

Brand Experience &

TRADE FAIR DESIGN ANNUAL

2022/23

Janina Poesch

avedition

2 EDITORIAL**8 INTERVIEW****272 IMPRINT****DIGITAL EXPERIENCES****18 Demodern GmbH, Cologne**

Xiaomi Technology Germany GmbH, Dusseldorf
Xiaomi – Metaverse Showroom Experience,
world wide web

22 imb: Troschke GmbH & Co. KG, Mörfelden-Walldorf

imb: Troschke GmbH & Co. KG,
Mörfelden-Walldorf
imb: Troschke digital_brandspace,
world wide web

26 Ippolito Fleitz Group GmbH, Stuttgart

Brunner GmbH, Rheinau-Freistett
Brunner Future Works, world wide web

32 mac. brand spaces GmbH, Langenlonsheim

profine GmbH, Troisdorf
profine DigitalExpo, world wide web

36 MONOMANGO GmbH, Berlin

Carl Zeiss Meditec AG, Jena
ZEISS Virtual Dental Showroom, world wide web

**40 SOLIDSENSE GmbH, Stuttgart
THE SANE Company GmbH, Stuttgart**

NXP Semiconductors N.V., Hamburg
NXP Virtual Technology Showroom,
world wide web
CES 2022, Las Vegas

BRANDS EN ROUTE**46 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss**

GROHE Deutschland Vertriebs GmbH,
Porta Westfalica
GROHE X Motion Trucks 2022, Europe

50 DFROST GmbH & Co. KG, Stuttgart

Longines Watch Co. Francillon Ltd.,
Saint-Imier
Longines DolceVita 2022, Germany

54 Häfele SE & Co KG, Nagold

Häfele SE & Co KG, Nagold
Häfele Tournee 2022, Germany

TRADE FAIR EXPERIENCES**60 1zu33 GmbH, Munich**

Gaggenau Hausgeräte GmbH, Munich
Milano Design Week 2022, Milan

64 3-EFF raumidentitäten, Stuttgart

B.PRO GmbH, Oberderdingen
HostMilano 2021, Milan

68 ad modum GmbH, Potsdam-Babelsberg

German Aerospace Industries Association, Berlin
ILA Berlin 2022, Berlin

72 Alberto Caiola Studio, Venice/Shanghai

Van Collection, Shanghai
Design Shanghai 2021, Shanghai

78 atelier 522 GmbH, Markdorf

Hydro Holding Offenburg GmbH, Offenburg
The Greener Manufacturing Show 2021,
Cologne

**82 Atelier Markgraph GmbH, Frankfurt/Main
jangled nerves GmbH, Stuttgart**

Mercedes-Benz AG, Stuttgart
IAA MOBILITY 2021, Munich

- 88 BLACKSPACE GmbH, Munich**
Genesis Motor Europe GmbH, Offenbach/Main
IAA MOBILITY 2021, Munich
- 92 Drasdos – Form Follows Us, Dusseldorf**
Vodafone GmbH, Dusseldorf
AR Biennale 2021/2022, Dusseldorf
- 96 einsagentur Schäuble GmbH, Karlsruhe**
Waidmann/Post GmbH, Brunswick
Daimler Truck AG, Berlin
IFAT Munich 2022, Munich
- 100 Elastique. GmbH, Cologne**
Meiré und Meiré GmbH & Co. KG, Cologne
Deutsche Telekom AG, Bonn
MWC Barcelona 2022, Barcelona
- 104 FORUM YOUR**
BRANDBUILDER GmbH, Solingen
ATELIER NITZ, Wuppertal
BJÖLL | Björn Huxholl, Munich
E.ON Energie Deutschland GmbH, Essen
E-world 2022, Essen
- 108 HEAD – Genève, Geneva**
HEAD – Genève, Geneva
Milano Design Week 2022, Milan
- 112 Ippolito Fleitz Group GmbH, Stuttgart**
WALTER KNOLL AG & Co. KG, Herrenberg
Milano Design Week 2022, Milan
- 118 Jazzunique GmbH, Frankfurt/Main**
Kia Deutschland GmbH, Frankfurt/Main
IAA MOBILITY 2021, Munich
- 122 Masquespacio SL, Valencia**
Roca Tiles Spain SL, Barcelona
CERSAIE 2021, Bologna
- 126 Meiré und Meiré GmbH & Co. KG, Cologne**
Elastique. GmbH, Cologne
BMW AG, Munich
IAA MOBILITY 2021, Munich
- 130 METZLER VATER –**
the experience group, Munich
Rodenstock GmbH, Munich
opti 2022, Munich
- 134 Milla & Partner GmbH, Stuttgart**
Robert Bosch GmbH, Gerlingen-Schillerhöhe
IAA MOBILITY 2021, Munich
- 138 MUTABOR Brand Experience GmbH, Hamburg**
Seat Cupra S.A.U., Martorell
IAA MOBILITY 2021, Munich
- 142 MUTABOR Brand Experience GmbH, Hamburg**
Volkswagen AG, Wolfsburg
IAA MOBILITY 2021, Munich
- 146 raumkontor Innenarchitektur, Dusseldorf**
Albrecht JUNG GmbH & Co. KG, Schalksmühle
Milano Design Week 2022, Milan
- 150 SCHMIDHUBER, Munich**
BLACKSPACE GmbH, Munich
BSH Elettrodomestici S.p.A., Milan
Milano Design Week 2022, Milan
- 156 Smart Design Expo, Wysogotowo**
Ciarko Design Sp. z o.o., Warsaw
Warsaw Home & Contract 2021, Warsaw
- 160 Smart Design Expo, Wysogotowo**
The Engineered Stone Group –
Marmite Sp. z o.o., Dopiewo
KBIS 2022, Orlando
- 164 Studio Bachmannkern GmbH, Solingen**
RECARO Aircraft Seating
GmbH & Co. KG, Schwäbisch Hall
AIX Aircraft Interiors Expo 2022, Hamburg
- 168 Uniplan GmbH & Co. KG, Cologne**
Hyundai Motor Company, Seoul
IAA MOBILITY 2021, Munich
- 174 USM U. Schärer Söhne GmbH, Bühl**
USM U. Schärer Söhne GmbH, Bühl
Milano Design Week 2022, Milan

