

**m+a**

report. DAS MESSEMAGAZIN

BARRIEREFREIHEIT

# Der lange Weg zur Inklusion

Noch sind Messen und Events  
nicht für alle gleich

WANDEL

Kommunikation  
4.0

MÖBEL

Auf schlankem  
Fuß

DOPPELSTOCK

Geschäfte auf  
zwei Ebenen





RÖSLE AUF DER AMBIENTE



# Wenn der Berg ruft

Die Wiederentdeckung einfacher Freuden und des Glücks im Kleinen machen für das Allgäuer Traditionsunternehmen Rösle den wahren Luxus im Leben aus. Das versinnbildlichte der Hersteller von Küchenwerkzeugen aus Edelstahl mit seinem urigen Auftritt auf der Ambiente durch eine Kombination von großformatigen Landschaftsaufnahmen und kernigem Holz als Kulisse für Produktpräsentation und Gesprächsraum.

**Großflächiges Bergpanorama in mystischem Schwarz-Weiß empfing den Besucher** der Ambiente beim Betreten der Halle 3.1 mit Blick auf den Rösle Stand. Im tiefsten Süden Deutschlands in Marktoberdorf, der Heimat des Experten für hochwertige und durchdachte Küchenwerkzeuge aus Edelstahl, hat man die Berge immer vor Augen. Die Messebesucher wollte man an diesem speziellen Flair teilhaben lassen, um die Entwicklung des Unternehmens von einer Produktmarke hin zu einer emotio-

nalen Marke zu verdeutlichen. Der Auftritt sollte ein sichtbares Zeichen setzen und den neuen Claim „Love – Cook – Live“ klar transportieren. Der vordere Bereich des Standes wurde dafür mit zwei hohen, gewölbten Wänden eingefasst, die mit einem großzügigen und ausdrucksstarken Panoramaprint von Bergen und Himmel den Blick in die Weite zu öffnen schienen, durch die Farbgestaltung in Schwarz-Weiß jedoch nicht ins Kitschige abglitten. Diese Abschirmung des Standinneren in Kombination mit dem groß aufgedruckten diesjährigen Markenwelt-Leitgedanken „Den Himmel gibt es auch nicht zweimal“ machte Passanten neugierig und lud in das Standinnere zur Entde-

ckungsreise ein. Dort strahlten Edelstahl und Kupfer vor rustikalem Holzinterieur in individuell ausgeleuchteten Regaleinheiten um die Wette und gaben den Blick auf die im hinteren Teil des Standes angesiedelte Almhütte frei. Diese gehört seit 2012 zum Messe- und Unternehmensauftritt und dürfte Markenkennern bereits vertraut sein, wurde für diesen Messeauftritt aber wieder einmal neu eingebettet. Die Idee für die Konzeption ist bei Rösle selbst entstanden und wurde in Zusammenarbeit mit der Münchener Agentur Ursula Borsche entwickelt, bei der Umsetzung unterstützt von Messebau Keck.

Auf 270 Quadratmetern wurden den Fachbesuchern Neuheiten aus den Be-

Außen Weite, innen aufgeräumt: Rösle machte neugierig und ließ Raum für Gespräche. FOTOS: RÖSLE



Das Grillsortiment kam auf feuerfestem Pflasterboden live zum Einsatz.



Almhütte: Stimmungselement und perfekte Lagerlösung in einem.

**Kommentar**

Dass der Geruch von Grillgut weithin fast durch die gesamte Messehalle zu riechen war, dürfte nicht geplant, sondern der nicht ganz optimalen Leistung der Abzugshaube geschuldet gewesen sein. Die mit dem Geruch assoziierten Gefühle von Sommer und Freiheit spielten Rösle im trüben Grau des Winters jedoch positiv in die Karten, lockten sie doch etliche Sehnsüchtig-Neugierige an den Stand. Und die wurden auch visuell nicht enttäuscht: Zwischen cleanen, meist weißen, Ständen rings herum hoben sich Almhütte sowie Holzoptik und Bergpanorama der Rösle-Präsenz deutlich von den benachbarten Ausstellern ab und luden zum Einkehrschwung. Denn ganz wie bei einem Tag auf der Skipiste die Rast auf der Hütte eine willkommene Verschnaufpause bietet, konnte die authentische Holzoptik mit reduzierter Produktpräsentation für eine Auszeit vom Ambiente-Trubel sorgen. Kunden und Interessenten wurden zu Gästen und für eine Weile in die Atmosphäre einer Almhütte entführt, um danach – dank Kraft der Berge – gestärkt wieder in den Messetrubel entlassen zu werden. *Gwen Kaufmann*

