



MIT ÜBERZEUGENDEN STÄNDEN ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Martin Trawny

Hallo,

mein Name ist Martin Trawny und ich bin Geschäftsführer und Co-Gründer von prisma plan | Messe & Events.

Wir unterstützen seit über 30 Jahren Hidden Champion Unternehmen dabei, auf den verschiedenen internationalen Leit-messen, auf sich aufmerksam zu machen.

Ich freue mich darauf, Sie und Ihr Unternehmen kennenzulernen. Folgen Sie uns auf Social Media, oder schreiben Sie uns eine Mail an:

info@prismaplan.de

Herzlichst

Ihr Martin Trawny
Dipl.-Ing. Elektrotechnik



GET IN TOUCH



INHALT

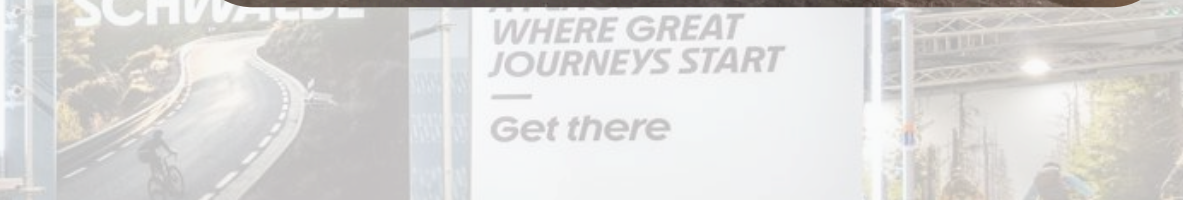
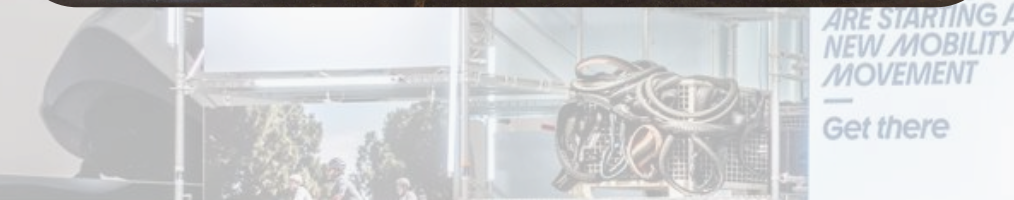
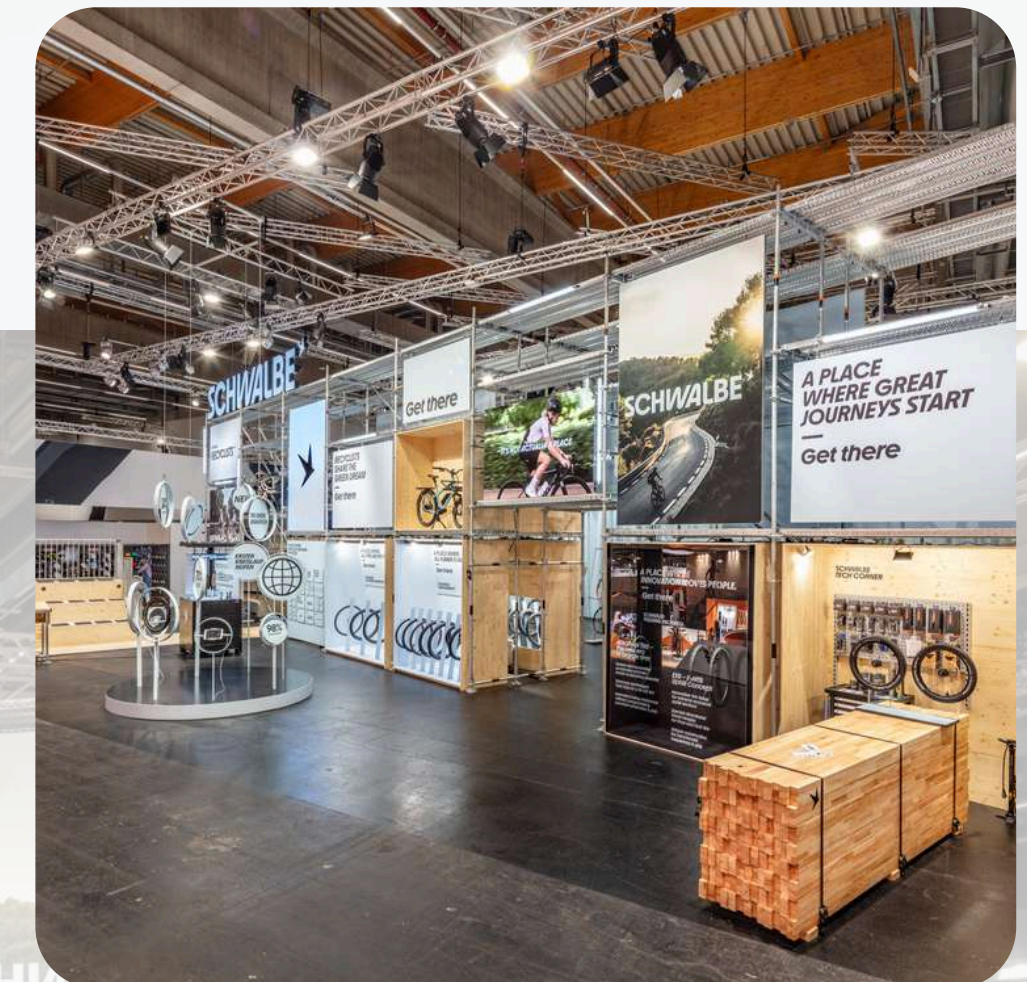
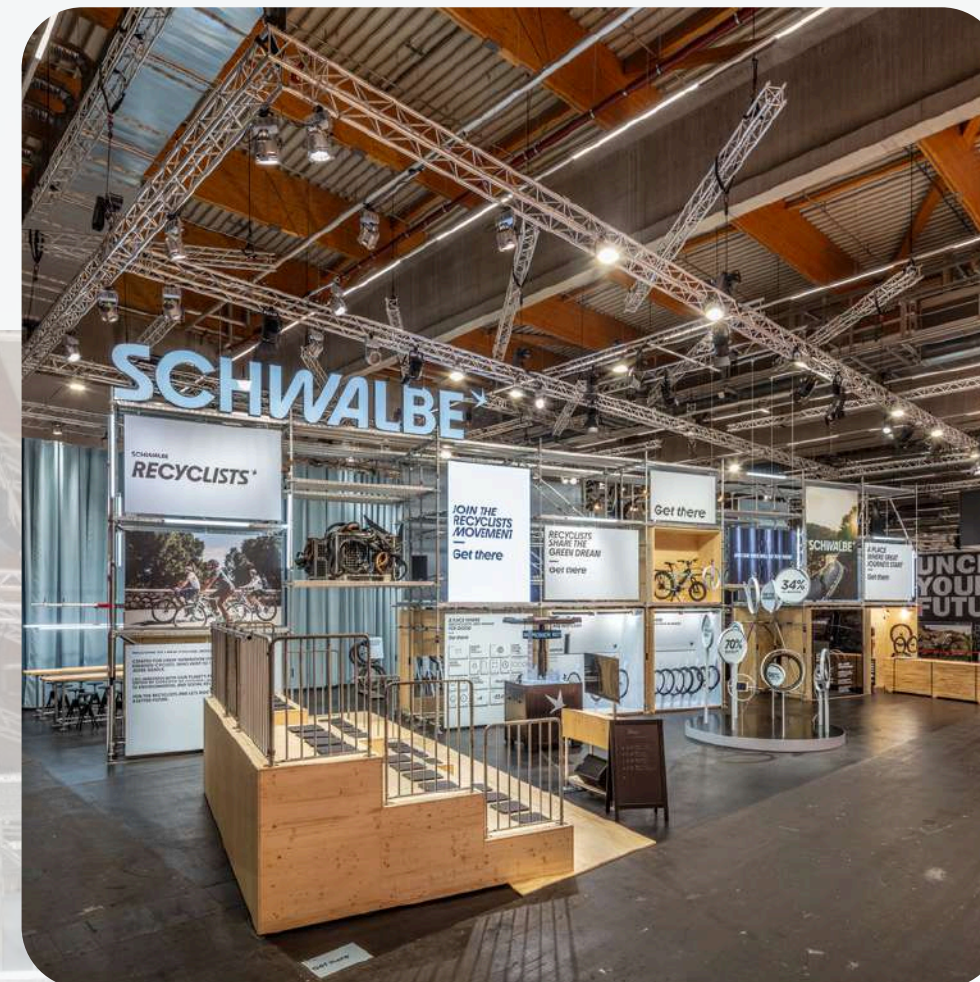
Ralf Bohle GmbH	04
Gustav Hensel GmbH & Co. KG	07
Bals Elektrotechnik GmbH & Co. KG	10
Horn Glass Industries AG	13
Cashdro Deutschland GmbH	16
ARAL AG	19
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	22
PanoBake GmbH	26
Heinekingmedia GmbH	29
Rocket Beans Entertainment GmbH	32

RALF BOHLE GMBH

URL: <https://www.schwalbe.com/>

Messestand auf der Eurobike 2023

Qm: 493,00 qm

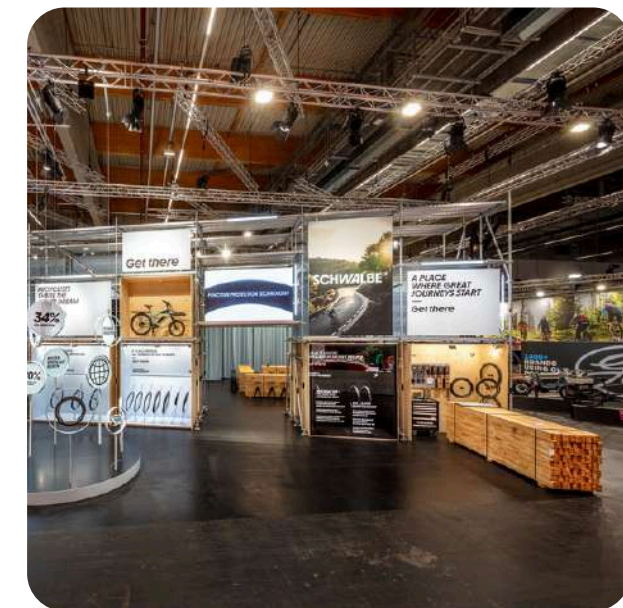
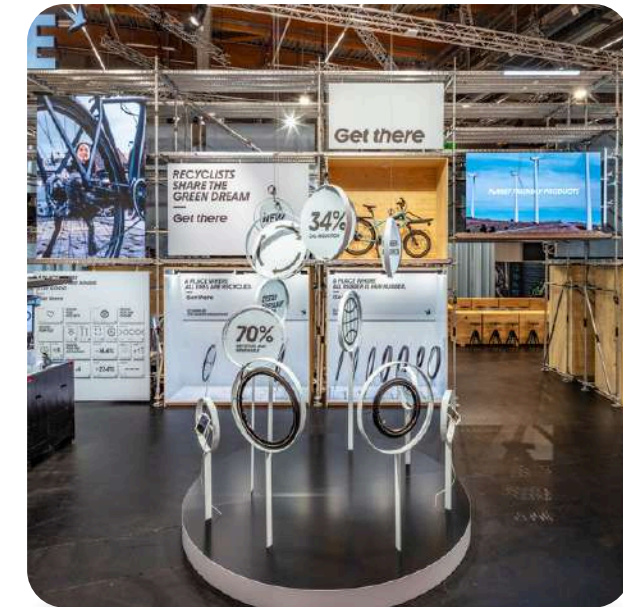
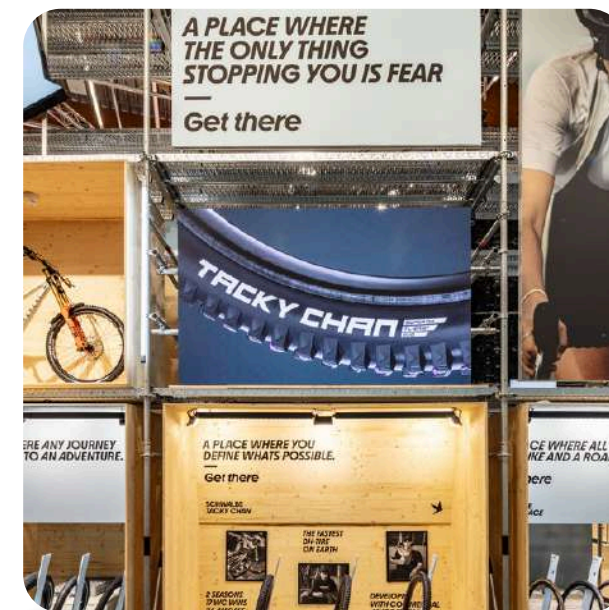


RALF BOHLE GMBH

BESONDERHEITEN:

Die Aufgabe des neuen Messeauftritts war es, ein räumliches Erlebnis zu schaffen, das den Aufbruch der Marke Schwalbe in die Ära der nachhaltigen Mobilität widerspiegeln sollte. Die Kombination aus klassischem Gerüstbau, Holzwerkstoffen, und leichten Textilen aus recycelten Fasern bildeten die Grundlage für die Darstellung des Schwerpunktthemas Recycling und Nachhaltigkeit.

Kernstück des Standkonzepts v war eine Konstruktion aus Ringscaff-Material, kombiniert mit funktionalen Holzelementen und großformatigen Displays kam laut Initiatoren genau der moderne und nachhaltige Industrial-Look heraus, den man sich zur Ansprache ihrer Zielgruppen vorgestellt hatten.



Mit einem radikal nachhaltigen Messstand präsentierte der Fahrradreifenhersteller SCHWALBE auf der EUROBIKE 2023 sein neues Markenbild.

