



messerli

# brandworld

with English summary

#14 SEPTEMBER 2019

## Neue Wege gehen



### Index

- 3 People
- 6 Live Experience
- 14 Services
- 15 Messerli Faces
- 16 Style
- 20 Special
- 22 Group View
- 24 Agenda

#### Geschätzte Leserinnen und Leser

Wer sich auf ausgetretenen Pfaden bewegt, wird kaum Neues erleben. Und obwohl wir Pioniergeist eher mit der Zeit der Weltentdecker verbinden, ist das Thema auch heute noch brandaktuell. Besuchen Sie mit uns Menschen, die auf ihre Weise Pionierleistungen vollbringen.

Wie Caroline Hirt und Christian Etter, die mit dem Museum of Digital Art in Zürich einen Begegnungsort zum Entdecken von digitaler Kunst geschaffen haben. Sie sind nicht nur bei der Gründung ihres Museums mutig neue Wege gegangen, sondern haben auch die ausstellenden Kunstschaffenden eher unkonventionell ausgewählt: mit einem Algorithmus.

Anton Piëch bekam etwas Pioniergeist vielleicht bereits in die Wiege gelegt. Nun hat er mit seinem Geschäftspartner Rea Stark Rajcic in der Schweiz einen eigenen Elektrosporthwagen entwickelt. Den Prototypen, den Mark Zero, präsentierten sie in diesem Jahr am Automobil-Salon.

Und auch die drei Kreativtalente aus unserer Designabteilung geben sich nicht damit zufrieden, Ideen zu recyceln. In der digitalen Inspirationsflut gelingt es ihnen, eigenständige Designs für unsere Kunden zu entwickeln.

Wir wünschen viel Spass beim Entdecken!

  
Andreas Messerli

#### Dear Readers

Those who follow well-trodden paths will hardly ever experience anything new. And although we tend to associate a pioneering spirit with the age of the global explorers, it is still highly topical today. Let us introduce you to some people who are pioneers in their own right.

Like Caroline Hirt and Christian Etter, who have made the Museum of Digital Art in Zurich a meeting place for discovering digital art. Not only did they courageously break new ground in founding their museum, but they also select the exhibiting artists rather unconventionally: with an algorithm.

Anton Piëch may well have been born with a pioneering spirit. Together with his business partner Rea Stark Rajcic, he is now developing his own electric sports car in Switzerland. They presented the prototype, the Mark Zero, at this year's Motor Show.

And the three creative talents from our design department are not satisfied with simply recycling ideas. In the digital flood of inspiration, they succeed in developing independent designs for our customers.

We hope you will enjoy discovering more!

## Lauter Nullen und Einsen



**CAROLINE HIRT UND CHRISTIAN ETTER**  
Initianten und Leiter des MuDA Zürich

**2016 öffnete das Zürcher Museum of Digital Art – kurz MuDA – seine Türen. Als eines der ersten physischen und virtuellen Museen sorgte es weltweit für Gesprächsstoff. Heute hat sich das MuDA als Schnittstelle zwischen Kreativität und Technologie etabliert. Und schafft Raum für die kritische Auseinandersetzung mit den Fragen, die die Digitalisierung aufwirft.**

Das MuDA ist ein Ort der Gegensätze: Hier prallen Tradition und Moderne, Mensch und Maschine, Kunst und Technik aufeinander. Den Initianten und Leitern des Museums, Caroline Hirt und Christian Etter, ist es gelungen, in diesem Spannungsfeld einen einzigartigen Begegnungsort für Kunst, Kultur und die Fragen unserer modernen Zeit zu schaffen.

Mit der Gründung des Museums gaben sie der digitalen Kunst ein Zuhause. Ein Zuhause, das Etter in der Kunstszene vermisst hatte. Selbst im mondänen London fristete die digitale Kunst vor rund zehn Jahren ein Nischendasein. Doch statt Beschwerdebriefe an Museen zu schicken, nahm er das Ruder lieber selbst in die Hand.

#### Denkmalschutz trifft auf Crowdfunding

Als der Migros-Genossenschaftsbund neue Mieter für das Herdern-Hochhaus in Zürich West suchte, hatten Caroline Hirt und Christian Etter den perfekten Standort für ihr Museum gefunden. «Für uns war es fast schon eine natürliche Entscheidung. Zürich bringt die drei wichtigsten Faktoren digitaler Kunst zusammen: Technologie, Kunst und Wissenschaft», berichtet Hirt. Zürich habe eine sich stark entwickelnde Industrie in vielen Bereichen und ziehe Menschen verschiedener Kulturen, Altersgruppen und Interessen an. Genau das breitgefächerte Publikum, das die Co-Gründer des MuDA suchten.

Doch das denkmalgeschützte Gebäude hatte seine Tücken. Erforderliche Umbauten und das Einholen der benötigten Bewilligungen erforderten viel Zeit: Statt der geplanten drei



© Digital Arts Association

Installation von Pe Lang: Polarisationsfilter produzieren ein sich kontinuierlich wandelndes Muster.

«Künstlern scheint es viel mehr um den Ausdruck, das Experimentieren und die Nachricht in ihrer Kunst zu gehen als um den Kunstmarkt.»

Caroline Hirt,  
MuDA Zürich

Monate dauerte der ganze Prozess über ein Jahr. Diese Verzögerungen nagten an den Finanzen. Statt aufzugeben, wendeten sich die beiden Gründer an die digitale Community. Auf Kickstarter, einer Plattform für Crowdfunding-Projekte, lancierten sie ihre Kampagne. Viele Überzeugte und Unterstützer des Projekts griffen den beiden mit Spenden unter die Arme. In nur einem Monat sammelten sie 111 111 Franken. Dem Umbau des 400 Quadratmeter grossen Parterre- raums im Kreis 5 stand somit nichts mehr im Weg. Und das MuDA öffnete im Februar 2016 seine Türen.

#### Wenn Technik Kunst kuratiert

Seither zeigt das MuDA jährlich drei Ausstellungen, in denen jeweils ein Künstler oder ein Künstler-Kollektiv präsentiert wird. Kuratiert werden die Ausstellungen von Hal 101. Das ist nicht etwa der exzentrische Künstlerna- me eines Kunst- experten, sondern die Bezeichnung für einen eigens entwickelten Algorithmus. Unermüdet durchsucht er das Internet nach Datenmustern von Künstlern. Diese vergleicht er mit bisher aus- gestellten Künstlern und fällt so seine Entscheidungen. Mit diesem Vorgehen will das MuDA erreichen, dass Nationalität, Alter, Geschlecht oder finanzielle Faktoren nicht in den Entscheidungsprozess einfließen.

Doch was fällt eigentlich alles in die Kategorie der digitalen Kunst? Konkret spricht man von digitaler Kunst, wenn sie durch Programmieren entstanden ist. Der Künstler – hierbei ein Programmierer – erzeugt aus Zahlen Kunst. Virtuelle Kunst soll ein oder mehrere Sinnesorgane gleichzeitig ansprechen. Dabei spielen Monitore, Lautsprecher, aber auch Lichtinstallationen, Räume, Stimmen oder Personen eine zentrale Rolle. Das Ziel ist, «mit dem Kunstwerk ein komplexes Netz und eine künstliche Welt zu bilden» und «sein Verhältnis zum Internet, zum Rechner und zum eigenen Nervensystem zu überdenken».



© Digital Arts Association

Die Muster der MuDA-Uniformen entstehen, weil die Strickmaschine Daten teilweise falsch kopiert.



© Digital Arts Association

Die Ausstellung «Kids» von Michael Frei und Mario von Rickenbach.



© Galerie La Ligne

Ab September im MuDA: Die Werke von Vera Molnar, der Pionierin der digitalen Kunst.

