

Brand Experience &

TRADE FAIR DESIGN ANNUAL

2023/24

Janina Poesch

avedition

4 EDITORIAL

10 INTERVIEWS

286 IMPRINT

ARCHITECTURE AND MATERIAL

20 ARNO Design GmbH, Munich

RAICO Bautechnik GmbH, Pfaffenhausen
BAU 2023, Munich

24 cartonlab, Molina de Segura

Nidokraft | Cartón Nido de Abeja, S.L.,
Santander
C!Print, Madrid

28 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss

MARTOR KG, Solingen
MARTOR World, Solingen

32 DIIP Projekt GmbH, Cologne

INTERPRINT GmbH, Arnsberg
&CO 2023 – Design Post, Cologne

38 DIIP Projekt GmbH, Cologne

Westag AG, Rheda-Wiedenbrück
BAU 2023, Munich

42 FRAMEWORK GmbH, Cologne

OBI GmbH & Co. Deutschland KG,
Wermelskirchen
OMR Festival 2023, Hamburg

46 Jazzunique GmbH, Frankfurt/Main

DEHN SE, Neumarkt
Light + Building 2022, Frankfurt/Main

50 MAST, Amsterdam

Isola Design Group, Milan
Milano Design Week 2023, Milan

54 METZLER VATER – the experience group,
Munich

REHAU Industries SE & Co. KG, Rehau
World of Windows 2022, Erlangen

58 Studio Bachmannkern GmbH, Solingen

Sika Deutschland GmbH, Stuttgart
BAU 2023, Munich

62 Studio Lakrits AG, Kemptthal

HIRT kinetics AG, Mollis
BAU 2023, Munich

66 VOSS+FISCHER GmbH, Frankfurt/Main

CAPAROL Farben Lacke Bautenschutz GmbH,
Ober-Ramstadt
BAU 2023, Munich

ELECTRONICS AND TECHNOLOGY

72 ATELIER BRÜCKNER GmbH, Stuttgart

TRUMPF SE + Co. KG, Ditzingen
TRUMPF Pop-up, Ditzingen

76 Atelier Markgraph GmbH, Frankfurt/Main

PHOENIX CONTACT Electronics GmbH,
Bad Pyrmont
SPS 2022, Nuremberg

80 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss

Panasonic Marketing Europe GmbH, Hamburg
IFA 2022, Berlin

84 mac. brand spaces GmbH, Langenlonsheim

HOSOKAWA ALPINE AG, Augsburg
K 2022, Dusseldorf

88 MILLA & PARTNER GmbH, Stuttgart

Zehnder Group Deutschland GmbH, Lahr
Center of Climate, Lahr

92 Ruess Group GmbH, Stuttgart

Gerhard Schubert GmbH, Crailsheim
interpack 2023, Dusseldorf

96 SCHMIDHUBER/BLACKSPACE, Munich

BSH Hausgeräte GmbH, Munich
IFA 2022, Berlin

ENERGY

102 Benz & Ziegler, Munich

Wintershall Dea AG, Kassel
ONS | Offshore Northern Seas 2022, Stavanger

106 SCHMIDHUBER, Munich

Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG, Remscheid
ISH 2023, Frankfurt/Main

110 Wecause GmbH, Stuttgart

instagrid GmbH, Ludwigsburg
bauma 2022, Munich

INTERIOR

116 1zu33 GmbH, Munich

Occhio GmbH, Munich
culture of light festival 2022, Munich

120 1zu33 GmbH, Munich

Occhio GmbH, Munich
Milano Design Week 2023, Milan

124 bottega + ehrhardt architekten GmbH, Stuttgart

burgbad AG, Schmallingenberg
ISH 2023, Frankfurt/Main

130 Bruce B. corporate communication
GmbH, Stuttgart

Häfele SE & Co. KG, Nagold
interzum 2023, Cologne

134 conform GmbH, Halle / Westfalen

Vauth-Sagel Systemtechnik GmbH & Co. KG,
Brakel-Erkeln
interzum 2023, Cologne

140 hanczar studio, Wroclaw (S. Hanczar, P. Słowik)

Geberit Sp. z o.o., Warsaw
Zamoyski Palace (Foksal Street), Warsaw
Shigeru Ban and Architecture
for Refugees, Warsaw
4 Design Days 2023, Katowice
Łódź Design Festival 2023, Łódź

144 jangled nerves GmbH, Stuttgart

Häfele SE & Co. KG, Nagold
Häfele Blackbox, Stuttgart
BAU 2023, Munich
interzum 2023, Cologne
Häfele Markenwelt, Nagold

148 Neri&Hu Design and Research Office, Shanghai

CAMERICH | Beijing Triumph Furniture Co.,
Ltd., Beijing
CIFF Shanghai 2022, Shanghai

152 pc-|< paolo cesaretti Arch-, Florence / Milan

Kale Seramik Çanakale Kalebodur Seramik
San. A.Ş., Istanbul
Cersaie 2022, Bologna