Die temporäre Architektur entstand in einem gemeinsamen Kurationsprozess zwischen den Expert:innen von SIMPLE, der Markenberatung NeuerWeg und dem

Messebauer prisma plan und brachte dabei nicht nur den Pioniergeist und den Innovationswillen des Unternehmens zum Ausdruck, sondern auch die ganzheitliche Betrachtung CO²-amer

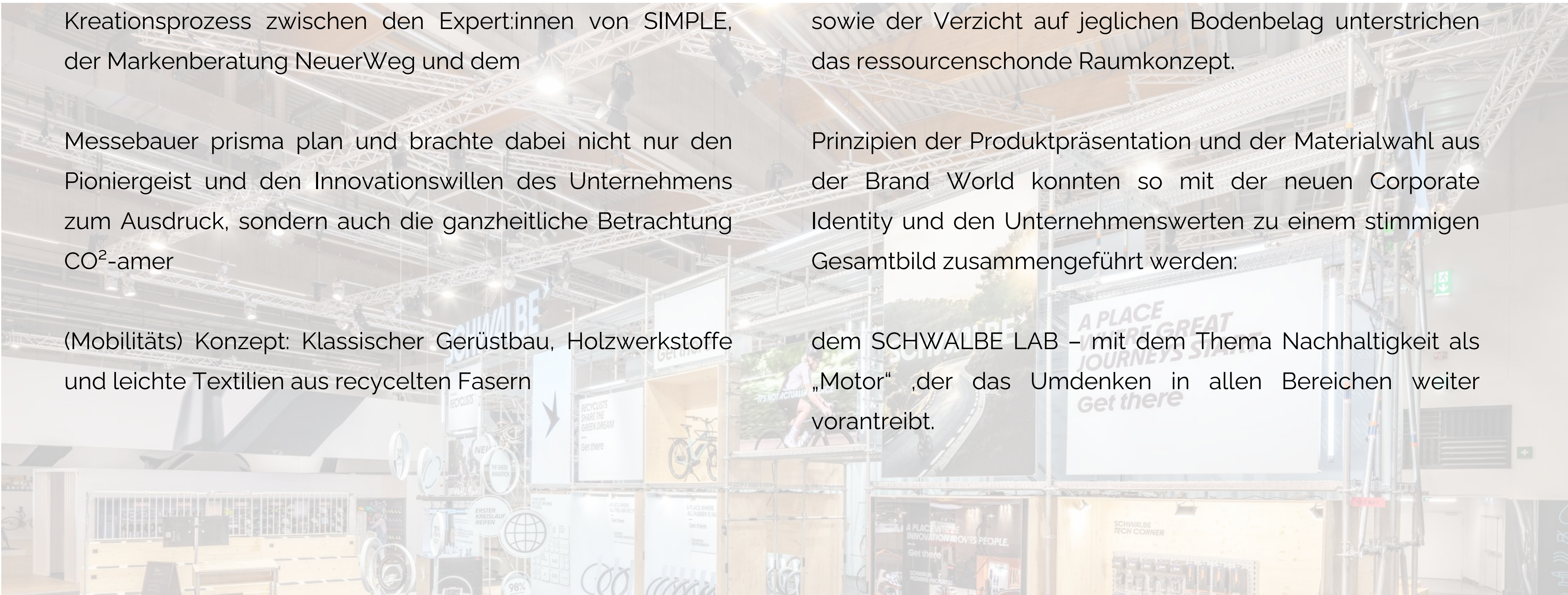
(Mobilitäts) Konzept: Klassischer Gerüstbau, Holzwerkstoffe und leichte Textilien aus recycelten Fasern

bildeten die Basis für den selbstbewussten Auftritt. Die Integration von massiven Rubberwood-Balken, die zuvor mehrfach verwendet wurden und nun Tische und Theken bildeten,

sowie der Verzicht auf jeglichen Bodenbelag unterstrichen das ressourcenschonende Raumkonzept.

Prinzipien der Produktpräsentation und der Materialwahl aus der Brand World konnten so mit der neuen Corporate Identity und den Unternehmenswerten zu einem stimmigen Gesamtbild zusammengeführt werden:

dem SCHWALBE LAB – mit dem Thema Nachhaltigkeit als „Motor“ ,der das Umdenken in allen Bereichen weiter vorantreibt.

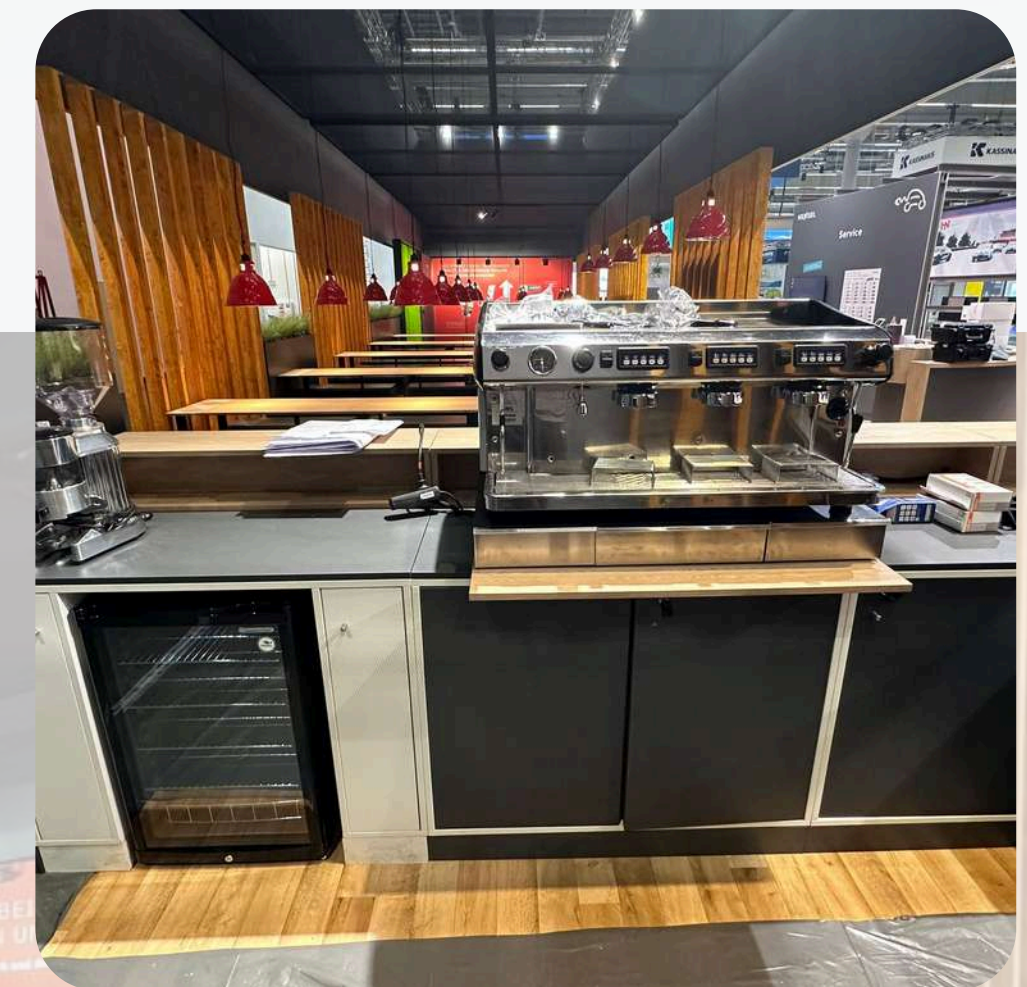
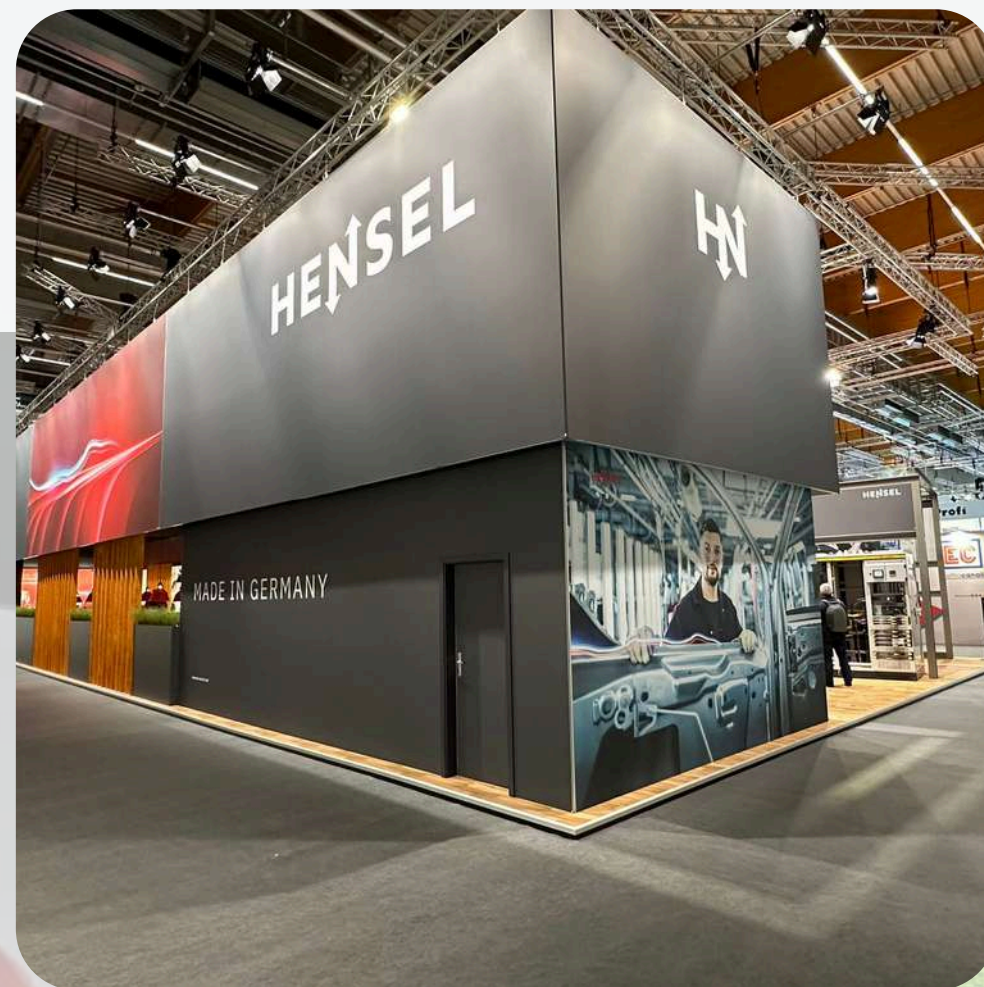


GUSTAV HENSEL GMBH & CO. KG

URL: <https://www.hensel-electric.de/de-de/>

Messestand auf der Light & Building 2024

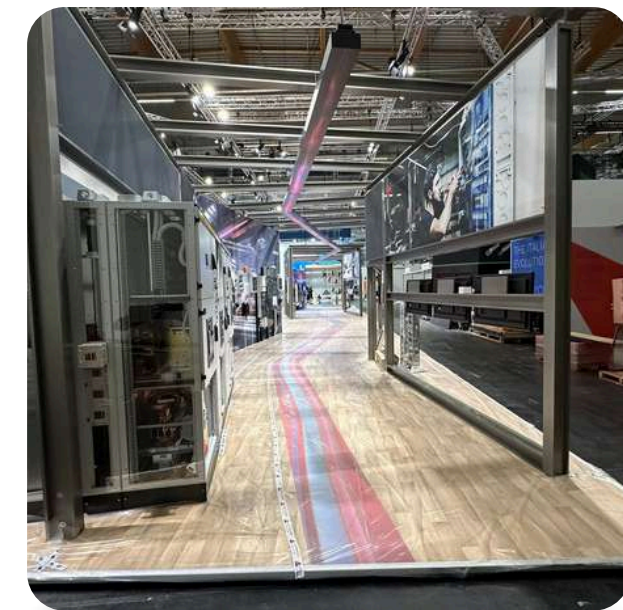
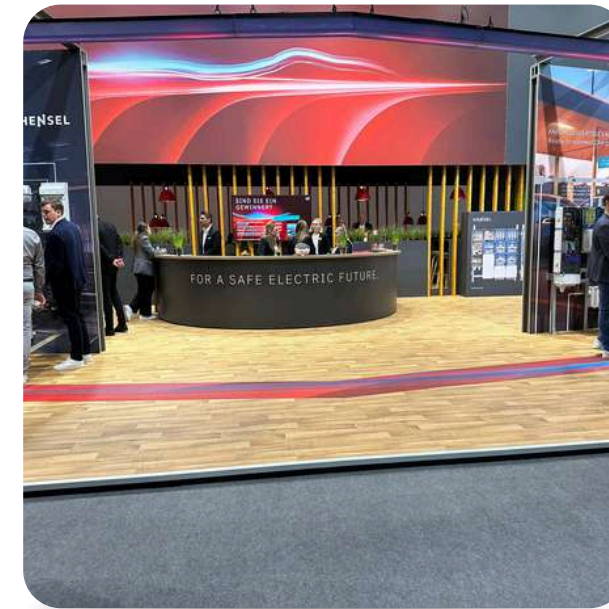
Größe: 30m x 14m = 420 qm



GUSTAV HENSEL GMBH & CO. KG

BESONDERHEITEN:

Im vorderen Bereich des Messestandes wurden vier Produktwelten erschaffen, durch die der Besucher geführt wird (Experience Track). Durch die enfilade Architektur wird dem Besucher der Zusammenhang zwischen den Produktwelten verdeutlicht. Das Highlight des Messestandes ist ein 24 lfm langer LED-Flux. Der Flux verläuft durch alle Produktwelten und soll den Stromfluss zwischen diesen andeuten. Zusätzlich sorgen passende Hintergrundgeräusche wie Vogelgezwitscher, Fabrikhallengeräusche dafür die einzelnen Produktbereiche zu untermalen.



Im hinteren, ruhigeren Bereich des Messestandes befindet sich die Lounge. Durch dezente, punktuelle Beleuchtung wird im Loungebereich eine warme, einladenden Atmosphäre geschaffen. Zusätzlich wirken Abtrennungen aus Holzlamellen und halbhohe bepflanzten Wänden für offen und einladend. Oberhalb wird der Kommunikationsbereich mit einer Hülle umschlossen. Hier wurden große prägnante Grafiken zur Fernerkennung des Messestandes eingesetzt.