BRAND SPACES

- 180 AMDL CIRCLE and Michele De Lucchi, Milan**
ATELIER BRÜCKNER GmbH, Stuttgart
gart AG, Münchenstein / Basle
 Novartis AG, Basle
 Novartis Pavilion | Wonders of Medicine, Basle
- 186 atelier 522 GmbH, Markdorf**
 Bette GmbH & Co. KG, Delbrück
 BettePlaces, Delbrück
- 192 Atelier Markgraph GmbH, Frankfurt/Main**
 Viega GmbH, Attersee
 Viega Seminar- und Vertriebscenter, Attersee
- 196 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss**
one fine day Architekten Hake Hoffmann
PartGmbH, Dusseldorf
 Schüco International KG, Bielefeld
 Schüco Welcome Forum, Bielefeld
- 200 D'art Design Gruppe GmbH, Neuss**
RKW Architektur + | Rhode Kellermann
Wawrowsky GmbH, Dusseldorf
 Henkel AG & Co. KGaA, Dusseldorf
 Henkel Inspiration Center, Dusseldorf
- 204 FRAMEWORK GmbH, Cologne**
 OBI GmbH & Co. Deutschland KG, Wermelskirchen
 OBI MachBar, Cologne
- 208 SIMPLE GmbH, Cologne**
 JOSEF SEIBEL Schuhfabrik, Hauenstein
 JOSEF SEIBEL Schuhfabrik, Hauenstein
- 212 Studio Bachmannkern GmbH, Solingen**
 SARSTEDT AG & Co. KG, Nümbrecht
 SARSTEDT Competence Centre, Nümbrecht
- 216 VAVE Studio, Frankfurt/Main,**
Shanghai, Shenzhen
 Sinovac Life Sciences Co., Ltd., Beijing
 Sinovac Experience Centre, Beijing
- 220 VAVE Studio, Frankfurt/Main,**
Shanghai, Shenzhen
b | u | g studio, Bangkok
D T DESIGNS CORPORATION Ltd., Bangkok
Foster + Partners, Bangkok
 Magnolia Quality Development Co., Ltd., Bangkok
 MQDC's The Forestias – Imagine Happiness,
 Bangkok
- 226 Wecause GmbH, Stuttgart**
 ISO Gesellschaft für Isolier- und
 Feuchtraumtechnik mbH, Offenau
 ISO Poolbox, Offenau

NATION BRANDING

- 232 Baden-Württemberg Expo 2020 Dubai GmbH,**
Freiburg/Breisgau
 Ministry of Economic Affairs, Labour and
 Tourism, Stuttgart
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai
- 236 Bellprat Partner AG, Zurich**
OOS AG, Zurich
 Federal Department of Foreign Affairs /
 Presence Switzerland, Berne
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai
- 240 Bellprat Partner AG, Zurich**
WXCA, Warsaw
 Polish Investment and Trade Agency S.A., Warsaw
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai
- 244 facts and fiction GmbH, Cologne**
 Jordan Investment Commission, Amman
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai
- 248 facts and fiction GmbH, Cologne**
AODA – Agence Olivier Deverini
Architecture, Monaco
OOS AG, Zurich
 Pavillon Monaco SAM, Monaco
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai

- 252 facts and fiction GmbH, Cologne**
LAVA – Laboratory for Visionary
Architecture, Berlin
 Federal Ministry for Economics and Climate
 Action, Bonn
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai
- 258 insglück Gesellschaft für**
Markeninszenierung mbH, Berlin
NÜSSLI Gruppe, Hüttwilen
 Kazakhstan QuazExpoCongres, Astana
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai
- 264 JKMM Architects, Helsinki**
Futudesign, Helsinki
 Business Finland, Helsinki
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai
- 268 querkraft architekten ZT GmbH, Vienna**
Ars Electronica Linz GmbH & Co. KG, Linz
büro wien | Inszenierte Kommunikation
Marketing GmbH, Vienna
 Austrian Economic Chambers /
 Federal Ministry Republic of Austria,
 Digital and Economic Affairs, Vienna
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai

