

Messedesign Jahrbuch

TRADE FAIR DESIGN ANNUAL

2019/20

Sabine Marinescu
Janina Poesch

avedition

#ARCHITECTUREANDMATERIAL

- 18 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss**
Schüco International KG, Bielefeld
BAU 2019, Munich
- 22 Dobas AG, Lucerne**
Argolite AG, Willisau
Swissbau 2018, Basle
- 26 Milla & Partner GmbH, Stuttgart**
Walter Lang GmbH & Co. KG, Eppingen
BAU 2019, Munich
- 30 Paolo Cesaretti, Milan/Florence**
Kale Italia, Fiorano Modenese
Cersaie 2018, Bologna
- 36 raumkontor Innenarchitektur, Dusseldorf**
Camira Fabrics Ltd., Mirfield
ORGATEC 2018, Cologne
- 40 Schendel & Pawlaczyk Messebau GmbH, Münster**
Brillux GmbH & Co. KG, Münster
FAF 2019, Cologne
- 44 Smart Design Expo Sp. z o.o., Przeźmierowo**
DEKOMA Sp. z o.o., Swarzędz
Heimtextil 2019, Frankfurt a. Main
- 48 sophie green interior architecture, Munich**
2tec2, Mouscron
DOMOTEX 2018, Hanover
- 52 Studio Bachmannkern GmbH, Solingen**
EDUARD KRONENBERG GmbH, Haan
glasstec 2018, Dusseldorf
- 56 Ueberholz GmbH, Wuppertal**
Amtico International GmbH, Neuss
BAU 2019, Munich

#BUILDINGEQUIPMENTANDAPPLIANCES

- 62 1zu33 GmbH, Munich**
Hansgrohe SE, Schiltach
ISH 2019, Frankfurt a. Main
- 66 3-EFF raumidentitäten, Stuttgart**
BLANCO Professional GmbH + Co KG,
Oberderdingen
INTERNORGA 2019, Hamburg
- 70 Andreas Fuhrmann Gabrielle Hächler Architekten, Zurich**
LAUFEN Bathrooms AG, Laufen
ISH 2019, Frankfurt a. Main
- 76 Atelier Markgraph GmbH, Frankfurt a. Main**
Viessmann Werke GmbH & Co. KG,
Allendorf (Eder)
ISH 2019, Frankfurt a. Main
- 82 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss**
STIEBEL ELTRON GmbH & Co. KG,
Holzminden
ISH 2019, Frankfurt a. Main
- 86 Paolo Cesaretti, Milan/Florence**
JOMOO Kitchen & Bath Co., Ltd., Xiamen
KBC Kitchen & Bath China 2018, Shanghai
- 90 SCHMIDHUBER, Munich**
BLACKSPACE GmbH, Munich
BSH Hausgeräte GmbH, Munich
SEG Hausgeräte GmbH, Munich
IFA 2018, Berlin
- 94 SCHMIDHUBER, Munich**
Franz Kaldewei GmbH & Co. KG, Ahlen
ISH 2019, Frankfurt a. Main
- 98 Smart Design Expo Sp. z o.o., Przeźmierowo**
Marmite Sp. z o.o., Dopiewo
ISH 2019, Frankfurt a. Main

102 Uniplan, Shanghai
COLMO | Midea Group Co., Ltd., Foshan
AWE 2019, Shanghai

106 Uniplan GmbH & Co. KG, Cologne
Haier Smart Home Co., Ltd., Qingdao
IFA 2018, Berlin

#COMMUNICATION

112 Meiré und Meiré GmbH & Co. KG, Cologne
Deutsche Telekom AG, Bonn
IFA 2018, Berlin

116 Meiré und Meiré GmbH & Co. KG, Cologne
Deutsche Telekom AG, Bonn
MWC 2019, Barcelona

120 SCHMIDHUBER, Munich
Sony Corporation, Tokyo
IFA 2018, Berlin

#INTERIORANDFURNISHINGS

126 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss
Schüller Möbelwerk KG, Herrieden
Salone del Mobile.Milano 2018, Milan

132 HEY-SIGN GmbH, Meerbusch
HEY-SIGN GmbH, Meerbusch
imm cologne 2019, Cologne

136 Meiré und Meiré GmbH & Co. KG, Cologne
NEW TENDENCY GmbH, Berlin
imm cologne 2019, Cologne

140 mode:lina™, Poznań
CustomForm, Katowice
MEBLE POLSKA 2018, Poznań

144 Projekttriangle Design Studio GmbH & Co. KG, Stuttgart
BoConcept Germany GmbH, Dusseldorf
ORGATEC 2018, Cologne

148 Vasku & Klug OG, Vienna
PRECIOSA – Lustry a. s., Kamenický Šenov
Salone del Mobile.Milano 2019, Milan

152 VOSS+FISCHER GmbH, Frankfurt a. Main
PALMBERG Büroeinrichtungen + Service
GmbH, Schönberg
ORGATEC 2018, Cologne

#LIFESTYLEANDACCESSORIES

158 ALBERT CONCEPTS INTERIOR ARCHITECTURE, Berlin
Helmut Stabe, Halle (Saale)
mdv Mitteldeutscher Verlag GmbH,
Halle (Saale)
Buchmesse Leipzig 2019, Leipzig

162 DFROST Retail Identity, Stuttgart
Mondaine Watch Ltd., Pfäffikon
Baselworld 2019, Basle

166 DFROST Retail Identity, Stuttgart
neubau eyewear, Linz
MIDO 2019, Milan

170 Ippolito Fleitz Group – Identity Architects GmbH, Stuttgart
DockATot™ by Wildchild Stockholm, Inc.,
Wilmington
The JPMA Show: Built for Baby 2018,
Washington, D.C.

