

Handoff IAA-Messestandkonzept

Räumliches Konzept, Besucherführung und kommunikative Nutzung des Messestands

Dieses Dokument beschreibt die Lesart des Standes und ordnet die verfügbaren Flächen, Stationen und Artefakte ein. Es dient als Grundlage für die weitere Ausarbeitung von Kommunikation, Orientierung, Voting, Gesprächsführung und begleitenden Touchpoints.

Das Konzept

ElectroFleet wird auf der IAA nicht als weiterer Fahrzeug-, Ladehardware- oder Energieanbieter inszeniert. Der Stand zeigt das Zusammenspiel, das elektrische Logistik möglich macht: Route, Standort, Ladepark, Energie, Betrieb und Service.

Truck und Deutschlandkarte

Der leicht angehobene Truck ist der sichtbare Teil der Logistik. Die dreidimensionale Deutschlandkarte steht für Routen, Korridore, Standorte und entstehende Infrastruktur. Die gewünschte Lesart lautet: Die Infrastruktur trägt die Flotte. Die Karte zeigt Bedarf und Entwicklung – kein bereits vorhandenes flächendeckendes ElectroFleet-Netz.

Kommunikation im Raum

Außenflächen und abgehängte Lightboxes erzeugen Fernwirkung und laden ein. Die Innenseiten der vier Stationen erklären und führen. Kabine, Rückwand, Kuscheltruck-Wand, Hospitality und Gesprächstische setzen das Thema fort. Karten, Marker, Unterlagen, QR- und NFC-Touchpoints können Orientierung und Gespräche unterstützen.

Rundgang und Voting

Welcome Desk und vier Informationsstationen bilden einen Rundgang im Uhrzeigersinn. Besucher können ihn selbstständig oder begleitet nutzen: von der eigenen operativen Ausgangslage über das integrierte System und das Ladeexponat zurück zum Empfang. Dort folgen Voting, Termin oder Gespräch. Das Voting fragt, wo Logistik zusätzliche Ladeinfrastruktur benötigt.

Autonomie und persönliche Begleitung

Der Stand soll ohne unmittelbares Verkaufsgespräch lesbar sein und zugleich persönliche Unterstützung anbieten. Der Empfang orientiert, vermittelt freie Ansprechpersonen, koordiniert gebuchte Termine, bietet spontane Terminvereinbarung und führt bei Bedarf direkt in die Gesprächsbereiche.