#### Mensch und Digitalisierung – eine Beziehung mit Wechselwirkungen

Kunst soll zum Nachdenken anregen. Das gilt auch für digitale Kunst. Darüber ist man sich im MuDA einig. Das Museum belässt es allerdings nicht bei wechselnden Ausstellungen und einer stetig wachsenden virtuellen Sammlung. Da der Mensch zunehmend von Nullen und Einsen beherrscht wird, glauben die MuDA-Gründer fest daran, dass solche grundlegenden Umwälzungen beobachtet und hinterfragt werden müssen. Regelmässig finden daher im Museum Veranstaltungen statt, die sich mit den komplexen Auswirkungen der Technik auf unser Leben auseinandersetzen. Auch heikle Themen wie die Sicherheit und Privatsphäre im Netz oder die künstliche Intelligenz werden dort angesprochen.

Ausserdem organisiert das Museum Workshops für Kinder, um diesen «das Herz zu zeigen, das im Innern von Maschinen schlägt» und um den Mechanismus dahinter transparenter zu machen. Damit wollen sie sowohl Experten als auch Laien erreichen und vor allem auch Frauen und Kinder dazu bringen, sich für Technik und das Programmieren zu interessieren.

[muda.co](http://muda.co)

**Lesen Sie im Interview auf unserem Blog, was Caroline Hirt und Christian Etter zum Thema digitale Kunst zu sagen haben: [messerli.live/blog](http://messerli.live/blog).**

MUDA ZÜRICH

### Zeroes and ones all around

One of the world's first physical and virtual museums, the Zurich Museum of Digital Art – MuDA – opened in 2016. It functions today as an interface between creativity and technology, a place for critical discussions about digitalization, where opposites collide: traditional and modern, human and machine, art and technology. With MuDA, the founders, Caroline Hirt and Christian Etter, have established a home for digital art in Zurich, where technology, art and science converge, offering the perfect location for the new museum. A successful crowdfunding enabled the founders to develop the MuDA concept and to renovate the premises ahead of the opening in February 2016.

Art, including digital art, should be thought-provoking. In addition to changing exhibitions and a growing virtual collection, MuDA also offers events intended to address and question the earth-shaking developments in the digital world, including sensitive issues such as security, privacy and artificial intelligence.

Three annual exhibitions present an artist or collective, curated by an algorithm named Hal 101, who selects the artists from a neutral standpoint. The digital art is programmed with zeroes and ones, providing food for thought about the digital world, with an eye towards inspiring experts, regular people, and women and children alike.

## EXHIBITS

# Das 360°-Besuchererlebnis für USTER Technologies

Die hochspezialisierten Kontroll- und Analysegeräte von USTER Technologies helfen Spinnereien und Webereien bei der Qualitätssicherung. Wie mächtig die Geräte und Systeme im Verbund sind, erfuhren die Besucher der ITMA Barcelona anhand eines einzigartigen interaktiven Erlebnisses: der USTER Quality Management Experience.

USTER Technologies ist weltweit führender Anbieter von Geräten, Systemen sowie Services zur Kontrolle und Optimierung von Qualität in der Textilindustrie. Im gesamten Herstellungsprozess überwachen die Systeme die Qualität der Rohstoffe und der Produkte und beliefern die Produzenten mit wertvollen Daten zum Herstellungsprozess. So tragen sie dazu bei, dass bei Bedarf schnell in Abläufe eingegriffen werden kann, und garantieren eine vorhersehbare Qualität der Ergebnisse.

An der Leitmesse ITMA in Barcelona legte das Unternehmen den Fokus auf das Thema «Connectivity» und vermittelte den Besuchern, welche Potenziale die Instrumente freisetzen, wenn sie gemeinsam entlang der gesamten Produktionskette zum Einsatz kommen.

## Einmal Quality Manager sein

Die Standbesucher schlüpfen in die Rolle des Quality Manager und erfuhren anhand eines konkreten, interaktiven

Beispiels, wie ein solcher Optimierungsprozess aussehen kann. Die USTER Quality Management Experience bildete das Herzstück des Auftritts von USTER. Aus dem Cockpit im Zentrum des Stands steuerten die Besucher den Ablauf des Erlebnisses und interagierten über Touchscreens mit den Exponaten, die sich darum herum verteilten.

Assistant Q, der virtuelle Assistent aus den USTER-Produkten, führte die Besucher anhand von simulierten Szenarien durch den Optimierungsprozess einer Spinnerei. Tempo und Fokus des Rundgangs steuern die Besucher dabei selber. Anhand von Lichtlinien besteht dabei immer die Verknüpfung mit den entsprechenden Exponaten auf dem Messestand.

## Mutiger Schritt, der sich auszahlte

Der gesamte Auftritt war auf dieses 360°-Erlebnis ausgerichtet. Damit geht das Unternehmen einen Schritt weiter in der Präsentation seiner Marke: weg von der Produktpräsentation – hin zum Besuchererlebnis.

Das Gesamtkonzept für diesen Auftritt stammt von Messerli. Das Standdesign stellt den Besucher im Cockpit ins Zentrum und schafft mit grafischen Elementen und Lichteffekten die Verbindung zwischen den einzelnen Produkten.

## EXHIBITS

## The USTER Technologies 360° visitor experience

Spinning and weaving mills assure quality with control and analysis equipment from the world leading USTER Technologies. An interactive exhibit at the ITMA Barcelona demonstrated just how powerful they are: the USTER Quality Management Experience. The equipment monitors the entire production process, providing essential data, enabling rapid intervention when necessary, and ensuring quality results.

Designed by Messerli, the ITMA stand was a brave step, offering a 360° experience that placed visitors in the cockpit. The potential held by the instruments was demonstrated by assuming the quality manager roll to experience firsthand just how an optimization process would look. In the cockpit they navigated through the experience with touch

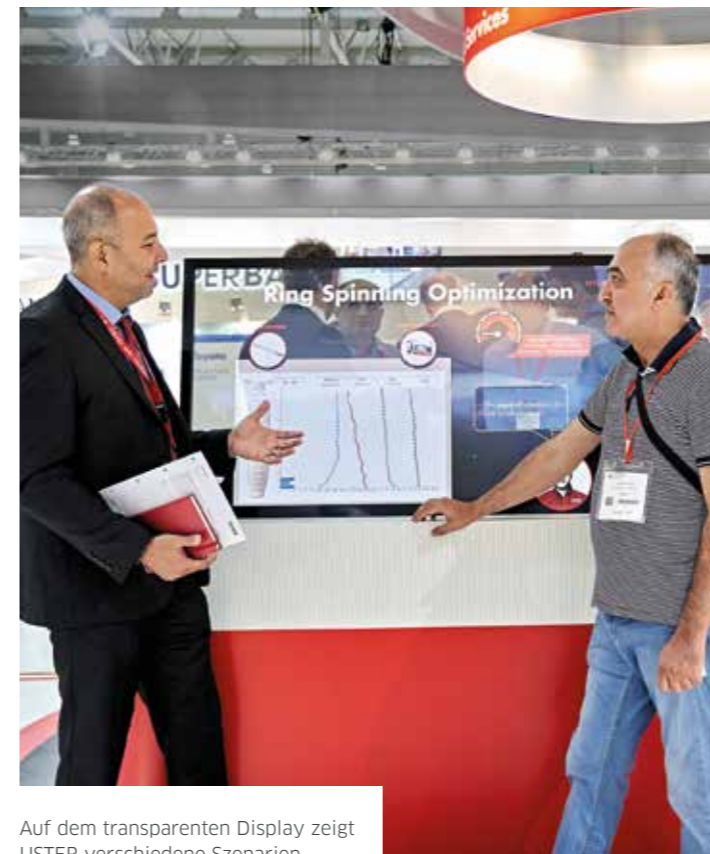
screen interaction, with the help from the familiar USTER Assistant Q, who guided them through a simulated process in a spinning mill.

