



Das neue Messestanddesign

Luftig, leicht, wiedererkennbar und repräsentativ: So sollte der neue Messestand aussehen. Vom Konzept bis zur Umsetzung waren viele kreative Köpfe und findige Handwerker beteiligt. Wir zeigen Ihnen, wie uns das gelungen ist.

„Besonders gefreut haben wir uns über die traumhafte Bewertung des Messestandes durch die Besucher mit der Note 1,6. Kein Konzept hat besser abgeschnitten!“

Alois Bächle,
Projektleiter Messestanddesign 2016+

Ob Hannover Messe, SPS IPC Drives in Nürnberg oder die IFAT in München: Eine Messe ist die Präsentationsplattform für Endress+Hauser, um das Unternehmen, seine Produkte, Lösungen und Services vorzustellen. Als einer der Markt- und Technologieführer in der Messgerätebranche möchte Endress+Hauser seinen Kunden eine klare, unverwechselbare Botschaft vermitteln. So bleibt man im Gedächtnis. Voraussetzung ist ein zeitgemäßes Messestanddesign.

Hohes Niveau Die Nutzungsdauer eines Messestanddesigns beträgt bei Endress+Hauser etwa sechs Jahre. Gestaltung, Medienpräsentation und Exponatvorstellung unterliegen genauso den Entwicklungen des Zeitgeistes und des technischen Fortschritts, wie die Messgeräte selbst. Genau diesen Zusammenhang möchte Endress+Hauser auf den Messen dieser Welt abbilden. Das Unternehmen hat aktuell 13.000 Mitarbeitende weltweit, mit steigender Tendenz. Um die Ziele am Markt erreichen zu können ist das Niveau in jeder Hinsicht entsprechend hoch gesteckt. So auch bei der Entwicklung des Designs für den neuen Messestand, der unter dem Arbeitstitel „Messestanddesign 2016+“ innerhalb von zwei Jahren entworfen und umgesetzt wurde.

Markenwerte vermitteln Der Startschuss fiel im Juni 2014. Die interne Projektgruppe ging in zwei bedeutenden Stufen vor, um ein Messestanddesign zu entwickeln, welches die Markenwerte von Endress+Hauser, wie Excellence, Nachhaltigkeit und Freundlichkeit, adäquat vermitteln kann. In Stufe Eins wurde in einer Ausschreibung das beste Design gefunden, in Stufe Zwei dann das passende Messebauunternehmen ausgewählt. „Der neue Stand sollte offen, einladend kommunikativ, technoid und einzigartig sein.“ sagt Alois Bächle, Leiter der Projektgruppe. „Erscheinung und Inszenierung waren genauso wichtig wie Funktionen und Flexibilität. Modular und skalierbar wollten wir den Stand – bis zu 500 Quadratmeter Fläche und auf Wunsch auch doppelgeschossig. Diese Anforderungen wurde am besten von den Agenturen Aperto und DesignCulture (Schweiz) erarbeitet, die zusätzlich noch mit einem



Von allen Richtungen weithin sichtbar: Eine schwebende Lichtdecke, die „Cloud“. Der Besucherbereich lädt interessierte Besucher zum Gespräch ein.

„Der neue Stand sollte offen, einladend kommunikativ, technoid und einzigartig sein.“

weithin sichtbaren Designelement aus Licht, als das Herzstück des Designs, punktet.“ ergänzt Alois Bächle.