BALS ELEKTROTECHNIK GMBH & CO. KG

URL: <https://www.bals.com/de/home>

Messestand auf der Light & Building 2024

Größe: 24m x 15m = 360 qm

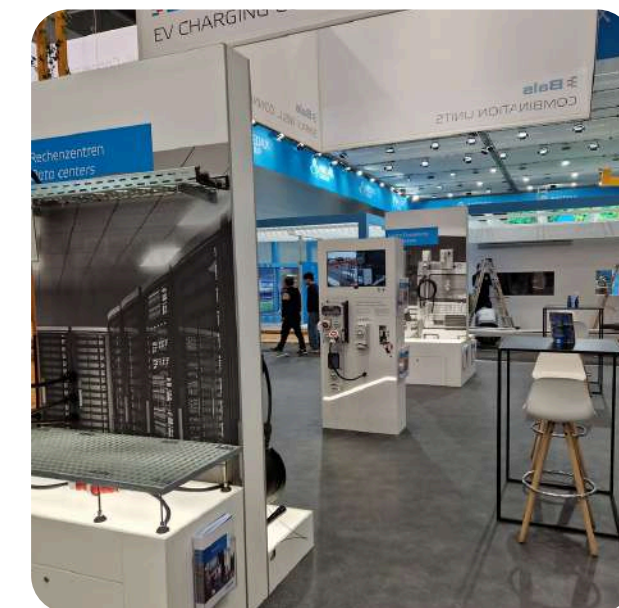
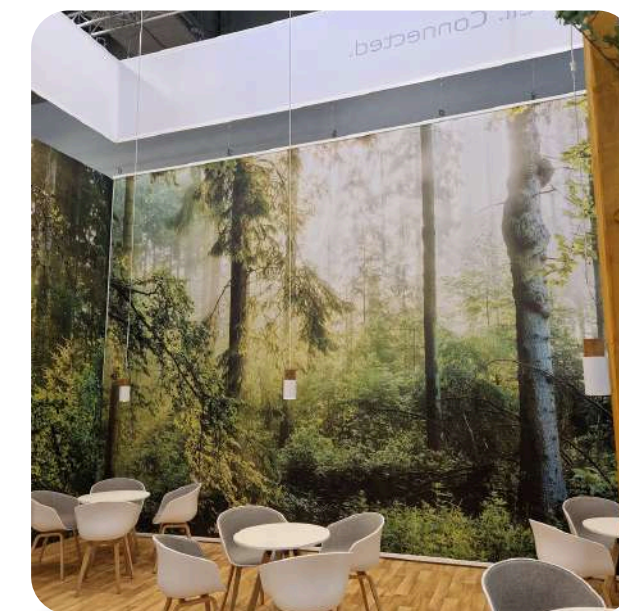


BALS ELEKTROTECHNIK GMBH & CO. KG

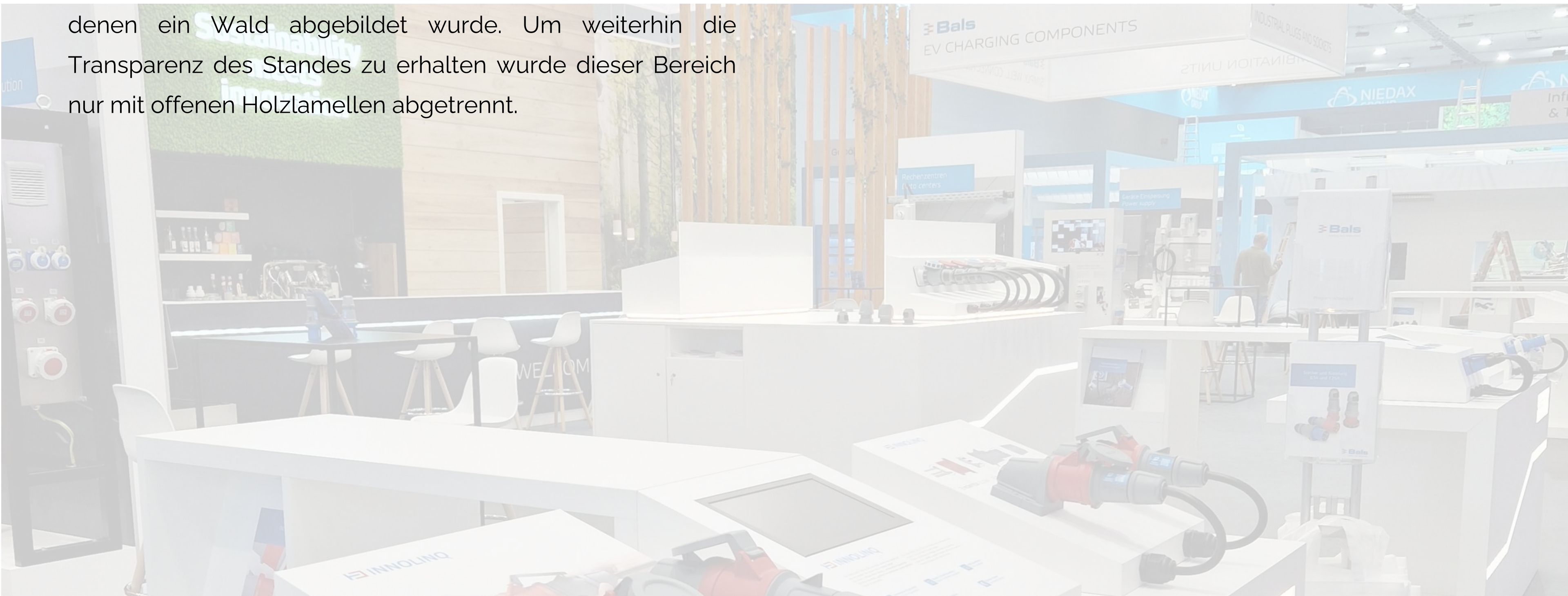
BESONDERHEITEN:

Durch den Einsatz von großen hellen Bannergrafiken wirkt der Messestand der Firma Bals offen und einladend. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird bei diesem Standkonzept nicht vernachlässigt: Die Grafiken bestehen zu 100 % aus recyclebaren Materialien!

Die Gestaltung der Produktpräsentation im vorderen Standbereich, wurde so gewählt, dass man weiterhin einen kompletten Einblick auf den gesamten Stand hat. Durch eine kontrastreiche Farbgestaltung wirkt der Stand prägnant und lebendig.



Im Rückwertigen Bereich wurde die Lounge mit Möglichkeiten der Kommunikation platziert. Für eine besondere und angenehme Besprechungsatmosphäre kamen auf der Rückwand Großgrafiken zum Einsatz, auf denen ein Wald abgebildet wurde. Um weiterhin die Transparenz des Standes zu erhalten wurde dieser Bereich nur mit offenen Holzlamellen abgetrennt.

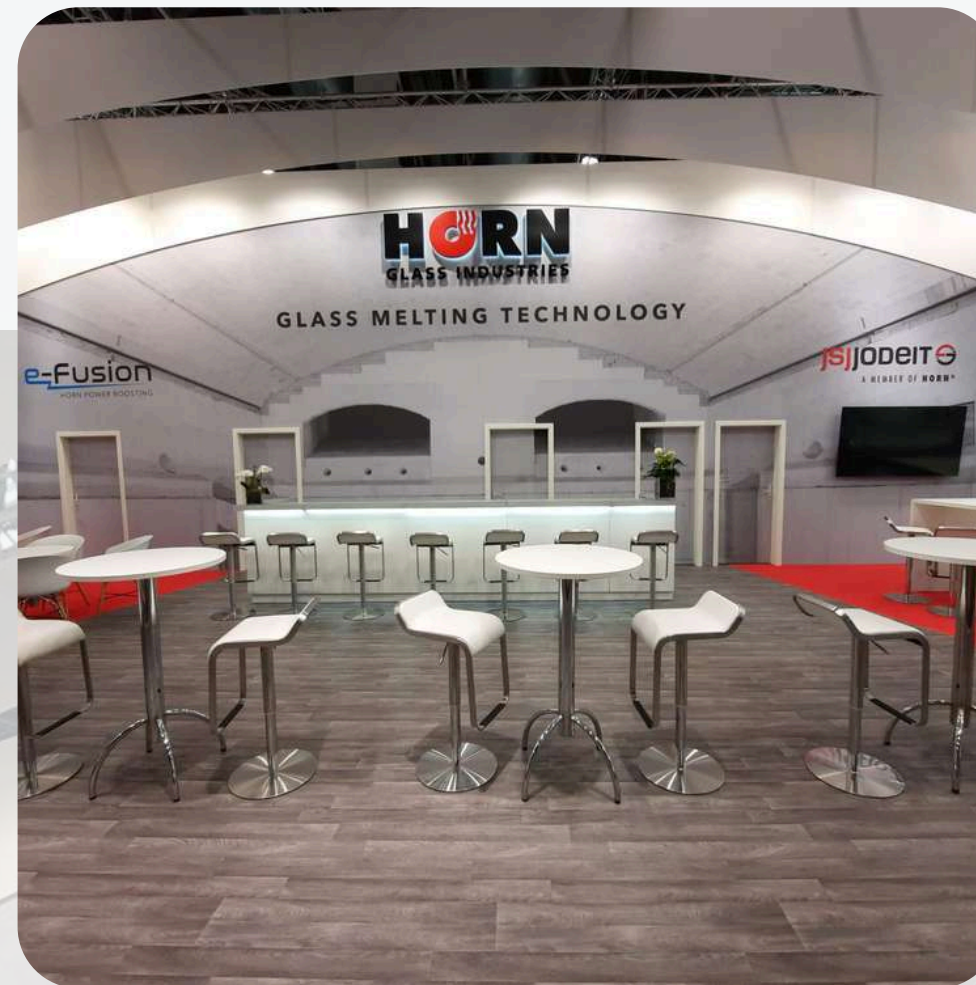


HORN GLASS INDUSTRIES AG

URL: <https://www.hornglass.com/de/>

Messestand auf der Glasstec 2022

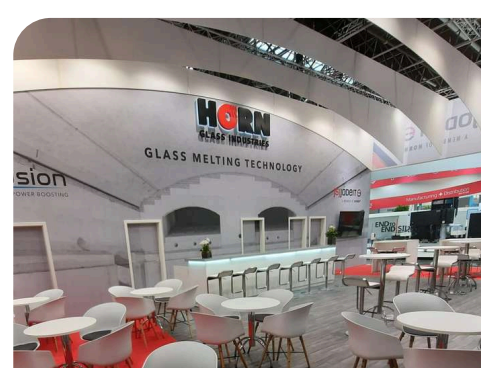
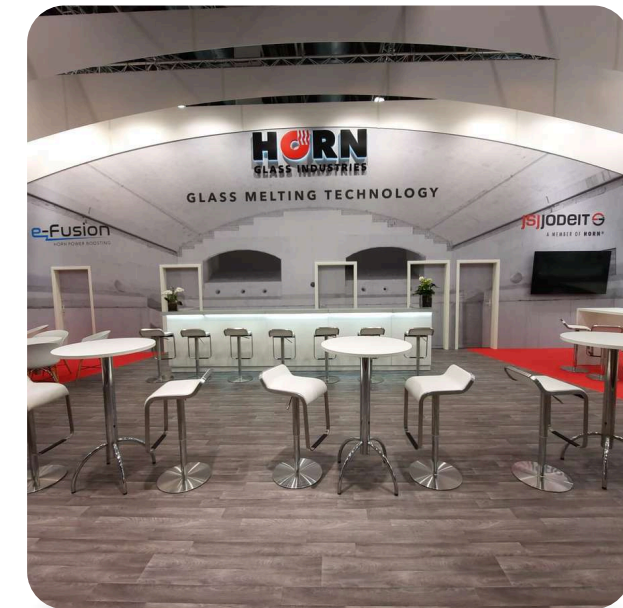
Größe: 15m x 13m = 195 qm



HORN GLASS INDUSTRIES AG

BESONDERHEITEN:

Stand wurde durch ein Kopfbanner an den Seiten eingerahmt, die mit einer großen Grafik in der Mitte des Stands verbunden waren. Die Grafik war das Highlight auf dem Stand. Auf der Grafik war ein riesiger Ofen dargestellt, seine Wölbung wurde durch die Lamellendecke, die den vorderen Bereich des Messestands überspannte, gekonnt erweitert. Der Ofen und die Lamellendecke harmonisierten perfekt durch ihre ineinander übergehende Lamellenform. Die große Grafik mit dem Ofen diente aber nicht nur als Highlight, sondern teilte den Messestand zudem in zwei Teile.



Im hinteren Bereich war ein Kabinentrakt, der von außen mit Grafiken von Horn beklebt war, sodass auch die Besucher, die von hinten an den Stand herankamen, direkt einen Eindruck erhalten konnten. Im Inneren des Kabinentrakts befanden sich Küche, Lager und drei große Besprechungsräume. Diese boten auch für größere Besprechungen Platz.

Im vorderen Bereich befanden sich viele verschiedene Aufenthaltsbereiche. Zum einen war dort die große Theke, die mit Stehtischen umrahmt den zentralen Punkt im Stand bildete. Links von der Theke war ein Loungebereich angegliedert, rechts davon Stehtische. An den beiden vorderen Ecken des Messestands, dort, wo man den Stand betrat, waren Informationstheken aufgestellt. Sie trugen Grafiken der Firma Horn.

Der erste Eindruck des Messestands machte direkt deutlich, wofür Horn Glass Industries steht. Das Hauptprodukt des Unternehmens ist der Ofen, ausgelegt zum Schmelzen von Glas. Die Großgrafik bestand aus eben jenem Produkt. Das machte dem Besucher der Messe sofort klar, um welche Art von Produkt es sich hier handelte.

Die Besprechungskabinen im hinteren Teil des Messestands boten viel Raum für Besprechungen. Sie waren ganz im Stil von Horn Glass Industries gestaltet. Die Firmenfarben Rot, Schwarz und Weiß dominierten. Es fanden sich weiße Wände, schwarze Stühle und rote Deco-Accessoires in den Besprechungsräumen wieder. Ansonsten war der Raum eher minimalistisch gestaltet. Es befand sich kein unnötiger Schnickschnack in den Räumen, damit sich die Personen ohne Ablenkung auf die Gespräche konzentrieren konnten.

