



## MESSESTAND EUROSHOP 2017 DER PETER SCHMIDT GROUP

### **„Wir sind der Knaller!“**

Zum ersten Mal präsentiert sich die Peter Schmidt Group in diesem Jahr auf der EuroShop in Düsseldorf.

Inhaltlich ist die Präsenz auf der weltweit größten Einzelhandelsmesse ein logischer Schritt: Die Peter Schmidt Group wird vorwiegend mit Packaging- und Corporate Design-Projekten assoziiert, doch letztlich steht bei der Arbeit der Agentur immer die Marke im Mittelpunkt - und damit die Frage, wie diese bestmöglich zur Geltung kommt. Das Retail-Umfeld bildet hier einen spannenden Ort: Hier finden Konsumgüter und Zielgruppen zueinander, allerdings nicht in einem rationalen Rahmen, sondern als multisensorische Erfahrung: Wir schauen, wir fühlen, wir riechen und hören. All diese Sinneswahrnehmungen lassen sich im Interesse von Marken steuern.

Auf der EuroShop gibt die Peter Schmidt Group einen Einblick, wie sich dieses „multisensorische Erleben“ aktivieren lässt: Auf kleinstem Raum von nur 15 qm schafft der Messestand bei Besuchern einen bleibenden Eindruck und vermittelt zudem die Designkompetenz im Bereich „Markenkommunikation im Raum“. Verantwortlich für die Gestaltung des Messestands zeichnet das „Brand Spaces“-Team der Agentur rund um Steven Cichon.

Leitmotiv des Standes ist das Statement „Wir sind der Knaller!“. Einerseits zeugt diese Aussage vom Selbstbewusstsein und dem Wissen von der eigenen Kraft, Projekte für unterschiedlichste Kunden weltweit auf die Straße zu bringen. Andererseits wird sie in einen Raum übersetzt, der im wahrsten Sinn des Wortes „knallt“: Oberflächen aus Seekiefer haben die Gestalter mit einem plakativen, kontrastreichen Streifenmuster versehen, das Bezug auf den aktuell wiederkehrenden „Memphis“-Stil der Achtziger Jahre nimmt, aber auch Assoziationen mit der Zirkus-Ästhetik weckt. Sie entwarfen eine trendbewusste, farbenfrohe Welt, die zugleich genügend Raum lässt, um sich für Gespräche zurückzuziehen oder Projekte zu präsentieren - sei es durch haptisches Erleben ausgestelltter Exponate oder durch die digitale Präsentation am Screen.

Dominiert wird der Stand jedoch von einer riesigen Popcorn-Kanone, die sich den Besuchern der Halle entgegenreckt - ein Eye-Catcher mit einem tieferen Sinn: Das Popcorn ist nicht nur eine weitere Umsetzung des Mottos „Wir sind der Knaller!“, sondern steht sinnbildlich für die multisensorische Erfahrung im gebauten Raum, die auch den Geruchs- und Geschmacksinn anspricht.

*338 Wörter, 2.437 Zeichen (mit Leerzeichen)*