

messerli

brandworld

with English summary



#15 NEU BEGEGNEN
OKTOBER 2020

Agil und flexibel bleiben



Index

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

Geschätzte Leserinnen und Leser

Die sprichwörtliche Kristallkugel: Wie gerne hätten wir in den letzten Monaten einen Blick in unsere Zukunft erhascht. Doch die Zukunft bleibt ein Mysterium. Daran hat auch Corona nichts geändert. Unsere einzige Gewissheit ist: Es wird weitergehen. Flexibilität bleibt daher unser bester Ratgeber.

Zum Glück sind die Vertreter der Kultur- und Veranstaltungsbranche Meister im Flexibelbleiben! «Wir kriegen das hin» gehört zu unserem Grundwortschatz. Nicht umsonst gehört die «can-do-Mentalität» auch zu den Kernwerten von Messerli. Virtuelle oder hybride Events, Autokinos, Pedalo-Konzerte: Unsere Branche hat bereits bewiesen, dass Veranstaltungen auch unter den neuen, sich stetig ändernden Bedingungen möglich sind.

Und komplett im Dunkeln tappen müssen wir glücklicherweise nicht. Clevere Köpfe wie Dr. Martina Kühne beschäftigen sich intensiv mit der Zukunft. Im Brandworld-Interview reflektiert sie die kurz- und langfristigen Veränderungen, welche die Pandemie mit sich bringt. Für weitere Lichtblicke sorgt das Zürcher Künstlerkollektiv Projektil, das mit seinen Lichtinstallationen Menschen berührt. Ausserdem zeigen wir, wie unsere Schwes-tergesellschaft Mediarent im Gruppenverbund hybride Events zum Erfolg führt.

Also: Lassen Sie uns flexibel bleiben! Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen.

A. Messerli
Andreas Messerli

Dear Readers,

How we would have loved to have caught a glimpse of the future over the past few months, gazing into the proverbial crystal ball. But the future remains a mystery, and even coronavirus hasn't changed that. The only certainty is that it is set to continue. Flexibility therefore remains our best guide.

Fortunately, those involved in the culture and events sector are masters in flexibility! «We can do this» is part of our core vocabulary. It's no coincidence then that a can-do attitude is also one of Messerli's core values. Just think of all those virtual or hybrid events, drive-in cinemas and pedalo concerts, to name but a few: our industry has proven that it's possible to hold events even under the new, constantly changing conditions.

And fortunately we don't have to remain completely in the dark. Clever minds like Dr Martina Kühne are giving a lot of thought to the future. In the Brandworld interview, she reflects on the short and long-term changes that the pandemic has brought with it. Further rays of hope are provided by Projektil, the Zurich artists' collective, which dazzles people with its light installations. We will also show how Mediarent, our sister company in the Group, is making hybrid events a success.

So, remember to stay flexible! I hope you enjoy reading this edition.

«Es wird Nachholbedarf geben.»



DR. MARTINA KÜHNE
Co-Gründerin von Kühne Wicki / Future Stuff

«Der Wert des persönlichen Austausches und des spontanen Zusammentreffens wird uns mehr denn je bewusst.»

Dr. Martina Kühne

Die Corona-Krise hat die Welt zur Veränderung gezwungen. Bleiben Live-Erlebnisse im Geschäftsalltag wichtig? Oder treffen wir uns in Zukunft nur noch online? Dr. Martina Kühne erforscht seit vielen Jahren den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel und wagt im Interview einen Ausblick.

Frau Dr. Kühne, wie hat die Pandemie Ihren Arbeitsalltag verändert?

Das Interesse an der Zukunft und der Zukunftsforschung ist in den letzten Monaten massiv gestiegen. Viele Unternehmen sowie ihre Entscheidungsträger haben realisiert: Wer sich mit den Trends von morgen und übermorgen auseinandersetzt und entsprechende Szenarien entwickelt, kann im Heute bessere Entscheidungen fällen. Insofern ist ein besseres Verständnis von zukünftigen Entwicklungen eben nicht nur «nice to have», sondern ein Must-have – gerade in so unsicheren Zeiten, wie wir sie momentan erleben. Diese Erkenntnis beschert uns zum einen erfreulicherweise viel Arbeit. Zum anderen erledigen wir unsere Arbeit teilweise anders als vor der Pandemie. Wir sind weniger unterwegs, reisen weniger und führen dafür viele Gespräche, Meetings oder Konferenzen virtuell durch.

Was wird sich nach dieser einschneidenden Erfahrung nachhaltig in der Kommunikation verändern?

Trends, die sich bereits vorher in der Kommunikation abgezeichnet haben, werden nun beschleunigt. Eine grosse Mehrheit der Menschen hat im Lockdown mit digitalen Kommunikationstechnologien herumexperimentiert und selber erfahren, was funktioniert und was nicht. Wer Technik und Tools beherrscht, kann heute online beispielsweise gute Gespräche führen, Interaktionen erzeugen und zügig Meetings durchführen. Zugleich wird uns der Wert des persönlichen Austausches und des spontanen Zusammentreffens mehr denn je bewusst. Mal spontan in der Kaffeepause mit dem Kollegen eine gute Idee aushecken oder beim Lunch neue Projekte anreissen – solche Dinge finden im Homeoffice viel weniger statt.

Reicht eine solche Pandemie, um kulturell stark verwurzelt Verhalten dauerhaft zu verändern?

Kein Händeschütteln, keine Küsschen, keine gemeinsamen Kaffeepausen – tatsächlich sind bereits viele liebgewonnene Rituale der Pandemie zum Opfer gefallen. Dabei sind solche für uns Menschen eben sehr wichtig, sie geben Orientierung und Sicherheit, sind wichtig für den Zusammenhalt. Sie werden also nicht einfach verschwinden, aber sie werden sich



Martina Kühne (r.) und Senem Wicki (l.) machen die Zukunft für Organisationen greif- und begreifbar.

verändern. Nehmen wir das Beispiel der Begrüssungsrituale: Ihre zentrale kulturelle Bedeutung (Kontakt herstellen, Vertrauen schaffen etc.) bleibt, doch in der Art und Weise, wie sie ausgeführt werden (Fist Bump statt Hände reichen, verneigen statt abküssen) sind die Menschen erfinderisch. Zumal die drei Begrüssungsküsschen für viele Menschen schon vor Corona zu viel und zu intim waren.

Gibt es Erfahrungszahlen, wie lange eine solche Pandemie gesellschaftlich nachstrahlt? Die Spanische Grippe kennt man ja nur noch aus den Geschichtsbüchern.

Eine globale Pandemie, die alles lahmlegt? Ein solches Szenario gehörte für die meisten von uns bis anhin nicht nur in die Geschichtsbücher, sondern in einen Science-Fiction-Film. Nun ist die Pandemie im Eilzugtempo zum realen Szenario geworden. Und weiterhin ist ungewiss, wie lange sie noch dauern wird. Wir befinden uns also nach wie vor in einem Ausnahmezustand, in einem riesigen sozialen Experiment.

kühne wicki

Martina Kühne und Senem Wicki erforschen den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel. Aus ihrer Arbeit für namhafte Think Tanks wissen sie, dass viele Menschen innovativ sein wollen - aber nur wenige es wagen, Veränderung auch wirklich herbeizuführen. Die Corona-Krise hat die Welt zur Veränderung gezwungen. Was dies für die Zukunft bedeutet, analysieren die beiden Trend- und Zukunftsforscherinnen zusammen mit ihrem internationalen Netzwerk aus Design, Wirtschaft und Wissenschaft. Als Co-Gründerinnen von «Kühne Wicki / Future Stuff», einem interdisziplinären Büro für Zukunftsfragen in Zürich, machen sie die Zukunft für Unternehmen und Organisationen schon heute greif- und begreifbar.

kuehnewicki.com

Welche Trends hat Corona Ihrer Ansicht nach beschleunigt?

Die Möglichkeiten der Digitalisierung, welche von Zukunftsforschern schon seit Jahren angepriesen werden, wurden nun endlich grossflächig genutzt. Zum Beispiel im Bereich der Arbeit: flexiblere Arbeitszeiten, mehr Homeoffice, weniger Pendeln. Nun haben es viele, auch zukunftskeptische Arbeitgebende sowie Arbeitnehmer/innen ausprobiert und können die Zukunft der Arbeit basierend auf ihren Erfahrungen neu ausgestalten, innovative Arbeitsformen etablieren, eine bessere Work-Life-Balance definieren etc. Dasselbe beim Thema Einkaufen: Online-Shops, Food Delivery oder Contactless Payment sind nun für die meisten Menschen keine futuristischen Fremdwörter mehr.

