



AUTHENTISCHES ERLEBEN

# Eintauchen in Markenwelten

Temporäre Gebäude und mobile Promotion-Trucks sind mehr als nur eine nützliche Hülle. Wenn sie stimmig auf das Gesamtkonzept abgestimmt sind, werden sie zum integralen Bestandteil des Auftritts oder gar des Brandings.





Schnee und Blütenpracht: „Living Nature“  
bot alle Witterungen parallel nebeneinander.  
FOTO: SAVERIO LOMBARDI VALLAURI



VON GWEN KAUFMANN

**Wohlfühlen beim Hausputz? Was wie ein Gegensatz klingt, soll nach dem Willen von AEG durch sein Geräte-Portfolio an kabellosen Haushaltshelfern Realität werden.** Was in der Theorie schwer vorstellbar ist, braucht einen Praxistest. Das Nürnberger Unternehmen schickt seine Wunderwaffen deshalb zum Anfassen und Ausprobieren durch die Republik. Unter dem Namen „Experience on Tour“ können Geräte rund ums Reinemachen getestet werden – und zwar in einer gemütlichen Wohnzimmeratmosphäre. Für die Tour haben die Franken einen Cube Expo Anhänger von Most, Fürth, mit einem modernen Wohnambiente ausstatten lassen. Der Boden wurde in heller Holzoptik gehalten und die Rückwand mit einem aktuellen Corporate Style von AEG bestückt. Das Motiv zeigt eine einladende Sitzgruppe auf Holzbohlen vor einem Panoramafenster mit Blick in Baumwipfel. Durch die Farbangleichung von Foto und Bodenbelag gewinnt der Raum optisch mehr Tiefe und wirkt größer, als es die 19,5 Quadratmeter Präsentationsfläche tatsächlich sind. Helle, vollflächige Ausleuchtung rückt die Produktneuheiten ins rechte Licht. Gepaart mit großflächiger Verglasung vermittelt das den Eindruck eines gemütlichen Wohnzimmers, das es staub-

Wir holen unsere Kunden direkt dort ab, wo sie sich befinden.



frei zu halten gilt. Der 6,3 Meter lange Anhänger ist somit mehr als Präsentationsraum, er wird durch die authentische Innenausstattung integraler Bestandteil des Promotion-Konzepts von AEG. Zwei



Ein Pavillon, vier Jahreszeiten: Membran und Klimatechnik ermöglichen die Gleichzeitigkeit.

FOTO: SAVERIO LOMBARDI VALLAURI



Hereinspaziert ins Wohnzimmer: Realitätsnahe Wirkung im Promotion Anhänger. FOTO: MOST

# 45

Minuten dauert die Verwandlung des Modulbox Max-Kubus vom Anhänger zum Pop-up Retail-store inklusive Warenpräsentation an Click-and-drop-Wandhakensystem.

Wochen hat die Realisierung des Innenausbaus durch Most gedauert, bis der Infostand einsatzbereit zum Entdecken war. Die ersten Kundenreaktionen auf den Truck zeigen, dass er als einladend



empfundener wird. Genau das ist es, was Christian Beidatsch, AEG Home Care & SDA, sich gewünscht hat. „Wir wollten den Kunden packen und ihm die Produkte in die Hand geben, um sie auszuprobieren“, so der Marketing Activation Manager. Das Konzept ist bei den ersten Stationen gut angenommen worden: „Die Leute haben mitgemacht, sie haben wirklich unsere Produkte erlebt“, freut sich Beidatsch.

Der neu entwickelte mobile Shop von Hunter lässt ebenfalls keine Berührungängste aufkommen. Der Spezialist rund um Zubehör für Hund und Katze nutzt eine Modulbox Max, um näher bei seinen zwei- und vierbeinigen Interessenten zu sein. „Wir holen unsere Kunden direkt dort ab, wo sie sich mit ihren Tieren befinden“, sagt Simona Klimpke. Ausgestattet mit mobilen Regalsystemen und einem individuellem Branding auf dem Transportcover hat Hunter erstmals einen solchen Trailer für mobile Promotions im Einsatz. Den ersten Auftritt hatte er auf der Messe Faszination Heimtierwelt in Düsseldorf, gefolgt von weiteren Stationen in Hannover, Münster, Sankt Augustin, Verl, Rostock und Dortmund. Die Hunter-Marketingexpertin ist von der Handhabung angetan: „Wir können mit der Modulbox Max, die wir komplett bestückt auf die Reise schicken, schnell und flexibel vor Ort sein.“



Mietmobiliar

Logistik

Catering

Messebau



Übersichtlich: Hier ist für jeden Zwei- und Vierbeiner etwas dabei.

FOTO: HUNTER INTERNATIONAL



Frei nach dem Prinzip: anreisen, auspacken, verkaufen.“ Das offene Design des Verkaufskiosks sorgt für eine gute Zugänglichkeit von vielen Seiten – auch für Kunden in Begleitung ihrer vierbeinigen Freunde. Damit passt der Promotionanhänger zur Marke und ihrer Motivation, Tieren und Haltern Freude und Komfort zu bereiten sowie beste Funktionalität zu bieten.

