

Anlässlich der Internationalen Messe für Kunststoffverarbeitung in Friedrichshafen (FAKUMA 2017) baute bluepool den Messestand des Chemieunternehmens Celanese Sales Germany GmbH.



Digitalisierung steht im Vordergrund

Messebau im Wandel der Zeiten

von Markus Weckesser

Rainer Müller ist einer von vier Geschäftsführern des Stuttgarter Messebauunternehmens bluepool. Im Interview mit Markus Weckesser berichtet er über den Paradigmenwechsel in der Branche.

STARKES LAND: Herr Müller, wie hat sich die Messe-Landschaft im vergangenen Jahrzehnt verändert?

RAINER MÜLLER: Noch vor knapp zehn Jahren handelte es sich bei Messeständen um reine Ausstellungen von Produkten. Heute steht die Kommunikation über Produkte im Vordergrund.

Ist das mit dem Begriff „Kommunikation im Raum“ gemeint?

Ja, denn die Messestände sind durch ihre Architektur und Wegeführung so angelegt, dass sie Begegnungen und den Austausch zwischen Standbetreibern und Besuchern fördert. Der Messekunde soll nicht bloß am Stand vorbeilaufen, sondern ihn betreten und ins Gespräch kommen. Kommunikation bedeutet eben immer auch Information.

Inszenieren Sie mit Ihren Ständen somit Geschichten?

Unsere Zuständigkeit ist die reine architektonische Ausführung, die schöne Verpackung also. Die Inhalte stammen von Agenturen, mit denen wir eng kooperieren. Dennoch tragen wir mit unseren Bauten sicher zum Erlebnischarakter einer Messe bei. Letztlich geht es darum, Anreize zu schaffen, um die Verweildauer zu erhöhen.

In welchen Bereichen und Ländern sind Sie tätig?

Da wir sehr vielseitig aufgestellt sind, sind wir in allen Branchen tätig. Unsere Kunden sind zum Beispiel Messen für Medizin, Textilien, Baumaschinen und Bäder. Besonders stark engagiert sich bluepool in der Automobilbranche. Im letzten Jahr waren wir in 60 Ländern aktiv, etwa in den USA, auf den Bahamas und Bermudas. Hierzulande sind wir an nahezu jedem Messestandort präsent.



Rainer Müller, Geschäftsführer bluepool

„Dennoch bin ich mir sicher, dass der persönliche Austausch durch nichts zu ersetzen ist.“

Außerdem ist bluepool Vertragspartner der Messe Stuttgart und mit einem Sitz in Shanghai vertreten. Wie kam es dazu?

Für Siemens haben wir 2006 eine Sonderausstellung in Form einer Containerstadt gebaut. Da wir anschließend entsprechend viel Material samt Werkstätten vor Ort hatten, sind wir geblieben, um unsere deutschen Kunden auch in China zu vertreten.

Gibt es denn keine chinesischen Messebauer? Inzwischen schon und wir konkurrieren

Die bluepool GmbH

ging aus einer Schreinerei hervor, die sich in den 1960er-Jahren auf den Bau von Messeständen spezialisierte. In der heutigen Form besteht das Unternehmen seit 2004 und beschäftigt 120 Mitarbeiter an fünf Standorten. Zu den Kunden zählen mittelständische Unternehmen, aber auch Weltkonzerne wie Daimler AG und Siemens. www.bluepool.de

mit ihnen. Die chinesischen Anbieter haben zwar unser Know-how übernommen und sind preisgünstiger, doch ist deren qualitativer Anspruch an einen Messestand wesentlich geringer.

Expandiert die Branche dank der Beteiligung deutscher Messen im Ausland?

Bis vor knapp fünfzehn Jahren konnten wir ständig Zuwächse verzeichnen. Inzwischen gibt es mehr Konkurrenz, der Markt hat sich spezialisiert und die Digitalisierung hat Einzug gehalten.

Welche Auswirkungen haben die Entwicklungen auf bluepool?

Die neuen technischen Möglichkeiten beeinflussen das Aussehen der Messestände, etwa durch Großbildschirme oder den Großflächendruck. Dennoch bin ich mir sicher, dass der persönliche Austausch durch nichts zu ersetzen ist.