156 raumkontor Innenarchitektur, Dusseldorf

Camira Fabrics Ltd., Mirfield
ORGATEC 2022, Cologne

160 raumkontor Innenarchitektur, Dusseldorf

Ege Carpets A/S, Herning
ORGATEC 2022, Cologne

164 Smart Design Expo Sp. z o.o., Wysogotowo

Ciarko Design Sp. z o.o., Warsaw
warsaw home & contract 2022, Warsaw

168 Studio Bachmannkern GmbH, Solingen

Duravit AG, Hornberg
ISH 2023, Frankfurt/Main

172 Studio InteriorPark., Stuttgart

Albrecht JUNG GmbH & Co. KG, Schalksmühle
Milano Design Week 2023, Milan

176 VOSS+FISCHER GmbH, Frankfurt/Main

PALMBERG Büroeinrichtungen +
Service GmbH, Schönberg
ORGATEC 2022, Cologne

180 wd3 GmbH, Stuttgart

wp_westermann products | Karl Westermann
GmbH & Co. KG, Denkendorf
ORGATEC 2022, Cologne

MOBILITY

- 186 Elastique. GmbH, Cologne**
BMW AG, Munich
BMW Welt | Mega Me Experience, Munich
- 190 METZLER VATER – the experience group, Munich**
Daimler Truck AG, Leinfelden-Echterdingen
bauma 2022, Munich
- 194 MOJA Design GmbH, Stuttgart**
Doppelmayr Seilbahnen GmbH, Wolfurt
INTERALPIN 2023, Innsbruck
- 198 MUTABOR, Hamburg**
Great Wall Motor Deutschland GmbH, Munich
Mondial Paris Motor Show 2022, Paris
- 202 SIMPLE GmbH, Cologne**
NeuerWeg Markenberatung GmbH & Co. KG, Dusseldorf
Ralf Bohle GmbH, Reichshof
EUROBIKE 2023, Frankfurt/Main
- 208 SIMPLE GmbH, Cologne**
Ralf Bohle GmbH, Reichshof
SCHWALBE Brand World, Reichshof

PRESENTATION

- 214 blocher partners GmbH, Stuttgart**
blocher partners GmbH, Stuttgart
EuroShop 2023, Dusseldorf
- 216 burkhardt leitner modular spaces GmbH, Stuttgart**
burkhardt leitner modular spaces GmbH,
Stuttgart
EuroShop 2023, Dusseldorf

- 222 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss**
D'art Design Gruppe GmbH, Neuss
OMR Festival 2023, Hamburg
- 226 Hochschule Düsseldorf | Peter Behrens School of Arts, Dusseldorf**
Hochschule Düsseldorf | Peter Behrens
School of Arts, Dusseldorf
EuroShop 2023, Dusseldorf
- 230 KONRAD KNOBLAUCH GmbH, Markdorf**
KONRAD KNOBLAUCH GmbH, Markdorf
EuroShop 2023, Dusseldorf
- 234 MIKS GmbH, Hamburg**
MIKS GmbH, Hamburg
EuroShop 2023, Dusseldorf
- 238 Smart Design Expo Sp. z o.o., Wysogotowo**
Smart Design Expo Sp. z o.o., Wysogotowo
EuroShop 2023, Dusseldorf
- 242 umdasch Store Makers Management GmbH, Amstetten**
umdasch Store Makers Management GmbH,
Amstetten
EuroShop 2023, Dusseldorf

SERVICE

- 248 DFROST – Retail Identity, Stuttgart**
RECUP GmbH, Munich
INTERNORGA 2023, Hamburg
- 252 Graft Brandlab GmbH, Berlin**
Berlin Tourismus & Kongress GmbH, Berlin
visitBerlin Tourist Information, Berlin
- 256 MEIRÉ UND MEIRÉ GmbH & Co. KG, Cologne**
Deutsche Telekom AG, Bonn
MWC 2023, Barcelona

SMART AND GREEN ENVIRONMENTS

- 262 DP6 architectuurstudio, Delft**
Floriade Almere 2022 B.V., Almere
Floriade Expo 2022, Almere
- 266 facts and fiction GmbH, Berlin**
Federal Ministry for the Environment,
Nature Conservation, Nuclear Safety and
Consumer Protection (BMUV), Berlin
Grüne Woche 2023, Berlin
- 270 insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, Berlin**
Federal Ministry of Food and Agriculture
(BMEL), Berlin
Floriade Expo 2022, Almere
- 274 Kossmandejong, Amsterdam**
Municipalities of Almere and Amsterdam
Floriade Expo 2022, Almere
- 278 taaro, Bergisch Gladbach**
Zukunftsinitiative Klima.Werk | Emscher-
genossenschaft / Lippeverband, Essen
scalable event and trade fair kit, worldwide
- 282 Wecause GmbH, Stuttgart**
Stadt Mannheim, Mannheim
BUGA 23* (German National Garden Show)
2023, Mannheim

