

03 | 05

Einzelpreis 12 Euro

D 82681

wörkshop

VISIONEN | LÖSUNGEN | ERFOLGE

MARKETING

Präsentation à la Steve Jobs

KONZEPTE

Dynamische Botschaften
in Computerspielen

VERANSTALTUNG

Animation, Effekte, Echtzeit -
fmx 05

PRODUKTE

Ortsbasiert - in der Mobilität
liegt Mehrwert

MESSE

Heiteres kommunikatives
Markenerlebnis trumpft

Imagina 05

Digitaler Content : Neue Trends in
Technologie und Kreation

GIT VERLAG

:SPECIAL

IT-MARKETING:

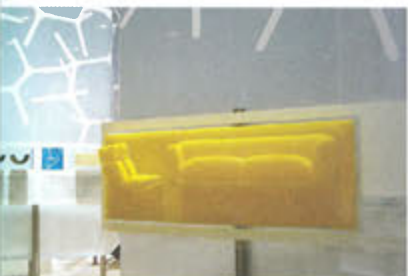
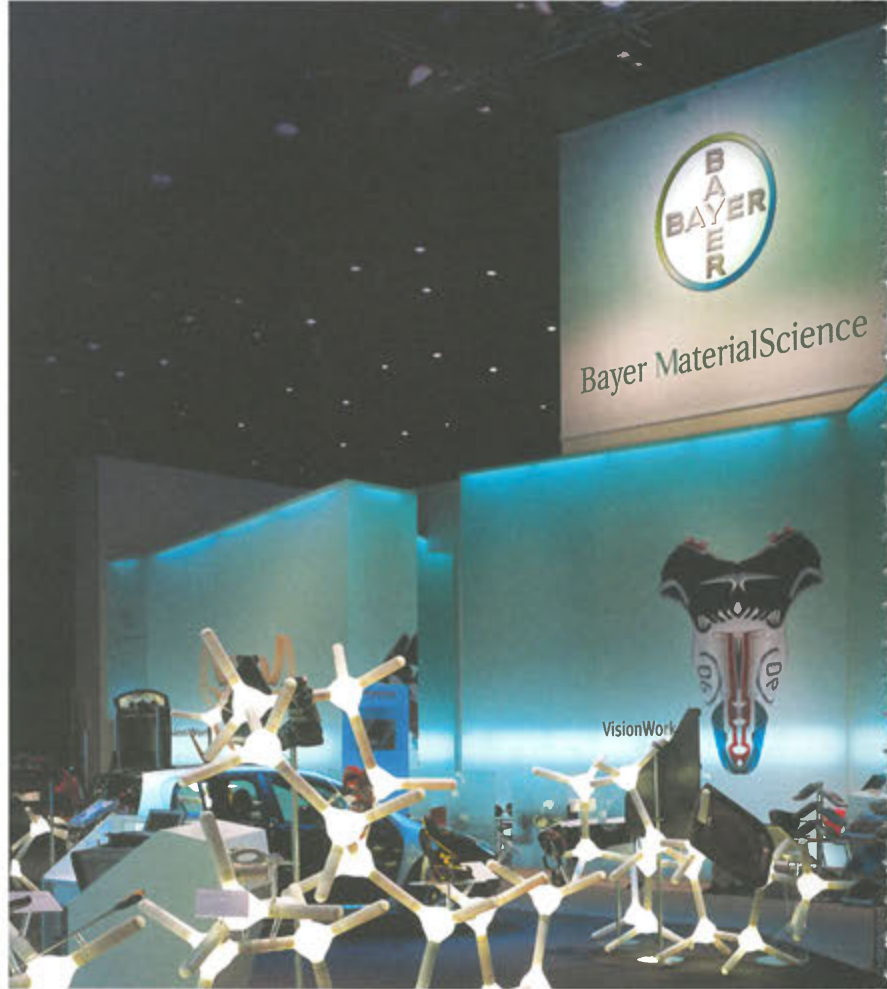
LOKAL

GLOBAL

MOBIL

Visionen werden Realität

Anlässlich der weltgrößten Kunststoffmesse, der „K 2004“ in Düsseldorf, dokumentierte Bayer MaterialScience auf rund 1.000 Quadratmetern mit einem Feuerwerk an Ideen die globale strategische Ausrichtung eines internationalen Konzerns. Die Standarchitektur signalisierte Modernität, Innovation und Forschung. Als verbindendes Leitmotiv setzten ScienceLights, leuchtende Kunststoffmoleküle aus Makrolon, dem Unternehmensanspruch als Innovations- und Technologieführer Glanzlichter auf.