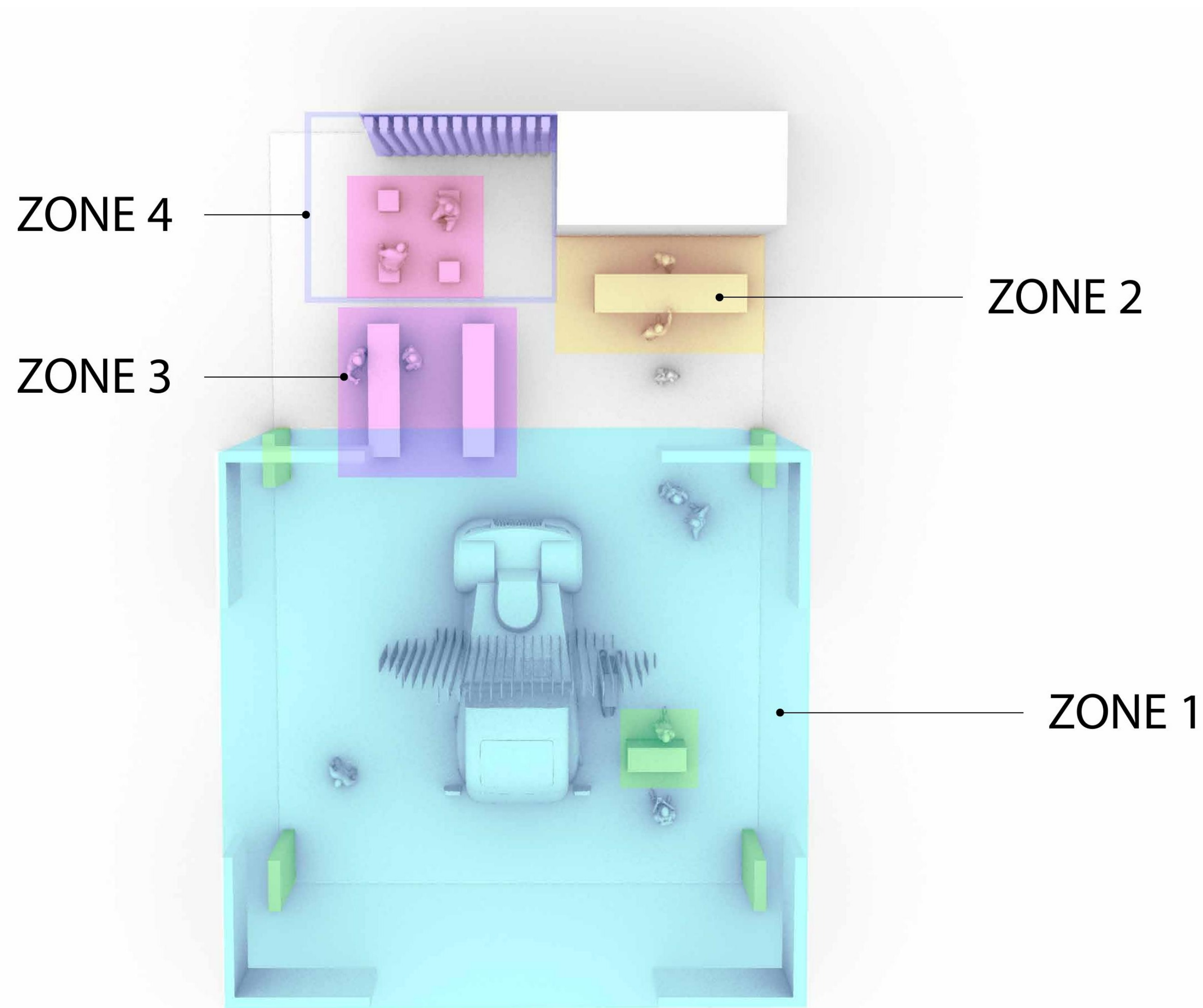
Planungsprinzip

Jede Fläche und jedes Artefakt braucht eine eindeutige Aufgabe: erkennen, orientieren, verstehen, ins Gespräch bringen oder handeln. Texte, Hierarchien, Sichtachsen, Laufrichtung, Zweisprachigkeit, Calls-to-Action und Übergänge müssen als zusammenhängendes System geplant werden – innen, außen und über alle Zonen hinweg.

Kommunikative Leitplanken

Bestehende Infrastruktur, Ausbauabsicht und zukünftiger Bedarf sind sauber zu trennen. Preis-, TCO- und Energieaussagen benötigen freigegebene Belege. Digitale Funktionen müssen technisch und datenschutzseitig geprüft werden. Der angehobene Truck bleibt ein unberührbares Exponat; Türen dürfen nicht geöffnet und das Fahrzeug darf nicht betreten werden.

Vier Zonen - ein Besucherfluss



Zone 1 - Orientieren, verstehen, voten

Truck, Deutschlandkarte, Welcome Desk und vier Informationsstationen bilden den Einstieg. Der Rundgang kann selbstständig oder begleitet erfolgen und führt zurück zum Empfang - zu Voting, Termin oder Gespräch.

Zone 2 - Versorgen und überleiten

Der Bar Counter ist Ausgabe für Getränke und Snacks, Wartepunkt und Übergang zu gebuchten Gesprächen. Kleine Kommunikationsmittel können auf Rundgang, Voting oder freie Ansprechpersonen verweisen.

Zone 3 - Beraten und vertiefen

An zwei Communication Tables finden vorab gebuchte und spontane Termine statt. Die Auslegung für bis zu vier parallele Gespräche ist operativ zu prüfen. Karten, Routenmarker und Unterlagen machen Gespräche konkret.