EXPANDED SPACES: FREE APP FOR DOWNLOAD

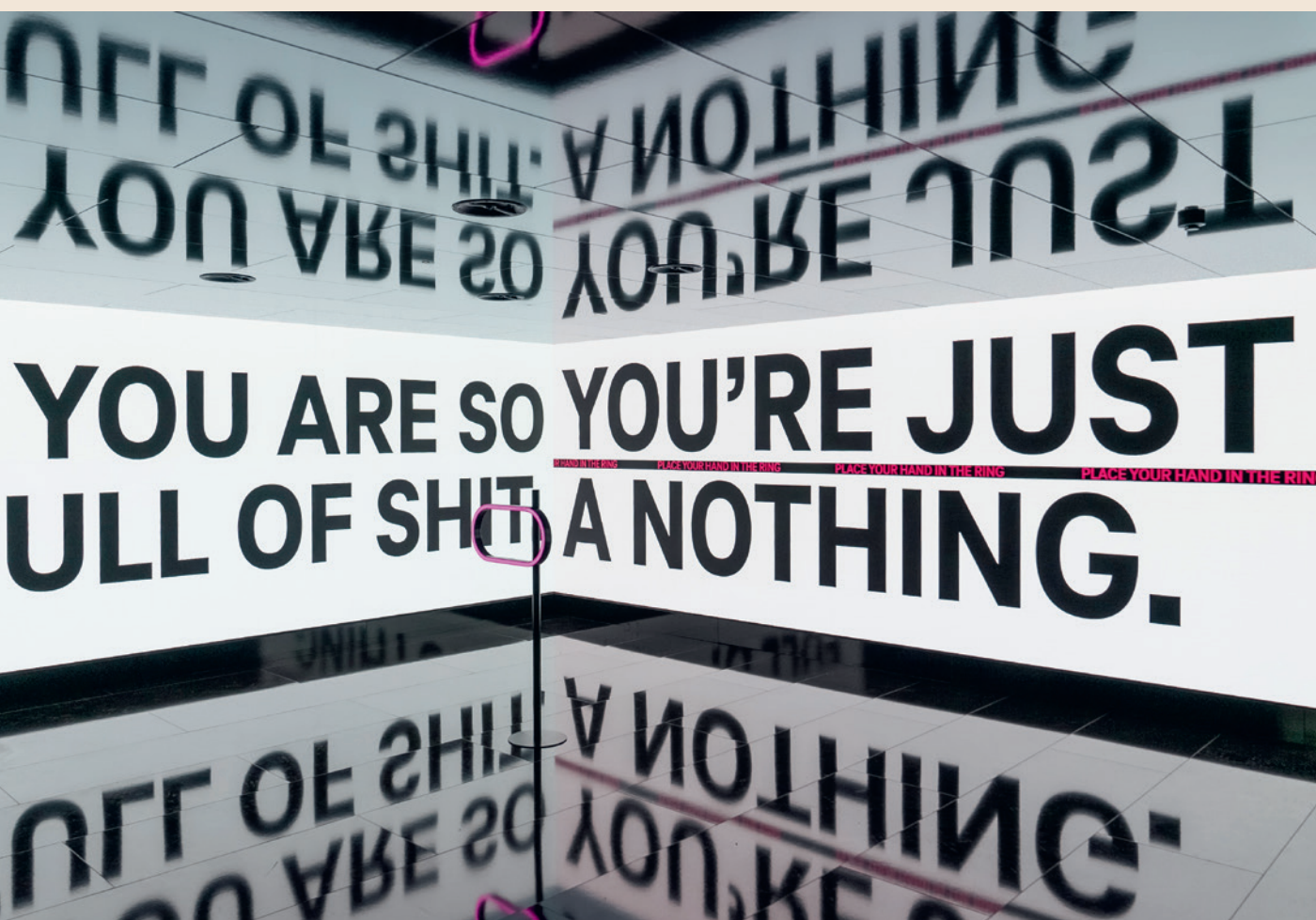


Apropos „Die Zukunft der Messe ist hybrid“: Auch wir erweitern den analogen Raum um eine digitale Ebene.

So können Sie all die spannenden Projekte noch besser erleben. Überall wo Sie das ayscan-Zeichen sehen, haben Sie die Möglichkeit, Filme zu betrachten oder in virtuelle Rundgänge durch Brand Experiences einzutauchen und die gedruckten Bilder damit um die Dimension der Bewegung zu erweitern. Laden Sie sich im App Store oder im Google Play Store ganz einfach die ayscan-App kostenlos herunter, scannen Sie mit Ihrem mobilen Endgerät die Buchseite ein und kommen Sie in den umfangreichen Genuss von Bild, Film und Ton. Viel Spaß!

Speaking of “The future of the trade fair is hybrid”: We have also added a digital level to the analogue space. That way you can experience all the exciting projects even better. Wherever you see the ayscan sign, you have the possibility to watch films or to immerse yourself in virtual tours through brand experiences, thus extending the printed images by the dimension of movement. Simply download the ayscan app free of charge in the App Store or the Google Play Store, scan the page of the book with your mobile end device and the fun with images, film and sound can commence. Enjoy!

