



messerli

brandworld

with English summary



#18 NACHHALTIG BEWEGEN

OKTOBER 2023

EDITORIAL

Der Weg in eine nachhaltige Zukunft



Index

- 3 People
- 6 Live Experience
- 14 Services
- 15 Messerli Faces
- 16 Vision
- 18 Style
- 21 Nachruf
- 22 Group View
- 24 Agenda

Geschätzte Leserinnen und Leser

Unsere Branche ist gefordert und muss nachhaltiger werden. In dieser Brandworld-Ausgabe widmen wir uns diesem Thema und zeigen Ihnen auf, was wir bereits für eine nachhaltigere Zukunft tun.

Rolf Schwery, Gründer und Geschäftsführer von acting responsibly, begleitete uns im vergangenen Jahr bei unserer Reise zur Erlangung des Nachhaltigkeitszertifikats von EXPO EVENT. Im Gespräch lässt er diese Zeit noch einmal Revue passieren und gewährt einen spannenden Einblick in den Prozess.

Die Ausstellungs- und Eventindustrie hat nach der Pandemie wieder voll an Fahrt gewonnen. Wir reflektieren über diverse spannende und herausfordernde Projekte, die wir in diesem Jahr zum Leben erweckt haben.

In dieser dynamischen Zeit ist es bedeutsamer als je zuvor, Trends im Auge zu behalten. Daher präsentieren wir Ihnen die herausragenden Höhepunkte der EuroShop in dieser Ausgabe.

Zum Schluss werfen wir einen Blick hinter die Kulissen unserer Holzprofis aus der Fabrikatur.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und Entdecken!

Andreas Messerli

Dear Readers

Our industry is facing a major challenge and needs to become more sustainable. In this issue of Brandworld, we will be addressing this topic and showing you what we are already doing today to help ensure a more sustainable future.

In the past year, Rolf Schwery, Founder and Executive Director of acting responsibly AG, has accompanied us on our journey to obtain the EXPO EVENT sustainability certificate. In an interview, he looks back on this time and offers fascinating insights into the process.

The exhibition and events industry is once again gaining momentum after the pandemic. We reflect on a variety of exciting and challenging projects that we have brought to life this year.

In these rapidly changing times, keeping an eye on the latest trends is more important than ever. That is why we are pleased to present EuroShop's top highlights in this issue.

In the end we'll take a look behind the scenes with the wood experts from Fabrikatur AG.

Happy reading!



ROLF SCHWERY

Gründer acting responsibly

Rolf Schwery ist Gründer und Geschäftsführer von acting responsibly. Zusammen mit seinem Team berät er Unternehmen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsprozessen in ganz Europa, unter anderem auch die Andreas Messerli AG. Im Interview gibt er uns einen Ein- und Ausblick, wie Unternehmen nachhaltiger wirken können und was dazu nötig ist.

Rolf, du bist Nachhaltigkeitsexperte und berätst Unternehmen in diesem wichtigen Prozess. Erzähl uns, was dich dazu bewegt hat und wie dein Unternehmen entstanden ist.

Ich bin ausgebildeter Ökonom und hatte immer das Gefühl, dass in der Ökonomie die menschliche Seite fehlt. Das Thema Nachhaltigkeit hat mich schon früher interessiert und nach meinem Doktorat bin ich Schritt für Schritt ins Consulting eingestiegen. 2006 habe ich eine Einzelfirma gegründet und diese ist dann zunehmend gewachsen. Heute ist acting responsibly eine AG mit zwölf Mitarbeitenden, die als Beraterinnen und Berater für Unternehmen, vor allem in der Sport- und Eventbranche, arbeiten.

Wie sieht ein solcher Prozess aus, wenn ein Unternehmen sich dazu entscheidet, nachhaltiger zu handeln, und die Zertifizierung in Angriff nehmen möchte?

Als Grundmotivation braucht es von Anfang an ein klares Commitment. Wenn dieses gegeben ist, starten wir mit einem Kick-Off-Meeting mit dem Core Team. Dieses Team setzt sich aus den wichtigsten Personen innerhalb der Organisation mit Schnittstellen zum Thema Nachhaltigkeit zusammen. Nach diesem Startschuss beginnt der Stakeholderprozess. In diesem Prozess versucht man, die wichtigsten Player zu involvieren und durch Interviews mit ihnen herauszufinden, in welchen Bereichen man als Unternehmen

Nachhaltigkeit im Fokus

den grössten Impact hat. Diesen Vorgang nennen wir Materialitätsanalyse (engl. materiality analysis). Ist die Auswahl getroffen, wird rund um diese Themen eine Strategie für die nächsten drei bis fünf Jahre entwickelt.

Wie lange dauert es in der Regel, bis ein Unternehmen das Zertifikat erlangt? Gibt es hier eine Spannweite oder einen Durchschnitt?

Das ist von Organisation zu Organisation unterschiedlich. Es dauert mindestens vier Monate, da verschiedene Stakeholder miteinbezogen werden müssen und auch die Konzeptentwicklung einige Zeit beansprucht. In speziellen Fällen kann es unter Umständen auch bis zu zwei Jahre dauern. Die Spannweite beträgt vier bis neun Monate, was dem Normalfall entspricht, und wenn alle am Ball bleiben, sind neun Monate auch für grössere Organisationen realistisch.

Was sind die grössten Herausforderungen bei diesem Prozess?

Oftmals sehen wir, dass sich das Management beim Fällen von Entscheidungen sowie mit Bottom-Up-Prozessen schwer tut. Klienten, Partner, Lieferanten und Entscheidungsstellen von Bundesämtern müssen als Fundament des Ganzen für eine genaue Einschätzung miteinbezogen werden. Auch die Definition der Zielgrösse ist oftmals eine Schwierigkeit. Wie soll diese definiert werden, damit sie ambitionös, aber dennoch realistisch ist? Für Unternehmen ist es ein Lernprozess und man hat die Flexibilität, sich anzupassen, strategische Ziele zu überdenken oder gar neue zu setzen. Dafür bereit zu sein, ist ein grosser Schritt.

Im Stakeholderprozess geht es darum, Einschätzungen von aussen einzuholen. Was sind dabei wichtige Themen sowohl allgemein als auch in Bezug auf die Unternehmung?

Mitarbeitende sind ein Teil der Stakeholder, wenn nicht sogar der wichtigste. Diese müssen im Prozess selbstverständlich abgeholt werden. Es geht einerseits darum, Themen zu definieren, bei welchen ein Unternehmen den grössten Impact hat, und andersherum auch zu schauen, welche dieser Themen den grössten Einfluss auf die Unternehmung selber haben.

Wie geht ihr als Berater damit um, wenn die gewünschte Einsatzbereitschaft nicht vorhanden ist?

Wir versuchen, die Unternehmen etwas an die Hand zu nehmen und sie Schritt für Schritt durch den Prozess zu führen. Für eine erfolgreiche Umsetzung muss man mit den Leuten reden, sie ernst nehmen und ins Boot holen. Wir haben viel Erfahrung und versuchen den Unternehmen nützliche Instrumente wie Fragebogen oder Interview-Leitfäden auf den Weg mitzugeben.

Welches sind die Haupttreiber hinter solchen Projekten?

Ganz unterschiedlich, zum einen kommen die ganzen staatliche Regulierungen auf Firmen zu, die versuchen, das Unternehmen in eine gewisse Richtung zu bringen. Dies ist häufig ein sehr starker Motivator. Was wir auch sehen, sind zum Beispiel Firmenpartner, die ihre Anforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit Jahr für Jahr erhöhen, und Unternehmen möchten diesen natürlich gerecht werden. Bei vielen Organisationen, mit denen wir zusammenarbeiten, ist auch die Eigenmotivation des Managements treibend. Man möchte als verantwortungsvoller Arbeitgeber auf dem Markt auftreten und diese Motivation bringt den Ball ins Rollen.

Würdest du sagen, dass vor allem auf Imageebene ein Vorteil entsteht?

