

SIMPLA®

MESSEBAU

KOMPAKT



BRIEFING

KONZEPTION

PLANUNG

CONTENT

DIE MESSE

VON DER IDEE BIS ZUM ERFOLG

STRUKTURIERTE MESSEPLANUNG


ZAHLREICHE
TIPPS & INFOS
RUND UM
DIE MESSE

DESIGN

Durchdachte Messestandgestaltung
für maximale Wirksamkeit

08

NACHHALTIGKEIT

Systembasierter Messebau lohnt
sich – nicht nur für die Umwelt!

18

ZUVERLÄSSIGKEIT

Mit dem richtigen Messebauer auf
das wesentliche konzentrieren

24

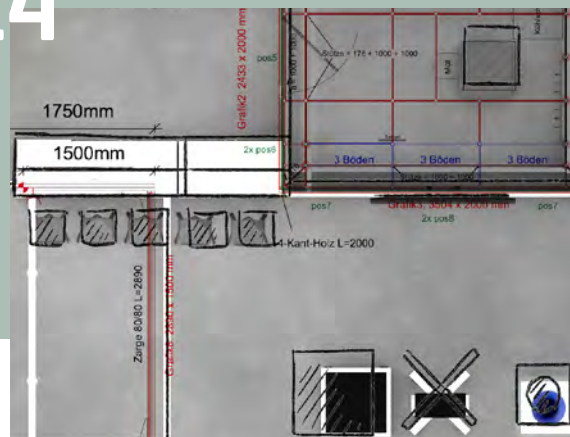
04

KONZEPTION

BRIEFING

14

PLANUNG



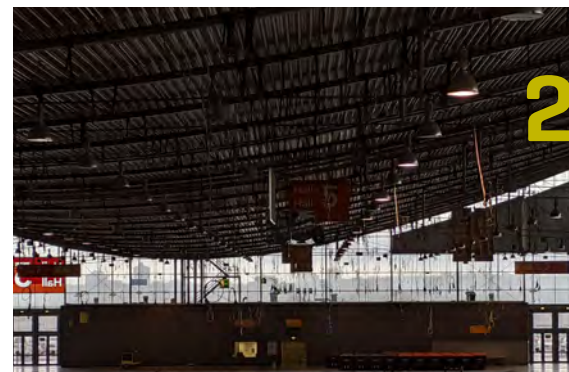
08



20

CONTENT

DIE MESSE



24

26

ÜBER UNS



LIEBE MARKETINGPROFIS,

Messen sind Orte der Begegnung, der Inspiration und des geschäftlichen Erfolges. Doch bevor ein Messestand die Besucher begeistert, steckt ein klar strukturierter Prozess dahinter: von der ersten Idee über die gemeinsame Planung bis zur termingerechten Realisierung vor Ort. Mit diesem Magazin möchten wir Ihnen einen transparenten Einblick geben – nicht nur in unsere Design- und Baukompetenz, sondern auch in die einzelnen Schritte, die ein Messeprojekt zum Erfolg führen.

Sie erfahren, wie aus einem sorgfältigen Briefing kreative Standkonzepte entstehen, welche Phasen der Planung und Abstimmung wichtig sind und wie aus Entwürfen ein greifbares Messeerlebnis wächst. Ergänzend dazu zeigen wir anhand ausgewählter Projektbeispiele, wie vielfältig Standarchitektur sein kann – von puristisch klaren Formen bis hin zu komplexen, markenstarken Erlebniswelten.

Unser Ziel: Ihnen die Sicherheit zu geben, dass jedes Detail bedacht wird und Sie sich vom ersten Gespräch bis zur Übergabe Ihres Messestandes auf einen erfahrenen Partner verlassen können.

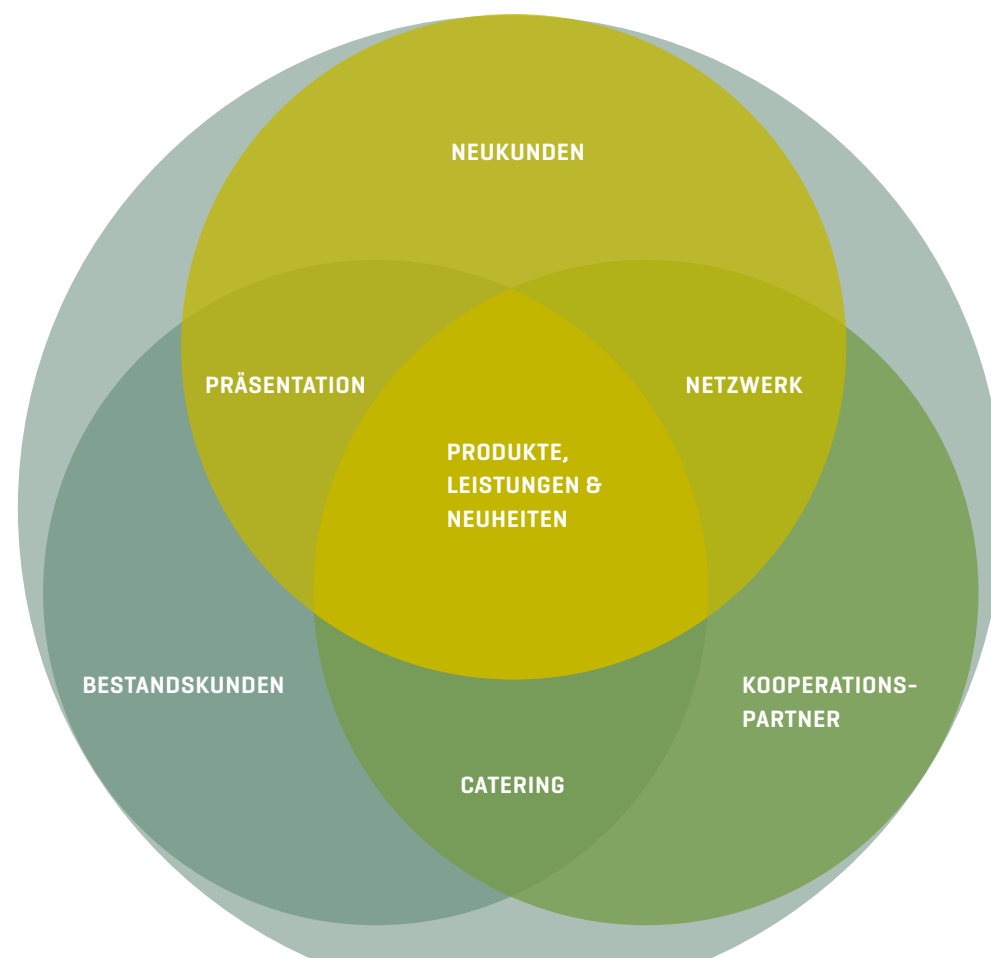
Wir laden Sie ein, sich inspirieren zu lassen und den Weg eines Messeprojektes Schritt für Schritt mit uns nachzuvollziehen.

Mit besten Grüßen


Andreas Pflumm, Geschäftsführer
und das SIMPLA-Messebau-Team



MESSEZIELE KLAR DEFINIEREN



ERFOLGREICH ALS AUSSTELLER

Für Aussteller ist das klar definierte Festlegen von Messezielen der erste Schritt zu einem erfolgreichen Messeauftritt. Konkrete Ziele geben die Richtung vor und helfen, den Einsatz von Budget und Personal optimal zu steuern. Typische Ziele können sein: die Gewinnung von Neukunden, die Pflege bestehender Kundenkontakte, die

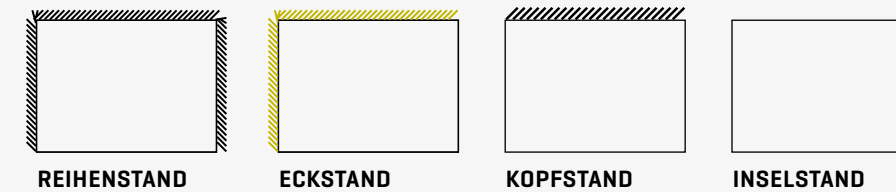
Steigerung der Markenbekanntheit oder der direkte Verkauf von Produkten. Wer Neukunden gewinnen möchte, sollte beispielsweise den Fokus auf die Leadgenerierung legen, das Standpersonal für Gesprächsführung schulen und geeignete Materialien wie Messeflyer oder Produktproben bereitstellen. Dagegen erfordert die Kundenpflege oft gezielte Terminvereinba-

rungen und Raum für persönliche Gespräche. Bei der Markenbildung ist ein ansprechendes Standdesign und die Präsentation von Innovationen wichtig, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und im Gedächtnis zu bleiben. Klar definierte Messeziele machen den Messeauftritt effizient und messbar – für nachhaltigen Erfolg im Marketing.

