

# BRANDSPACE

EXHIBIT SOLUTIONS BY

EXPO  
former

**Reduce. Re-use. Recycle.** 

Initiative für umweltgerechtes Ausstellen

Wie können wir umweltgerecht Ausstellungen planen  
und realisieren?

[www.EXPOformer.com](http://www.EXPOformer.com)

# «Alles ist möglich»



## Umwelt als Managementaufgabe

**Messeauftritte und Marketing-Events haben sich verändert. Aus den ehemaligen Exponateschauen und Party-Acts werden immer stärker Plattformen des Dialogs. Dadurch verschiebt sich der Akzent in der Live-Kommunikation von der Hardware von Produkten und Bauten auf die Software des Marketings**

Die Zeit scheint reif für einen Paradigmenwandel und die Materialschlacht auf Messen und Events ein Modell des letzten Jahrhunderts. Auf der Telekommunikationsmesse Orbit-iEX erhielten jene temporären Unternehmenssitze den – durch die Messebesucher – verliehenen Exhibit + More Design Award, die mittels ihres Standdesigns am besten kommunizierten. Einige der Stände waren von Exponaten praktisch befreit – frei für den qualitativen Dialog mit den Kunden. Unter ihnen befanden sich auch die meistbesuchten Stände. Dies zeigt, dass der Aussteller-Wettbewerb nicht auf der Ebene der Produkteschau, sondern der professionell geführten Kommunikation mit dem Kunden gewonnen wird. Wie wäre es also, wenn wir auf Messen und Events mehr die Markenstory und weniger die Materialschlacht ins Auge fassen würden? Marketing-Events würden nachhaltiger und umweltgerechter. Machen wir uns auf den Weg. Umweltschutz wird zu einem wichtigen ökologischen Bestandteil eines Messeauftritts.

**Was ist zu tun?** Umweltverträgliche und mehrmals einsetzbare Systeme verwenden,

die in ihrer Materialwahl zu keinem Preisaufschlag führen. Bisher gehörte die Messe-, Event- und Konferenzwirtschaft mit zu den grössten Abfallverursachern. Hinfahren, aufbauen, abbauen – verbrennen. Doch das ist nicht der Weg zu einer grossen Markenstory. Oder hat sich schon einmal ein Kunde bei Ihnen gemeldet, weil Sie auf der Messe das schönste Standdach oder den farbigsten Teppich oder die ästhetischste Lichtinstallation präsentierten?

Natürlich braucht es für einen erfolgreichen Livemarketing-Auftritt eine dreidimensionale «Heimat» in Form eines Eventdesigns, die Ihre Marke positioniert. Aber eben nicht durch eine masslose Exponate- und Standbauschlacht, sondern eine reduzierte Markenlandschaft (BrandSPACE) mit so wenig Technik wie möglich und nur so viel Standbau wie nötig. Das stellt sowohl Anforderungen an das Briefing als auch die Umsetzung.

Mit unserer Initiative für umweltgerechtes Ausstellen, wollen wir diesen hohen Anforderungen gerecht werden und zusammen mit unseren Kunden einen entscheidenden Beitrag leisten.

Damit unsere Umwelt auch morgen noch die Qualität von heute hat.

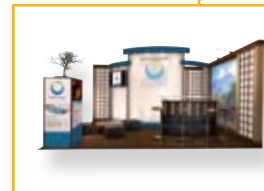
Mario Huggler  
CEO EXPOformer AG



Generali



Fiat



Daiichi

# Reduce.

## Kodex für umweltgerechtes Ausstellen



### Green Exhibit Partners



1.

Reduzieren Sie mit zeitgemässen Leichtbausystemen das Transport- und Lagervolumen Ihres Messeauftritts. Optimalerweise sollte ein Messestand im Verhältnis 1:8 für die Logistik verkleinert werden können. Ein 50-m<sup>2</sup>-Stand braucht somit noch ca. 6 Mehrwegpaletten. Das senkt die CO<sub>2</sub>-Emissionen auf breiter Ebene.



Generali

2.

Verwenden Sie für Ausstellungen bis 30m<sup>2</sup> falt- und klappbare Display-Technologie. Diese Lösungen haben bezüglich Transport, Lagerung und Auf-/Abbaueffizienz die Nase deutlich vorne. Hightech-Lösungen bringen den schonungsvollen Umgang mit der Umwelt und Ihre Ansprüche für Corporate Design locker unter einen Hut.



Zürich

3.

Für kleinere Events und Ausstellungen ist es sinnvoll, dass das Montage- oder Standpersonal im gleichen Fahrzeug wie das Messematerial an die Messe fährt. Eine Reihe von Messestandmodellen macht das spielend möglich. Gerade durch diese Massnahme wird die Umwelt nur durch 1 Fahrzeug belastet, und es senkt zudem die Anfahrs- und Transportkosten.



Mobiliar

4.

Mit einem klugen Verpackungskonzept lässt sich vieles erreichen! Kaufen Sie Mehrwegverpackungen, welche gut stapelbar sind und den gängigen Euronormen für Paletten entsprechen. Das schont die Ressourcen, optimiert die Lager- und Transportgrösse und ist am Ende auch wirtschaftlicher für Ihr Budget.



Ziemer

5.