Wir glauben weiterhin an die persönliche Begegnung und die Einzigartigkeit des Live-Erlebnisses. Ist das in Zukunft noch gefragt?

Und ob! Wir Menschen sind soziale Wesen und die Zeit des Lockdowns hat uns auch gezeigt, wo die Grenzen der Technologie, der Digitalisierung, des Virtuellen liegen. Doch in Zukunft wird es weniger darum gehen, das eine gegen das andere auszuspielen (z.B. das Live-Konzert gegen die Streaming-Plattform). Vielmehr geht es darum, das Angebot an möglichen Erlebnisformaten auszuweiten. Balkon- oder Drive-in-Konzerte, Youtube-Wohnzimmerständchen – viele Menschen waren in den letzten Monaten durchaus kreativ und haben neue Erlebnisformen entwickelt.

Wie sehen die Events und Messen der Zukunft aus?

Wir gehen davon aus, dass wir noch eine Weile mit dem Virus leben werden und wir unsere Umwelt entsprechend anders bauen und gestalten müssen. Dabei spielt das Design und die Frage, wie wir unsere Städte und Quartiere, Läden und Freizeitparks, aber eben auch Events und Messegelände in Zukunft designen werden eine entscheidende Rolle. Abstands-App und Designer-Schutzmasken sind erste Ansätze, aber für grosse Messe-, Konzert- oder Sportveranstalter/innen werden die Massnahmen noch weiter gehen müssen. Das wird herausfordernd, weil vermutlich auch unbeliebte Massnahmen ergriffen werden müssen. Das kann zum Beispiel über begrenzte Besucherzahlen gehen, über flächendeckende Tests oder über intelligente Messeausweise, die Bewegungsprofile aufzeichnen. Das klingt nicht angenehm - aber wiederum: Wer hätte Anfang Jahr schon gedacht, dass wir nun mit Schutzmasken im ÖV unterwegs sind?

Was ist Ihrer Ansicht nach notwendig, damit Messen und Events weiterhin attraktiv bleiben?

Die Themen Gesundheit, Nachhaltigkeit, aber auch die Verschmelzung von Analog und Digital werden weiter an Bedeutung gewinnen. Bleiben wir beim Thema Gesundheit: Viele Eventserlebnisse sind heute nach wie vor durch enge Platzverhältnisse, stickige Luft und schlechtes Licht geprägt. Wie können Eventelemente aussehen, die diese Faktoren in Zukunft mitdenken? Die im Sinne von Nachhaltigkeit zudem weniger Energie- und Materialverbrauch erzeugen? Und was ist mit Messen, die analog und zugleich auch digital durchgeführt werden? Aktuell sehen diese Konzepte noch unreif aus, aber da gibt es noch Luft nach oben.

Können digitale Angebote in Zukunft das Gleiche leisten wie persönliche Begegnungen?

Digitale Angebote müssen nicht zwingend das Gleiche leisten. Sie sind auch nicht per se besser oder schlechter, sondern sie sind eine andere Form. Viel entscheidender als die Form scheint mir allerdings der Inhalt eines Events oder einer Messe. Ist dieser banal oder langweilig, dann wird das Ganze auch in digitaler Form nicht besser. Ist dieser jedoch spannend, findet man immer Wege, um das Analoge und das Digitale miteinander zu verbinden und Wow-Erlebnisse zu erzeugen.

«Die Themen Gesundheit, Nachhaltigkeit, aber auch die Verschmelzung von Analog und Digital werden weiter an Bedeutung gewinnen.»

Dr. Martina Kühne

Glauben Sie, dass sobald eine Impfung verfügbar ist, die Menschen wieder ins alte Leben zurückfinden werden?

Alles wird nicht anders, aber einiges schon. Um nochmals beim Beispiel der Events zu bleiben: Wer merkt, dass er oder sie Grossveranstaltungen momentan nicht vermisst, wird in Zukunft auch geimpft nicht mehr unbedingt hingehen und kleinere, dezentralere Formate bevorzugen. Doch ein leidenschaftlicher Fussballfan will die Spiele schnellstmöglich wieder live im Stadion verfolgen. Ein passionierter Musiker will wieder ins Konzertlokal. Public Events lassen die Menschen aus dem Alltag ausbrechen, strukturieren das Jahr (Fussball-WM, Musikfestivals etc.), ermöglichen zufällige Begegnungen, erzeugen grosse Gefühle und Wow-Momente. Und auch die Geschäftswelt wird sich auf Messen, Kongressen und Corporate Events wieder treffen, austauschen und vernetzen. Es wird nach der Corona-Krise einen Nachholbedarf geben.

COVID AND THE FUTURE

Backlog demand to be expected

Interest in futurology has grown enormously in the past few months due to the coronavirus crisis, according to Dr Martina Kühne, co-founder of Kühne Wicki/Future Stuff. Many companies have understood that analysing trends, such as growing interest in health and sustainability, and the merging of the physical and digital worlds, has become necessary to anticipate the future.

Forms of communication have already changed in recent times (online meetings, home office, virtual events), but the trend has accelerated exponentially during the pandemic. Nevertheless, personal encounters, greeting rituals and spontaneous social exchanges are important for humans and will remain so. They will only change slightly as they adapt to the current situation (e.g. bowing slightly instead of exchanging kisses to greet each other). The experience of the restrictions due to the pandemic has even increased the awareness of how important personal exchanges and spontaneous get-togethers are. Humans are social beings and the lockdown has shed light on both the possibilities (such as food delivery, online shopping) and limitations of technology. But people got creative and introduced new forms of encounters and experiences, such as drive-in concerts and YouTube music sessions from the living room.

Events and trade fairs will have to be adapted in the future to allow safe and sustainable encounters of large numbers of people again. Digital offers will remain an alternative, but a coronavirus vaccine will eventually allow people to go to live concerts and see their favourite football team in the stadium again. Expect loads of backlog demand!



Foto: Daniel Schmuki

In Szenario- und Strategie-Workshops finden sie mit ihren Kunden mögliche Wege in die Zukunft.

EXHIBITS

Im Kleinen Grosses bewegen

Tornos fällt auf! An der EMO 2019, der Weltleitmesse der metallverarbeitenden Industrie, zeigte der helle, architektonisch anspruchsvolle Auftritt deutlich: Hier kann man höchste Qualität erwarten.

Messerli erhielt den Auftrag, das in den Vorjahren entwickelte, modulare Messekonzept mit kleinen, aber wirkungsvollen Anpassungen weiter zu optimieren. So erhielt neu die gesamte Standarchitektur eine geschwungene Linienführung, damit Bauten, Möbel, Blenden und Ausstellungsstücke ein dynamisches Ganzes bildeten. Ausserdem wurde die Zonierung auf dem Messestand klarer und grafische Elemente wurden wirkungsvoller eingesetzt. Das neue Halo-Element aus dem Key-Visual findet sich in mehreren Lichtinstallationen wieder, was den harmonischen Gesamteindruck unterstützt.

Für den Hersteller von Langdrehautomaten und Mehrspindeldrehmaschinen ist die Messe EMO eine wichtige Plattform. Die Präsentation der jüngsten Innovation, der SwissNano 7, war daher ein besonderes Highlight auf dem Stand. Mit einer humorvoll inszenierten Selfie-Station im Stil eines Fitness-Studios bewies Tornos, dass die SwissNano-Familie

nun noch stärker geworden ist. Eine grossflächige LED-Wand bildete zudem einen signalstarken, bewegten Hintergrund für die Produktpräsentation.

Messeauftritt mit Mehrwert

An der EMO gelang es dem Unternehmen, wertvolle Kontakte in die verschiedensten Branchen zu knüpfen. Dieser Vielseitigkeit der Tornos-Lösungen trugen liebevoll inszenierte Schaukästen mit integrierten Touchpads Rechnung.

An verschiedenen, gut besuchten Präsentationen zeigte Tornos zudem, dass sie auch beim wichtigsten Trend der Fertigungsindustrie ganz vorne mit dabei sind: bei der Vernetzung von Maschinen, Automationslösungen, Systemen und Software.

Nach der sechstägigen Messe zog das Unternehmen eine sehr positive Bilanz und freute sich über viele Standbesuche von bestehenden, aber vor allem auch von neuen Kunden aus verschiedenen Marktsegmenten.

tornos.com

messerli.live/exhibits



Mit kleinen Anpassungen gewinnt der Auftritt von Tornos an Strahlkraft.



1 Die geschwungene Linienführung zieht sich konsistent durchs ganze Standdesign.

2 Eine Selfie-Station bezieht Besucher ins Geschehen mit ein – und entlockt ihnen ein Lächeln.

3 Produktvitrinen mit Touchdisplays zeigen vielseitige Anwendungsbereiche auf.

4 Wie fein die produzierten Teile sein können, zeigen die Schaukästen auf.

EXHIBITS

Small changes, big impact

Tornos is turning heads! At EMO 2019, the global trade fair for the metalworking industry, their bright, architecturally sophisticated booth clearly demonstrated that Tornos stands for top quality.

