

5  
2013

# MESSE & EVENT

## OPUS SETZT DIE INDUSTRIE IN SZENE

Zufriedene Kunden und begeisterte Gäste: Für die Industriellenvereinigung inszenierte das Team von OPUS in der Wiener METAstadt. Mehr auf Seite 38

### 4. EVENTMANAGER CONGRESS ÖSTERREICH

am 3. Dezember 2013 im Linzer Design Center. Mehr auf Seite 37  
Teilnehmen & hier anmelden: [www.reglist24.com/eventmanager](http://www.reglist24.com/eventmanager)  
Heuer NEU: Kongressteilnehmer können kostenlos ausstellen!

EUROSHOP 2014 RÜCKT NÄHER.  
DIE SYSTEM-HERSTELLER SIND  
BEREIT FÜR DEN WICHTIGEN  
BRANCHENEVENT IN DÜSSELDORF

PREMIERE FÜR DAS NEUE DREI.  
ZUM LAUNCH DER MOBILFUNK-  
MARKE ENTSTAND AN DER DONAU  
EINE TEMPORÄRE EVENTLOCATION.



# Die Grafik macht's

Noch in den 70er-Jahren gab der Grafiker dem Stand den letzten Schliff, klebte Logos, Slogans, Texttafeln oder Grafiken, die die Produktpräsentation inhaltlich unterstützen sollten. Auch wenn sich die Technik heute geändert hat, so haben grafische Informationen ihren festen Platz auf Messen, erzählen von Produktinhalten, von Umsätzen, von der Firmenstruktur und der Firmengeschichte.

TEXT: DI Ingrid Wenz-Gähler

**GRAFIK AM STAND.** Vor allem für Unternehmen, die Dienstleistungen anbieten oder aber Produkte, die schwer zu präsentieren oder erklärungsbedürftig sind, ist die grafische Gestaltung ein wertvolles visuelles Ausdrucksmittel, um Produkt- und Marketinginhalte zu kommunizieren. Jede Art von Kommunikationsinhalten ist Ausdruck eines Unternehmens, seiner Werte und Unternehmenskultur. Daher ist es wichtig, dass auch eine grafische Gestaltung in die Gesamtgestaltung eines Messestandes eingebunden ist. Das gilt für Texte ebenso wie für Bildzeichen, Slogans, Logos oder illustrative Elemente. Häufig wird Grafik auch mit audiovisuellen Elementen gemischt, um mehrere Medien nebeneinander wirken und sich ergänzen zu lassen. Besonders reizvoll wird Schriftgrafik, wenn sie den informativen Charakter verlässt und zum auffallenden Ornament wird, das die gesamte Standgestaltung prägt, zu einem Muster, das als Gesamtbild wahrgenommen wird. Nach McLuhan wird ein Kommunikationsmedium dann zur Kunstform, wenn es seine ursprüngliche Bedeutung verloren hat.

## WELCHE GRAFISCHEN MÖGLICHKEITEN BIETEN MESSESTÄNDE?

- Informative Texte zu Produkten und Unternehmen
- Slogans, die das Messeziel deutlich machen und grafisch den Stand gliedern
- Bildsymbole, die Produktgruppen und Produktinhalte kennzeichnen, Besucher führen, auch originell und unterhaltend sein können
- Produktbezeichnungen, aber auch Werbebegriffe oder Slogans, raumbildend eingesetzt durch Farbe, Übergröße, dreidimensionale Ausbildung
- Produkt- sowie atmosphärische Texte als Gesamtbild in künstlerischer Form, das die Standgestaltung prägt
- Illustrationen, die Produkte und Produktinhalte atmosphärisch aufladen

Grafik-Design ist ein Medium, Sprache und Gedanken visuell darzustellen sowie theoretische Zusammenhänge sichtbar, lesbar und vermittelbar zu machen.

## PIKTOGRAMME BEI ENTSORGER EDG

1 Inhaltlich und gestalterisch war Recycling das zentrale Thema der EDG auf diesem Messestand, bei dem sie mit Mitelementen ein Zeichen für die Idee setzte. Leuchtende Bauelemente formten die Raumstruktur und erinnerten dabei an eine Containerform. Auf ihnen bildeten große Piktogramme die grafische Kommunikation und erklärten leicht verständlich die Regeln der Kreislaufwirtschaft und Abfallsortierung, dem Herzstück der Rückführung und Wiederverwertung von Ressourcen. Spielerische Elemente wie etwa ein Magnetspiel stellten das neue Piktogrammsystem der EDG vor und erklärten, welche Abfallgegenstände entsorgt und welche wiederverwertet werden können.