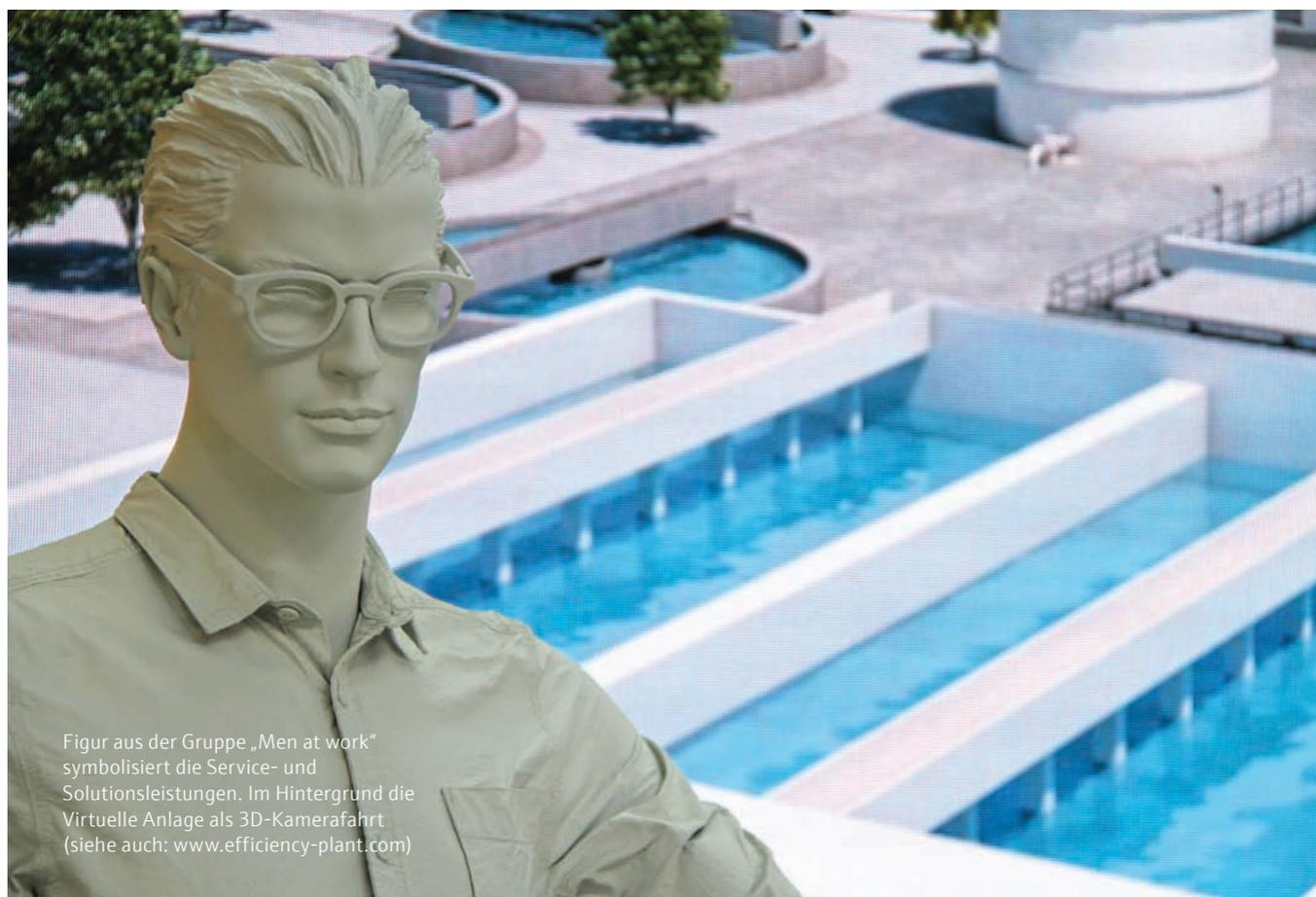
Der Messestand Entstanden ist ein edles, klar gegliedertes Ensemble mit einer über dem Stand schwebenden Lichtdecke, strukturiert durch blaue, leuchtende Kuben aus Gaze, der sogenannten „Cloud“. So wird der Messestand schon von der Ferne wahrgenommen und durch die Farbigkeit der Leuchtelemente mit dem Unternehmen verknüpft. Exponate und mediale Anwendungen stehen locker gruppiert auf einer Fläche mit anthrazitfarbenem Teppichboden. Ende Mai 2016, auf der IFAT in München, wurde ein Messestand mit einer Gesamtfläche von 246 Quadratmetern eingesetzt. Dort symbolisierte erstmalig eine Gruppe von Figuren, die „Men at work“, die Darstellung der verschiedenen Solutions- und Serviceleistungen rund um die Messtechnik. Im Hintergrund wurde filmisch eine 3D-Kamerafahrt durch eine virtuelle Anlage gezeigt, welche die unterschiedlichen



Kundengespräch im MID



Besucherbereich und Bar



Figur aus der Gruppe „Men at work“ symbolisiert die Service- und Solutionsleistungen. Im Hintergrund die Virtuelle Anlage als 3D-Kamerafahrt (siehe auch: www.ency-plant.com)

„Erscheinung und Inszenierung waren genauso wichtig wie Funktionen und Flexibilität. Modular und skalierbar wollten wir den Stand – bis zu 500 Quadratmeter Fläche und auf Wunsch auch doppelgeschossig.“

Stationen auf einem symbolischen Werksgelände erlebbar machte. Eine annähernd fünf Meter hohe Kabine mit weißen profilierten Wänden und einer rechteckigen Grundfläche von 28 Quadratmetern, beherbergte die Arbeitsräume hinter den Kulissen. Ein Besucherbereich, der in warmen Farben und mit hölzernen Materialien gestaltet wurde, lud Interessierte zum Gespräch ein. An der langgestreckten Bar im behaglichen Ambiente erhielten Besucher kalte und warme Getränke, fruchtige Cocktails sowie kleine Snacks. Diagonal gegenüber der Kabine wurde ein riesiger blau lackierter MID (Magnetisch-induktives Durchflussmessgerät) platziert. Seit 1977 hat Endress+Hauser mittlerweile über zwei Millionen MIDs produziert und verkauft. Mit seinem

Rohrinnendurchmesser von 2,4 Metern sorgte er für Abwechslung beim Betreten des Exponatebereiches und konnte genau deshalb bei der Meinungsumfrage der Besucher zum Messestandkonzept als das Lieblingsexponat gekürt werden. Die Befragung beinhaltete unterschiedliche Kriterien zur Bewertung, wie beispielsweise die Kompetenz und Freundlichkeit des Standpersonals, Verpflegung und Atmosphäre vor Ort sowie das Design des Messestandes. „Besonders gefreut haben wir uns über die traumhafte Bewertung des Messestandes durch die Besucher mit der Note 1,6. Kein Konzept hat besser abgeschnitten!“ erwähnt Alois Bächle mit Stolz. „Damit haben wir unser Ziel erreicht.“

Solveig Böhl,
MarCom Managerin,
Corporate Publishing