TRADE FAIR EXPERIENCES



→ 64

→ 100



→ 108



→ 126

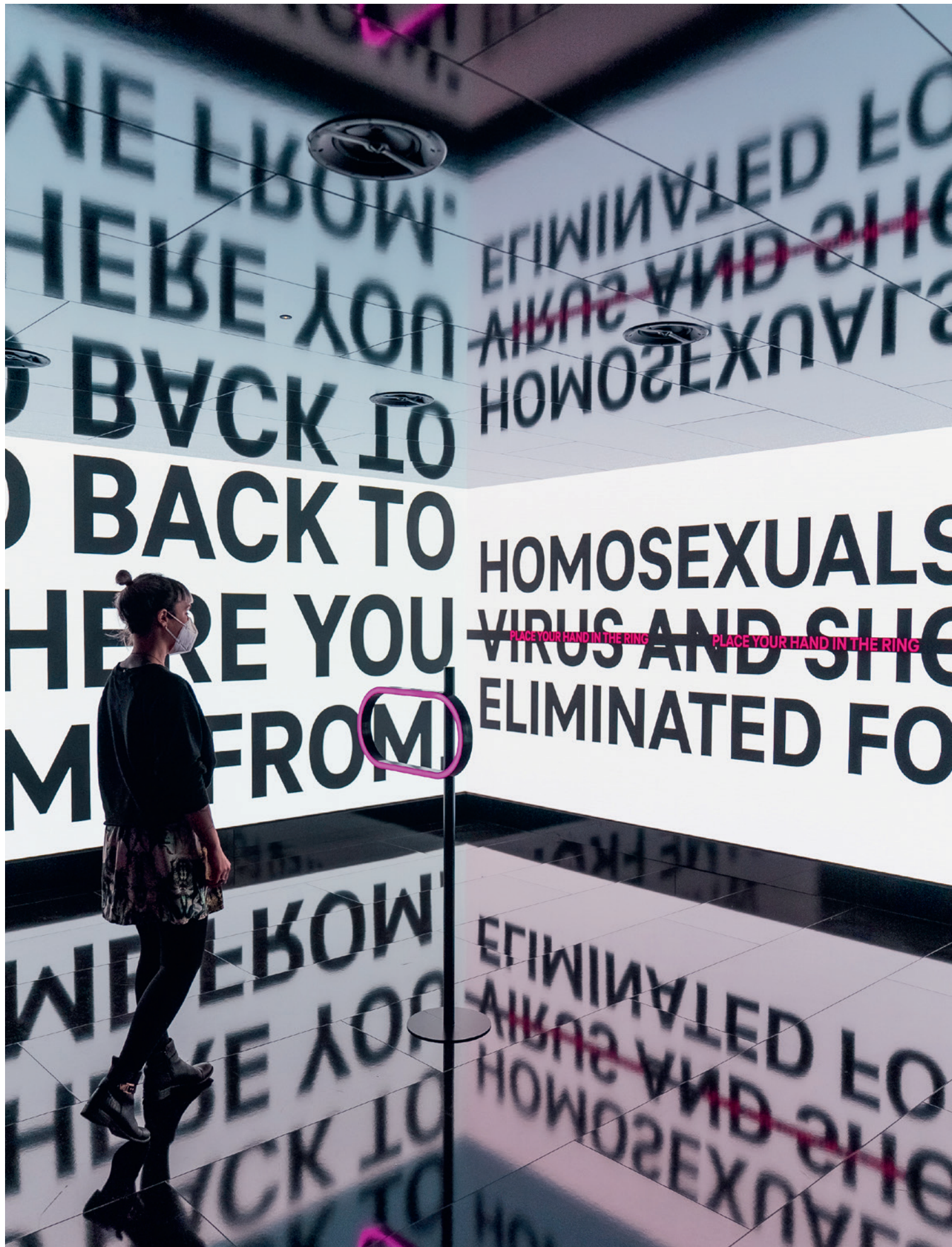


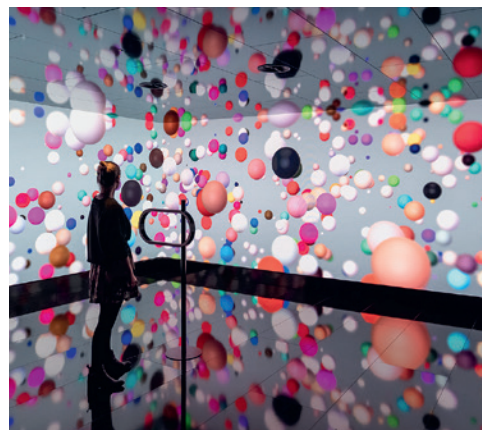
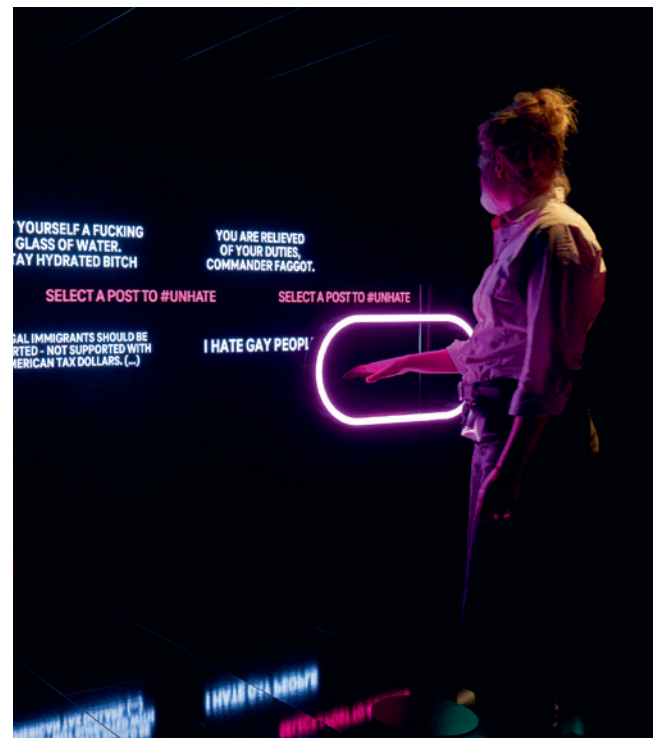
→ 112

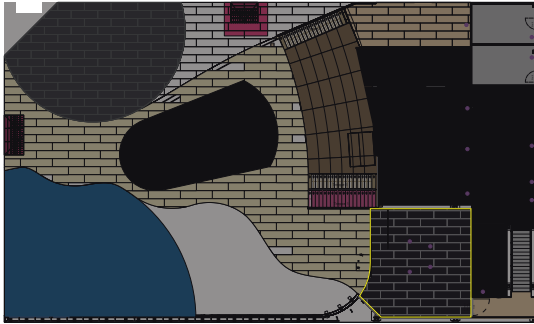
THE VALUE OF BRAND EXPERIENCES

„Marken und Produkten muss eine Bühne geboten werden, die Emotion und Erlebnis ermöglicht bzw. forciert. Architektur, Formgebung und Kommunikationsdesign spielen dabei eine wesentliche Rolle: Sie generieren individuelle, kontextbezogene und vor allem inspirierende Raumidentitäten.“ ——— “Brands and products have to be staged in a way that allows or encourages emotion and experience. Architecture, style and communication design play a key role in this: They generate individual and above all inspiring spatial identities in context.”

Fabian Friedhoff, CEO, 3-EFF raumidentitäten





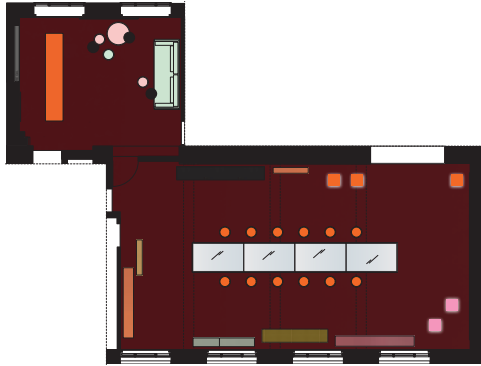


Size 61 m² | **Exhibitor** Deutsche Telekom AG, Bonn | **Photos / Visualisations** Elastique. GmbH, Cologne | **Architecture** Meiré und Meiré GmbH & Co. KG, Cologne | **Graphics** Elastique. GmbH, Cologne; flora&faunavisions GmbH, Berlin | **Concept / Design / Development / Programming** Elastique. GmbH, Cologne | **Construction** conex GmbH, Leinfelden-Echterdingen

„Connecting Meaningful Technology“ – unter diesem Leitgedanken präsentierte sich die Deutsche Telekom auf dem Mobile World Congress

