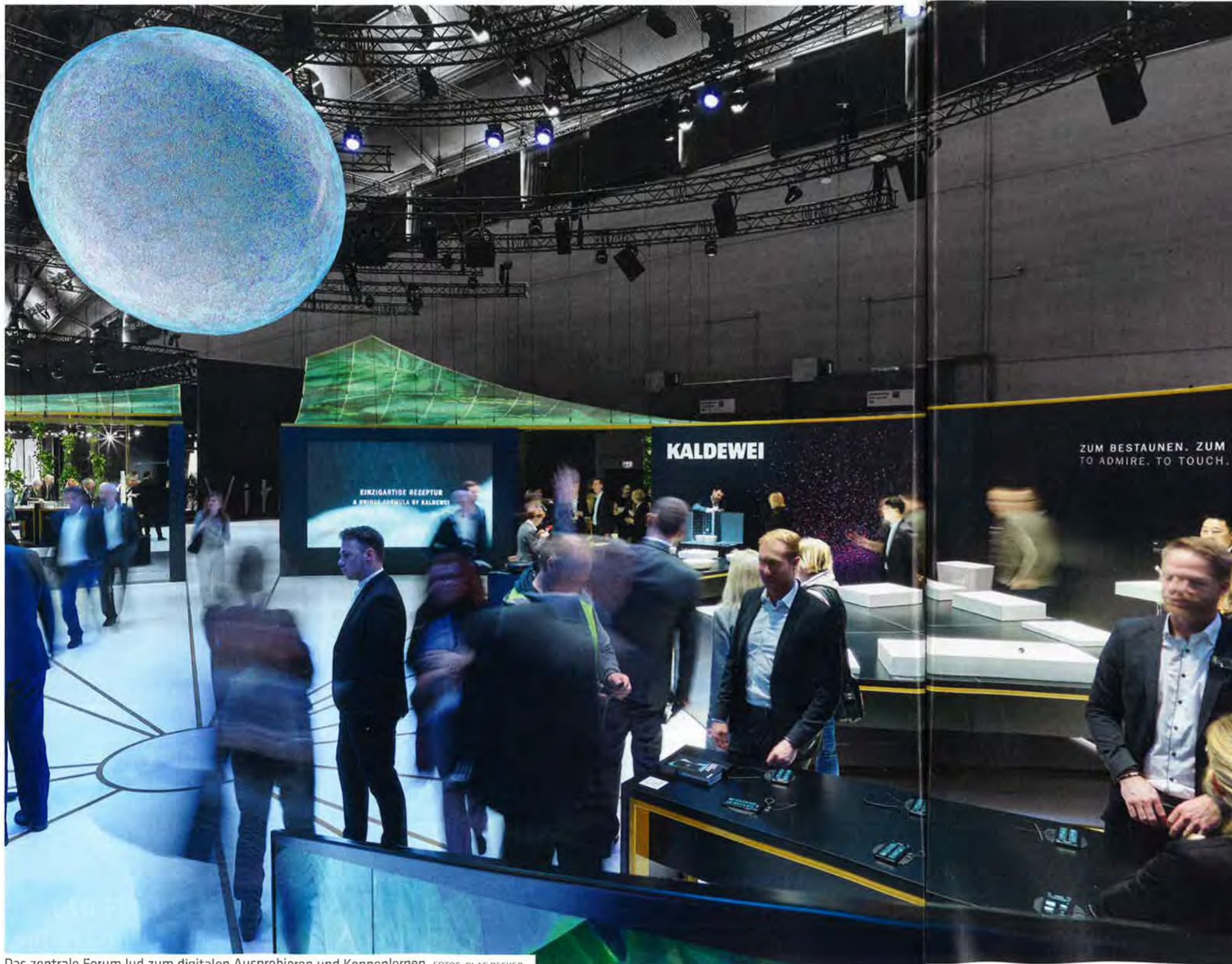


NEUER MARKENAUFTRITT

Digitaler Vorreiter

Mit einem neuen Messestandkonzept präsentierte sich Kaldewei auf der ISH in Frankfurt und wollte dabei vorrangig eines: sich als Impulsgeber der Branche zeigen. Wichtig war es den Ahlenern dabei, auch im digitalen Bereich die Vorreiterrolle einzunehmen.



Das zentrale Forum lud zum digitalen Ausprobieren und Kennenlernen. FOTOS: OLAF BECKER

VON ANNIKA DAMMANN

Auf 750 Quadratmetern und fünf Themenwelten zeigte der Badhersteller aus Ahlen seine Kompetenz im Bereich Design und Funktionalität. Aber nicht nur das, auch in puncto Digitalisierung und räumliche Markenkommunikation wusste das Unternehmen zu überzeugen. Neben den zahlreichen digitalen Services, die Kaldewei seinen Standbesuchern bot, lockte zunächst einmal die spannenden Markenarchitektur Gäste an den Stand.