Die Loyalität von Mitarbeitenden wird bei Umfragen häufig als einen der Hauptpunkte für Erfolg genannt. Das heisst, loyale Mitarbeitende sind für ein Unternehmen viel wertvoller als solche, die nur Geld verdienen wollen. Die Firma ist profitabler, effizienter, die Mitarbeitenden sind motivierter und dementsprechend haben ihre Produkte eine bessere Qualität. Indirekt ist das Image wertvoll, weil die Leute ein positives Bild von der Firma haben oder Mitarbeitende länger im Unternehmen bleiben.

Du hast Messerli in diesem Prozess begleitet. Ist dir da etwas Besonderes aufgefallen?

Besonders aufgefallen ist mir eher leider viel zu früh verstorbene CEO Hugo Keller (Nachruf Seite 21). Er war eine Persönlichkeit, die von Anfang an echtes Commitment gezeigt hat. Wir hätten uns für diesen Prozess keinen besseren Partner als ihn wünschen können. Hugo zeigte ein klares uneigennütziges Engagement, denn dieses Projekt war etwas, das er umsetzen und der Firma mitgeben wollte. Unabhängig von der ganzen Kalkulation, ob sich das kurz- oder mittelfristig rechnet.

Die Tatsache, dass die Messerli Group eine Holding ist und unterschiedliche AGs Teil dieser Holding sind, hat den ganzen Prozess noch komplexer gemacht. Aber auch das haben wir durchgeboxt und sind jetzt bereits mit weiteren Tochtergesellschaften dran. Das Ganze ist nur der Hingabe von Hugo Keller zu verdanken.

Wie kann das Thema Nachhaltigkeit global, ungeachtet vom Entwicklungsstand eines Landes, auf die Tagesordnung kommen? Können und wollen sich das Unternehmen aus Entwicklungsländern überhaupt leisten?

Die heutige Generation kann sich den Luxus, Ressourcen, die die Welt zur Verfügung stellt, zu verbrauchen, nicht mehr leisten beziehungsweise sie muss sparsamer damit umgehen. Auch für Afrika ist nicht die Frage, ob es sich die Länder leisten können, denn sie sind relativ ausgeglichen, wenn man ihre Klimabilanz anschaut. Sie verbrauchen nur die Ressourcen, die sie zur Verfügung haben. Wir, die entwickelten Länder, sind eher die, die auf Pump leben. Nachhaltigkeit ist nicht irgend ein Modewort oder ein Trend, sondern bedeutet eine Zeitwende. Durch den Wachstumsschub um 1970 kamen auch die Grenzen, dass wir nicht

weiterhin so viele Ressourcen wie bisher verbrauchen können. Der einzige Weg ist, dass wir nun in die andere Richtung gehen. Schlussendlich geht es um die Verantwortung und darum, dass ein Unternehmen verantwortungsvoll wirtschaftet.

Hand aufs Herz, ist unsere Welt klimatechnisch überhaupt noch zu retten?

Da habe ich absolut keine Bedenken. Unser Planet war vor uns da und wird auch noch lange nach uns da sein. Wir müssen die Erde nicht retten, aber wenn sie weiterhin bewohnbar bleiben soll, dann müssen wir gewisse Massnahmen treffen. Aber auch diese treffen wir uns zuliebe und nicht, weil wir den Planeten retten möchten.

Wir müssen uns nun überlegen, welche Bedingungen wir für unsere zukünftigen Generationen, die auf diesem Planeten leben sollen, schaffen möchten. Im Moment machen wir sehr viel, damit die Erde immer weniger belebbar oder nur noch für wenige Leute belebbar wird. Das eine ist das Klima, aber ein viel grösseres Dilemma ist die starke Abnahme der Biodiversität in den letzten 40 Jahren. Der Mensch war in den letzten Jahrzehnten eine unglaubliche Zerstörungsmaschine und jedes Mal, wenn er sich ausbreiten wollte, hatte es einen negativen Einfluss auf die anderen Spezies. Mir macht es Sorgen, wie der Planet für meine Kinder und die nächsten Generationen aussehen wird. Können sie diese Welt noch geniessen oder müssen sie vermehrt mit Einschränkungen und radikalen Ereignissen rechnen?

«Jedes Mal, wenn der Mensch sich ausbreiten wollte, hatte es einen negativen Einfluss auf die anderen Spezies.»

Rolf Schwery



Würdest du sagen, dass man auf einem guten Weg ist und dass man in die richtige Richtung geht? Oder findest du, es braucht noch mehr?

In meinen Augen haben wir einen Kredit aufgenommen und müssen jetzt schauen, dass wir diesen zurückzahlen können. Wir haben auch sehr viele positive Sachen gemacht, leider sehen wir aber vermehrt, dass die Menschen viele negative Einflüsse auf ihre Umwelt haben. Ich bin aber genug optimistisch, dass die Natur uns schnell zwingt, Korrekturen in unseren Massnahmen vorzunehmen.

Hast du Tipps, mit denen ein Unternehmen im Alltag seinen CO₂-Fussabdruck einfach und sofort reduzieren kann?

Das Hauptproblem, das die meisten Organisationen haben, ist, dass sie die Nachhaltigkeit ad hoc machen. Sie sagen, wir müssen schnell Energie und CO₂ sparen und ein paar Bäume pflanzen. Wenn wir es strategisch angehen, geht es darum, den Impact einzuschätzen und sich auf die Top-themen, bei welchen die Firma den meisten Einfluss hat, zu fokussieren. Diese können bei jeder Organisation unterschiedlich sein.

Bitte ergänze: In zehn Jahren wird Nachhaltigkeit bei Unternehmen ...

... wahrscheinlich gar kein Thema mehr sein, weil Nachhaltigkeit ein Teil der Strategie sein wird. Es geht um die Professionalisierung der einzelnen Funktionen innerhalb einer Organisation. Jeder Mitarbeitende, egal in welchem Aufgabengebiet er tätig ist, versucht, die Entscheidungen, die er fällt, in voller Verantwortung der internen finanziellen, wie auch der externen ökologischen, ökonomischen und sozialen Konsequenzen einzubeziehen. Ich denke, das ist die Zukunft. Ob das in zehn Jahren schon so ist, werden wir sehen, es wird aber sicher in diese Richtung gehen.

Vielen Dank für das aufschlussreiche Gespräch!

Lesen Sie auf messenger.li/blog das vollständige Interview mit Rolf Schwery.



SUSTAINABILITY

Sustainable into the future

Rolf Schwery, a sustainability expert, is the founder and managing director of acting responsibly, which advises companies all over Europe, mainly in the sports and events industries, on implementing sustainability processes. He discusses sustainability in an interview.

A company needs a clear commitment to sustainability and certification, which can take months, or even years. Management often has trouble making decisions and dealing with bottom-up processes. Clients, partners, suppliers and federal bodies must be integrated. It's hard to outline an ambitious, yet realistic target. It's a learning process, and companies need flexibility to adapt, redefine strategic goals or set new ones.

Employees are crucial stakeholders. Having loyal, motivated staff is often cited as a key to success. Rolf Schwery guides companies through the process step by step, including Messerli. Former CEO Hugo Keller showed real commitment, right from the start, and was an excellent partner.

Rolf Schwery believes the planet will still be there a long time after us if we take measures, especially in developed countries, so that future generations can continue to live in it. Not to save the planet, but for our own sake. We have reached the boundaries of consumption and destroyed so much, but nature is making us correct our behaviour. Sustainability is not a trend, but a turning point. Rolf is certain that in ten years, sustainability will be part of corporate strategy. Each employee will make decisions according to the environmental, economic and social consequences.

acting responsibly ist ein Schweizer Unternehmen, das Organisationen bei der strategischen Entwicklung und Umsetzung im Bereich der sozialen Verantwortung sowie Nachhaltigkeit unterstützt.