STANDARTEN

AUF DIE OFFENEN SEITEN KOMMT ES AN

In der Regel ist die Standfläche teurer, je mehr offene Gangseiten zur Verfügung stehen. Kopf- und Inselstände sind meist nur den größeren Standflächen vorbehalten.

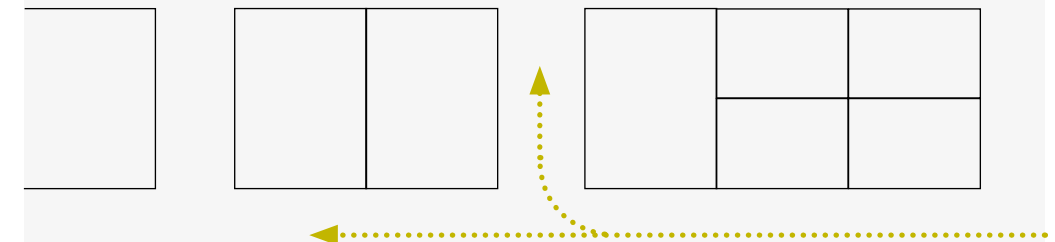


STAND-
PLATZ-
BUCHUNG

PLATZIERUNG

BEACHTEN SIE DIE LAUFWEGE

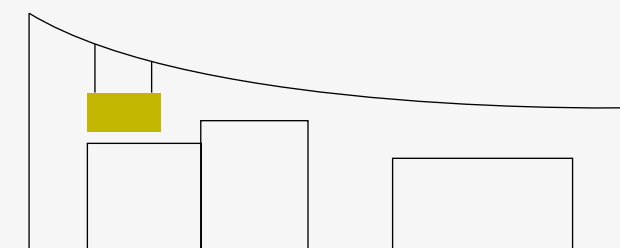
Eine gute Lage ist meist an den Eingangs- und Übergangswegen, in der Hallenmitte und in der Nähe von großen und namhaften Ausstellern.



BAUHÖHEN

UNTERSCHIEDLICHE MÖGLICHKEITEN UND REGELUNGEN

Die maximale Bauhöhe, sowie die Möglichkeit Abhängungen zu nutzen hängt von den Vorgaben des Veranstalters, der Messe, der Hallenarchitektur und der Lage in der Halle ab.



LET'S GO



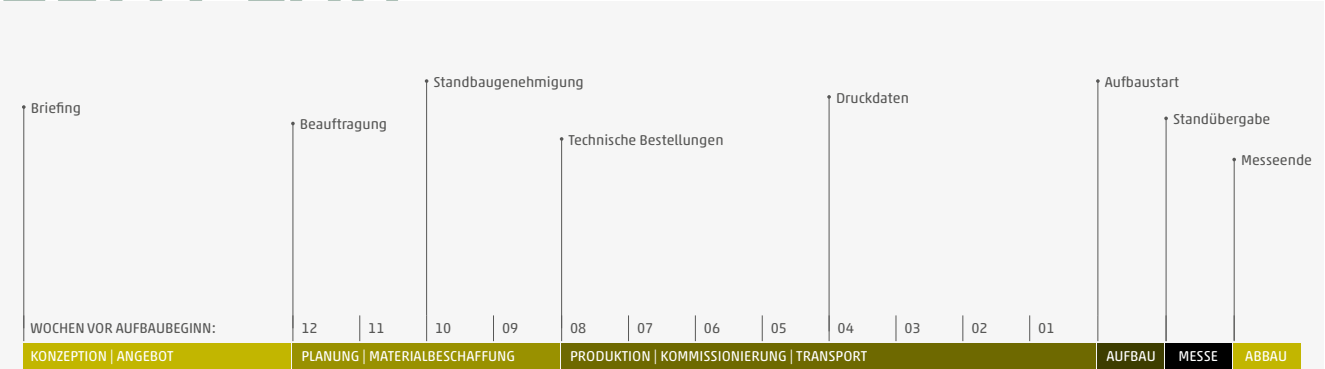
Ein Messeauftritt lebt von klaren Zielen und einer durchdachten Vorbereitung. Damit aus Ideen ein überzeugender Stand wird, braucht es ein präzises Briefing. Es bündelt Erwartungen, Rahmenbedingungen und kreative Leitplanken. So entsteht die Basis für Planung, Gestaltung und messbaren Erfolg.

Bevor Kreative und Planer mit der Konzeption starten, muss klar sein, welche Ziele das Unternehmen verfolgt: Geht es um Markenpräsentation, Lead-Generierung oder Produktneuheiten? Ebenso wichtig ist die Zielgruppe – sollen Bestandskunden angesprochen oder neue Branchenkontakte gewon-

nen werden? Neben den Zielen gehören auch organisatorische Eckdaten ins Briefing: Standgröße, Budgetrahmen, geplante Abläufe sowie technische Anforderungen wie Strom, Licht oder digitale Tools. Auch Corporate Design-Vorgaben, Key Visuals oder bestehende Kampagnen sollten vorliegen,

damit Gestaltung und Botschaft nahtlos ineinandergreifen. Wer bereits vor der Konzeption alle relevanten Faktoren definiert, legt den Grundstein für einen Stand, der nicht nur optisch überzeugt, sondern auch die Ziele der Messebeteiligung messbar erfüllt.

ZEITPLAN



UM IHNEN EIN PASSGENAUES KONZEPT UND ANGEBOT ZU ERSTELLEN, BENÖTIGT IHR MESSEBAUER EINIGE GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN. EGAL OB BEI EINEM PERSÖNLICHEN GESPRÄCH, PER EMAIL ODER ÜBER EIN BRIEFING-FORMULAR, HIER SIND DIE WICHTIGSTEN PUNKTE:

AUSSTELLERDATEN

- Unternehmen
- Vorname, Name
- Straße / Hausnummer
- PLZ / Ort
- Email
- Telefon

MESSEDATEN

- Messename
- Messeort
- Laufzeit der Messe
- Auf- und Abbauzeiten
- Hallen- und Standnummer
- Hallenplan

STANDBAU

- Wie hoch ist Ihr geplantes Budget?
- Benötigen Sie eine Versorgungs- oder Besprechungskabine?
- Welchen Bodenbelag möchten Sie? (Teppich, Laminat, ...)
- Wünschen Sie einen erhöhten Boden?
- Wünschen Sie eine Abhängung oder einen Überbau?

DESIGN

- Wie lautet Ihre Key Message? (Ihre zentrale Botschaft in einem Satz)
- Ist ein Style Guide oder sind Grafiken vorhanden?
- Gibt es spezielle Wünsche bzgl. des Design?

INVENTAR

- Welche Möbel benötigen Sie? (Theke, Stehtischgruppe, Lounge, ...)
- Welche Ausstattung benötigen Sie in der Versorgungskabine? (Spüle, ...)
- Benötigen Sie weiteres Equipment? (Prospektständer, Pflanzentrog, ...)

EXPONATE

- Welche Exponate sind eingeplant? (Maschinen, ...)
- Wird zusätzliches Mobiliar benötigt? (Podeste, Vitrinen, ...)
- Gibt es spezielle Anforderungen? (Gewicht, Druckluft, ...)