reichen Küche und Barbecue präsentiert und im wahrsten Sinne schmackhaft gemacht. Denn der Ausstellungsbereich der Produkte nahm nur einen kleinen Teil der Fläche ein. Der deutliche räumliche Schwerpunkt war auf Kochinsel, Almhütte und großzügig mit Tischen und Bänken ausgestatteten Gastraum gelegt. Eingefasst wurde der Sitzbereich durch Baumstämme und Bäume, die nicht nur eine visuelle wie akustische Abgrenzung zu Passanten boten, sondern auch das naturnahe alpine Thema fortsetzten. Die Ausstattung des Bodens in Holzoptik rundete den Gesamteindruck schlüssig ab, wobei der Grillbereich mit feuerfestem Rechteckpflaster ausgestattet und somit zu einem ungewöhnlichen Hingucker wurde.

**Auf der Alm dem kulinarischen Himmel ganz nah**

Der „Himmel der Küche“, den der Hersteller mit seinen Produkten schaffen möchte, konnten sich Kunden und Interessenten vor Ort auf der Zunge zergehen lassen: Von in Dirndl gewandeten Bedienungen mit frisch in Rösle-Töpfen gekochten und auf Rösle-Grills gegarten Speisen bewirbt, entstand zudem eine gemütliche Atmosphäre für Verkaufsgespräche. Wichtig war es für



das Unternehmen, mit dem Auftritt auf der Ambiente die Firmen-Philosophie widerzuspiegeln: „Leidenschaft für einfach gute Lebensmittel, für Menschen und Natur, für bewusste Ernährung, für Genuss und Freude und einen unaufgeregten Lebensstil – das ist es, was Rösle und sein Sortiment ausmacht“, erklärt

Geschäftsführerin Christel Anna Brechtel. Die Wiederentdeckung dieser einfachen Freuden wurde betont emotional thematisiert und als wahrer Luxus im Leben glaubhaft inszeniert – Inspirationsgrundlage für die Waren-Präsentation im Einzelhandel inklusive. *kf*

**SUMMARY**

Cooking at its best: The Rösle company based in the Allgäu region in southern Bavaria is convinced that the rediscovery of simple pleasures and appreciating basic things is the real luxury in life. The manufacturer of stainless-steel kitchen utensils underlined its philosophy with the strong appearance at the Ambiente tradeshow with a combination of large-format landscapes and rustic wood arrangements as backdrop for product presentations and meeting corners. Their design was intended to make a clear state-

ment and to establish their new claim “Love – Cook – Live”. On an area of altogether 270 sqms, the trade visitors were given an overview of new and classical products for kitchen and BBQ. However, the exhibition itself occupied only a small section of the available space, most of that was taken by a cooking island, an Alpine chalet, and a spacious seating and dining area with tables and benches. That gave visitors an outstanding opportunity to enjoy culinary highlights in brand environment heaven.

**KIRSCH**  
**AUF DER**  
**TORTE**

Kochinsel, Almhütte und Sitzgarnituren machten den Großteil des Standes aus und vermittelten Gastlichkeit.



Die Kirsche ist keine Zitrone. Ihr Messestand keine Gurke. UNICBLUE realisiert Ihren Messestand crossmedial.

Marken-, Messe- und Digitalkommunikation seit 1983.

Erfahren Sie mehr unter [unicblue.com](http://unicblue.com)

**UNICBLUE**  
MARKEN. KOMMUNIKATION. LEBEN.