The exhibit was successful and enabled the company to evolve its exhibit stand from product presentation to visitor experience featuring graphic elements and light effects to showcase the individual products. This step forced USTER to go beyond the customary design components with a more functional approach. Messerli convinced USTER of the advantages of these innovations, and this was proven at the ITMA exhibit stand, which was well visited, offering stand representatives an effective presentation tool that illustrated the complex subject matter.

The updated exhibition stand positioned USTER as an innovation leader. The Quality Management Experience will be further used as an effective tool and can be repeated at any time with an iPad app for presentations or sales meetings.



Aus dem Cockpit heraus steuerten die Besucher das 360°-Erlebnis.



Auf dem transparenten Display zeigt USTER verschiedene Szenarien.

Mit dem neuen Standlayout verabschiedete sich USTER darüber hinaus von liebgehabten Designelementen, die einem frischen, klaren Design wichen. Ein Schritt, der etwas Mut erforderte. Messerli konnte USTER im Beratungsprozess jedoch glaubwürdig die Vorteile der Neuerungen aufzeigen und den Auftritt so auf die nächste Stufe bringen. An der Messe zeigte sich dann, dass die Rechnung aufging: Die Standbesucher nutzten die interaktiven Angebote rege und die Berater von USTER hatten damit ein wirksames Präsentationsmittel, um das Zusammenspiel der komplexen Anlagen zu verdeutlichen.

Mit dem von Messerli aufgefrischten Auftritt positionierte sich USTER nicht nur als Markt-, sondern als Innovationsführer. Die moderne und hochwertige Möblierung und Materialisierung im Bistro-Bereich und in den Meetingräumen verliehen dem noch besonderen Nachdruck.

Und auch nach der Messe wird die Quality Management Experience ein wirkungsvolles Werkzeug für USTER bleiben. Messerli hat das Erlebnis so konzipiert, dass es sich dank einer iPad-Applikation jederzeit, losgelöst vom Messestand, wiederholen und in Präsentationen oder Verkaufsgesprächen einsetzen lässt.

## EVENTS

## Temporäre Lounge im Schnee

Im neuen BMW X5 die verschneite Bergwelt des Engadins entdecken: ein unvergessliches Erlebnis. Messerli realisierte in St. Moritz die temporäre BMW Lounge, die als Ausgangspunkt für die Probefahrten der neuen Fahrzeugmodelle diente.

Für die BMW Group Switzerland errichtete Messerli diesen Winter im Herzen von St. Moritz – gleich neben dem Eispavillon des Hotels Kulm – eine temporäre Lounge mit Showroom. Der moderne Kubus diente ab Januar 2019 als Ausgangspunkt für Probefahrten mit den neuen BMW-Modellen X5 und 8er-Coupé.

«Der Standort verlangte nach beständigen, gut isolierenden Materialien. Zudem sollte die Struktur eine moderne Designsprache sprechen.»

Bülent Ünal,  
Verantwortlicher Projektleiter Andreas Messerli AG



Mondän und Modern: Der «Kubo» aus Glas fügt sich harmonisch in die Winterlandschaft ein.



Blickfang am Abend: Die BMW Lounge wirkt sehr einladend.

### Kompromisslos in Form und Funktion

Die Lounge war wie die Fahrzeuge von BMW kompromisslos modern. Elemente in kühner Betonoptik verschmolzen gekonnt mit warmen Holz- und Naturtönen. Liegestühle luden vor oder nach der Probefahrt zum Sonnentanken ein. Durch die verglasten Seitenwände fügte sich der Showroom nahtlos in die Landschaft ein und bot aus dem Innern einen traumhaften Ausblick auf das Bündner Bergpanorama. Die prominente Lage und das auffällige Branding machten die Pop-up-Lounge von BMW zu einem garantierten Blickfang bei den Wintergästen in St. Moritz.

### Umfassende Betreuung

Messerli unterstützte BMW im gesamten Projektablauf: von der Einreichung des Baugesuches über die Logistik bis hin zur Inszenierung und Umsetzung. Mit der «Kubo»-Struktur fanden wir die ideale Lösung für die temporäre Lounge. Sie überzeugt durch sauberes Design und durchdachte Architektur, die bei der Standortwahl viel Freiheit lässt. Dank einer Glasfassade aus Isolierglas und einem Thermodach liess sich der «Kubo» heizen und eignete sich so für den mehrwöchigen Einsatz im tiefen Winter. Mit einer Gesamthöhe von knapp fünf Metern war die BMW Lounge ein prominenter Bestandteil dieses Dorfteils.

[bmw.ch](http://bmw.ch)

[messerli.live/events](http://messerli.live/events)

## EVENTS

## Temporary lounge for BMW Winter Events

**Discover the snowed-in mountain world of the Engadine region in the new BMW X5: an unforgettable experience. In St. Moritz, Messerli set up the temporary BMW Lounge that served as the starting point for the test drives of the new vehicle models.**

For the BMW Group Switzerland, Messerli set up a temporary lounge with a showroom in the heart of St. Moritz – right next to the Kulm ice pavilion. Since January 2019, the modern cube has served as the starting point for test drives with the new BMW models – the X5 and the 8 Series Coupé.

Like the BMW vehicles, the lounge is uncompromisingly modern. Elements in a bold, concrete look merge perfectly with warm wood and natural tones. Deckchairs before and after the test drive invite you to top up your suntan. Through the glazed side walls, the showroom seamlessly gives way to the countryside and offers a panoramic view from the inside. The prominent location and the distinctive branding ensure that the BMW pop-up lounge is guaranteed to turn the heads of winter guests in St. Moritz.

Messerli supported BMW in the entire running of the project: from the submission of the planning application, logistics and through to staging and implementation. With the «Kubo» structure, we found the ideal solution for the temporary lounge. It impresses thanks to the clean design and well-planned architecture, which offers a lot of freedom where the choice of location is concerned and is also suitable for outdoor use in the winter.



Pop-up-Bar im Airside Center am Flughafen Zürich.

## BRAND SPACES

## Pop-up-Bar mit Charakter

«Für Projekte an Flughäfen gelten strenge Bestimmungen. Das macht sie besonders spannend!»

Gregor Bürgisser,  
Verantwortlicher Projektleiter Andreas Messerli AG

**Für die Winterthurer Brauerei Doppelu Boxer entwickelte Messerli zusammen mit Live Lab und angelini design ein modulares Konzept für eine Pop-up-Bar. Reisende am Flughafen Zürich kamen so als Erste in den Genuss des Spezialitäten-Biers und der gemütlichen Lounge.**

Mit der modularen Bar erhält Doppelu Boxer eine flexible Lösung für Promotionen, Events und Messen. Ziel war es, eine Bar nach dem Baukasten-Prinzip zu entwickeln, die das Event-Team der Brauerei selbständig handhaben und auf verschiedene Standflächen und Kommunikationsziele anpassen kann.

### Charakterstarkes Design – vollständig funktional

Die Lösung von Messerli berücksichtigt diese Bedürfnisse. Design und Materialisierung unterstreichen den hohen Qualitätsanspruch der Brauerei und die Charakterstärke ihrer Biermarken. Für maximale Modularität und Funktionalität orientieren sich alle Elemente an einem Rastermass, in dem Schankanlagen, Kühlschränke und Küchengeräte wie Spülmaschinen problemlos Platz finden. So kann das Event-Team je nach Platzangebot das gewünschte Layout der Bar konzipieren.

Um das Handling des Materials einfacher zu gestalten, entwickelte Messerli für alle Elemente Transportboxen, die auf die Fahrzeugflotte von Doppelu Boxer abgestimmt wurden. Damit hat das Team immer das passende Material, Werkzeug und sogar Ersatzteile griffbereit.