Zone 4 - Austauschen und teilen

Lockere Sitzmöglichkeiten schaffen Abstand vom Messetrubel. Die Kuscheltruck-Wand verbindet Logistikmotiv, Give-away und Selfie-Moment und kann zugleich als Hintergrund für Content dienen.

Informationsrundgang in Zone 1

Besucherlogik

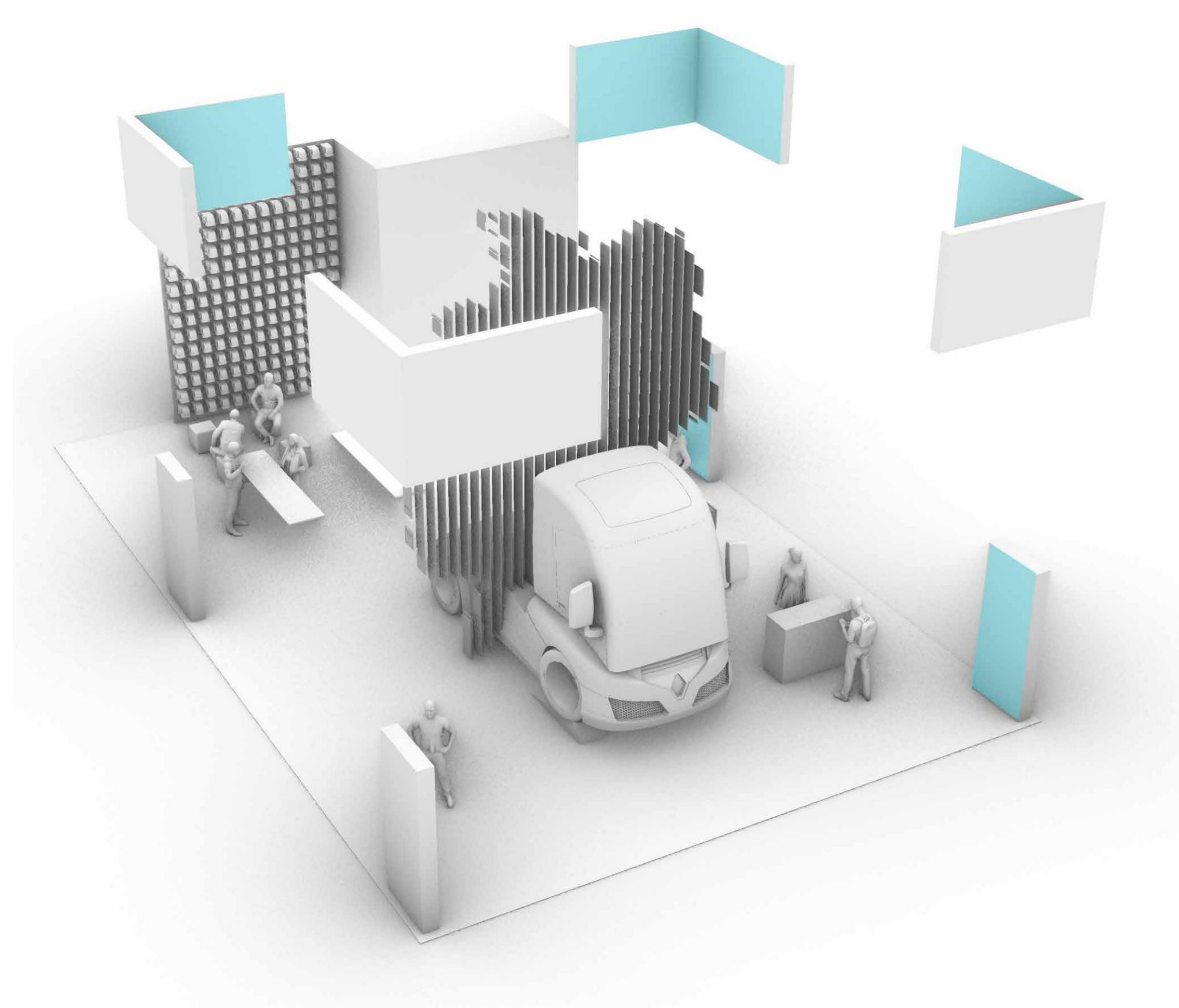
Vier freistehende, beidseitig beleuchtete Lightboxes bilden einen musealen Rundgang um Truck und Karte. Die Innenseiten vermitteln Inhalt; die abgehängten Elemente unterstützen Nummerierung, Richtung und Orientierung.