Reisen Sie mit den öffentlichen Verkehrsmitteln an die Messe oder organisieren Sie Busse oder Fahrgemeinschaften. Messeteams in der Grösse von 6–10 Personen können so im kleinen Rahmen enorm viel Schadstoffausstoss vermeiden. Im besten Fall reduzieren Sie die Belastung von 10 Fahrzeugen auf 1! Das ist vorbildlich.

# Re-use.

6.

Kaufen oder mieten Sie ausschliesslich Messematerial, welches wieder- oder mehrfach verwendet werden kann. Das gilt auch für Mobiliar und textile Bodenbeläge. Bestenfalls ist das Standbausystem technisch so ausgereift, dass Grafiken und Texte ohne Klebstoffe einfach montiert und demontiert werden können.



Cornèr Banca SA

7.

Texte und Bildwelten sollten immer wieder eingesetzt werden können. Vergewissern Sie sich, dass Ihr Messekonzept auch bei unterschiedlichen Grössen ohne weitere Produktionen von Grafik-Panels auskommt. Deren Herstellung ist besonders energieintensiv und man sollte damit verantwortungsvoll umgehen.



Dannemann

8.

Sofern Sie Ihre Ausstellungen selbst aufbauen, verlangen Sie von Ihrem Messestandhersteller ein intensives Auf- und Abbautraining! Sorgfältiger und fachmännischer Umgang verhindert Neuproduktionen und verlängert die Einsetzbarkeit Ihres Materials. Das vermindert die Materialschlacht und nebenbei auch noch die Kosten.



Fiat

9.

Fortschrittliche Messestandlösungen bestehen aus recykliertem Stahl, Aluminium oder neuerdings auch aus aufbereitetem Karbonfiberglas. Verbundmaterialien wie Spanplatten mit aufgeleimten Grafiken sollten nicht verwendet werden. Diese können nachher nur schwer getrennt und wieder aufbereitet werden.



Implenia

10.

Abfalltrennung hat beim Recycling höchste Priorität. Vergewissern Sie sich deshalb, dass Ihr Messestandbauer die Materialien fachgerecht entsorgt und bestenfalls wiederverwendet. Innovative Unternehmungen heizen mit ihren Holzabfällen die Bürogebäude und steigern so ihre Energie-Effizienz. Kleine Ideen haben nicht selten eine grosse Wirkung, auf das ganze Jahr betrachtet.



Hase Öfen

# Recycle.



## Generali

### So stellt man heute aus

Herr Gert Schüpbach lebt mit seiner Crew vorbildlich umweltgerechtes Ausstellen vor, indem konsequent auf die Materialschlacht verzichtet wird. Messestände bis 40m<sup>2</sup> werden umweltbewusst mit Faltsystemen konzipiert und umgesetzt. Auf das Corporate Design und die Botschaft hat das keine negativen Auswirkungen.

### Herr Schüpbach, wo setzt Generali Messematerial ein und welche Ziele werden verfolgt?

Alle in der Schweiz ansässigen Generalagenturen von Generali haben Auftritte an Messen und Events. Das beginnt bei Standaktionen in Supermärkten oder auf Kleinveranstaltungen, bis zu den beliebten Auftritten an Gewerbeschauen für die Generalagenturen. Das Ziel bei allen Messeauftritten ist, das Image der Generali nachhaltig zu verankern. Das Standpersonal soll optimal unterstützt werden.

### Welche Anforderungen stellen Sie an zeitgemässes und umweltgerechtes Messematerial?

Messematerial soll handlich, leicht im Aufbau, stabil und über längere Zeit immer wieder einsetzbar sein. Pro Jahr müssen ca. 40 Messeauftritte und unzählige kleine Veranstaltungen aufgebaut werden. Die Flexibilität des Materials ist entscheidend für den Er-

folg der Strategie. Verschiedene Standgrößen, immer kürzer werdende Auf- und Abbaueiten und der Anspruch auf perfekte Corporate-Design-Treue setzen die Latte für Messematerial extrem hoch. Der Transport und die Lagerung sind zusätzlich ausschlaggebende Kriterien.

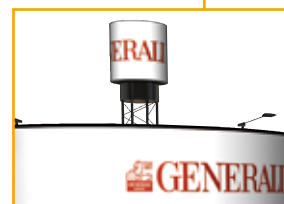
### Seit über 5 Jahren setzen Sie bereits auf faltbare Lösungen von uns. Welche Resultate wurden erzielt?

Dank der ausgezeichneten konzeptionellen Beratung am Anfang unserer Zusammenarbeit konnten die hochgesteckten Ziele qualitativ wie auch quantitativ erreicht werden. Wir können heute mit weniger Messematerial eine tiefe, weitreichende Wirkung erzielen. Dank dem partnerschaftlichen Verhältnis sind Konzeptänderungen schnell umgesetzt und erfüllen somit auch die Ideen und Wünsche unserer internen Kunden.

### Wie würden Sie EXPOformer mit 3 Wörtern umschreiben?

Jung, dynamisch und gut.

Gert Schüpbach, Events und Sponsoring Generali Versicherungen.





**EXPOformer AG**  
Ausstellungs-Systeme und Falt-Displays  
Konzeption – Design – Produktion – Services  
Feldstrasse 66 – CH-8180 Bülach  
Telefon +41 44 864 12 12 – Fax +41 44 864 12 15  
expoformer@expoformer.ch  
www.expoformer.ch