174 m|b|co GmbH, Munich
K2 Sports Europe GmbH, Penzberg
ISPO Munich 2019, Munich

178 Milla & Partner GmbH, Stuttgart
RTS Rieger Team Werbeagentur GmbH,
Leinfelden-Echterdingen
Essilor GmbH, Brunswick
opti 2019, Munich

182 Milla & Partner GmbH, Stuttgart
WÜSTHOF GmbH, Solingen
Ambiente 2019, Frankfurt a. Main

186 simple GmbH, Cologne
Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL), Berlin
Internationale Grüne Woche Berlin 2019,
Berlin

190 tat.sache GmbH | Studio für Kommunika-
tion, Stuttgart
SOMAA, Stuttgart
KODAK Alaris Germany GmbH, Stuttgart
photokina 2018, Cologne

#MOBILITY

198 ATELIER BRÜCKNER GmbH, Stuttgart
Hyundai Motor Company, Seoul
CES 2019, Las Vegas

202 BLACKSPACE GmbH, Munich
Genesis | Hyundai Motor Company, Seoul
Busan International Motor Show 2018, Busan

206 Braunwagner GmbH, Aachen
smart | Daimler AG, Stuttgart
Geneva International Motor Show 2019,
Geneva

210 einsagentur Schäuble GmbH, Karlsruhe
Ogilvy GmbH, Frankfurt a. Main
Mercedes-Benz Vans Mobility GmbH, Berlin
IAA Commercial Vehicles 2018, Hanover

214 George P. Johnson GmbH, Ostfildern
INFINITI Motor Company Ltd., Hong Kong
North American International Auto Show
2019, Detroit

218 jangled nerves GmbH, Stuttgart
Daimler AG, Stuttgart
CES 2019, Las Vegas

222 Kauffmann Theilig & Partner Freie Archi-
itekten PartGmbH, Ostfildern
MUTABOR, Hamburg
Daimler AG, Stuttgart
IAA Commercial Vehicles 2018, Hanover

226 MUTABOR, Hamburg
AUDI AG, Ingolstadt
CES 2019, Las Vegas

230 SCHMIDHUBER, Munich
MAN Truck & Bus SE, Munich
IAA Commercial Vehicles 2018, Hanover

234 VAVE GmbH, Offenbach a. Main
Hyundai Motor Company, Seoul
INNOCEAN Worldwide Europe GmbH,
Frankfurt a. Main
Mondial Paris Motor Show 2018, Paris

238 VRPE Team GmbH, Hohenbrunn
Airbus S.A.S., Toulouse
Farnborough International Airshow 2018,
Farnborough

#SERVICE

244 Atelier Markgraph GmbH,
Frankfurt a. Main
Finanz Informatik GmbH & Co. KG,
Frankfurt a. Main
FI-Forum 2018, Frankfurt a. Main

248 Benz & Ziegler GbR, Munich

Teads, Luxembourg
DMEXCO 2018, Cologne

252 SCHMIDHUBER, Munich

Software AG, Darmstadt
HANNOVER MESSE 2019, Hanover

256 Studio Bachmannkern GmbH, Solingen

Bundesdruckerei GmbH, Berlin
HMI 2018, Hanover

260 Zeichen & Wunder GmbH, Munich

SAP Deutschland SE & Co. KG, Walldorf
CEBIT 2018, Hanover

#SPECIALAREAS

**266 Atelier Markgraph GmbH,
Frankfurt a. Main**

Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt a. Main
Heimtextil 2019, Frankfurt a. Main

274 Koelnmesse GmbH, Cologne

Koelnmesse GmbH, Cologne
zgoll: Konferenzraum GmbH, Neuss
ORGATEC 2018, Cologne

278 mjm.cc AG, Basle/Mauren

Gemeinde Mauren-Schaanwald, Mauren
LIHGA 2018, Schaan

282 Wecause GmbH, Stuttgart

CODE_n GmbH, Stuttgart
new.New Festival 2018, Stuttgart

INSTAGRAM ICON



In dieser Ausgabe des Messedesign Jahrbuchs haben wir besonderes Augenmerk auf die Instagrammability der eingereichten Markenauftritte gelegt: Sind diese bewusst so inszeniert, dass sie als optimaler Hintergrund für das perfekte Bild dienen, das „besondere Augenblicke“ einfängt, um in den sozialen Netzwerken reichweitenstark verwertet zu werden, dann haben wir diese Messestände mit dem oben stehenden Logo gekennzeichnet. Möglicherweise haben Sie einige der Stände aber auch schon auf Instagram gefunden – oder sogar selbst gepostet. Lassen Sie es uns wissen: #tradefairselfie. — In this issue of the Trade Fair Design Annual, we have paid particular attention to the instagrammability of the brand entries submitted: If they are deliberately staged to serve as the optimal backdrop for the perfect image that captures “special moments” to be shared via social media with a huge reach, we have marked these booths with the logo above. Maybe you have already spotted some of the stands on Instagram – or even posted them yourself. Let us know: #tradefairselfie.