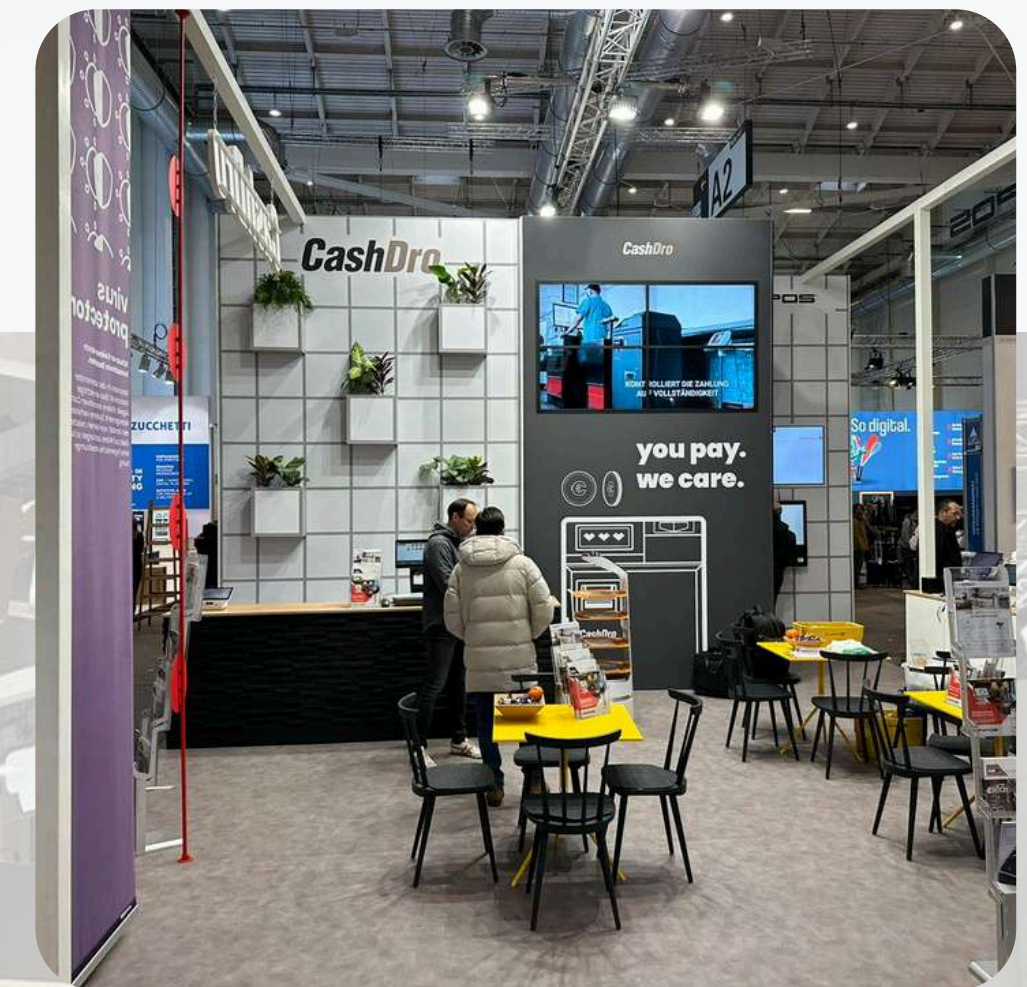
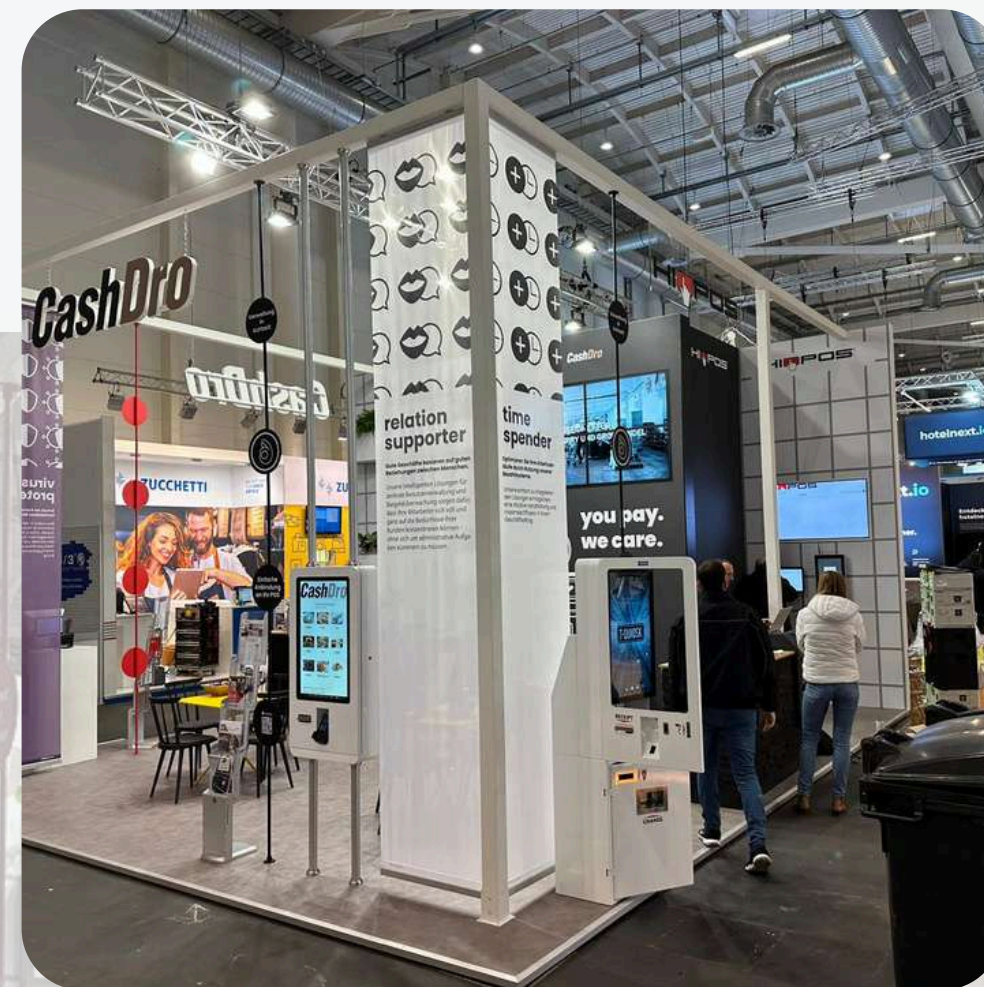
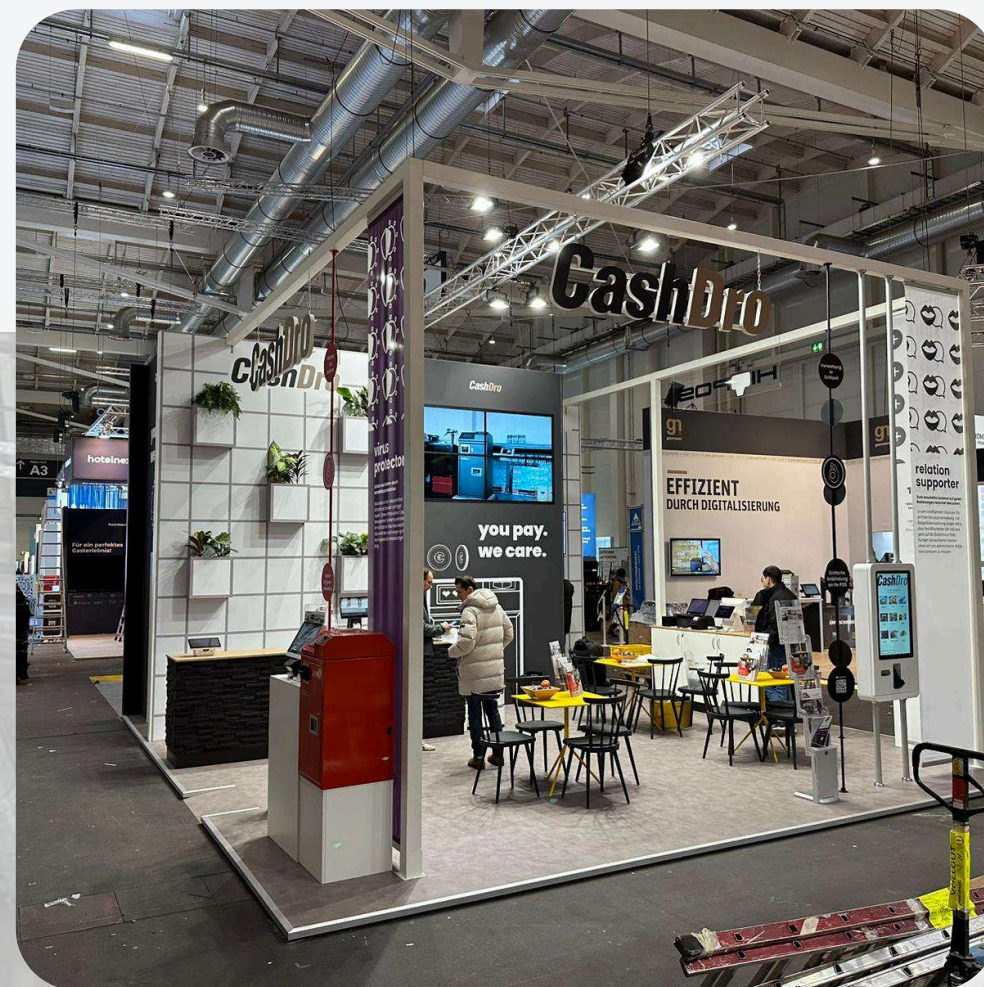
Für die Atmosphäre im Raum sorgte das halbtransparente Fenster, welches durch eine Glas-Edge-Folie teilweise durchsichtig, teilweise undurchsichtig wirkte. Es bestand also immer noch ein Sichtkontakt nach draußen und man hatte eine sehr angenehme Atmosphäre. In diesem Raum konnten bis zu acht Leute Platz finden, um Besprechungen abzuhalten.

CASHDRO DEUTSCHLAND GMBH

URL: <https://cash-dro.de/>

Messestand auf der Internorga 2023 in Hamburg

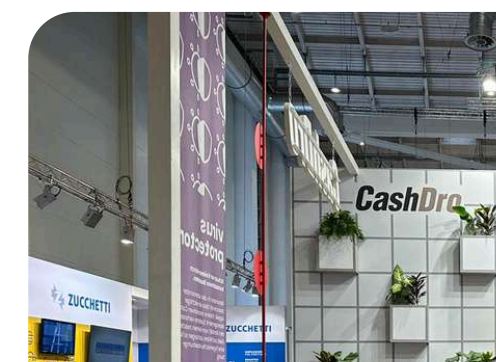
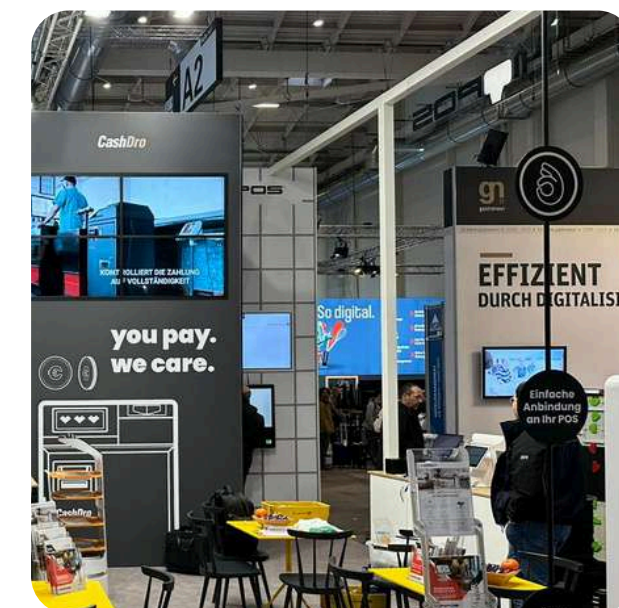
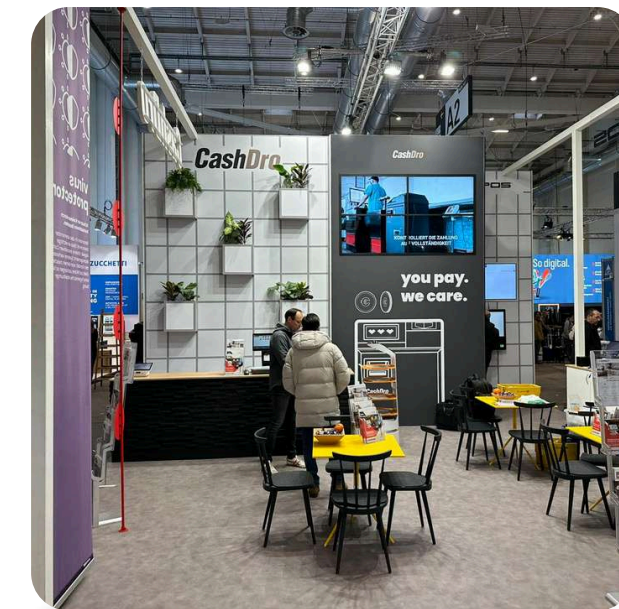
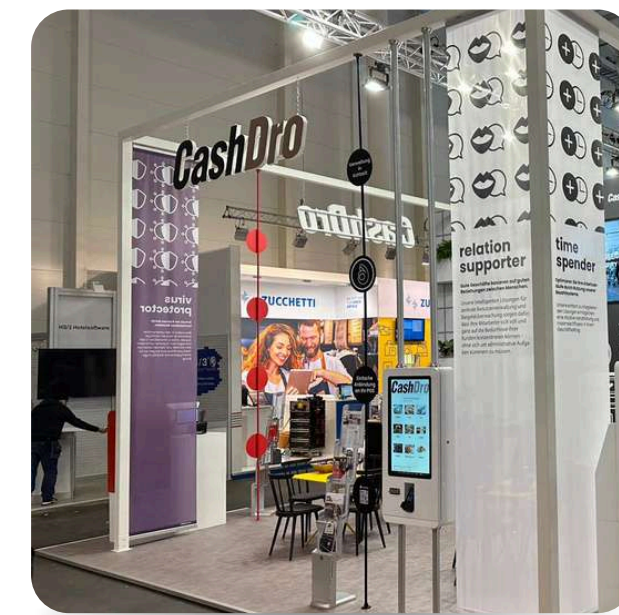
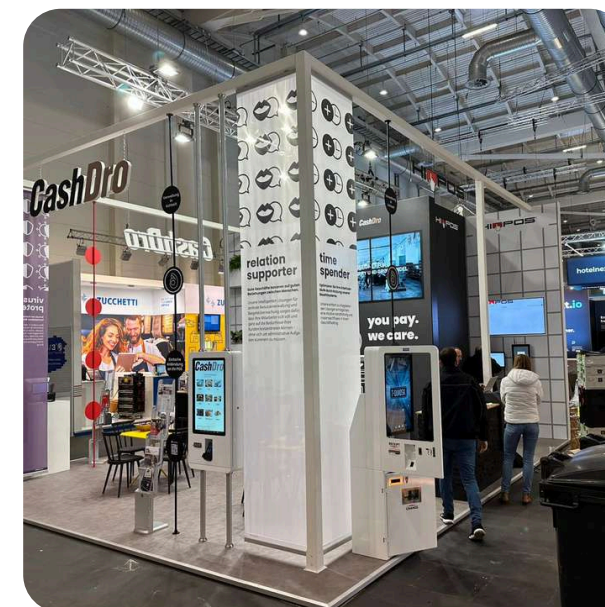
Größe: 7m x 8m = 56 qm



