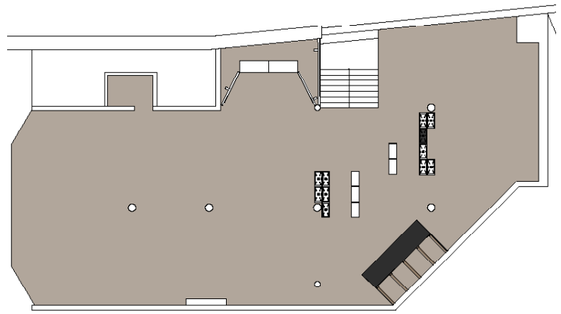
3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Mit den Begriffen **modulare und mobile Architektur, Wandelbarkeit und Form als Kommunikation** lässt sich das Standkonzept perfekt beschreiben. Modern und zukunftsorientiert: der innovative Einsatz von **Cargoboxen, die nicht nur einfach aufzubauen und äußerst flexibel sind, sondern zum wesentlichen Teil des Storytellings werden**. Analoger und digitaler Markenraum werden anhand **der interaktiven „Lift-&-Learn-Funktion“** miteinander verbunden. ——— The terms **modular and mobile architecture, versatility and form as communication** describe the stand concept perfectly. Modern and future-orientated: the innovative use of **cargo boxes, which are not only easy to set up and extremely flexible, but also themselves become an essential part of the storytelling.** Analogue and digital brand space are connected to one another using **the interactive “lift-&-learn function”.**

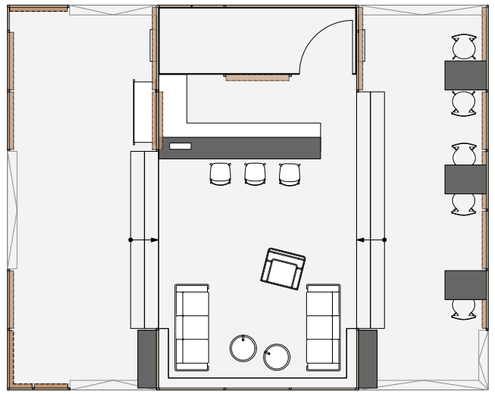


Size 64 m² | **Exhibitor** Mondaine Watch Ltd., Pfäffikon | **Photos** Peter Muntanion, Muntanion UG, Reutlingen | **Architecture / Design** DFROST Retail Identity, Stuttgart

Anlässlich der Baselworld 2019 entstand in einem Cycle-Shop unweit des Messegeländes eine 64 Quadratmeter große Pop-up-Fläche für den Zürcher Uhrenhersteller Luminox und dessen Navy-SEAL-Kollektion, die ursprünglich für eine Spezialeinheit der US Navy als zuverlässige Uhr für Nachteinsätze entwickelt wurde. Um das abenteuerreiche, maskuline Image der Schweizer Marke in den Raum zu übertragen, nutzten die Gestalter von DFROST robuste Vollaluminium-Cargoboxen. „Was in den Boxen steckt, ist einiges: Sie können TV-Module, Showcases, Logo-Boxes, Highlight-Boxes, hinterleuchtete Visual-Boxes, Lager, Tischvitrinen, Aufbewahrungsboxen für Technik und vieles mehr sein“, erklären die Retail-Identity-Experten aus Stuttgart. Als besonderes Highlight des flexiblen Systems galt dabei die integrierte „Lift-&-Learn-Funktion“ der Module: Nahm einer der Besucher ein Uhrenmodell in die Hand, wurden auf einem Screen die passenden Informationen und Videos eingeblendet. ——— On the occasion of the Baselworld 2019, a pop-up space with a footprint of 64 square metres appeared in a cycle shop just a stone’s throw from the trade fair grounds. The company behind the pop-up was Zurich-based watchmaker Luminox and their Navy-SEAL collection, which had originally been developed for a special unit of the US Navy as a reliable watch for use at night. In order to give the adventurous, masculine image of the Swiss brand a spatial dimension, the designers from DFROST chose sturdy, all-aluminium cargo boxes. “The boxes can do a lot: They can be TV modules, showcases, logo boxes, backlit visual boxes, stores, table displays, storage boxes for technical equipment and much more”, explain the retail identity experts from Stuttgart. A special highlight of the flexible system was the “lift-&-learn function” of the modules: If one of the visitors picked up a watch, information and videos about that very model were immediately displayed on a screen.

3 REASONS WHY THIS STAND IS SPECIAL

Die Öffnung zu allen Seiten sowie die Adaption neuer Themen machen den Messestand einzigartig. Die zentrale Botschaft **„Bauhaus meets Greenhouse“** wird gekonnt im Raum vermittelt. Besonders nachhaltig ist die **Wiederverwendung der Standelemente auf weiteren Messen.** —— **Opening it on all sides as well as adapting new themes** is what makes the trade fair stand unique. The central message **“Bauhaus meets Greenhouse“** is skilfully given a spatial dimension. The **reuse of booth elements at other trade fairs** is particularly sustainable.



Size 80 m² | **Exhibitor** neubau eyewear, Linz | **Photos** Peter Muntanion, Muntanion UG, Reutlingen | **Architecture / Design** DFROST Retail Identity, Stuttgart

Neubau meets Bauhaus meets Urban Jungle: Anlässlich des Gründungsjubiläums der Bauhaus-Schule fand das junge Brillenlabel neubau eyewear, es sei an der Zeit, die Welt mit „Kandinskys Augen" zu sehen und eine Kampagne zu launchen, die von den klaren Linien und reduzierten Formen der Bauhaus-Schmiede inspiriert ist. Aber nicht nur die Kollektion, auch der Messeauftritt auf der MIDO 2019 in Mailand, gestaltet von DFROST, widmete sich der Architektur-und-Design-Bewegung: Möblierung, grafische Gestaltung und Accessoires zitierten den Stil der bekannten Schule, teilweise kamen sogar originale Klassiker von Wassily Kandinsky, Marcel Breuer oder Le Corbusier zum Einsatz. Darüber hinaus spiegelte die ausschließlich aus hochwertigen Materialien gefertigte, 80 Quadratmeter große Präsentation einen weiteren Markenkern: Nachhaltigkeit wurde unter anderem in Form von üppigem Grün sichtbar gemacht – bis am Ende der Messe sämtliche Calatheas von den Besuchern einfach mitgenommen werden durften. ——— Neubau meets Bauhaus meets urban jungle: To mark the anniversary of the foundation of the Bauhaus school, the young eyewear label thought it was time to see the world with "Kandinsky's eyes" and to launch a campaign that took its inspiration from the clear lines and reduced forms of the Bauhaus stable. But not only the collection, but also the trade fair stand at the MIDO 2019 in Milan, designed by DFROST, was dedicated to the architecture-and-design movement: furniture, graphic design and accessories cited the style of the famous school, in some cases even using original classics by Wassily Kandinsky, Marcel Breuer or Le Corbusier. On top of that, the 80 square-metre presentation made exclusively of high-quality materials reflected another brand core value: sustainability was made visible, among other things, through the use of lush greenery – until at the end of the fair visitors were allowed to take all the calatheas home with them.