Standpräsentationen mit Designanspruch

Wenn Formgebung und Design Teil der Unternehmensphilosophie sind oder gar Inhalt der angebotenen Leistung, wie wird dann das Messedesign gestaltet?

TEXT: DI Ingrid Wenz-Gahler

DESIGN UND ARCHITEKTUR haben in unseren Städten einen immer höheren Stellenwert. Sie zeigen das Image einer Stadt, ihren Umgang mit Kultur, ihre Modernität und neben ihrem Reichtum auch ihren Sinn für Veränderbarkeit, Innovation und Kreativität. Auch auf Messen suchen immer mehr Unternehmen für ihre Selbstdarstellung eine Form, die sie in Szene setzt, das ausdrückt, was sie sein wollen, mit ihrer Kultur, ihrer Tradition, ihren Leistungen und Produkten. Manche wählen dafür eine sehr auffallende Architektur, die die Besucher magisch anzieht, wenn man an die gerade zurückliegende IFA oder die IAA denkt, auf der Hersteller wie Mercedes oder Audi unglaubliche Architekturen hingestellt haben, um ihre Fähigkeit zur Gestaltung der Zukunft unter Beweis zu stellen. Doch wie präsentieren sich Aussteller, die Design verkaufen, also Unternehmen, die Design oder Architektur entwickeln, Designprodukte, Leistungen oder gar Konzepte zum Thema Design anbieten? Vier Praxisbeispiele haben wir daraufhin untersucht und festgestellt, dass ihre aus dem Marketing abgeleiteten Ansprüche an den Messestand recht ähnlich jenen von anderen Ausstellern sind. Auch sie wollen ihre Kreativität und ihre Innovationskraft herausstellen, ihre Sicherheit in Designfragen. Sie wollen zeigen, dass sie konzeptionell denken können und bei Designern, Architekten oder designinteressierten, aufgeschlossenen Unternehmen um Vertrauen werben.

Die Erfahrungen aus den vier Beispielen könnten wir so zusammenfassen:

ANSPRUCH: Innovationskraft und Kreativität

DESIGNLÖSUNG: Einsatz von ungewöhnlichen neuen Materialien oder Technologien (HI-MACS und Architonic), Umsetzung der Unternehmenshaltung (d-werk) in eine sicht- und erlebbare Raumidee, aber auch des Konzeptraumes (bei Architonic)

ANSPRUCH: Vertrauen schaffen

DESIGNLÖSUNG: Warme, klare Farben stehen für Geborgenheit, optische Ruhe (bei D4 Projekt und HI-MACS), die eingesetzten Strukturen wie auch die Raumidee sind den Zielgruppen vertraut.

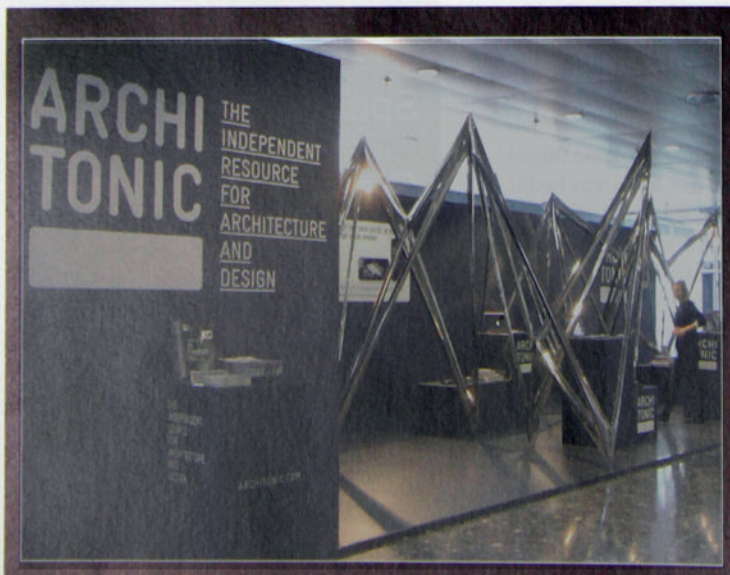
ANSPRUCH: Kundenansprache, -betreuung

DESIGNLÖSUNG: geborgene Sitzecke (D4 Projekt), gezielte Ansprache durch Personal, Laptops mit Informationen