**AUSSTELLER:** Entsorgungsgesellschaft Dortmund GmbH  
**MESSE:** Boulevard Dortmunder Herbst 2011  
**DESIGN:** D'Art Design Gruppe, Neuss  
**STANDGRÖSSE:** 80 m<sup>2</sup>  
**MESSEBAU:** Projektpilot

## ERZÄHLERISCHE GRAFIK BEI BASF

2 Unter dem Slogan „Die Zukunft liegt in unserer Hand“ präsentierte der Unternehmensbereich Drop Protection der BASF innovative Lösungen in den Bereichen Pflanzenschutz und Gesundheitswesen, um sowohl eine nachhaltige Entwicklung als auch die Qualitätsansprüche bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen zu unterstützen. Eine große Grafikwand war Blickpunkt und Kommunikation zugleich und zeigte den Weg der BASF von der Vergangenheit in die Zukunft auf. Wünsche der Besucher konnten an einem Wunschbaum befestigt werden. Neben der illustrativ-erzählerischen Grafik liefen auf eingebauten Bildschirmen Informationsfilme zum Thema. Die Idee des Weges wurde gestalterisch auch auf die räumliche Standgestaltung übertragen.

**AUSSTELLER:** BASF, Ludwigshafen  
**MESSE:** Fruit Logistica 2013, Berlin  
**DESIGN/UMSETZUNG:** Atelier Damböck, Neufinsing  
**STANDGRÖSSE:** 72 m<sup>2</sup>

## DYNAMIK BEI OSRAM

3 Seit Jahren sind orangefarbene Streifen ein ikonisches Symbol im grafischen Bereich des

Leuchtmittelherstellers OSRAM, das sowohl zwei- als auch dreidimensional auf Messeständen umgesetzt wurde. Auf diesem Stand wurden die Streifen als Diagonale verwendet und sollten an sich kreuzende Straßen erinnern, um die Dynamik und Geschwindigkeit von Autos zu kommunizieren. Dabei wurden die Farbstreifen auf den gesamten Stand übertragen, liefen senkrecht über die vertikalen Displays und banden diese gestalterisch mit ein. In der Aluminium-Struktur für das Licht wiederholte sich die Bodenstruktur, die Inhalte kommunizierte, Besucher führte und zugleich Emotionen auslöste.

**AUSSTELLER:** OSRAM SpA, Treviso/Italien  
**MESSE:** Motorshow in Bologna, 2011  
**DESIGN:** Cerquiglini & Rossi, Varedo MB  
**STANDGRÖSSE:** 64 m<sup>2</sup>

## DRUCKRASTER EN DETAIL BEI JANOSCHKA

4 Unter dem Leitsatz „The quality people for individual repress solutions“ präsentierte das Unternehmen sein umfangreiches Spektrum an Dienstleistungen und Herstellung rund um Druckformen und Reproduktionsverfahren. Die Standgestaltung übersetzte in einer ungewöhnlichen grafischen Form die Leitidee „Details & Dimensions“, indem textile Banner

mit Makroformen des Drucks und der Druckvorstufen eine Raumatmosphäre in Schwarz-Weiß schufen, die die Präzision und den Qualitätsanspruch des Unternehmens kommunizierten und erleben ließen. Der gesamte Stand war durch diese grafischen Makrovergrößerungen geprägt, bildete Raumatmosphäre und Gesprächshintergrund zugleich sowie einen inhaltlichen Bezug zum Unternehmensangebot. Die ungewöhnliche Kommunikation wurde mit dem „if communication design award“ und dem DDC Award „Gute Gestaltung 13“ ausgezeichnet.

**AUSSTELLER:** Janoschka Holding, Kippenheim  
**MESSE:** drupa 2012, Düsseldorf  
**DESIGN:** Ippolito Fleitz Group, Stuttgart  
**STANDGRÖSSE:** 102 m<sup>2</sup>

**BUCHEMPFEHLUNG:**  
 „Das Musterbuch: Stoffe, Möbel, Wände, Böden“ von Annette Galinski, dtv-Verlag, München, ISBN: 978-3421037916



1 Recycling-Thema der EDG grafisch übersetzt

2 Innovativer Lösungsweg der BASF

3 Farbige (I-)Streifen bei OSRAM standen für Dynamik

4 Druckraster en détail bei Janoschka