Überschende Einblicke: In der Anmutung schwebend präsentiert sich der Bereich „Best Ideas“: Abgehängte Paravents mit futuristischen Motiven trennen und wecken Assoziationen mit Molekül-Strukturen

Von der Idee zur Realisation

Was in Brainstorming-Sessions seinen Anfang nimmt, durch Kreativpotenzial von Firmenmitarbeitern und externen Agenturen Gestalt gewinnt, wird durch handwerkliches Können und technisches Know-how zu architektonischer Realität. Walbert-Schmitz aus Aachen hatte die komplette technische Umsetzung, die Produktion aller Standbauelemente einschließlich des Mobiliars sowie die Logistik für den Bayer MaterialScience-Messestand übernommen.

Zielsetzung des Messeauftritts

Die Kunststoffmesse „K“ ist für Bayer eine Messe von herausragender Bedeutung. Nach der Neuorganisation von Bayer und der Umbenennung des Teilkonzerns in „Bayer MaterialScience“ war die Etablierung des Firmennamens und die Dokumentation des innovationsorientierten Produkt- und Leistungsportfolios ein zentrales Ziel. In der Umsetzung des Messeauftritts wurden daher folgende Schwerpunkte gesetzt:

- prominentes Branding des Firmennamens
- eine dreigeteilte Standkonzeption, die Services, Produkte und Innovationen aus dem gesamten Firmenverbund präsentierte
- eine ungewöhnliche, großformatige Bildsprache
- eigens entwickelte Makrolon-Leuchtkörper, so genannte ScienceLights, die Träger aller ausgestellten Exponate waren und modularartig zu Polymerketten zusammengesteckt werden können

Kreatives Leitmotiv

Die „ScienceLights“ bildeten das Leitmotiv des Messestandes. Sie lieferten die Grundstruktur für die Exponatpräsentation und symbolisierten die Innovationskraft sowie die Kernkompetenzen des Konzerns in den Bereichen