ARCHITECTURE AND MATERIAL





—→ 18

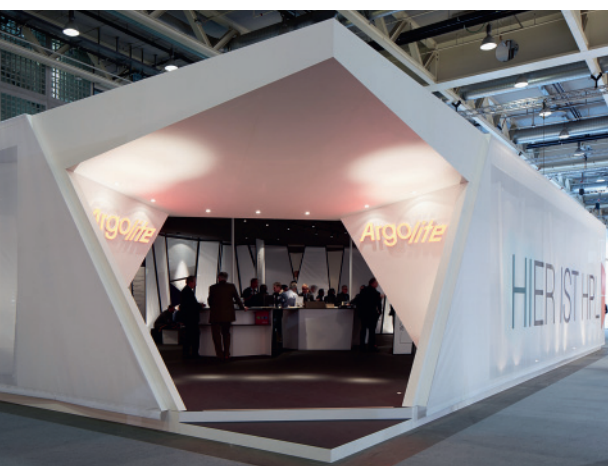


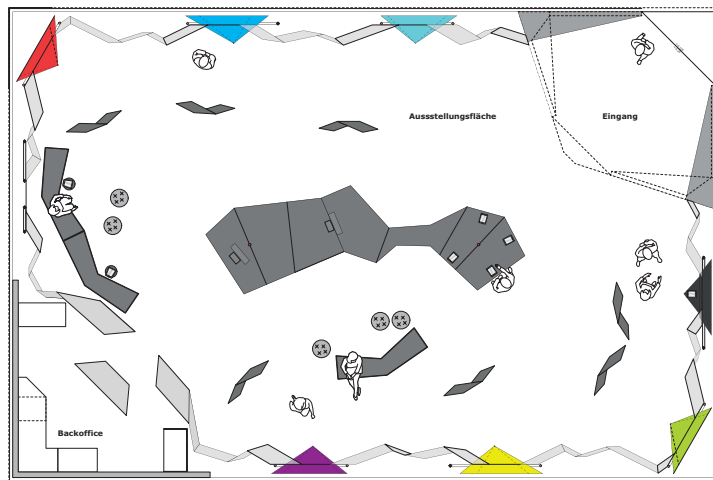
—→ 56

3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Mit dem Begriff **vielseitig-vielschichtig** lässt sich das Standkonzept perfekt beschreiben. **Die halbtransparente, verwinkelte und von farbigen HPL-Pyramiden durchbrochene Hülle** macht den Messestand einzigartig. Modern und zukunftsorientiert: der innovative Einsatz von **Membran-Rahmenbespannungen**. ——— The term **many-faceted-multilayered** describes the stand concept perfectly. **The semi-transparent, angled skin interspersed by coloured HPL pyramids** makes the trade fair stand unique. Modern and future-orientated: the innovative use of **membrane-covered frames**.







Size 216 m² | **Exhibitor** Argolite AG, Willisau | **Photos** Dany Schulthess, Emmenbrücke | **Architecture / Design / Lighting / Construction** Dobas AG, Lucerne | **Graphics** fachwerk Kommunikation AG, Sursee

Unter dem Motto „Hier ist HPL“ präsentierte Argolite auf

der Swissbau 2018 in Basel seine Kompetenz als Hersteller von Schichtstoffplatten. Um das Material in seinen verschiedenen Anwendungsgebieten dabei voll und ganz in den Fokus zu rücken, hüllten die Luzerner Gestalter von Dobas den 216 Quadratmeter großen Auftritt in zwei Schichten mit weißer, semitransparenter Textil-Membrane ein – wobei Spots zwischen den beiden Ebenen den Aufbau der doppellagigen Wand zusätzlich in Szene setzten. Während die äußere Haut einen geschlossenen Kubus formte, war die innere Membrane in schräg gestellte Fragmente aufgebrochen und von bunten HPL-Pyramiden durchstoßen, die je einem Anwendungsgebiet gewidmet und mit wichtigen Funktionen ausgerüstet waren. Ergänzend waren im Raum mehrere Kommunikationsflächen angeordnet, auf denen die Produkte zudem getestet werden konnten. Weiterführende Informationen erhielten die Besucher schließlich im Zentrum des Messestands: hier lud ein lang gezogener, fragmentierter Tisch zum direkten Austausch ein. ——— Argolite presented its competence as a manufacturer of laminates at the Swissbau 2018 in Basle under the slogan “Here is HPL”. To place the focus firmly on the material in its various fields of application, the Lucerne designers from Dobas clad the 216 square-metre stand in two layers of white, semi-transparent textile membrane, with spotlights between the two levels setting off the double-layered wall to great effect. While the outer skin formed a closed cube, the inner membrane was broken down into angled fragments and interrupted by colourful HPL pyramids, each devoted to a field of application and equipped with important functions. Several communication areas where the products could be tested were dotted around the space. At the centre of the booth, visitors could then obtain further information: a long, fragmented table invited visitors to enter into dialogue.