MEDIATECHNIK

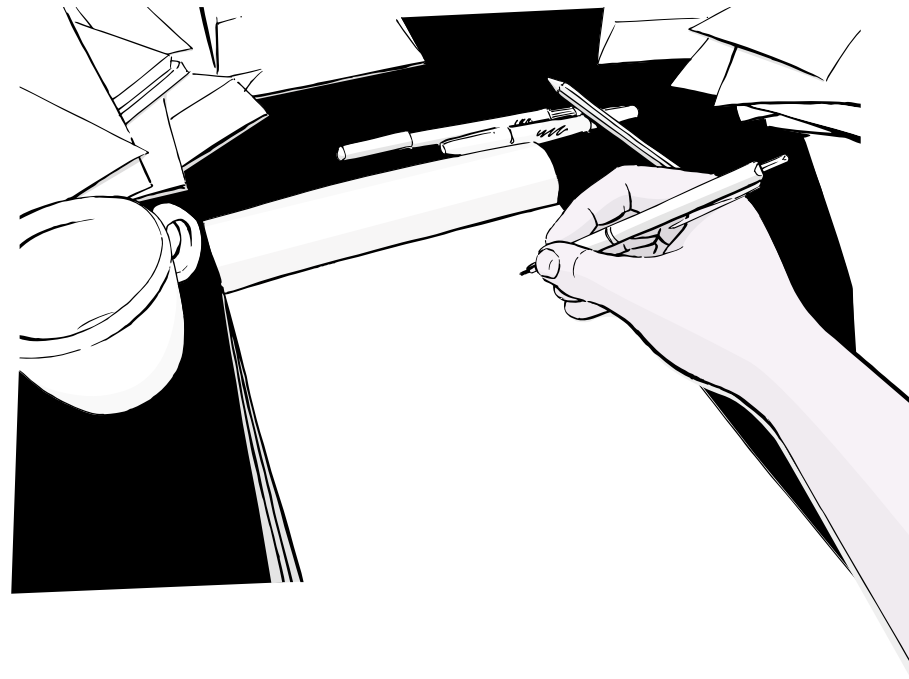
- Möchten Sie Medieninhalte oder Computeranwendungen zeigen?
- Welche Ausstattung wird benötigt? (Monitor, Computerterminal, ...)
- Gibt es spezielle Anforderungen? (Touchscreen, ...)

• BIS WANN BENÖTIGEN SIE DAS KONZEPT?



ONLINE-BRIEFINGFORMULAR:
SIMPLA.NET/BRIEFING

MARKEN ERLEBBAR MACHEN



Ein gelungener Messestand vereint durchdachtes Konzept und kreatives Design, um Markenbotschaften wirkungsvoll zu transportieren und Besucher emotional anzusprechen. Dabei spielen verschiedene Elemente harmonisch zusammen um einladende Bereiche für die Präsentation von Produkten und die Kommunikation mit den Besuchern zu schaffen.

DIE PERFEKTE RAUMAUFTEILUNG

Eine durchdachte Raumaufteilung sorgt für Orientierung und klare Wegeführung. Besucher werden gezielt zu den wichtigsten Bereichen geleitet, während offene Flächen für Begegnungen und Gespräche einladen.

EINDRUCKSVOLLE LEUCHTWÄNDE

Leuchtwände setzen starke visuelle Akzente und machen den Messestand schon von weitem sichtbar. Mit brillanten Farben und ansprechenden Motiven schaffen sie Aufmerksamkeit und unterstreichen die Markenidentität.

INSPIRIERENDE EXPONATE

Produkte und Exponate stehen im Zentrum des Messedesigns. Durch kreative Inszenierungen, innovative Präsentationsformen und die Mög-

lichkeit zum Anfassen oder Ausprobieren entsteht ein nachhaltiger Eindruck.

ATMOSPHÄRISCHE BELEUCHTUNG

Lichtgestaltung ist entscheidend für die Stimmung. Neutrales Licht mit 3300 - 5300 Kelvin ist für die Präsentation von Exponaten und eine angenehme Gesprächsatmosphäre optimal. Wir empfehlen auf kaltes Licht zu verzichten, da diese Lichtfarbe eher abschreckend wirkt.

EINLADENDES MOBILIAR

Komfortables, stilvolles Mobiliar lädt Besucher zum Verweilen ein. Ob Lounge-Bereich, Besprechungstisch oder Barhocker – die Auswahl sollte sowohl funktional als auch ästhetisch zum Gesamtkonzept passen und das Markenerlebnis abrunden.

INVENTAR

VON DER INFOTHEKE BIS ZUR GLÄSERSPÜLMASCHINE – DAS MOBILIAR BESTIMMT ABLÄUFE UND DIE ANWESENHEITSDAUER IHRER GÄSTE.

ELEMENTE KREATIV KOMBINIERT

ABHÄNGUNG & ÜBERBAU

FÜR DIE OPTIMALE BELEUCHTUNG DES STANDES SIND ABGEHÄNGTE TRAVERSEN ODER AUFGESTÄNDERTE ÜBERBAUTEN MEIST UNERLÄSSLICH.

STAND- ARCHITEKTUR

DIE STANDBEGRENZUNGSWÄNDE KOMBINIEREN LEUCHTGRAFIKEN, FESTE WANDELEMENTE UND KABINEN MITEINANDER.



BODEN

OB STUFENLOSER TEPPICH AUF DEM HALLENBODEN ODER LAMINAT AUF ERHÖHTEM BODEN MIT UNSICHTBARER KABELFÜHRUNG – VIELE KOMBINATIONEN SIND MÖGLICH.

PRODUKT- PRÄSENTATION

EGAL OB DIGITAL ODER ZUM ANFASSEN – DAS PRODUKT STEHT AUF EINER MESSE FAST IMMER IM VORDERGRUND UND MUSS ENTSPRECHEND PRÄSENTIERT WERDEN.

ELEMENTE UND IDEEN

LEUCHTPROFILE

Ein Bauteil mit Strahlkraft – Leuchtprofile, wie OCTAlux, geben der Standardarchitektur einen auf-fallenden Rahmen. Und mit dem Farbwechsel ist eine Anpassung an das Corporate Design kinderleicht.



FAHNENSTOFF

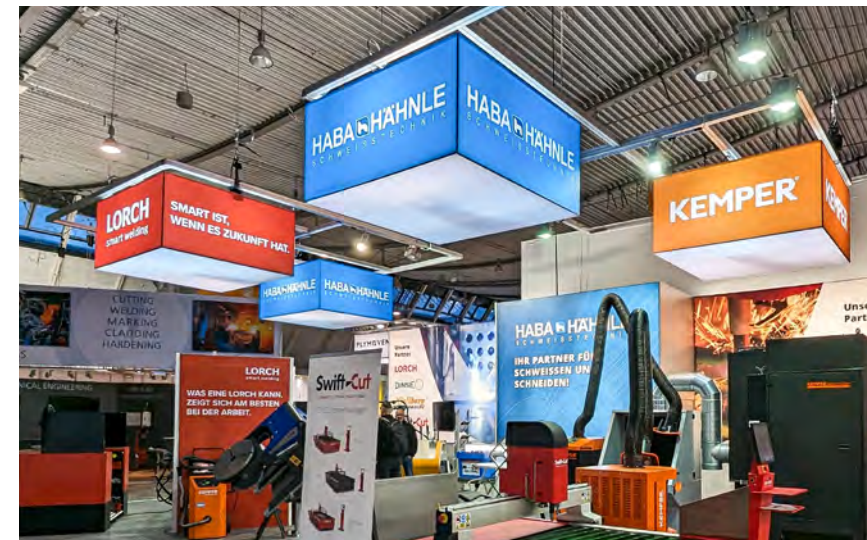
Mit ihrer transparenten Anmutung sind Textildrucke auf Fahnenstoff die perfekte Möglichkeit für Raumelemente. Zum Beispiel als abgehängter Würfel oder als halbdurchsichtiger Raumteiler.