Messerli was tasked with making small but impactful changes to further optimise the existing modular trade fair concept. Rounded edges were added to every aspect of the booth architecture so that all of the structures, furniture, screens and exhibits created a dynamic whole. The booth's zoning was also more clearly defined and graphical elements were implemented more effectively. The new halo element from the key visual is now reflected in multiple lighting installations, which further underlines the harmonious overall impression.

EMO is an important platform for the manufacturer of sliding-headstock lathes and multi-spindle lathes. The presentation of their latest innovation, SwissNano7, was therefore one of the Tornos' main highlights. With a humorous selfie station that was designed to look like a fitness centre, Tornos demonstrated that the SwissNano family has become even stronger. Furthermore, the large-scale LED wall created a communicative, dynamic background for product presentations.

At EMO, the company was able to make valuable contacts with clients from a wide variety of industries. Carefully staged display cases with integrated touchpads reflected the versatility of the Tornos solutions. At various presentations Tornos also demonstrated that they are a frontrunner when it comes to the most important trend in the manufacturing industry: networking of equipment, automation solutions, systems and software. The six-day trade fair was extremely successful for the company and they were pleased with how many existing and potential customers from a wide range of market segments visited their booth.

EVENTS

Interaktive Themenausstellung zum cleveren Umgang mit Daten

Swisscom veranstaltet jährlich die Eventreihe **Swisscom Dialog Arena**. In Luzern, Lausanne und in Lugano kommen Geschäftskunden, Experten und Partner zusammen, um sich über digitale Zukunftsvisionen auszutauschen. Beim diesjährigen Anlass im Kultur- und Kongresszentrum Luzern präsentierte sich Swisscom mit wegweisenden Referaten und interaktiven Erlebnissen zum Thema «Data Driven Business».

Swisscom zeigte, wie Unternehmen, getrieben durch Daten, ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen und sich weiterentwickeln können. Um den Besucherinnen und Besuchern dieses Thema auch zwischen den Referaten näherzubringen, verwandelte Messerli den Networking-Bereich im Luzerner Saal in eine Themenausstellung mit Lounge. Dort inszenierte Messerli Bereiche mit interaktiven Inhalten zum «Speichern», «Bearbeiten und Analysieren», «Schützen» sowie «Transportieren» von Daten. Jeder Bereich überraschte mit spannend aufbereiteten Konzepten oder konkreten Praxisbeispielen.

Themenausstellung mit interaktiven Inhalten

Zum Thema «Daten schützen» erlebten die Besucher anhand einer Live-Demonstration, wie sich Hacker im Darknet bewegen und wie schnell sie sich Zugang zu sensiblen Daten von Unternehmen verschaffen können. Anhand von Realtime Crowd Insight zeigte Swisscom zum Thema «Daten bearbeiten und analysieren», wie schnell Besucherdaten erfasst, analysiert und mit ihrer Hilfe geordnet und dargestellt werden können. Die Besucherinnen und Besucher stellten sich dazu vor einen Bildschirm, der anhand von Gesichtserkennungs-Technologie ihr Alter und ihre Stimmung erkannte.

In der Mitte des Ausstellungsbereichs war zudem digitale Kunst von Noow Art zu bewundern. Die Kunstwerke wurden dabei durch individuelle Musik akustisch untermalt. Der Clou war, dass man diese nur hörte, wenn man im gekennzeichneten Bereich unter einer Sound-Dusche stand.

Erfolgreiche Zusammenarbeit, die sich auszahlte

Um die verschiedenen Besuchererlebnisse stringent miteinander zu verweben, zeichnete Messerli für die Konzeption, das Design und die Umsetzung des gesamten Raums verantwortlich. Zusätzlich zur Gesamtprojektleitung erstellte Messerli auch den Content für verschiedene digitale Anwendungen.

Mit diesem Anlass positionierte sich Swisscom als Innovationsführer und weckte das Vertrauen und Interesse seiner

Kunden. Er zeigte zudem eindrücklich, welche Rolle Daten für die Entwicklung eines Unternehmens spielen. Swisscom bewies sich als erfahrener Partner im Umgang damit, der seine Kunden zum Erfolg in der digitalisierten Welt führt.

swisscom.ch

messerli.live/events



Mit VR-Brillen tauchten die Besucher ganz in das Thema ein.



Die clevere Kombination von Bewegtbildern und Grafiken half den Besuchenden beim Verstehen komplexer Sachverhalte.



An verschiedenen Demonstrationen thematisierte Swisscom die Sicherheit von Daten.

EVENTS

Interactive themed exhibition on smart data handling

Swisscom hosts the Swisscom Dialog Arena events annually. Business customers, experts and partners gather to discuss their visions for the digital future. At this year's event at KKL Lucerne, Swisscom hosted ground-breaking talks and interactive experiences focussed on data-driven business.

Swisscom demonstrated how data-driven companies can increase their competitiveness and further develop their services. To give attendees a better understanding of the topic, Messerli transformed the event hall's networking area into a themed exhibition with a lounge, including areas with interactive content on storing, processing and analysing, protecting and how quickly sensitive corporate data can be

accessed. As for «processing and analysing data», Swisscom used real-time crowd insights to demonstrate how quickly user data can be collected, analysed and visualised.

The exhibition area also provided a space for attendees to admire digital art from noow.art. Each work of art was paired with selected music. The trick was that you could only hear the music if you stood in the marked area under the «sound shower».

Messerli was responsible for the design of the entire space where the various user experiences could be consolidated, and also created the content for the various digital applications. The event allowed Swisscom to position itself as an innovation leader and arouse the interest of its customers, showing clearly what role data plays in a company's development. Swisscom has proved to be an experienced partner, leading its customers to success in the digitised world.

BRAND SPACES

Soft-Renovation für verwaiste Bar

Sie war zu einem selten genutzten Ort geworden: die Küche mit Bar im Palm House Wetzikon. Höchstens noch zum «Schüblig-Ziistig» füllten frohes Treiben und der Geruch von feinem Essen den Raum. Eine Soft-Renovation hauchte ihm mit wenigen Eingriffen neues Leben ein. In der Cantinetta trifft man sich jetzt gerne zum Essen, Plaudern oder Entspannen.

Das Messerli-Design-Team stand vor der Aufgabe, den dunklen Raum mit begrenzten Mitteln aufzuwerten. Herzstück der neuen Cantinetta sollte der intelligente Kühlschrank von FELFEL werden, der die Mitarbeitenden täglich mit einer Auswahl frischer Menüs verwöhnt. Dementsprechend luftig und modern sollte der neue Raum werden. Da aber weder Eingriffe in die Bausubstanz noch grössere Änderungen an der bestehenden Einbauküche möglich waren, griff das Team tief in die Trickkiste.

Clevere Raumteilung und viel mehr Licht

Der herausfordernde Grundriss des Raumes wurde optisch in die Bereiche Ausspannen, Essen und Kochen unterteilt. Der einzige Fensterplatz hebt sich dank einem Einbaupodest ab und lädt so zum Entspannen ein. Ein Raumtrenner aus Holzlamellen separiert den Eingangsbereich und schafft so gemütliche Nischen zum Essen, ohne dem Raum etwas von seinem luftigen Ambiente zu nehmen.

Mit nur einem Fenster war Licht akute Mangelware in dem Raum. Jetzt nimmt eine hinterleuchtete Grafik eine ganze Wand ein und sorgt so als indirekte Lichtquelle für mehr Gemütlichkeit. Weitere Lichtinstallationen aus LED-Lichtstreifen an Decke und Wänden sorgen ebenfalls für mehr Helligkeit und wirken als interessanter Blickfang. Für die Küchenkombination gab es neue Holzbeschläge, um sie dem neuen Look anzupassen.