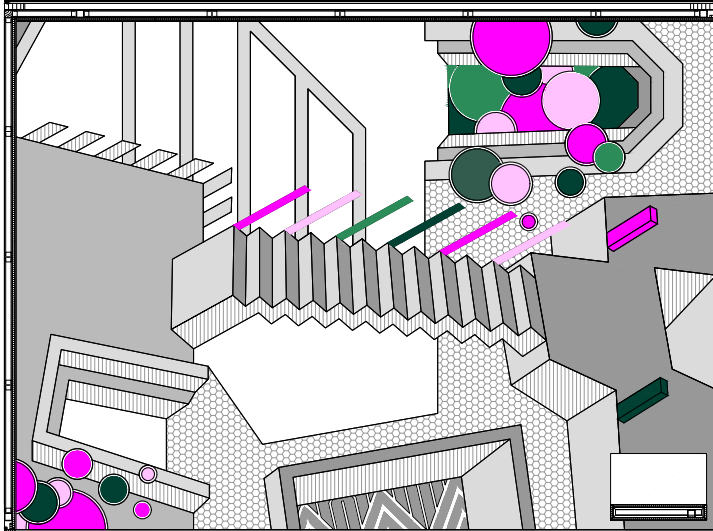
3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Mit dem Begriff „**Tableau vivant**“ lässt sich das Standkonzept perfekt beschreiben. **Durch das Zusammenwirken von rationaler und emotionaler Materialwelt entsteht ein frei gestaltetes Universum**, das macht den Messestand einzigartig. Die zentrale Botschaft „**Surreal Uniqueness**“ wird gekonnt im Raum vermittelt. ———

The term “**Tableau vivant**” describes the stand concept perfectly. **The interplay of a rational and emotional world of materials to create a freely designed universe** makes the trade fair stand unique. The central message “**Surreal Uniqueness**” is skilfully given a spatial dimension.







Size 20 m² | **Exhibitor** 2tec2, Mouscron | **Photos** Olaf Becker / BECKER
LACOUR, Munich/Frankfurt a. Main | **Architecture / Design** sophiegreen
interior architecture, Munich/Brussels | **Construction** mac die messe-
experten, Langenlonsheim

Mit dem Messeauftritt für die belgischen Bodenbelagshersteller 2tec2 und Limited Edition wollten die Münchner Gestalter von sophie green interior architecture den Besuchern der DOMOTEX 2018 in Hannover zeigen, welch starke räumliche und emotionale Wirkung mit modernen Bodenbelägen erzielt werden kann. Inspiriert von der unterschiedlichen Materialität der beiden Produktlinien – architektonisch, rationale Bodenbeläge auf der einen, getuftete, haptische Teppiche auf der anderen Seite –, präsentierten sie ein begehbares Gemälde, das die beiden Gegensätze collagenartig vereinte und die Messegäste in ein überraschendes und surreales Universum versetzte. Dabei standen symmetrische Formen asymmetrischen sowie amorphen Formen gegenüber und verschiedene Grautöne kontrastierten mit bunt leuchtenden Teppichelementen. So entstand auf 20 Quadratmetern ein illusionistischer Raum mit Effekten, die an M.C. Escher erinnerten. Verspiegelte Deckensegel verstärken diesen immersiven Effekt.

With the trade fair stand for Belgian flooring manufacturer 2tec2 and Limited Edition, the Munich-based designers from sophie green interior architecture wanted to show visitors to the DOMOTEX 2018 in Hanover what a strong spatial and emotional effect can be achieved with modern flooring. Inspired by the different materiality of the two product lines – architectural, rational flooring on one side, tufted, tactile carpets on the other – they presented a walk-in painting which combined the two opposites in a kind of collage, transporting fairgoers into a surprising and surreal universe. Symmetrical forms contrasted with asymmetric and amorphous forms and various shades of grey contrasted with brightly coloured carpet elements. The result on the 20 square metres of the booth was an illusionist space with effects reminiscent of M. C. Escher. Mirrored ceiling sails reinforced this immersive effect.

With the trade fair stand for Belgian flooring manufacturer 2tec2 and Limited Edition, the Munich-based designers from sophie green interior architecture wanted to show visitors to the DOMOTEX 2018 in Hanover what a strong spatial and emotional effect can be achieved with modern flooring. Inspired by the different materiality of the two product lines – architectural, rational flooring on one side, tufted, tactile carpets on the other – they presented a walk-in painting which combined the two opposites in a kind of collage, transporting fairgoers into a surprising and surreal universe. Symmetrical forms contrasted with asymmetric and amorphous forms and various shades of grey contrasted with brightly coloured carpet elements. The result on the 20 square metres of the booth was an illusionist space with effects reminiscent of M. C. Escher. Mirrored ceiling sails reinforced this immersive effect.



3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Mit den Begriffen **Partizipation und Live Experience** lässt sich das Standkonzept perfekt beschreiben. Die zentrale Botschaft „**5G gets real – #TakePart**“ wird gekonnt im Raum vermittelt. Modern und zukunftsorientiert: der innovative Einsatz von **Augmented und Virtual Reality**. ———

The terms **participation and live experience** describe the stand concept perfectly. The central message “**5G gets real – #TakePart**” is skilfully given a spatial dimension. Modern and future-orientated: the innovative use of **augmented and virtual reality**.