EXPANDED EXPERIENCE:
FREE APP FOR DOWNLOAD

Sie finden, Brand Experiences können am besten dreidimensional erlebt werden? Das stimmt! Deshalb versuchen

wir auch, so viele Markeninszenierungen wie möglich live zu besuchen. Das gelingt nicht immer und dann erfreuen wir uns an dem wunderbaren Bildmaterial, das Sie nun in diesem Buch sehen können. Als ideale Ergänzung dienen dabei die Filme und virtuellen Rundgänge, mit denen die gedruckten Bilder um die Dimension der Bewegung erweitert werden. Überall wo Sie das ayscan-Zeichen erblicken, haben Sie die Möglichkeit, in weitere Informationen einzutauchen. Laden Sie sich dazu ganz einfach die ayscan-App kostenlos im App Store oder im Google Play Store herunter, scannen Sie die ganze Buchseite mit Ihrem mobilen Endgerät ein und kommen Sie in den umfangreichen Genuss von Bild, Film und Ton. Viel Spaß! ————— You think brand presentations are best experienced in three dimensions? Well, you're right! That's why we try to visit as many brand experiences as possible in person. We can't always make it though, and then we study the wonderful visual material that you can now see in this book. The films and virtual tours, which add the dimension of movement to the printed images, are an ideal complement. Wherever you see the ayscan symbol, you can dip into more information. Simply download the free ayscan app from the App Store or Google Play Store, scan the entire book page with your mobile device and enjoy the extensive range of images, film and sound. Have fun!



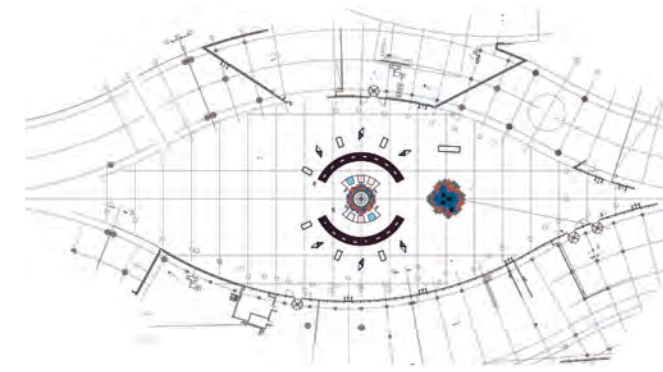
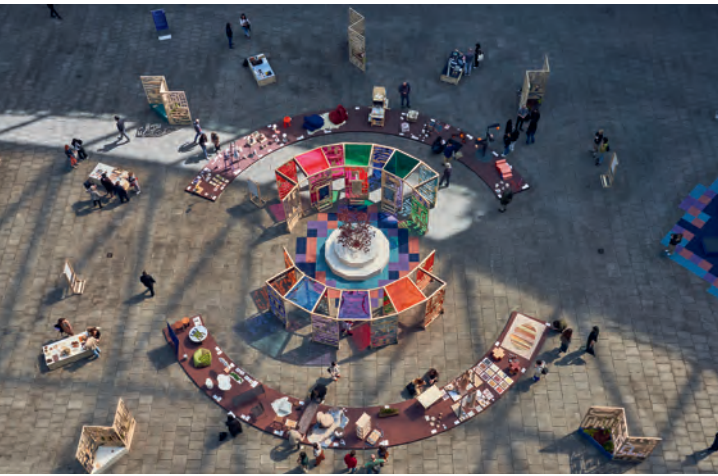
SUSTAINABILITY GOALS

„Nachhaltiges Bauen bedeutet, auf viele Aspekte zu achten: von den verwendeten Materialien bis hin zur Verarbeitung. Alles muss auf einer guten Gestaltung basieren, Ressourcen sparen und Elemente hervorbringen, die leicht zu transportieren und zu montieren sind sowie sich gut wiederverwenden oder recyceln lassen. Karton bietet all dies mit einem hohen Maß an Vielseitigkeit, Stärke und Leichtigkeit.“ ——— “Sustainable building means paying attention to many aspects: from the materials used to the workmanship. Everything must be based on good design, saving resources and producing elements that are easy to transport and assemble, as well as being easy to reuse or recycle. Highly versatile, strong and lightweight, cardboard offers all this.”

Nacho Bautista, CEO, cartonlab







Size 3.800 m² | Exhibitor Designers from the Isola Design Community |
Photos / Visualisations FILIPPO FERRARESE PHOTO, Milan | Archi-
tecture / Design / Scenography / Exhibition Design MAST, Amsterdam |
Construction Fiction Factory, Amsterdam

Unter dem Titel „Circolare – The Circular Village“ präsentierte die Plattform Isola Design im Rahmen der

Milano Design Week 2023 Produkte und Materialien, die sich durch eine kreative, aber auch verantwortungsvolle und kreislauffähige Gestaltung auszeichnen. Gemeinsam mit Fiction Factory konzipierte MAST auf der Piazza Città di Lombardia eine 3.800 Quadratmeter große Ausstellung, die nicht nur durch ihre klare kreisförmige Anordnung bestach, sondern auch durch die nachhaltigen Präsentationsmöbel: Mit „Ri-tagliō“ entwickelten die Amsterdamer ein modulares Wandpaneel, das aus CNC-Abfällen besteht – und in Kombination mit den farbigen, gespendeten Acrylplatten nicht nur spannende Perspektiven und Lichtreflexionen ermöglichte, sondern auch selbst wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden kann. Darüber hinaus wurde der Teppich im Zentrum der Installation aus Resten gebildet, die Sitzgelegenheiten bestanden aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff und das Podest, auf dem die Exponate präsentiert waren, stammte aus dem Fundus des Rijksmuseums. Besuchende wurden so dazu angeregt, sich die Entstehung unserer materiellen Welt neu vorzustellen und darüber nachzudenken, was Anfang und Ende eines Werkstoffs definiert.

