

MESSEBAU INTERNATIONAL

Standgestalter sprengen Grenzen

Im globalen Geschäft müssen Gestaltungsrichtlinien lokal angepasst und abstrakte Produkte inszeniert werden. Und kleine Aussteller brauchen gemeinsame Plattformen.

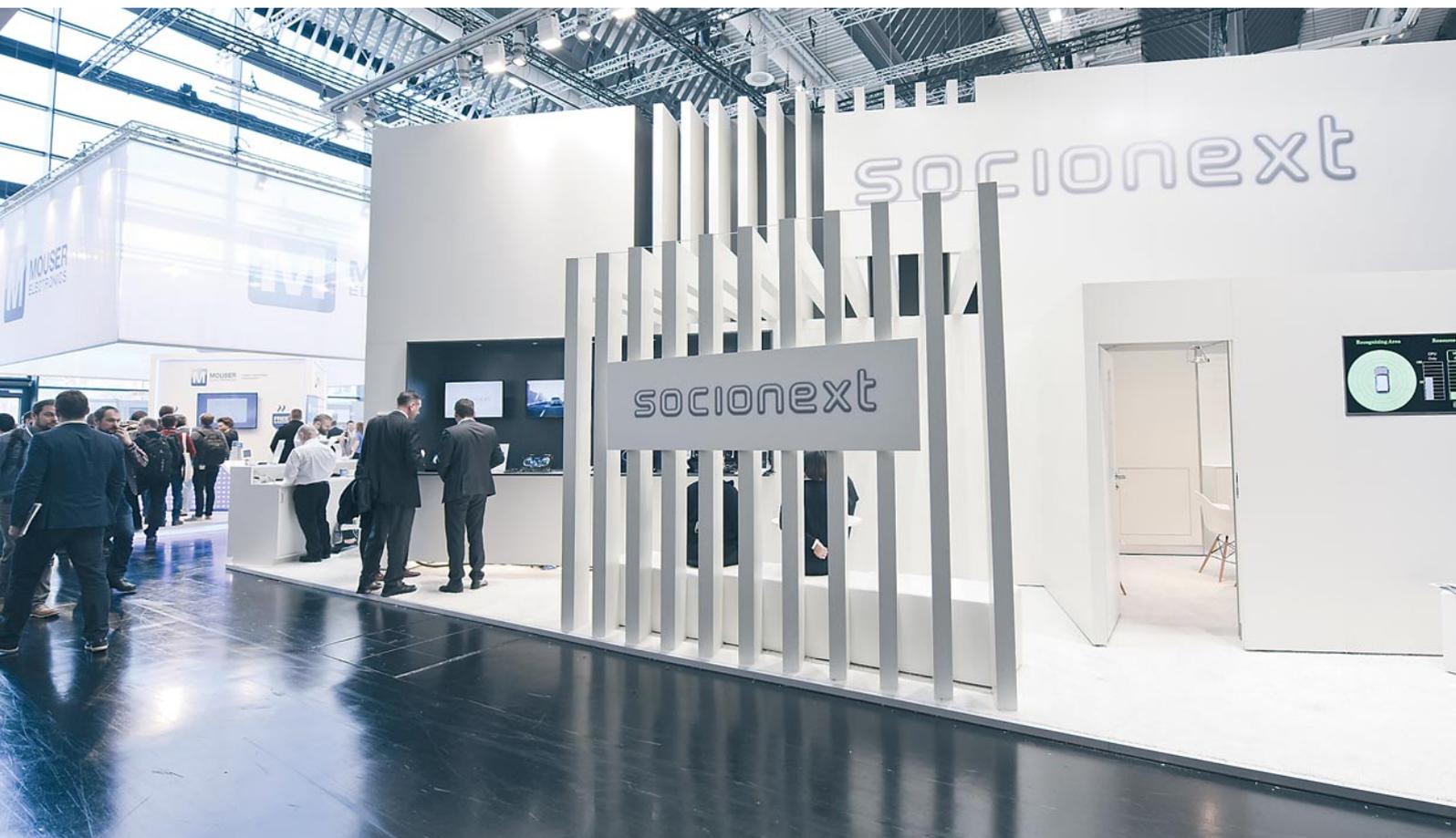
Embedded World heißt die Messe für Elektronik-Sicherheit, verteilte Intelligenz und Internet der Dinge. Sie findet jährlich in Nürnberg statt. 2016 erstmals dabei war Socionext. Das Joint Venture von Fujitsu und Panasonic mit Hauptsitz in Japan ist ein Spezialist für System-on-Chip-Lösungen. Wie lassen sich das Corporate Design und die Gestaltungsrichtlinien des asiatischen Unternehmens auf den Geschmack und die Erwartungen deutscher Messebesucher adaptieren? Mit dieser Aufgabe betraute

Socionext Europe das Unternehmen Bruns Messebau aus München. Beim Auftritt in Nürnberg ging es aber auch um die Frage: Wie kann eine Vielfalt abstrakter Exponate für unterschiedlichste Anwendungen baulich inszeniert werden? Socionext stellte sich unter anderem mit innovativen Halbleiter-Lösungen für Bild- und Videoverarbeitung, Netzwerktechnik und einem All-in-one Multimedialkonzept für Automotive vor. Die Aufmerksamkeit sollte außerdem auf Überwachungskamera-Lösungen, Video-Encoder so-

wie Entwicklungsplattformen für Grafik-Schnittstellen gelenkt werden.