Size 1,100 m² | **Exhibitor** Deutsche Telekom AG, Bonn | **Photos**
André Müller | **Architecture / Design** Meiré und Meiré GmbH & Co.
KG, Cologne

Mit dem Messeauftritt der Deutschen Telekom AG auf dem MWC 2019 in Barcelona

präsentierte Europas größtes Telekommunikationsunternehmen eine zentrale Botschaft: Das Netz der Zukunft bietet schon heute eine faszinierende Vielfalt an Möglichkeiten – und als Vorreiter sowie Treiber der digitalen Transformation schafft die Telekom die Grundlage, dass alle Menschen an der neuen, digitalen Welt teilhaben können. Basis dafür ist das Netz 5G. Dementsprechend konzipierten die Kölner Kreativen von Meiré und Meiré eine progressiv-futuristische und zugleich spielerisch anmutende Messearchitektur, mit der die Pionierrolle des Unternehmens unterstrichen wurde. Erlebnis-Exponate wie „Tangible Virtuality“, womit die Besucher gemeinschaftlich in eine futuristische Welt eintauchen und mit ihr interagieren konnten, oder das AR-Game „Codename: Neon“ zeigten dabei auf beeindruckende Weise, wie 5G unseren Alltag revolutioniert. So wurden auf 1.100 Quadratmetern unzählige interaktive Momente erzeugt, die ganz unter dem Motto #TakePart standen. — With the trade fair appearance of Deutsche Telekom AG at the MWC 2019 in Barcelona, Europe's biggest telecommunication company conveyed a central message: the network of the future already offers a fascinating variety of possibilities – and as pioneer and driver of the digital transformation Telekom is creating the prerequisites that will allow everyone to participate in the new, digital world. The basis for this is the 5G network. With this in mind, the Cologne-based creatives from Meiré und Meiré came up with a progressive-futuristic and at the same time playful trade fair architecture which underlined the pioneering role of the company. Themed exhibits like “Tangible Virtuality”, with which the visitors were able to jointly submerge themselves in a futuristic world and interact with it, or the AR game “Codename: Neon” showed impressively how 5G will revolutionise our everyday lives. In this way, visitors were able to experience countless interactive opportunities on 1,100 square metres, truly bringing to life the slogan #TakePart.

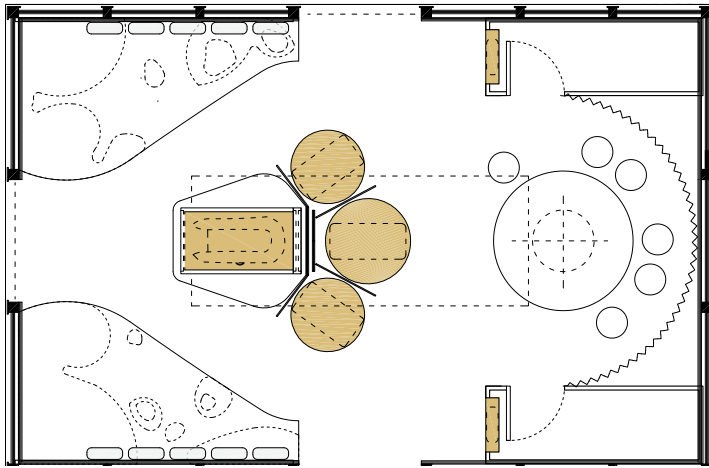


3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Mit dem Begriff **surreales Märchenland** lässt sich das Standkonzept perfekt beschreiben. **Die komplett aus Wabenpappe gebaute Raumhülle** macht den Messestand einzigartig. Die zentrale Botschaft „**nachhaltiges Babyzubehör für designliebende Eltern**“ wird gekonnt im Raum vermittelt. ——— The term **surreal fairytale land** describes the stand concept perfectly. **The shell of the room built entirely of bee board** makes the trade fair stand unique. The central message “**sustainable baby accessories for design-loving parents**” was skilfully given a spatial dimension.







Size 55 m² | **Exhibitor** DockATot™ by Wildchild Stockholm, Inc.,
 Wilmington | **Photos** Eric Laignel, Paris | **Architecture / Design** Ippo-
 lito Fleitz Group – Identity Architects GmbH, Stuttgart | **Construction**
 Cartonlab SL, Molina de Segura

Als Sinnbild für die magi-
 schen Momente, die Eltern mit
 ihren Babys und Kleinkindern

erleben, schuf die Stuttgarter Ippolito Fleitz Group für DockATot™ auf der JPMA Show: Built for Baby 2018 in Washington, D.C. eine märchenhafte, surreale Welt auf 55 Quadratmetern. Dabei fertigten sie aus weißer Wabenpappe ein vollständiges Gebäude in Form eines historischen Gewächshauses, in dessen Inneren sich eine üppige Pflanzenwelt – ebenfalls aus Pappe – entfaltete. Ergänzt wurde diese Szenerie durch Korbmöbel sowie durch die Produkte des Herstellers, der mit seinem nachhaltigen, schadstofffreien Materialkonzept genau den Nerv besorgter Eltern trifft. Über die Sorgfalt und Hingabe, mit der sich ein Gärtner seinen Pflanzen widmet, wurde das Gewächshaus so nicht nur zur Metapher für die Liebe der Eltern zu ihren Kleinen, sondern auch zu einem idyllischen Ort zum Entdecken und Erleben. —

To symbolise the magical moments that parents experience with their babies and toddlers, Stuttgart-based Ippolito Fleitz Group created a surreal fairytale world on 55 square metres for DockATot™ at the JPMA Show: Built for Baby 2018 in Washington, D.C. Using white bee board they built an entire building in the form of an historic greenhouse in which a lush plant world – likewise of cardboard – evolved. This scenery was supplemented by basket furniture and products of the manufacturer whose sustainable, non-toxic material concept struck a cord with concerned parents. Through the care and devotion with which a gardener takes care of his plants, the greenhouse became not only a metaphor of parents' love for their children, but also an idyllic place of discovery and experience.