BAUHÖHEN UND SICHERHEITSABSTÄNDE MÜSSEN BEREITS BEI DER KONZEPTION BERÜCKSICHTIGT WERDEN.

ÜBERBAUTEN

Für eine kostengünstige Standaus-leuchtung und Fernwirkung sind Überbauten bestens geeignet. Zudem kann über die Stützen bei Bedarf auch eine unauffällige Kabelführung erfolgen.



MITAUSSTELLER

Messestände auf denen mehrere Unternehmen gemeinsam ausstellen, sind oft eine Herausforderung. Eine einheitliche Optik bei unterschiedlichen Logos und Farben zu erreichen kann nur mit dem richtigen Konzept gelingen.

GROSSGRAFIKEN

Viel Raum für die richtige Bot-schaft. Mit Großformat-Drucken dominiert das Corporate Design, die Key Message und die Bildwel-ten des Unternehmens den Messeauftritt.



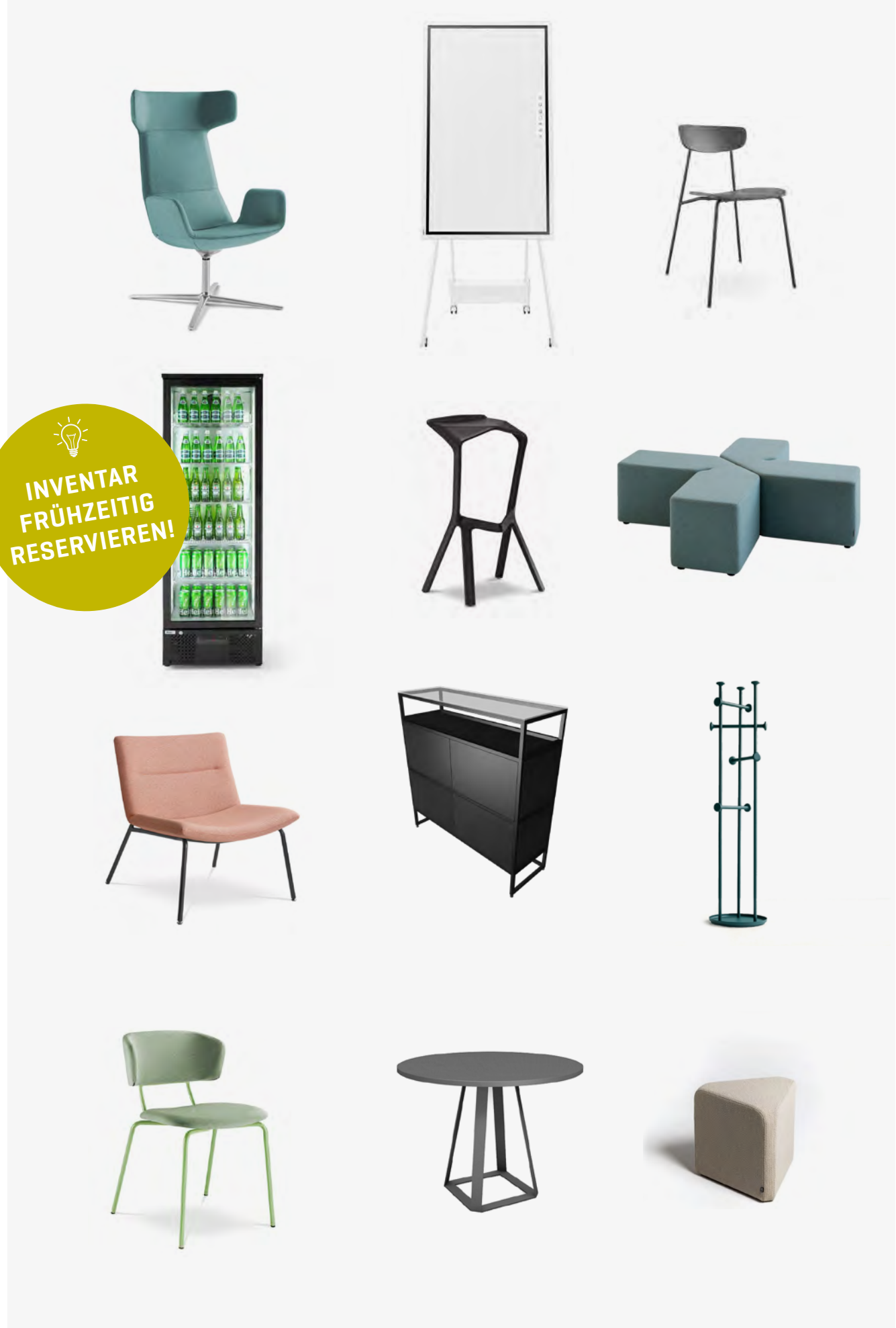
ERHÖHTER BODEN

Unsichtbare Kabelführungen und eine große Auswahl an Dekorböden ist nur auf erhöh-tem Boden möglich. Z. B. Glanzlaminat, Holz- und Betondekore.

ABHÄNGUNGEN

Traversen und Riggs die von der Hallendecke abgehängt werden, sind wichtig für die Standausleuchtung und die Fernwirkung. Zusätzlich können Sie Teil der Stand-architektur sein.





INVENTAR
FRÜHZEITIG
RESERVIEREN!

DURCHDACHTE KOMMUNIKATIONS- & PRÄSENTATIONSBEREICHE

Machen Sie Ihren Messestand zum Treffpunkt: Hier entstehen Gespräche, Vertrauen – und mit einem Lächeln bei Kaffee oder Snack bleibt Ihr Unternehmen unvergessen.



CATERING &
LOUNGBEREICHE
WERDEN IMMER
BELIEBTER



BRIEFING

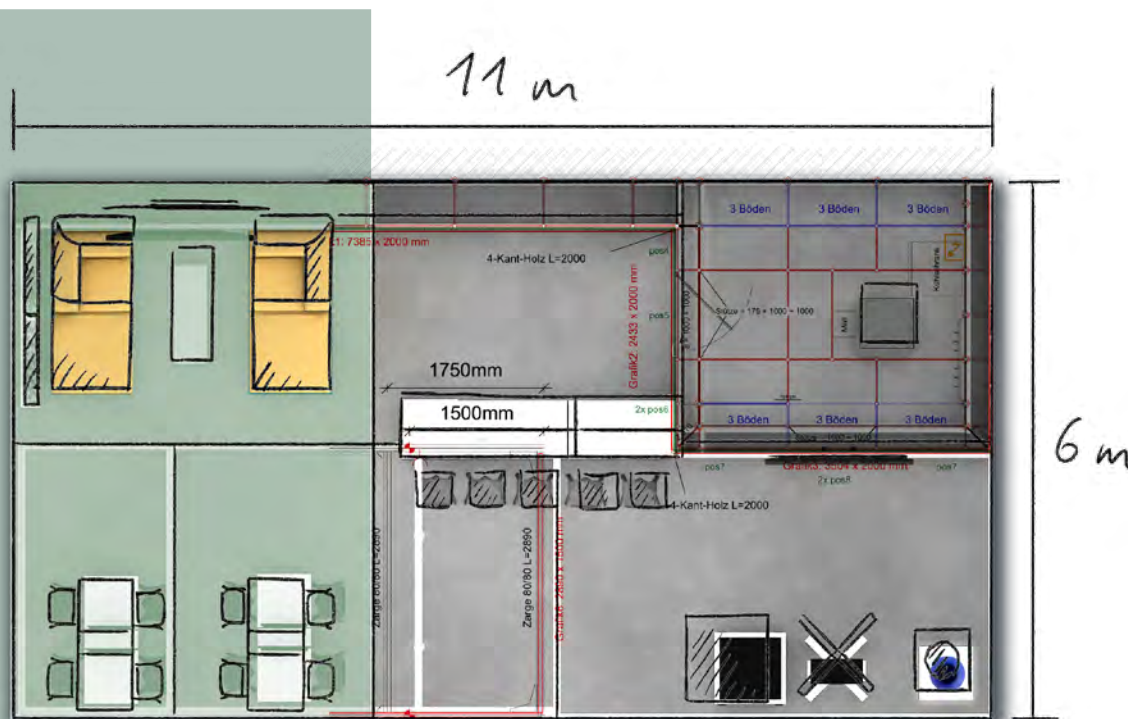
KONZEPTION

PLANUNG

CONTENT

DIE MESSE

STRUKTURIERT ZUM ERFOLG



DIE REALISIERUNG BEGINNT
Mit der Planungsphase beginnt auch die Realisierung, d. h. technische Zeichnungen werden erstellt, Material wird geordert und Dienstleistungen werden bestellt, wodurch Kosten entstehen. Deshalb ist es wichtig, dass vor der Beauftragung alle wichtigen Personen involviert und alle Details abgesprochen und freigegeben wurden. Bitte beachten Sie, dass Änderungen ab dieser Phase unter Umständen nicht mehr möglich sind und zusätzliche Kosten verursachen.