Gegründet wurde acting responsibly von Rolf Schwery, der auch heute noch als Geschäftsführer agiert. Sie konzentrieren sich auf eine kleine Anzahl von Kunden, viele aus der Event- und Sportbranche, und entwickeln Partnerschaften, die auf Vertrauen und gegenseitigem Verständnis basieren.

Zu ihren Dienstleistungen gehören unter anderem Workshops, intensive Rechercharbeiten, massgeschneiderte Managementinstrumente wie das «EVENT toolkit» und ein detailliertes Reporting. Das zwölfköpfige Team sucht laufend nach kreativen Lösungen, um einen sichtbaren Beitrag zu einer besseren Welt leisten zu können.



actingresponsibly.com

EXHIBITS

Mit cleverer Zonierung zum Erfolg

Die appli-tech in Luzern zog als Fachmesse für die Maler- und Gipserbranche, Trockenbau und Dämmung während drei Tagen über 10 000 interessierte Besucherinnen und Besucher an. Für unseren Kunden Rupf & Co. AG realisierten wir den Messeauftritt an diesem wichtigen Branchentreffpunkt mit rund 170 Ausstellern in der Messe Luzern.

Die Rupf & Co. AG hat über 100 Jahre Erfahrung in der Schweizer Lack- und Farbenbranche und wird mit ihrem grossen Produktportfolio als zuverlässiger Partner der Maler und der Industrie geschätzt.

Die grosszügige Standfläche von 296 Quadratmetern in der Halle 3 wurde von einem Durchgang geteilt, was eine clevere Zonierung erforderte, um einen einwandfreien Besucherfluss zu gewährleisten.

Durch die klare Gestaltung der Rückwände fanden sich die Besucherinnen und Besucher leicht auf dem Stand zurecht und konnten einfach die verschiedenen Farb- und Lackmuster

entdecken. Mithilfe von Screens und Schaukästen wurden die innovativen Produkte und Neuheiten ganz nach dem Konzept «mehr Farbe» optimal inszeniert und zur Schau gestellt.

Neben dem grosszügigen Restaurationsbereich, der die Besuchenden dank den idyllischen Bergmotiven in eine andere Welt versetzte und zu interessanten Gesprächen inspirierte, zog vor allem die Bühne für Live-Präsentationen zahlreiche Besucherinnen und Besucher an.

Die Qualitätsprodukte der Rupf & Co. AG wurden mehrmals täglich auf der Bühne vorgestellt und die Gäste konnten einige Neuheiten hautnah und in Echtzeit entdecken.

Während der drei Messtage gelang, nicht zuletzt dank der cleveren Zonierung und Realisierung von Messerli, eine rundum attraktive Präsentation der vielfältigen Produktpalette von Rupf & Co. AG.

ruco.ch

messerli.live/exhibits



Der Messestand von Ruco auf einen Blick



1



2



3



4

1 Musterdarstellung der Klarlacke
2 Bühne für Live-Präsentationen
3 & 4 RUCO-Produkte in Szene gesetzt

EXHIBITS

Success thanks to clever zoning

The appli-tech trade fair for professionals in the painting and plastering industry, drywall construction and insulation, attracted more than 10,000 interested visitors to Lucerne in the course of three days. We created a stand for our client Rupf & Co. AG for this important industry meeting point, when around 170 exhibitors gather at Lucerne Exhibition Centre.

Rupf & Co. AG has over 100 years of experience in the Swiss paint and varnish industry. With its large product portfolio, the company is valued as a reliable partner for painters and the industry in general. The spacious stand area covering 296 square metres in Hall 3 was separated by a passageway, which meant that clever zoning was necessary to ensure a smooth flow of visitors.

Thanks to the clear design of the back walls, visitors easily found their way around the stand and had no trouble finding

the different paint and varnish samples. The innovative products and creations were showcased and exhibited very effectively with the help of screens and display cabinets, fully in line with the concept of "more colour".

Visitors particularly appreciated the large restaurant area, which transported them to another world in amongst its idyllic mountain motifs, encouraging them to engage in interesting conversations. The stage for live presentations also had great appeal.

The high-quality products of Rupf & Co. AG were presented on stage several times a day, and guests had the chance to see some of the company's innovations up close in real time. During the three days of the trade fair, Rupf & Co. AG succeeded in giving an extremely attractive presentation of its diverse product range, not least thanks to the clever zoning and implementation by Messerli.



Einladende Kaffeebar aus Holz in der Industriehalle der Komax AG in Dierikon (LU)

EVENTS

Event-Marathon mit vereinten Kräften

Mehrere Events der Superlative fanden während acht Tagen in einer Industriehalle der Komax AG in Dierikon (LU) statt. Bei diesem Grossprojekt unter der Leitung des Teams von Furrer Events war Teamwork gefragt und die Partner aus der Messerli Group konnten beweisen, wie effektiv und effizient sie zusammenarbeiten.

Durch die Zusammenarbeit entstand auf dem Gelände der Komax AG eine einzigartige Location für mehrere verschiedene Events. Neben einem Mitarbeiteranlass, einem Sales Briefing, Helfer- und Investorentagen sowie einem Tag der offenen Tür war die Fachmesse WirePro Expo das Herzstück der achttägigen Event-Serie.

Dabei wurden Produkte und innovative Lösungen für die Kabelverarbeitung ausgestellt und die Expo lud zum Branchentreff, der Besucherinnen und Besucher aus der ganzen Welt anzog, ein. Abgerundet wurde die Expo mit spannenden Keynotes und informativen Fachvorträgen.

Die Räumlichkeiten wurden im Industrial-Look gestaltet und dekoriert. Ein einladender Verpflegungsbereich in der Markthalle lud mit geselliger Atmosphäre und gemütlichen Sitzgelegenheiten von Messerli zum Verweilen ein. Die Eventhalle stand ganz im Zeichen von sehen und gesehen werden.

So wurde die Halle unter anderem als Coworking Space und für die Abendanlässe gewählt. Auch verschiedene Vortrags- und Meetingräume fanden in der Eventhalle ihren Platz.

Der Aufbau der 2340m² grossen Fläche dauerte rund drei Wochen und musste minutiös geplant werden. Besonders die grossen Exponate aus dem In- und Ausland stellten dabei eine Herausforderung dar.

Messerli unterstützte die Event-Serie mit der kompletten Ausstattung der Ausstellungsfläche, mit Messebauleistungen und Mietmobiliar sowie mit der Möblierung der Markt- und Eventhalle. Für das Dekorationskonzept sowie die Umsetzung der Inszenierung war die Konform AG im Einsatz. Die benötigten Zelt- und Gerüstbauten erstellte die Hunziker AG und die komplette Veranstaltungstechnik stellte Media Rent AG. Als Zulieferer trugen auch die Fabrikatur AG und die Expoformer AG mit ihrer spezifischen Expertise zur gelungenen Event-Serie bei.



komaxgroup.com/de

messerli.live/events

EVENTS

Event marathon with joint forces

Various events took place over eight days in a factory hall owned by Komax AG in Dierikon (Lucerne). This large-scale project managed by Furrer Events required teamwork and allowed Messerli Group partners to demonstrate how effectively they work together.

The transformation of the factory building on the Komax site resulted in the creation of an unique location for several events. Alongside an employee event, a sales briefing, investor days and an open day, the WirePro Expo trade fair formed the centrepiece of the eight-day series of events.

The premises were designed and decorated in an industrial look. A catering area in the market hall invited visitors to linger thanks to its convivial atmosphere and comfortable seating.

The event hall was chosen as a co-working space, as well as for evening events and meeting rooms. The assembly of the 2,340m² area took about three weeks and had to be meticulously planned.

Messerli supported the series of events by constructing the exhibition stands and providing all the necessary equipment for the exhibition space as well as rental furniture and furnishings for the food court and exhibition hall. Konform AG was responsible for the decoration and implementation of the design. The tent and scaffolding structures were constructed by Hunziker AG, while all the event technology was provided by Mediarent. Suppliers Fabrikatur AG and Expoformer AG also contributed to the success of the series of events by sharing their specific expertise.