### Viel Lob von Reisenden

Die Pop-up-Bar hatte ihren ersten grossen Auftritt im Airside Center des Flughafens Zürich. Voll ausgestattet mit Bar, Hochtischen und Lounge empfing sie dort in den Sommerferien-Monaten Juli und August Reisende aus aller Welt. Die Bar war stark frequentiert und sowohl das Messerli-Team als auch die Verantwortlichen von Doppelu Boxer erhielten viele Komplimente dafür. So ist es gelungen, die Marke und die Spezialitäten-Biere bei einem breiten, internationalen Publikum bekannt zu machen.

### Weiterer Einsatz im Herbst

Die Bar kam im Anschluss an weiteren Messen wieder zum Einsatz. Die Brauerei Doppelu Boxer erhielt übrigens 2019 die Auszeichnung «Brauerei des Jahres international» am Meininger's International Craft Beer Award.

[doppeluboxer.ch](http://doppeluboxer.ch)

[messerli.live/brand-spaces](http://messerli.live/brand-spaces)

### 1 Erfrischung vor Abflug: Verschiedene Bierspezialitäten standen zur Auswahl.



Die Bar mit Lounge erfreute sich grosser Beliebtheit bei den Reisenden.

## BRAND SPACES

## Pop-up bar with character

**For the Winterthur brewery Doppelu Boxer, Messerli developed a modular bar concept together with Live Lab and angelini design. Travellers at Zurich airport were the first to sample the speciality beer and the comfortable lounge.**

With the modular bar, Doppelu Boxer has a flexible solution for promotions, events and trade fairs. The aim was to develop a bar according to the modular principle that the events team at the brewery are able to handle themselves and that can be adapted to various stand spaces and communication objectives.

The solution from Messerli takes these requirements into account. Design and materials underline the brewery's high demands for quality and the strength of character of their beer brands. For maximum modularity and functionality, all elements are geared towards a modular system in which there is ample space for bar tap systems, fridges and kitchen appliances such as dishwashers. Thus, depending on the space available, the events team can put together the desired layout of the bar. To make handling the materials easier, Messerli developed transport boxes for all elements that were tailored to the fleet of Doppelu Boxer vehicles. As a result, the team always has the right material, tool and even replacement parts to hand.

The pop-up bar made its first big appearance in the Airside Center at Zurich airport. Fully equipped with a bar, high tables and lounge in the summer months of July and August, it greeted travellers from all over the world. The bar was highly frequented and both the Messerli team and the managers of Doppelu Boxer received many compliments. They thus managed to bring the brand and the speciality beers to a wide audience.



## DIGITAL EXPERIENCE

# Mechanik und Digitalität verschmelzen



Das Display lässt sich leicht in die Standardarchitektur integrieren.

**Was kann der neue Allzweck-Gewindebohrer für CNC-Maschinen von DC SWISS? Besucher der EPHJ in Genf konnten sich dank einer innovativen Produktpräsentation am Stand damit auseinandersetzen.**

DC SWISS ist ein renommiertes, international tätiges Unternehmen, das auf Gewindeschneidtechnologien spezialisiert ist. Die Vorteile der komplexen Anlagen zu erklären, ist eine Herausforderung für die Kommunikation. Unter der Leitung von angelini design entstand daher das Konzept für ein interaktives Produkte-Display. Die Besucher sollten sich individuell über die Werkzeuge und ihre Verwendungszwecke informieren können.

#### Mobiles Produkte-Display

Das Display – die Threading Technology Machine – besteht aus zwei Bildschirmen und einer Trommel, an welcher Grossversionen der vorgestellten Werkzeuge angebracht sind. Über den Touchscreen wählt der neugierige Besucher ein Werkzeug aus. Die Trommel dreht sich so, dass der ausgewählte Gewindebohrer sichtbar wird. Ein Beamer projiziert via Micro-Mapping Informationen wie den Namen und die wichtigsten Eigenschaften des Produkts auf das Schaustück. Über den Touchscreen kann sich der Besucher weitere Informationen anzeigen lassen, die auf dem zweiten Bildschirm gut sichtbar und verständlich dargestellt sind.

#### Ausprobieren und entdecken

Diese interaktive – teils mechanische, teils digitale – Art der Produktpräsentation kam bei den Standbesuchern sehr gut an und diente auch dem Standteam als wertvolles Präsentationsmittel. Da Nutzer das Erlebnis selber steuern und die vorgestellten Produkte im eigenen Tempo erkunden können, verweilen sie gerne an der Maschine und probieren Verschiedenes aus.



#### Modularität als Pluspunkt

Die Threading Technology Machine kam bereits an mehreren Messen erfolgreich zum Einsatz. Durch ihren modularen Aufbau und die digitalisierte Umsetzung können jederzeit neue Produkte in die Präsentation einfließen. So ist das Produkte-Display für eine langfristige Nutzung geeignet und es wären auch Anwendungen im Showroom oder an anderen Verkaufspunkten denkbar.

angelini design und Messerli waren für die gesamte Konzeption, das Design und das Storyboard der Interaktionen sowie die Programmierung und Produktion der Threading Technology Machine zuständig.

[dcswiss.com](http://dcswiss.com)

[messerli.live/digital-experience](http://messerli.live/digital-experience)

## DIGITAL EXPERIENCE

## Mechanical and digital product presentation

**What can the new DC SWISS all-purpose tap drill for CNC machines do? Thanks to an innovative product presentation, visitors to the EPHJ in Geneva were able to get to grips with it at the stand.**

DC SWISS is a renowned, internationally active company specialising in thread-cutting technologies. Explaining the advantages of the complex, highly specialised systems presents challenges in communication. Hence, under the guidance of angelini design, the concept for an interactive product display was developed. The idea was that visitors would be able to become individually acquainted with the tools and their purposes.



**1 Ein Touchscreen dient als intuitive Steuerung der Threading Technology Machine.**

**2 Über Micro-Mapping projiziert ein Beamer die wichtigsten Informationen auf das Ausstellungsstück.**

The display – the Threading Technology Machine – consists of two screens and a revolving platform, on which two large-scale versions of the tools presented are mounted. Via the touch screen, curious visitors select a tool. The revolving platform rotates so that the selected thread tap becomes visible. The screen then provides the most important data, while a beamer projects further information onto the thread tap via micro-mapping.

This interactive – partly mechanical, partly digital – type of product presentation was very warmly received by visitors and also served as a valuable presentation tool for the team manning the stand. It toured around and was used very successfully at several trade fairs. angelini design and Messerli were responsible for the entire conception, design and storyboard of the interactions, and also oversaw the programming and production of the Threading Technology Machine.



Flexible Grafik-Spannrahmen und charakterstarke Möbel geben den Pop-up-Agenturen ein Gesicht.

#### CORPORATE SERVICES

## Vom Kugelschreiber bis zur Pop-up-Agentur

Die CSS Versicherung gehört zu jenen Kunden, die ihre Live-Kommunikationslogistik Messerli anvertrauen. Das heisst, im Lager in Winterthur wartet neben den modularen Messeständen einiges mehr auf seinen nächsten Einsatz.

Vom Give-away bis zur Foto-Box: In Winterthur lagert Messerli alles, was die CSS für erfolgreiche Live-Kommunikationsauftritte braucht. Die Agenturen oder Messeverantwortlichen bestellen dabei die benötigten Artikel bequem über eine Online-Plattform. Dort sind die Verfügbarkeiten von einzelnen Artikeln genau ersichtlich.

Messerli versendet die bestellten Artikel oder liefert sie termingerecht an den Veranstaltungsort. Für die rund 16 Messen, an denen die CSS jährlich teilnimmt, übernimmt Messerli zudem den Auf- und Abbau sowie den Unterhalt des Materials. Das clevere Standkonzept wurde von Messerli so konzipiert, dass den Bedürfnissen entsprechend pro Messe neue Schwerpunkte gesetzt werden können. Messerli berät dabei den Kunden bei der Auswahl des zur Verfügung stehenden Materials.

