

4  
2013

# MESSE & EVENT

## VORHANG AUF FÜRS STUDIO 44 LOFT

Offen, frei, variabel, modern, flexibel und vor allem sehr viel Tageslicht: Ab September definiert das STUDIO 44 am Rennweg in Wien das Raumgefühl völlig neu. Das LOFT, mit einer Größe von 345 m<sup>2</sup>, bietet Raum für vielfältige Eventideen für 50 bis 100 Personen. Mehr auf Seite 33



**ACCESS 2013:** ALLES RUND UM KONGRESSE, TAGUNGEN, INCENTIVES UND EVENTS IN DER HOFBURG VIENNA

**DEUTSCHLAND:** DIE MESSECHEFS ÜBER BILANZEN, ZIELE UND VISIONEN

**TEDxLINZ:** NEUES EVENTKONZEPT FEIERTE IN DER STAHLSTADT PREMIERE



# Strahlende Sommerfarben für Messeideen

Ob für Werbekampagnen, Reiseziele, Medien- oder Produktvielfalt; fröhliche Sommerfarben machen diese Messestände zu einem begehrten Anziehungspunkt.

TEXT: DI Ingrid Wenz-Gahler

DER SOMMER ist für viele die lang ersehnte Jahreszeit – die der Ferien. Und im Sommer machen viele Pause, selbst Messen gibt es weniger in dieser Zeit. Die Schulen machen Pause, auch das Parlament. Theater haben Ferien, ebenso Konzerthallen und viele Veranstalter. Er ist die Jahreszeit, die mit gesteigerter Lebensfreude verbunden ist, mit warmen Temperaturen, die nach draußen locken; in die Schwimmbäder, die Parks, die Berge, ans Meer, in die Ferne, aber auch zu Open-Air-Festivals, Straßen- und Stadtfesten. Wer möchte somit nicht auf Messen gern an diese Zeit erinnert werden, ein Stück Vorfreude bekommen auf die schönste Zeit des Jahres, die ein Füllhorn an Farben bereithält, uns mit einer Blumenvielfalt erfreut, mit blauem Himmel, Erdbeeren und Eis, Fröschen und Freibad, den Rosen und dem Regenbogen – und neben all den Aktivitäten auch mal mit dem Nichtstun. Denn unabhängig, wie draußen das Wetter ist, in den Messehallen ist doch alles anders.

Da ist die Luft stickig, bestenfalls riecht es nach Kaffee oder Würstchen, die Beine werden immer müder und Stand für Stand, mit gleichförmigen Farben, Lichtpunkten, Formenvielfalt, zieht an den Besuchern vorbei. Doch dann kommen die Ausnahmen, die Muntermacher, die aufmerken lassen, zum Stehenbleiben anregen, gar zum Hineingehen bewegen. Die ganz anderen, die sich vom Mitbewerber unterscheiden, die Lust auf den Sommer machen, die geistige Bewegungsfreude aktivieren. Da gab es die Messestände, die mit frischen Farben lockten: mit einer großen orangefarbenen Hand als weithin sichtbarem Blickfang, die „Halt“ sagte und damit zum Stehenbleiben anregte. Oder der Stand mit den bunten Grafiken auf den Würfeln, die zum Schlendern einladen, um von Bild zu Bild zu gehen wie in einer Schaufenstergalerie. Für eine ungewöhnliche Raumerfahrung gar sorgte ein farbiges Kaleidoskop der Produktvielfalt, das die Besucher fast benommen machte.

Und dann gab es noch die farbige Vielfalt mit hängenden Stoffbahnen – wie in einem orientalischen Bazar, der sofort ans Reisen denken ließ.

## 1 FARBIGE REISESTIMMUNG

**AUSSTELLER:** Fox Vakantie, Hoofddorp  
**MESSE:** Vakantiebeurs 2012, Utrecht  
**DESIGN:** Qupix architectural solutions, Amsterdam  
**UMSETZUNG:** Yard Interieurbouw  
**LICHTTECHNIK:** Aukes Theatertechnik  
**STANDGRÖSSE:** 220 m<sup>2</sup>

Fox Vakantie ist ein Reiseanbieter, der ausschließlich über das Internet operiert und auf der Messe den Kontakt mit seinen Kunden suchte. Die bunte, 7,5 Meter hohe Fassade aus Textilbahnen sollte zum einen das Bürogebäude des Unternehmens spiegeln, zum anderen aber auch eine fröhliche farbige Reiseatmosphäre erzeugen. Im Inneren gab

es viel Bildmaterial mit einer bunten Mischung von Reisezielen; Bazarstimmung. Ein rundes Element aus rotem Stoff lehnte sich an das tatsächlich vorhandene Theater im Unternehmen an, in das Kunden zu Veranstaltungen eingeladen werden. Auf dem Stand gab es die Möglichkeit, mit persönlicher Assistenz des Fox-Reiseleiters Reisen online zu buchen. Durch ein Routing konnte die Erlebniswelt selbst erfahren werden.