At the Milano Design Week 2023 the Isola Design platform presented products and materials characterised by a creative but also responsible and circular design under the title “Circolare – The Circular Village”. Together with Fiction Factory, MAST devised a 3,800-square-metre exhibition in the Piazza Città di Lombardia with a striking circular arrangement in combination with the sustainable presentation furniture. The “Ri-tagliō” modular wall panel was developed by the Amsterdam-based company from CNC waste. Combined with colourful, donated acrylic panels, this not only provided exciting perspectives and allowed for light reflections, it can itself also be recycled. In addition, the carpet at the centre of the installation was crafted from offcuts, the seating was made of 100 percent recycled plastic, and the pedestal on which the exhibits were presented came from the inventory of the Rijksmuseum. Visitors were thus encouraged to reimagine the creation of our material world and to reflect on what defines the beginning and end of a material.

ELECTRONICS AND TECHNOLOGY



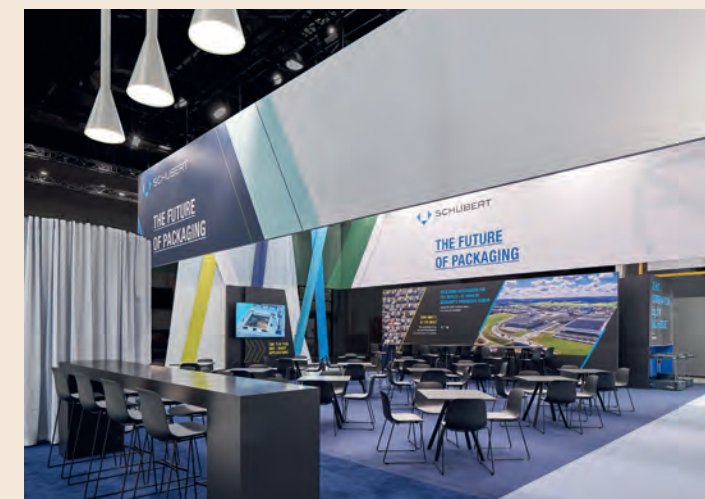
→ 76



→ 80



→ 72



→ 92



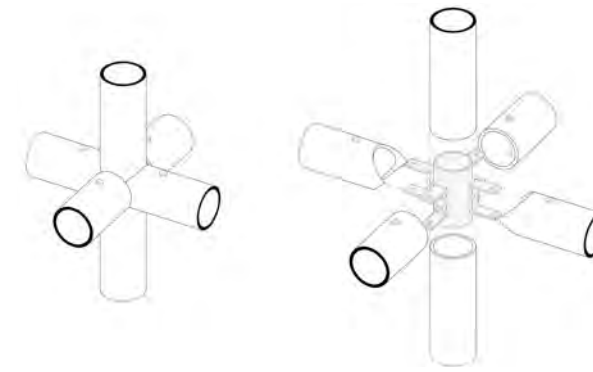


SUSTAINABILITY GOALS

„Bei Zero Waste geht es darum, mit kleinen Schritten ein großes Ziel zu erreichen. Indem wir uns bewusst mit dem Thema auseinandersetzen und nachhaltige Praktiken einführen, können wir nach und nach den Abfall reduzieren und einen positiven Einfluss ausüben. Wir müssen diese Welt für die nächste Generation besser machen.“ ——— “Zero waste is about taking small steps towards a big goal. By being aware and adopting sustainable practices, we can gradually reduce waste and have a positive impact. We need to make this world a better place for the next generation.”

Lyndon Neri and Rossana Hu, Founding Partners,
Neri&Hu Design and Research Office





Size 908 m² | Exhibitor CAMERICH | Beijing Triumph Furniture Co., Ltd., Beijing | Photos / Visualisations Zhu Runzi, Paris | Architecture / Design / Scenography / Exhibition Design Neri&Hu Design and Research Office, Shanghai | Lighting Atelier Zhang Xin, Shanghai | Others Architectural Design and Research Institute of Tsinghua University Co., Ltd., New York (Structural Consulting)

Um den Möbelhersteller CAMERICH auf der CIFF Shanghai 2022 mit einem neuen Ausstellungskonzept zu präsentieren, ließen sich Neri&Hu

von einer Reihe von Dualitäten inspirieren: zwischen Natürlichkeit und Künstlichkeit, Tradition und Innovation, Chaos und Zuflucht, Objekten und Betrachtenden. Entstanden ist ein „Structural Field“, das als offenes Netzwerk Raum für Interpretationen gewährte und aus 1.000 Bambushalmen bestand. Wobei die Gestaltenden mit der Verwendung von Bambus, einem der ältesten Baumaterialien überhaupt, zudem demonstrieren wollten, wie das schnell wachsende und erneuerbare Naturmaterial in seiner ursprünglichen Form für moderne Zwecke genutzt werden kann. Während sich die Messegäste durch die labyrinthartige Installation bewegten, konnten sie durch die verschiedenen Bambusschichten einen Blick auf das werfen, was vor ihnen lag. Durch die unterschiedliche Dichte der Holzfaserstäbe veränderte sich dabei die Perspektive auf den Raum, die einzelnen Möbelstücke und die integrierten Präsentationsflächen ständig. Durch spezielle Verbindungsdetails und eine modulare Bauweise ist der transportable Messestand zudem leicht skalier- und auf andere internationale Messegelände übertragbar. ———