2022 in Barcelona und zeigte Lösungen für digitales Leben, nachhaltiges Handeln und den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Innerhalb des 1.200 Quadratmeter großen Messestands erlangte dabei eine künstlerische Intervention von Elastique. besondere Aufmerksamkeit. Die Kölner Kreativschaffenden gestalteten zusammen mit den Berlinern von flora&faunavisions ein immersives Erlebnis, das auf 61 Quadratmetern ein Statement für den sinnvollen Einsatz von Technologie setzte. Denn „#UNHATE BY ARTISTIC INTELLIGENCE“ wirkte der Allgegenwart von Hass in digitalen Räumen eindrucksvoll entgegen: Mithilfe von KI wurden reale Online-Hasstiraden in ästhetische Kunstwerke verwandelt und so ihrer Giftigkeit beraubt. Drei „künstlerische Intelligenzen“ griffen die Inhalte der Kommentare auf und übersetzten sie in abstrakte Visuals, die anschließend als Antwort auf die Hate Speeches veröffentlicht werden konnten: The post has been #UNHATED! Als Teil der medienübergreifenden Kampagne „Gegen Hass im Netz“ war die „Human Immersive Experience“ damit ein friedliches Bekenntnis für einen rücksichtsvolleren Umgang miteinander. ———— “Connecting Meaningful Technology” – with this guiding principle, Deutsche Telekom presented itself at the Mobile World Congress 2022 in Barcelona and showed solutions for digital life, sustainable action and social cohesion. Within the 1,200 square-metre booth, an artistic intervention by Elastique. got a lot of attention. The Cologne-based creatives in collaboration with flora&faunavisions from Berlin created an immersive experience which used the 61 square metres allotted to it to make a statement about using technology sensibly. “#UNHATE BY ARTISTIC INTELLIGENCE” was an impressive attack on the hate that pervades the digital spaces: With the help of AI, real online rants were transformed into aesthetic works of art, robbing them of their virulency in the process. Three “artistic intelligences” picked up on the content of the commentaries and translated them into abstract visuals which could then be published as an answer to the hate speeches: The post has been #UNHATED! As part of the cross-media campaign against online hate entitled in German “Gegen Hass im Netz”, the “Human Immersive Experience” was thus a peaceful call for more considerate interaction with other people.





Size 100 m² | **Exhibitor** Albrecht JUNG GmbH & Co. KG, Schalksmühle |
Photos / Visualisations Andreas Körner Fotostudio bildhübsche
fotografie | filmhübsch, Stuttgart | **Architecture / Design** raumkontor
Innenarchitektur, Dusseldorf | **Graphics** STUDIO PANORAMA, Stuttgart |
Lighting ERCO GmbH, Lüdenscheid | **Construction** Standex GmbH,
Wuppertal

Zwischen Wunderkammer und Farb- explosion: Die Installation für JUNG auf den Mailänder Fuorisalone 2022 ließ die Gäste in ein unkonventio-

nelles, mutiges und farbenfrohes Universum eintauchen. Unter dem Titel „Farbdurst“ inszenierte raumkontor Innenarchitektur auf 100 Quadratmetern dabei eine visuelle Collage verschiedener Farben, Formen und Materialien, kunstvoll arrangierter Preziosen und Skurrilitäten sowie Schaltern und Steckdosen des Herstellers, die in Le Corbusiers Farbtönen gehalten waren. Besuchende waren aufgefordert, den Raum für sich zu entdecken, dank des Überraschungseffekts der Kombination Zusammenhänge neu zu denken und die Welt mit anderen Augen zu sehen. Auch die Präsentationsmöbel, die in ihrer Gestaltung an die Designs der 1980er-Jahre erinnerten, spielten mit dem Kontrast der Wahrnehmung: Klare geometrische Figuren überlagerten sich wie in einem Moodboard in Position und Maßstabsebene und es entstand ein spürbares Relief, das den Rahmen für die Produkte bildete. Dank einer präzisen Beleuchtung von ERCO waren die Fruchtnoten der Lichtstimmungen zudem fast riechbar: Orange, Apfelgrün, Kirschrot und Zitronengelb – sie alle stillten in Verbindung mit Namen wie „Limoncello“, „Bellini“ oder „Negroni“ definitiv den Durst nach mehr ...

Between a cabinet of curiosities and an explosion of colour: The installation for JUNG at Milan's Fuorisalone 2022 allowed guests to submerge themselves in an unconventional, bold and brightly coloured universe. Under the title "Thirst for Colour", raumkontor Innenarchitektur developed a presentation on 100 square metres consisting of a visual collage of various colours, shapes and materials, artistically arranged weird and wonderful items as well as switches and sockets of the manufacturer, using the colour palette of Le Corbusier. These surprising juxtapositions encouraged visitors to discover the space for themselves, to rethink connections and to see the world with fresh eyes. The presentation furniture, whose design was reminiscent of the 1980s, also played with the contrast of perception: Clear geometric figures overlapped one another like in a mood board in position and scale to produce a tangible relief as framework for the products. Thanks to the precise lighting by ERCO, visitors could almost smell the fruity aroma of the light moods: Orange, green apple, cherry and lemon yellow – with names like "Limoncello", "Bellini" or "Negroni" they certainly quenched the thirst for more ...

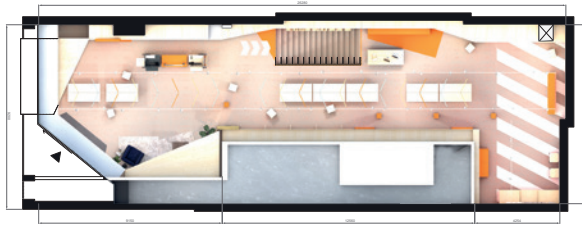


AMD L CIRCLE and Michele De Lucchi, Milan
ATELIER BRÜCKNER GmbH, Stuttgart
iart AG, Münchenstein / Basle
Novartis AG, Basle
Novartis Pavilion | Wonders of Medicine, Basle

183







Size 250 m² | **Exhibitor** OBI GmbH & Co. Deutschland KG, Wermelskirchen | **Photos / Visualisations** Philip Kistner Fotografie, Dusseldorf | **Architecture / Design / Graphics** FRAMEWORK GmbH, Cologne | **Lighting** IXPI GmbH, Cologne | **Media / Films** Zum goldenen Hirschen Holding GmbH, Berlin | **Construction** mpunkt GmbH, Neuss

Instagram, YouTube, TikTok: Do it yourself hat Millionen Fans. Um der urbanen Zielgruppe, die von diesem