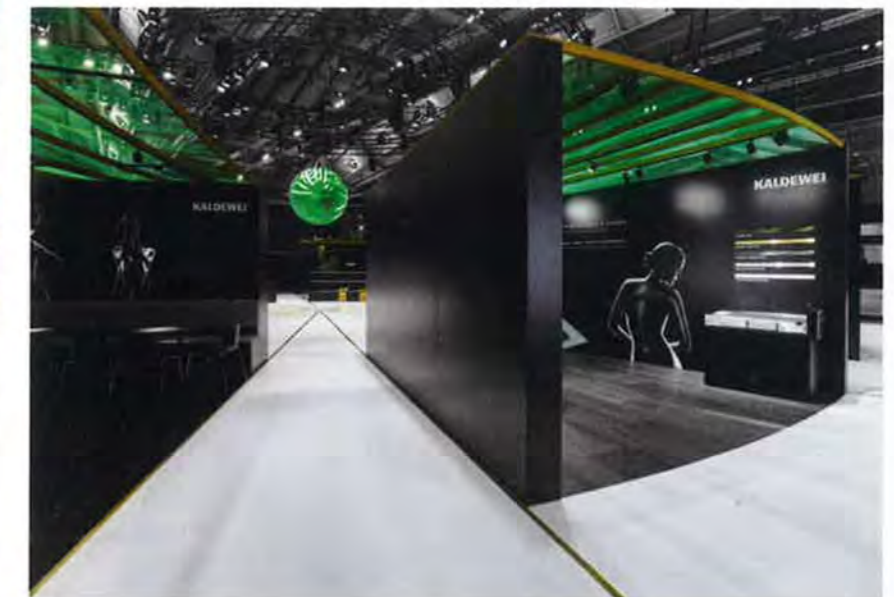
Volumen, die mit hängenden Dächern „an die charakteristische Architektur der Elbphilharmonie erinnerten“ (so Kaldewei), umgaben einen offenen zentralen Platz und strukturierten diesen. Starke Kontraste und lebhaft Farben unterstützten den prägnanten Entwurf: Der weiße Messeboden, der das Strahlenmotiv der vergangenen Messeauftritte aufgriff, kontrastierte mit den in schwarz gehaltenen Themenpavillons, farbliche Akzente setzten grüne Floralelemente.

„Die gesamte ISH-Präsentation ist nicht nur Spiegel unserer Kernkompetenz, mit individuellen und passgenauen Lösungen aus kostbarem Stahlemaille-Badeinrichtungen auf höchstem Ni-

750

Quadratmeter groß, war der ISH-Messestand von Kaldewei. Wie in den Jahren zuvor entwarf die Münchner Agentur Schmidhuber den Markenauftritt für die Leitmesse.

Farbliche Kontraste und radiale Formen prägten den Auftritt.





Eine überdimensionale, abgehängte Kugel, die sogenannte Digital Sphere, und eine multisensorische Show lockte die Besucher auf den Stand.

Das Forum lädt zum Dialog und zum interaktiven Erleben der Messthemem ein, sowie zum Ausprobieren der vielen neuen digitalen Services.

Arndt Papenfuß,
Bereichsleiter
Marketing Kaldewei



veau zu ermöglichen. Konstruktion und Gestaltungselemente des neuen Standkonzeptes visualisieren auch richtungsweisende Themen unseres Unternehmens und der gesamten Branche und stellen unsere Kunden und Partner aus der ganzen Welt mit ihren Bedürfnissen und Wünschen aktiv in den Mittelpunkt," sagt Arndt Papenfuß, Bereichsleiter Marketing Kaldewei, zu dem neuen Unternehmensauftritt.

Herzstück des Standes bildete das zentrale Forum, das mit einer überdimensionalen, abgehängten Kugel, der sogenannten Digital Sphere, und einer multisensorischen Show die Besucher lockte. Wie in einer Arena konnten sie auf Sitztribünen und Stehpulpen rund um den freien zentralen Platz dem Geschehen folgen. Und anschließend digital vertiefen: Anhand von digitalen Stellen, Tablets sowie Virtual-Reality-Brillen konnten die Besucher detaillierter in die Vielfalt, Ser-

vices und Aktivitäten von Kaldewei eintauchen.

„In diesem Jahr haben wir für unsere Gäste ein Forum der ganz besonderen Art geschaffen, das zum Dialog einlädt und unsere Partner zum interaktiven Erleben der Messthemem sowie zum Ausprobieren der vielen neuen digitalen Services anregt“, beschreibt Papenfuß den zentralen Platz.

