

Thema: Corporate-Event mit 2.600 Besuchern auf 6.000 m²

Holz meets HighTech

MOVE IT MEDIA realisiert zum vierten Mal die „Océ InMotion“ auf 6.000 m²



WallPoster begrüßt 2.600 Besucher



Kunst an der Kaimauer



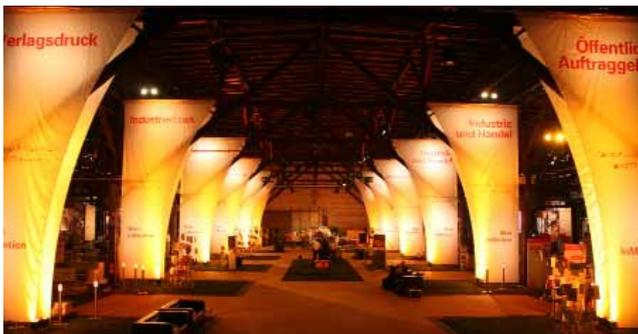
MotorPoster als mobile Wegweiser



Vorher: 6.000 m² leere Lagerhalle



Nachher: Die Ausstellungsfläche ist fertig



Die „Segel-Banner“ werden in unterschiedliches Licht getaucht

Nackte Holz- und Stahlträger, blanker Betonboden, keine Klimaanlage, aber rund 6.000 m² Ausstellungsfläche und 50.000 Kubikmeter umbauter Raum: Zum vierten Mal verwandelte die Nürnberger Werbeagentur MOVE IT MEDIA den ältesten Lagerschuppen im Hamburger Freihafen, den Kaischuppen 52, in eine voll funktionstüchtige und durchgestaltete Messehalle. Auftraggeber war die Océ-Deutschland GmbH, die mit ihrer Frühjahrsmesse „Océ InMotion“ ihren Kunden an einem ungewöhnlichen Ort Ideen, Entwicklungen, Produkte und Lösungen rund um das Druck- und Dokumentenmanagement vorgestellt hat. Seit der ersten Messe im Jahr 2003 ist MOVE IT MEDIA als Generalunternehmer für Konzeption, Gestaltung und Messebau zuständig.

„Océ will mit Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen faszinieren, begeistern, Emotionen wecken, erläutert MOVE IT MEDIA-Geschäftsführer Thomas Adam die Aufgabenstellung. „Dem muss natürlich das gesamte Konzept Rechnung tragen.“ Und das sah in diesem Jahr vor, die gesamte Halle in einen großen Farbraum zu verwandeln. „Farbräume - Farbräume“ hatte MOVE IT MEDIA als Kommunikationsleitlinie entwickelt, um die Entwicklungen des Kunden im Bereich des digitalen Farbdrucks kommunikativ zu unterstützen.

„Wir mussten dabei in erster Linie darauf achten, dass wir das Thema Farbe durchgängig transportieren, ohne die Halle kunterbunt zu machen“, sagt Thomas Adam. So entstanden 14 Bildcollagen mit jeweils sechs Quadratmetern für die Seitenwände der Halle. Jede Farbcollage bestand aus Naturmotiven - vorwiegend Früchten und Pflanzen - die in bestimmten Farbräumen angesiedelt sind: Kaffeebohnen und Sand beispielsweise für die Collage in Brauntönen, Zitronen, Sonnenblumen, Gerbera etc. für gelb, Chilischoten, Erdbeeren, Weintrauben für die rote, Meer- und Himmelmotive für die blaue Collage.

Thema: Corporate-Event mit 2.600 Besuchern auf 6.000 m²



Prints auf mobilen Wänden säumen den Weg

Schnelles Einchecken mit RFID-Technik

Das Dessert-Bufferet für 700 Gäste wird serviert



Große Bildcollagen präsentieren die Themenschwerpunkte, mobile Luftbefeuchter sorgen für das richtige Raumklima



Drucklösungen werden live vorgeführt



Vom Tagesrestaurant blickt man auf die Ausstellungsfläche

„Die Konzentration auf Naturmotive lag wegen der natürlichen Farbvielfalt nahe“, so Adam. „Wir haben aber bewusst vorwiegend Früchte eingesetzt, um auf die Vergangenheit der Lagerhalle einzugehen.“ Ein altes Schild an einem der Eisenträger weist heute noch darauf hin, dass es verboten ist, lose herumliegende Früchte mitzunehmen.

Die Motive der Collagen zogen sich dann wie ein roter Faden durch die gesamte Messe und den kommunikativen Auftritt - angefangen beim Kundenmailing und dem internen Mitarbeiter-Newsletter bis hin zur Menükarte der Abendveranstaltung, dem Wandschmuck im Cateringbereich und zahlreichen Anwendungen, die auf der Messe produziert wurden.

Ein Job, der nie Routine werden wird. Großen Wert legt Thomas Adam auf die Feststellung, dass auch die vierte Océ InMotion in Folge alles andere als ein Routinejob war. „Bei der Gliederung der Halle haben wir zwar inzwischen eine Form gefunden, mit der wir die Gegebenheiten der Halle optimal aufgreifen und für die Besucherführung nutzen. Gestaltung, Atmosphäre und Kommunikation müssen wir jedoch jedes Jahr neu erfinden - Routine kann sich da nicht einschleichen.“

Trotzdem muss er schmunzeln, wenn er an seine erste Begegnung mit dem Kaischuppen 52 zurückdenkt. „Als ich den Schuppen im Dezember 2002 das erste Mal gesehen habe, lagerten im hinteren Teil noch tausende von Pfeffersäcken, auf der ganzen rechten Seite war das Dach undicht, es war kalt, windig, und irgendwie wussten wir trotzdem alle: Das ist es.“ Ausschlaggebend war die Vorstellung, das alte Gemäuer mit modernsten digitalen Drucksystemen zusammenzubringen und so ein Spannungsverhältnis ganz eigener Art zu schaffen - Holz meets HighTech, sozusagen.

Dass die Halle mittlerweile behutsam modernisiert und neben der InMotion auch für zahlreiche andere Veranstaltungen genutzt wird, erleichtert natürlich die Arbeit. Trotzdem ist die Frühjahrsmesse von Océ für Adam jedes Mal etwas Besonderes. „Eine Infrastruktur wie in einer echten Messehalle gibt es hier ja nicht“, so Adam. „Wenn man zehn Tage vor Messebeginn in die nackte Halle kommt, fragt man sich unwillkürlich, wie man das schaffen soll. Das sind dann die Momente, in denen man sich über ein gut eingespieltes Team freut, auf das man sich nahezu blind verlassen kann.“