1



2

- 1 Präsentationsbereich in der Industriehalle
- 2 Die Markthalle im Industrial-Look
- 3 Moderne Kaffeebar für Erfrischungen zwischendurch



3



Die PowerTour von Caparol Schweiz lockte mit ausgebautem Container viele neugierige Besuchende an.

BRAND SPACES

Farbige Roadshow durch die Schweiz

Mit der erfolgreichen Roadshow PowerTour haben Caparol und Messerli mit ihrer Reise durch die Schweiz etwas Farbe ins Leben der Schweizerinnen und Schweizer gebracht. Als führender Produzent und Anbieter von Bautenanstrichmitteln, Wärmedämm-Verbundsystemen und Bautenschutzprodukten ist die Firma Caparol bekannt für ihre bunten und auffallenden Auftritte.

Drei Monate lang tourten sie mit eigenem Container an verschiedene Verkaufsstandorte in der Deutsch- und Westschweiz sowie im Tessin. An der Roadshow hatten Fachbesuchende die Möglichkeit, sich über die neusten Produkte, Technologien und Trends zu informieren.

Um das fachliche Know-how und die Vielseitigkeit von Caparol zu präsentieren, wurden zudem auch informative Live-Demonstrationen und Präsentationen angeboten. Ziel dieser aussergewöhnlichen Reise war die Bekanntmachung der Neupositionierung und der Imagekampagne des Unternehmens. Dies ist ihnen mit diesem auffallenden Auftritt definitiv gelungen.

Der speziell für diese Tour gestaltete Container war zweifellos der Hauptakteur an den verschiedenen Standorten. Nicht nur sein Äusseres mit der auffälligen Farbe zog viele Blicke an, auch das Innere des Containers, welches komplett von Messerli realisiert wurde, konnte sich sehen lassen.

Unsere Expertinnen und Experten brillierten mit einem attraktiven Innenausbau ganz nach den bunten Wünschen des langjährigen Kunden Caparol.

Trotz des stark begrenzten Platzes im Container wurde jeder Zentimeter effizient genutzt und alle Produkte und Materialien wurden geschickt integriert. Die Wände fungierten als Showroom und durch den Einsatz verschiedener Farben und Trennwände wurden die unterschiedlichen Produktthemen voneinander abgegrenzt. Das Ergebnis war ein harmonisches Zusammenspiel von Funktionalität und Ästhetik.



Mit dem Innenausbau des Roadshow-Containers gelang es Messerli, die Philosophie der Marke Caparol und deren Begeisterung für den Werkstoff Farbe räumlich umzusetzen. Dadurch entstand eine unvergesslich facettenreiche Tour, die alle Gäste begeisterte und einen bleibenden Eindruck hinterlassen hat.

caparol.ch

messerli.live/events



- 1 Der Container ist bereit für die Caparol PowerTour 2023.
- 2 Der gebrandete Container mit dem PowerTour-Slogan
- 3 & 4 Innenausbau des Containers, der von Messerli realisiert wurde

BRAND SPACES

A colourful Swiss roadshow

The successful three-month PowerTour allowed Messerli and long-time client Caparol to bring colour to the lives of people all over Switzerland.

The striking image campaign to publicise and reposition the company featured informative live demos and presentations, while specialist visitors had the chance to learn more about the latest products, technologies and trends.

The interior of the specially made, brightly coloured containers was realised by Messerli experts to be just as colourful as the outside, fully in line with Caparol's requests.

Despite the limited space, every centimetre was used efficiently to skilfully integrate all products and materials. The walls became a showroom, and contrasting colours and partitions were used to divide up different product areas, harmoniously combining functionality with style.



2



3



4



DIGITAL EXPERIENCE

Ein Besuchererlebnis der Extraklasse

Als führendes Unternehmen der Textilmaschinenbranche hat sich USTER Technologies auf die Überwachung und die Optimierung der Qualität in der Textilproduktion spezialisiert. Mit seinen hochpräzisen Geräten, Systemen und Dienstleistungen werden die Qualität der Rohstoffe und Produkte während des gesamten Herstellungsprozesses überwacht. Gemeinsam mit Messerli gelang es dem Unternehmen, seine Angebote an der ITMA 2023 in Mailand in innovativer Form zu präsentieren.

An der Leitmesse ITMA in Mailand stellte das Unternehmen seinen ganzheitlichen Ansatz für das Qualitätsmanagement in der Textilproduktion vor. Gleich auf zwei Messeständen konnte das Unternehmen durch gemeinsame Konzeptionsarbeit mit Messerli das Zusammenspiel seiner Produkte in einem innovativen Auftritt präsentieren. Die USTER-Welt konnte an verschiedenen Touchpoints in digitaler sowie physischer Form erlebt und vermittelt werden. Das offene Standdesign und das einladende Bistro sorgten für ein einzigartiges Besuchererlebnis.

Anziehungspunkt und Herzstück des Messeauftritts bildete die zentrale Informations- und Demonstrationsplattform unter dem LED-Bogenelement. Diese visionäre Station war Vermittlungspunkt für das neue USTER-Service-Angebot 360Q sowie des USTER Quality Experts. Messerli schaffte es, mit der Gestaltung dieser Zone einen Interessenschwerpunkt für das Verkaufspersonal und die Standbesucherinnen und -besucher umzusetzen.

Vermehrt setzte USTER auf die Einbindung von digitalen Komponenten zur Hervorhebung des Potenzials seiner Produkte. Unter anderem kreierte Messerli das R303D und Quantum 4.0 Showcase, welches das Zusammenspiel der beiden USTER-Produkte aufzeigte. Durch die Animation über zwei Transparentscreens und die Exponate im Hintergrund verschmolzen physische und digitale Komponenten zu einem Gesamtbild.

«Messerli schafft es, unseren Messeauftritt mit einer ausgewogenen Kombination von digitalen und physischen Komponenten auf ein neues Level zu bringen.»

Sivakumar Narayanan
Executive Vice President – Product Management,
Marketing & Business Development
USTER Technologies AG

Im Spiel «Fabric Inspection Game» übernahmen Besucherinnen und Besucher selbst die Prüfung auf Unstimmigkeiten im Textilgewebe wie Löcher, Nähte, Knoten und Flecken. Anhand dieses Games liess sich eindrücklich zeigen, wie effizient und zuverlässig der Einsatz der AI-gesteuerten Software die Qualitätssicherung der Textilien sicherstellt.



An den verschiedenen weiteren Stationen konnten die Besucherinnen und Besucher der ITMA mit den Inhalten der USTER-Welt interagieren. Eine interaktive Lichtinstallation zeigte, wie sich die USTER-Produkte in den Recyclingkreislauf einbringen. Diese und weitere Touchpoints bildeten wertvolle Präsentationsmöglichkeiten für eine vielfältige Informationsvermittlung an die Standbesucherinnen und -besucher.

Mit der modernen Weiterentwicklung des Messekonzepts in Zusammenarbeit mit Messerli setzte USTER Technologies ein Zeichen der Innovation. Das Konzept wurde von den Besucherinnen und Besuchern begeistert aufgenommen und der Andrang war gross, die Neuheiten von USTER live zu erleben. Im Vordergrund stand die Konnektivität zwischen modernster Hardware, datengestützter Software und textiler Expertise zur Optimierung des Qualitätsmanagements in der Textilproduktion. Diese widerspiegelte sich in verschiedenen Ebenen des Messeauftritts und wurde durch einzigartige Inszenierungen digital und analog erfassbar. Durch die gemeinsame Konzeptions- und Entwicklungsarbeit von USTER Technologies und Messerli konnte so ein unvergesslicher Auftritt mit visionärer Wirkung geschaffen werden.

Mit dem von Messerli aufgefrischten Auftritt positionierte sich USTER nicht nur als Markt-, sondern auch als Innovationsführer. 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-App jederzeit, losgelöst vom Messestand, wiederholen und in Präsentationen oder Verkaufsgesprächen einsetzen lässt.