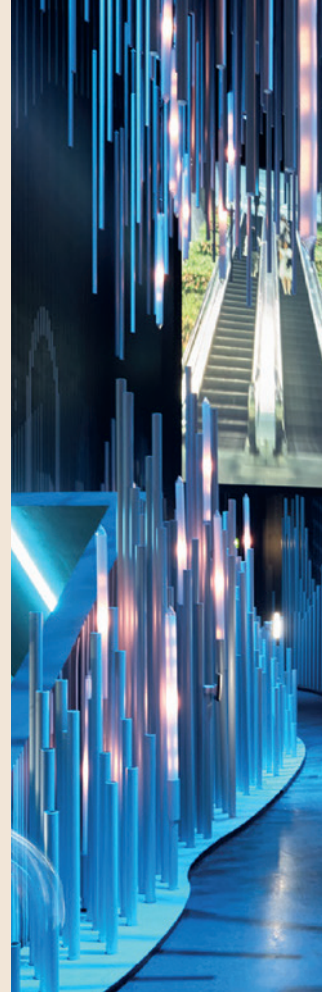
Trend überwiegend digital inspiriert ist, ein haptisches Erlebnis zu bieten, schuf OBI zusammen mit FRAMEWORK mitten in der Kölner Innenstadt ein selbst gebautes Paradies für die junge Community: die OBI MachBar. Auf 250 Quadratmetern kann hier gemeinsam gebaut, geschraubt und gemalt werden. Kernstück des Konzepts sind dabei moderierte Workshops, in denen – passend zur Saison – live umgesetzt wird, was Social-Media-User zuvor online gesehen haben. Das Innere der Markenwelt passt sich einfach dem jeweiligen Event und Thema an. Dementsprechend ist nicht nur die raumgreifende Werkbank aus Einzelmodulen multifunktional, auch die anderen Möbel, Regale und Lochsteckwände aus naturbelassenem Kiefernholz sind flexibel und nachhaltig nutzbar. Ob Mini-Baumarkt, Inspirationsquelle, Workshop- oder Event-Location: Die OBI MachBar spiegelt die Kreativität ihrer Zielgruppe wider und überträgt Ideen aus dem 2D- in den dreidimensionalen Raum. Wer nicht vor Ort, sondern zu Hause in Ruhe werkeln will, den führen zudem QR-Codes zu digitalen Materiallisten und Anleitungen in der heyOBI-App – oder zu den Event-Dokumentationen auf Social Media. So schließt sich der Kreis ...

Instagram, YouTube, TikTok: DIY has millions of fans. To offer a tangible experience to the urban target group which is largely digitally inspired by this trend, OBI collaborated with FRAMEWORK in downtown Cologne to create a self-built paradise for the young community: OBI MachBar. On 250 square metres, visitors can build, tinker and paint together. At the core of the concept are a series of moderated workshops in which seasonally inspired projects previously seen online in social media are realised live. The interior of the brand world aligns quite simply with the event and subject. Not only the huge workbench is therefore made up of multifunctional modules, the other furniture, shelves and perforated walls of untreated pine wood can also be used flexibly and sustainably. Whether as mini-DIY centre, as source of inspiration, workshop or event location: The OBI MachBar reflects the creativity of its target group and transfers 2D ideas into the three-dimensional space. For anyone who wants to work in the comfort of their own home rather than on location, QR codes are available which take the customer to digital material lists and instructions in the heyOBI app – or to the event documentation on social media. And thus we have come full circle ...

NATION BRANDING



—→ 232



—→ 236



—→ 252



→ 264



→ 244



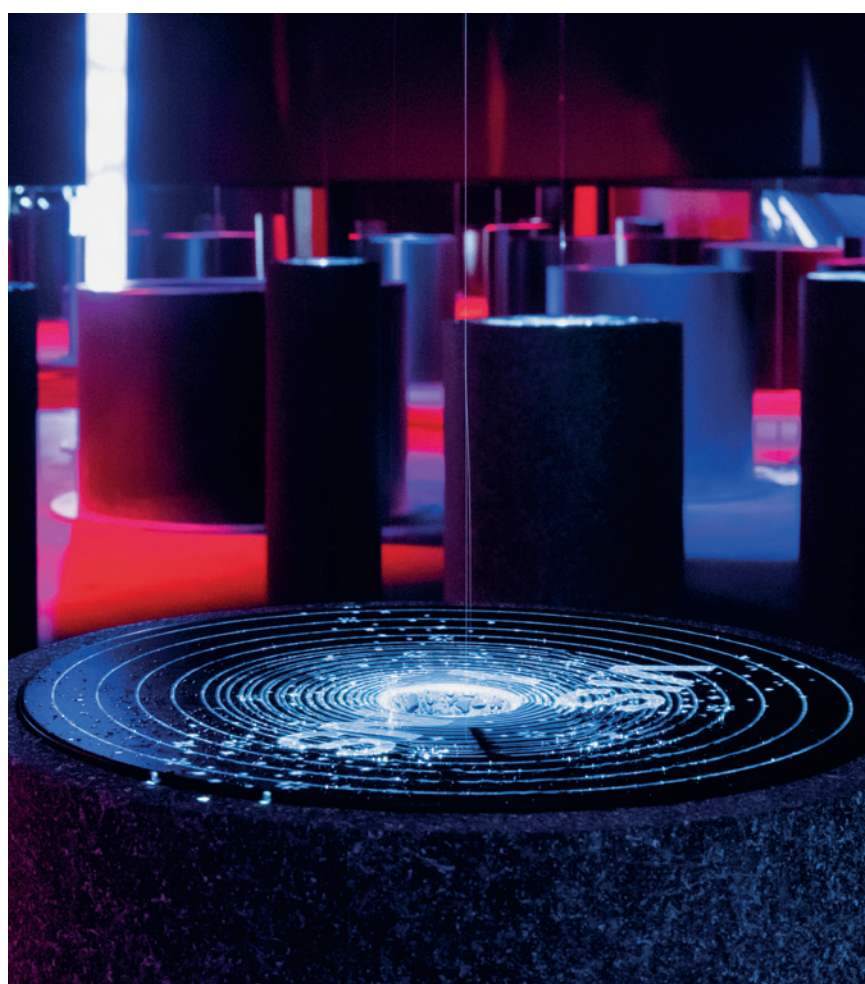
THE VALUE OF BRAND EXPERIENCES

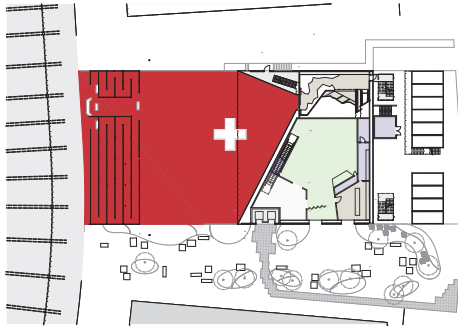
„Bei Weltausstellungen beträgt die Aufenthaltsdauer der Besuchenden in den einzelnen Pavillons nur wenige Minuten. Es ist daher sinnvoll, die Länderkommunikation einfach und symbolisch zu halten. Dementsprechend haben wir den Schwerpunkt bewusst auf ein sinnliches Erlebnis gelegt, das sich in das Gedächtnis der Gäste einbrennen soll.“ ———