CASHDRO DEUTSCHLAND GMBH

Bei dem Messestand von CashDro auf der Internorga handelte es sich um einen Kopfstand der, nahezu quadratisch, die Maße sieben mal acht Meter besaß. Mit einer Gesamtfläche von 56 Quadratmetern handelte es sich hier um einen vergleichbar kleinen Messestand.

Im hinteren Teil des Standes versteckt und eher unsichtbar, wurde ein Lagerraum integriert. Vor diesem Lagerraum wurde eine Theke angeordnet, die zu einem Austausch über das Unternehmen und dessen ProdProdukte genutzt werden konnte. Vor der Theke befand sich der Kommunikationsbereich, der einen großen Teil des Standes einnahm.



Hinter der Theke wurde eine Deko-Wand mit Grünpflanzen realisiert, an der sich ebenfalls eine Monitorwand wieder fand. Auf diesem Monitor wurden Informationen zur Firma als auch zu den Produkten wiedergegeben. Die gleiche Aufgabe hatte ein weiterer Monitor, der seitlich am Stand platziert wurde und Informationen zu den ausgestellten Produktexponaten, den Geldverarbeitungsterminals gab. Dazu bot dieser Monitor die Möglichkeit das Terminal in Aktion zu verfolgen.

Die Standumrandung in weißer Optik unterstütze die Dynamik des Messestandes, die aus der Grundformation des Rechtecks rausgedreht wurde. An der Standumrandung befanden sich Grafiken, die mit Produktinformationen versehen wurden. Logos von CashDro waren ebenfalls außen an dieser Standumrandung zu finden, um auch von weitem sichtbar zu machen wer hier der Aussteller ist.

Der Messestand wurde transparent gestaltet. Das schwarz-weiße, schräg gestellte Design des Messestandes war ein großer Hingucker auf der Messe. Das CashDro Firmenlogo ragte hoch über dem Messestand und präsentierte die Firma weit über die eigene Standfläche hinaus.

Die CashDro-Terminals außen an der Standgrenze, ließen die Besucher der Messe direkt erkennen, worum es auf diesem Messestand ging. Blieb ein Besucher stehen und interessierte sich für die Geldverarbeitungsterminals, konnte er auf den Monitoren erste Informationen bekommen, die einen groben Überblick über das Unternehmen und dessen Arbeit lieferten. Für die Besucher bestand nach dem ersten Anschauen die Möglichkeit, sich auf das Standesinnere zu bewegen und dort mit Angestellten von CashDro ins Gespräch zu kommen. Dazu luden die Theke und auch einige Tische mit ausreichend Stühlen ein. Hier konnten nun intensive Gespräche stattfinden. Der Verbleib auf dem Messestand wurde durch das Reichen von Kaffee oder Tee, aus der kleinen Küche im Lagerbereich, angenehmer gestaltet. Das sorgte unterstützend für eine angenehme Gesprächsatmosphäre, in der man alle Fragen der Besucher ausführlich beantworten konnte.

Die mit Grünpflanzen versehene Wand auf dem Messestand verstärkte die entspannte Atmosphäre und war ein Ruhepol in der hektischen Messeumgebung.

ARAL AG

URL: <https://www.aral.de/>

Messestand auf der Uniti EXPO 2022

Größe: 17m x 10m = 170 qm

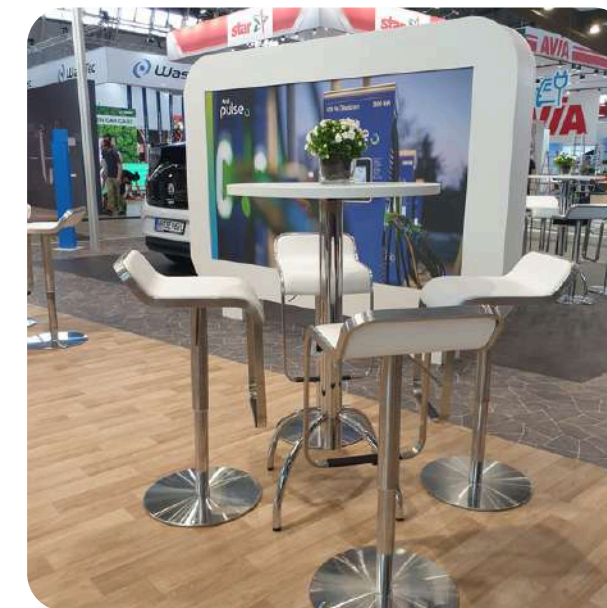
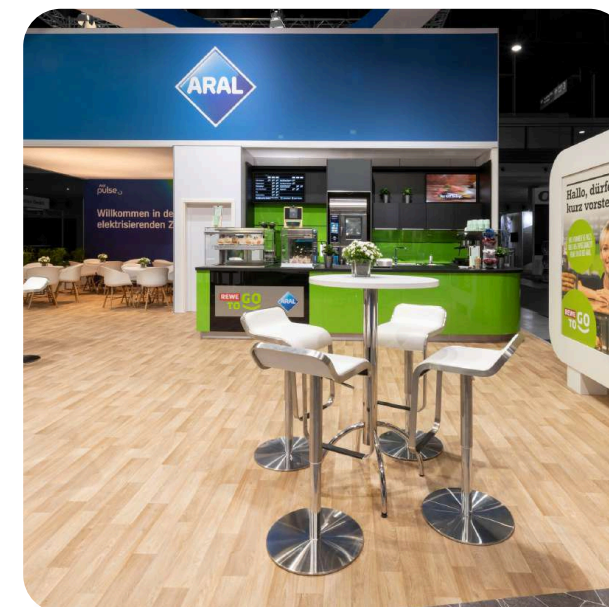


ARAL AG

BESONDERHEITEN:

Dieser Messestand wurde als Kopfstand gestaltet und verfügte über eine Größe von 10 m x 17 m, also insgesamt 170 m². Der Kopfstand erlaubte es, den Stand über drei offene Seiten zu betreten.

Im hinteren Bereich des Standes wurde eine halboffene Form gewählt, um Gespräche initiieren zu können. Außerdem wurde direkt daneben ein Kabinentrakt mit integriertem Shop-im-Shop-System angedockt, der die Versorgung gewährleistete. Interessierte Messebesucher konnten sozusagen die Tankstelle der Zukunft schon jetzt betreten und bekamen eine noch bessere Vorstellung, wie Arals Zukunftsvision umgesetzt werden soll.

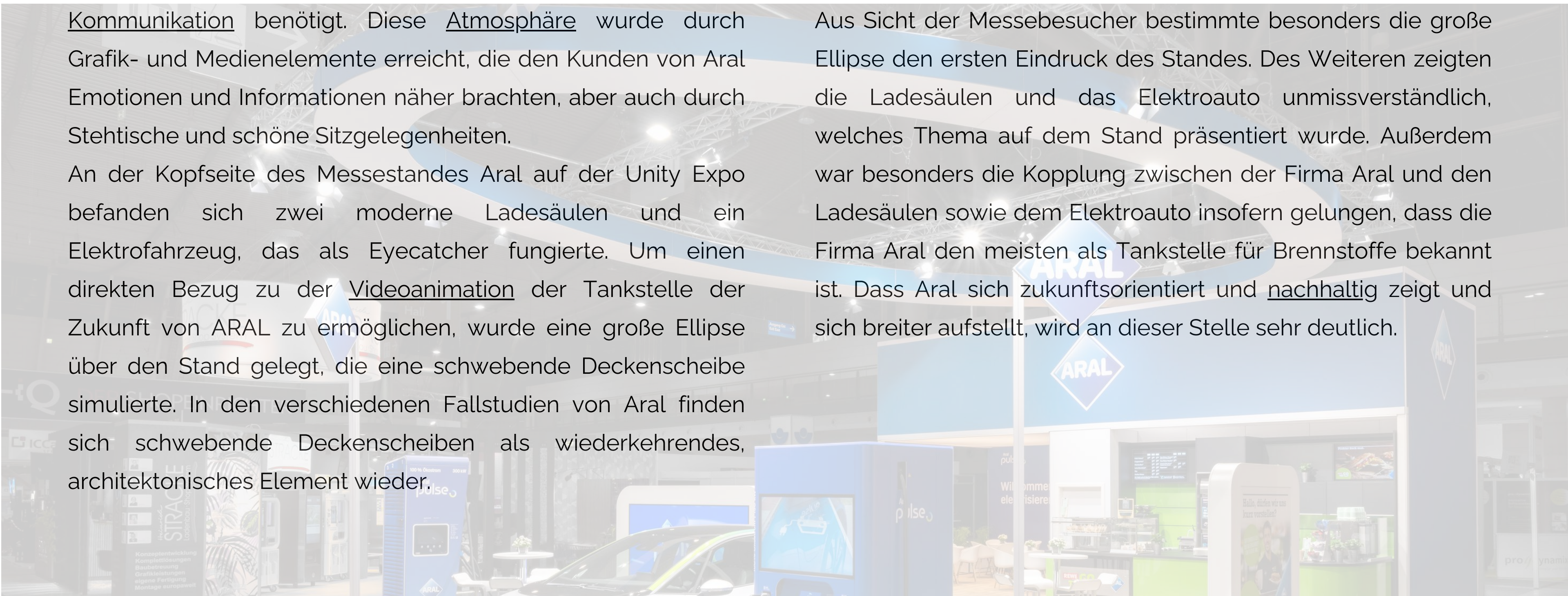


Der mittlere Bereich des Messestands wurde als offene Kommunikationszone gestaltet, die von Grafik- und Medienelementen eingerahmt wurde. Hier sah man durch die hohen Besucherzahlen, dass dieser Bereich besonders zum Gespräch einlud. Der Bereich bot alles, was eine gelungene Kommunikation benötigt. Diese Atmosphäre wurde durch Grafik- und Medienelemente erreicht, die den Kunden von Aral Emotionen und Informationen näher brachten, aber auch durch Stehtische und schöne Sitzgelegenheiten.

An der Kopfseite des Messestandes Aral auf der Unity Expo befanden sich zwei moderne Ladesäulen und ein Elektrofahrzeug, das als Eyecatcher fungierte. Um einen direkten Bezug zu der Videoanimation der Tankstelle der Zukunft von ARAL zu ermöglichen, wurde eine große Ellipse über den Stand gelegt, die eine schwebende Deckenscheibe simulierte. In den verschiedenen Fallstudien von Aral finden sich schwebende Deckenscheiben als wiederkehrendes, architektonisches Element wieder.

Die Ellipse zieht nicht nur die Blicke weitentfernter Besucher der Messe auf sich, sondern schwebt über dem ganzen Stand und bringt mit ihrem blau-weißen Erscheinungsbild die Farben von Aral gekonnt in das Gesamtbild ein. Sie war ein einmaliges Erlebnis auf der Unity Expo.

Aus Sicht der Messebesucher bestimmte besonders die große Ellipse den ersten Eindruck des Standes. Des Weiteren zeigten die Ladesäulen und das Elektroauto unmissverständlich, welches Thema auf dem Stand präsentiert wurde. Außerdem war besonders die Kopplung zwischen der Firma Aral und den Ladesäulen sowie dem Elektroauto insofern gelungen, dass die Firma Aral den meisten als Tankstelle für Brennstoffe bekannt ist. Dass Aral sich zukunftsorientiert und nachhaltig zeigt und sich breiter aufstellt, wird an dieser Stelle sehr deutlich.



