

# Logistik-Themen auf dem Messestand

Wie werden Themen einer Logistik-Messe auf den Messeständen gestalterisch präsentiert und inszeniert?

Text: Ingrid Wenz-Gahler

Jede Messe hat ihre eigenen Themen, Funktionen und ihre ganz spezielle Besucherstruktur, auf die Messeverantwortliche, Messegestalter und Messebauer reagieren müssen. Eine Industriemesse ist anders als eine Konsumgütermesse, eine Kunstmesse anders als eine Weinmesse. In diesem Beitrag habe ich eine Logistik-Messe ausgewählt. Hier geht es im Angebot um Förder- und Lagertechnik, um Lager- und Betriebseinrichtungen, Produktionssteuerung, Versand und Transport, um die Software dieser Bereiche, um Umwelttechnik, Recycling und Entsorgung, aber auch um Themen wie Beratung, Planung, Informations- und Kommunikationstechnik, E-Commerce u. v. a.

## WIE WERDEN SOLCHE THEMEN GESTALTERISCH ÜBERSETZT?

Wer Maschinen und Großgeräte zeigen will, braucht Platz. Da mein Fokus auf kleineren Messeständen bis max. 150 m<sup>2</sup> liegt, können Unternehmen, die auf solchen Ständen ausstellen, nur kleinere Ge-

räte vorstellen, wenn Besucher auch noch auf dem Stand Platz finden sollen. Bei den gezeigten Praxisbeispielen wie GFS, Kyowa und auch SAFELOG war dies möglich. Unternehmen, die keine Produkte, sondern Dienstleistungen anbieten, wie Unternehmen für Beratung und Planung oder Kommunikation und Information, zeigen ihre Fähigkeiten über Bildschirme, Gesprächsrunden, Flyer.

Da diese Messen von vielen technischen, auch kleinteiligen, Formen geprägt sind, spielt der Einsatz der Firmenfarbe zur Wiedererkennung eine große Rolle; auf abgehängten Bannern, Logos, großflächig auf den Standwänden. Zur Information über technische Details wird viel Grafik eingesetzt, in Form von Schrift und Bild bis hin zum Großfoto – wie seit Jahrzehnten üblich.

Design wird auf diesen Messen eher kleingeschrieben. Bei den hier ausgewählten Praxisbeispielen konnte ich gute Lösungen finden.

## WIE KÖNNEN KLEINE STÄNDE AUF SOLCHEN MESSEN AUFFALLEN, ÜBERHAUPT WAHGENOMMEN WERDEN?

- Firmenfarben plakativ und großflächig einsetzen

- Einfache Formen großflächig für das Standdesign einsetzen, vor allem, wenn die Produkte selbst kleinteilig sind
- Produktfarben einbeziehen, wenn diese Signalcharakter haben
- Wertigkeit der Produkte in wertige Materialien und Farben übersetzen
- Materialkontrast aufbauen, um die Wahrnehmung des Produkts zu steigern (wie bei Kyowa)
- Mit der Lichtgestaltung Produkte hervorheben, kein gleichförmiges Licht wählen, das alle Informationen und Formen „aufsaugt“
- Großfotos, die den Stand vergrößern können

## VERNETZUNG

1 Die zentralen Themen für den Messeauftritt waren „TRAKTION – Innovative Ladetechnik für Antriebsbatterien“ und „Vernetzung über LAN“. Gestalterisch wurde das Vernetzungsmotiv aufgegriffen, in Szene gesetzt und in ein grafisches Netzwerk auf die Hausfarbe Blau übertragen. Dadurch entstand im Stand eine sphärische Atmosphäre mit großem Aufmerksamkeitswert. Auf dem vorderen hinterleuchteten Panel, das in den Stand

hineinführte, wurden die wesentlichen Produktmerkmale als Bullet Points auf dem Netzwerkmotiv aufgelistet. Die Ladestationen und Einzelladegeräte wurden links und rechts von der Theke vor dem Netzwerkmotiv live vorgestellt. Einzelne Geräte wurden für die Messe mit einer blauen Innenbeleuchtung versehen.

**Aussteller:** GFS Gesellschaft für Stromversorgungstechnik mbH, Gottenheim  
**Messe:** LogiMAT 2018, Stuttgart  
**Design:** Harald Müller von Müller Messebau  
**Grafikdesign:** Clemens Vomstein, Freiburg  
**Messebau:** Müller Messebau GmbH, March Hugstetten  
**Standgröße:** 25 m<sup>2</sup>, 4 m hoch

## MULTIMEDIAL UND POLYGONAL

2 Miebach Consulting ist eines der größten Consulting- und Engineering-Unternehmen in der Supply-Chain-Beratung. Hier geht es um die Überprüfung der Effizienz von Beschaffungs-, Produktions- und Distributionsnetzwerken, um die Leistungsfähigkeit der Lieferketten zu verbessern.

