

## **Orgatec-Messestand der Schneeweiss AG:**

### **Face-to-Face-Kommunikation im Fokus**

**Kippenheim/Köln. Mit ihrem Messestand auf der diesjährigen Orgatec in Köln setzt die Schneeweiss AG erneut ein Statement und präsentiert sich als Experte auf dem Gebiet der Inneneinrichtung. Der über 350 Quadratmeter große Messestand K 51/L 50 in Halle 10.2 wurde – wie bei allen Messeteilnahmen des Unternehmensverbands – inhouse entwickelt und gebaut. Er bietet den perfekten Rahmen für die auf der Messe präsentierten Produktinnovationen der auf Möbel und Inneneinrichtung spezialisierten Tochterunternehmen Hiller Objektmöbel, Rosconi und Braun Lockenhaus und schafft zahlreiche Möglichkeiten zur gelungenen Kommunikation.**

Face-to-Face-Kommunikation ist das Leitmotiv, welches bei der Gestaltung des Messestandes, aber auch bei den von der Unternehmensgruppe präsentierten Produkten sowie bei der begleitenden Kampagne im Vordergrund steht. „Was unsere Produkte angeht, sind wir große Fans von Digitalisierung und von State of the Art-Technologien. Dies demonstrieren wir unter anderem mit unserem zukunftsweisenden digitalen Informationssystem ‚no.e‘“, so Jürgen Dreher, Inhaber der Schneeweiss AG Interior. „Jedoch bin ich der Ansicht, dass die Kommunikation von Mensch zu Mensch weniger digital, sondern wieder verstärkt persönlich, von Angesicht zu Angesicht verlaufen sollte. Oft werden im direkten Gespräch miteinander gute Ideen geboren, kreative Prozesse angestoßen, Inspirationen gefunden.“

### **Messestand schafft Raum für Gespräche**

Der Messestand der Schneeweiss AG und ihrer Tochtergesellschaften Hiller Objektmöbel, Rosconi und Braun Lockenhaus lädt schon allein mit seiner beeindruckenden Größe von über 350 Quadratmetern sowie mit

seiner von drei Seiten zugänglichen Gestaltung zum Betreten und somit zur echten Kommunikation ein. Dreher: „Bewusst haben wir einen Messestand geschaffen, der trotz seiner Größe und seiner offenen Form einen in sich geschlossenen Kosmos darstellt. Damit bietet er Geborgenheit, Raum und die nötige Ruhe für den persönlichen Dialog, abgeschirmt vom übrigen Messetreiben.“ Die hohe Fertigungstiefe der Unternehmensgruppe macht es möglich, dass der Messestand komplett in Eigenleistung entwickelt, konstruiert und gebaut wurde. Verantwortlich dafür zeichnet das Tochterunternehmen Rosconi mit seiner Abteilung „Professional Interior“, die auf maßgeschneiderten Innenausbau sowie professionellen Laden- und Messebau spezialisiert ist.

## **Kommunikationszonen verschiedenster Art für persönliche Begegnungen**

Diverse Kommunikationszonen entstehen durch unkonventionelle Möbel wie die modularen Stühle der „DACOR“ Reihe von Produktdesigner Daniel Korb oder die runden „X.centric“ Polstermöbel. Sie bieten flexible Möglichkeiten zum persönlichen Gespräch, können aber auch als akustisch und visuell abgeschirmte Orte zum konzentrierten Arbeiten sowie zur vertraulichen Kommunikation dienen. „Wir definieren Publikumsbereiche als offene Zonen der Begegnung, die sich bei Bedarf im Handumdrehen in Rückzugsorte verwandeln“, erklärt Dreher. Als kommunikationsfördernd sieht er auch die standeigene Bar: „Hier ergeben sich sicher viele interessante Begegnungen, wie ich sie mir wünsche: direkt, persönlich, Face to Face.“

## **Kritisch, plakativ und provokant: die Messekampagne**

Die plakative Anzeigenkampagne der Unternehmensgruppe, kreiert von der unternehmenseigenen Werbeagentur Atelier Schneeweiss, geht auf kritische Art und Weise mit dem Thema „Kommunikation“ um und spiegelt es provokant wider: Grafische Figuren wandeln als sogenannte

„Smombies“ – Smartphone-Zombies, die nur ihre mobilen Geräte im nach unten gerichteten Blick haben – durch die Welt und nehmen diese gar nicht mehr wahr, sind wortwörtlich von Spam-Wolken umgeben oder können schlichtweg nicht mehr kommunizieren, weil sie in der digitalen Welt gefangen sind.

### **Spiel mit Kontrasten sorgt für Spannung**

Neben dem Kommunikationsaspekt setzt die Gruppe auf das spannende Spiel mit Kontrasten. Dies beginnt schon bei der Farbkonzeption, die sich in Anlehnung an den Unternehmensnamen – Schneeweiss AG – im Großen und Ganzen auf die beiden (Nicht-) Farben Schwarz und Weiß konzentriert. Rote Akzente brechen den strengen Look auf und dienen als optische Hingucker. Traditionelle Holzverarbeitung und handgearbeitetes Flechtwerk, das auf der Messe täglich live am Messestand vorgeführt wird, kontrastieren mit Innovationen wie dem digitalen Nummerierungs- und Informationssystem „no.e“ oder mit Hightech-Materialien wie dem Netzgewebe in den von Design Ballendat entworfenen „BLAQ chair“ Sitzmöbeln.

### **Mut, über die Zukunft zu sprechen**

Ausschließlich Möbel-Neuheiten und Produktweiterentwicklungen werden von der Schneeweiss AG auf dem Messestand präsentiert, Produkte aus dem bereits bestehenden Portfolio sind nicht in der Ausstellung zu finden – ausgenommen die hochwertigen Edelstahl-Accessoires und Lobby Items von Rosconi in zeitlosem Design. Jürgen Dreher betont: „Mit dieser Entscheidung zeigen wir, dass wir den Mut haben, über die Zukunft zu sprechen, nicht über die Vergangenheit.“

*(655 Wörter, 5048 Zeichen)*