BELL DEUTSCHLAND GMBH & CO. KG

URL: <https://www.bellfoodgroup.com/de/>

Messestand auf der ANUGA 2023

Größe: 9m x 27m = 247 qm

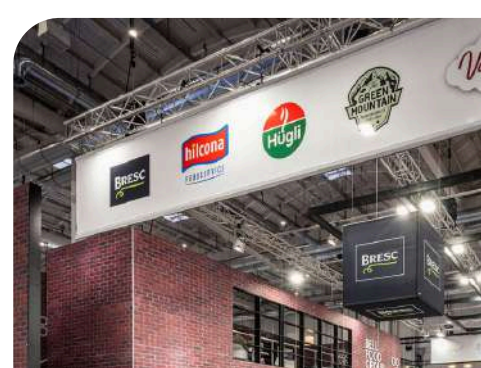
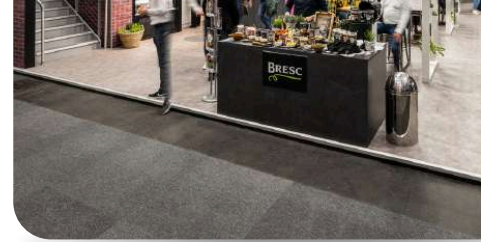
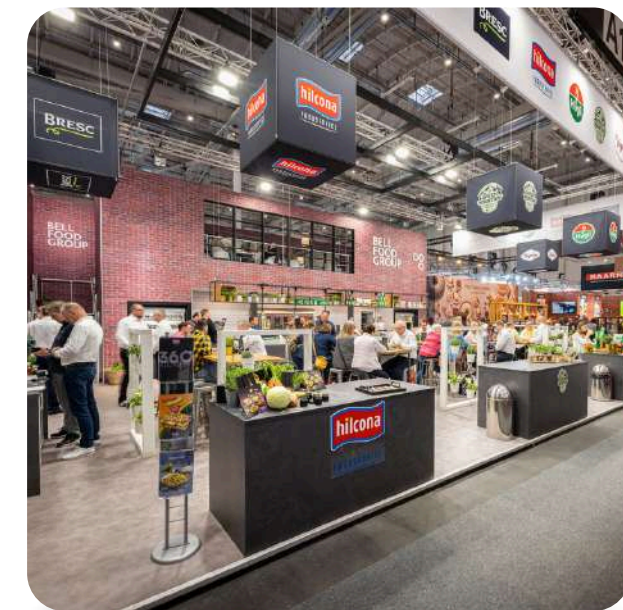
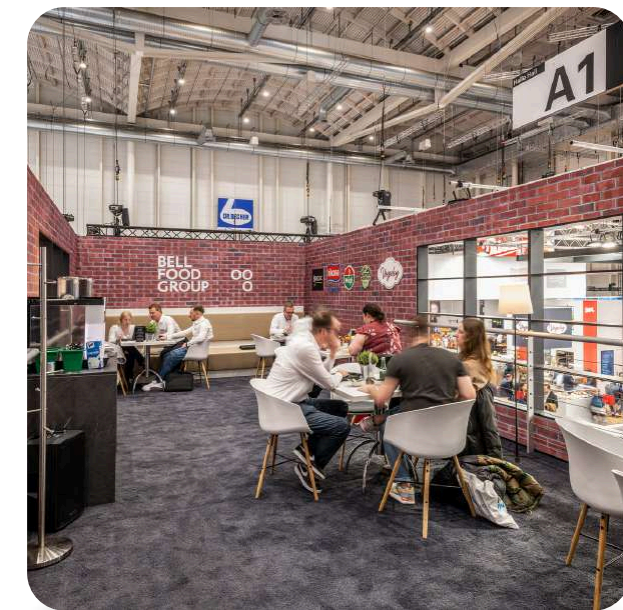


BELL DEUTSCHLAND GMBH & CO. KG

BESONDERHEITEN:

Auf der Internorga in Hamburg präsentierte die Bell Food Group einen Messestand, der für fünf ihrer Marken Platz bot. Dazu zählten die Marken Bresc, hilcona, Hügli, Green Mountain und Vogeley. Jede Marke hatte ihre eigene Verköstigungstheke und Produktwand. Das große Highlight des Messestands war jedoch die offen gestaltete Küche, in der ein Show-Cooking stattfand. Dazu kam ein ruhiger Besprechungsbereich mit Kaffeebar im Obergeschoss.

Jede Marke hatte ihren eigenen Bereich und konnte so sehr individuell präsentiert werden, obwohl nur weniger als 200 Quadratmeter zur Verfügung standen. Dennoch wurde auch noch genügend Raum für die Bewirtung und den wichtigen Austausch mit den Messebesuchern geschaffen.

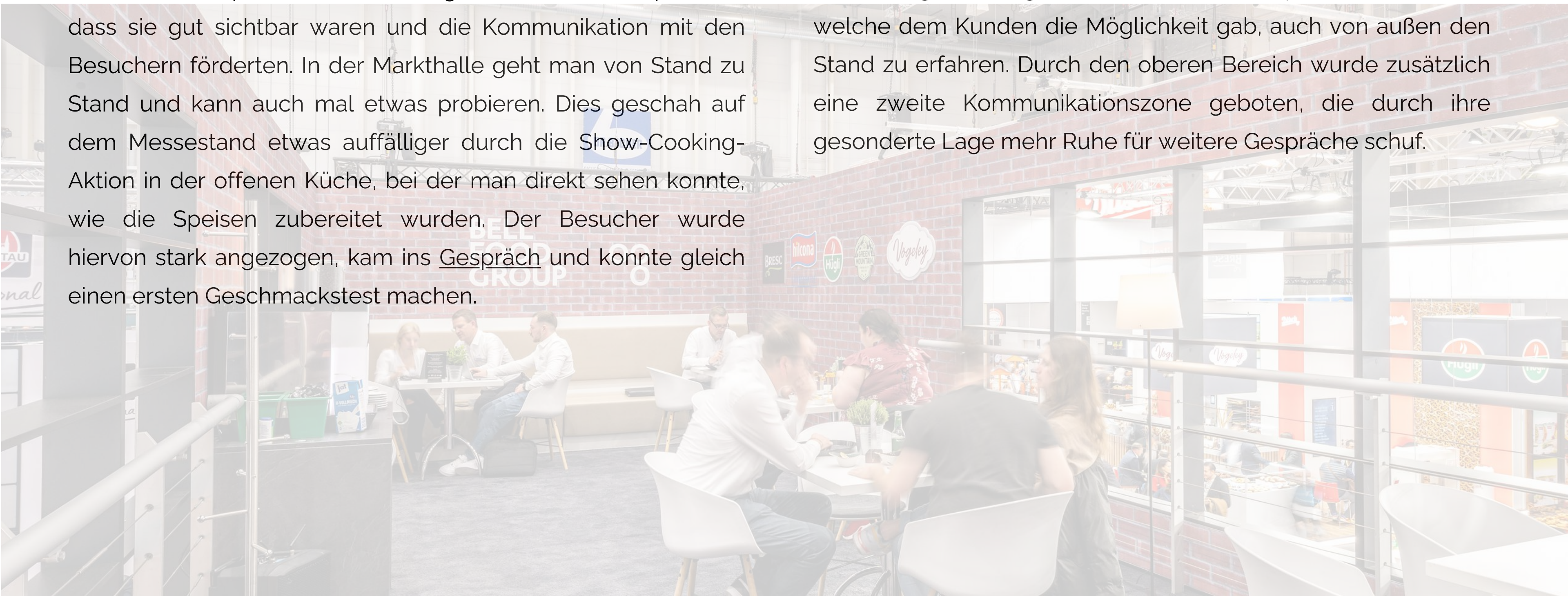


Bei dem Messestand handelte es sich um einen Blockstand, der zu allen vier Seiten geöffnet war. Die Marken, präsentiert mit Verköstigungstheken und Produktwand, wurden im äußeren Bereich des Messestandes platziert. Somit wurde der Kunde, der entlang des Standes ging, direkt angesprochen und eingeladen, sich leckere Neuigkeiten aus der Nähe anzuschauen bzw. zu probieren. Im rückwärtigen Bereich der Verköstigungstheken befanden sich die Produktwände. Diese waren ausgestattet mit Grafiken und Vitrinen mit Produkten. Hierdurch konnte jede Marke individuell inszeniert werden. Durch den offenen Stand und die äußere Platzierung der einzelnen Marken, wurden Besucher der Messe animiert, stehen zu bleiben und kosten. Mithilfe der jeweiligen Verköstigungstheke wurde dem Kunden dann die Möglichkeit geboten, sich intensiver (visuell und geschmacklich) mit den Produkten auseinanderzusetzen. Eine über Eck angeordnete Info-Bar empfing die Besucher zusätzlich und bot die Möglichkeit, sich erste Informationen leicht einzuholen.

Highlight des Messestands war die im hinteren Block zu findende Showküche, welche öffentlich wirksam und einsehbar gestaltet wurde. Eine Anlehnung an hochpreisige Restaurants, bei denen die Küche sehr oft Einblicke gewährt. Daneben war die funktionelle Lagerhaltung angeordnet, die von außen nicht einzusehen war, aber einen optimalen Workflow für die Küche lieferte. Im mittleren Bereich, hinter den Produktwänden und vor der Showküche, befanden sich Sitzgelegenheiten, an denen sowohl die Mahlzeiten eingenommen wurden als auch ein erster Austausch zwischen Kunden und Mitarbeitern stattfand. Für die Erstversorgung dieses Bereichs mit Getränken sorgte eine kleine Kaffeebar. Das Obergeschoss diente mit seiner ruhigen Atmosphäre als perfekter Ort für die geschäftliche Kommunikation. Mit ca. 20 Gesprächssituationen und einer weiteren Kaffeebar konnte man hier weiterführende Gespräche führen und hatte zudem einen schönen Blick über das übrige Messegesehen. Das Gefühl „über“ der Messe zu sitzen, gibt dem Besucher ein zusätzliches Erlebnisgefühl und führt zu einer entspannten Stimmung

Die Idee des Messestands war es, die Vision einer Markthalle zu schaffen. Realisiert wurde dies durch die typische Nachbildung eines Fachwerks, welches mit Ziegeln ausgefacht wurde. Dominiert haben die Farben -Rot- für die Ziegel und -Schwarz- für das Fachwerk. In dieser Umgebung wurde nun das Logo der Bell Food Group, aber auch die Logos der Marken so platziert, dass sie gut sichtbar waren und die Kommunikation mit den Besuchern förderten. In der Markthalle geht man von Stand zu Stand und kann auch mal etwas probieren. Dies geschah auf dem Messestand etwas auffälliger durch die Show-Cooking-Aktion in der offenen Küche, bei der man direkt sehen konnte, wie die Speisen zubereitet wurden. Der Besucher wurde hiervon stark angezogen, kam ins Gespräch und konnte gleich einen ersten Geschmackstest machen.

Diese Mischung aus Kommunikation und Verkostung führte zu einem Synergie-Effekt zwischen „Ich liefere Qualität und der Kunde baut Vertrauen auf“. Dabei halfen auch die Produktwände, die im unteren Kommunikationsbereich platziert wurden. Diese wirkten sehr präsent, schafften es durch ihre Anordnung allerdings trotzdem eine Transparenz zu wahren, welche dem Kunden die Möglichkeit gab, auch von außen den Stand zu erfahren. Durch den oberen Bereich wurde zusätzlich eine zweite Kommunikationszone geboten, die durch ihre gesonderte Lage mehr Ruhe für weitere Gespräche schuf.



PANOBAKE GMBH

URL: <https://www.panobake.de/>

Messestand auf der ANUGA 2023

Größe: 9m x 11m = 99

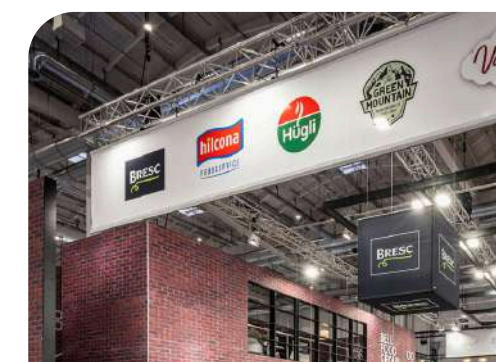
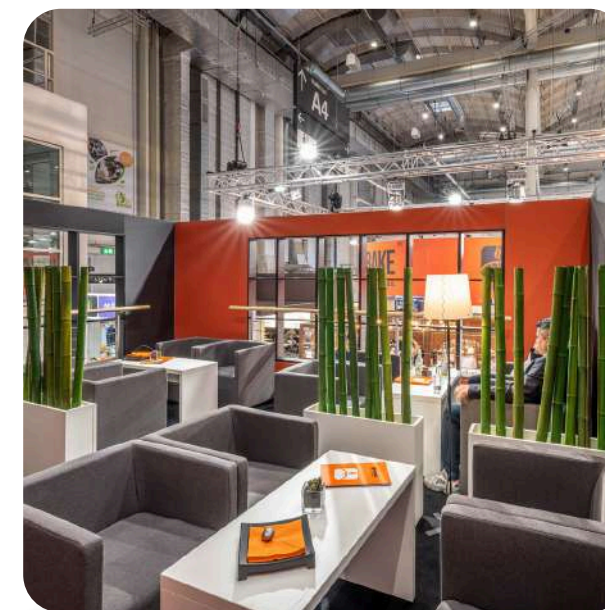


PANOBAKE GMBH

BESONDERHEITEN:

Mit 122 Quadratmetern und einem Doppelstock war es ein durchaus großer Messestand, der mit seinem prägnanten Orange eine unvergleichbare Aufmerksamkeit auf sich zog. Der Messestand hatte auf der Internorga eine sehr gute Lage, direkt am Eingang einer stark frequentierten Halle.

