



Messedesign Jahrbuch

TRADE FAIR DESIGN ANNUAL

2020/21

Sabine Marinescu
Janina Poesch

avedition



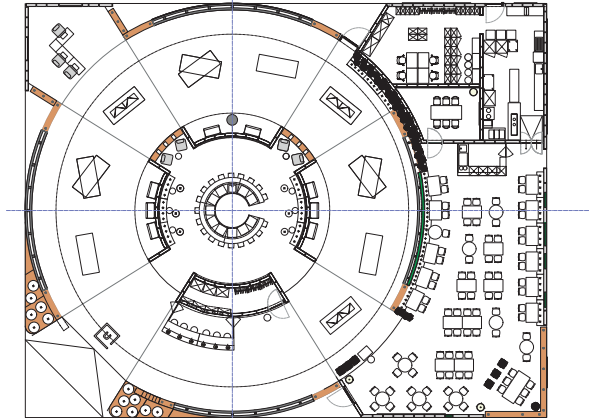
3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Mit den Begriffen **Offenheit, Begegnung sowie Vernetzung von Menschen, Dienstleistungen und Ideen** lässt sich das Standkonzept perfekt beschreiben. **Eine radiale, durchlässige und mehrdimensionale Struktur** macht den Messestand einzigartig. Dank **der Kombination von neutralen Materialien, zeitgenössischen Geometrien, Technologien sowie grünen Elementen** gibt der Stand das kreative Potenzial der Retail-Design-Welt frei.

—— The terms **openness, encounter as well as connecting people, services and ideas** describe the stand concept perfectly. **A radial, transparent and multidimensional structure** makes the booth unique. Thanks to **the combination of neutral materials, contemporary geometry, technologies and green elements** the stand releases the creative potential of the retail design world.







Size 918 m² | **Exhibitor** umdasch Store Makers Management GmbH, Amstetten | **Photos** Jens Pfisterer, Stuttgart; umdasch Store Makers Management GmbH, Amstetten | **Architecture / Design** Dobas AG, Lucerne | **Construction** b+s exhibitions

Welche Themen den Handel im Februar 2020 beschäftigt hatten, konnten Besuchende der

EuroShop unter anderem auch auf dem Stand von umdasch Store Makers live erleben: Auf 918 Quadratmetern präsentierte das Ladenbau-Unternehmen neue Perspektiven für den Retail der Zukunft. Hierfür wurde der Auftritt von den Kreativschaffenden von Dobas in vier Themenbereiche gegliedert, die zugleich die vier Geschäftsfelder von umdasch darstellten: „Lifestyle“, „Premium“, „Food“ und „Digital“. In einem ganzheitlichen Rundgang konnten die Messegäste so durch eine Vielzahl an Branchen wandeln und dank diverser (multimedialer) Stationen zahlreiche Möglichkeiten für gewinnbringende Maßnahmen am Point of Sale kennenlernen. Im Zentrum des Auftritts symbolisierte eine Bar schließlich den Ort, an dem sich Menschen und (Unternehmens-)Werte begegnen und neue Ideen entstehen können – wobei Dobas das vernetzte Denken, das für erfolgreiche Retail-Konzepte gefordert ist, in ein Netz aus blauen Seilen übersetzte, das omnipräsent über den Köpfen der Gäste schwebte. ——— Visitors to the EuroShop could experience some of the topics which concerned the retail trade in February 2020 at first hand on the stand of umdasch Store Makers: On 918 square metres, the shopfitters presented new prospects for the retail of the future. To achieve this, the creative talents from Dobas divided the stand into four themed areas, each representing one of the most important fields of business that umdasch offers: "Lifestyle", "Premium", "Food" and "Digital". On the tour round the whole stand, fairgoers could wander through many different sectors and at various (multimedia) stations discover countless possibilities for integrating profit-making measures at the point of sale. A bar located at the centre of the booth symbolised the place where people and (corporate) values meet and where new ideas can evolve. To capture the networked mindset that is needed for successful retail concepts, Dobas created a network of blue ropes suspended dominantly above the heads of the guests.