Da die Messen in allen Sprachregionen und teilweise auch gleichzeitig stattfinden, muss das speziell angefertigte

Mobiliar in ausreichender Anzahl vorhanden sein. Doch nicht nur beim Thema Messen kann Messerli eine Beratungsfunktion einnehmen.

Seit 2018 testet die CSS verschiedene Pop-up-Konzepte. Das erste davon am Aeschenplatz in Basel. Für die Räumlichkeiten – eine Filiale der Bank Cler – die für kurze Zeit gemietet und zwischengenutzt wurde, entwickelte Messerli ein einfaches Wandsystem, das die Räume einladend wirken liess. Die flexible Lösung kam inzwischen bei weiteren temporären Agenturen zum Einsatz.

[css.ch](https://css.ch)

[messerli.live/corporate-services](https://messerli.live/corporate-services)



Inklusive Foto-Box: der CSS-Messestand an der Frühlings- und Trendmesse OFFA in St. Gallen.

participates annually. Messerli's exhibition stands are designed to flexibility adapt for different trade fairs. Messerli advises the customer while choosing materials, availability and logistics.

Since 2018, CSS has also been testing various pop-up concepts, one of which is now in operation in Basel. A simple wall system was developed for a temporary branch of Bank Cler, which made the space inviting and can be reused at other interim locations.

#### CORPORATE SERVICES

## From pens to pup-up agency

CSS Insurance has joined the ranks of customers who entrust their live communications logistics to Messerli. Modular exhibition stands and more await their next deployment in Winterthur, where Messerli stores everything CSS needs for a successful appearance. Items can be viewed and ordered on an online platform for on-time delivery to the event location, even set up and taken down at the 16 trade fairs in which CSS

## Frauen, die Geschichten machen

Bei Messerli ist die Geschichtsschreibung fest in Frauenhand. Im Interview berichten die drei Mitarbeiterinnen unserer Design- und Planungsabteilung, wie es um das Storytelling im Projektalltag steht.

**Wie geht ihr typischerweise an ein neues Projekt heran?**

**Jana Glatzel:** Für mich ist es am einfachsten, wenn ich im Vorfeld schon beim Kunden war und ihn persönlich kennenlernen durfte. Anschliessend setze ich mich vertieft mit dem Kunden auseinander und studiere das Briefing. So gehe ich dann immer weiter ins Detail und baue mir die Geschichte – das Wolkenschloss – auf.

**Regula Strähl:** Ich finde es wichtig, dass mich am Anfang nichts beeinflusst. Wenn ich versuche, meine ersten Gedanken einzufangen, mache ich das meistens nicht am Arbeitsplatz, da ich mich dort für solche «analogen» Arbeiten nicht wohl fühle. Die Versuchung, gleich bei der ersten Idee Google einzuschalten, ist einfach zu gross.

**Michèle Meier:** Am Anfang jedes Auftrags bin ich in der Regel sehr analytisch. Eine gute Analyse des Kunden oder des Projekts ist mein wichtigstes Fundament. Anschliessend überlege ich, welche Werte oder Botschaften der Kunde hat und wie er diese vermitteln kann.

**Wie wird Storytelling im Projektalltag gelebt?**

**JG:** Beim Thema Storytelling merkt man schnell, wie unterschiedliche Bedürfnisse aufeinanderprallen. Zum Beispiel haben die Messeverantwortlichen oft ganz andere, pragmatischere Schwerpunkte als beispielsweise die Marketing-Verantwortlichen, die übergeordneter denken. Da muss man manchmal auch Kompromisse finden.

**RS:** Aber wer offen ist für Neues, der lässt sich für solche Ansätze begeistern. Im Zweifelsfall beraten wir Kunden dahingehend, dass vielleicht erst einmal einzelne Storytelling-Komponenten umgesetzt werden.

**MM:** Es wäre schön, wenn manchmal mehr Mut vorhanden wäre, um solche Ideen konkret umzusetzen. Ich bin der Meinung, dass Hybridlösungen keine Lösungen sind. Meistens sieht man ihnen an, dass sie zwar gerne innovativ sein wollen, schlussendlich bleibt aber alles etwas halbherzig.

**Gibt es noch weitere Gründe, warum Ideen auf dem Papier bleiben?**

**JG:** Viel öfter ist das Budget ausschlaggebend dafür, dass ein Konzept nicht 1:1 umgesetzt wird. Dann feilst du am Konzept herum, bis es ins Budget passt. Manchmal muss man sich halt auf das beschränken, was es wirklich braucht, und es bleibt wenig Spielraum für Innovationen.



Michèle Meier, Regula Strähl und Jana Glatzel (v. l.)

**MM:** Ich glaube aber, dass sich gewisse Designentscheidungen oder -inhalte sehr gut rechtfertigen lassen, wenn im Vorfeld eine saubere Analyse gemacht wurde. So können wir den Kunden transparent beraten und aufzeigen, wie ihn gewisse Investitionen konkret weiterbringen.

**RS:** Manchmal ist es auch schwierig, jemanden davon zu überzeugen, dass kleine Details wichtig sind. Darum arbeite ich am liebsten in einem möglichst breit aufgestellten Team, in dem alle unterschiedliche Hintergründe mitbringen. So kann jeder auf die Details seines Spezialgebiets Acht geben und das Ergebnis hat für den Kunden einen echten Mehrwert.

**Lesen Sie im vollständigen Interview auf [messerli.live/blog](https://messerli.live/blog), wie man auf Knopfdruck kreativ sein kann – und welche Trends gerade gefragt sind.**

Die Konzepte und Designs von Messerli bringen unsere Kunden weiter. Dabei spielen unsere Werte eine wichtige Rolle:



Outside the box



Can do



On target

Besuchen Sie uns und erfahren Sie, was das genau heisst: [messerli.live/werte](https://messerli.live/werte).

**REA STARK RAJCIC (L) UND ANTON PIÉCH (R)** enthüllen ihren Mark Zero.



PIÉCH AUTOMOTIVE

## Zeitloses Design trifft auf modulare Technik

**Ein Name stach dieses Jahr auf der Neuheitenliste des Genfer Automobil-Salons besonders hervor: Piéch Automotive. Autofans verbinden ihn schnell mit dem VW-Konzern. Firmengründer Anton Piéch und Rea Stark Rajcic gehen mit ihrem Mark Zero aber ganz bewusst eigene Wege.**

Der Name helfe natürlich, bestätigte Piéch in vielen Interviews am Automobil-Salon, doch ein Name allein reiche lange nicht. Darum tüftelten Piéch und Stark Rajcic bereits seit mehreren Jahren an ihrem Sportwagen und bereiteten seine Lancierung akribisch vor.

Bis im Februar 2019 blieb es um das Unternehmen ruhig. Mit der Ankündigung, ihren ersten Prototypen – den Mark Zero – am Genfer Automobil-Salon vorzustellen, erregten die beiden jedoch auf einen Schlag sehr viel Aufmerksamkeit in der Autobranche.

### Konzipiert für die Zukunft

Fachjournalisten merkten schnell, dass hinter der Geschichte mehr steckte, als ein bekannter Name. Die Marke will für zeitloses Design und modernste Technik stehen – und zwar kompromisslos. Darum ist die Fahrzeugarchitektur des Piéch so ausgelegt, dass sowohl Hard- als auch Software jederzeit ausgetauscht werden können. Den Mark Zero kann es theoretisch als Elektrosportwagen, mit klassischem Verbrenner oder mit nochmals anderen Antriebsformen geben.

Was gleich bleiben soll, ist der Fahrspass und die Freude am schönen, zeitlosen Sportwagen-Design.