KONSTRUKTIONSZEICHNUNGEN
Detaillierte Konstruktionszeichnungen wandeln die Konzeptidee in eine Werkplanung für die Realisierung um. Sie dienen als Aufbauan-

leitungen und als Grundlage für die Erstellung der Ladeliste.

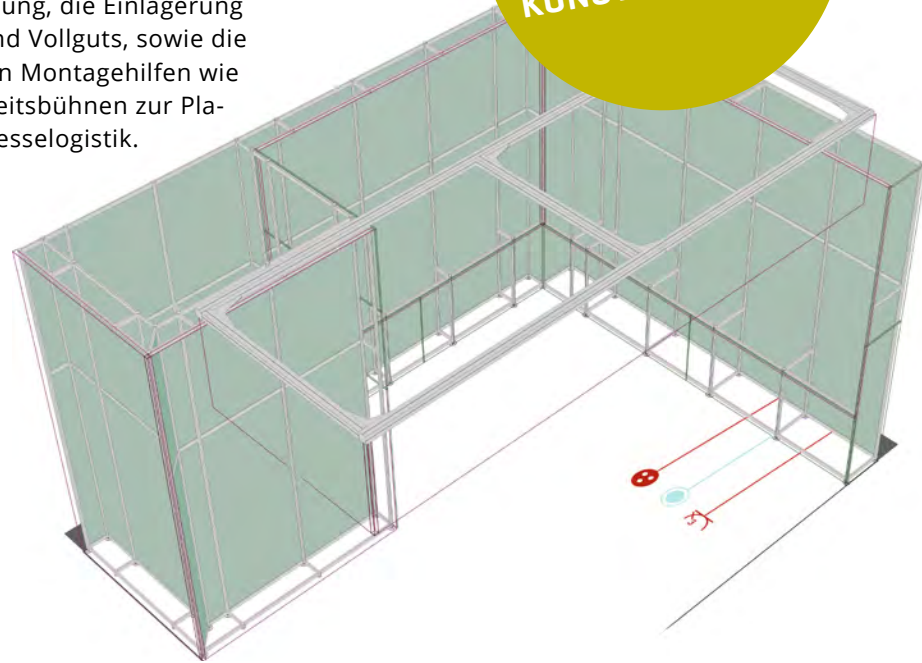
TECHNISCHE PLANUNG
Die Planung der Stromversorgung, sowie ggf. Wasser, Druckluft und Datenkabeln erfolgt, nach Bedarf, mit Rücksprache des Ausstellers.

PRODUKTION
Die Produktion von Bauteilen, z.B. Vorsatzplatten, Grafiken und Sondermöbeln erfolgt unmittelbar nach Fertigstellung der Konstruktionszeichnungen bzw. nach Erhalt der Druckdaten.

KOMMISSIONIERUNG
Alle lagernden Baumaterialien, Elektroartikel und das Inventar werden gemäß Ladeliste kommissioniert und gemeinsam mit den

produzierten Elementen verpackt und für den Transport zur Messe vorbereitet.

MESSELOGISTIK
Neben der Lieferung gehört auch die Entladung vor Ort, ggf. mit Staplerbuchung, die Einlagerung des Leer- und Vollguts, sowie die Buchung von Montagehilfen wie Scherenarbeitsbühnen zur Planung der Messelogistik.



CHECKLISTE

- ☐ **BEAUFTRAGUNG**
Wurde das Messestandkonzept mit allen Beteiligten abgesprochen und das Messeprojekt spätestens 12 Wochen vor Veranstaltungsbeginn beauftragt und freigegeben?
- ☐ **MESSEINFORMATIONEN**
Haben Sie dem Messebauer alle wichtigen Informationen des Veranstalters bzw. der Messe weitergeleitet? Hat sich evtl. die Standnummer geändert? Müssen spezielle Dokumente eingereicht werden?
- ☐ **EXPONATE & TECHNIK**
Ist dem Messebauer bekannt, welche Exponate Sie ausstellen? Wann werden sie geliefert, wo werden sie platziert und ist ein zusätzlicher Bedarf an Strom, Wasser, Druckluft oder Internet nötig?
- ☐ **TECHNISCHE BESTELLUNGEN**
Haben Sie dem Messebauer die Zugangsdaten für das Online-Bestellsystem der Messe bzw. des Veranstalters zukommen lassen oder ihn als Benutzer angemeldet?
- ☐ **GRAFIKDATEN- UND MEDIENERSTELLUNG**
Bitte lassen Sie dem Messebauer die Druckdaten und ggf. Medieninhalte gemäß der angegebenen Spezifikationen zur Prüfung und Produktion spätestens 4 Wochen vor Aufbaubeginn zukommen.

WEITERE WICHTIGE PUNKTE DER MESSEVORBEREITUNG, DIE NICHT DIREKT MIT DEM STANDBAU ZU TUN HABEN, FINDEN SIE AUF SEITE 17.

ALLE DETAILS IM GRIFF



GRAFIKEN

Die Druckdaten für Grafikflächen, z. B. an Abhängungen oder Leuchtwänden, benötigt der Messebauer in der Regel mind. 4 Wochen vor Aufbaubeginn. Die Druckdaten werden vom Aussteller selbst, einer Agentur oder auf Wunsch auch vom Messebauer erstellt.

TECHNISCHE BESTELLUNGEN

Für die technischen Bestellungen werden die jeweiligen Lageskizzen benötigt. Abhängpunkte benötigen ggf. zusätzlich eine statische Berechnung. Die Deadlines für die Bestellungen sind teilweise bis zu 12 Wochen vor Messebeginn.

MEDIENTECHNIK

Bildschirme und LED-Wände benötigen Medieninhalte mit vorgegebenen Spezifikationen. Touchscreens und interaktive Anwendungen benötigen in der Regel spezielle Technik und Programmierungen. Diese sollten frühzeitig entwickelt und getestet werden.

MASCHINEN EXPONATE

Die Anlieferung von Exponaten muss frühzeitig mit dem Messebauer abgestimmt werden, damit der Auf- und Abbau reibungslos funktioniert. Bei den technischen Bestellungen ist der benötigte Steckertyp und die FI-Absicherung zu berücksichtigen.

BODEN

Bei der Planung des Bodens muss bereits am Beginn der Planungsphase berücksichtigt werden, an welchen Stellen Strom, Druckluft, Datenleitungen und ggf. Wasser benötigt wird und ob es spezielle Anforderungen wie z. B. eine Maschinenumbauung gibt.