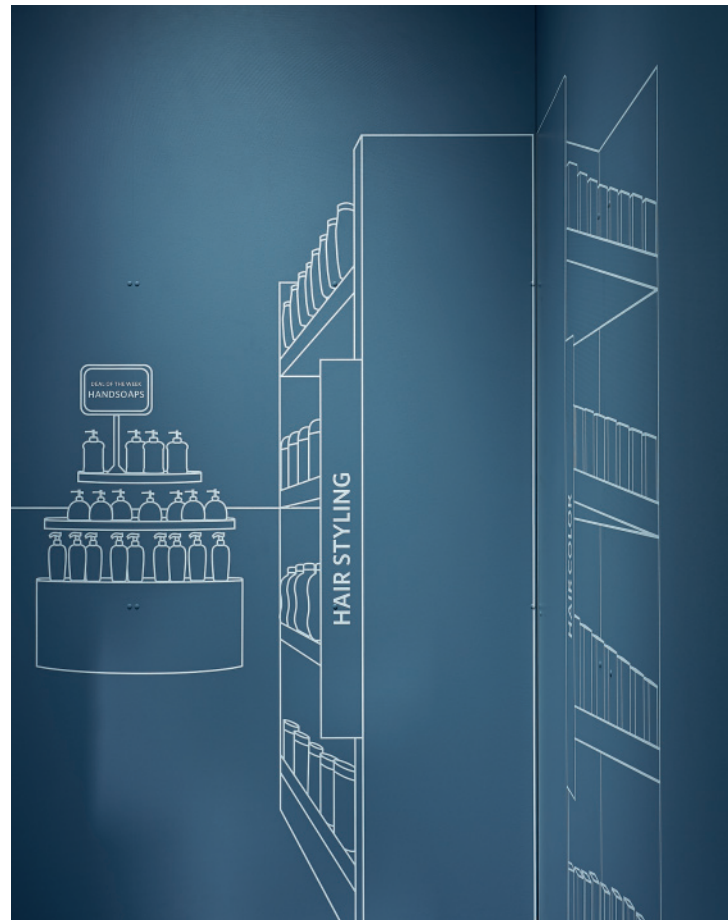


3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

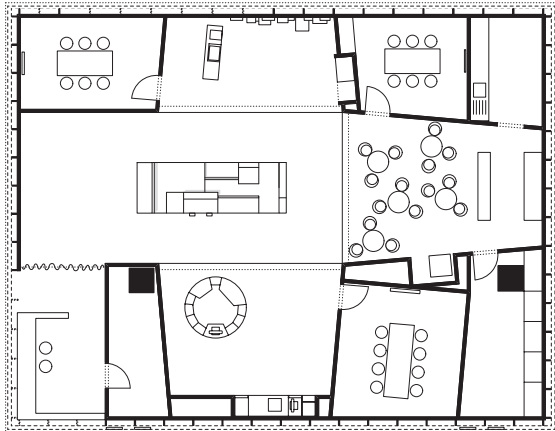
Ein instagramtauglicher Hintergrund – zusammengesetzt aus Hunderten Fotomotiven – macht den Messestand einzigartig. Analoges und digitaler Markenraum werden anhand der Interaktion mit dem Fotovorhang miteinander verbunden. Besonders nachhaltig ist die Verwendung von mehrfach einsetzbaren Standelementen. ——— An instagrammable backdrop – put together from hundreds of photo motifs – makes the trade fair stand unique. Analogue and digital brand space are connected to one another through interaction with the photo curtain. The use of stand elements that can be used multiple times is particularly sustainable.











Size 252 m² | **Exhibitor** KODAK Alaris Germany GmbH, Stuttgart |
Photos Zooey Braun, Stuttgart | **Concept and Architecture** SOMAA |
Concept and Graphics tat.sache GmbH, Stuttgart | **Construction**
 ARTec360 GmbH, Wassenberg

Beinahe zu jeder Gelegenheit zücken wir unser Smartphone, um Erinnerungen digital festzuhalten,

sie anschließend in den sozialen Netzwerken zu teilen oder sie in der Cloud zu speichern. KODAK MOMENTS liefert jedoch das reale Bild, das sich tatsächlich noch in den Händen halten lässt. Um dieses heute anachronistische Prinzip selbst zum besonderen Moment werden zu lassen, entwickelten die Stuttgarter Gestalter von tat.sache zusammen mit SOMAA für KODAK drei Konzepte, die auf der photokina 2018 in Köln in verschiedenen „Future Areas“ zum Ausdruck kamen. Dabei wurden diese Szenarien nicht fertig erzählt, sondern lediglich durch Tape Art abstrahiert angedeutet. So blieb Raum für Interpretationen. Die 252 Quadratmeter große Fläche war dabei hinter einem leichten Fotovorhang verborgen – eine verspielte Hülle, die sich sanft im Luftzug bewegte, neugierig machte und zur Interaktion, zum Anfassen und Entdecken verleitete. Zusammengesetzt aus Hunderten Motiven wurde jener Hintergrund damit selbst zum begehrten Motiv: zum Protagonisten des nächsten besonderen Moments, der im Bild festgehalten werden wollte ...