«Wir haben einen Sportwagen entworfen, den wir uns auch selbst kaufen würden. Und wir haben lange mit vielen Enthusiasten darüber gesprochen, was im Markt fehlt. Wir wollen einen modernen Klassiker anbieten, der keinen Konsumzyklen unterworfen ist», erklärt Piéch in einer Mitteilung.

Klaus Schmidt, Head of Engineering bei Piéch, konkretisiert: «Wir werden sehr schnell auf Veränderungen des Marktes, auf Wünsche unserer Kunden sowie auf Änderungen in der Gesetzgebung reagieren können, ohne das komplette Auto permanent neu entwickeln zu müssen. Und wir können, basierend auf dieser Struktur, theoretisch bis zu sechzig Varianten bauen. Das ist, so glaube ich, einmalig in der Automobilindustrie.»

Trotzdem konzentriert man sich bei Piéch vorerst auf den elektrischen Antrieb. Die Batterien des Mark Zero stammen von renommierten Partnern in China und erlauben sehr schnelle Ladezeiten: In 4 Minuten und 40 Sekunden sollen sie bereits zu 80 Prozent geladen sein. Da sich die Zellen beim Laden kaum erhitzen, reicht eine Luftkühlung des Antriebs. Das trägt dazu bei, das Gesamtgewicht bei durchschnittlich 1800 sportlichen Kilos zu halten.

INTERVIEW MIT ANTON PIÉCH

## «Wir haben einen Nerv getroffen»

**Herr Piéch, warum haben Sie den Automobil-Salon als Plattform für den Launch des Mark Zero gewählt? Sie hätten ja auch einen eigenen Launch-Event organisieren können?**

**Anton Piéch:** Wir wollten an einem Event teilnehmen, der es uns – mit einem gelungenen Auftritt – erlaubt, Teil der Autowelt zu werden. Und das geht natürlich nicht, wenn wir selbst etwas machen. Für Genf im Speziellen haben wir uns entschieden, weil der Automobil-Salon unter den ganzen Automobilmessen noch als einziger sehr persönlich, design- und technologielastig ist. Und das passt besonders gut zu unserer Marke.

**Wie ist Ihr Fazit rund ein halbes Jahr später? Hat sich der Auftritt gelohnt?**

**AP:** Ja, er war wahnsinnig nützlich, um uns ein Grundrauschen in der Kommunikation zu geben und um ein Verständnis dafür zu schaffen, wer wir sind und was wir vorhaben. Wir haben auf einen Schlag sehr gute Presse erhalten. Der Auftritt war der Auftakt unserer Kommunikationsstrategie und das hat sehr gut funktioniert.

**Welche Faktoren waren entscheidend für den Erfolg des Launchs?**

**AP:** Entscheidend war sicher, dass wir den richtigen Zeitpunkt und Zeitgeist erwischten haben. Mit unseren Ideen und der Positionierung unserer Firma haben wir offensichtlich einen Nerv getroffen. Für die Ausführung waren die richtigen Partner entscheidend. Ihr Zusammenspiel muss gut funktionieren und sie brauchen ein Grundverständnis für die Marke. Bei uns harmonierte das und wir sind sehr zufrieden mit dem Ergebnis!

**Was waren im Vorbereitungsprozess die grössten Herausforderungen?**

**AP:** Die grösste Herausforderung war, die Kontrolle über das Storytelling zu behalten. Unser Vorhaben in relativ einfachen, klaren Zügen zu erklären, war nicht einfach. Zudem wollten wir im Vorfeld nicht zu viel preisgeben.

**Sind weitere Live-Kommunikationsmassnahmen wie der Concept Space in Zürich geplant?**

**AP:** Bei einem Produkt, das so viel Vorlaufzeit hat, wie einem Auto darf die Kommunikation nicht einschlafen. Es sind also weitere Massnahmen geplant. Wir wollen aber natürlich noch nicht zu viel verraten!

FACTS

## Piéch an der GIMS 2019

**Standfläche:** 528 m<sup>2</sup>

**Auftrag, Konzept & Design:** Richnerstutz AG, Villmergen  
**Produktion & Bau:** Andreas Messerli AG, Wetzikon

Für die standesgemässe Premiere liess sich das Unternehmen einen raffinierten Messeauftritt konzipieren. Herzstück war der Mark Zero, ausgestellt auf einer sich drehenden Plattform. Die restliche Standfläche präsentierte sich im Lounge-Stil und war auf intensives Networking ausgelegt. Mehrere schön inszenierte Schaustücke zeigten zudem die innovative Technik sowie die einzigartige Architektur des Fahrzeuges.



Messestand am internationalen Automobil-Salon in Genf 2019.

### Automobil-Salon als perfekte Startrampe

Bereits in drei Jahren soll der Mark Zero marktreif sein. Um dieses Ziel zu erreichen, besteht jedoch noch ein Finanzierungsbedarf von rund 500 Millionen Franken. Um Investoren zu treffen und Aufmerksamkeit für ihr Projekt zu generieren, entschieden sich Piëch und Stark Rajcic für einen Launch ihrer Marke am internationalen Automobil-Salon in Genf. Die Messe genießt weiterhin grosse Strahlkraft in der Autobranche und ist in diesem Jahr mit weiteren Ausstellungen gewachsen. Neben den 602 000 Besuchern war für Piëch besonders das internationale Medienecho interessant. An den beiden Pressetagen besuchten 10 000 Medienvertreter aus 86 Ländern den Automobil-Salon, um über die Neuheiten der bekannten und noch unbekannteren Marken zu berichten.

Als Swiss-made-Fahrzeug erhielt der Mark Zero viel Aufmerksamkeit. Er ist nicht nur auf der Titelseite des Messemagazins, sondern besonders im deutschsprachigen Raum Thema zahlreicher Berichterstattungen.

### Offene Türen in Zürich

Nach dem Presserummel rund um den Automobil-Salon ergibt sich für Piëch die Möglichkeit, in Zürich einen Concept Space zu eröffnen. Im Lokal an der Uraniastrasse kann sich jeder den Mark Zero anschauen, sich mit der Technologie auseinandersetzen und die stilvolle Atmosphäre geniessen. Mit der Politik der offenen Türe wollen sie ihr Projekt mit einem möglichst breiten Publikum teilen und so besser spüren, wie es im Markt ankommt. Zudem bietet der Concept Space mit den zusätzlichen Meetingräumen den idealen Ort für Treffen mit Investoren im entspannten Rahmen. Ursprünglich war geplant, den Showroom nur für zwei bis vier Monate geöffnet zu halten. Nun zeichnet sich ab, dass er bis im Herbst geöffnet bleibt.

Auch sonst darf man gespannt sein, wie sich das Unternehmen weiterentwickelt. Bei Piëch zieht man nach dem Markenlaunch im Februar eine positive Bilanz. Mindestens drei Jahre müssen sich Fans jedoch noch gedulden, bis der erste Schweizer Elektro-Sportwagen erhältlich sein wird.

**piech.com**  
**@piechautomotive**



Zeitloses Design und modernste Technik: Dafür stehen Piëch (l) und Stark Rajcic (r) mit ihrer Marke.

### PIËCH AUTOMOTIVE

## Timeless design meets modular technology

**One name stood out on the new entries list at the Geneva International Motor Show this year: Piëch Automotive. Founders, Anton Piëch and Rea Stark Rajcic, are blazing new trails with their company.**

While the name is catchy, it takes more than just a name. Piëch and Stark Rajcic worked meticulously on their sports car before its launch. The calm before the storm ended in February 2019 when it was announced that the first prototype - the Mark Zero - would be presented at the Geneva International Motor Show.

The industry press quickly noticed that there was more to the story than just a famous name. Designed for the future,

the brand uncompromisingly stands for timeless design and cutting-edge technology. The vehicle architecture allows hardware and software replacements at any time, enabling it to be powered with electric, combustion or other forms of propulsion. Piëch and his team strove to design a sports wagon they themselves would buy, a modern classic, which can quickly evolve with changes to the market, demand and legislation, without having to replace the entire car.

