



Messestände mit Wow-Effekt

KONSEQUENT AUF QUALITÄT AUSGERICHTET

Den Stand realisierte Hospes innerhalb von zwei Monaten. Der Aufbau allein dauerte rund zwei Wochen. Nicht nur Präzision war gefragt, allein die Materialmenge mit 20 Lastzug-Ladungen war riesig.

Alle drei Jahre findet die Bauma, die internationale Fachmesse rund um Baumaschinen, in München statt. Im April 2010 war es wieder soweit: Zahlreiche Hersteller präsentierten ihre Produkt-Highlights und warben um die Gunst neuer Kunden. Beste Chancen hatten diejenigen Aussteller, die sich mit ihrem Messekonzept von der Masse abhoben. So etwa der Hydraulikspezialist Bosch Rexroth, dessen Stand von den Messebauprofis „Hospes Team“ realisiert wurde.

Auch die Messebau-Branche hat die Krise hart getroffen. „Zahlreiche Messebauer stehen vor großen Problemen, da viele Unternehmen ihr Budget gekürzt haben und es weniger internationale Messen gibt“, erzählt Georg Tsavas, Geschäftsführer des Hospes-Teams aus Leinfelden-Echterdingen. Doch es gibt Ausnahmen: „Wir konnten im vergangenen Jahr trotz des schwierigen Umfelds um über fünf Prozent wachsen und auch für 2010 sieht es recht gut aus“, so Tsavas stolz. Das Geheimnis seines Erfolgs sieht er einerseits in den innovativen Lösungen und andererseits in der konsequenten Ausrichtung auf Qualität. Beides werde von seinen Kunden sehr geschätzt und habe sich im Laufe der Jahre bei vielen Unternehmen herumgesprochen. So konnten die Schwaben vor allem durch das Neukundengeschäft Wegfälle gut kompensieren.

IMAGE MUSS SICH WIDERSPIEGELN

Einer dieser Neukunden ist Bosch Rexroth. Das Unternehmen zählt zu den Marktführern im Bereich der Antriebs- und Steuerungstechnologien unter anderem für mobile Arbeitsmaschinen und Nutzfahrzeuge. Dieser Anspruch sollte sich auch im Messeauftritt der Firma auf der Bauma 2010 widerspiegeln. Das Konzept wurde von der AV Communication GmbH in Zusammenarbeit mit der „welcome-net GmbH“ und Frank C. Ulrich als Creative Director entworfen – dann war das Know-how der Echterdinger gefragt. Der Stand hatte eine Grundfläche von rund 700 Quadratmetern, davon



Jede Produktgruppe wurde in einer anderen Farbklammer den Messebesuchern präsentiert.



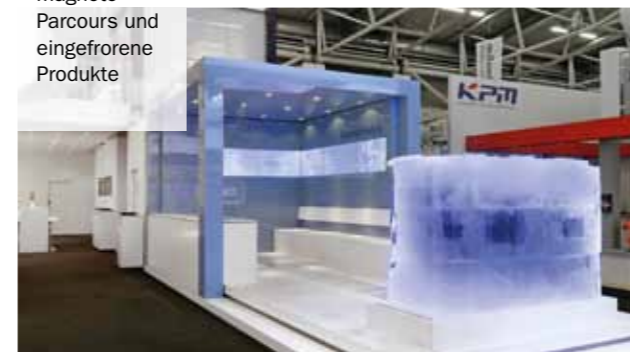
Ein Schieferboden passte gut zu edlen Optik



waren 300 Quadratmeter zweigeschossig. „Besonders knifflig war die Deckenkonstruktion. Da sehr viel Technik hier untergebracht war, mussten wir leichtes Material einsetzen, um die Belastungsgrenze der Hallendecke nicht zu überschreiten“, erzählt Tsavas. Das zentrale Element des Standes ist eine 15 Meter durchmessende abgehängte, segmentierte Projektionsfläche: Nach außen als CI-Fläche, nach innen als medial bespielte Klammer entworfen, die die verschiedenen Werte der Exponate von Bosch Rexroth kommuniziert.



Anders sein als andere: Anziehungsmagnete Parcours und eingefrorene Produkte



Gebaut aus weißem Stoff, verstrebungsfrei konstruiert, damit keine Schatten entstanden, wenn die einzelnen Kreis-Segmente mit Filmen oder Bildern bespielt wurden. Hochwertige Materialien und deren präzise Verarbeitung unterstrichen das Image von Bosch Rexroth. Viele Elemente

wurden etwa mit Hochglanzlack in unterschiedlichen Farben überzogen, Glaswände, große stegfreie Bildschirme und Strahler setzten besondere Akzente. „Ein Highlight war auch der schwimmend verlegte Schieferboden im ersten Stock, der sehr edel wirkte“, so Tsavas. Fugenfreie Decken, bei denen keinerlei Befestigungen sichtbar waren, hochwertiges Inventar wie Stühle und Tische rundeten das Bild ab. „Schon in der Planungsphase wird darauf geachtet, dass ein Großteil der Materialien wiederverwendbar oder recyclebar ist“, unterstreicht Tsavas.

MIT BLICKFÄNGEN ARBEITEN

Doch das Besondere des Unternehmens sollte nicht nur in der Optik seinen Ausdruck finden – auch die Art und Weise, wie die Produkte den Besuchern präsentiert wurden, sollte einmalig sein. „Ein wahrer Anziehungsmagnet war ein Parcours, auf dem die Besucher mit ferngesteuerten Mini-Baufahrzeugen ihr Geschick unter Beweis stellen konnten“, erzählt der Hospes-Chef. Der Clou: Alle Fahrzeuge waren mit der Hydrauliktechnik des Unternehmens ausgestattet. Der Andrang war teilweise so groß, dass der Parcours nur in Intervallen in Betrieb war. An einer anderen Stelle präsentierte Bosch Rexroth einige Produkte eingefroren in einem Eisblock. „Das Eis war so kalt, dass es während der Messe kaum schmolz, lediglich in der Nacht wurde es abgedeckt. Auf jeden Fall war das ein weiterer Eyecatcher auf dem Stand, wie uns das Unternehmen nach der Messe bestätigte.“

Apropos Rückmeldung: Die Mitarbeiter des Ausstellers waren laut Tsavas hellauf begeistert von ihrem neuen Stand. „Bei vielen – so wurde uns berichtet – stellte sich ein Wow-Effekt ein, als sie das erste Mal ihre Messepräsenz erblickten. Das hatte auch sehr positive Auswirkungen auf den Erfolg.“ ■

-hf

► WWW.HOSPES-TEAM.DE