

BlachReport

STARTSEITE BLACHREPORT KONFERENZ+TAGUNG MESSE+MARKETING EVENT.HOSPITALITY

Bloom und TULP setzen GMN mit neuem Messeauftritt in Szene

Veröffentlicht am Montag, 02. Oktober 2017 12:07



Die Kreativagentur Bloom hat in Zusammenarbeit mit TULP Design einen Messeauftritt für den Nürnberger Maschinenbauer GMN konzipiert. Umgesetzt wurde das Konzept von Messebau Rehorst. Eine klare Standarchitektur, die ungewöhnliche Produktpräsentation und eine aufwendige LED-Animation stehen dabei im Fokus. Zum ersten Mal zu sehen war dieser vom 18. bis 23. September auf der EMO Hannover, der Weltleitmesse für Metallbearbeitung.

Der Stand selbst ist in drei Bereiche gegliedert und bedient sich einer klaren, designorientierten Formensprache und Architektur. Mit nur zwei Raumhöhen und kubischer Bauweise wurde er bewusst im reduzierten Design gehalten. Auch bei der Farbwahl wurde auf Reduktion geachtet. Dabei liegt der Fokus auf verschiedenen Grautönen, die den Aufbau des Standes optisch unterstützen und mit der Markenfarbe Blau kombiniert werden, um Akzente zu setzen.



Im Zentrum steht die Präsentation der Produkte aus den vier Unternehmensbereichen auf einer Workbench. Inspiriert von einer klassischen Werkbank aus dem Maschinenbau werden die unterschiedlichen Produkte auf Drehtellern inszeniert und können so von allen Seiten betrachtet werden. Weiterführende Informationen in digitaler und gedruckter Form finden innerhalb der integrierten Schubladen ihren Platz. Zusätzlich dazu bieten eine offene Kommunikationsfläche inklusive Sitz- und digitaler Präsentationsmöglichkeiten sowie ein separates Besprechungszimmer Raum für einen ausführlichen Austausch mit dem Kunden. Durch das skalierbare Konzept kann der Auftritt auf jeder Messe flexibel an die jeweilige Standfläche angepasst werden.

Ein besonderer Blickfang ist das vier mal 4,5 Meter große LED-Panel in Leichtbauweise. Mittels einer Rotationsanimation werden hier auf dynamische Weise die Unternehmensbereiche sichtbar gemacht. Von den Produkten inspirierte, lineare Elemente verschmelzen dabei immer wieder zu überraschenden, neuen Formen und führen so durch die einzelnen Produktsegmente. Darüber hinaus werden wichtige Fakten zum Unternehmen vermittelt, etwa zu seiner globalen Ausrichtung, Tradition, Erfahrung und Innovationskraft.

Im Vorfeld hatte Bloom bereits die Unternehmenswebsite einem kompletten Relaunch unterzogen. Ein nutzerfreundliches, responsives Webdesign leitet die User nun auf Deutsch und Englisch durch die komplexen Themengebiete und informiert über die breite Produktpalette sowie Beratungs- und Servicedienstleistungen. Auch die neue Website kam auf der EMO Hannover erstmals als Kommunikationsmittel zum Einsatz.

Info: www.bloomproject.de