The Mark Zero shall be ready for the market in three years. To drum up investor interest in the project, the founders decided to launch their brand at the Geneva International Motor Show, an industry heavyweight. It attracted great attention as a Swiss-made car, landed on the cover of the salon magazine and received numerous industry media reports.

The Mark Zero can now be seen at the concept space in Zurich where the public is invited to experience it. Otherwise, fans will have to wait three years until the first Swiss electric sports wagon hits the road.

### HABE MÄRT, ZÜRICH HAUPTBAHNHOF

## Wo Einkaufen ein Erlebnis ist



### DIE INITIANTEN

Andreas Messerli und Nicolas J. Mäder überzeugten die SBB mit ihrem Markt-konzept.

«Mit dem HaBe Märt verwandeln wir die wunderschöne Halle des Zürcher Hauptbahnhofs in einen Begegnungsort, an dem Einkaufen zum Genuss wird.»

Nicolas J. Mäder,  
Zürcher Gastronom und Mitinitiator des HaBe Märt

Jeweils mittwochs hält der HaBe Märt im Zürcher Hauptbahnhof viele kulinarische Ideen für Reisende bereit. Von heimischen Früchten und Gemüsesorten bis hin zu exotischen Köstlichkeiten präsentieren die Händler ein breites Angebot. Und wer bei den schönen Auslagen gleich hungrig wird, kann sich bei einem der Food Trucks verpflegen.

Messerli entwickelte das neue Konzept für den Spezialitätenmarkt und gewann damit die Ausschreibung der SBB. Bevor der Markt am 5. Mai erstmals in seiner neuen Form stattfand, entwarf Messerli das komplette CI/CD für den Markt, inklusive Website. Für die Abwicklung des Marktgeschäfts wurde eigens die Mercato AG gegründet, die nun Teil der Messerli Group ist.

Zudem konzipierte und produzierte Messerli die modularen Stellwände und die platzsparenden Sitzbänke. Das Material bleibt unter der Woche am Bahnhof und Messerli überwacht und koordiniert jede Woche den gesamten Auf- und Abbau des Markts mit seinen wechselnden Ausstellern.

Seit dem Start im Mai hat sich der HaBe Märt als beliebter Treffpunkt etabliert. Die abwechslungsreiche Mischung aus klassischen Marktständen, Streetfood-Angebot, Barbetrieb und Unterhaltungsprogramm trifft den Zeitgeist.

**habe-maert.ch**



NEUHEIT

# Digitale Kompetenz zum Mieten

Das bewegte Bild gilt schon lange als der Blickfang schlechthin. Neu ist, dass es dank cleverer Systemlösungen nahtlos in die Architektur eines Auftritts integriert werden kann. Mit den LED-Tiles von Aluvision bietet Messerli eine solche Lösung auch zum Mieten an.

Seit rund einem Jahr führt Messerli die quadratischen LED-Tiles für das Aluvision-Rahmensystem im Mietprogramm. Genug Zeit, um die Vielseitigkeit des Produkts ausgiebig zu testen.

## Subtile Animation oder grossflächiger Screen?

Die LED-Tiles kamen bereits in verschiedenen Projekten zum Einsatz und zeigten dabei viel kreatives Potenzial. Versteckt hinter einem leicht transparenten Stoff lassen sie beispielsweise feine Animationen auf grossen Flächen zu, ohne dass äusserlich ein Materialbruch sichtbar ist. Für einen knalligeren Effekt können die Tiles aber auch zu grossen Flächen zusammengesetzt werden und so beispielsweise ganze Wände zieren. Oder sie kommen in entsprechenden Rahmen freistehend zum Einsatz.

## Günstige Lösung für animierende Messeauftritte

Hauptanwendungsbereich und eigentliche Heimat der LED-Tiles bleibt allerdings die Messehalle. Noch nie war es so einfach, Rück- oder Trennwände mit bewegten Inhalten zu bespielen und so zu einem Blickfang zu machen. Das Plug-and-play-System lässt auch hier viel Spielraum für den kreativen Einsatz der Elemente.

Da sich die LED-Tiles nahtlos in die Systemstände integrieren lassen, ermöglichen sie es Ausstellern, ohne grosse finanzielle Investitionen Moderne und Digitalkompetenz zu vermitteln. Ob sie nun animierte Botschaften transportieren oder beispielsweise ein VR-Erlebnis auf dem Messestand für mehrere Besucher sichtbar machen: Ein Blickfang sind sie garantiert.

Dank ihrer kompakten Grösse eignen sie sich auch für kleinflächige Anwendungen, wie beispielsweise auf Informationsstelen. In diesem Format ist es denkbar, sie als temporäre, digitale Wegleitung einzusetzen, beispielsweise an Events oder Hausmessen.

Mehr zu unseren smarten LED-Tiles zum Mieten: [messerli.live/led-tiles](https://messerli.live/led-tiles).

«Wir sind darauf programmiert Bewegungen besonders stark wahrzunehmen»



Juri Camagni,  
CMO Andreas Messerli AG



Integrierte Anwendung  
der Aluvision-LED-Tiles.



AR  
m

LED-TILES ZUM MIETEN

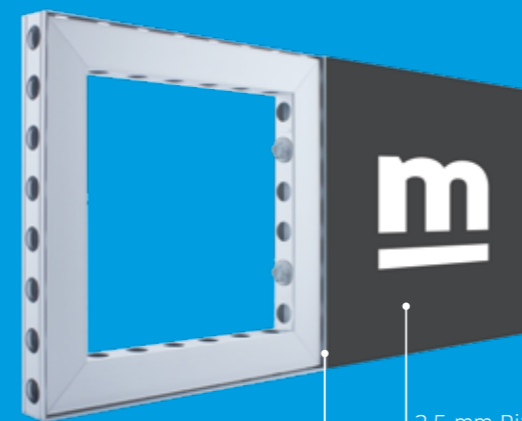
## Eine neue Dimension für Ihren Auftritt

Mit den LED-Tiles von Aluvision erweitern Sie Ihren Auftritt im Handumdrehen um eine wirkungsvolle Komponente. Realisieren Sie grossflächige Videowände oder setzen Sie gezielte Akzente mit bewegten Inhalten.

Wir beraten Sie gern, wie Sie mit unseren LED-Tiles Ihren Auftritt einen Schritt weiterbringen. Zudem unterstützen wir Sie bei der Konzeption und Produktion von geeigneten Inhalten.

### Die Vorteile auf einen Blick

- ✓ Kompakte Masse von 496 x 496 x 55 mm pro Tile
- ✓ Hervorragende Bildqualität dank Pixelpitch von 2,5 mm und Crystal-View-Technologie
- ✓ Bündiger Einbau in das Aluvision-Rahmensystem
- ✓ Weitere Module auf Anfrage verfügbar: Bilden Sie Ecken, Bögen oder Würfel
- ✓ Verwendung an Wänden, an Decken und am Boden möglich
- ✓ Schnelle, einfache und werkzeugfreie Installation
- ✓ Vielseitige Anwendungsmöglichkeiten auch losgelöst vom Messestandbau



2,5 mm Pixelpitch

Bündiger Einbau



**Carlo Angelinis Talente sind facettenreich. Der Designer gestaltet TV-Studios und Sets, Showbühnen und Corporate Events. Und stellt sich mit Leidenschaft den vielfältigen Anforderungen, die dieses breite Tätigkeitsfeld mit sich bringt.**

Unser Verhalten als Zuschauer hat sich verändert: Wir nutzen die Replay-Funktion unserer Fernseher, sehen uns Shows im Livestream an und verfolgen Events über Facebook und Instagram. Unsere Ansprüche an das, was wir zu sehen bekommen, sind gestiegen. Und mit ihnen auch die technischen Voraussetzungen, die solche Veranstaltungen erfüllen müssen. Doch was bringt uns dazu, weiterzuschauen? Dranzubleiben? Nicht wegzuklicken?