MESSEVORBEREITUNGEN

AUFBAUAUSWEISE

Zutrittsberechtigungen für Aussteller und Messebauer während des Auf-/Abbaus

PARKAUSWEISE

Parkplatzbuchung für Aussteller in der Nähe der Messehalle

STANDPERSONAL

Zuteilung und Schulung der eingeplanten Standbesatzung

REISE & UNTERBRINGUNG

Buchung von Flug, Bahn oder Mietwagen sowie Hotels und ggf. Restaurants

TRANSPORT & LOGISTIK DER EXPONATE

Spedition, Einfahrt-Slots, Gabelstapler und Leerguteinlagerung auf der Messe

STANDBEWACHUNG & VERSICHERUNGEN

Bewachung bzw. Versicherung des Standinventars und / oder der Exponate

TECHNISCHE BESTELLUNGEN

STANDBAUGENEHMIGUNG

Übermittlung der Standgestaltungspläne an den Veranstalter

STROM

Bestellung der Elektrozuleitung(en), inkl. Lageskizze

WASSER

Wasser/Abwasser und Installationen, inkl. Lageskizze

ABHÄNGEPUNKTE

Lage der Abhängpunkte und ggf. Stromzuführung, inkl. Lageskizze

DRUCKLUFT

Druckluftleitungen und Installationen, inkl. Lageskizze

KOMMUNIKATION

Internetzuleitung ggf. mit W-Lan-Router, inkl. Lageskizze

Die technischen Bestellungen übernimmt in der Regel der Messebauer für Sie

MARKETING & VERSORGUNG

KATALOGEINTRÄGE

Übermittlung der Marketinginformationen an den Veranstalter

EINTRITTSGUTSCHEINE

Versand von Einladungen an (potenzielle) Kunden inkl. Eintrittsgutschein

WERBEMATERIALIEN

Flyer, Kataloge und Giveaways

GETRÄNKE

Getränke, Snacks und Equipment (z.B. Kaffeemaschine, Geschirr, ...)

STANDREINIGUNG

Reinigung des Standes vor Beginn der Veranstaltung und / oder tägl. Standreinigung

MÜLLENTSORGUNG

Buchung von Müllsäcken zur täglichen Abholung bei der Messe

KONSEQUENT SYSTEMBASIIERT IST WIRKLICH NACHHALTIG



Beim Messebau ist die Mischbauweise besonders hervorzuheben, die systembasierte Elemente mit individuellen Architekturdetails kombiniert. Sie verbindet Umweltbewusstsein mit Wirtschaftlichkeit und bietet damit nicht nur ökologische Vorteile, sondern auch das attraktivste Preis-Leistungs-Verhältnis für Aussteller.

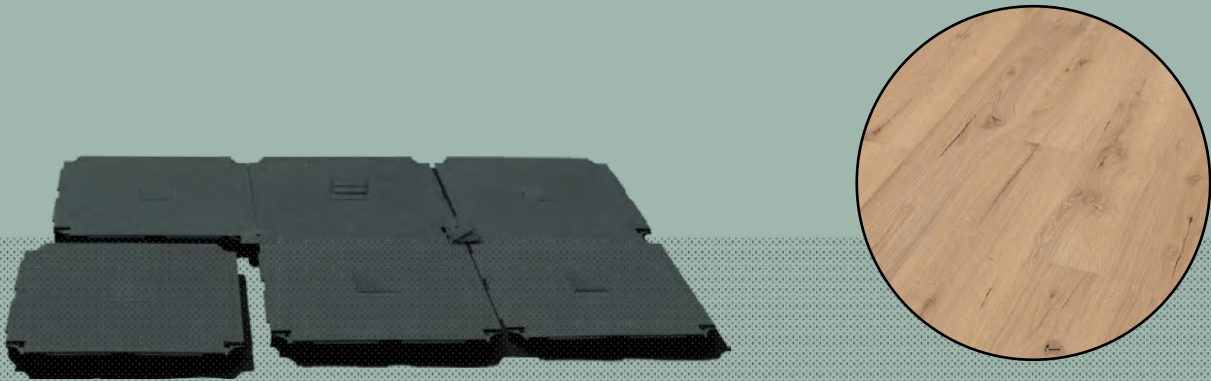
GUT FÜR UMWELT UND AUSSTELLER
Nachhaltigkeit ist im modernen Messebau längst mehr als ein Trend – sie ist ein entscheidender Faktor für zukunftsorientierte Konzepte.

Der deutsche Messebau zeichnet sich seit Jahrzehnten durch eine systembasierte Bauweise aus, die auf modularen Grundkonstruktionen beruht. Diese lassen sich

beliebig oft wiederverwenden und durch Verkleidungen in nahezu unbegrenzte architektonische Formen verwandeln. So entstehen kreative, moderne Standbauten, die nicht nur optisch überzeugen, sondern auch Ressourcen schonen.

Ein wichtiges Element sind wiederverwendbare Systemböden wie der RECY-Boden aus recyceltem

Kunststoff. Ergänzt durch mehrmals einsetzbare Beläge oder innovative Teppiche auf Basis von Maisstärke wird der ökologische Fußabdruck weiter reduziert. Auch logistische Aspekte tragen zur Nachhaltigkeit bei: kompakte Transportmaße senken den CO₂-Ausstoß erheblich, während das sortenreine Recycling nach der Nutzung für Materialkreisläufe sorgt.



VERKLEIDETEN
SYSTEMAUFBAU
NENNT MAN
MISCHBAUWEISE

WIEDERVERWERTBARKEIT VON STANDBAUMATERIALIEN*

ERHÖHTER SYSTEMBODEN	97
SYSTEMBAUMATERIAL	93
MÖBEL	91
SYSTEMVERKLEIDUNG STANDARD	78
GRAFIK	47
LAMINATBODEN	42
23 SYSTEMVERKLEIDUNG INDIVIDUELL	
5 TEPPICHBODEN	
GESAMT**	85

*Circaangaben für Ø Wiederverwertbarkeit
**Nach Mengenverhältnis

INDIVIDUALITÄT MIT KLARER BOTSCHAFT

Mit klaren Inhalten, visueller Gestaltung und interaktiven Elementen wird die Marke erlebbar. So wird aus einem Stand ein kreativer Raum, der Inspiration und Dialog fördert.



STARKE AUSSAGEN AUF LEUCHTWÄNDEN

Leuchtwände ziehen viel Aufmerksamkeit auf sich. Deshalb ist es wichtig eine klare Botschaft oder eine starke Grafik zu verwenden. Wie so oft gilt: weniger ist mehr!

INHALTE CLEVER PLATZIERT

Ob Exponate, Logos, Texte oder Medientechnik: die Kombination macht's – clever angeordnet um den Besuchern schon von weitem zu zeigen, was sie auf Ihrem Messestand erwarten können.



3D-LOGOS & FOLIENSCHNITT

Als edle Grafikvariante auf festen Wandflächen eignen sich konturgeschnittene Grafiken aus Folie, Schaumstoff, Acrylglas und zahlreichen anderen Materialien.



INTERAKTIVE ANWENDUNGEN

Produkte und Prozesse werden nicht nur durch Exponate, sondern auch durch interaktive Installationen haptisch und visuell erlebbar gemacht.

DISPLAYS UND LED-WÄNDE

Für Imagefilme, Präsentationen oder atmosphärische Inhalte eignen sich Monitore und LED-Panele. Hier gilt in der Regel: je größer, desto kostenintensiver.



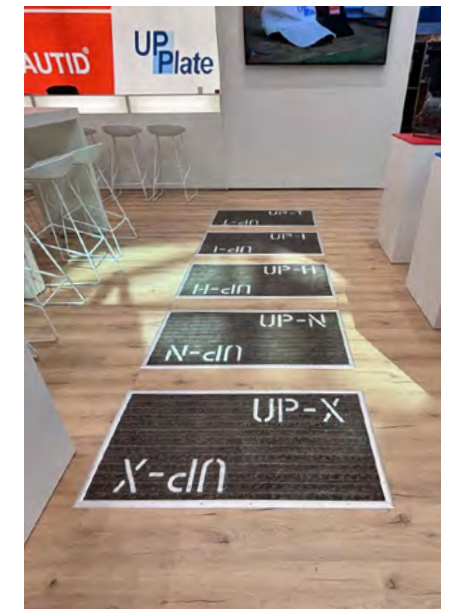
TOUCHSCREENS

Anwendungen auf Touchscreens können Produktkataloge, Websites oder spezielle Inhalte anzeigen. Als Terminal an einer Stele, an der Wand oder in einem Tisch eingelassen.