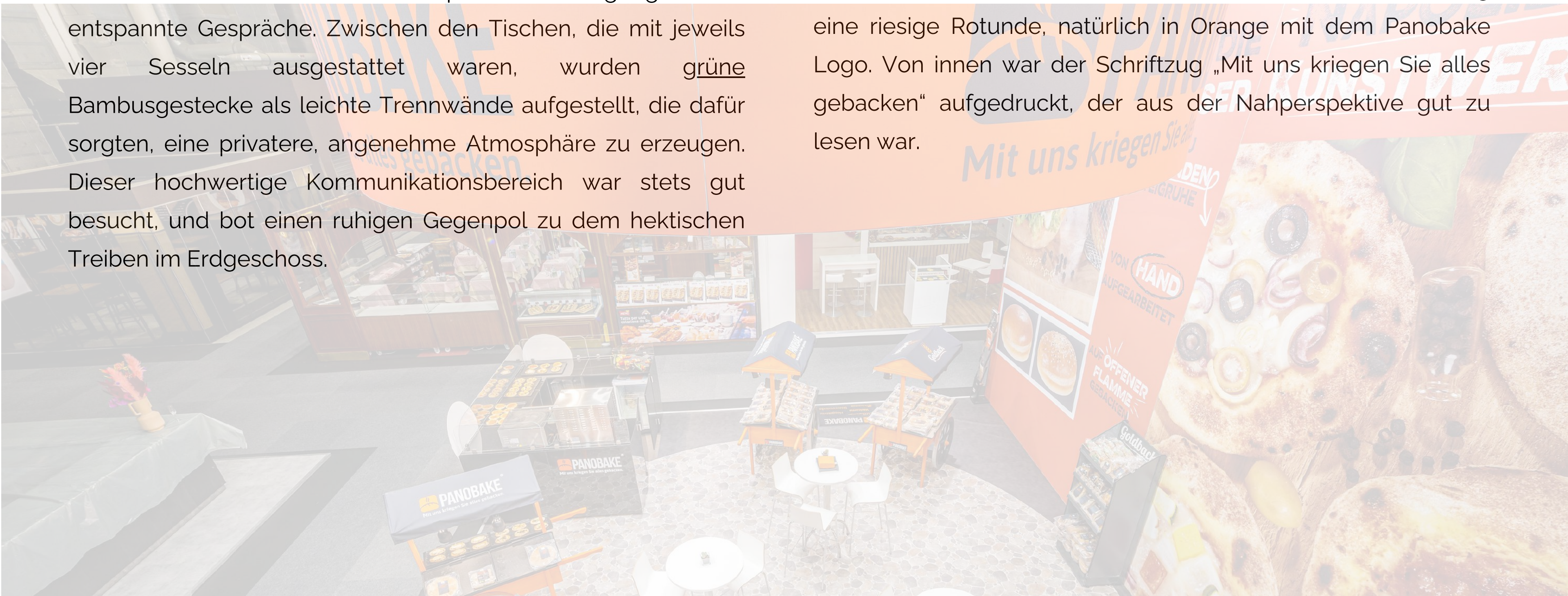
Auf dem Stand wurden drei erkennbare Zonen eingerichtet. Zum einen war es der große „Marktplatz“. Hier standen viele kleine orangene Produktwagen, die frisch aufgebäckene Backwaren präsentierten. Der „Marktplatz“ wurde von einer imposanten Großgrafik beeinflusst die im Hintergrund hing, hier waren Bilder aktueller Backwaren abgebildet.



Rechts neben dem „Marktplatz“ wurde ein Bereich eingerichtet, der dazu diente, die süßen Backwaren zu präsentieren.

Vom Marktplatz aus, erreichte man eine Treppe, die in die obere Etage führte. Dieser Kommunikationsbereich war ebenfalls in dem firmentypischen Orange gehalten. Schöne Tische und Sessel boten hier optimale Bedingungen für entspannte Gespräche. Zwischen den Tischen, die mit jeweils vier Sesseln ausgestattet waren, wurden grüne Bambusgestecke als leichte Trennwände aufgestellt, die dafür sorgten, eine privatere, angenehme Atmosphäre zu erzeugen. Dieser hochwertige Kommunikationsbereich war stets gut besucht, und bot einen ruhigen Gegenpol zu dem hektischen Treiben im Erdgeschoss.

Dieser Messestand war schlichtweg nicht zu übersehen. Die Farbe Orange war überall auf dem Stand präsent. Als größter Hingucker fungierte die prägnante Großgrafik hinter dem „Marktplatz“. Die Bilder von neuen, frischen Backwaren auf dieser Grafik ließen die Besucher nicht lange rätseln, worum es sich bei diesem Messestand drehte. Über dem Messestand hing eine riesige Rotunde, natürlich in Orange mit dem Panobake Logo. Von innen war der Schriftzug „Mit uns kriegen Sie alles gebacken“ aufgedruckt, der aus der Nahperspektive gut zu lesen war.

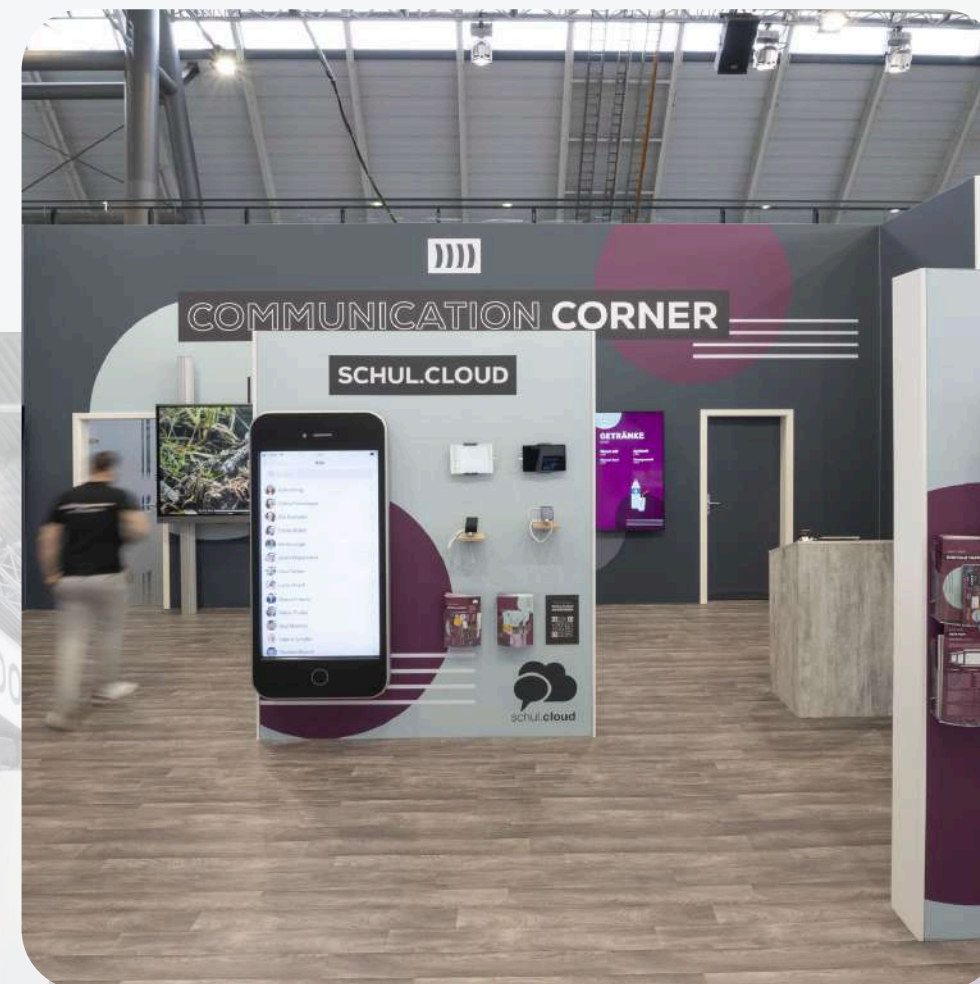
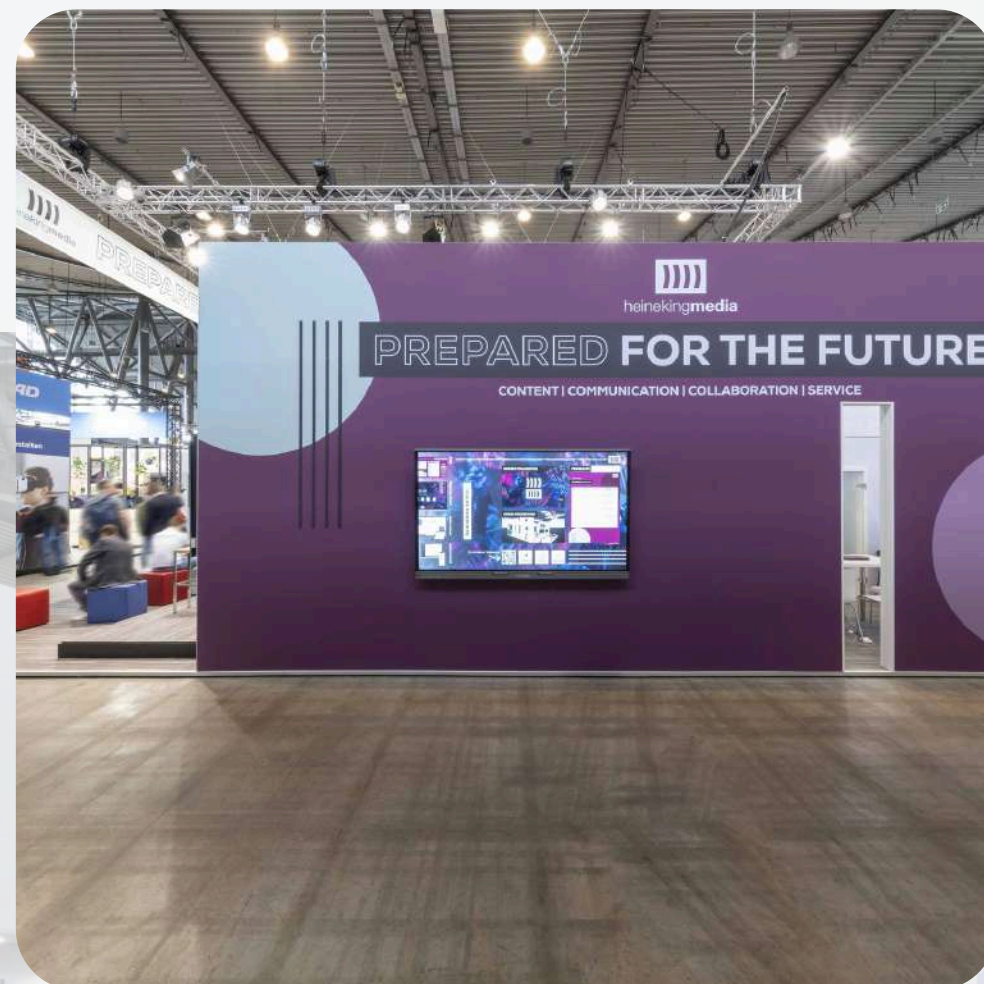


HEINEKINGMEDIA GMBH

URL: <https://corporate.heinekingmedia.de/>

Messestand auf der Didacta 2023

Größe: 10m x 13m = 130 qm

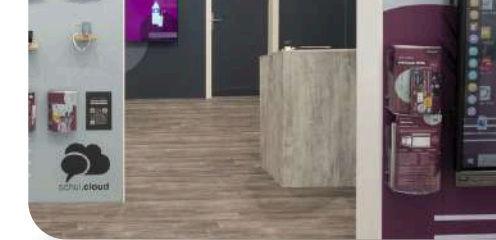
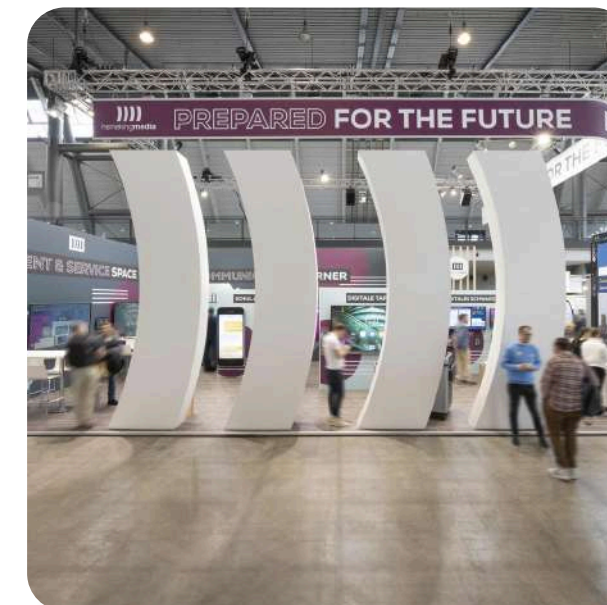
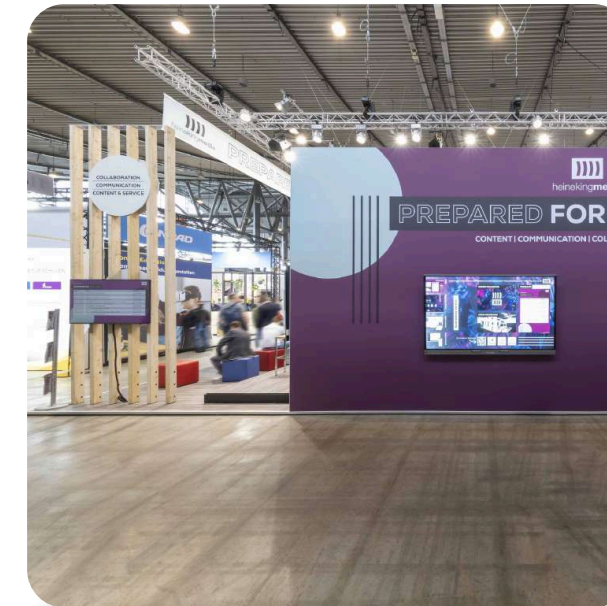
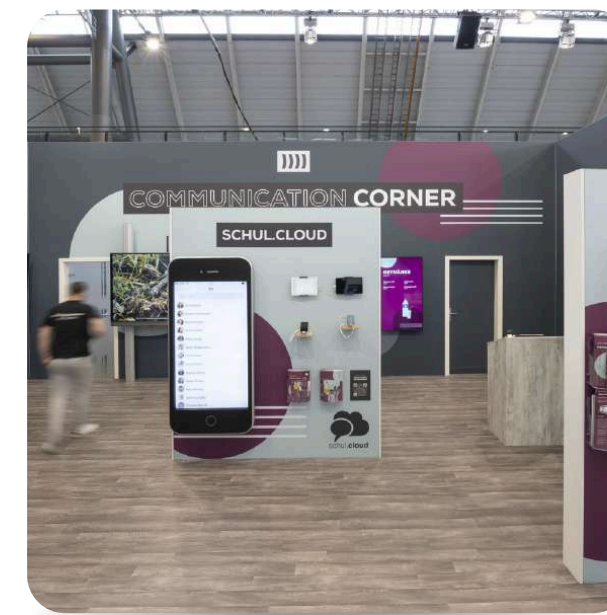
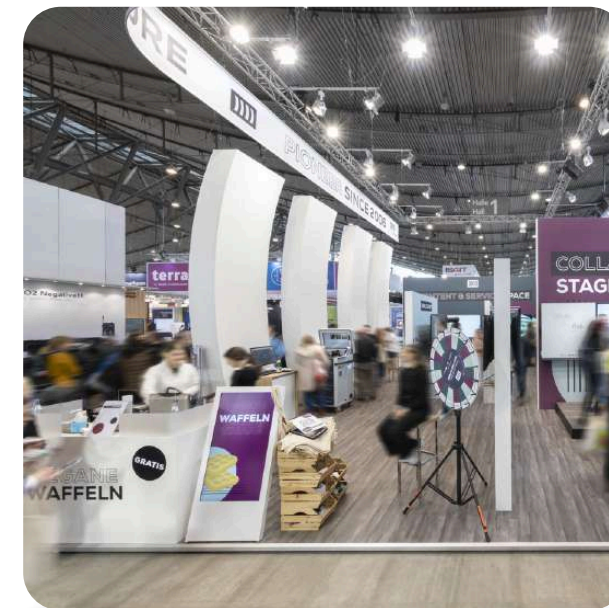
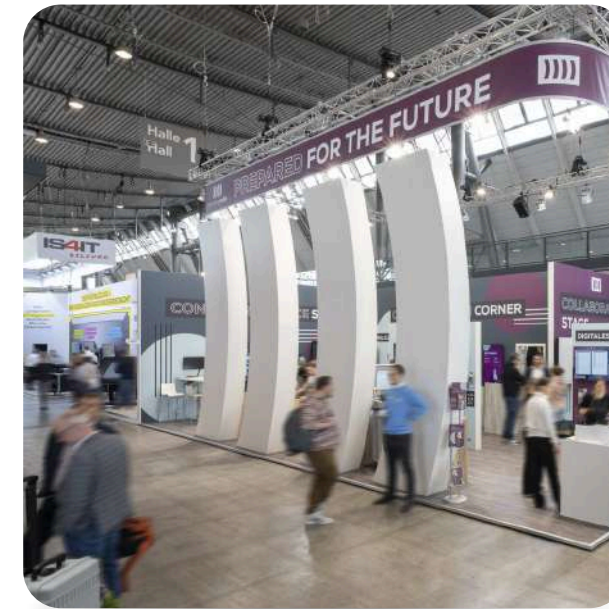


