroque art in Munich on Maximiliansplatz: each Aesop shop – including the sinks – looks different, though the product range remains the same.

Holz in Paris, Rue de St. Honoré, Kacheln und Farne in Berlin Mitte und Barockkunst in München am Maximiliansplatz: Aesop-Läden – inklusive der Waschbecken – sehen alle anders aus, die Produktpalette bleibt einheitlich.



## STAY

VIENNA HOUSE EASY LEIPZIG  
Goethestraße 11, 04109 Leipzig  
[www.viennahouse.com](http://www.viennahouse.com)