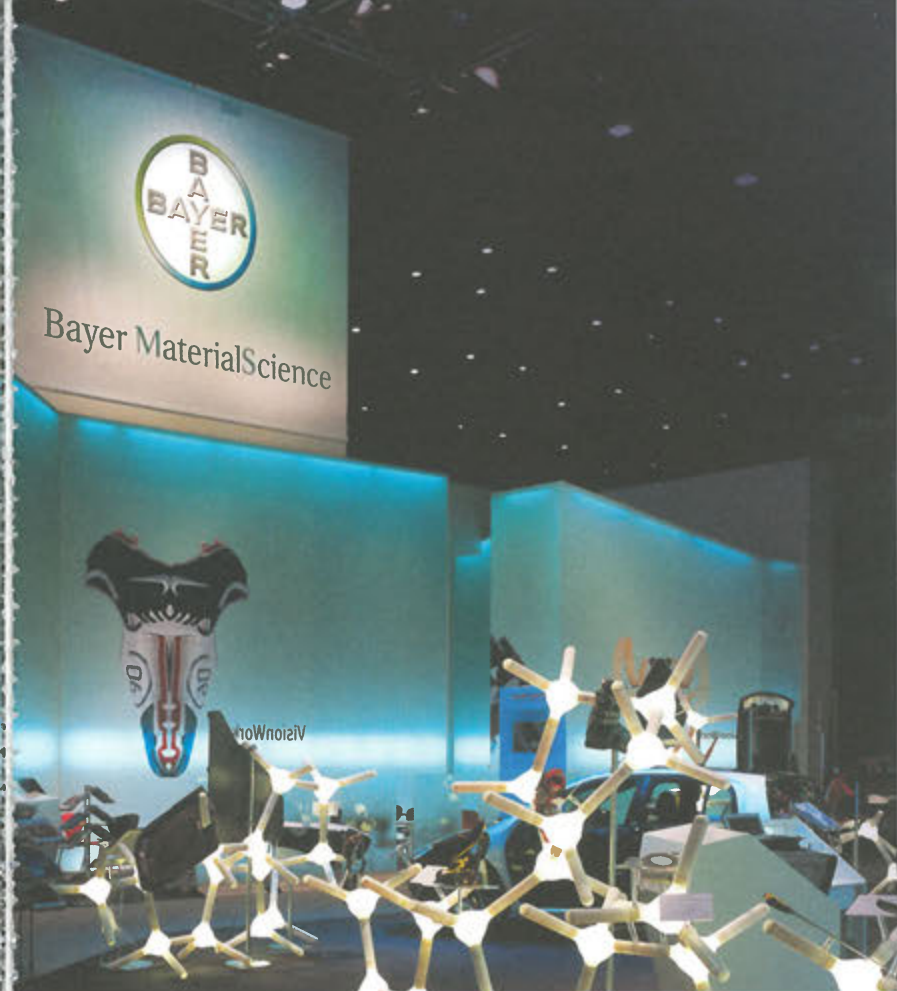
Forschung und Entwicklung. Erfrischend und überraschend anders hatte Golden Planet Design, Köln, diese überdimensionierte, leuchtende Molekülstruktur entworfen. Die unendlich erweiterbaren, gigantischen Polymer-Ketten bestehen komplett aus weiß-transluzentem Makrolon, einem der bekanntesten Produkte von Bayer MaterialScience.

Die ScienceLights durchzogen den gesamten Messestand auf einer Lauflänge von 90 Metern. Wie ein fein gesponnenes, von innen heraus leuchtendes Netz, reichte die fragil wirkende Molekülstruktur teilweise bis in Höhen von sieben Metern.

Handwerkliche Perfektion

Rund sieben Wochen Produktionszeit nahm die Fertigung der individuellen Standbauelemente in Anspruch. Eine besondere Herausforderung stellten dabei die riesigen Stoff-Fassaden aus „Back-Lite-Material“ dar. Die längste Bahn war 24 Meter lang und die höchste bis zu sieben Meter hoch. Die weißen Platten wurden im Farbverlauf in der CI-Farbe von Bayer MaterialScience angelegt und mit den Neugierde weckenden Motiven der Bayer MaterialScience „VisionWorks“-Kampagne bedruckt. Für solche nicht alltäglichen Aufgabstellungen kooperieren die Aachener Messebauspezialisten mit langjährig bewährten und zuverlässigen Partnern.

Fast als Pionierleistung könnte das gleichmäßige Ausleuchten der riesigen Fassadenabwicklungen aufgrund ihrer geringen Wandtiefe von nur 20 Zentimeter bezeichnet werden. Es durfte keine Schattenbildung von konstruktiven Bauteilen entstehen. Testaufbauten in den Walbert-Schmitz-eigenen Produktionsstätten gewährleisteten ein einwandfreies Ergebnis beim späteren Aufbau in der Düsseldorfer Messehalle.



FACTS & FIGURES

Messe > „K 2004“ Düsseldorf

Aussteller > Bayer MaterialScience AG

Standfläche > ca. 1.000 qm

Auftraggeber > Bayer MaterialScience AG, Michael Golz (Leiter Advertising & Events)

Konzeption | Gestaltung > Golden Planet Design, Köln |

Bayer MaterialScience AG, Dipl.-Des. Hans-Eberhard Stein (Messebau)