“At world exhibitions visitors only stay in the individual pavilions for a few minutes. It therefore makes sense to keep communication about the countries simple and symbolic. That is why we place the focus on a sensual experience which should become indelibly imprinted in the minds of the guests.”

Iwan Funk, Managing Partner, Bellprat Partner







Size 3,100 m² | **Exhibitor** Federal Department of Foreign Affairs / Presence Switzerland, Berne | **Photos / Visualisations** Bellprat Partner AG, Zurich; Federal Department of Foreign Affairs / Presence Switzerland, Berne; Nicolas Vargas, Berlin | **Architecture / Design** Bellprat Partner AG, Zurich; OOS AG, Zurich | **Graphics / Media / Films** Bellprat Partner AG, Zurich | **Lighting** Atelier Derrer GmbH, Embrach; Winkler Livecom AG, Wohlen | **Development / Programming** Bellprat Partner AG, Zurich; Winkler Livecom AG, Wohlen | **Construction** Expomobilia – MCH Live Marketing Solutions AG, Zurich | **Others** Effektschmiede GmbH, Cologne (Fog Development)

Unter dem Motto „Reflections“ konzipierten Bellprat Partner und OOS den Schweizer Pavillon auf der Expo 2020 Dubai als metaphorische Wanderung durch den Alpenstaat in drei Akten – von der Tradition bis zur Innovation. Während sich im Vorbereich

des komplett reflektierenden Gebäudes in der Fassade der 700 Quadratmeter große rote Teppich sowie die sich darauf bewegendenden Besuchenden spiegelten und die Gebäudehülle so zu einem animierten Fresko machten, inszenierten die Gestaltenden im Inneren ein urschweizerisches Naturphänomen: Die Gäste konnten durch ein echtes, nur aus Wasser bestehendes Nebelmeer waten – wobei sich mit jedem Schritt nach oben der Nebel lichtete und den Blick auf ein stilisiertes Bergpanorama freigab. Dank einer multidimensionalen 360-Grad-Erfahrung aus Licht, Projektion und Klang eröffnete sich damit ein landschaftlich facettenreiches Land in allen Tageslichtstimmungen. Im dritten Akt stand die urbane Schweiz als Treiberin von Innovationskraft und kultureller Vielfalt im Zentrum: In einer dichten Ausstellung wurden zukunftsweisende Exponate gezeigt. Ein Wassertropfenballett – mit Schweizer Perfektion im Lichtkegel choreografiert – komplettierte das Bild. ——— Under the slogan “Reflections”, Bellprat Partner and OOS

devised the Swiss pavilion at the Expo 2020 Dubai as a metaphorical hike through the Alpine state in three acts – from tradition to innovation. In the area in front of the all-over-reflective building, the 700-square-metre red carpet and the visitors moving on it were mirrored in the façade transforming the building shell into an animated fresco. Inside the pavilion the designers staged a classic Swiss natural phenomenon: Guests could wade through a real sea of fog consisting entirely of water. With every step up the fog lifted a little more, revealing a stylised mountain panorama. Thanks to a multidimensional 360-degree experience of light, projection and sound, the multifaceted landscapes of the country were presented in many different daylight moods. The third and final act revolved around urban Switzerland as driver of innovation and cultural diversity: forward-looking exhibits presented in a dense exhibition. The whole thing was rounded off by a ballet of water droplets, choreographed with Swiss perfection in a beam of light.







THE VALUE OF BRAND EXPERIENCES

„Die Teilnahme Österreichs an der Expo trägt wesentlich zum Nation Branding bei einem internationalen Publikum bei: Der Pavillon bietet einen adäquaten Raum, um in den multikulturellen Dialog über Fragen einer nachhaltigen Zukunft zu treten, und liefert einen wichtigen Beitrag zur Energiedebatte und zu Fragen des klimasensiblen Bauens.“ ———

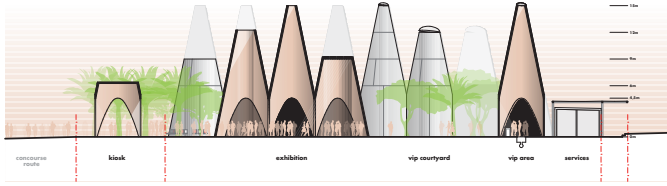
“Austria’s participation at the Expo makes a major contribution to its Nation Branding for an international audience: The pavilion offers a suitable space to enter into a multicultural dialogue about questions of a sustainable future, providing important impetus for the energy debate and questions relating to climate-sensitive building.”

Jakob Dunkl, CEO, querkraft architekten





querkraft architekten ZT GmbH, Vienna
 Ars Electronica Linz GmbH & Co. KG, Linz
 büro wien | Inszenierte Kommunikation Marketing GmbH, Vienna
 Austrian Economic Chambers / Federal Ministry Republic of Austria, Digital and Economic Affairs, Vienna
 Expo 2020 Dubai 2021/2022, Dubai