Briefed with devising a new exhibition concept for furniture manufacturer CAMERICH at the CIFF Shanghai 2022, Neri&Hu found inspiration in a series of dualities: naturalness and artificiality, tradition and innovation, chaos and refuge, objects and onlookers. The result was a “structural field”, an open network of 1,000 bamboo canes that deliberately leaves room for interpretation. By using bamboo, one of the oldest building materials, the designers also wanted to demonstrate how the fast-growing and renewable natural material can be used in its original form for modern purposes. As visitors moved through the labyrinthine installation, they were able to catch a glimpse of what lay ahead through the different layers of bamboo. Owing to the varying densities of the fibrous bamboo stems, the perspective of the space, the individual pieces of furniture and the integrated presentation areas was constantly changing. The transportable stand is also easily scalable and transferable to other international exhibition venues thanks to special connection details and a modular design.

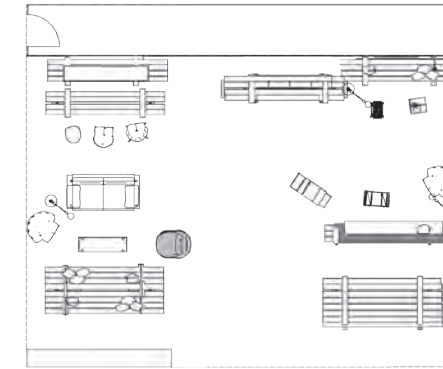


SUSTAINABILITY GOALS

„Es ist wirklich an der Zeit, nachwachsende und kreislauffähige Materialien zu akzeptieren und einzusetzen. Gerade in der temporären Architektur sollte die Kurzlebigkeit bereits im Entwurf berücksichtigt werden. Dazu braucht es Mut und Neugier, um Neues zuzulassen und Erfahrungen zu sammeln.“ ——— “It is high time we accept and use renewable and recyclable materials. The ephemeral nature of temporary architecture needs to be considered at the design stage. This requires courage and curiosity to embrace the new and learn from experience.”

Tina Kammer, CEO, Studio InteriorPark.





Size 120 m² | Exhibitor KONRAD KNOBLAUCH GmbH, Markdorf |
Photos / Visualisations Josua Graf, Mainz; Freeda Willberger, Mainz |
Architecture / Design / Scenography / Exhibition Design / Graphics /
Communication / Lighting KONRAD KNOBLAUCH GmbH, Markdorf |
Media / Films Josua Graf, Mainz; 4Dmagic GmbH & Co. KG, Hanover

Lediglich vier Materialien kamen beim Messestand von KONRAD KNOBLAUCH auf der EuroShop 2023 zum Einsatz: Gerüstbauelemente und

Holzbalken als Grundkonstruktion, Platten aus recycelten Tetrapaks als Wandverkleidung und Akustikplatten aus PET-Flaschen als Sitzpolster. Unter dem Motto „recreate retail for tomorrow“ wollten die Ladenbau-Spezialisten damit einen Auftritt schaffen, der die Themen Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ebenso visualisiert wie das eigene, authentische Markenbild. Denn sich selbst treu zu bleiben – mit Ecken und Kanten sowie Mut zum Nichtperfekten –, das ist für KONRAD KNOBLAUCH nicht nur das i-Tüpfelchen jeder Story über Herkunft und Visionen, sondern auch das Erfolgsgeheimnis einer jeden Marke. Getreu dem Unternehmensgrundsatz „100 % echt“ war die Inszenierung dementsprechend zu 100 Prozent abfallfrei gestaltet: Sämtliche Baustoffe und Bauteile konnten nach der Messe zurückgegeben oder in den Kreislauf zurückgeführt werden. Konsequenterweise wurde sogar auf einen Bodenaufbau verzichtet – um sich auf der 120 Quadratmeter großen Standfläche bodenständig und auf Augenhöhe begegnen zu können. ——— Only four materials were used for KONRAD KNOBLAUCH's trade fair stand at the EuroShop 2023: scaffolding elements and wooden beams as the basic construction, panels made from recycled Tetrapaks as wall cladding and acoustic panels made from PET bottles as seat cushions. Under the motto “recreate retail for tomorrow”, the shopfitting specialists wanted to create an appearance that visualised the themes of sustainability and resource conservation as well as their own authentic brand image. For KONRAD KNOBLAUCH, being true to oneself – with rough edges and the courage to be imperfect – is not only the icing on the cake of every story about origins and visions, but also the secret of every brand's success. In keeping with the company's “100% real” principle, the production was accordingly designed to be 100 percent waste-free: All building materials and components could be returned or recycled after the fair. There was even no floor construction – in order to be provide a down-to-earth meeting place for eye-to-eye consultations on the 120-square-metre stand area.