Station 1 - Ausgangslage

Mit der Realität der Logistiker beginnen: Wo stehen Flotte, Routen, Standzeiten und Depot heute? Was bremst die Elektrifizierung? Die Frage öffnet den Rundgang, ohne sofort das Unternehmen zu erklären.

Station 2 - System verstehen

Route, Standort, Ladepark, Energie, Betrieb und Service als zusammenhängendes System zeigen. Die Kompetenz liegt in der Verbindung der Bereiche, nicht in einem isolierten Einzelprodukt.



Station 3 - Lösung erleben

Die Charging Station for Semi-Trucks als reales Exponat einbinden. Nicht die Hardware allein erklären, sondern ihre Rolle im Ladepark sowie im Energie- und Betriebssystem sichtbar machen.

Station 4 - Aktivieren

Mit einer klaren Frage zum Welcome Desk zurückführen: Wo braucht Ihre Logistik Ladeinfrastruktur? Dort kann gevotet, ein QR-Code genutzt, ein Termin gebucht oder das persönliche Gespräch begonnen werden.

Inhalt pro Station

Eine operative Frage, eine Kernbotschaft, ein visueller oder sachlicher Beleg und eine eindeutige nächste Handlung. Inhalte und Hierarchie auf Deutsch und Englisch planen; die Stationen als zusammenhängende Dramaturgie gestalten.

Fernwirkung und äußere Kommunikationsflächen

Abgehängte Lightboxes

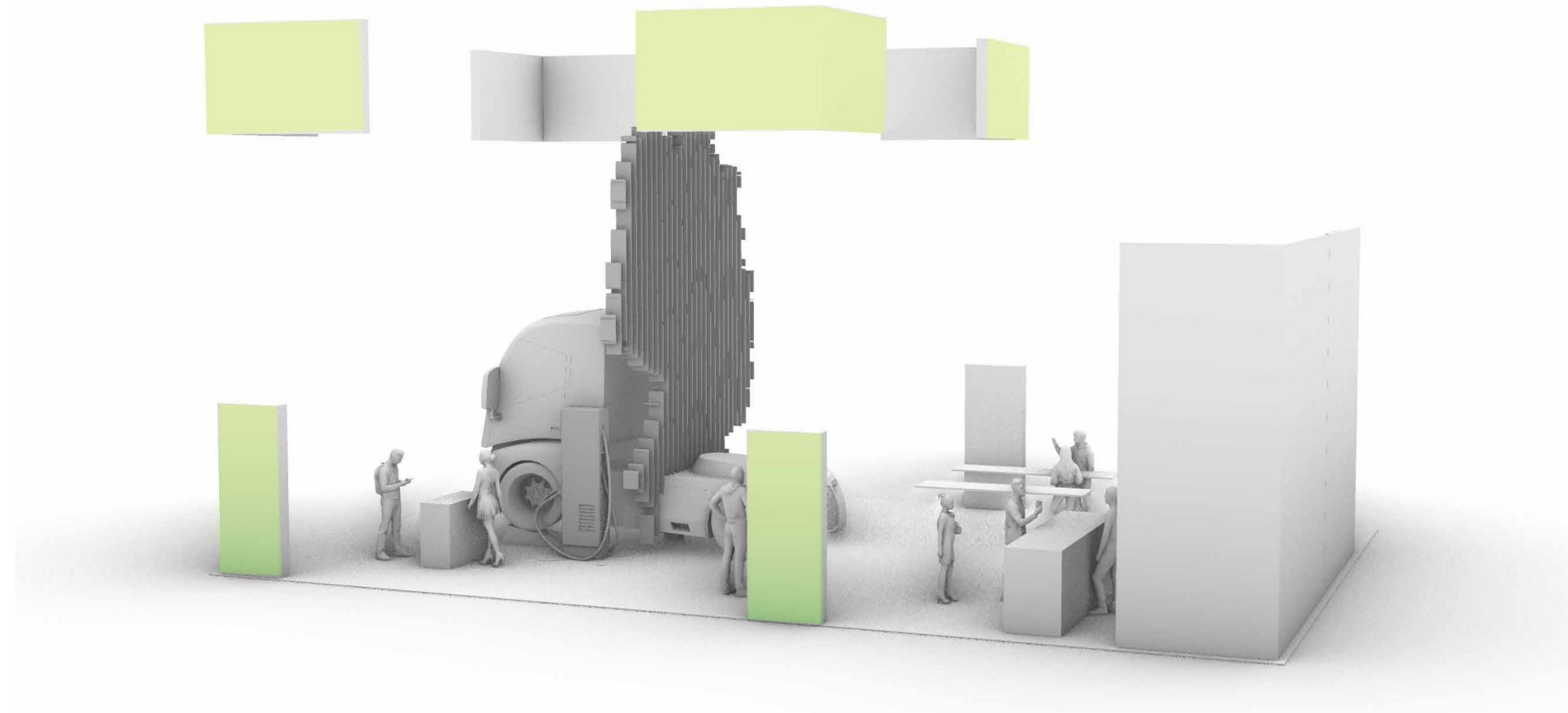
Vier doppelseitig beleuchtete L-brackets mit jeweils 2.500 x 2.500 mm tragen die Fernwirkung. Sie müssen Marke, Standthema und Einladung aus allen relevanten Anlaufrichtungen klar erkennbar machen.

