

# Messe ohne Wände

Der Campus – neue Form der Messebeteiligung auf der Interzum



1: Der Campus (links im Bild) und der Boulevard der Interzum 2005.

1: The campus (on the left in the picture) and the boulevard of the Interzum 2005.

2: Das Modell der Campus-Unit vom Architektenbüro Seiten\_Ansicht aus Köln.

2: The model of the campus unit by the architects' office Seiten\_Ansicht from Cologne.

3: Der Entwurf einer Campus-Unit von Bartels & Klang aus Gelsenkirchen.

3: The draft of a campus unit by Bartels & Klang from Gelsenkirchen.

„Messe ohne Wände“ – unter diesem Motto präsentiert sich die neue Campus-Idee auf der Interzum 2005. Mit dem Campus hat die Koelnmesse ein Konzept der Messebeteiligung geschaffen, welches das bestehende Angebot erweitert. Unternehmen, Personen und Institutionen, die bisher nicht mit organisierter Struktur auf der Messe zu finden bzw. traditionell nicht integriert waren, können sich nun im Campus daran beteiligen. Damit wird nicht nur die aktuelle und visionäre Wertschöpfungskette innerhalb der Messe geschlossen. Die Interzum erhält dadurch auch eine größere Vielfalt und Dichte und fördert den interdisziplinären Austausch. Der Campus ergänzt das Interzum-Angebot in den Bereichen „Materialien und Oberflächen“, „Beschlüge, Glas und Licht“, „Polstermöbelfertigung und Bedding“ sowie im Bereich der „Kasten-, Küchen-, Büro- und Gestellmöbelindustrie“.

## Die Zielgruppen des Campus

Der Campus wurde für Messeteilnehmer entwickelt, die keine Exponate zeigen, sondern deren Leistung im Bereich des Know-hows und der Dienstleistung liegen. Im Bereich „Materialien und Oberflächen“ beispielsweise präsentieren sich neben Forschungsinstituten, Verbänden und Verlagen Unternehmen, die Kleber, Leime und Imprägniermittel herstellen. Entwickler von Holzschutz-, Bearbeitungs- und Drucktechnologien sind ebenso Zielgruppen wie Anbieter aus den Bereichen Design, Architektur, Unternehmensberatung und Verfahrenstechnik. „Diese Unternehmen beeinflussen die Entwicklung und das Marktgeschehen ebenso mit wie Produzenten,“ sagt Udo Traeger, Geschäftsbereichsleiter Wohnen, Einrichten & Textil, der Koelnmesse. Sprich, sie ergänzen

## Messe ohne Wände

Der Campus – neue Form der Messebeteiligung auf der Interzum

“Fair without Walls” – this is the motto under which the new campus idea represents itself on the Interzum 2005. With the campus, Koelnmesse created a concept for fair participation which expands the existing offers. Companies, individuals and institutions which have not been present and/or traditionally integrated into the fair, are now given the opportunity to participate in the fair in the framework of the campus. Thus, not only the current and visionary added value chain within the fair will be closed. Furthermore, the Interzum fair will gain a greater variety and density and promote interdisciplinary exchange. The campus complements the Interzum offers regarding the fields “Materials and Surfaces,” “Fittings, Glass and Light,” “Manufacturing of Upholstered Furniture and Bedding” and “Box, Kitchen, Office and Framework Furniture Industry”.

### Campus Focus Groups

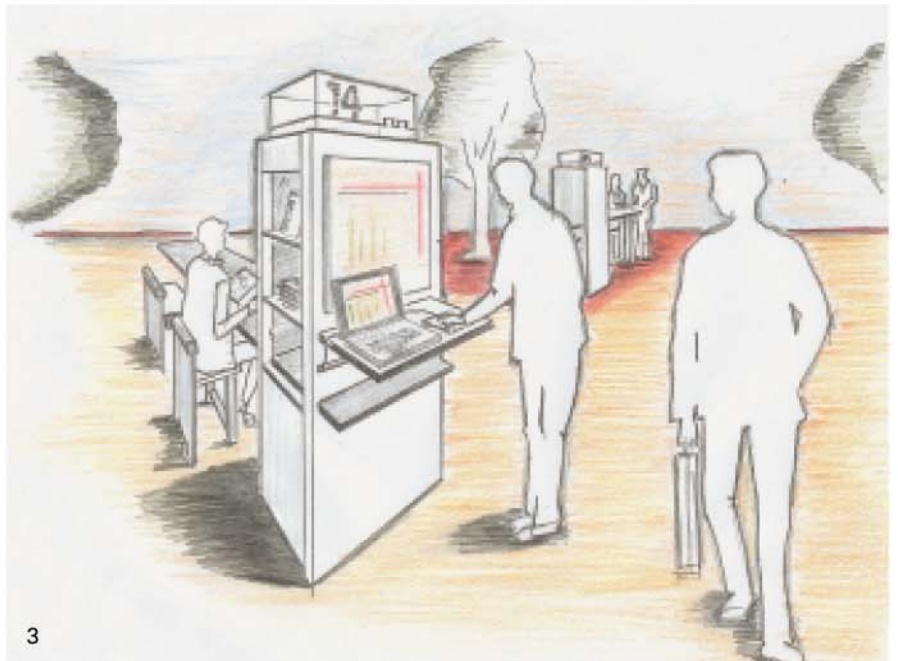
Campus was developed for fair participants who do not present exhibits but whose performance lies in the know-how and service sector. In the field of

