

ARCHITEKTUR HOT & COOL

TECHNIK • LIFESTYLE

Ausgabe 2/2004 6,50 €



Berliner Botschaften
Japanisches Interieur
Fairness am Bau

stitution und führt auch zu einem anderen Konzept - sowohl gestalterisch als auch konstruktiv. So wurde für den Wandaufbau eine Metallkonstruktion verwendet, in die lediglich neue Wandplatten eingehängt werden. Die Decke bleibt unverändert, während der MDF-Fußboden abgeschliffen wird. Ohne großen Aufwand sind dann auch Aktualisierungen möglich. Insgesamt liegt der Preis für den wieder verwendeten Messestand jedes Mal rund 40 % unter der Erstinvestition.

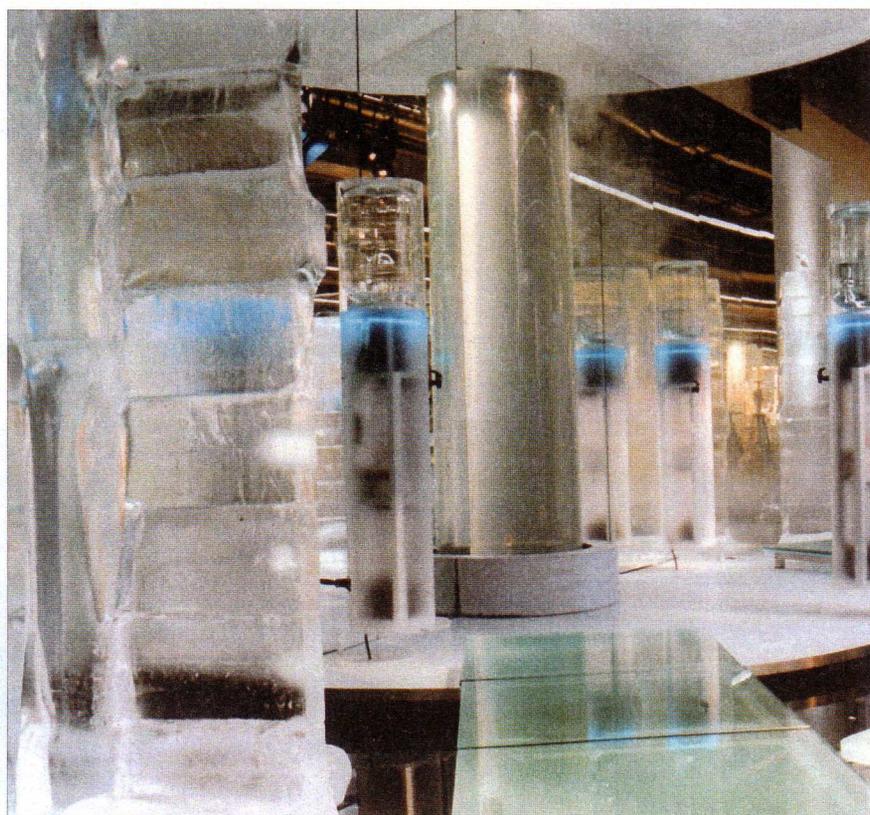
Schließlich schonen auch Kooperationen mit anderen Ausstellern die Kasse. Der Gemeinschaftsstand mehrerer Firmen erfordert allerdings eine thematische Klammer, um die Aussagen nicht zu verwässern. Auf der Heimtextil 2001 setzte das Frankfurter Architekturbüro Arno Seger Farbe als

bindendes Element von 12 Unternehmen ein. Dazu zählten Hersteller von Dekostoffen, Gardinen, Tapeten und Dekozubehör, die eine Gesamtfläche von 3.160 m² buchten. Auf dieser Fläche besaß jede Firma einen individuell gestalteten Messestand sowie einen Anteil an einer Gemeinschaftsausstellung: In sieben Räumen wurden Dekorationen aus den Produkten der Hersteller gestaltet, mit unterschiedlichen Themen wie „natural colours“, „fresh colours“, „sunny colours“ usw.

Gestaltungsmittel Licht

Sieht man einmal davon ab, dass die klassische Messehalle Kunstlicht zwingend erforderlich macht, ist Licht ein Gestaltungsmittel von entscheidender Bedeutung. Projektleiter Füsser von der Ueberholz GmbH: „Licht schafft Atmosphäre und unterstreicht

damit die Corporate Identity des Ausstellers. Licht gibt der Architektur überhaupt erst ihre Form, betont die Materialien, bringt Farben zum Leuchten, inszeniert die Produkte und führt die Besucher über den Stand. Nicht zuletzt gibt die moderne Farblichtsteuerung den Farben eine zeitliche Dimension. So gesehen steht Licht gleichwertig neben Form, Farbe und Material bei der Gestaltung von Messeständen.“ Zunehmend werde im künftigen Messebau die LED-Technik dank ihrer technischen Vorteile eine große Rolle spielen, so Füsser weiter. Der Preis allerdings überschätze derzeit noch die Faszination der LED-Technik: „Wir gehen aber davon aus, dass die Preise in den nächsten Jahren deutlich sinken und damit auch die Zustimmung kritischer Controller finden werden.“ (chb)



Wasser: kostbar und lebenswichtig

Melanie Weisweiler aus Kirchentellinsfurt inszenierte für die Marke Leonardo auf 44 m² das Thema Wasser. Dafür wurde es in drei Aggregatzuständen - fest, flüssig und gasförmig - erlebbar gemacht. Große Eisblöcke, Wassergeplätscher und Wasserdampf schafften einen emotionalen Zugang zu einer neuen Produktlinie, die einen Wasserspender und eine Wasserkaraffe einschließt.

Bild 1 Der ISH-Messestand Siemens, Bereich Warmwasser, überzeugte die Jury des ADAM-Award 2003 in der Kategorie 51 - 100 m²: „Mit diesem Messestand ist es gelungen, die zentrale Botschaft bereits von Ferne zu vermitteln. (...) Die Produktinszenierung schaffte es zudem, dem Allerweltsprodukt Wertigkeit zu vermitteln.“

Bild 2 modularer Bega-Stand

Literatur zum Thema

„Messestand-Design - temporäres Marketing- und Architekturereignis.“ Ingrid Wenz-Gahler. 2. Auflage: Leinfelden-Echterdingen, Verlagsanstalt Alexander Koch. ISBN 3-87422-622-0, 244 Seiten, 99 Euro

„Big ideas for small stands - Erfolgskonzepte für kleine Messestände.“ Ingrid Wenz-Gahler. Leinfelden-Echterdingen, Verlagsanstalt Alexander Koch. ISBN 3-87422-648-4, 176 Seiten, 79 Euro