Size 1,600 m² | **Exhibitor** Austrian Economic Chambers / Federal Ministry Republic of Austria, Digital and Economic Affairs, Vienna | **Photos / Visualisations** Andreas Keller Fotografie, Altdorf; Carmen Egger and Fabian Kahr / querkraft architekten ZT GmbH, Vienna; Omar Marques Photography, Krakow | **Architecture / Design** querkraft architekten ZT GmbH, Vienna (Concept / Architecture); Ars Electronica Linz GmbH & Co. KG, Linz (Scenography / Exhibition Design); büro wien | Inszenierte Kommunikation Marketing GmbH, Vienna (Scenography / Exhibition Design) | **Graphics** bleed. Design Studio, Vienna | **Lighting** Pokorny Lichtarchitektur, Vienna | **Construction** NÜSSLI Gruppe, Hüttwilen (General Contractor) | **Others** WERNER CONSULT ZT GmbH, Vienna (Project Management); Werkraum Ingenieure ZT GmbH, Vienna (Statics); WME Consultants, Dubai (Statics); Green4Cities GmbH, Vienna, KIERAN FRASER LANDSCAPE DESIGN e.U., Vienna (Landscape Design)

Als Antwort auf das Motto der Expo 2020 Dubai „Connecting Minds, Creating the Future“ gestalteten querkraft architekten einen Pavillon, der Österreich auf sinnliche Weise vorstellen sollte. „Austria makes sense“ lautete die doppelsinnige Devise, die im hektischen Treiben einen achtsamen Ruhepol darstellte. Von den historischen Windtürmen und den klimaregulierenden Eigenschaften arabischer Lehm-

architektur inspiriert, bildete dabei ein Netzwerk aus 38 miteinander verschnittenen Kegeln eine ikonische Gestalt. Durch den behutsamen Einsatz lokaler Baumaterialien, Vorfertigung und Nachnutzung des Baus wurde zudem eine ökologische Haltung gegenüber unserer Wegwerfgesellschaft demonstriert. Gruppiert um drei begrünte Höfe entstanden auf 1.600 Quadratmetern immer wieder spannende Raumfolgen, die mit ihren haptisch angenehmen Oberflächen aus Lehmputz und dem omnipräsenten Wechselspiel von Licht und Schatten schon selbst alle Sinne ansprachen. Die Ausstattungs-gestaltung ergänzte diese Atmosphäre: Über eine interkulturell verständliche Bildsprache sowie medienkünstlerische Installationen wurden dem Publikum auf intuitive Weise Kultur und technische Innovationen aus Österreich multisensorisch und emotional näher gebracht.

— In response to the slogan of the Expo 2020 Dubai “Connecting Minds, Creating the Future”, querkraft architekten devised a pavilion that presented Austria in a sensuous way. Taking up the double meaning of ‘sense’, they entitled it “Austria makes sense”, and created a mindful haven amid the hustle and bustle. Inspired by historic windmills and the climate-regulating characteristics of Arab loam architecture, a network of 38 intersected cones created an iconic structure. Through the careful use of local building materials, prefabrication and subsequent utilisation of the building, they also took an ecological stance on our throwaway society. Grouped around three planted courtyards, the 1,600 square metres of the pavilion offered an exciting series of spaces whose loam-rendered surfaces with their omnipresent interplay of light and shadow already appealed to all the senses. The design of the exhibition complemented this atmosphere. With imagery that was interculturably comprehensible and artistic media installations, Austria’s culture and technical innovations were conveyed to the visitors in an intuitive fashion, using multisensory and emotional means to give them access to the country.

1zu33 | 3-EFF raumidentitäten | ad modum | Alberto Caiola Studio |
 AMDL CIRCLE and Michele De Lucchi | AODA – Agence Olivier Deverini
 Architecture | Ars Electronica Linz | atelier 522 | ATELIER BRÜCKNER |
 Atelier Markgraph | ATELIER NITZ | Baden-Württemberg Expo 2020 Dubai |
 Bellprat Partner | BJÖLL | Björn Huxholl | BLACKSPACE | b|u|g studio |
 büro wien | Inszenierte Kommunikation Marketing | D'art Design Gruppe |
 Demodern | DFROST | Drasdos – Form Follows Us | D T DESIGNS
 CORPORATION | einsagentur Schäuble | Elastique. | facts and fiction |
 FORUM YOUR BRANDBUILDER | Foster + Partners | FRAMEWORK |
 Futudesign | Häfele | HEAD – Genève | iart | imb troschke | insglück |
 Ippolito Fleitz Group | jangled nerves | Jazzunique | JKMM Architects |
 LAVA – Laboratory for Visionary Architecture | mac. brand spaces |
 Masquespacio | Meiré und Meiré | METZLER VATER | Milla & Partner |
 MONOMANGO | MUTABOR | NÜSSL | OOS | querkraft architekten |
 raumkontor Innenarchitektur | SCHMIDHUBER | SIMPLE | Smart Design Expo |
 SOLIDSENSE | Studio Bachmannkern | Studio Lakrits | THE SANE Company |
 Uniplan | USM U. Schärer Söhne | VAVE Studio | WCXA | Wecause

Es ist eindeutig: Messe stirbt nicht, Messe verändert sich! Sie wird sich also auch in Zukunft immer wieder agil an neue Gegebenheiten anpassen (müssen). Für Gestaltende wird es darum gehen, sich wieder verstärkt mit den Qualitäten von Raum auseinanderzusetzen –

egal ob es sich dabei um den physischen oder den digitalen Raum handelt: Raum sollte so inszeniert und gestaltet sein, dass er der Kommunikation dient, Begegnung und Erlebnis ermöglicht, Immersion schafft und natürlich einen inhaltlichen Mehrwert liefert. Was aber auch bedeutet, dass Kommunikationsstrategien vorab gefestigt sein müssen, vor allem wenn nicht wie bislang nur Produkte, sondern eher Positionen und Visionen im Fokus stehen. Es wird darum gehen, Menschen mit Marken auf vielschichtigen Ebenen miteinander zu verbinden, um gemeinsam Zukunft zu gestalten. ——— It is definite: The trade fair is not dead, the trade fair is changing! And, going forward, this will not be the last time it has to adjust with agility to new circumstances. Designers will need to analyse the qualities of space again more closely – be it the physical space or the digital one: Space should be staged and designed so as to support communication, facilitate encounter and experience, create an immersive effect and, of course, provide content which adds value. But this also means that communication strategies need to be fixed beforehand, particularly if the focus is on positions and visions rather than products as in the past. It will be about connecting people with brands on many different levels in order to shape the future together.

€ 88,00 (D) US \$ 114.00

ISBN 978-3-89986-385-7



9 783899 863857

EXPANDED SPACES:
FREE APP FOR DOWNLOAD