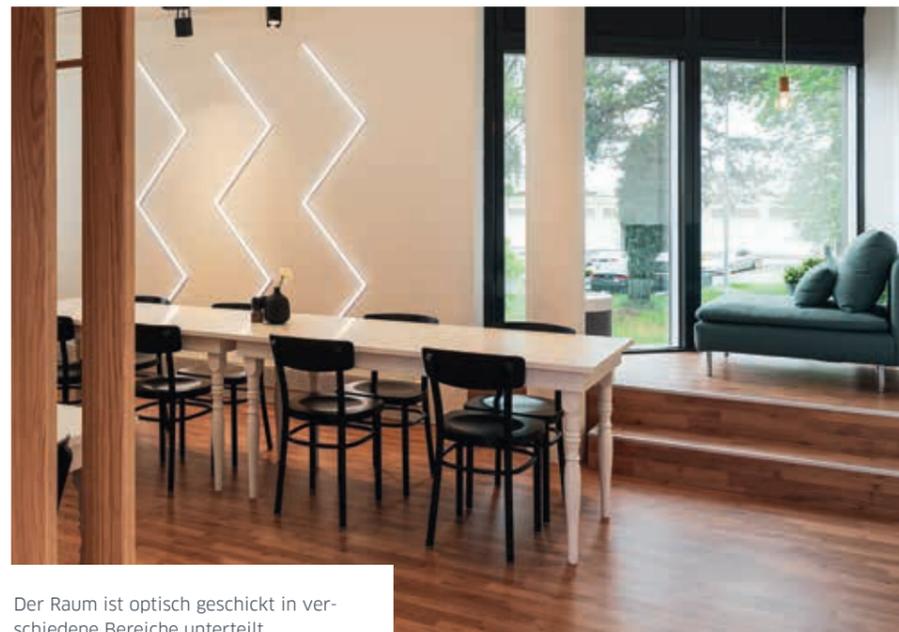
Geselligkeit und Genuss

Seit der Inbetriebnahme locken die Leckereien aus dem FELFEL-Kühlschrank jeden Tag viele Mitarbeitende in den Pausenraum. Auch der eine oder andere Business-Lunch «am FELFEL» mit externen Besucherinnen und Besuchern fand bereits statt. Und während man sich durchs abwechslungsreiche Menü der Woche probiert, verblasst die Erinnerung an den einst leeren, dunklen Raum schnell. Aus dem Alltag vieler Mitarbeitenden ist die Cantinetta bereits nicht mehr wegzudenken.

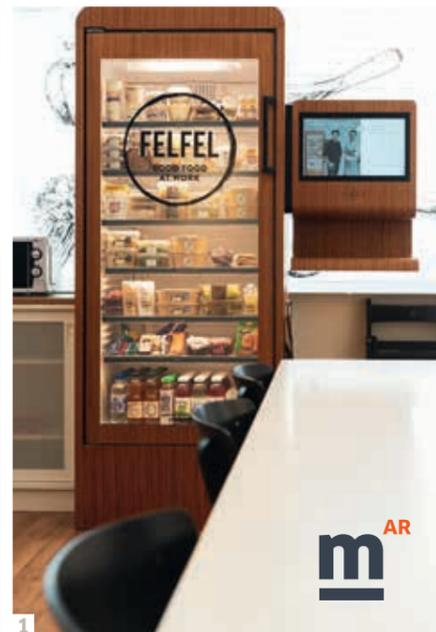
messerli.live

messerli.live/brand-spaces

1 FELFEL verwöhnt die Mitarbeitenden mit einer Auswahl täglich frischer Menüs aus dem Selbstbedienungskühlschrank.



Der Raum ist optisch geschickt in verschiedene Bereiche unterteilt.



1

AR
m



Die Cantinetta ist aus dem Alltag der Mitarbeitenden nicht mehr wegzudenken.

BRAND SPACES

Soft renovation transforms a deserted kitchenette

The kitchenette in the Palm House in Wetzikon was an extremely underused location. A soft renovation was able to breathe new life into the space with just a few changes. The new break room is now the perfect place to grab a bite, have a chat or simply relax.

The Messerli Design Team was tasked with upgrading the poorly lit room on a limited budget. An intelligent refrigerator from FELFEL that offers employees a selection of fresh, pre-packaged meals every day was to be at the heart of the new break room. The aim was to make the new space airy and modern to match. However, as they were not allowed to

do any actual remodelling of the space or make any major changes to the fitted kitchen, the team had to pull out all their tricks.

The challenging layout of the space was visually divided into separate areas for relaxing, eating and cooking. A raised platform was installed by the only window in the room, transforming this space into an inviting spot to kick back and relax. The team installed partitions made of wooden panels that separate the entrance area from the rest of the room and create cosy spaces for employees to eat while still maintaining an airy feel.

Since it was introduced, the FELFEL refrigerator has attracted numerous employees to the break room with its tasty dishes and snacks. The company has even had a few business lunches with external visitors «at the FELFEL».



Messerli realisierte den Greenscreen für die Videoaufnahmen.

DIGITAL EXPERIENCE

Digitale Umsetzung eines Messeauftritts

Mit dem Entscheid, dass die Fachmesse Interpack 2020 auf 2021 verschoben wird und damit eine physische Präsenz in diesem Jahr unmöglich war, wollte sich der Industriekonzerne Bühler AG nicht abfinden. Kurzerhand wurde die Idee entwickelt, den Messeauftritt auf eine virtuelle Plattform zu verlegen und so den Besuchenden Zutritt zu den neusten Innovationen aus dem Hause Bühler zu verschaffen.

Für die Umsetzung des Vorhabens wurde im Cubic Innovation Campus der Bühler AG in Uzwil ein grosser Greenscreen aufgebaut. Dieser diente als Hauptbühne für die verschiedenen Präsentationen, welche via Livestream auf der eigens dafür eingerichteten Plattform Bühler Virtual World eingespielt wurden. Ergänzt wurden die Inhalte mit virtuellem Standrundgang sowie eingespielten Videobotschaften.

Für das Gesamtkonzept zeichnete die Agentur Cueconcept verantwortlich. Für dessen Umsetzung holte sich die Bühler AG Unterstützung bei zwei Unternehmen der Messerli Group: Die Produktion der Greenscreen-Inhalte und die Realisation des Livestreams wurden von der Dr.W.A. Günther Media Rent AG verwirklicht. Die Andreas Messerli AG begleitete das Projekt bei der Planung und der Realisation des Greenscreens.



1



2

An der Veranstaltung nahmen insgesamt über 24000 Personen (unique visitors) aus 164 Ländern teil. Im Nachgang wurden die Inhalte so aufbereitet, dass sämtliche Präsentationen und Videos zum Download auf der Medienbibliothek der Bühler Virtual World verfügbar und abrufbar bleiben.

buhlergroup.com

messerli.live/digital-experience

- 1 Beim virtuellen Standbesuch vermittelte Bühler die neusten Trends und Innovationen.
- 2 Statt einen Besuch am Messestand konnten Interessierte einen Termin für ein virtuelles Meeting vereinbaren.

Sind hybride Events unsere Zukunft?

Das Veranstaltungsverbot zum Höhepunkt der Corona-Krise forderte Unternehmen, neue Formen der Kommunikation zu finden. Livestreams, Video-Calls und virtuelle Präsentationen sind salonfähig geworden.

Mit der zunehmenden Kompetenz auf Unternehmens- und Nutzerseite eröffnen sich neue Möglichkeiten, Veranstaltungen zu planen. Hybride Events finden nicht nur am Veranstaltungsort, sondern auch im Netz statt. Das bietet die Chance, die Reichweite des Anlasses zu vergrössern. Zudem lässt sich die Wirkungsdauer verlängern, indem Inhalte online verfügbar bleiben.

Damit das funktioniert, muss diese Dualität bereits in der Konzeption berücksichtigt werden. Ein Besucher / Eine Besucherin, der /die nicht vor Ort sein kann oder will, wird das Online-Angebot nur nutzen, wenn ihm/ihr die Inhalte einen Mehrwert bieten. Gleichermassen bedarf es laufender Kommunikation und Pflege der Online-Inhalte, damit das Angebot nicht im Netz verwaist.

In Zukunft ist die Frage also nicht «Live oder virtuell?», sondern «Wie lassen sich Inhalte in beiden Welten attraktiv vermitteln?».

Mehr dazu ab Seite 22.

DIGITAL EXPERIENCE

A trade fair booth goes digital

After Interpack 2020 was postponed to 2021, Bühler AG, the industrial manufacturing group, refused to accept the idea that it would not have an opportunity to present its products. They quickly developed the idea of moving their trade fair booth to a virtual platform in order to provide visitors access to Bühler's latest innovations.

To make this virtual trade fair possible, a large green screen was installed at Bühler AG's Cubic Innovation Campus in Uzwil. The screen served as the main stage for various presentations that were broadcast as a live stream on the Bühler Virtual World platform, which was created specifi-

cally for this purpose. In addition to these presentations, the event included a virtual tour of the booth and corresponding video messages.

The agency cueconcept was responsible for the overall concept. To execute this concept, Bühler AG relied on the support of two Messerli Group companies: Dr.W.A. Günther Media Rent AG was responsible for production of the green screen content and implementation of the livestream. Andreas Messerli AG managed the project during the planning stage and helped with the implementation of the green screen.