Size 675 m² | Exhibitor umdasch Store Makers Management GmbH, Amstetten | Photos / Visualisations Jens Pfisterer, Stuttgart | Architecture / Design / Scenography / Exhibition Design / Graphics / Communication / Lighting umdasch Store Makers Management GmbH, Amstetten | Development / Programming umdasch Digital Retail GmbH, Linz | Construction b+s exhibitions GmbH, Dusseldorf | Others umdasch Madosan, Bursa (Heavy Duty Shelving); Store Makers Middle East, Dubai (Premium Solutions); Trivion – A Trademark of Umdasch Group Ventures, Amstetten (3D Print); shopreme, Graz (Self Checkout); Neotwin, Munich (BIM & Asset Management); LEDCON Systems GmbH, Rheine / Samsung Electronics GmbH, Schwalbach/Taunus (Digital Signage); Grassfish Marketing Technologies GmbH, Vienna (Content Management System)

Das Messemotto „Sustainable Together“ nahm umdasch wörtlich und gestaltete für die EuroShop 2023 einen Auftritt, der wie ein Marktplatz anmutete und nicht nur zukunftsweisende Ladenbaulösungen und Ideen für einen erlebnisorientierten Einzelhandel präsentierte, sondern auch Denkanstöße zum Thema Nachhaltigkeit gab. Im Zentrum der 675 Quadratmeter großen Fläche wuchs dabei die Krone des „Sustainability Tree“ mithilfe der Besuchenden stetig, die ihre mit Begriffen bestückten Täfelchen in die „Äste“ hängen konnten. Rundherum waren sechs Marktstände angeordnet, die als eigene kleine Erlebniswelten Einblicke in die Kompetenzen, Projekte, Werte und die Haltung von umdasch gewährten. Darüber hinaus konnten Interessierte zahlreiche nachhaltige Materialien haptisch erleben und ihren Charakteristika auf den Grund gehen. Bei der Gestaltung des Messestands setzten die Shop-Expert:innen ebenfalls auf Ressourcenschonung. So kamen teilweise Mietmöbel zum Einsatz, die Exponate fanden in den verschiedenen Niederlassungen des Unternehmens wieder Verwendung und auch die rund 500 Efeupflanzen wurden einer neuen Bestimmung zugeführt. — umdasch took the trade fair motto “Sustainable Together” literally and designed a presentation for EuroShop 2023 resembling a marketplace that not only showcased forward-looking shopfitting solutions and ideas for experiential retail, but also provided food for thought on various aspects of sustainability. In the centre of the 675-square-metre space, the crown of the Sustainability Tree grew steadily with the help of the visitors as they hung their little boards labelled with terms on the branches. Six market stalls were arranged around the tree, each a discrete themed world offering insights into the competencies, projects, values and approach of umdasch. Visitors were also able to touch and feel numerous sustainable materials and learn more about their characteristics. When designing the exhibition stand, the shop experts paid extra attention to resource conservation. Some of the furniture was therefore rented, the exhibits were reused in the company’s various branches and the 500 or so ivy plants were also repurposed.

SUSTAINABILITY GOALS

„Das Thema Nachhaltigkeit muss auch bei Brand Spaces ein Leitmotiv sein. Durch den Einsatz von recycelten Materialien können wir aktiv dazu beitragen, die Kreislaufwirtschaft in diesem Bereich voranzutreiben. Darüber hinaus bieten uns digitale und hybride Lösungen noch viele Möglichkeiten, in Zukunft innovative Messe- und Konferenzformate zu gestalten.“ ——— “Brand Spaces must also be guided by the principle of sustainability. By using recycled materials, we can actively contribute to advancing the circular economy in this area. In addition, digital and hybrid solutions still offer us many opportunities to create innovative trade fair and conference formats in the future.”

Antje Hundhausen, Vice President Brand Experience, Deutsche Telekom



SMART AND GREEN ENVIRONMENTS



—> 270



—> 262



—> 278



—> 274



—> 266

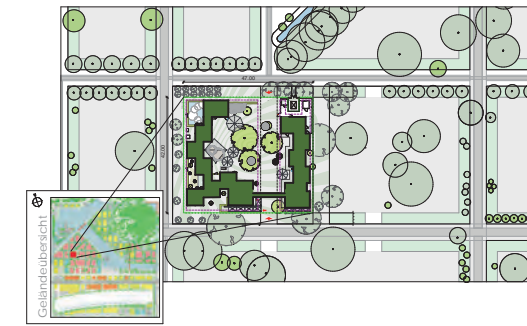
SUSTAINABILITY GOALS

„Schon heute sollte im Messebau das Prinzip von ‚Reduce – Reuse – Recycle‘ gelten. Dazu muss Nachhaltigkeit auch ein fester Bestandteil des Kurationsprozesses werden – mit einem spielerischen und erlebnisorientierten Ansatz. Ressourcenschonendes Bauen muss aber auch als Investition verstanden und über Förderungen belohnt werden, um mit einem neuen Qualitätsverständnis zu kreativen und bezahlbaren Lösungen zu führen.“ —

“The principle of ‘reduce – reuse – recycle’ can and should already be applied to trade fair construction. Sustainability must therefore become an integral part of the design process – with a playful and experience-orientated approach. However, resource-saving construction must also be seen as an investment and rewarded with subsidies if we want to have creative and affordable solutions with a new understanding of quality.”

