



## Special feature: Design/Scene

**EBM-Papst: Global  
einheitlicher Auftritt**

EBM-Papst: Globally uniform  
presentation

**Messehotels: Der Weg  
ins gemachte Bett**

Trade fair Hotels: Getting  
a ready-made bed

**Materialcollage als Raum:** Der Bodenbelagshersteller Armstrong aus Bietigheim-Bissingen präsentierte sich auf der Bau 2013 in München mit einem Auftritt, bei dem die vorgestellten Produktkollektionen Linea und Colorette zugleich als Boden- und Wandverkleidung des Messestands dienten. Die satten, kräftigen Farben der Colorette-Reihe und die markante Holzmaserung von Linea wurden zum prägenden Element des Stands. Sämtliche Oberflächen wurden durch ein komplexes, streng geometrisches Verschnittmuster aus unterschiedlichen Armstrong-Materialien belegt. Beginnend auf der großen Rückwand, hinter der die Nebenräume geschickt platziert waren, überzog die Grafik den gesamten Boden, den Empfangstresen und die Besprechungstische. Lediglich der lange Tresen, der als zentraler Treffpunkt fungierte, blieb im reinen Weiß – besonders hervorgehoben durch einen abgehängten Lichthimmel und ein gefaltetes, reflektierendes Deckenelement. Ein polygonales Podest markierte die ruhigere Kommunikationszone: Die abgetreppte Fläche diente als informelle Sitzfläche für Besucher und Mitarbeiter, während Materialpräsentationen einfach als Ausziehelemente herausgezogen werden konnten. Mit dem installativen und raumumfassenden Auftritt wollte Armstrong vor allem die experimentierfreudige und jüngere Zielgruppe der Architekten ansprechen. *ad*



**Material collage as a space:**

Flooring manufacturer Armstrong from Bietigheim-Bissingen presented at the construction fair Bau 2013 in Munich with a showcase in which the Linea and Colorette product collections on display served a dual purpose as floor and wall coverings for the exhibition booth. The rich, vibrant colours in the Colorette range and Linea's striking wood grains became the defining element of the stand. All the surfaces were fitted with a complex, strictly geometric pattern of cut-outs from different Armstrong materials. Beginning on the large rear wall, behind which the side-rooms were skillfully placed, the graphic design extended across the whole floor, reception counters and conference desks. Only the long counter that acted as the central meeting point was decorated in pure white – specially emphasised by a suspended light-canopy and a folded, reflecting ceiling element. A polygonal platform marked the quieter communication area, with the stepped space serving as an informal place for visitors and staff to sit, while material presentations could be pulled out easily like drawers. With this kind of installative presentation encompassing the whole exhibition space, Armstrong was aiming primarily to address the target group of younger architects keen to experiment. *ad*



**Info**

Messe/exhibition: Bau 2013, München  
 Aussteller/exhibitor: Armstrong DLW, Bietigheim-Bissingen  
 Konzept/concept: Ippolito Fleitz Group, Stuttgart  
 Realisation/installation: Artec Messebau, Wassenberg  
 Standgröße/size: 155 m<sup>2</sup>



**Info**

Messe/exhibition: CES 2013, Las Vegas  
 Aussteller/exhibitor: Audi, Ingolstadt  
 Konzept/concept: Tisch 13, München / Bathke & Geisel Architekten, München  
 Realisation/installation: A&A Expo International, Wijk bij Duurstede  
 Standgröße/size: 500 m<sup>2</sup>

**Innovation als Lichtquelle:** Bei seinem Auftritt auf der Consumer Electronics Show (CES) 2013 in Las Vegas setzte sich der Automobilhersteller Audi mit einem prägnanten und zugleich einfachen Messestandkonzept in Szene – zugrunde lag ein markantes Wechselspiel von Licht und Dunkelheit. Als entwerfprägende Inspiration diente das Bild einer Autofahrt bei Nacht, bei der die Scheinwerfer Lichtkegel in die Dunkelheit schneiden. So entstand der Messestand „Cone of light“, einer Blackbox, die von einem gleißend hellem Lichtraum durchbrochen wird. Dieser führte die Besucher der CES wie ein Sog in den Innenraum. Hier, im Lichtraum, wurden die neuen Produkte des Unternehmens präsentiert. Für eine gleichmäßige Lichtverteilung sorgten 2.600 Leuchtstoffröhren, die hinter Spezialfolien an Wänden und Decke montiert waren. Zwei schmale Öffnungen führten die Besucher in zwei angrenzenden Räume, die – im Gegensatz zum Hauptraum – komplett dunkel gehalten waren. Nicht ohne Grund: Hier präsentierte der Automobilhersteller an verschiedenen Exponaten seinen neuesten Lichttechnologien. *ad*



**Innovation as a cone of light:** For its presentation at the Consumer Electronics Show (CES) 2013 in Las Vegas, carmaker Audi staged itself with an eye-catching yet simple booth model based on the distinctive interplay of light and darkness. The design drew its inspiration from the image of a car driving through the night, its headlights cutting cones of light out of the dark. Created as a "Cone of light", the exhibition stand presented itself as a black box penetrated by a dazzlingly bright area of whirling, eddying light that pulled visitors to the CES into the interior of the booth. There, in the illuminated space, the company's latest products were put on display. Uniform light distribution was delivered by 2,600 fluorescent lamps installed on the walls and ceiling behind a special foil. Two narrow apertures guided visitors into two adjacent rooms, which – in stark contrast to the main room – were completely dark. The good reason for this was that it was where the motor manufacturer displayed its latest light technologies on various exhibits. *ad*

