

# Grafische Lösungen als Blickfänge

Kommunikation, im Raum ganz grafisch gelöst, erreicht einen hohen Aufmerksamkeitsgrad.

Text: Ingrid Wenz-Gahler

Bild- und Textgrafik dürfte die älteste Form der Kommunikation auf Messeständen sein, wenn es darum geht, etwas über ein Produkt auszusagen. Produktbeschreibungen und -bezeichnungen, Diagramme, Slogans und Bildsymbole sind noch immer die gebräuchlichsten Formen der Grafik. Die Ausdrucksmöglichkeiten, auf Messeständen mit Grafik zu arbeiten, sind aber weitaus größer, denn Grafik-Design ist ein Medium, das nicht nur Sprache und Gedanken visuell darzustellen vermag, theoretische Zusammenhänge sichtbar, lesbar und vermittelbar machen kann. Es kann auch Produkte beschreiben und ihre Inhalte verständlich kommunizieren. Die markanteste Grafik auf einem Stand besteht aus Logo, dem Firmenschriftzug und dem Slogan, die groß und weithin sichtbar als Blickfang und zur Erkennung dienen. Daneben gibt es im Stand Produktkennzeichnungen direkt beim Produkt, die die Orientierung auf dem Stand erleichtern. Durch die Digitalisierung und das Internet haben sich für die Besucher die Mög-

lichkeiten verändert, Produktinformationen zu erhalten, sodass die Grafik auf dem Stand einen anderen Stellenwert erlangt hat. Neben der unmittelbaren Zuordnung von Grafik zum Produkt wird sie zunehmend so eingesetzt, dass sie auffällt, raumprägend und -bildend ist und dadurch Messeräume entstehen können, in denen man durch die Gestaltung die Besucher unmittelbar berühren kann. Besonders reizvoll wird Schriftgrafik, wenn sie den informativen Charakter verlässt und zum auffallenden Ornament wird, das die gesamte Standgestaltung prägt, zu einem Muster, das als Gesamtbild wahrgenommen wird. Da können Slogans, Produktmerkmale oder Firmenphilosophien als Textblock ganze Standwände überziehen. Produktformen können in Textbilder übersetzt werden, deren Inhalt sich dem Betrachter nur durch langes Verweilen erschließen. Es können aber auch Grundelemente der grafischen Gestaltung wie Punkte oder Linien durch den Messeraum wandern, um inhaltliche Aussagen zu machen, z. B. Be-

- 1 Wortschulpturen standen für zwei Papier- und Druckverbände
- 2 Grüne Streifen als Sinnbild für Bewegung bei europcar
- 3 Tonieboxen wie Spielzeugwürfel als Blickfang
- 4 Wobentische für Berliner Zukunftsorte





wegung auszudrücken, Kommunikation darzustellen. Die Grundelemente können zu Flächen wachsen, um als Raster eine ganz eigene Ausdrucksform zu erlangen. Grundformen der Grafik und Gestaltung können als Fläche einen ganzen Messeraum und die Architektur beeinflussen und in Möbelformen, an Decken und Wänden flächig oder dreidimensional die Produktpräsentation prägen. Einen besonders hohen Aufmerksamkeitswert haben grafische Elemente, wenn sie in die 3. Dimension übersetzt werden, wie der Firmenschriftzug oder ein markanter Produktname, riesengroß als Skulptur gebaut, die einen Stand abgrenzt oder gliedert. Eine Skulptur, die weithin sichtbar ist. Produkte und Produktinhalte können aber auch durch Illustrationen atmosphärisch aufgeladen werden, z. B. durch spielerische Bildelemente, die eine Geschichte erzählen, wie Comics und Kinderzeichnungen, die überraschen und dadurch Neugierde wecken. Grafik auf Messeständen kann hohe Aufmerksamkeit erzielen, emotional berühren, kommunikativ sein.

Mit Vergrößerungen, Wiederholungen, Übersetzung in 3D oder Schrift als Ornament sind nur einige der Möglichkeiten genannt.