Vom offenen Forum zweigten strahlenförmig fünf Bereiche mit den unterschiedlichen Themenwelten ab. Eines der Fokusthemem Kaldeweis ist die Digitalisierung: Mithilfe digitaler Services möchte Kaldewei seine Marktpartner optimal unterstützen. Auf dem ISH-Stand konnten sich Besucher von den vielfältigen Angeboten zur Inspiration, Planung, Kalkulation, Lieferung und Montage überzeugen. An digitalen Stellen und Smartphones konnten sie die Services testen. Einen Eyecatcher bildete der „digital Twin“, eine Inszenierung bei der das reale Produkt – die Duschfläche Nexsys – als Steuerung einer interaktiven Visualisierung diente. Je nach Rotation der echten Duschfläche zeigte die Visualisierung die USPs, Vorteile der Installation oder die möglichen Individualisierungen.

Auch im Themenbereich Nachhaltigkeit setzten die Ahlener auf digitale Vermittlung. Mittels einer High-End-3-D-Visualisierung, bei der die Gäste per Virtu-

al Reality in die Unterwasserwelt der Ozeane eintauchten, wurde über das Kooperationsprojekt mit der Umweltschutzorganisation WWF informiert. Dabei zeigte der stereoskopische 360°-Film anschaulich, welche Schritte Kaldewei in Zusammenarbeit mit dem WWF in Vietnam gegen die Plastikverschmutzung der Meere unternimmt.

Ebenfalls neu zum ISH-Auftritt: eine App, die die Online-Services des Badherstellers bündelt – vom Produktkonfigurator mit Preisauskunft bis hin zur Montageunterstützung. Mit der Anwenderorientierten App sollen Nutzer nun direkt und noch schneller mit Kaldewei verbinden.

„Die Digitalisierung ist innerhalb unserer Markenstrategie ein wesentlicher Bestandteil. Ziel ist es, unsere Partner mit digitalen Services so zu begleiten, dass sie bei jedem Arbeitsschritt vom direkten Draht zu uns und damit von einer echten Zeitersparnis profitieren“, erläutert Papenfuß.

Der Entwurf des neuen Messekonzeptes stammt aus der Feder der Münchner Agentur Schmidhuber, umgesetzt hat ihn das Messebau-Unternehmen Metron Eging, Eging am See. Es ist nicht das erste Projekt, das Kaldewei mit den Münchener realisiert hat, bereits auf den vorangegangenen Ausgaben der ISH – seit 2011 – stand Schmidhuber als Kreativagentur den Ahlenern zur Seite. Und das erfolgreich: Wegen seiner außergewöhnlichen Architektur und der ikonischen Inszenierung auf allen Sinneebenen, erhielt Kaldewei für seinen Messestand 2017 der German Brand Award. Auch die 2017 fertig gestellte Kaldewei Iconic World, ein Schulungs- und Ausbildungszentrum, das Schmidhuber entwarf, erhielt einen German Brand Award. Bleibt nun nur noch abzuwarten, was die erfolgreiche Zusammenarbeit noch hervorbringen wird.

SUMMARY

Digital pioneer: Kaldewei presented itself with a new expositand concept at the ISH in Frankfurt, with the predominant intention being to establish the company as industry trendsetter. In five theme worlds spread out on a total of 750 square meters, the bathroom-facility manufacturer based in Ahlen displayed its competency in design and functionality. But that wasn't all: the company also made a lasting impression in terms of digitalization and spatial brand communication. In addition to the numerous digital services Kaldewei made available to its stand visitors, the exciting brand architecture attracted numerous guests to the booth. Suspended roofs enclosed an open central plaza, providing it with a dimensional structure. Strong contrasts and vivid colors augmented the striking design: the white expo flooring, riding up on the raylike motifs of the past expo presentations, diverged with the theme pavilions held in black; green floral elements made for colorful highlights.

BETEILIGTE

Aussteller Kaldewei, Ahlen

Entwurf Schmidhuber, München

Messebau Metron Eging, Eging

Grafik Kolle Rebbe, Hamburg

Licht/Medienplanung TLD

Planungsgruppe, Taufkirchen

Licht/Medienausführung

Neumann & Müller, Taufkirchen

Digitale Exponate Headraft, Hamburg

designedition

Designermöbel & mehr für Ausstellungen, Messen, Objekteinrichtungen..

Eames Plastic Chairs



Alcove 2er Sofa



Lounge Chair und Ottoman



Ihr **vitra**.Partner
für Messen & Events

**BLOW
OUT**

**Möbel zum Mieten
und Kaufen**

Unterreit 7, 76135 Karlsruhe
Tel +49 (0)721 - 50 44 74 0
Fax +49 (0)721 - 50 44 74 99
Email: service@blowout.de
www.blowout.de