- 1 Das LED-Bogenelement als Eyecatcher und informative Demonstrationsplattform
- 2 Bistro-Bereich für den belebten Austausch unter den Gästen
- 3 Interaktive Touchpoints begeisterten Besuchende
- 4 Der zweite, etwas kleinere, Messestand von USTER



uster.com

messerli.live

DIGITAL EXPERIENCE

A superlative visitor experience

USTER Technologies specialises in monitoring and optimising textile production quality with state-of-the-art devices, systems and services. Messerli helped create an innovative product presentation on two stands at the ITMA 2023 trade fair in Milan.

As part of a unique experience, visitors were able to discover the world of USTER in digital and physical form at various touchpoints relaying key facts. The central information and demonstration platform under an LED arc represented the main attraction of the open stand concept.

Digital components in showcases made by Messerli highlighted the potential of USTER products including RSO3D and Quantum 4.0. Two animated transparent screens with

exhibits behind them melted physical and digital components together to form a single image. Messerli used a balanced combination of digital and physical elements to take the stand to a new level.

A “Fabric Inspection Game” enabled visitors to examine textiles themselves to detect quality issues in an impressive demonstration of the efficiency and reliability of AI for guaranteeing textile quality, while an interactive light set-up showed how USTER products are recycled.

There was great enthusiasm for the live presentations of new products. The focus was on connectivity between ultra-modern hardware, data-assisted software and textile expertise to optimise quality management. This was reflected in different aspects of the unforgettable stand with a visionary impact.

Thanks to Messerli, the quality management experience will remain an effective tool for USTER even after the trade fair, accessible via an iPad app, making market-leader USTER a pioneer of innovation.



Der Messestand von Geistlich in Barcelona

CORPORATE SERVICES

Messestand als Oase der Regeneration

Das Internationale Osteologie-Symposium gilt als wichtigste Veranstaltung im Bereich der regenerativen Zahnmedizin. Vom 27. bis zum 29. April 2023 besuchten rund 2400 medizinische Fach- und Lehrpersonen sowie Forscherinnen und Forscher das Symposium in Barcelona.

Für das international tätige Familienunternehmen Geistlich Pharma war die Veranstaltung eine wichtige Plattform und es engagierte sich am Symposium im Rahmen verschiedener Workshops und Vorträge.

Messerli entwickelte für Geistlich Pharma ein neues Messestandkonzept, das die neue visuelle Identität des Unternehmens unterstrich: Auf dem 120 Quadratmeter grossen Messestand fanden die Besucherinnen und Besucher eine kleine Oase der Regeneration vor. Das offene Design mit frischen Farben und natürlichen Grünakzenten sorgte für eine angenehme Atmosphäre und animierte zu spannenden Gesprächen.

Dank dem Einsatz von bewährten Bausystemen liessen sich die Auf- und Abbaueiten enorm verkürzen. Um der Einwegverwendung entgegenzuwirken, ist das ganze Standkonzept auf Mehrfachnutzung ausgelegt und wird diesen Herbst in Berlin erneut zum Einsatz kommen.

geistlich-pharma.com/de

messerli.live/messebau

- 1 Interaktionsmöglichkeit für Besucherinnen und Besucher
- 2 Der Regenerationskiosk zum Kräfte sammeln
- 3 Harmonische Oase inmitten des Symposiums





MITARBEITERPORTRAIT

Marketing Mix: Power & Gelassenheit

Vor mehr als 14 Jahren wurde Nadia Caruzzo von der aufregenden Welt der Messen in ihren Bann gezogen und ist seitdem eine treibende Kraft in unserem Marketingteam. Durch ihre Power und die langjährige Erfahrung hat sie schon viele Meilensteine erlebt. Im Gespräch gewährt sie uns einen Einblick in ihren dynamischen Arbeitsalltag und teilt ihre Visionen für die Zukunft.

Liebe Nadia, kannst du uns einen kurzen Rückblick auf deine Anfänge bei der Andreas Messerli AG geben?

Als ich am 1. September 2009 meine Stelle bei der Andreas Messerli AG antrat, bestand das Team aus Andreas Messerli und mir, und meine Aufgaben umfassten sowohl Marketing- als auch Assistenzaufgaben. 2012 wurde die Messerli Group gegründet, und mein Fokus änderte sich. Ab diesem Zeitpunkt war ich für die gesamte interne und externe Kommunikation der Messerli Group verantwortlich. Dieser zusätzliche Aufgabenbereich macht die Arbeit noch spannender, da ich so auch Einblicke in unsere kleineren Schwestergesellschaften, die keine eigene Marketingabteilung haben, erhalte und sie in allen Marketing- und Kommunikationsbelangen unterstützen kann.

Welche Aspekte deiner Arbeit faszinieren dich am meisten?

Die Vielfalt der Aufgaben fasziniert mich zweifellos am meisten. Jeder Tag ist anders, und oft lässt er sich nicht im Voraus planen. Natürlich ist dies nicht immer einfach, aber genau das macht die Arbeit spannend.

Auf welche Projekte bist du besonders stolz?

Nach so vielen Jahren ist es schwer, ein einzelnes Beispiel herauszugreifen. Ganz oben auf meiner Liste stehen jedoch die zahlreichen Anlässe, sei es für Mitarbeitende oder Kunden. Wenn ich Menschen während und nach einer Veranstaltung ein Lächeln ins Gesicht zaubern kann oder wenn sie sich bei mir bedanken, dann hat sich der ganze Aufwand im Vorfeld gelohnt. Es ist motivierend, wenn die Wertschätzung zurückkommt.

Welche Themen fordern dich regelmässig heraus?

Für mich ist der allgemeine Wandel im Zusammenhang mit der Digitalisierung eine ständige Herausforderung. Im Laufe der Zeit habe ich viele Umstellungen auf neue Arbeitsmittel und -technologien, wie zum Beispiel kürzlich den Wechsel zu Microsoft Teams, erlebt. Es kommt vor, dass, sobald man sich mit einer Materie auseinandergesetzt hat, Anpassungen vorgenommen werden, die alles wieder auf den Kopf stellen. Das kann spannend, aber auch herausfordernd sein.

Welche Ratschläge würdest du jungen Marketingprofis geben, die gerade erst in die Branche einsteigen?

In diesem Punkt bin ich vielleicht etwas altmodisch, aber mein Rat ist: Sammelt praktische Erfahrungen. Schulen und Weiterbildungen sind die Basis, aber meiner Meinung nach ist es in erster Linie entscheidend, ob jemand im Alltag mitdenken kann. Deshalb empfehle ich jungen Leuten in die Welt hinauszugehen und verschiedene Branchen auszuprobieren. Marketing ist nicht gleich Marketing und hängt oft vom Produkt und vom Fachbereich ab.

Wie findest du Ausgleich zum Arbeitsalltag?

Nach der Arbeit verbringe ich viel Zeit in der Natur, fahre gerne mit meinem E-Bike oder lese ein spannendes Buch. Im Winter finde ich beim Puzzeln meinen Ausgleich. Da ich seit einigen Jahren Teilzeit arbeite, habe ich mehr Zeit für mich und nutze meinen freien Tag, um zusätzliche Energie zu tanken.

Im vollständigen Interview auf messerli.live/blog erfahren Sie, welche Eigenschaften Nadia bei täglichen Herausforderungen helfen und wie sie die Zukunft des Marketings sieht.



Unser Marketingteam liefert aus erster Hand brandheisse und spannende Einblicke in die Welt der Live-Communication.



Outside the box



Can do



On target

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



NACHHALTIGKEIT

VISION 2035

Mit dem Erlangen des EXPO EVENT-Nachhaltigkeitszertifikats legt Messerli den Grundstein für eine nachhaltige Zukunft. Durch den umfangreichen Zertifizierungsprozess bekennen wir uns zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und zur laufenden CO₂-Reduzierung mit dem Ziel, die Klimaneutralität (Netto-Null) bis 2035 zu erreichen.

