



TradeFairs International

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR MESSEN UND EVENTS



Photo: Messe Offenbach

Focus Deutschland: Alles was die Lederbranche braucht

International Russland: Im Alleingang auf Wachstumskurs

Praxis Messebau/Design: Alles unter einem Dach vereint

Focus Germany: All for leather

International Russia: Growing independently

Practice Stand construction/Design: United under one roof

GERMANY

MESSEBAU-ZULIEFERER

Textil für große Auftritte

Geht es um großflächige Grafik-Bespannungen und textile Architektur, steht die German Print Group bereit. Die GPG aus Koblenz ist der Dienstleister, dem Messebauer vertrauen.

Photomac / GPG



Smart Country Convention: „Eine starke Performance von der GPG.“
Smart Country Convention: "Impressive performance from GPG."

Messehallen sind Nutzbauten – und nicht zwangsläufig prädestiniert für Architekturpreise. Die GPG lieferte jüngst ein Beispiel, wie sich auch unschöne bauliche Gegebenheiten optimal

nutzen lassen. Auf dem Areal eines Ausstellers standen wenig ästhetische Hallen-Säulen. Die GPG verwandelte sie in architektonische Highlights. Aus grauen Säulen wurden strahlend weiße XXL-Stofftrichter bespannt

SETTING STANDARDS IN GLOBAL EXHIBITION LOGISTICS

IELA is the global industry network that provides top quality performance and expertise for your exhibition logistics needs.

IELA members enable your operational excellence, serving well beyond expected industry standards in the care and safety of your exhibits and the success of your exhibitions.



INTERNATIONAL EXHIBITION LOGISTICS ASSOCIATION

WWW.IELA.ORG

Sustainability in exhibition logistics

When you think about sustainability in terms of exhibition logistics, one word comes to mind: Green Logistics.

Sustainability is applied to ensure that operations do not negatively impact the environment. Achieving sustainability revolves around reducing, not eliminating, the causes of environmental problems. In the transportation industry, a sustainable solution focuses on improving individual operations and movements to increase the efficiency of transportation.

Ultimately this means that, from the start, the principle of sustainability should be integrated into the strategic planning of exhibitions in order to make business sense and to position the exhibition logistics professional as a responsible and trusted partner.

The IELA association believes that more businesses will have to take a long-term strategic view on sustainability and build it into the key value creation. This will drive growth and balance the environmental impact of all exhibition-related activities. It goes without saying that the importance of achieving social enhancement for stakeholders will be aligned alongside financial objectives.

During our 2019 IELA Winter Seminar, we hosted a campfire to address and advance on the subject of sustainability with young professionals of the industry. Positive feedback and practical suggestions were exchanged on how IELA Members can adapt their behaviour in exhibition logistics in order to leverage new conduct patterns, methods and technologies.

Creating value is the key message. IELA is committed to creating transparency in the exhibition supply chain and increase its members' awareness of sustainability.

IELA invites all stakeholders in the industry to participate if they are facing sustainable challenges in reference to logistics. We are looking forward to working together to develop best practices and solutions for the entire exhibition value chain.

This core topic will be discussed at length at IELA's new flagship event, IELA Connect. Furthermore there will be a presentation of the IELA Sustainability Guidelines on October 14th 2019 in Marrakech.

For further information please contact the IELA Team: Elizabeth@ielo.org or visit our website at www.iela.org.

MESSEBAU / DESIGN

Unter einem Dach vereint

Mehrere Aussteller unter einem einheitlichen Konzept darzustellen ist eine Herausforderung für Messedesigner. Mitunter gestalten sie sogar eine komplette Veranstaltung.

Zwei Marken – getrennt und doch in erkennbarer Einheit: So erlebten die Besucher Rolls-Royce und MTU Friedrichshafen auf der SMM Hamburg 2018, der Weltleitmesse der maritimen Wirtschaft. Das Marken-Duo steht für einen führenden Hersteller von Schiffsantriebsmotoren und -systemen. In zwei optisch unterscheidbare Bereiche trennte sich der 380 Quadratmeter große Messestand. Dabei gelang es dem Messebaudienstleister Bluepool aus Leinfelden-Echterdingen, mit klaren Linien den Fokus gezielt auf beide Marken zu set-

zen. Bereichsübergreifend hingen Medien-Installationen von der Decke herab. Große LED-Monitore zeigten Exponate und Anwendungen, die sich in ihrer vollen Größe kaum in einer Halle aussstellen lassen. „Mit den Installationen bildete unser Standbau ein wesentliches Merkmal des Ausstellers ab: Den Einsatz innovativster Digitaltechnologie bei Schiffsantrieben“, wie Bluepool-Geschäftsführer Frank-Dieter Keinath erläutert.

Ergänzend zu einem ausgestellten Schiffsmotor erhielten die Besucher Einblicke in dessen Funktionsweise über eine Aug-

Bluepool gelang es, den Fokus gezielt auf beide Marken, Rolls-Royce und MTU Friedrichshafen, zu setzen. *Bluepool succeeded in putting both brands into the spotlight: Rolls-Royce and MTU Friedrichshafen.*



Photo: Bluepool