

PRESSEINFORMATION

Alles ist Hülle - Das „Packaging Art House“ als Kunstobjekt und Event-Arena

Kunst als Verpackungskonzept bietet Raum für ungewöhnliche Brand-Inszenierungen im Rahmen der Verpackungs-Events «Packaging Innovations», «Empack» und «Label&Print» Hamburg, Hannover, Zürich und Wien.

München, 31. Mai 2015

Umhüllt von einer graziösen, wabenförmigen Struktur aus Wellpappe: Visuell und konstruktiv überraschend vermittelt das „Packaging Art House“ einen neuen Blick auf das Thema Verpackung als Marketingtool und Designobjekt. Das Konzept hat das Wiener Design Studio Papertown entwickelt - in Kooperation mit Easyfairs. Der Veranstalter internationaler Verpackungs-Events «Packaging Innovations», «Empack» und «Label&Print» plant für kommende Events, unter dem Motto „Alles ist Hülle“ das Packaging Art House als Plattform für Sonderausstellungen, ambitionierte Installationen sowie exklusive Marken- und Produktpräsentationen zu nutzen.

„Mit dem ‚All-In Cardboard‘-Konzept hat Easyfairs bereits auf der vergangenen «Packaging Innovations» Zürich 2015 gezeigt, dass sich designorientierte und innovative Standlösungen bestens mit Nachhaltigkeit verbinden lassen. Das neue ‚Packaging Art House‘ verstehen wir eine Weiterentwicklung hin zu einem multifunktionalen ‚Art Space‘, der vielseitig verwendbar ist“, erläutert Martina Hofmann, Easyfairs-Event Director DACH für die Verpackungs-Events «Empack», «Packaging Innovations» und «Label&Print». Der offene Charakter des umhüllten Raums eignet sich als Bühne für trendige Produktpräsentationen ebenso wie für medial vielseitige Performances, als Galerie, Vortragsraum oder Informationsterminal. Der Hauscharakter des Bauwerks bietet mit seinem individuellen Raumprofil zudem die Möglichkeit, unterschiedlichste Ausstellungskonzepte zu realisieren.

Faszinierend als Kunst-Installation

Die kugelförmige Konstruktion des „Packaging Art House“ überrascht Betrachter auf den ersten Blick: Was ist es? ‚Big Brain‘, Ufo, Riesen-Bienenwabe? In ihrer anspruchsvollen Gestaltung regt die Mega-Hülle schon im Urzustand zu den unterschiedlichsten Assoziationen an. Und gibt damit eine erste Lektion über moderne Verpackungskonzepte, die weit über die reine Funktion hinausreichen. Das „Packaging Art House“ fasziniert als Kunst-Installation im Grenzbereich zwischen Kunst, Design und Architektur, es bietet neue Räume für einen inspirierenden Dialog mit Kunden, kann in Verbindung mit Shows und Events unvergessliche Erlebnisse vermitteln und zusätzlich die Diskussion über zeitgemäße Verpackungskonzepte

anregen. Martina Hofmann weiß als Event-Spezialistin: «Außergewöhnliche Verpackungen brauchen einen außergewöhnlichen Rahmen, denn sie möchten sich inszenieren und den Content optimal zur Schau stellen.»

Ungewöhnlich ist auch das Bauwerk selbst. Die Konstruktion besteht aus einem Tragwerk ineinander verschraubter und verkeilter Bauteile, fixiert durch eine doppelte Unterkonstruktion. Das modulare Bauprinzip ermöglicht einen raschen Zusammenbau der Einzelteile und die Wiederverwendung der Elemente. **Nachhaltigkeit hat hohe Priorität** auch beim Material: Die hexagonalen Wabenelemente der Hülle bestehen ganz aus Karton. Verwendet wird doppelwellige, drei Millimeter dicke Wellpappe, die durch Faltungen und Klebungen eine enorme Stabilität erreicht und zu 100 Prozent recyclingfähig ist. Dank spezieller Oberflächenbehandlung entspricht das Wellpappen-Konstrukt aktuellen Sicherheits- und Brandschutzanforderungen. „Mit dem ‚All-In Cardboard‘-Konzept verfolgen wir das Ziel, als Messeveranstalter mehr Nachhaltigkeit zu erreichen und gleichzeitig zum Nachdenken über Materialien und deren gezielte, umweltverträgliche Verwendung anzuregen“, sagt Martina Hofmann. Darüber hinaus habe Karton als Verpackungsmaterial hohe Symbolkraft. „Sie reicht über ‚künstlerische Intervention‘ und ‚sustainable Design‘ deutlich hinaus.“ Durch den Einsatz als Baumaterial mit ernstzunehmenden statischen Qualitäten werde Verpackung umgedeutet und selbst zum Inhalt; die Form wird zum Informationsträger, Struktur wird erkennbar als das Resultat eines Verwertungszyklus.