Als erstes Firmenmitglied der Messerli Group haben wir in Zusammenarbeit mit EXPO EVENT Swiss LiveCom Association im März 2023 das Nachhaltigkeitszertifikat, welches auf ISO 20121 basiert, erlangt. In einem umfangreichen Prozess wurde vorgängig ein übergeordnetes Nachhaltigkeitskonzept für die ganze Messerli Group erstellt, welches als Basis für die Zertifizierung der verschiedenen Unternehmen dient.

Dieses Jahr sollen noch drei weitere Unternehmen der Messerli Group zertifiziert werden. Die Gruppe verfolgt einen langen Planungshorizont und möchte sämtliche Mitgliedsfirmen langfristig in die Klimaneutralität steuern.

Die Andreas Messerli AG versteht als führende Live-Experience-Anbieterin den Klimaschutz als Querschnittsaufgabe auf sämtlichen Stufen der Wertschöpfungskette. Durch den hohen Wertschöpfungsgrad im eigenen Haus ist ein direkter Einfluss auf die Reduktion von Emissionen und die aktive Ressourcenschonung möglich.

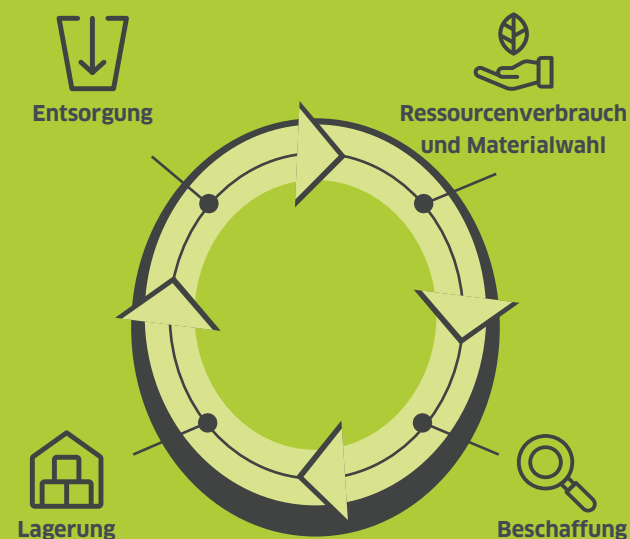
Das Nachhaltigkeitskonzept «Vision 2035» des Unternehmens basiert auf zehn Leitsätzen und sieht eine Reihe von Zielsetzungen und Massnahmen vor, die bei den Themen Umwelt, Gesellschaft und Governance zum Tragen kommen. Damit leisten wir einen aktiven Beitrag, verantwortungsvoll mit Ressourcen umzugehen und den Ausstoss von CO₂ laufend zu reduzieren. Ziel ist es, dass wir bis 2035 die Klimaneutralität (Netto-Null) erreichen.



Live-Erlebnisse nachhaltig gestalten

Wir sind überzeugt, dass Live-Erlebnisse auf Veranstaltungen wie Messen, Events und Kongressen weiterhin grosse Bedeutung haben. Der Nachholbedarf an persönlichen Begegnungen ist nach der Pandemie weiterhin ungebrochen.

Umso wichtiger ist es, bei der Nachhaltigkeit von Veranstaltungen Zeichen zu setzen und diesen Prozess aktiv zu gestalten. Auch sind wir uns bewusst, dass Kunden und Mitarbeitende Unternehmen vermehrt daran messen werden, wie nachhaltig gearbeitet und gehandelt wird. Deshalb sind wir aktiv geworden und arbeiten beherzt an der Entwicklung unserer Standards zur Erreichung einer nachhaltigen Geschäftsführung in unseren Geschäftsfeldern. Das ist unser Versprechen.



Die folgenden 10 Leitsätze beschreiben das Leitbild und das Nachhaltigkeitsverständnis der Andreas Messerli AG.

Umwelt

1 Ressourcen: «Wir steigern unsere Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern unsere Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen.»

2 Energie und Emissionen: «Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern unsere Energieeffizienz und senken Treibhausgasemissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.»

3 Produktverantwortung: «Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.»

4 Nachhaltige Innovationen: «Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der Schweizer Wirtschaft unterstreichen.»

Gesellschaft

5 Menschen- und Arbeitnehmendenrechte: «Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmendenrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und unterbinden jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen.»

6 Wohlbefinden der Mitarbeitenden: «Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.»

7 Anspruchsgruppen: «Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.»

Governance

8 Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: «Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.»

9 Finanzentscheidungen: «Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen.»

10 Antikorruption: «Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie.»

«Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern unsere Energieeffizienz und senken Treibhausgasemissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.»

Nicholas Messerli
Nachhaltigkeitsverantwortlicher
Assistent des Verwaltungsrats



Erfahren Sie in unserem Nachhaltigkeitskonzept alles über unsere Ziele sowie über die Massnahmen, die wir als Unternehmen für mehr Nachhaltigkeit bereits umsetzen oder in Angriff nehmen.



www.messerli.live/nachhaltigkeit





Die verschiedenen Aussteller an der EuroShop 2023 in Düsseldorf sorgten für den Wow-Effekt.

Trends in der Live-Com

Unternehmen, die sich erfolgreich präsentieren möchten, haben ein latentes Bedürfnis, ihren Brand und ihre Dienstleistungen an Veranstaltungen im besten Licht darzustellen. Oft werden wir deshalb von unseren Kunden gefragt: «Welches sind die aktuellen Trends im Messebau?» oder «Was gibt es Neues, womit wir unsere Zielgruppen aktivieren können?» Wir haben an der diesjährigen EuroShop 2023 in Düsseldorf danach Ausschau gehalten, welche Tendenzen im Messe- und Eventbau sowie im Retailbereich besonders gut ankommen.

Während zwei Tagen hat unser Kreativteam die weitläufigen Hallen der grössten Fachmesse für Ausstellungs- und Ladenkonzepte erkundet und sich auf die Suche nach neuen Ideen und Inspirationen, Materialien und Technologien gemacht. Eine Messe bietet bekanntlich die idealen Voraussetzungen dazu, denn hier kann man live erleben, ob ein Trend mehrheitsfähig ist und sich durchsetzen wird. Digitale Aktivierungen agieren als Eisbrecher und tragen dazu bei, die Interaktion mit den Besucherinnen und Besuchern zu erleichtern.

Unsere spannenden Insights haben wir für Sie nachstehend übersichtlich gegliedert. Zudem können Sie dazu auf unserem Messerli-Blog die interessante Videoreportage mit knackigen Clips nachschauen.

Einfach den QR-Code in der Box scannen oder Sie besuchen uns auf www.messerli.live/blog/trends.

#MARKENINSZENIERUNG

Gutes Storytelling und modulare Standbausysteme als Erfolgsfaktoren

Live matters! Nach den letzten Jahren mit Corona mehr denn je. Die Profis aus dem Expo- und Eventmarketing setzen für den Ausstellungsbau und die Inszenierung von Markenwelten auf folgende innovative Lösungen:

- Modulare, skalierbare Standbausysteme für mehr Nachhaltigkeit und schnelleren Aufbau
- Grösstmögliche Personalisierung durch innovative Wandverkleidungen
- Grosser Trend zu Bewegtbildflächen mit hochwertigen Video-Inhalten
- Gutes Storytelling schlägt aufwendige Architektur

Spezialisten im Storytelling nutzen die innovativsten Technologien und Trends, um Geschichten an allen Touchpoints originell und spannend zu erzählen. Dies führt dazu, dass die reale, die mediale und die digitale Welt zu einem ganzheitlichen Erlebnis wird.