### DRUCK UND PAPIER ALS SKULPTUREN

1 Erstmals stellten die beiden Verbände die Kernthemen der Drupa, Druck und Papier, mit überdimensionalen Wortsulpturen auf einem Gemeinschaftsstand vor. Erstmals präsentierten sich die beiden Verbände Deutscher Pa-

pierfabriken und Druck und Medien auf einem Gemeinschaftsstand. Als Statement standen die 3,50 m hohen Wortsulpturen „Paper“ und „Print“ Rücken an Rücken im Mittelpunkt der Ausstellungsfläche, wodurch diese diagonal geteilt wurde. „Paper“ war in weißes Papier gekleidet, „Print“ collagenhaft bedruckt und stellte nahezu alle Drucktechniken dar.

**Aussteller:** VDP und bvdm, Bonn

**Messe:** Drupa 2016, Düsseldorf

**Design/Umsetzung:** D'Art Design Gruppe GmbH, Neuss

**Standgröße:** 180 m<sup>2</sup>

### DAS GRÜNE BAND DER FLEXIBILITÄT

2 Angepasst an das Angebot von Autovermietungen, für jeden beliebigen Zweck das passende Fahrzeug zu haben, sollte dieser Messestand ebenfalls an Kampagnen und Branding schnell angepasst werden können. Dafür wurde ein flexibler und hochwertiger Systemstand entworfen, mit Kederrahmen für unterschiedliche Raummodule. Je nach Kampagne können die großflächigen Oberflächen als Prints in den Kederrahmen ausgetauscht werden. Die grüne Streifen grafik stand symbolisch für Flexibilität, Bewegung, Freiheit.

**Aussteller:** EUROPCAR Autovermietung, Hamburg

**Messe:** IFBA, Kassel 2015

**Design/Umsetzung:** Raumschiff, Hamburg

**Standgröße:** flexible Raumgrößen

### HÖRBOXEN WIE SPIELZEUGWÜRFEL

3 Wie Bauklötze in einem Kinderzimmer waren die Tonieboxen auf dem Messestand übereinander gestapelt. Über ei-

ner tischgroßen Toniebox schwebte eine übergroße Hörspielfigur und lockte weithin sichtbar die Besucher an, die dieses neuartige Hörerlebnis auf Herz und Ton testen konnten. In einer maßgeschneiderten Smartbox konnten Hörspiele kinder- und elternfreundlich erzählt werden: Einfach die zu der Kindergeschichte zugehörige Figur auf die Box stellen und schon startete das Hörerlebnis.

**Aussteller:** Boxine GmbH, Düsseldorf

**Messe:** Spielwarenmesse 2016, Nürnberg

**Design:** dreiform GmbH, Köln

**Umsetzung:** Ixpo GmbH & co KG, Kaarst

**Standgröße:** 46 m<sup>2</sup>

### BERLINER ZUKUNFTSORTE

4 Zehn Berliner Zukunftsorte wurden gemeinsam im City Cube präsentiert. Ziel war es, innerstädtische Flächen mit hohem Wirtschaftspotential und unterschiedliche Aspekte nachhaltiger Stadtentwicklung zu beleuchten und Zukunftsthemen urbaner Entwicklung in Szene zu setzen. Sie wurden in wabenförmigen Holztischen dargestellt, auf denen ein KUKA-Roboter agierte. Sobald per Touchscreen ein Ort ausgewählt wurde, startete er seinen virtuellen Flug und spielte einen medial aufbereiteten Film ab. Die Wabenform wiederholte sich als filigrane Decke und Wandgestaltung.

**Aussteller:** Berliner Senat

**Messe:** Metropolitan Solutions im City Cube Berlin 2015/16

**Design:** TRIAD Berlin, Berlin

**Umsetzung:** ditmann & friends, Eventtation Veranstaltungstechnik, Berlin

**Standgröße:** 100 m<sup>2</sup>