## 2 FARBIGES KALEIDOSKOP

**AUSSTELLER:** Armstrong DIW, Bietigheim-Bissingen  
**MESSE:** Bau 2013, München  
**DESIGN:** Ippolito Fleitz Group, Stuttgart  
**UMSETZUNG:** ARTEC Messebau, Wassenberg  
**STANDGRÖSSE:** 155 m<sup>2</sup>

Um eine jüngere, experimentierfreudige Gruppe unter den Architekten anzusprechen, präsentierte sich der Linoleum-Hersteller auffallend farbenfreudig. Grafische und geometrische Farben und Formen waren in einer abstrakten Komposition über den gesamten Stand gelegt, um die beiden neuen Kollektionen zu präsentieren. Die eine interpretierte Holz- und Sichtbeton ganz neu, zeigte sich in natürlich verwaschenen Farbnuancen, die junge „Colorette“ hingegen erschien in knal-

ligen Farben, spritzig bunt und voller Lebensfreude. Der ganze Stand war eine Raumgrafik, die den gesamten Boden, Tresen und Besprechungstische überzog. Produkt-Kommunikation pur. Nur ein abgehängtes Deckenelement blieb weiß – wie ein Wolkengebilde. Eine polygonale Sitztreppe bildete einen ruhigen Kontrast als Kommunikationszone.

## 3 FARBENFROHE GRAFIKEN

**AUSSTELLER:** Welt Gruppe des Axel Springer Verlages, Berlin  
**MESSE:** Frankfurter Buchmesse 2012, Frankfurt  
**DESIGN/UMSETZUNG:** imb: Troschke GmbH + Co. KG, Mörfelden-Walldorf  
**STANDGRÖSSE:** 48 m<sup>2</sup>

Analog zu einer Werbekampagne der Verlagsgruppe wurde dieser Messestand mit großen Würfeln gestaltet, auf denen ein Maler die gesamte Kampagne grafisch auf den Stand übertragen hatte. Während der Messe wurde das aktuelle Zeitgeschehen aufgenommen und visuell übersetzt. Um ein jüngeres Publikum anzusprechen, agierte auch ein DJ auf dem Stand, auf dem es um neue Medien ging wie Kindle und iPads. Über Kopfhörer konnten sich die Besucher durch die Halle bewegen und dennoch das Geschehen auf dem Stand weiter verfolgen, z. B. Lesungen.

## 4 GRAFISCHE SIGNALWIRKUNG

**AUSSTELLER:** Tribal Fusion GmbH, München  
**MESSE:** Demexco 2012, Köln  
**DESIGN UND UMSETZUNG:** Skupin Design, Kaarst  
**STANDGRÖSSE:** 50 m<sup>2</sup>

Das Unternehmen ist ein weltweit tätiges Unternehmen für Online-Werbung, das Werbetreibende und Agenturen darin unterstützt, effektiv mit Internetnutzern zu kommunizieren und zu interagieren. Zentrales Gestaltungselement war das große Firmenlogo in Form einer Hand, das auch zur Steigerung des Bekanntheitsgrades führen sollte. Der offene Stand signalisierte zugleich die Offenheit des Unternehmens, ungehindert kommunizieren zu können. Infos gab es sowohl auf dem Screen vor der großen Hand als auch an den Laptop-Säulen, an denen Produktinformationen und Beratungsgespräche geführt wurden. Erstmals war dies ein Stand von Tribal Fusion und der Mutter Exponential Interactive Inc., sichtbar durch die Exponential Product Gallery.

**BUCHEMPFEHLUNG:**  
 „Eventdesign Jahrbuch 2013/14“ zvedition, Ludwigsburg, ISBN: 978-3-89986-181-5  
 siehe Story Seite 33



1 Bunte Fahnen für Reisefair



2 Kaleidoskop der Farben für Linoleum



3 Grafische Würfel der Welt-Gruppe



4 Hand als Logo und Signalwirkung