

Auftritt nach Maß. Aufmerksamkeit erreichen Messe-Aussteller durch Innovationen im Standbau. Sieben Ideen, die Ihren nächsten Auftritt zum Erfolg machen.

Der Aluminiumturm ist beeindruckend.

Beim Blick auf die Spitze ihres Messestandes wird es Astrid Krenn fast ein wenig schwindlig. Fast sechs Meter hoch wirkt das Wahrzeichen der Aussteller des Oberflächenmesstechnik-Unternehmens Alicona Imaging ein wenig wie eine überdimensionale Skulptur. „Unser Turm ist überall zu sehen, das merken wir schon an der Reaktion der Messebesucher“, sagt Astrid Krenn. Für sie hat sich die Investition in das Ungewöhnliche jedenfalls gelohnt: „Mit dem Aluprofil zeigten wir, dass wir Oberflächen auch mit steilen Flanken messen können.“

Schon oft totgesagt sind Messen immer noch eines der wirkungsvollsten Medien, ein Unternehmen und seine Produkte vor interessiertem Fachpublikum zu präsentieren. Aufmerksamkeit ist vor allem durch Innovationen im Standbau garantiert. Doch wie stellen Sie sicher, dass Ihr Stand im kommenden Messejahr zum ultimativen Eyecatcher wird? Sieben Ideen für mehr Wirkung, mehr Besucher und mehr Erfolg bei Ihrem Messeauftritt.

1 Erobern Sie den Luftraum

Erst einmal gilt es in der Masse überhaupt gefunden zu werden. Beim Betreten der Halle breitet sich vor dem Messebesucher eine lebhaftere Landschaft aus, gestaltet aus kleinen Welten. „Um schon beim ersten Rundumschauen aufzufallen, haben sich Bauten nach oben hin, wie Fahnen oder Banner, bewährt, die man mit dem richtigen Licht optimal in Szene setzt“, so Susanne Boldizsar von der C&C Agency. Je nach Höhe, Durchmesser und Anbieter fallen die Kosten natürlich unterschiedlich aus. Ein rundes Traversengerüst mit einem Durchmesser von 10 Metern und sechs Metern Höhe inklusive Plane kann auf über 4.000 Euro kommen. Ein ähnliches Gerüst wählte Julia Neumayer für den Messeauftritt des Kabelanbieters Lapp Austria. Als Insel konzipiert, ragte im Kreis über der Mitte der Standfläche das Banner der Lapp Group. „Unser Banner überragte die Höhen der

anderen Messestände und war nach allen Seiten weit sichtbar“, sagt Neumayer begeistert. „Egal bei welchem Eingang die Besucher hereinkamen, uns hat man sofort gesehen.“

2 Gehen Sie mit Ihren Plänen zum Psychologen

Würde man also vom Messebesucher gefunden, möchte man ihn natürlich auch zum Bleiben bewegen. Standbauer Helmut Reiter rät, bei der Standgestaltung auf die Erkenntnisse der Neurowissenschaften zurückzugreifen. Denn oft sind es auch unbewusste Hemmschwellen wie Stufen oder zu viel verbaute Fläche, die Besucher am teuren Stand vorbeiziehen lassen. „Messen bedeuten immer Reizüberflutung. Da ist es viel wichtiger, Stimmigkeit zu erreichen, als Paläste zu bauen.“

Auf Kleinigkeiten, die man meist nur unterbewusst, aber eindrucksvoll wahrnimmt, achtet auch Standbauer Egmont Hellmer. „Es macht sehr wohl einen Unterschied, ob etwa eine Tischplatte aus Glas, Kunststoff oder Holz gewählt wird. Materialien werden einfach unterschiedlich gefühlt und tragen zur Atmosphäre und dem Empfinden bei.“ Dasselbe gilt auch für Fußböden. Edler als der hauptsächlich verlegte Teppich wirkt Laminat in Holzoptik. Bei etwa 8 Euro pro Quadratmeter Teppich und 20 Euro pro Quadratmeter Laminatfußboden ist der Preisunterschied im Hinblick auf die Wirkung durchaus zu verkraften. Auch Düfte können, wie man nicht zuletzt dank wirkungsvoller Werbebretter weiß, richtig eingesetzt ein positives Gefühl vermitteln. Knifflig ist die Aufgabe, den Stand zwar einladend, aber nicht zu gemütlich zu machen. „Es ist wichtig, eine Balance zu finden. Denn natürlich wünscht sich der Aussteller, dass die Besucher bei ihm halten und Geschäfte abschließen. Aber bleibt jemand zu lange, kann man sich nicht mehr um die übrigen Besucher kümmern“, so Hellmer.

3 Die Megagrafik

Vorbei sind die Zeiten in denen es noch genügte, Diplome, Auszeichnungen und Fotos des Betriebs eingerahmt an die Standwand zu hängen. Großformatige Grafiken erregen Aufmerksamkeit und ermöglichen zudem einen günstigen Systemstand individuell zu gestalten. „Auf der Real Vienna nutzten wir große Plakate, um aktuelle Projekte vorzustellen“, berichtet Sabine Zwierschitz über die Gestaltung des Messestandes von IG Immobilien. Mit den Plakaten wurde der Fokus auf drei prestigeträchtige Projekte gelenkt, jedes dieser Projekte stand für einen anderen Immobilienbereich, auf welche sich IG Immobilien spezialisiert hat. So war auf den ersten Blick das Interesse geweckt und Gespräche über die Umsetzung und Erfolge ergaben sich ganz von selbst. Je nach Aufwand sind die werbewirksamen Großgrafiken in der kompletten Produktion, also von der Druckvorbereitung bis zum Endprodukt, ab 80 Euro pro Quadratmeter zu haben.

4 Vergessen Sie Plasma, SED ist die Zukunft

Bei wem vor einigen Jahren noch Plasmabildschirme für Staunen gesorgt haben, sind sie heute selbst in Großmutter's Wohnzimmer zu finden. Allerdings kann die Präsentation eines spannenden Filmes immer noch für fasziniertes Anhalten und Gesehen sorgen. Hier sind sich die Experten einig, dass so genannte „Surface conduction Electron Emitter Displays“, kurz SED, den Plasmabildschirmen nicht nur wegen des geringeren Gewichts den Rang ablaufen. Auch die Verleihpreise sind bei so manchem Anbieter trotz der neuen Technologie bereits günstig. So kann pro Gerät durchaus ein Preis von 150 Euro pro Tag inklusive Montage ausgehandelt werden. Dank der Reaktionszeit von unter einer Millisekunde liefert SED auch in schnellsten Szenen noch gestochen scharfe Bilder. Trotz der hohen Bildqualität benötigt SED nur die Hälfte an Energie eines Plasmabild-