More than 24,000 unique visitors from 164 countries participated in the event. Afterwards, the content was prepared so that all presentations and videos could be accessed on the Bühler Virtual World media library and downloaded.

CORPORATE SERVICES

Sicher unterwegs

Seit 2016 setzen die Vaudoise Versicherungen für die Realisation ihrer Auftritte an Schweizer Publikumsmessen auf das Team von Messerli. Das flexible Standkonzept erlaubt es, stets aktuell zu kommunizieren und dabei die Kernthemen Mobilität und Schutz zu vermitteln.

Im Rahmen eines Full-Service-Angebotes realisierte Messerli den Auftritt seither an sechs bis zehn Schweizer Messen pro Jahr. Der modulare Stand wird nach jeder Messe demontiert, eingelagert und wieder für die nächste Messe aufbereitet.

Der Messeauftritt ist mit seiner grünen Blechfassade an einen Frachtcontainer angelehnt. Er beherbergt eine gemütliche Wohnsituation – und nimmt diese überall hin mit. Komplett ausgestattet mit Briefkasten und Vogelhäuschen lädt er die Besucher/innen ein, sich wie zu Hause zu fühlen. Mit wenigen dekorativen Handgriffen lässt sich der Messestand auf neue Themen anpassen.

Neustes Highlight am Messestand ist die digitale Slotmaschine, die Messerli mit entwickelte. Sie animiert die Messebesucher zum Mitmachen an verschiedenen Wettbewerben. Dank der intuitiven Handhabung per Touchscreen ist die Teilnahme sehr einfach und Vaudoise profitiert von vielen Kundenkontakten.

Neben dem Handling des Messestandes unterstützt Messerli Vaudoise auch bei der Umsetzung von Sponsoring-Auftritten mit Marketinglogistik.

vaudoise.ch

messerli.live/corporate-services

CORPORATE SERVICES

Safely on the go

Since 2016, Vaudoise insurance company has called on Messerli to design its appearances at Swiss trade fairs. The flexible stand concept allows the company to provide all the latest information, while communicating on the core themes of mobility and protection.

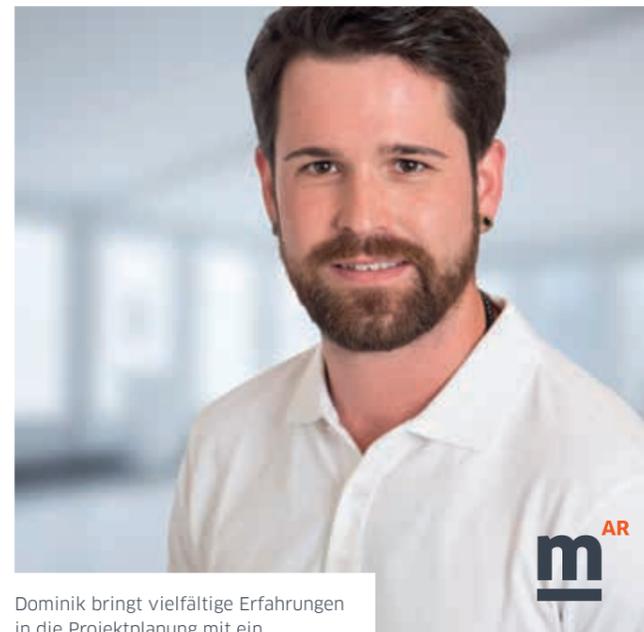
As part of its full-service offer, Messerli has since designed the appearance at six to ten Swiss trade fairs per year. Their modular stand is dismantled after each fair, stored and prepared again for the next fair. The stand can also be adapted to new themes with a few decorative changes. The latest attraction at the stand is the digital slot machine, which Messerli helped develop. It encourages visitors to take part in various competitions. The intuitive handling via touch screen makes participation very easy, and Vaudoise benefits from many customer contacts.

Messerli also supports Vaudoise in implementing sponsoring appearances with marketing logistics.

1 Die digitale Slotmaschine ist die moderne Art der klassischen Besucheraktivierung per Wettbewerb.



Die Kernthemen des Konzeptes sind Mobilität und Schutz.



Dominik bringt vielfältige Erfahrungen in die Projektplanung mit ein.

In der Abteilung Arbeitsvorbereitung laufen sämtliche Fäden eines Projektes zusammen. Unser AVOR-Team sorgt dafür, dass sich diese nicht verheddern. Dominik Schär erzählt im Interview, was diese Arbeit besonders spannend macht.

Welche Aufgaben hat die Abteilung AVOR?

Die AVOR ist Dreh- und Angelpunkt der verschiedenen Abteilungen. Informationen und Fragen werden von uns verarbeitet, umgesetzt und an die produzierenden Abteilungen weitergeleitet. Wir funktionieren bereits zu einem frühen Zeitpunkt im Projektablauf als Kontrollorgan. Ist die Bauweise mit dem gewählten System statisch und baulich umsetzbar? Können Designvorgaben und Details später auf der Baustelle wunschgemäß ausgeführt werden? Wir bestellen beim jeweiligen Lager und unseren Lieferanten sämtliches Material, das die Montage zur Erstellung eines Auftritts benötigt.

Wie behaltet ihr den Überblick über jedes Projekt?

In der Messe- und Eventbranche gibt es saisonal bedingte Schwankungen, was die Auftragslage betrifft. Um trotzdem jederzeit den Überblick zu behalten, haben wir in unserem Betrieb festgelegte Abläufe und Vorgänge, die eingehalten werden müssen, um eine lückenlose Planung zu gewährleisten. Dabei ist die Kommunikation innerhalb unserer, aber auch mit jeder anderen Abteilung wichtig. Offene Fragen sowie auch Probleme werden meist gemeinsam gelöst.

Wie gehst du typischerweise an ein neues Projekt heran?

Als Erstes muss ich alle Informationen, die ich in einer Planungsmappe erhalte, genauestens durcharbeiten und die Pläne studieren. Dabei ist die Kommunikation zwischen uns, der Projektleitung und der Planungsabteilung das A und O. Fehlende Informationen können Fehler oder Fehlmateriale auf der Baustelle verursachen, wodurch ein Mehraufwand entstehen kann. Deshalb ist es für uns immens wichtig, über alle Gegebenheiten Bescheid zu wissen.

MITARBEITERPORTRAIT

Multitasking ist hier gefragt

Was sind dabei die grössten Herausforderungen?

Die individuelle Gestaltung für unsere Kundinnen und Kunden stellt uns immer wieder vor Herausforderungen. Aber das macht den Job ja auch sehr interessant. Man kann und muss immer wieder Neues kennenlernen und verstehen. Ausserdem sind in unserer Branche Verzögerungen kaum erlaubt. Das Material muss pünktlich aus dem Lager ausrollen, damit die Montage vor Ort eine grossartige Arbeit abliefern kann. Denn wie soll man dem Kunden / der Kundin erklären, dass sein/ihr Stand leider nicht bis zu Messebeginn fertig ist?

Was macht deine Arbeit zu etwas Besonderem?

Es ist eine Vielfalt von Fähigkeiten nötig, um in der Messe- und Eventbranche tätig zu sein. Es gibt so viele verschiedene Aspekte. Sei es die Begleitung eines neuen Konzeptes bis hin zur Entstehung des Standes, was sehr spannend ist, oder die Einführung eines neuen Standbausystems. Aber auch Alltägliches, wie das Auszählen von jeglichem Material, damit es der Montage an nichts fehlt, kann sehr fordernd sein.

Wie bist du zu Messerli gekommen?

Nach meiner Lehre als Zimmermann hielt es mich nicht lange auf dem Beruf. Aber die handwerklichen Fähigkeiten waren eine gute Voraussetzung für den Einstieg in den Messebau. Zehn Jahre habe ich dann für eine kleine Montagefirma gearbeitet, weltweit für bekannte Brands grosse Stände gebaut und mein Können erweitert. Nach dieser Zeit wollte ich etwas anderes sehen und bin durch eine Empfehlung zuerst als Bauleiter zu Messerli gekommen. Das war für mich eine eher ungewohnte Umgebung, da ich bis anhin in einem Zweimann-Betrieb angestellt war und ausschliesslich mit Subunternehmern zusammengearbeitet habe.

Erfahren Sie im vollständigen Interview auf messerli.live/blog, warum Dominik von der Baustelle ins Büro gewechselt hat, und ob er gewisse Tätigkeiten aus dieser Zeit vermisst.

In der Projektplanung sind Weiterdenken, eine Can-do-Einstellung und Genauigkeit erfolgsentscheidend.