Hier kommt der Set-Designer ins Spiel. Er gestaltet mithilfe von Licht, Farben, Möbeln und anderen Faktoren ein Gesamtbild, das sowohl die Zuschauer vor Ort als auch diejenigen vor den Bildschirmen in seinen Bann zieht. Er inszeniert einen vorgegebenen Raum genau abgestimmt auf eine Idee, eine Marke, eine Firma oder ein Produkt. Dabei arbeitet er sowohl mit realen und zunehmend auch mit

virtuellen Mitteln. Nicht viele beherrschen diese subtile Kunst der perfekten Inszenierung.

Carlo Angelini, Gründer von angelini design und Mitglied der Messerli Group, hat diese Gabe. Nicht ohne Grund geniessen er und sein kleines, talentiertes Team internationales Ansehen. Studiert hat Angelini, der gebürtige Schweizer mit italienischen Wurzeln, an der Kunstakademie in Wien. Als Bühnengestalter im Theater hat er anschliessend mehrere Jahre in Deutschland gearbeitet und sich so ein grosses Wissen auf diesem Gebiet angeeignet.

Als er 2005 in die Schweiz zurückkehrte, gründete er seine Firma angelini design. Während am Anfang Showbühnen und TV-Studios noch zu seinen Haupttätigkeitsfeldern zählten, entwickelten sich seine Projekte laufend weiter. Heute ist sein Portfolio so spannend wie diversifiziert: Von Corporate Events über Museen bis hin zum Objektbau lässt sich zu fast allem etwas finden.

Geblieben ist die klare Handschrift: das perfekt orchestrierte Zusammenspiel von Farbe, Licht, Muster und Form. Besonders angetan haben es ihm die Möglichkeiten, die sich mit neuen Technologien erschliessen lassen. Vom Micro-Mapping auf kleinen Ausstellungsobjekten bis hin zu Projektionen, die ganze Showbühnen beleben.

Seine Wurzeln hat er dabei nicht aus den Augen verloren. Im vergangenen Jahr realisierte er das Studio des neuen jordanischen TV-Senders Al-Mamlaka sowie das neue Set für die Sendung «FAKT», die auf dem deutschen Sender MDR zu sehen ist. Für dieses Projekt erhielt er gar den 3. Preis bei den Eyes & Ears of Europe Awards 2018. Damit beweist er immer wieder, dass sein Denken frisch und offen für Neues ist.

So beispielsweise mit der Sonderausstellung «Heroes: Centuries of Women's Football», die er und sein Team dieses Jahr für das FIFA World Football Museum in Zürich gestalteten. Auch dort mussten sich die Besucher nicht mit Schaukästen und langen Texttafeln langweilen. Stattdessen tauchten sie in ein multisensorisches Erlebnis ein, das zum Selberentdecken einlud.

[angelinidesign.ch](http://angelinidesign.ch)



Bühnendesign mit Stage-Mapping-Elementen für den PORR-Kongress in Wien.

ANGELINI DESIGN

# Das Design-Chamäleon



Museen, TV-Studios und Events: Das Portfolio von Carlo Angelini ist sehr vielseitig.

ANGELINI DESIGN

## The design chameleon



Carlo Angelini is a multifaceted talent who designs TV studios, sets and corporate events and who passionately meets the diverse demands that come with the job.

The replay function on our TVs, live streaming and events followed on social media have changed our viewing behavior, and have also raised our demands on what we see. What compels us keeping watching and not click away? The set designer uses light, color, furnishings and other factors to create an appearance to draw in those viewing on site and on screen. A space is staged to suit an idea, brand, company or product, using both real and virtual means.

Carlo Angelini, «angelini design» founder and member of the Messerli Group, has the indispensable talent, which is reflected in the international respect he garners along with his team. Following a career in theatre set design, his diverse portfolio today includes TV set design, corporate events, museums and construction projects. His unmistakable signature is on all he does, the perfect interplay of color, lights, texture and shape. He embraces the possibilities offered by new technologies, from micro-mapping for small exhibition objects to projections enlivening entire show stages to create a multisensory experience.



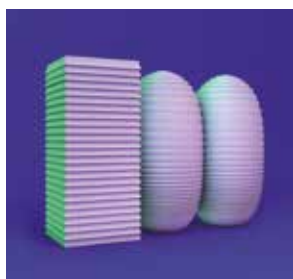


**14.11.-17.11.2019**

**neue räume 19**

In der ABB-Eventhalle 550 in Zürich Oerlikon findet bereits die zehnte Ausgabe der Interior-Design-Ausstellung statt. Nationale und internationale Aussteller zeigen ihre aktuellen Kollektionen.

# neueraeume  
@ neueraeume



**1.1.-31.12.2019**

**100 Jahre Bauhaus**

Zum 100-jährigen Jubiläum finden in Deutschland und der Schweiz zahlreiche Kulturveranstaltungen statt.

# bauhaus100  
@ bauhaus100



Foto: Messe Düsseldorf / ctilmann

**16.-20.02.2020**

**20. EuroShop Düsseldorf**

The World's No. 1 Retail Trade Fair. Über 2000 Aussteller erwarten die Fachbesucher.

# EuroShop  
@ euroshoptradefair

**messerli**

**Brandworld** - das Kundenmagazin der Andreas Messerli AG

Andreas Messerli AG  
Motorenstrasse 35  
8623 Wetzikon  
Schweiz

Telefon +41 43 931 43 43  
info@messerli.live  
messerli.live

**Redaktion** Juri Camagni, Mirjam Dietrich, Nadia Caruzzo  
**Text** Mirjam Dietrich, Sarah Albertani  
**Konzept** SNK Identities AG  
**Gestaltung** Maurice Friedrich  
**Druck** pmc print media corporation, Oetwil am See  
**Aboservice** abo@messerli.live

**Titelseite** Installation «Côte à Côte» von Vincent Morisset. Ursprünglich für den Peace Park in Montreal konzipiert. © Digital Arts Association

**Abdruck nur mit Erlaubnis des Herausgebers.**

**MESSERLI ONLINE**

Haben Sie eine Printausgabe unseres Kundenmagazins «Brandworld» verpasst? Sie können die Leitartikel in unserem Blog nachlesen.

[messerli.live/blog](https://messerli.live/blog)

Mit unserem elektronischen Newsletter «move on» erhalten Sie regelmässig spannende Berichte und Infos über unsere laufenden Projekte und Events. Einfach anmelden unter:

[messerli.live/newsletter](https://messerli.live/newsletter)

**MESSERLI SOCIAL MEDIA**

[messerli.live/youtube](https://messerli.live/youtube)

[messerli.live/facebook](https://messerli.live/facebook)

[messerli.live/instagram](https://messerli.live/instagram)

[messerli.live/spotify](https://messerli.live/spotify)

**Messerli-AR-App**



**Wie funktioniert Augmented Reality mit der Messerli-App?**

Laden Sie zuerst die neueste Version der Messerli-App auf Ihr Smartphone oder Ihr Tablet herunter. Nachdem Sie die App installiert und gestartet haben, richten Sie die Kamera Ihres mobilen Geräts auf Bilder, die mit einem «m»-Symbol versehen sind. Sobald die App das Bild gescannt und erkannt hat, können Sie die jeweiligen Inhalte mit den virtuellen Schaltflächen starten.

**How does augmented reality work with the Messerli app?**

Download the latest version of the Messerli app to your smartphone or tablet. After installation, simply hold your mobile device over the images marked with «m». Once the Messerli app recognises the image, you can launch the contents via the virtual buttons.