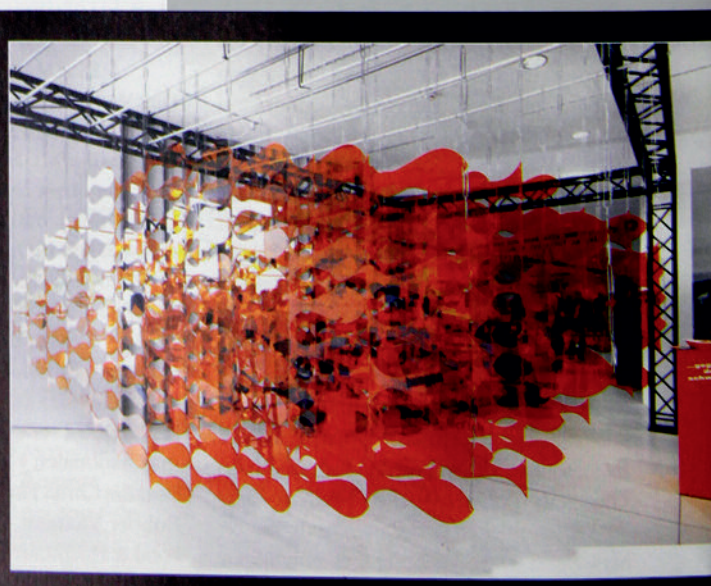
ARCHITONIC

Schwarzer Raum zur Kommunikation

1 Architonic ist eine Datenbank mit zirka 100.000 Produkten, Konstruktionen, Materialien und realisierten Projekten; ein Bindeglied für den Wissenstransfer zwischen Designern, Architekten, Produzenten und den Kunden und damit das größte Netzwerk für Designkommunikation. Zur Pflege des Netzwerkes entwickelte Architonic einen Concept Space, um über Markenwerte, neue Entwicklungen



1 Schwarzer Raum zur Kommunikation mit Designern und Architekten



2 Gegen-den-Strom-Schwimmen symbolisierte dieser Fischschwarm.

Fotos: Ingrid Wenz-Gahler, d-werk, D4 Projekt, Tobias D. Kern

und Innovationen diskutieren zu können und Kontakte zu knüpfen. Da Schwarz für Abstraktion, aber auch für Design und Architektur steht, wollten sie einen schwarzen, offenen Raum haben, den sie mit Informationskuben und einem 3,2 Meter hohen, bizarren Metallobjekt im Blow-up-Verfahren von Oskar Zieta, einem Prozessdesigner aus Zürich, strukturierten. Das begehbare Objekt stand für Vernetzung, Innovation und Gestaltung.

Aussteller: Architonic AG, Zürich
Messebau: Andreas Messerli AG, Wetzikon M
Messe: ISH, Frankfurt
Standgröße: 80 m²

D-WERK GmbH
Gegen den Strom

2 d-werk ist eine Kreativagentur, die auf dieser Messe zeigen wollte, dass sie mit ihrem Konzept „gegen den Strom der Zeit schwimmen". Als Teil eines ganzjährigen Werbekonzepts entwickelte die Agentur auf dem Stand eine Installation, die diese Idee sicht- und erlebbar machte, in der Form eines Fischschwarms aus fünf Vorhängen mit 500 orangefarbenen Plexiglasfischen, auf denen einzelne Botschaften entdeckt werden konnten. Aus einer „gesunden Distanz", die für viele Entscheidungen und Kreationen nötig ist, konnte man den Schwarm als riesigen Hai mit aufgerissenem Maul und der Botschaft „nur Mut" wahrnehmen. Hinter dem Schwarm wurden die Besucher zu Knabberfischen und Leuchtfeuergetränk bei Schifferklavier-Musik sowie zu Gesprächen eingeladen (dafür erhielten sie den Adam Award in Bronze).