Outside the box



Can do



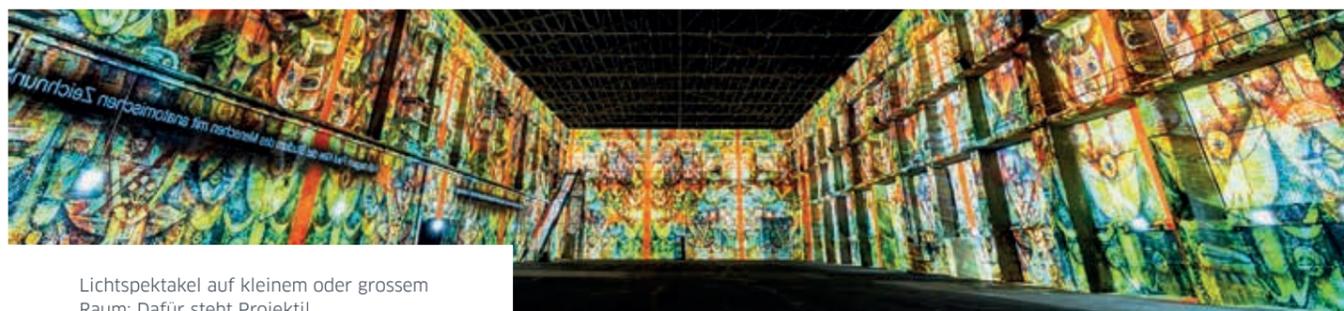
On target

Besuchen Sie uns und erfahren Sie mehr über unsere Werte: messerli.live/werte.



PROJEKTIL

Fesselnde Lichtblicke



Lichtspektakel auf kleinem oder grossem Raum: Dafür steht Projekttil.

ROMAN BERANEK
VON PROJEKTIL
MEDIALABEL AG



Das Zürcher Künstlerkollektiv Projekttil hat sich in den letzten Jahren mit eindrücklichen Lichtinstallationen einen Namen gemacht. Neben Grossproduktionen wie dem Illuminarium beim Zürcher Landesmuseum setzen sie auch immer wieder audiovisuelle Erlebnisse im kleineren Rahmen um.

Für Roman Beranek, Creative Director und Partner von Projekttil, ist das Potential des Mediums Licht noch lange nicht ausgeschöpft. Dank Technologien wie 3D-Mapping und Real-Time-Animation eröffnen sich immer wieder neue Möglichkeiten, den Betrachter / die Betrachterin ins Geschehen mit einzubeziehen und so immersive Erlebnisse zu schaffen.

«Videomapping lässt sich in ganz vielen Bereichen zur Kommunikation, Unterhaltung oder Kunst anwenden», ist Beranek überzeugt. Entsprechend vielseitig liest sich Projekttils Portfolio. Von der beleuchteten Taminaschlucht im Rahmen der Light Ragaz über Corporate Events bis hin zu interaktiven Ausstellungsstücken lassen sich darin viele bekannte Orte und namhafte Marken finden.

Die Erfolgsgeschichte von Projekttil startete 2010. Heute kreiert ein achtköpfiges Team einzigartige Lichterlebnisse: «Es ist eine sehr präzise Arbeit und immer spezifisch an den Ort, seine Architektur und seine Geschichte angepasst», erzählt Beranek. Ähnlich wie bei einer Filmproduktion schreiben sie Scripts und Storyboards, recherchieren Ideen, designen, animieren und realisieren die Installationen vor Ort. Bei Eigenproduktionen übernehmen sie zudem das gesamte Projektmanagement und die Vermarktung.

projekttil.ch

PROJEKTIL

Captivating rays of light

Projekttil, the Zurich-based artists' collective, has made a name for itself in recent years with impressive light installations such as the Illuminarium at the Zurich Landesmuseum and other smaller scale audio-visual experiences.

For Roman Beranek, creative director and partner of Projekttil, the potential of light as a medium is far from exhausted. Technologies such as 3D mapping and real-time animation constantly open up new possibilities to immerse the viewer in the action. «Video mapping can be used in many different areas for communication, entertainment or art», says Beranek. Projekttil's portfolio is therefore very versatile – whether the illuminated Tamina Gorge as part of Light Ragaz, corporate events or interactive exhibits at well-known locations with well-known brands. According to Beranek, light in combination with music and technology is

a new form of art in its own right and a very subtle means of communication. It has magic in it, allowing people to briefly step out of everyday life and experience a moment of peace, meditation or simply entertainment.

As creative director, Beranek is very interested in new technologies, yet also inspired by conventional forms of art, design, music and theatre. His favourite is the Genesis church show, which is spiritual yet unimposing – a kind of digitization of prayer without putting institutions or faith in the foreground.

The Projekttil success story began in 2010 and today an eight-man team creates unique illuminated experiences: «It's very precise work and specifically adapted to the location, architecture and history,» says Beranek. Like a film production, it involves writing scripts and storyboards, researching ideas, designing, animating and setting up the installations on-site. Productions also involve project management and marketing aspects.

INTERVIEW MIT ROMAN BERANEK VON PROJEKTIL

«Licht trägt eine Magie in sich»

Herr Beranek, mit der Agentur Projektil setzen Sie schweizweit – aber auch international – Lichtinstallationen um. Was macht für Sie die Faszination am Medium Licht aus?

Roman Beranek: Wir bringen Geschichten und Stimmungen ans Licht, die Leute berühren. Aus Licht entstehen Bilder, aus Bildern Geschichten und Geschichten lieben wir als Menschen. Licht transportiert Emotionen. Es ist ein sehr subtiles Kommunikationsmittel. Es trägt eine Magie in sich, die uns erwärmt und mit Freude füllt. Oder in Schillers Worten: «Aber hat Natur uns viel entzogen, war die Kunst uns freundlich doch gewogen, unser Herz erwärmt an ihrem Licht.» (von Friedrich Schiller, «An die Freunde»).

Was kann Lichtkunst, was andere Kunst nicht kann?

RB: Licht in Kombination mit Musik und Technologie ist eine eigene, neue Form der Kunst. Sie verzaubert und kann eine Person einlullen. So kann der Mensch für einen kurzen Moment aus seinem Alltag entspringen und einen Moment der Ruhe, Meditation oder einfach auch der Unterhaltung erleben. In unserem Fall geht es auch noch um Technologie und was mit ihr heute machbar ist. Es ist eine sehr präzise Arbeit und immer spezifisch an den Ort, seine Architektur und seine Geschichte angepasst.

Gibt es Unterschiede bei der Arbeit für Kulturveranstaltungen oder für Private?

RB: Für Private wird meistens deren Identität und Kernbotschaft inszeniert. Bei Kulturveranstaltungen geht es vor allem um Storytelling oder Vermittlung eines Gefühls, eines Zustandes, einer Stimmung. Die Herangehensweise ist jedoch ähnlich.

Wie entstehen typischerweise Ihre Projekte? Wer liefert Geschichten und Ideen? Und wie gehen Sie in der Agentur die Umsetzung an?

RB: Es beginnt mit der richtigen Location. Danach ist es ein kreativer Prozess, wie man ihn aus der Filmproduktion kennt. Idee, Recherche, Script, Storyboard und Produktion. Zudem kommt in unseren eigenen Projekten das Marketing und das Projektmanagement hinzu.

Bei Ihren Projekten sind stets viele Gewerke involviert. Wie gelingt es, dabei das grosse Ganze im Auge zu behalten?

RB: Da hilft nur gute Planung und viel Erfahrung. Wir setzen so früh wie möglich grobe Richtlinien und Deadlines, die man dann – je näher der Event rückt – verfeinert, optimiert und schliesslich perfektioniert.

Können Lichtinstallationen auch in kleinerem Massstab – beispielsweise an einem Messestand – wirken?

RB: Absolut! Gerade an der letzten Frankfurter Buchmesse haben wir einen interaktiven Buchstand für den Verlag

Kein & Aber kreiert. Videomapping lässt sich in ganz vielen Bereichen zur Kommunikation, Unterhaltung oder Kunst anwenden. Beispielsweise in Showrooms, für Architekturmodelle, Guerilla-Werbung, konventionelle Beleuchtung der Architektur, Erlebniswelten, Kundenanlässe, Edutainment und Infotainment in Museen, an Bahnhöfen, Flughäfen, Festivals, Konzerten und so weiter.

Sie nutzen verschiedene Technologien wie 3D-Mapping oder Real-Time-Animation. Wo sehen Sie hier noch am meisten kreatives Potential?