Digitale Inhalte und Anwendungen sollten mindestens genau so früh geplant werden wie der Messestand selbst.

Neben vielen Baumaterialien benötigen auch Deko-Elemente, wie Moos, Kunstgras, usw. eine Brandschutz-Zertifizierung

ELECTRIFYING THE GLOBAL ENERGY TRANSITION.



INSZENIERUNG DER MARKE + KUNDENERLEBNIS AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Deko und Exponate verleihen einem Messestand Charakter und schaffen Atmosphäre, die Besucher emotional anspricht. Durch gezielte Inszenierung von Materialien, Farben und Licht entsteht ein Raum, der Markenwerte spürbar macht.

AUFBAU. START. ERFOLG.

Für die Zufahrt auf das Messegelände ist in der Regel ein Einfahrt-Slot, Registrierung oder eine Kaution nötig

REALISIERUNG IN WENIGEN TAGEN

Was über viele Wochen und Monate hinweg sorgfältig geplant und vorbereitet wurde, wird innerhalb weniger Tage umgesetzt. Von der Anlieferung auf dem Messegelände bis zur Standübergabe muss jeder Handgriff sitzen – denn hier darf nichts dem Zufall überlassen werden. Überraschungen gibt es ohnehin genug. Deshalb kommen ausschließlich erfahrene Montageteams zum Einsatz, die über langjährige Erfahrung im Messebau verfügen und mit dem passenden Werkzeug ausgestattet sind.

CHAOS AN DER TAGESORDNUNG

Wenn der Aufbau beginnt, wollen alle gleichzeitig starten. Das stellt höchste Anforderungen an die Messelogistik und die Nutzung des begrenzten Platzes in den Messengängen. Dank der leistungsfähigen Infrastruktur der Messe und der eingespielten Teams erfahrener Messebauer können jedoch gleichzeitig mehrere Hundert Messestände termingerecht realisiert werden. Üblicherweise wird mit der Abhängung und dem Boden begonnen, danach folgen die Wand- und Kabinenbauten und am Schluss die Möbel, Technik und Deko.

DIE ÜBERGABE

Die Übergabe des Messestandes an den Kunden erfolgt in der Regel am Tag vor Messebeginn. Meist schreibt der Veranstalter vor, dass der Standbau bis zum späten Nachmittag abgeschlossen sein muss. Am Vormittag werden die Möbel aufgestellt und die diebstahlgefährdete Technik installiert. Daher findet die Übergabe üblicherweise zwischen 12 und 16 Uhr statt.

JEDER MOMENT ZÄHLT – VOM ERSTEN KONTAKT BIS ZUM LETZTEN GESPRÄCH

Ein erfolgreicher Messeauftritt entsteht nicht nur durch ein gutes Standdesign, sondern vor allem durch das richtige Verhalten während der Messe.

AUF BESUCHER ZUGEHEN

Ein wesentlicher Faktor ist die aktive Ansprache der Besucher. Passives Warten hinter dem Tresen wirkt unnahbar; stattdessen sollten Aussteller offen auf Interessenten zugehen, Fragen stellen und aufmerksam zuhören. Ebenso wichtig ist eine klare Zielbotschaft: Jeder Mitarbeiter am Stand sollte wissen, welche Produkte, Dienstleistungen oder Neuheiten im Fokus stehen und wie sie kurz und überzeugend präsentiert werden können.

REIBUNGSLOSE ABLÄUFE

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die Organisation im Team. Zuständigkeiten für Kundengespräche, Produktvorführungen oder Nachfassaktionen sollten eindeutig geregelt sein. So bleibt der Ablauf reibungslos, auch bei hohem Besucherandrang. Parallel dazu empfiehlt sich eine strukturierte Erfassung von Kontakten, um im Nachgang effektiv nachfassen zu können.



EINHEITLICHES OUTFIT

Auch das Erscheinungsbild zählt: Ein gepflegter, einladender Stand, freundliches Auftreten und sichtbare Aktivität signalisieren Professionalität und Engagement. Besonders die Kleidung spielt dabei eine wichtige Rolle. Sie sollte zum Unternehmen und zur Zielgruppe passen, gepflegt und einheitlich sein, um einen harmonischen

Gesamteindruck zu vermitteln. Einheitliche Outfits oder zumindest abgestimmte Farben stärken den Wiedererkennungswert.

Schließlich prägen Spontaneität und eine positive Atmosphäre den bleibenden Eindruck beim Besucher – und genau darauf kommt es während der Messelaufzeit an.

NACH DER MESSE

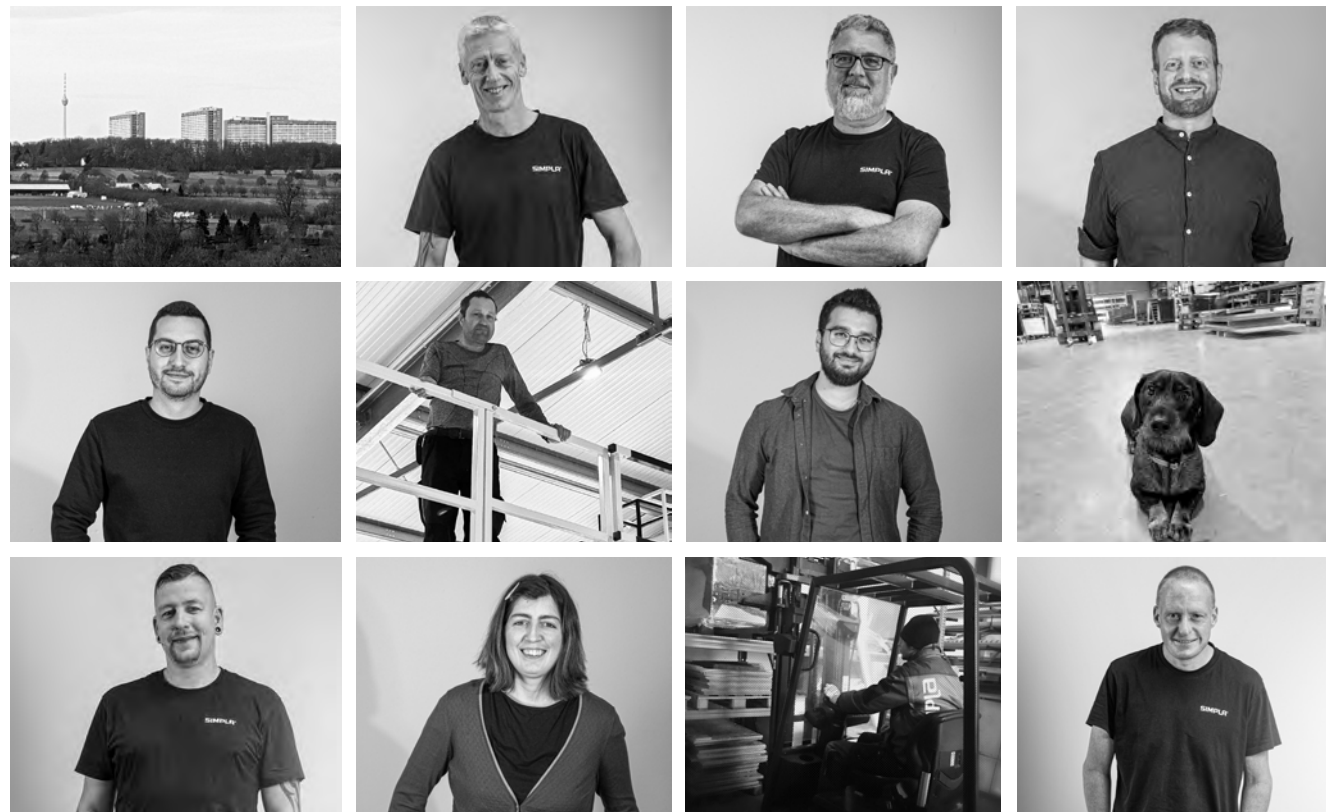
Klären Sie mit Ihrem Messebauer bereits vor der Veranstaltung, wie Sie den Messestand hinterlassen sollen. Da Standbauer erst bis zu drei Stunden nach Messeende auf das Gelände dürfen, ist eine persönliche Übergabe meist nicht möglich. Üblich ist es, die Kabine zu schließen und den Schlüssel am Stand zu hinterlassen.