———— We grab our smartphones at almost every opportunity to create a digital record of our memories, which are subsequently shared in social networks or stored in the cloud. KODAK MOMENTS, on the other hand, delivers the real photo, which we can actually still hold in our hands. To make this rather anachronistic principle into a special moment in its own right, the Stuttgart designers from tat.sache together with SOMAA developed three concepts for KODAK which were expressed in different “Future Areas” at the photokina 2018 in Cologne. These scenarios were not, however, narrated down to the last detail, but instead merely suggested in an abstract form using Tape Art, leaving enough room for interpretation. The 253 square-metre space was concealed behind a light curtain of photos – a playful skin which swayed gently in the breeze, arousing curiosity and encouraging visitors to interact, to touch and explore. Compiled of hundreds of motifs, the curtain itself became a popular motif: a protagonist of the next special moment which was begging to be captured in a picture ...



3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Unterschiedliche Landmarks für die Trends von morgen machen den Messestand einzigartig. Die zentrale Botschaft „**Toward Utopia**“ wird gekonnt im Raum vermittelt. Besonders nachhaltig ist **die Verwendung von „instagrammable moments“**, die die Trendschau in den digitalen Raum erweitern. ——— **Different landmarks for the trends of tomorrow** make the trade fair stand unique. The central message “**Toward Utopia**” is skilfully given a spatial dimension. **The use of “instagrammable moments”, which extend the trend presentation into digital space,** is particularly sustainable.



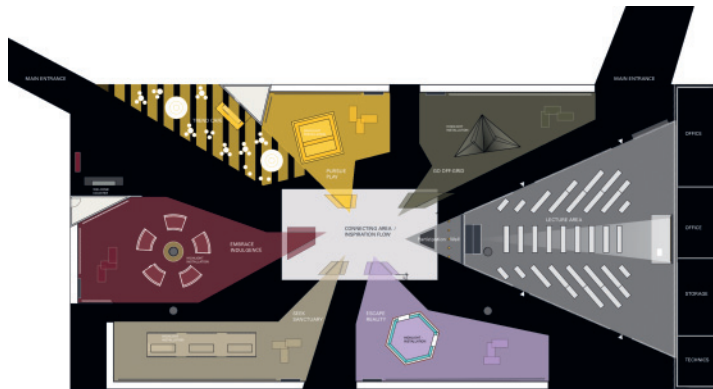












Size 2,050 m² | **Exhibitor** Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt a. Main |
Photos Kristof Lemp, Darmstadt | **Architecture / Design** Atelier
Markgraph GmbH, Frankfurt a. Main | **Construction** Messe Frankfurt
Exhibition GmbH | **Others** FranklinTill Studio, London (trend concept);
FranklinTill Studio, London / SPOTT trends & business aps, Herning /
Stijlinstituut Amsterdam, Amsterdam (trend council)

Trends vorherzusagen ist eine Kunst für sich – sie räumlich erfahrbar zu machen ebenfalls. Im Auftrag der Messe Frankfurt

stellte sich das Atelier Markgraph dieser Herausforderung und erweckte für die Heimtextil 2019 verschiedene Zukunftsprognosen internationaler Designexperten in einem „Trend Space“ zum Leben. So wurde die 2.050 Quadratmeter große Sonderfläche zu einem poetischen Erlebniskosmos, der die Lifestyle-, Textil- und Farb-Neuheiten von morgen begehbar machte und die Besucher unter dem Motto „Toward Utopia“ auf Entdeckungsreise schickte. Beim Gang durch die Zukunftsräume tauchten diese dabei nicht nur mit allen Sinnen in die Wohnwelten von morgen ein, sondern waren auch dazu aufgefordert, ihre ganz eigene Vorstellung von Utopie zu entwickeln. Wobei die Herausforderungen und Chancen des 21. Jahrhunderts – wie etwa Nachhaltigkeit oder das Potenzial virtueller Realitäten – den erzählerischen und gestalterischen Rahmen bildeten.

Forecasting trends is quite an art – translating them into a spatial experience is too! On behalf of Messe Frankfurt, Atelier Markgraph rose to this challenge and for the Heimtextil 2019 brought various future forecasts of international design experts to life in a “Trend Space”. The 2,050 square-metre special area was transformed into a poetic themed cosmos which made lifestyle, textile and colour innovations of tomorrow accessible and dispatched visitors on a journey of discovery under the slogan “Toward Utopia”. As they walked through the future spaces, visitors were immersed with all their senses in tomorrow’s worlds of living space and at the same time called upon to develop their own idea of utopia. The narrative and design framework was provided by the challenges and opportunities of the 21st century such as sustainability or the potential of virtual realities.