RB: Die 3D-Mapping-Technologie ist noch relativ jung. Daher hat man zuerst einfach die Technologie als Effekt-Sammelsurium verwendet. Es war für viele Leute neu und daher allein so schon faszinierend. Nun hat man es bereits einige Male gesehen und das Storytelling und die technischen Möglichkeiten entwickeln sich weiter. Das lässt sich mit der Entwicklung des Films vergleichen: Einer der ersten Filme war eine Zugfahrt – einfach wie der Zug fährt. Das war total überwältigend für alle Leute, die noch nie in einem Zug waren. Heute gibt es alle möglichen Arten von Filmen. So wird sich das auch im Mapping entwickeln. Bei Real-Time-Animation spielt ausserdem die Interaktion eine essenzielle Rolle. Sie muss möglichst einfach sein, so dass sie jeder sofort versteht. Diese Möglichkeiten ändern sich mit der Errungenschaft neuer Technologien. Das wird für uns weiterhin ein spannendes Thema bleiben.

Woher beziehen Sie als Creative Director Ihre Inspiration?

RB: Ich bin mit meiner Arbeit am Puls der Zeit und interessiere mich sehr für neue Technologien. Aber auch konventionelle Geschichten, Filme, Kunst, Fotografie, Design, Mode, Musik und Theater inspirieren mich.

Haben Sie ein Herzensprojekt, das Sie persönlich besonders gelungen fanden?

RB: Unsere Kirchenshow Genesis ist mein Favorit. Die Show ist spirituell, ohne jemandem etwas aufzwingen zu wollen. Man verliert sich für kurze Zeit im Moment und der Ästhetik. Es ist eine Art Digitalisierung des Betens ohne irgendeine Institution oder einen Glauben in den Vordergrund zu stellen. Aber auch unser Projekt im Attisholz-Areal: «Illuminated Art Attisholz» ist super gelungen. Die Grösse und der Ort machen diese Show zu einem richtigen Erlebnis. Es ist beeindruckend, solche Bilder in dieser Grösse zu sehen. Diese Weite gibt Platz im Kopf und die Bilder inspirieren noch dazu.

EVENTWIDE SCHWEIZ

Franzy, we love you!

Willkommen in der EVENTWIDE-Familie, liebe Franzy! Die neue Möbelkollektion hat unsere Herzen im Sturm erobert: Franzy hat Stil, Charakter und bleibt dabei – in gewohnter EVENTWIDE-Manier – ganz unkompliziert. Bereit, Franzy kennenzulernen?

Der erste Eindruck zählt! Ob wir uns mit jemandem wohlfühlen, wissen wir bereits nach wenigen Sekunden! So ist das auch bei Möbeln. Noch bevor wir uns setzen, denken wir: Das sieht aber bequem aus. Und wenn wir dann sitzen, wissen wir sofort: Hier möchten wir stundenlang bleiben. Genau so ging es uns mit Franzy.

Sanft und anschmiegsam – Franzy ist aus Stoff!

Die Möbel der Franzy-Linie sind aus hochwertigem und widerstandsfähigem Stoff. In edlem Dunkelgrau verbreitet Franzy so überall ein stilvolles und doch gemütliches Ambiente. Wie der Rest der EVENTWIDE-Kollektion spricht Franzy eine klare, eindeutige Formensprache und lässt sich daher sehr gut kombinieren.

Stilbewusst – Franzy liebt Accessoires

Franzy weiss, dass zum guten Auftritt ein paar Farbtupfer gehören. Darum gibt es für die Serie passende Kissen in zwei verschiedenen Grössen. Blau, Beige, Rot, Grau oder Grün? Sie entscheiden, was passt! Oder hätten Sie doch lieber eine bunte Mischung? Bei Franzy ist alles möglich!

Einfach vollkommen – Franzy als komplette Lounge

Mit Hocker, Fauteuil und Sofa lassen sich aus Franzy wunderschöne Lounges zusammenstellen. Kombiniert mit unseren Couchtischen eröffnen sich bei der Gestaltung Ihres Anlasses ganz neue Möglichkeiten.

Und, haben Sie schon Herzklopfen? Erfahren Sie mehr zu Franzy und wie sie Ihr (Event-)Leben bereichern kann!

schweiz.eventwide.com

BLACK LINE

Alle Stehtische gibt es neu mit schwarzer Pulverbeschichtung!



NEUHEIT

Raum für digitale Innovationen

In unserem Digital Lab in Wetzikon zeigen wir auf über 350 Quadratmetern Präsentationsfläche innovative Technologien für die Aktivierung Ihrer Zielgruppe.

Neue Technologien fallen bei Messerli auf fruchtbaren Boden. Wir suchen immer neue Möglichkeiten, um die Botschaften unserer Kunden auf aktive und kreative Weise zu vermitteln. Über die Jahre haben wir so im Gebiet Digital Experience wertvolle Erfahrungen gesammelt.

Im Digital Lab entwickeln und testen wir für unsere Kunden die neusten Formate für erfolgreiche Kundenaktivierung. Unsere Konzepte gehen dabei über den Einsatz an Messen und Events hinaus: Von Anfang an überlegen wir, mit welchen Massnahmen wir die Lebensdauer Ihrer Aktivierung verlängern und so ihre Wirkung vergrössern können.

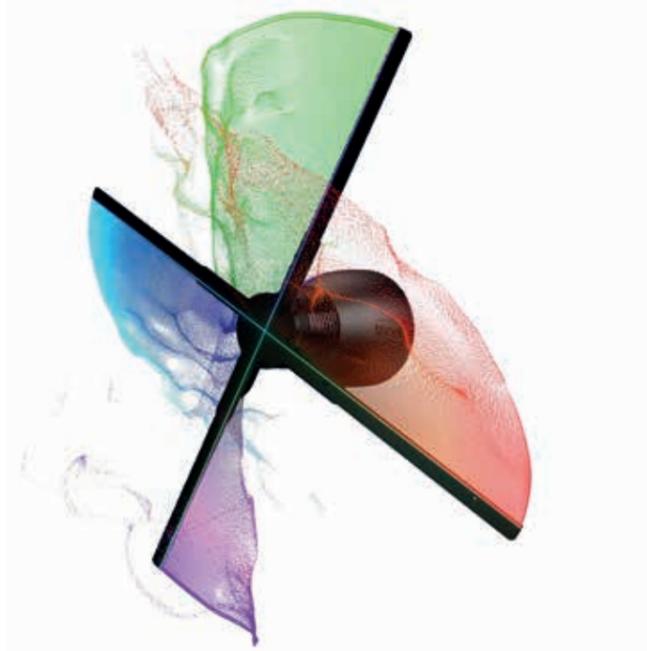
Den Anfang machten Augmented und Virtual Reality

Mit Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) begann die digitale Entdeckungsreise von Messerli. Seither setzen wir die Messerli-AR-App zusammen mit unseren Publikationen ein, um weiterführende Inhalte zugänglich zu machen. Unsere Kundinnen und Kunden entdecken die Entwürfe ihrer Projekte virtuell anhand einer VR-Brille. Wir wissen also genau, welcher Mehrwert in diesen Technologien steckt.

Mit Licht und Interaktion in die Zukunft

Für das Zusammenspiel von Projektion und Interaktion haben wir in den letzten Jahren ein besonderes Flair entwickelt. Ob mechanisch oder mit Hilfe von Sensoren, ob auf Holz oder Glas projiziert: Unsere Interactive Walls entwickeln wir ständig weiter und lassen die Erfahrungen aus internen Projekten und Installationen für unsere Kunden laufend einfließen.

Einige Produkte, die für verschiedene Projekte zum Einsatz kamen, haben uns so überzeugt, dass wir sie inzwischen sogar zum Mieten anbieten. Ob LED-Poster oder 3D-Hologramm-Fan: Im Digital Lab erhalten unsere Mietlösungen ein Zuhause und sind jederzeit für eine Demonstration einsatzbereit.



Oben: Der 3D-Hologramm-Fan erweckt Animationen eindrücklich zum Leben.

Rechts: Die Interactive Wall kombiniert Projektion und Interaktion.



Immersive Erlebnisse dank VR-Technologie



m^{AR}

DIGITALE INNOVATIONEN

Besuchen Sie unser Digital Lab!

Erleben Sie, wie Sie Ihre Botschaften digital umsetzen und spielerisch vermitteln können. Neben unseren individuell ausgearbeiteten Lösungen verfügen wir inzwischen über einen Mietpool von attraktiven Plug-and-Play-Systemen, die für einfache Aktivierungsmassnahmen schnell einsatzbereit sind.

Diese Produkte können Sie im Digital Lab in Wetzikon live erleben! Melden Sie sich unter messerli.live/digital-lab-tour an oder senden Sie eine E-Mail an sales@messerli.live. Unser Lab können Sie ausserdem für kleinere Anlässe wie Workshops oder Team-Building-Events mieten.

Wir freuen uns auf Sie!

Unsere Highlights

- Virtual und Augmented Reality
- Micro-Mapping
- Virtual Promoter
- 3D-Hologramm-Fan
- LED-Poster
- Touchstelen
- LED-Tiles
- Spannende Kundencases

messerli.live/digital-lab





Mediarent ist für eine Zukunft mit realen und virtuellen Events bereit.