HEINEKINGMEDIA GMBH

BESONDERHEITEN:

Das Design des Messestandes überzeugt durch Produktnähe!

Unter dem Arbeitstitel „Klassenzimmer“, wurde ein Klassenraum mit dem Highlight einer digitalen Tafel nachgebildet. Um den Besuchern zu erläutern, wie diese funktioniert wurden Sitzgelegenheiten positioniert, die auch eine längere Beobachtungsphase möglich machten. Außerdem waren in diesem Bereich zwei digitale schwarze Bretter eingerichtet, auf denen eine Schul-Cloud dargestellt wurde.



Im mittleren Teil des Standes waren unter dem Arbeitstitel „Schulhof“ verschiedene Arbeitsstationen bspw. eine Handystation mit Sitzgelegenheiten untergebracht. Davor hatte prisma plan eine Informationstheke positioniert. Die Besucher, die am Stand vorbei gingen, konnten sich mit Popcorn versorgen, aber auch an einem Gewinnspiel teilnehmen.

Anschließend an den „Schulhof“, gab es einen ruhigeren Bereich. Hier bot sich den Besucher*Innen die Möglichkeit eine Weile Platz zunehmen, Gespräche zu führen und einen Kaffee zu trinken.

Aufmerksam wurden die Besucher auf den Messestand durch die prägnante Infotheke, mit den Eyecatchern, aber auch durch verschiedene Stopper. Es wurde Popcorn erzeugt und kostenlos verteilt. Der Popcornduft lag auf den Gängen rund um den Stand und führte dazu, dass die Besucher stehen blieben und genauer auf den Stand blickten. Angesprochen durch das Popcorn wurde der Besucher animiert an einem Gewinnspiel teilzunehmen, das auf die Produkte von Heinekingmedia aufmerksam machte. Außerdem konnten sich die Besucher hier auch erste Informationen über das Unternehmen einholen

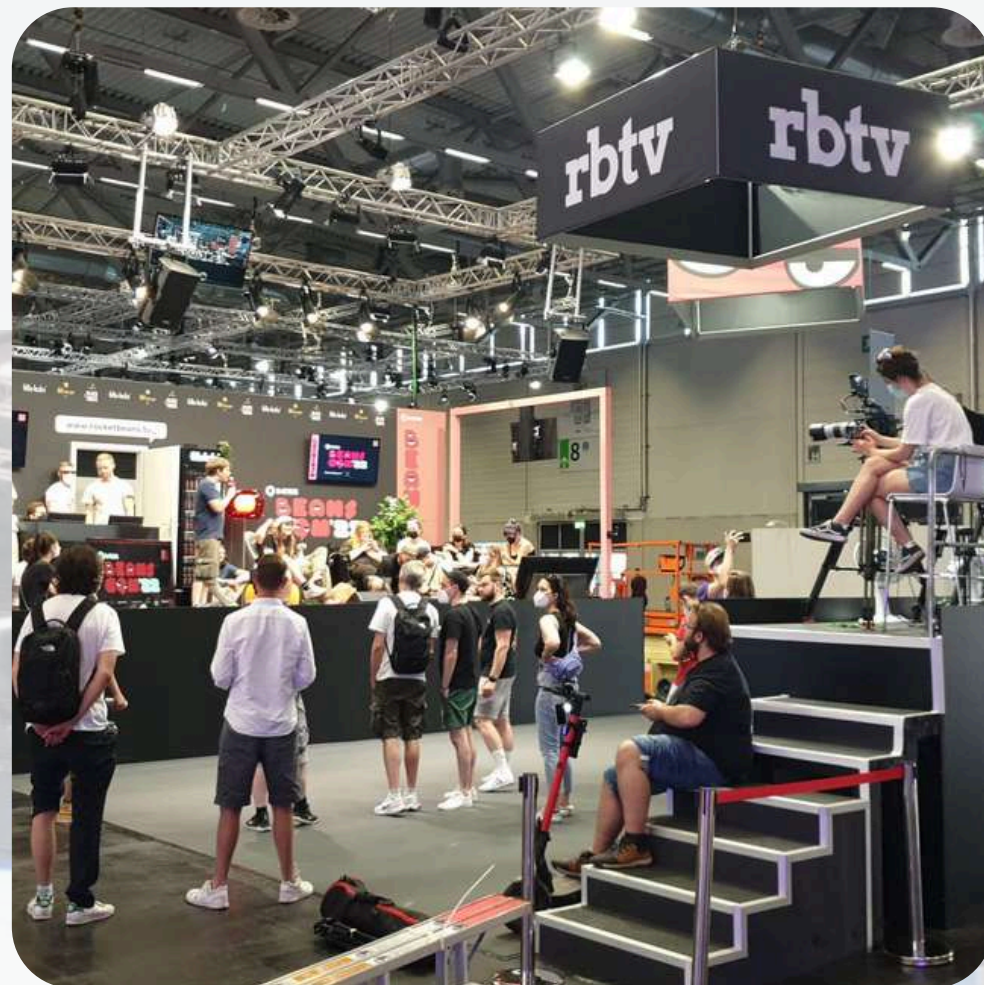


ROCKET BEANS ENTERTAINMENT GMBH

URL: <https://rocketbeans.tv/>

Messestand auf der gamescom 2023

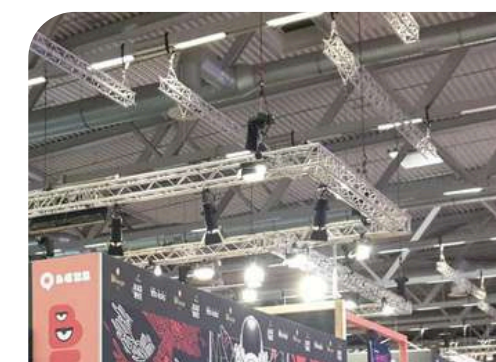
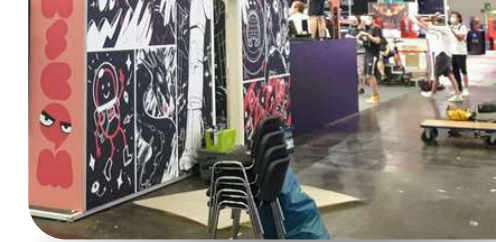
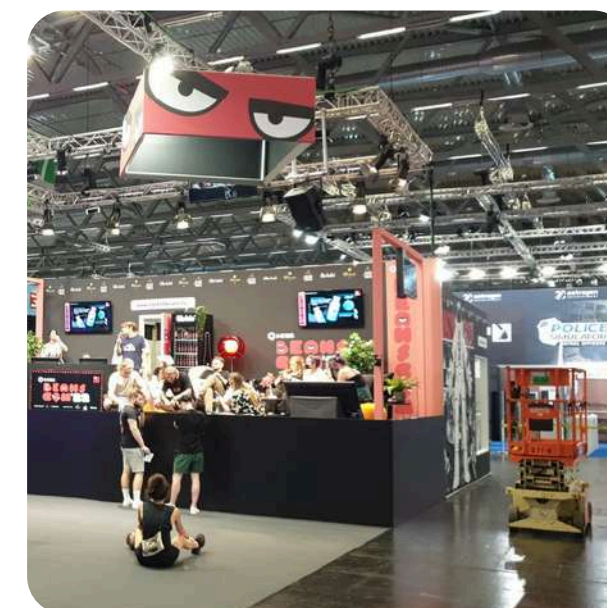
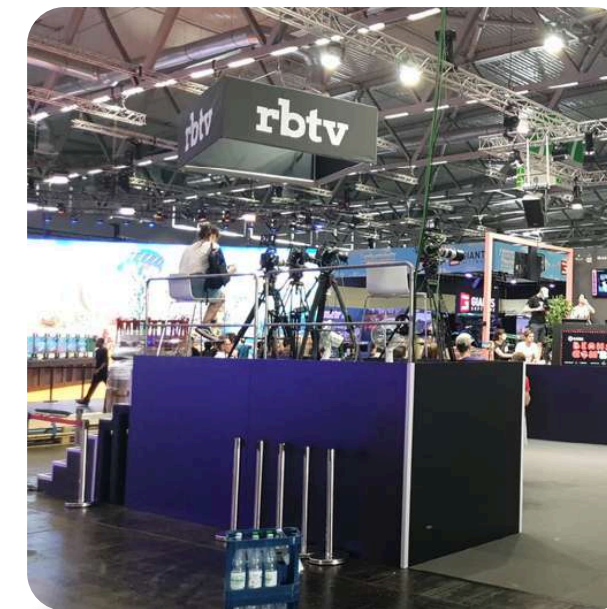
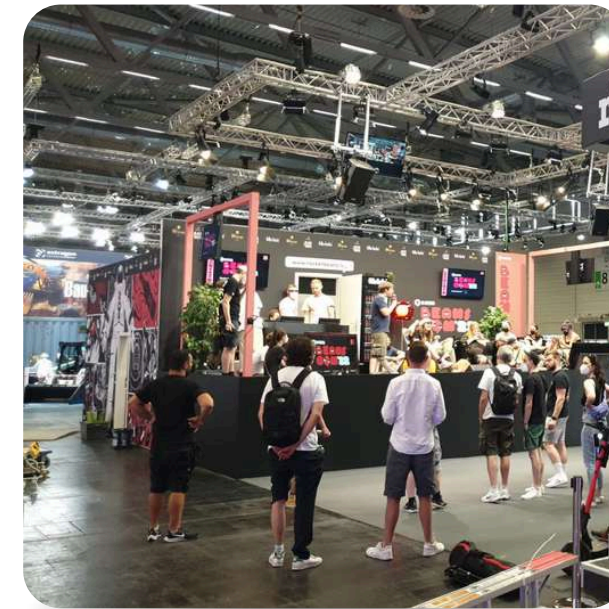
Größe: 23 m x 9 m = 207 qm



ROCKET BEANS ENTERTAINMENT GMBH

BESONDERHEITEN:

Zentraler Punkt des Messestandes war ein Showstudio, in dem Aktivitäten wie Gespräche, Live-Gaming und vor allen Dingen Publikumsinteraktionen stattfinden konnten. Das Publikum fand Platz vor der Livebühne auf der Publikumsfläche. Angeordnet war diese zwischen dem Showstudio und einer Kamerabühne, wo zahlreiche Kameras das Geschehen im Studio aufzeichnen konnten. Die verschiedenen Bilder der Kameras wurden im Technik- und Regieraum geschnitten und hochgeladen. Hinter dem Regieraum gliederte sich ein kleiner Streaming-Raum an, in dem ebenfalls, in etwas privaterer Atmosphäre, Interviews oder ähnliche Gespräche geführt wurden.



Die Besucher konnten das Geschehen von außen verfolgen, da eine Studiowand verglast war. Um die Sichtbarkeit des Standes nach außen zu erhöhen, wurde der Kabinentrakt mit auffälligen Grafiken gestaltet und über die Publikumsfläche wurden zwei Grafik-Cubes gehängt, die das Rocket Beans TV-Logo präsentierten. Hierdurch war der Stand schon von weitem sichtbar.

Von weitem haben die beiden Grafik-Cubes dafür gesorgt, dass einem der Messestand direkt ins Auge fiel. Die Farben Schwarz und Rot, die in dem Logo der Rocket Beans vorhanden sind, leuchteten über dem Stand. Außerdem hatte das Kamerapodest davor schon seine eigene spannende Wirkung.

Über der Bühne hing ein Monitor der Live-Bilder von den Hosts der Rocket Beans zeigte, die sich über die Gamescom bewegten und die Zuschauer so teilhaben ließen, was sie gerade erlebten. Zwei Monitore auf der Bühne selber konnten immer wieder Einblicke in die live Let's-plays geben oder auch zu den Diskussionen, die auf dem Sofa interaktiv mit dem Publikum geführt wurden, Einspieler zeigen. Alle Events wurden sehr gut besucht und lieferten eine starke Performance ab.