„Packaging Art House“ 2016 in Zürich, Hannover, Hamburg und Wien

Prominent platziert wird das „Packaging Art House“ als „kreative Denkfabrik“ für Verpackungen auf den Easyfairs-Verpackungs-Events «Empack», «Packaging Innovations» und «Label&Print» in der DACH-Region: 6. - 7. April 2016 in Zürich. Als „Show in Show“-Konzept im Rahmen der internationalen Intralogistik-Leitmesse CeMAT ist das „Packaging Art House“ auf der «Empack» und «Label & Print» vom 31. Mai bis 3. Juni in Hannover präsent. Das Packaging-Bauwerk ist schließlich auch Thema auf der «Packaging Innovations» vom 23.-24. Juni 2016 in der Fischauktionshalle Hamburg und vom 1.-2. Dezember 2016 in der Marxhalle Wien. Geschäftsführer, Brandmanager, Designer, Einkäufer, Marketingmanager, Produktmanager, Produktentwickler und Entscheider aus unterschiedlichsten Branchen suchen hier nach neuen Ideen und innovativen Lösungen rund um Marke und Verpackung.

Schnell wachsendes Netzwerk

Die Verpackungs-Events «Empack» Leitmesse für die Innovationen in der Verpackungstechnologie; «Label&Print» Fachmesse für Druck-, Kennzeichnungen - und Veredelungstechnologien sowie die «Packaging Innovations» Event für Verpackungsdesign, -lösungen und Markenbildung sind Teil der European Series in der Easyfairs-Gruppe. Für Messe-Brands im Verpackungsbereich kann Easyfairs heute das am schnellsten wachsende Netzwerk Europas vorweisen - mit 27 Messen in 11 Ländern, rund 35 000 Besuchern und 2500 Ausstellern.

- ENDE -

Standorte und Termine 2016 in Deutschland, Österreich und der Schweiz:

Empack, Packaging Innovations, Label&Print	06.04. - 07.04.	Zürich Messe, Hallen 3-6
Empack, Label&Print	31.05. - 03.06.	@CeMAT Hannover
Packaging Innovations	23.06. - 24.06.	Hamburg, Fischauktionshalle
Packaging Innovations	01.12. - 02.12.	Wien, Marxhalle



Informationen über Artexis Easyfairs

Artexis Easyfairs ermöglicht Fach- und Privatbesuchern einen Blick in die Zukunft „visit the future“. Leitveranstaltungen ihrer Branche greifen die Bedürfnisse der Besucher auf und präsentieren Lösungen in einem auf den jeweiligen Markt abgestimmten idealen Veranstaltungsformat. Der Konzern veranstaltet im Moment 125 Messen und Ausstellungen in 16 Ländern (Belgien, Dänemark, Deutschland, Emirate, Finnland, Großbritannien, Kanada, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Polen, Russland, Schweden, der Schweiz, Singapur und Spanien). Zudem betreibt die Artexis Easyfairs Gruppe acht Messegelände in den BeNeLux-Staaten und den nordischen Ländern (Antwerpen, Ghent, Mechelen, Mons, Namur (zwei Messegelände), Stockholm und Malmö). Im Geschäftsjahr 2013-2014 beschäftigte die Gruppe 396 Mitarbeiter und erwirtschaftete einen Umsatz von 93 Mio. EUR.

Das Ziel von Artexis Easyfairs ist es der anpassungsfähigste, aktivste und effektivste Marktteilnehmer in der Messewirtschaft zu sein. Das Augenmerk liegt dabei auf der Einstellung hochmotivierter Mitarbeiter, der Entwicklung und Anwendung der besten Instrumente im Bereich Marketing und Technologie, sowie in der Entwicklung starker Marken. Werfen auch Sie einen Blick in die Zukunft: visit the future - with Artexis Easyfairs.

Weitere Informationen:

Easyfairs Deutschland GmbH

Martina Hofmann
Event Director DACH
Balanstr. 73, Haus 8
81541 München
Tel. +49 89 127 165 185
martina.hofmann@easyfairs.com

Medienkontakt:

Büro für Kommunikation
PR | Texte | Medienberatung
Michaela Geiger
Döltschiweg 20
CH-8055 Zürich
Mobil CH +41 79 406 70 31
Mobil D +49 179 208 95 88
mail@michaelageiger.com

Nachtrag:

Premiere auf der viennacontemporary 2015 in Wien

Erstmals soll das Cardboard Art House auf der viennacontemporary in Wien 2015 präsentiert werden - als Spezialprojekt zum Thema „New Media“. „Ziel ist es, Multimedia und Performance Art - zunehmend wichtige Bereiche der neuen Medien - mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen“, erklärt Martina Hofmann. Im Innenraum ist Licht ein wichtiges gestalterisches Element, um das Präsentationskonzept, seine Farbigkeit und Materialität zu vervollständigen. Durch eine speziell angepasst lichttechnische Inszenierung wird der Raum umfunktioniert zu einem Showroom, der je nach Nutzung als Lightbox für Produkte, animierte Lichtkuppel oder Vorlage für 3D-Mappings verwendet wird. „Gezielte Lichtinszenierungen erzeugen Aufmerksamkeit, vermitteln Wertigkeit und geben Orientierung“, so die Event-Managerin. Leicht austauschbare Bauelemente des Cardboard Art House lassen sich zudem einfach



mit Logos, Muster oder Grafiken bedrucken, so dass die brand awareness für Aussteller und Sponsoren gewährleistet ist. Sie machen das individuelle Markenimage erlebbar.