Auf dem Messestand wurde die multimediale Kommunikation des Beratungsunternehmens in die polygonale Formwelt des Miebach-Corporate-Designs in den Firmenfarben Blau-Weiß integriert. Zentrales Kommunikationselement des architektonischen Gesamtkonzepts war ein 4 x 7 Meter großes LED-Display. Hier trafen komplexe multimediale Botschaften auf die klare Designsprache der Architektur. Schnell erfassbare Image-Aussagen wurden großzügig inszeniert und erleichterten den Besuchern den Zugang zu dem vielschichtigen Thema „Supply

Chain Consulting“. Funktionales und in die Architektur integriertes Standmobiliar unterstrich die offene und einladende Wirkung des Standes.

**Aussteller:** Miebach Consulting GmbH, Frankfurt/Main  
**Messe:** LogiMAT 2017, Stuttgart  
**Design:** Quandelstaudt Design GmbH, Frankfurt/Main  
**Messebau:** Fruhen Messebau GmbH + Co. KG, Viersen  
**Standgröße:** 70 m<sup>2</sup>

## PULSE ROLLER

3 Kyowa produziert Komponenten für intralogistische Förderanlagen. Das Standdesign legte den Fokus auf die Produkte, die sich als Teil eines komplexen übergeordneten Systems der Wahrnehmung eher entziehen. Der nach außen hin weiße Stand verdeckte gezielt die Sicht auf das in Schwarz gehaltene Innere, ließ aber Blick- und Zugangsöffnungen frei. Auf den schwarzen Innenwänden benannten grau gedruckte Schlagworte die Produktvorteile der Exponate. Das auf ein Minimum reduzierte Farbkonzept wirkte hochwertig und betonte die Produkte, an denen sich wenige farbige Elemente befinden. Die einzige – und damit sehr präsent wirkende – blaue Schrift ist der Firmenslogan auf der dunklen Wand hinter der Theke. Die Exponate wurden auf dicken Holzbohlen aus unbeisäumter Eiche platziert und kontrastierten dadurch mit den technischen Produkten. Eine blendfreie, akzentuierte Beleuchtung betonte die Farbe des Holzes und ließ die Produkte präzise wirken.

**Aussteller:** Kyowa Europe, Leichlingen und Sofia  
**Messe:** LogiMAT 2018, Stuttgart  
**Design:** Jörg Illigen Wolf Partner, Wuppertal

**Messebau:** Warenwerk GmbH, Wuppertal  
**Standgröße:** 35 m<sup>2</sup>, 5 m hoch

## SICHERUNG DURCH SIGNALWIRKUNG

4 Das Standdesign wurde bewusst auf das neueste Produkt des Kunden (die Produktrange AGV S/M/L) ausgelegt, die Unternehmensfarben Silber/Gold/Anthrazit wurden dafür um die Produktfarbe Orange ergänzt. Am Produkt selbst erzielt die Farbe – neben Design und Image – die nötige Signalwirkung zur Sicherung der „Fahrerlosen Transportsysteme“ im Betrieb. Die Standgestaltung spielte mit dieser Intention: Das Orange lenkte den Blick der Besucher auf sich, blieb aber im Raum zurückhaltend. Standaufbau und Design wirkten kraftvoll und dynamisch, dem Produktbereich entsprechend, und gaben den in Aktion gezeigten Produkten optisch wie real ausreichend Raum. Im Vordergrund stand immer die wertige Materialität, die auch die Wertigkeit der Produkte übersetzte, und die Unfallsicherheit, denn der Besucher bewegte sich auf dem Stand zwischen den selbstfahrenden Systemen. Ganz im Zentrum stand eine orangefarbene Teppichinsel, die die Besucher magnetartig in das Zentrum des Standes zog.

**Aussteller:** SAFELOG GmbH, Markt Schwaben  
**Messe:** LogiMAT 2017, Stuttgart  
**Design:** Claudia Schlutter und Melanie Beckmann, Bielefeld  
**Messebau:** Plan2 GmbH, Essen  
**Standgröße:** 72 m<sup>2</sup>

- 1 GFS - Vernetzung über LAN
- 2 Miebach Consulting mit multimedialer Kommunikation
- 3 Pulse Roller von Kyowa, halboffener Stand, außen
- 4 Kyowa - Innenansicht des Standes
- 5 SAFELOG mit Signalwirkung

Fotos: Müller Messebau, Quandelstaudt, Jörg Illigen (2), Tom Gonsior/München