Aussteller: d-werk GmbH, Ravensburg
Messe: Vlow! 2010, Bregenz
Design und Messebau: d-werk
Standgröße: unter 50 m²

D4 PROJEKT
Ein Marktplatz für Raumkonzepte

3 Das Unternehmen für Messe-, Veranstaltungs-, Museums- und Innenausbau warb für sein herausragendes Design und seine hohe bauliche Qualität. Dargestellt wurde auf dem Stand ein Marktplatz mit zwei Stufen und einem Kiosk vor einer stilisierten Hauptstadt-Kulisse in den Firmenfarben Orange und Weiß. In einer ruhigen, einladenden Atmosphäre präsentierte sich das Unternehmen mit einer stilisierten Architektur, die auf seine Leistungen verwies: als Denkfabrik Konzeptionen für Design und Architektur zu entwickeln und diese baulich umzusetzen.

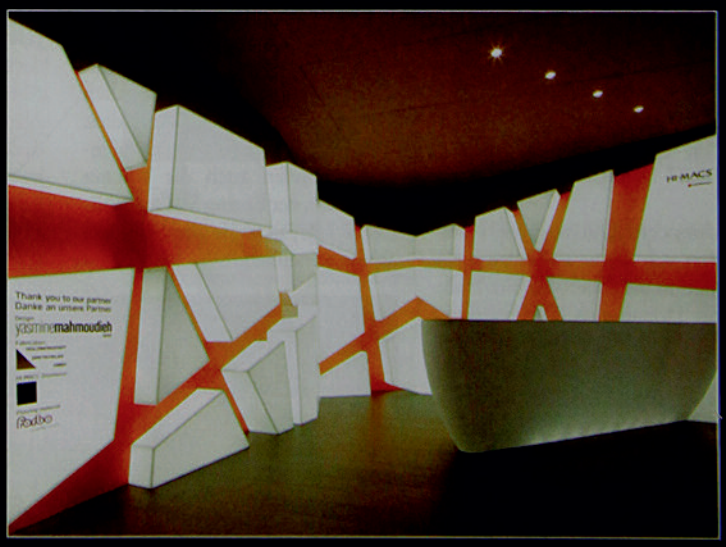
Aussteller: D4 Projekt GmbH, Berlin
Design & Umsetzung: D4 Projekt
Messe: EuroShop 2011, Düsseldorf
Standgröße: 16 m²

HI-MACS
Sinnliche Chocolaterie aus Acrylsteinen

4 Um Designer und Architekten auf ein völlig neues Produkt aufmerksam zu machen, ließ der in Genf ansässige Hersteller von einer renommierten Architektin ein Standdesign entwickeln, das durch seine Designstruktur stark auffiel und mit seiner Leuchtkraft die Sinne ansprach. Die Chocolaterie aus Acrylsteinen verkörperte mit ihrer dynamischen Gestalt das sinnliche Erlebnis des Verzehrs von Schokolade. Eindrucksvoll sollte damit unter Beweis gestellt werden, wie wandlungs- und anpassungsfähig der Acrylic Stone ist, ein Material aus einem ökologischen, qualitativ hochwertigen Mineralwerkstoff in vielen Farben und mit vielseitigen Einsatzgebieten.

Aussteller: HI-MACS – LG Hausys Europe, Genf, zusammen mit Holzwerkstatt Dreyeckland (zuständig auch für den Messebau) und Klöpfer Surfaces
Design: Yasmine Mahmoudieh, Berlin
Messe: EuroShop 2011, Düsseldorf
Standgröße: 36 m²

3 Ein Marktplatz mit Stufen und Stadtkulisse warb für Raumkonzepte.



4 Sinnliche Chocolaterie aus Acrylsteinen