MEDIARENT

Digitale Transformatoren

Manchmal braucht es wohl eine Pandemie, um das Exotische salonfähig zu machen. Livestream, Webcast oder Greenscreen machen jetzt Schule – wortwörtlich. Die Technik ist nicht neu. Neu ist der Mut, mit welchem Unternehmen und die Gesellschaft damit umgehen. Auch Mediarent spürt diesen Trend und sieht in hybriden Events und virtuellen Messen grosses Zukunftspotential.

Mut brauchten auch die Profis von Mediarent, als sie vor einigen Jahren beschlossen, das bestehende Angebot von klassischer Eventtechnik um ebensolche digitalen Lösungen zu erweitern. Zum hochwertigen Materialpark gesellte sich ein hauseigenes Audio- und TV-Studio mit Greenscreen. Das Team erweiterte seine Kompetenzen, um den steigenden konzeptionellen Anforderungen gerecht zu werden.

Heute ist Mediarent als technische Agentur so aufgestellt, dass sie sowohl klassische wie auch digitale Events komplett «inhouse» umsetzen können. Neben Hardware und Manpower überzeugen sie mit umfassenden Konzepten, erstellen vielfältige Inhalte und sorgen für eine reibungslose Umsetzung. Als Anfang Jahr das Verbot der Veranstaltungen in Kraft trat, war man für die Digitalisierung bereit.

Quantität – und Qualität?

Mit der Corona-Krise wuchs das digitale Angebot rasant. Neue, kreative Ideen fielen auf fruchtbaren Boden und viele verloren anfängliche Berührungsängste mit digitalen Kom-

- 1 Im Studio mit Greenscreen produziert Mediarent Inhalte für hybriden Events.
- 2 In Zukunft finden Veranstaltungen sowohl live als auch digital im Netz statt.
- 3 Wenn die Inhalte stimmen, sind Livestreams ein grosse Chance, um ein breiteres Publikum anzusprechen.

munikationskanälen. Die Qualität dieses Austausches bleibt dabei bis heute sehr unterschiedlich. Doch Christian Stooß, CEO von Mediarent, ist überzeugt: «Wenn wir schon auf den Luxus des persönlichen Kontakts verzichten müssen, dann sollte es uns umso wichtiger sein, dass die neuen Formen der Verständigung höchsten Ansprüchen genügen – sowohl inhaltlich wie auch in der Ausführung.»

Mit diesem Grundgedanken setzte Mediarent in den vergangenen Monaten verschiedene Projekte um: vom virtuellen Messestand mit Produktpräsentationen, die vor einem Greenscreen aufgezeichnet wurden, bis zu hybriden Events, die gleichzeitig vor Ort und im Netz stattfanden.

Die Zukunft ist hybrid

Und genau bei solchen hybriden Events sehen Christian Stooß und sein Team in Zukunft das grösste Potenzial. «Die Erweiterung eines Anlasses um die virtuelle Ebene bietet sowohl für den Veranstalter als auch für den Besucher viele Chancen», sagt Stooß. Erstens lasse sich damit die potenzielle Reichweite massiv steigern und zweitens verlängere sich – mit den richtigen Begleitmassnahmen – die Wirkungsdauer merklich. «Es ist wichtig, solche Eventformate als langfristige Investition zu betrachten. Nur weil ein Event im Netz noch zu finden ist, bringt das dem Unternehmen noch keinen Gewinn. Das Online-Angebot muss genauso sorgfältig kuratiert werden, wie beim Live Event», ist Stooß überzeugt.

Inhalte sind die neue Währung

Darum legen die Konzepte von Mediarent ein besonderes Augenmerk auf die Inhalte. «Am besten ist es für uns, wenn wir bei einem Projekt von Anfang an mit im Boot sind. So können wir nicht nur auf die technischen Details oder den Auf- und Abbau eingehen, sondern die Kundinnen und Kunden auf allen Ebenen coachen», sagt Christian Stooß. Besonders für kleine und mittlere Unternehmen bleibt das «Content-Denken» eine Herausforderung. Und genau hier können die Profis von Mediarent unterstützen, ist Stooß überzeugt: «Mit unseren Erfahrungen aus den letzten Monaten und aus über 80 Jahren Veranstaltungstechnik haben wir das Rüstzeug, um sowohl grosse wie auch kleine hybride Veranstaltungen konzeptionell und technisch zu betreuen. Ausserdem sind wir mit unseren Partnern aus der Messerli Group so aufgestellt, dass wir auch sämtliche bauliche oder szenografische Anforderungen abdecken können.»

mediarent.ch

MEDIARENT

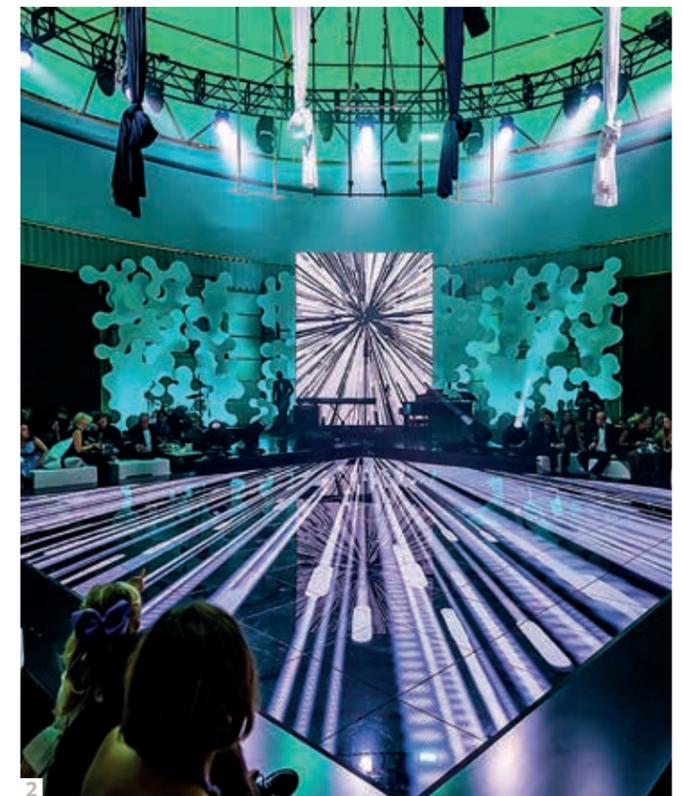
Digital transformers

It may have taken a pandemic to make the unfamiliar acceptable: live streaming, webcasts and green screens. Companies and society are embracing them, and Mediarent has followed the trend, spotting huge future potential in hybrid events and virtual trade fairs.

Mediarent expanded its traditional event technology with digital solutions a few years ago, and today is set up to implement both traditional and digital events in-house. So much so that when events were banned earlier this year due to COVID-19, Mediarent was ready to go digital.

Digital offers have grown rapidly during the coronavirus crisis, but quality has remained variable. «If we are to do without the luxury of personal contact, then the new forms of communication must meet the highest quality standards», says Christian Stooß, CEO of Mediarent. Based on this idea, Mediarent has implemented various projects in recent months, from virtual stands with product presentations recorded in front of a green screen to hybrid events taking place on-site and online. It is at such hybrid events that Christian Stooß and his team see the greatest future potential. «Such formats should be seen as a long-term investment, and the online offer must be curated just as carefully as a live event», says Stooß.

«Content thinking» remains a challenge, especially for SMEs. And this is where Mediarent can help: «With our experience from the past few months and 80 years of event technology, we have the tools to provide support for hybrid events of all sizes. Together with our partners at Messerli Group, we are set up to cover all structural and scenographic requirements too».





Corporate Branding – auch im Homeoffice!

Sie möchten bei Videokonferenzen einen professionellen Eindruck hinterlassen? Die MEETmeBOX sichert die Qualität Ihrer Videoanrufe und sorgt für konsistentes Branding!



Die Box kommt komplett mit Webcam und integriertem Mikrophon, Ringleuchte, Stativ und auf Wunsch mit Hintergrund zu Ihnen und ist mit wenigen Handgriffen einsatzbereit.



meetmebox.ch

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 und Text Andreas Messerli AG

Gestaltung Andreas Messerli AG

Korrektorat Text Control AG

Druck pmc print media corporation, Oetwil am See

Konzept SNK Identities AG

Aboservice abo@messerli.live

Titelseite Messestand von Tornos SA an der EMO 2019 in Hannover.

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

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

MESSERLI SOCIAL MEDIA



messerli.live/linkedin



messerli.live/youtube



messerli.live/facebook



messerli.live/instagram



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.