Zu einem schon aus der Ferne gut sichtbaren Markenzeichen für den guten Zweck ist das Zirkuszelt Pink Galaxy geworden, das Losberger De Boer, Bad Rappenau, jährlich für den Moon Walk im Londoner Clapham Common Park errichtet. Der wohltätige Spendenlauf der Initiative ‚Walk the Walk‘ sammelt Geld für die Brustkrebshilfe, deren Erkennungs-

farbe Pink ist. Tausende Moon Walker liefen im Mai 2018 einen Marathon- oder Halbmarathon für die gute Sache – und zwar in auf das Thema abgestimmter Bekleidung. Das 9.500 Quadratmeter große Zelt fungiert als Dreh- und Angelpunkt des Events und ist bei den engagierten Läuferinnen überaus beliebt, wie Nina Barough, Gründerin und Geschäftsführerin der Initiative Walk the Walk, bestätigt: „Die Teilnehmer des Moon Walks lieben die pinkfarbige Zeltlandschaft, die inzwischen seit über zwölf Jahren den Clapham Common Park ziert. Das Motto der diesjährigen Veranstaltung lautete ‚Der wilde Westen‘ und das Pink Galaxy trug dazu bei, dass wir eine aufregende Atmosphäre gestalten konnten, in der sich die

Next Level: Umweltfreundlichkeit dank temporärer Architektur beim UN-Klimagipfel.

FOTO: NEPTUNUS /

PAUL POELS FOTOGRAFIE MEERLO





Schon ein Markenzeichen: das pinke Zirkuszelt beim jährlichen Moonwalk.

FOTO: LOSBERGER  
DE BOER

Teilnehmer des Moon Walks in ihren aufwendigen Kostümen, mit denen sie auf das Thema Brustkrebs aufmerksam machen wollten, sehr wohl fühlten.“

Nicht nur eine, sondern gleich vier spezielle Atmosphären konnten Besucher des Salone del Mobile Milano 2018 auf der Piazza del Duomo durchlaufen. Auf 500 Quadratmetern einer temporären Struktur fanden sich in voneinander abgegrenzten Parzellen die Jahreszeiten Frühling, Sommer, Herbst und Winter. Nacheinander konnten Besucher in die klimatisch unterschiedlichen Zonen des Gartenpavillons eintauchen und die jahreszeitgemäße Natur erleben. Das von Carlo Ratti Associati CRA in Zusammenarbeit mit Studio Römer entwickelte Projekt „Living Nature. La natura dell'abitare“ wollte damit die nachhaltige Vereinbarkeit von Urbanität und Natur verdeutlichen. Denn um die Wetterzonen zu kreieren, musste ein ausgeklügeltes Konzept der Energieströme entworfen werden. Eine Membran in fünf Metern Höhe sorgte für dynamische Filterung des Sonnenlichtes, Photovoltaik-Paneele erzeugten Energie, die, je nach Bedarf, für die Kühlung und Erwärmung der Bereiche eingesetzt wurde. So geht Klimatechnologie auf nachhaltige Weise.

#### Temporäre Strukturen lassen sich nachhaltig realisieren

Umweltfreundlichkeit stand auch auf der Prioritätenliste der UN-Klimakonferenz COP23 ganz oben. Mit entsprechendem Augenmerk suchten die Vereinten Nationen den Veranstaltungsort der vom 6. bis 17. November 2017 in Bonn über die Bühne gegangenen Tagung aus. Die Wahl fiel auf temporäre Architektur: Das Team von Neptunus Structures, Düsseldorf, errichtete ein

temporäres Konferenzzentrum, das nach der Veranstaltung rückgebaut wurde, um die Materialien anderswo wiederzuverwenden. Errichtet wurden zwei Gebäude aus dem Evolution-Programm des Unternehmens mit einer Gesamtfläche von über 15.000 Quadratmetern. Die große Halle, zu der ein Mezzanin-Geschoss gehörte, bot auf über 10.000 Quadratmeter vor allem Ausstellungsfläche. Ein zweites temporäres Gebäude mit über 5.000 Quadratmetern beherbergte Konferenzräume und Flächen für private Treffen. In Sachen Nachhaltigkeit ging die Rechnung auf: Das Zertifikat Eco-Management Audit Scheme (Emas) bestätigt die Veranstalter erstmals die erfolgreiche und umweltfreundliche Durchführung der Konferenz.

#### ● SUMMARY

**Immersing in brand worlds:** Temporary structures and mobile promotion trucks are more than just expedient paraphernalia. If they are consistently integrated into the overall concept, they become an integral element of the presentation or even of the branding strategy itself. AEG has made use of this concept for its 'Experience on Tour' and has decorated its promotion trailer in a living-room atmosphere for visitors to test domestic appliances. The Pink Galaxy circus tent, put up at the Clapham Common Park in London every year by Losberger De Boer, Bad Rappenau, for the Moon Walk, has become a signature brand mark for a good cause. The tent is the event's centroid and is extremely popular among participants.



KLIMAGERÄTE

UND

LÜFTUNGSANLAGEN

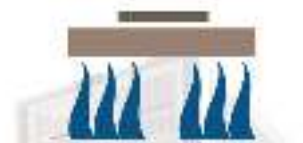
FÜR

VERANSTALTUNGEN

UND

MESSEN

MesseKlima  
BERLIN



DAS PERFEKTE WETTER  
FÜR IHRE MESSE

+49 (0)30 / 63 975 976  
www.messeklima.berlin  
info@messeklima.berlin

Jetzt informieren!