“Materials and Surfaces” companies which produce different kinds of glues and impregnating agents are represented in addition to e.g. research institutes, associations and publishing houses. Developers of wood preservation, processing and printing technologies belong to the focus group just as well as purveyors from the fields of design, architecture, management consultancy and processing technologies. “These companies have as well an influence on development and market development as manufacturing companies,” says Udo Traeger, manager of the Living, Furnishing & Textile department with Koelnmesse. That means that they complement the product range of traditional producers of wood-based boards, veneers, decorative surfaces, etc.

The know-how in the added value chain regarding basic materials, processing technology, management, IT and innovation is supposed to be linked during the fair adhering to the motto “Added value through more competence and knowledge”. “The Interzum will gain importance and attractiveness,” ex-



2



3

das Angebot der traditionellen Hersteller von Holzwerkstoffplatten, Furnieren, dekorativen Oberflächen etc. Unter dem Stichwort „Mehrwert durch Kompetenz und Wissen“ soll so das Know-how innerhalb der Wertschöpfungskette bezüglich Basismaterialien, Verfahrenstechnologie, Management, IT und Innovation auf der Messe zusammengeführt werden. „Die Interzum wird an Bedeutung und Attraktivität gewinnen“, erklärt Traeger, „sie wird zu einem Ort, an dem sich die relevanten Meinungen und Thesen der Branche artikulieren und von wo die Impulse für die Zukunft der Branche ausgehen.“

#### Teilnahme leichtgemacht

Mit dem „All-in-one-Konzept“ ermöglicht die Interzum den Campus-Zielgruppen, sich unter geringem Aufwand, jedoch mit hoher Effizienz zu präsentieren. Mit dem „All-in-Package“ erhalten die Teilnehmer nicht nur ein Standpaket, das eine funktionale Campus-Unit als Arbeitsplatz und Kommunikationsebene, Media-Anschlüsse und Präsentationsmöglichkeiten beinhaltet. Sie können auch sämtliche Serviceleistungen, wie z.B. Catering, Sekretariatservice, Garderobe und Stauraum, in Anspruch nehmen. Ebenfalls in das Angebot integriert sind u.a. Pressefächer, unterstützende Besucherwerbemittel und der Eintrag in den Katalog sowie in das Online-Ausstellerverzeichnis.

#### Junges Design für die Campus-Units

Um das Design für die Campus-Units zu finden, schrieb die Koelnmesse den „Interzum Campus Design-Wettbewerb“ aus. Drei junge Architektenbüros bewarben sich mit ihren Entwürfen und stellten ihre Ideen einer fünfköpfigen Jury vor. Gewonnen hat nicht ein Büro von den dreien, gewonnen haben zwei: Der Entwurf von Seiten\_Ansicht aus Köln überzeugte im Design, der von Bartels & Klang aus Gelsenkirchen durch Funktionalität. Auf Empfehlung der Jury arbeiten die beiden Favoriten zurzeit am endgültigen Modell. Man darf gespannt sein, wie die „Messe ohne Wände“ mit ihren einzelnen Campus-Units im April nächsten Jahres auf der Interzum erscheinen wird.

plains Traeger, „It will become a place from where the relevant opinions and theses of the industry will be up-dated and new impetus is given to the future of the industry“.

#### Easy participation

With the „all in one“ concept the Interzum makes it possible for the campus focus groups to present themselves in an easy but highly efficient manner. With the „all in package“ the participants do not only receive a stand package including a functional campus unit as a workstation and communication platform, media connections and opportunities for presentation. They also have all services, such as catering, secretary services, a cloakroom and a storage room at their availability. Furthermore, press boxes, supporting advertising media, the entry in the catalogue as well as in the exhibitor register and other services form part of the offer.

#### Young Design for the Campus Units

In order to find the design for the campus units, Koelnmesse send out an invitation to the „Interzum Campus Design Competition“. Three young architect's offices submitted their drafts and presented their ideas to a five-person jury. Not one of the three offices won the competition but two: the draft submitted by Seiten\_Ansicht from Cologne convinced with its design, whereas the draft submitted by Bartels & Klang from Gelsenkirchen convinced with its functionality. Following the jury's suggestion, both offices are currently working on the final model. So we have to keep on wondering how the „Fair without Walls“ with its individual campus units will be presented at the Interzum in next April.



4: Teilnehmer und Jury des „Interzum Campus Design-Wettbewerbs“.  
4: Participants and the jury of the „Interzum Campus Design Competition“.

Photos:  
Interzum