Bruns setzte die zentralen Exponate durch optische Hervorhebungen auf Schwarz in Szene. Ein Highlight-Exponat zog auf einem Podest die Blicke direkt an der Standkante an. Es lockte die Besucher in die Informationszone zu ersten Eindrücken vom Unternehmen. Dahinter erstreckte sich ein hoher, diagonal angeordneter Baukörper. „Der Diagonal-Bau zog Neugier auf sich und bot spannende Perspektiven“, erklärt Christian Flörs, Kreativdirektor bei Bruns. Mit Lamellen-Bügeln als Sinnbilder für Hightech-Komponenten schirmte er eine Lounge und Workstations ab. „Trotz räumlicher Trennung schufen die Lamellen interessante Einblicke von außen. Sie ergaben außerdem ein interessantes Spiel aus Licht und Schatten“, so Christian Flörs. In der Lounge fanden Besprechungen statt, während sich die Besucher an den Workstations in die Anwendungen von Socionext vertieften (www.brunsmessebau.de).

Für ökologische Produkte ist Kanada prädestiniert – dank seiner schier uner-



schöpflichen, unberührten Natur. Kein Wunder also, dass kanadische Hersteller auf der Weltleitmesse für biologische Lebensmittel präsent sein wollen: der Biofach in Nürnberg. Ein eigener Messestand sprengt allerdings den Budgetrahmen vieler kleiner Produzenten von Bio-Kosmetik-Ölen, Nahrungsergänzungsmitteln, Fair-Trade-Produkten oder Bio-Honig. Ein Gemeinschaftsstand „Kanada“ bietet ihnen die Möglichkeit zum Auftritt in „Germany“. Unter ihnen natürlich auch den Herstellern von Ahorn-Sirup, dem Saft aus dem Nationalsymbol Ahornblatt. Im Jahr 2009 erhielt Messebau Wörnlein erstmals den Zuschlag bei der Ausschreibung des kanadischen Konsulats in Düsseldorf für den Gemeinschaftsstand. Seither betreut das Unternehmen aus Nürnberg die Kanadier jährlich auf der Biofach.

So auch 2018. Hier präsentierten sich 32 Aussteller auf über 300 Quadratmetern Fläche. Der Auftraggeber ist inzwischen die Canadian Unlimited Inc. – unter anderem als offizieller Repräsentant für deutsche Messen sowie Märkte weltweit. „Mittlerweile sind wir mit dem Kunden eng vertraut. Die Kommunikation läuft hauptsächlich per E-Mail

und Telefonkonferenzen“, erklärt der für das Projekt zuständige Designer und Koordinator Branko Tomic. Der Stand entsteht jedes Jahr neu aus Modular-Systemen und Eigenanfertigungen, die bei Wörnlein eingelagert sind. Auffälligstes Individualbau-Element ist der umlaufende Rahmen, der den Stand über den Köpfen der Besucher umspannt. Rot – exakt im Ton der Landesflagge. Der Schriftzug „Canada“ steht in erhabenen, kursiven Serifenbuchstaben auf dem Rahmen. Rechts und links jeweils flankiert vom roten Ahornblatt. „Fast jeder Stand hat umlaufende Stoffblenden. Mit dem Rahmen und der 3D-Symbolik wollten wir etwas Neues machen und auffallen“, erklärt Branko Tomic die Design-Idee (www.woernlein.de). JK ■

Socionext: Wie lassen sich CI und Gestaltungsrichtlinien des asiatischen Unternehmens auf den Geschmack deutscher Messebesucher adaptieren?

Socionext: How can the CI and design guidelines of the Asian company be adapted to the tastes of German trade fair visitors?

Photo: Bruns

LEBENDIG. KOMMUNIZIEREN. IM RAUM.

bluepool in 1 Minute.

**Unser Verständnis von Zusammenarbeit ist
„Vernetzt. Vertraut. Verstanden.“**

Mit Begeisterung, Erfahrung und Kreativität inszenieren wir einzigartige Messeauftritte und faszinierende Veranstaltungen. Immer mit dem Fokus auf Ihren perfekten Markenauftritt – standardisiert oder individuell und regional, national oder international. Gemeinsam schaffen wir individuelle, faszinierende Markenräume, die zum Erlebnis werden.

www.bluepool.de