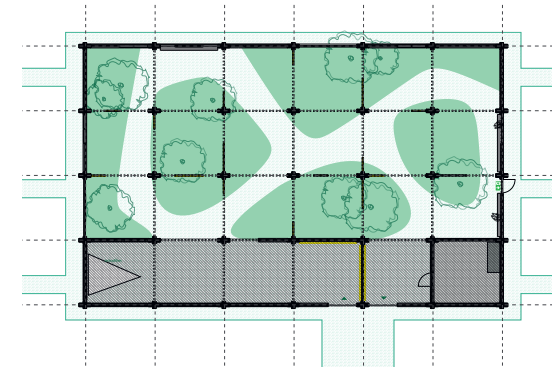
Detlef Wintzen, CEO, insglück





Size 620 (Exhibition) / 1.974 (Total Area) m² | Exhibitor Federal Ministry of Food and Agriculture (BMEL), Berlin | Photos / Visualisations Andreas Keller Fotografie, Altdorf | Architecture / Design / Scenography / Exhibition Design ARGE insglück, Berlin; gtp2 architekten, Dusseldorf; studio grüngrau Landschaftsarchitektur GmbH, Dusseldorf | Graphics / Communication Vetterle Kommunikationsdesign, Stuttgart | Lighting satis&fy AG, Karben (Lighting / Technology) | Media / Films m box bewegtbild GmbH, Berlin | Development / Programming GROSSE8 – Visuelle Kommunikation GmbH & Co. KG, Cologne (RFID Technology) | Construction kpm3 AG, Diessenhofen (Construction); Schnaitt Internationale Messe- und Ladenbau GmbH, Bergheim (Interior Fitting) | Others GaLaBau EMSLAND® GmbH & Co. KG, Lingen-Mundersum (Landscaping); expotec GmbH, Berlin (Exhibits)

Wie sehen die Städte der Zukunft aus? Und wie nachhaltig und lebenswert können sie sein? Unter dem Motto „Growing Green Cities“ wurde auf der Floriade Expo 2022 nach Antworten für eine grünere urbane Zukunft gesucht. Dementsprechend gestaltete insglück für das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft einen Pavillon, der auf vielschichtige, aber auch humorvolle Weise eine optimistische Stadtutopie zeichnete, die Ko-Kreativität, Vielfalt und Austausch fördert. Dabei wird die Rolle der Gemeinschaft nicht nur zukünftig zum zentralen Narrativ, auch der Auftritt lud positiv und aktivierend zum Mitmachen ein. Mit dem Titel „BIOTOPIA – Growing Community“ präsentierte sich der „Deutsche Garten“ als Ökosystem und Begegnungsraum, der permanent im Werden und Wachsen ist. So ließ die offene Architektur aus Holz und Glas als „unfertige Stadt“ nicht nur der Natur genügend Raum, sondern demonstrierte auch, wie Pavillon, Flora und Fauna über die Dauer der Ausstellung eine aufblühende Symbiose eingingen. Sprechende Pflanzen, begehbare Collagen von Stadtvisionen oder ein periskopischer Blick unter die Erde rundeten das Gesamtbild ab und vermittelten die Themen interaktiv und erlebnisreich. ——— What will the cities of the future look like? And how sustainable and liveable can they be? Under the motto “Growing Green Cities”, the Floriade Expo 2022 was looking for answers for a greener urban future. insglück designed a pavilion for the German Federal Ministry of Food and Agriculture that painted an optimistic picture of an urban utopia that encourages co-creativity, diversity and exchange in a multi-layered but also humorous manner. Suggesting that the role of the community would become the central narrative of the future, the presentation itself also invited visitors to participate in a positive way. Entitled “BIOTOPIA – Growing Community”, the German Garden presented itself as an ecosystem and meeting place that is constantly growing and evolving. The open architecture of wood and glass as an “unfinished city” not only left room for nature, but also demonstrated a flourishing symbiosis of the pavilion, flora and fauna during the exhibition. Talking plants, walk-in collages of city visions and a periscopic view below ground rounded off the picture and conveyed the themes in an interactive and experiential way.



Size 870 m² | **Exhibitor** Municipalities of Almere and Amsterdam | **Photos / Visualisations** Jorn van Eck, Amsterdam | **Architectural Design** Over-treders W, Amsterdam | **Landscape Design** De Onkruidenier, Amsterdam / Joost Emmerik, Amsterdam (Concept) | **Exhibition Design / Art Direction** Kossmanndejong, Amsterdam | **Exhibition Drawings** STUDIO PAUL FAASSEN, Amsterdam | **Animation** Bas Mooij Studio, Amsterdam; Jonas Leopold – RiverSound, Amsterdam; STUDIO PAUL FAASSEN, Amsterdam | **Development / Programming** Avanti Almere, Almere; Pakhuis de Zwijger, Amsterdam | **Construction / Urban Mining** Fiction Factory, Amsterdam | **Others** Paul Casteleijn Hoveniers BV, Barendrecht (Gardening); Joyce Oomen – Bloomingbusiness BV, Breda (Horticulture); Jonas Leopold – RiverSound, Amsterdam / Mitchell van Ommeren, Amsterdam (Audio Engineering); Jesper Buursink and Dija Kabba – Stratenmakers audiocollectief, Amsterdam (Audio Production)