#DESIGNTRENDS

Das haptische Erleben bleibt zentral

Wie können Besucherinnen und Besucher mit räumlichen Inszenierungen begeistert und berührt werden? Mit ausgewählten Materialien, Oberflächen und durchdachter Beleuchtung wird die übergeordnete Story unterstützt und in Szene gesetzt. Dafür entwerfen Szenografen und Innenarchitektinnen inspirierende Markenwelten für Arbeits- und Kundenzonen. Welche nützlichen Tipps liessen sich bei der EuroShop 2023 herauskristallisieren, um sich von anderen Ausstellern abzuheben?

- Mit Licht, Oberflächen und Materialien werden Markenwelten zum Leben erweckt.
- Mit einer durchdachten Raumgestaltung kann man die Besucherinnen und Besucher emotional abholen.
- Haptisches Erleben bleibt zentral
- Storytelling zeigt sich in der Wahl und der Bespielung von Oberflächen und Materialien.



2

#BESUCHERAKTIVIERUNG

Es zählt die Balance zwischen digital und analog

Was macht wirklich Eindruck und zieht die Messebesucherinnen und -besucher an? Mehr denn je wollen sie aktiv in die Inszenierung eintauchen und Teil der dargestellten Markenwelt werden.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, braucht es eine harmonische Kombination von Storytelling, analoger Inszenierung und digitaler Technologie, die sich nahtlos in den Firmenauftritt integrieren lassen.

- Besucherinnen und Besucher werden zu Hauptakteuren und Entdeckerinnen.
- Eine ausgewogene Schnittstelle zwischen digital und analog ist zentral.
- Aktivierungen sind Anlässe, um Besucherinnen und Besucher auf den Stand einzuladen und mit ihnen in Kontakt zu treten.
- Es braucht eine ganzheitliche Botschaft über das ganze Standkonzept hinweg.



3

#CUSTOMER JOURNEY

Wie Ausstellende das Beste aus ihrem Messeauftritt herausholen

Digitale Hilfsmittel erleichtern die Kontaktaufnahme mit Besucherinnen und Besuchern vor, während und nach der Messe. Je nach Aufbau der digitalen Komponenten können diese Formate auch genutzt werden, um wertvolle Erkenntnisse über die Zielgruppe zu gewinnen und so die eigenen Angebote noch exakter auf deren Bedürfnisse abzustimmen.

Ausstellende müssen sich deshalb gut überlegen, welche Touchpoints sie am besten nutzen können, um sich den Kontakt zur Zielgruppe in jedem Abschnitt des Customer Journeys zu sichern.

- Die Kommunikation mit den Besucherinnen und Besucher findet vor, während und nach der Messe statt.
- Touchpoints können immer wieder geschaffen werden.
- Der direkte Austausch an der Messe ist einzigartig.
- Digitale Hilfsmittel erleichtern die Kontaktaufnahme und können Hemmschwellen abbauen.



4

1 Packendes Storytelling auf Bewegtbildfläche

2 Erfrischende Inszenierung durch Farbe, Licht und Materialien

3 Der Gast entdeckt die Produkte selbstständig und interaktiv am Messestand.

4 Der Austausch findet dank digitalen Hilfsmitteln direkt am Stand statt.



Digital Experience an der EuroShop 2023

#DIGITAL EXPERIENCE

Technologie lebt vom Content und von Storytelling

In der heutigen schnelllebigen und hochtechnologischen Welt haben sich digitale und interaktive Tools als unverzichtbare Instrumente erwiesen, um mit Messebesucherinnen und -besuchern in einen tiefgreifenden Kontakt zu treten.

Die Messeumgebungen von heute sind mehr als nur schlichte Präsentationsorte, sie sind vielmehr lebendige Interaktionsplattformen um die eigene Zielgruppe anzusprechen und sich auf nachhaltige Weise in deren Gedächtnis zu verankern. Mit Infotainment-Formaten können Ausstellende somit ihre Botschaften besser und bleibender vermitteln.

Die wichtigsten Erkenntnisse zum Thema Digital Experience und Integration dieser Werkzeuge nach unserem EuroShop-Besuch:

- Markeninhalte mit digitalen Mitteln bleibend und wirksam vermitteln
- Mit verschiedenen Aktivierungsformaten auf Messen und Events spielerisch das Eis brechen
- Den Besucher involvieren und mitgestalten lassen
- Technologie lebt vom Content und Storytelling.

Die Einführung von Infotainment-Formaten hat eine ganz neue Dimension in der Art und Weise eröffnet, wie Ausstellende ihre Botschaften vermitteln können. Durch die Kombination von Information und Unterhaltung schaffen sie ein dynamisches Umfeld, in dem Informationen nicht nur präsentiert, sondern auch erlebt werden können.

Hier geht's zu unserer Videoreportage mit den aktuellen Trends von der EuroShop 2023.



www.messerli.live/blog

Möchten Sie Ihre Zielgruppe besser erreichen?

Die Begeisterung für digitale Aktivierungen an Messen, Events und POS wächst laufend und der Erfolg von Infotainment lässt sich nicht nur anhand der erhöhten Aufmerksamkeit und längeren Verweildauer der Besucherinnen und Besucher messen, sondern auch an der langanhaltenden Erinnerung, die dadurch geschaffen wird. Unsere Profis enthüllen, wie der geschickte Einsatz dieser kraftvollen Instrumente zum Erfolg führt.

Lernen Sie dafür unser Digital Experience Team kennen und sie zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Zielgruppen auf Messen und Events besser aktivieren und erreichen können.

Mit einem Besuch in unserem Digital Lab in Wetzikon erleben Sie auf 350 m² Ausstellungsfläche, welche Lösungen wir Ihnen anbieten können. Hier entwickeln und testen wir die neusten Formate für erfolgreiche Kundenaktivierungen. Menschen neigen dazu, sich besser an Dinge zu erinnern, die sie nicht nur gesehen oder gehört, sondern auch aktiv erlebt haben.

Gerne zeigen wir Ihnen erfolgreiche Kundenreferenzen sowie unser digitales Mietsortiment, das aus attraktiven Plug-and-Play-Systemen besteht, die für Aktivierungs- und Präsentationsmassnahmen schnell einsatzbereit sind. Bei Ihrem Besuch können Sie sich direkt vor Ort inspirieren und beraten lassen.

Mehr Informationen finden Sie hier:

www.messerli.live/digital-lab





Nachruf Hugo Keller

Mit grosser Trauer und tiefer Betroffenheit nehmen wir Abschied von unserem langjährigen Geschäftsführer Hugo Keller, der uns am 9. Juli 2023 im Alter von 61 Jahren nach langer Krankheit verlassen hat.

Hugo Keller trat 2000 als Leiter Finanzen und Controlling in die Andreas Messerli AG ein. In den darauffolgenden Jahren hat er seinen Wirkungs- und Verantwortungsbereich stets erweitert und war als Geschäftsführer massgeblich bei der Gründung und der stetigen Erweiterung unserer Firmengruppe Messerli Group AG beteiligt.

Wir trauern um eine herausragende Persönlichkeit, die unsere Unternehmen auf allen Ebenen geprägt und in ausserordentlichem Masse mitgestaltet hat. Sein unternehmerisches Denken gepaart mit seiner Weitsicht und Vision haben wesentlich zum Erfolg der Firmengruppe beigetragen.

Mit ihm verlieren wir nicht nur einen stetigen und treuen Wegbegleiter in unserem Geschäftsalltag, sondern vor allem einen guten Freund und Mentor. Wie kein anderer verstand er es, seine Mitarbeitenden mit einfühlsamer und leidenschaftlicher Art zu motivieren, zu prägen und weiterzubringen.

Hugo war stets ein neugieriger und offener Mensch. Diese Eigenschaften halfen ihm, sich in kürzester Zeit eine hohe Kompetenz und Fachkundigkeit in neuen und komplexen Themen und Sachverhalten anzueignen. Dies machte ihn zu einem sehr erfolgreichen Unternehmer und zu einem geschätzten Ansprechpartner innerhalb und ausserhalb unserer Unternehmungen.

Sein Tod macht uns tief betroffen und hinterlässt eine grosse Lücke. Für sein unermüdliches Engagement in diesen letzten zwei Jahrzehnten sind wir ihm zu unendlichem Dank verpflichtet.