3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Das Zusammenspiel von individuellen Bürolösungen, hochtechnisierten Konferenzräumen und kreativen „In Between Zonen“ macht den Messestand einzigartig. Die zentrale Botschaft **„If you don't like where you are, move. You are not rooted to the spot.“** wird gekonnt im Raum vermittelt. Modern und zukunftsorientiert: der innovative Einsatz **von modernster Medientechnologie, die den Menschen mit seinen persönlichen Bedürfnissen in den Mittelpunkt stellt.** ——— The interplay of individual office solutions, high-tech conference rooms and creative “In between zones” make the trade fair stand unique. The central message **“If you don't like where you are, move. You are not rooted to the spot.”** is skilfully given a spatial dimension. Modern and future-orientated: the innovative use **of state-of-the-art media technology which places people and their personal needs at the centre.**



» THINK OUTSIDE THE BOX «





Size 460 m² | **Exhibitor** Koelnmesse GmbH, Cologne; zgoll: Konferenzraum GmbH, Neuss | **Photos** Sigurd Steinprinz Fotodesign, Wuppertal; Ludolf Dahmen, Cologne; Thomas Klerx, Hagen; Jürgen Dehniger, Leverkusen | **Architecture / Design** Koelnmesse GmbH, Cologne | **Graphics** BEYER ROTH WEIS GbR, Cologne | **Media** zgoll: Konferenzraum GmbH, Neuss | **Construction** Messebau Siehr, Bergisch Gladbach

Weg von der Präsenz- hin zur Ergebniskultur: Im Zuge der Digitalisierung verändern sich die Arbeitsmethoden gravierend. Wenn Ar-

beiten von überall aus möglich ist, dann gilt es, Bereiche in einem Unternehmen zu schaffen, die echte Wohlfühlorte sind und Räume für ein produktives Zusammenarbeiten öffnen – ein spannendes Thema, das in der Sonderschau „Inspired Collaborations“ auf der ORGATEC 2018 in Köln spielerisch aufgegriffen wurde. Als Kooperationsprojekt zwischen der Koelnmesse, dem Partner zgoll: Konferenzraum und den Ausstellern der ORGATEC wurde die 460 Quadratmeter große Erlebnisfläche dabei mit kleinen Einheiten versehen, die Inspiration für das Arbeiten in der Zukunft liefern sollten. So wurde auch räumlich thematisiert, dass das Bedürfnis nach Ruhe, Natur oder sinnlicher Wahrnehmung mit zunehmender Technisierung steigt und dass es ein neues gesellschaftliches Verständnis für heutige Arbeitswelten braucht. Dementsprechend entdeckten die Besucher inmitten eines abstrakten Pflanzendickichts diverse Arbeits- und Erlebnisräume, die den aktuellen flexiblen Arbeitskonzepten Rechnung trugen. ——— Away from a culture of being present, towards a culture of results: working methods are changing dramatically as digitalisation progresses. If it is possible to work from anywhere, then it is necessary to create real feel-good places and to open up spaces for productive collaboration – an exciting subject that was picked up playfully in the special show entitled “Inspired Collaborations” at the ORGATEC 2018 in Cologne. As cooperation project between Koelnmesse, the partner zgoll: Konferenzraum and the exhibitors at the ORGATEC, the 460 square-metre themed space was dotted with small units which were intended to provide inspiration for working in the future. The fact that a need for peace and quiet, nature and sensuous perception is growing with increasing technification and that a new social understanding for today’s working world is needed was also given a spatial dimension. Amidst an abstract jungle, visitors discovered various work and experience spaces which catered to the current flexible working concepts.

1zu33 | 3-EFF raumidentitäten | ALBERT CONCEPTS INTERIOR
ARCHITECTURE | Andreas Fuhrmann Gabrielle Hächler Archi-
tekten | ATELIER BRÜCKNER | Atelier Markgraph | Benz & Ziegler |
BLACKSPACE | Braunwagner | D'art Design Gruppe | DFROST
Retail Identity | Dobas | einsagentur Schäuble | George P. Johnson |
Helmut Stabe | HEY-SIGN | Ippolito Fleitz Group | jangled nerves |
Kauffmann Theilig & Partner | Koelnmesse | m|b|co | Meiré und Meiré |
Milla & Partner | mjm.cc | mode:lina™ | MUTABOR | Ogilvy | Paolo
Cesaretti | Projekttriangle | raumkontor Innenarchitektur | RTS Rieger
Team | Schendel & Pawlaczyk | SCHMIDHUBER | simple | Smart
Design Expo | SOMAA | sophie green interior architecture | Studio
Bachmannkern | tat.sache | Ueberholz | Uniplan | Vasku & Klug | VAVE |
VOSS+FISCHER | VRPE Team | Wecause | Zeichen & Wunder

Längst ist die sogenannte Insta-
grammability Teil unserer Kommu-
nikationspolitik geworden – hat sich
die Gestaltung der Messestände
demzufolge auch verändert? Steht
nicht mehr das Produkt, sondern

vielmehr der potenzielle Kunde und seine Interaktion im Vordergrund des
Auftritts? Wie wichtig sind Live-Erlebnisse, um die Aufmerksamkeit der
Besucher voll und ganz auf sich zu ziehen? Wie wirkt sich dies auf die
Vermittlungsstrategie aus? Und auf die räumliche Gestaltung? Fragen,
denen das neue Messedesign Jahrbuch mit rund 60 herausragenden
Beispielen auf den Grund geht. ——— So-called instagrammability has
long become part of our communication policy – has the design of trade
fair stands also changed as a consequence? Is the focus of the presen-
tation no longer the product but rather the potential customer and their
interaction? How important are live experiences in order to draw the full
attention of visitors? What effect does this have on the communication
strategy and on the spatial design? These are questions pursued by the
new Trade Fair Design Annual with over 60 exceptional examples.

€ 88,00 (D) US \$ 109.00

ISBN 978-3-89986-313-0