Umsetzung und Messebau > Werbe- und Messebau Walbert-Schmitz, Aachen

Fotos > Eduardo Perez, Martin Bott, Frankfurt | Golden Planet Design, Köln

Kontakt > www.walbert-schmitz.de

Souverän strukturiertes Gesamtkunstwerk

Die Standfläche war klar und übersichtlich in drei Ausstellungszonen gegliedert – Best Practices, Best Services und Best Ideas. Best Practices und Best Services präsentierten am Markt etablierte Materialien, Anwendungen und Dienstleistungen von Bayer MaterialScience, während auf der zentralen, hell leuchtenden Insel „Best Ideas“ Bereiche des New Business vorgestellt wurden. Highlights stellten die bis zu fünf Meter hohen Einzelbilder von realen, jedoch futuristisch verfremdeten Produkten dar, die Ausdruck des Standslogans und der Positionierung waren: „VisionWorks“. Hierzu Michael Golz, Leiter Advertising und Events bei Bayer MaterialScience: „Die Visionen unserer Kunden Wirklichkeit werden zu lassen, kennzeichnet unseren Anspruch als Marktführer im Bereich hochwertiger Materialien. Damit war der größte der drei Präsentationsbereiche „Best Ideas“ der zentrale Knotenpunkt. Auf diesem auch durch eine kleine Lichtbühne exponierten Bereich wurden Ideen und Visionen erlebbar in Szene gesetzt.“

Das Raumprogramm beinhaltete zudem eine große Anzahl von Besprechungsbereichen – geschlossene und offene Zonen. Möglichst umfassend sollten die Materialien, Technologien und Dienstleistungen des Chemieunternehmens präsentiert werden. Golden Planet wählte eine sehr offene Ausstellungsarchitektur, die sich durch Form und Anordnung der Fassadenwände und durch eine dazu passende Bodengrafik – so genannte Inseln – in die drei Präsentationsbereiche gliederte. Während eine große, freie Catering- und Besprechungsplattform Besucher und Aussteller als Teil des Gesamtkonzeptes inszenierte, ermöglichte die vor- und zurückspringende Fassadenform unauffällige Eingänge in die dahinterliegenden, geschlossenen Besprechungsbereiche. Diese vor- und zurückspringenden Wandabwicklungen stell-

ten mit ihren unterschiedlichen Höhenniveaus und Wänden in der Schräge, eine besondere Herausforderung für den Messebauer dar. Walbert-Schmitz meisterte sie so bravourös wie schon die Technik der Ausleuchtung und der faltenfreien Bespannung der riesigen Fassadenflächen. Insbesondere in Hinblick auf das thermische Verhalten des verwendeten Materials hatte Walbert-Schmitz hier eigens eine Technik entwickelt.

Nach der Messe ist vor der Messe

Die Molekülstruktur wird auch nach der „K 2004“ als dreidimensionales Leitmotiv bei Ausstellungen, Messen und internen Präsentationen oder Rauminszenierungen Verwendung finden. Einzelne Module des Messestandes sind bei Walbert-Schmitz eingelagert und werden auf kommenden Messen wieder eingesetzt. „Messeaktivitäten haben einen sehr großen Stellenwert in unserer globalen Kommunikationsarbeit sowohl zur Gewinnung von Neukunden als auch zur Festigung bestehender Kundenverhältnisse,“ fasst Michael Golz zusammen. „Dabei ist das wiedererkennbare Gesicht unseres Messeauftritts eine globale Vorgabe, die genügend Raum für lokale Besonderheiten lässt. So finden sich die „VisionWorks“-Motive als Großformate auf unseren weltweiten Auftritten wieder. Aber auch unsere „ScienceLights“ finden als Träger von Exponaten ständig ihren Wiedereinsatz. Konzeptionell wird zudem die Standatmosphäre im Sinne eines offen kommunikativen Marktplatzes in jedes Briefing unserer globalen Messeauftritte Einfluss nehmen.“ Der Gestaltungsansatz von Golden Planet Design bestach durch eine klare und sehr homogene Sprache: Die „Dach-Gestaltung“ erlaubte eine optimale Integration aller Geschäftsbereiche und kommunikativen Einzel-Zielsetzungen. ■



Gelungene Inszenierung: Eigens für den Messeauftritt kreierte und produzierte „ScienceLights“ – überdimensionierte, leuchtende Kunststoffmoleküle aus Bayer MaterialScience-Material Makrolon – bilden das Leitmotiv des Messestandes