ÜBER UNS

MESSEBAU & INTERIOR AUS STUTTGART

Wir haben die richtige DNA, um Raumprojekte nicht nur fertigzustellen, sondern zum Erlebnis zu machen. Zuverlässigkeit ist für uns kein Versprechen, sondern der Kern unseres Handelns. Unser interdisziplinäres Team aus Designern, Grafikern, Lager- und Montageprofis verbindet Kreativität, Präzision und Leidenschaft – ergänzt durch ein eingespieltes Netzwerk erfahrener Lieferanten. Jeder unserer Schritte ist darauf ausgerichtet, Ideen in Realität zu verwandeln und Räume zu schaffen, die begeistern und inspirieren.



GEGRÜNDET 2007. IN DER MITTE EUROPAS.

FIRMENSITZ STUTTGART

- Design
- Planung
- Projektierung

STANDORT GOMARINGEN

- Lager
- Logistik
- Koordination



STUTTGART
GOMARINGEN



18
JAHRE
ERFAHRUNG



Individuelle Messestände
mit einzigartigem Design



Beratungs- und Servicestark mit
bewährter Organisation



Full-Service-Dienstleister für
Messestände auf Miet-Basis



Konsequent Nachhaltig durch
systembasierte Bauweise



Für Sie vor Ort in Stuttgart,
Deutschland und ganz Europa

AUSGEZEICHNET
& VERNETZT



reddot winner 2021
Möbelsystem PARA®
Design: SIMPLA GmbH

fwd:

Bundesvereinigung
Veranstaltungswirtschaft

Wir sind Mitglied im starken
Netzwerk der fwd:

LEIDENSCHAFT FÜR DIE GESTALTUNG VON RÄUMEN

Wir begleiten Sie in jeder Phase Ihres Raumprojekts. Mit unserer Expertise und Leidenschaft für Gestaltung werden Ihre Unternehmensräume einzigartig. Neben Messebau bieten wir noch folgende Leistungen an:



SHOWROOMS & MARKENRÄUME

Wir bieten die Gestaltung und Realisierung von Showrooms und Markenräumen – von der kreativen Idee bis zur fertigen Umsetzung. So entstehen individuelle Räume, die Marken erlebbar machen und Kunden nachhaltig begeistern.

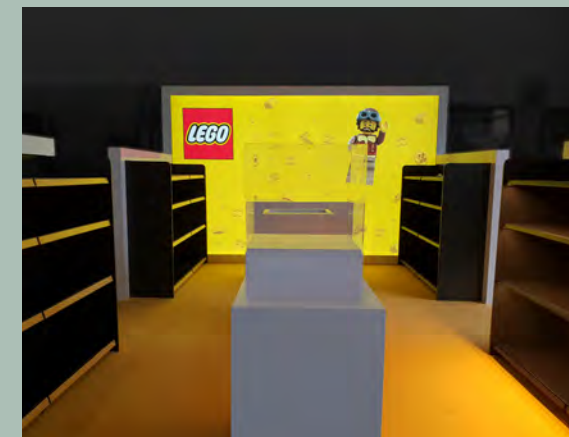


BÜROEINRICHTUNG & BESPRECHUNGSRÄUME

Wir planen und realisieren moderne Büroeinrichtungen und funktionale Besprechungsräume, die Produktivität fördern und eine inspirierende Arbeitsatmosphäre schaffen.

RETAIL & LADENBAU

Individuelle Ladenbaukonzepte vereinen unsere Kompetenz in der Raumgestaltung mit unserer Leidenschaft für Möbeldesign. Hierfür ist zusätzliches Know-How in der Realisierung hochfrequentierter Flächen nötig, sowie Erfahrung in der Umsetzung von Verkaufsflächen.



MÖBELDESIGN & SONDERMÖBEL

Für Anforderungen, die es nicht von der Stange gibt, konzipieren und planen wir maßgeschneiderte Möbel und Raumelemente. Wir haben dabei die Erfahrung mit unterschiedlichen Werkstoffen zu arbeiten und können auf zahlreiche Lieferanten zurückgreifen. Dadurch sind Kombinationen aus Holz, Glas, Metall, Grafik, u.v.m. für uns kein Problem.



EINFACH ANFRAGEN

IHR WEG ZU GUTEM DESIGN



WWW.SIMPLA-MESSEBAU.DE

Weitere Informationen über uns und unseren Leistungsumfang erhalten Sie auf unserer Website. Dort finden Sie auch zahlreiche Referenzprojekte sowie aktuelle Neuigkeiten aus dem Bereich Messebau und Interior.



+49 711 912 679-07

Kontaktieren Sie uns und wir besprechen mit Ihnen die Rahmenbedingungen für Ihr geplantes Messeprojekt. Wir berücksichtigen Ihre Wünsche und erstellen für Sie ein kostenloses Angebot oder vereinbaren mit Ihnen einen Termin.



MAIL@SIMPLA.NET

Schreiben Sie uns um Ihr Messprojekt anzufragen, falls Sie weitere Informationen wünschen oder einen Termin vereinbaren möchten. Wir freuen uns auch über einen persönlichen Termin bei Ihnen, an unserem Standort in Stuttgart oder Online.



ONLINE-BRIEFINGFORMULAR

Nutzen Sie unser komfortables Online-Briefingformular um die benötigten Informationen ganz einfach zusammen zu stellen. Die 30 Punkte haben Sie in wenigen Minuten durchgearbeitet. Zusätzlich können Sie Anhänge wie Hallenpläne oder Skizzen hochladen.

IMPRESSUM

SIMPLA GMBH

Im Asemwald 48
D-70599 Stuttgart
www.simpla.net
mail@simpla.net
+49 711 912 679-07

VERANTWORTLICH

Andreas Pflumm, Jochen Pflumm

KONZEPT, GESTALTUNG, REDAKTION

SIMPLA GmbH

BILDNACHWEIS

Alle im Magazin veröffentlichten Fotos, Grafiken und Illustrationen sind – sofern nicht anders gekennzeichnet – urheberrechtlich geschützt und Eigentum der Simpla GmbH.

Ausgenommen hiervon sind ausschließlich die nachfolgend aufgeführten Bild- und Grafikquellen, die gesondert gekennzeichnet sind und deren Rechte bei den jeweiligen Urhebern oder Lizenzgebern verbleiben:

Inhalt: Foto Briefing von uns__nstudio (unsplash)

Rückseite: Foto von feeypflanzen (unsplash)



MODULARE MÖBEL

**JETZT ENTDECKEN:
PARASYSTEM.DE**



**BIS ZU
15 % RABATT***
*5 % mit dem Code
INTERIOR5
+10 % bei Selbstabholung
mit dem Code
ABHOLUNG10



PARA® c/o SIMPLA GmbH · Im Asemwald 48 · D-70599 Stuttgart
parasystem.de · mail@parasystem.de · +49 711 782770-01
Vertreten durch: Andreas Pflumm, Jochen Pflumm
Registergericht Stuttgart HRB 722444 · Umsatzsteuer-ID: DE 253146637



FOLGE UNS!

ES IST ZEIT, HERAUSZUSTECHEN!



Bei uns sind Sie richtig: Wir gestalten und realisieren überzeugende Messeauftritte. Zuverlässig, auffallend und nachhaltig.

Jetzt kostenlos anfragen:

WWW.SIMPLA-MESSEBAU.DE

Oder rufen Sie uns an unter +49 711 912 679-07