

Auf dem Laufsteg

Dragan Pavlovic, Creative Director der Werbeagentur SCP Göteborg, und Wilfried Ruprecht, Projektleiter beim Messebauer Ambrosius in Frankfurt, erklären die Besonderheiten des Volvostands, der in diesem Jahr beim Genfer Automobilsalon zur großen Bühne für moderne Messearchitektur geworden ist.

► Treffpunkt Messestand. Funktionalität und Design kommen dort in hohem Maß zusammen. Beim Internationalen Genfer Automobilsalon ist in diesem Jahr der Stand von Volvo mit dem Creativity Award 2011 prämiert worden. Innovativ, transparent, offen und einladend ist die Architektur, sie bietet Platz genug für Autos – stehend

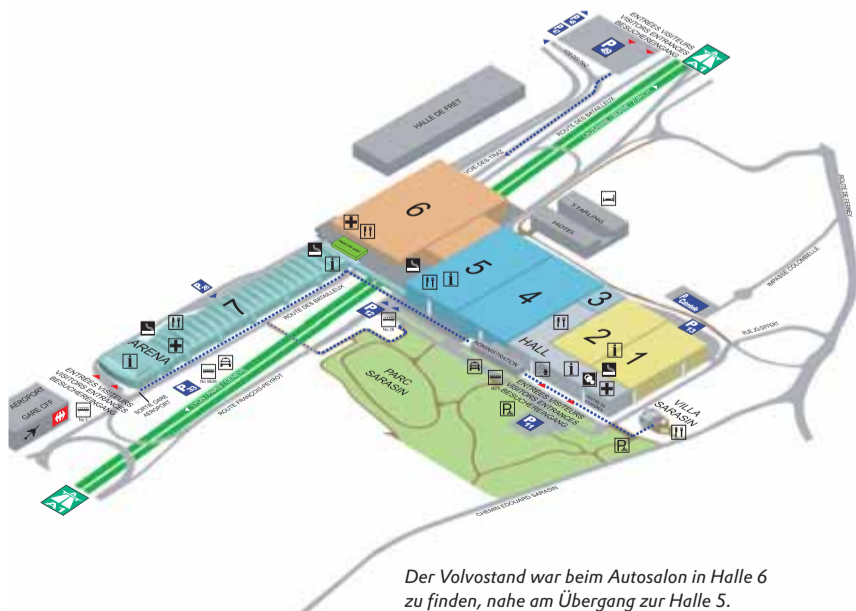
und fahrend – und fürs Publikum. Ein echter Hingucker. Unterschiedliche Elemente haben die Designer dafür zusammengeführt. Eines davon: ein 186 Quadratmeter großer Lightpanel-Boden, der sich in Teilen dreht. Die Panels aus der Fertigung des Nürnberger Spezialisten designpanel bestehen aus mehreren Schichten PLEXIGLAS® LED (ehemals PLEXIGLAS® EndLighten T), umgeben von LED-Lichtstreifen, eingefasst in einen Alurahmen und abgedeckt mit einer gehärteten Glasscheibe.

Welche Idee steckt hinter dem Stand?

Dragan Pavlovic: Der Stand soll das skandinavische Kulturerbe ausdrücken. Er spiegelt die Verantwortung für Mensch und Umwelt wider. Deshalb haben wir auch natürliche und wiederverwertbare Materialien genutzt. Und der Award ist für uns Ansporn, dieses Konzept, das den Menschen in den Mittelpunkt stellt, weiter zu verfolgen.

Was sind die besonderen technischen Anforderungen, vor allem für den Boden?

Dragan Pavlovic: Zum einen müssen bei Pressekonferenzen die Hybridfahrzeuge auf dem Catwalk fahren können. Da hat die Bodenkonstruktion naturgemäß



Der Volvostand war beim Autosalon in Halle 6 zu finden, nahe am Übergang zur Halle 5.



Größer als die meisten Wohnungen ist der Lightpanel-Boden mit seinen 186 Quadratmetern.



Die Limousinen können auf dem Laufsteg fahren, der in Teilen drehbar ist. Das Design soll das skandinavische Kulturerbe ausdrücken.

besondere Bedeutung. Das heißt auch, die Lightpanels müssen relativ hohen Geschwindigkeiten standhalten, um die Sicherheit zu gewährleisten. Zudem muss auf dem Catwalk selbst, aber auch drum herum, ausreichend Platz zur Präsentation der Autos sein.

Wilfried Ruprecht: Hinzu kommt, dass Messestände zwar in einem Baukastensystem konzipiert sind, dies aber nicht als solches erkennbar sein sollte. Der Stand muss ein homogenes Bild abgeben. Und nicht zuletzt sind unsere hohen Qualitätsstandards beim Bau nicht zu vernachlässigen.

Ein Messeboden aus Lightpanels ist aber keine Straße mit mehrschichtigem Unterbau. Warum trägt er dennoch so unproblematisch?
Wilfried Ruprecht: Dadurch, dass es im Panel keine Hohlräume gibt und das gesamte Panel auf einer tragenden Multiplexplatte flächig aufliegt, können wir bedenkenlos Autos darüberrollen lassen.

Sie haben im Stand Lightpanels eingebaut. Durch die Lichtleitfähigkeit von PLEXIGLAS® LED verbreiten diese ein homogenes Licht. Welche Rolle spielt die Beleuchtung?

Wilfried Ruprecht: Wir nutzen die Technologie gerne, wenn eine beson-

ders dünne und gleichmäßige Flächenbeleuchtung gefordert ist. Das war hier der Fall. Wir benötigten für den Stand eine homogene hinterleuchtete Fläche, was durch die Lichtleitfähigkeiten von PLEXIGLAS® möglich ist. Außerdem sollten die Lichtfarben veränderlich sein, und es durfte keinen Wärmestau geben, wie es eine Beleuchtung mit LEDs ermöglicht. Hinzu kam, dass sich damit wunderbar die Ideen der Architekten verwirklichen ließen. Unser Kunde Volvo war mit der Umsetzung sehr zufrieden.

Dragan Pavlovic: Das stimmt, der Boden transportiert mit der wechselnden Beleuchtung eine Botschaft. Bei der Präsentation der Autos mit der Plug-in-Hybridtechnologie von Volvo werden bei der gesamten Kommunikation die drei Möglichkeiten des Antriebs, Pure, Hybrid, Power, durch drei unterschiedliche Farben symbolisiert. Diese spiegeln sich dann in dem Boden, Produktfilmen und Publikationen wider. zet