Wir werden ihn sehr vermissen und ihm ein ehrendes Andenken bewahren.

Andreas Messerli
mit der ganzen Belegschaft der Messerli Group



Showroom Neumühle, Zürich
Gestaltung Miguel Lauper, Foto Mpho Mokgadi

FABRIKATUR

Die Holzprofis



1

- 1 Stilvolle Holzmöbel im Hotel Schweizerhof Wetzikon
Einrichtung und Dekoration Lewy Art GmbH
- 2 Einkleidung des Calida Pop-Up Store in Regensdorf
- 3 Perfekte Inszenierung des Werkstoffes Holz im Büro
der UPGREAT AG in Fehraltorf, in Zusammenarbeit
mit Werk36



2



3

Wenn hochwertige Schreiner- und Fertigungsarbeiten gefragt sind, kommen die Profis der Fabrikatur AG ins Spiel. Der Schreinerbetrieb der Messerli Group hat sich in den letzten Jahrzehnten als Experte etabliert und präsentiert heute ein breites Spektrum an Lösungen und Dienstleistungen. Von automatisierten Fertigungssystemen bis hin zu massgeschneiderten Produktionslösungen bietet das Unternehmen passende Antworten auf die vielseitigen Anforderungen der Veranstaltungs- und Inneneinrichtungsbranche. Durch ihre starke Verpflichtung zur Qualität, Technologie und Nachhaltigkeit hebt sich die Fabrikatur von ihren Mitbewerbern ab und führt komplexe Projekte zum Erfolg.

Die Schreinerei in Wetzikon ZH hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit wegweisenden Fertigungstechnologien nicht nur die Effizienz zu steigern, sondern vor allem auch ökologisch nachhaltig zu produzieren. Dies reicht von der Verwendung umweltfreundlicher Materialien und Recyclinglösungen bis hin zur Nutzung von Holzresten zur Beheizung von Produktions- und Büroräumen.

Das Team besteht aus 15 Mitarbeitenden, darunter viele langjährige Schreinerprofis mit umfangreicher Erfahrung. Sie streben danach, die individuellen Bedürfnisse jedes Kunden zu verstehen und massgeschneiderte Lösungen anzubieten. Einige sind bereits in jungen Jahren dem Unternehmen beigetreten und loyal verbunden geblieben.

Die Profis geben umfangreiches Wissen an die jüngere Generation weiter, indem sie Lernende als Schreiner/in EFZ ausbilden. Ihre Werte umfassen Innovationskraft, Engagement für höchste Qualität und soziale Verantwortung.

Diese Haltung zeigt sich nicht nur in ihren Produkten, sondern auch in ihrem engagierten Kundenservice. Teamarbeit, offene Kommunikation und die Förderung kreativen Denkens sind wichtige Elemente, die das Unternehmen antreiben. Mit ihrer nachhaltigen Unternehmensphilosophie ist die Fabrikatur AG zweifellos eine geschätzte und verlässliche Realisationspartnerin.

FABRIKATUR

Wooden specialists

Whenever high-quality carpentry and manufacturing work is required, that's when the professionals at Fabrikatur AG come into play. The Messerli Group's carpentry business has proved its expertise over the past few decades. With products ranging from automated manufacturing systems to customised production solutions, the company has the answers to satisfy the most versatile requirements of the event and interior design industry. Its strong commitment to quality, technology and sustainability sets it apart from its competitors and makes even the most complex projects a success.

The carpentry workshop in Wetzikon in the canton of Zurich focuses not only on increasing efficiency with pioneering production technologies, but above all on doing so in an ecologically sustainable manner. As well as opting for environmentally friendly materials and implementing recycling solutions, this also includes using wood residues to heat production and office spaces.

The team consists of 15 employees, including many long-time carpentry professionals with comprehensive experience. They strive to understand the individual needs of each client and to offer tailor-made solutions. These professionals are now passing on their extensive knowledge to the younger generation by training apprentices as carpenters with a federal diploma. The company values include innovative strength, a commitment to top quality and social responsibility.

This attitude is not only evident in its products, but also in its dedicated customer service. Teamwork, open communication and the promotion of creative thinking are important elements that drive the company. With its sustainable corporate philosophy, Fabrikatur AG is undoubtedly a valued and reliable partner.

FABRIKATUR

Die Fabrikatur-Mitarbeitenden sind Profis für die Umsetzung von Raumkonzepten bei Messe- und Eventbauten sowie Inneneinrichtungen. In der Schreinerei in Wetzikon werden dabei täglich einzigartige Projekte umgesetzt. Das Unternehmen hat im März 2023 das Nachhaltigkeitszertifikat erlangt. Eine eigene Solaranlage auf dem Dach wie auch das Recycling von Holzabfällen und deren Einsatz als Energiequelle sind wichtige Massnahmen für eine ressourcenschonende Produktion.

Der moderne Maschinenpark mit Spritzwerk erlaubt es, Einzelanfertigungen als auch Gross- und Lohnaufträge innert kürzester Zeit effizient zu produzieren. Als Mitglied der Messerli Group ist die Fabrikatur in ein starkes und umfassendes Netzwerk eingebunden.

Erfahren Sie mehr über das Team und die Projekte unter:

[fabrikatur.ch](https://www.fabrikatur.ch)





Foto: Expo Doha Qatar 2023

2.10.2023–28.3.2024

Expo 2023 Doha Qatar

Ganz im Zeichen des grünen Morgen entwickelt sich das Expo Gelände im 2023 zu einem Erlebnis der Innovation, der Nachhaltigkeit, des Austauschs, der Kultur und der Unterhaltung.

@expo2023doha
#Expo2023Doha



Foto: Digital Art Zürich 2022

19.–29.10.2023

DA Z 2023 Digital Art Zürich

Herausragende Künstler:innen zeigen am grössten Schweizer Digitalkultur-Festival kreative Werke und Performances an verschiedenen Locations in Zürich. Ausschliesslich Schweizer oder Welt-Premieren!

@daz_digitalartzurich
#dazfestival



Foto: Designgut 2022

2.–5.11.2023

Designgut - Nachhaltiges Design

Winterthur ist Schauplatz für die Verbindung von Nachhaltigkeit und Design. Hier trifft sich die kreative Schweizer Designszene, die Nachhaltigkeit zur selbstverständlichen Komponente ihrer Kreationen macht.

@designgut
#designgut2023

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 Juri Camagni, Caroline Jud

Gestaltung Jeremy Ruetz, Anna Fontana

Korrektorat comtexto AG

Druck pmc print media corporation, Oetwil am See

Konzept SNK Identities AG

Aboservice abo@messerli.live

Titelseite Der Singapore Pavilion an der Expo Dubai 2020 zeigt, dass die bebauten Umwelt die Natur nicht verdrängen muss.

Foto: Quentin Sim, Singapore Pavilion Expo 2020 Dubai

Abdruck nur mit Erlaubnis des Herausgebers.

MESSERLI ONLINE

Printausgabe verpasst? Sie können die Leitartikel in unserem Blog nachlesen oder das komplette Magazin als PDF in unserem Archiv herunterladen. Dort finden Sie auch alle früheren Ausgaben.

messerli.live/blog messerli.live/brandworld

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

Mehr entdecken mit unseren QR-Codes



Überall, wo in unserem Kundenmagazin ein QR-Code abgedruckt ist, sind weitere digitale Inhalte für Sie verfügbar. Scannen Sie dazu die QR-Codes direkt mit der Kamera oder mit einer QR-Reader-App auf Ihrem mobilen Gerät. Der weiterführende Link führt Sie zu spannenden Contents wie Blogs, Videos und mehr. Viel Spass!

Discover more with our QR codes

Additional digital content is available for you whenever a QR code is printed in our customer magazine. To access it, scan the codes directly with the camera or a QR reader app on your mobile device. The link will take you to interesting content such as blogs, videos and more. Have fun!