„The Voice of Urban Nature“: Wenn wir die Natur verstehen wollen, müssen wir ihr zuhören! Mit diesem Leitgedanken gestaltete Kossmanndejong für die Gemeinden Amsterdam und Almere den Pavillon auf der Floriade Expo 2022. Bei einem Spaziergang durch sechs Themengärten konnten die Besuchenden dementsprechend überraschenden Perspektiven der

Stadtbewohner:innen lauschen. Egal ob Menschen, Tiere, Pflanzen, Bäume oder Mikroben: Die Audio-Begegnungen mit den inspirierenden Wesen zeigten, wie jeder Einzelne zu einer naturverträglichen Zukunft beitragen kann. Um die verschiedenen Stimmen zu visualisieren, schuf der Illustrator Paul Faassen zudem humorvolle Porträts, die direkt auf die Holzwände des Pavillons gemalt wurden – mit der gleichen Direktheit und Energie wie die unzähligen Botschaften, die auf dem Weg durch die Stadt vorbeifliegen. Im Gebäude selbst kamen dabei ausschließlich biologisch abbaubare Materialien zum Einsatz. So bestanden die Wände etwa aus Lindenhanf und Holz, das von einem VOC-Schiff und alten Ausstellungen des Rijksmuseums stammt. Durch den Bau des Pavillons „mit der Natur“ wurden die Gäste eingeladen, sich selbst als Teil der Natur zu betrachten. ——— “The Voice of Urban Nature“: If we want to understand nature, we have to listen to it! With this in mind, Kossmanndejong designed the pavilion at the Floriade Expo 2022 for the municipalities of Amsterdam and Almere. On a walk through six themed gardens, visitors could eavesdrop on the surprising perspectives of city dwellers. People, animals, plants, trees and microbes: The audio encounters with the inspiring creatures showed how everyone can contribute to a nature-friendly future. To visualise the different voices, illustrator Paul Faassen also created humorous portraits that were painted directly onto the wooden walls of the pavilion – with the same directness and energy as the countless messages that whiz by on their way through the city. Only biodegradable materials were used in the building itself. The walls, for example, were made of lime hemp and wood taken from a VOC ship and old exhibitions from the Rijksmuseum. By building the pavilion “with nature”, visitors were invited to see themselves as part of nature.

„Nachhaltigkeit ist kein Orchideenthema, sondern fordert Kreativschaffende und Unternehmen gleichermaßen zum sofortigen Handeln auf. Brand Experience Spaces – temporär oder permanent – sind geradezu ideale Botschafter, um Lösungen aufzuzeigen und Nachhaltigkeit im wahrsten Sinne des Wortes erlebbar zu machen.“ (—→ S. 28) Wenn es um nachhaltige Markeninszenierungen geht, dann zeigt sich aktuell: Thema ist längst nicht mehr die Frage, ob wir Ressourcen schonen und umweltfreundlich bauen können, sondern wie! Nachhaltigkeit ist ein absolutes Muss geworden. Doch um kreislauffähige Markenräume möglich zu machen, müssen alle Beteiligten an einem Strang ziehen: von den Ausstellenden über die Gestaltenden bis hin zu den Besuchenden. Gelungene Beispiele finden sich in dieser Ausgabe des Brand Experience & Trade Fair Design Annuals – Beispiele, die den bewussten Umgang mit Mensch und Umwelt schärfen und dabei gleichzeitig begeistern. ———— “Sustainability is not an obscure topic, but one that demands immediate action from creatives and businesses alike. Brand experience spaces – whether temporary or permanent – are ideal ambassadors to showcase solutions and make sustainability tangible in the truest sense of the word.” (—→ p. 28) When it comes to sustainable brand presentations, the question is no longer whether we can conserve resources and build green, but how! Sustainability has become a must. But to make circular brand spaces a reality, everyone – from exhibitors to designers to visitors – needs to pull in the same direction. This issue of the Brand Experience & Trade Fair Design Annual features successful examples that demonstrate an intentional approach to people and the environment – and are inspiring to boot.

1zu33 | ARNO Design | ATELIER BRÜCKNER | Atelier Markgraph | Benz & Ziegler | BLACKSPACE | blocher partners | bottega + ehrhardt architekten | Bruce B. corporate communication | burkhardt leitner modular spaces | cartonlab | conform | D'art Design Gruppe | DFROST | DIIP | DP6 architekturstudio | Elastique. | facts and fiction | FRAMEWORK | Graft Brandlab | hanczar studio | Hochschule Düsseldorf | Peter Behrens School of Arts | insglück | jangled nerves | Jazzuniqué | KONRAD KNOBLAUCH | Kossmanndejong | mac. brand spaces | MAST | MEIRÉ UND MEIRÉ | METZLER VATER | MIKS | MILLA & PARTNER | MOJA Design | MUTABOR | Neri&Hu | pc-|< paolo cesaretti Arch- | raumkontor Innen-architektur | Ruess Group | SCHMIDHUBER | SIMPLE | Smart Design Expo | Studio Bachmannkern | Studio InteriorPark. | Studio Lakrits | taaro | umdasch Store Makers Management | VOSS+FISCHER | wd3 | Wecause

€ 88,00 (D) US \$ 109.00

ISBN 978-3-89986-406-9



9 783899 864069

EXPANDED SPACES:
FREE APP FOR DOWNLOAD