Freistehende Lightboxes

Vier doppelseitig beleuchtete Lightboxes mit 1.000 x 2.500 mm. Außen führen kurze Botschaften, Stationshinweise und Calls-to-Action in den Stand; innen tragen sie die Inhalte des Rundgangs.

Ein räumliches System

Abhängungen und Stelen gemeinsam denken: gleiche Sprachlogik, nachvollziehbare Nummerierung und klare Übergänge von der Fernwirkung in den inneren Informationsraum.



Copy und Sichtbarkeit

Große Typografie, wenige Wörter und eine klare Hierarchie. Der Stand muss als ElectroFleet erkennbar sein und Systemkompetenz für Logistik vermitteln - nicht lediglich Elektromobilität oder Ladehardware.

QR- und Bildlogik

QR-Codes nur mit erkennbarem Nutzen und in sicher scanbarer Größe einsetzen. Fernansichten und Messefotografie mitdenken, damit Voting, Microsite oder Terminbuchung auch über Bilder aktiviert werden können.

Keine Fläche ohne Funktion

Die bedruckbaren Textilien nicht lediglich dekorativ füllen. Jede Außen- und Innenfläche soll erkennen lassen, orientieren, einen Inhalt öffnen oder zu einer Handlung führen.

Kabine und Rückwand als Markenflächen

Bedruckbare Großfläche

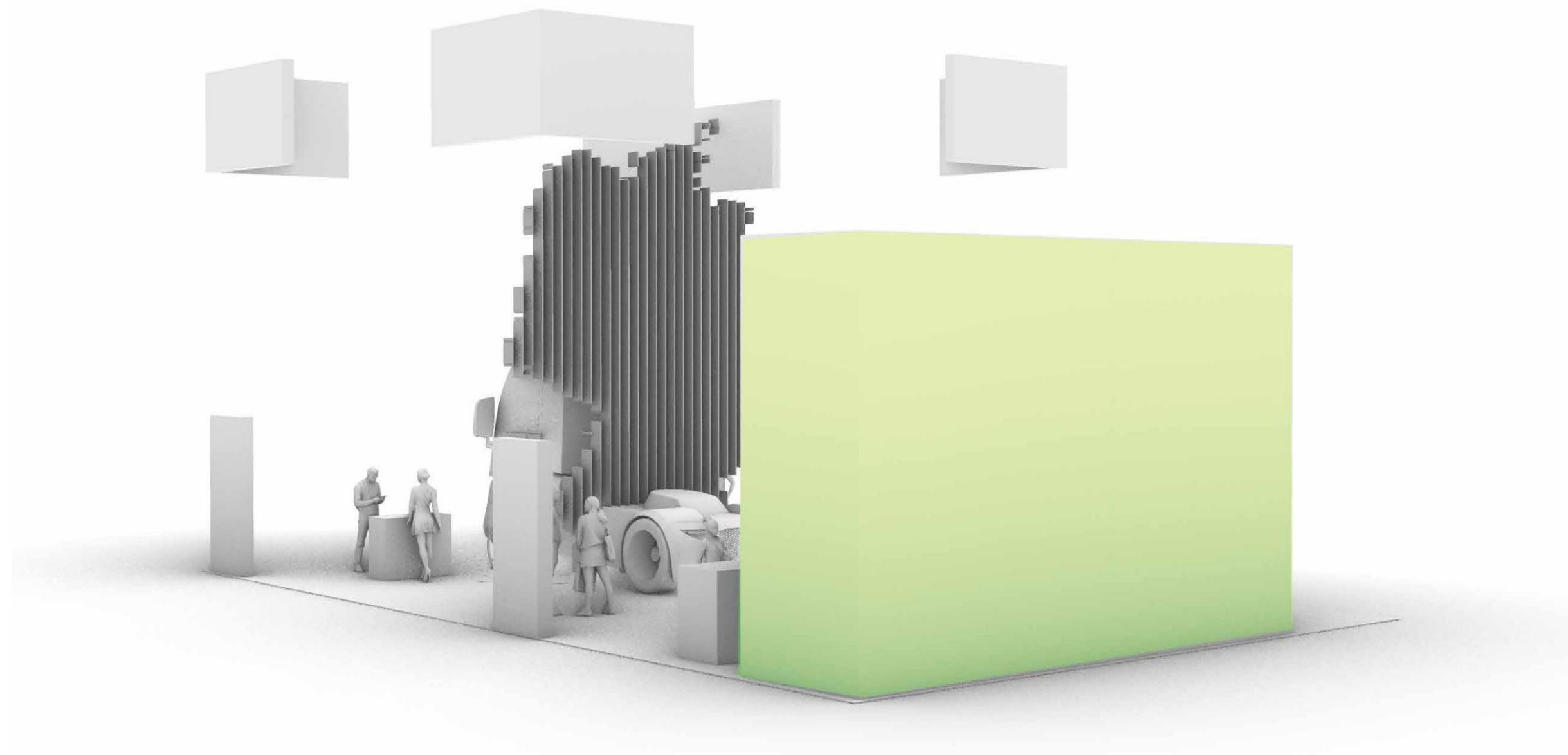
Die bedruckten Blockout-Kabinenstoffe umfassen laut Angebot rund 75 m². Zusammen mit der Rückseite der Kuscheltruck-Wand bilden sie vollwertige Kommunikationsflächen; der Stand darf von hinten nicht wie Back-of-House wirken.

Kommunikative Rolle

Ein ruhiges Key Visual oder eine großmaßstäbliche Fortsetzung von Deutschlandkarte, Routen und Energiefluss kann den Stand zusammenfassen und über mehrere Ansichten wiedererkennbar machen.

Fernlesbarkeit

Wenige große Elemente einsetzen. Textmengen begrenzen und Lesedistanz berücksichtigen. Rückseite und Seitenansichten gehören zum ersten Eindruck des Standes.



Orientierung

Von außen sichtbar zu Eingang, Voting, Welcome Desk und Gesprächen führen. Die Kommunikation muss auch für Besucher funktionieren, die den Stand nicht von vorne betreten.

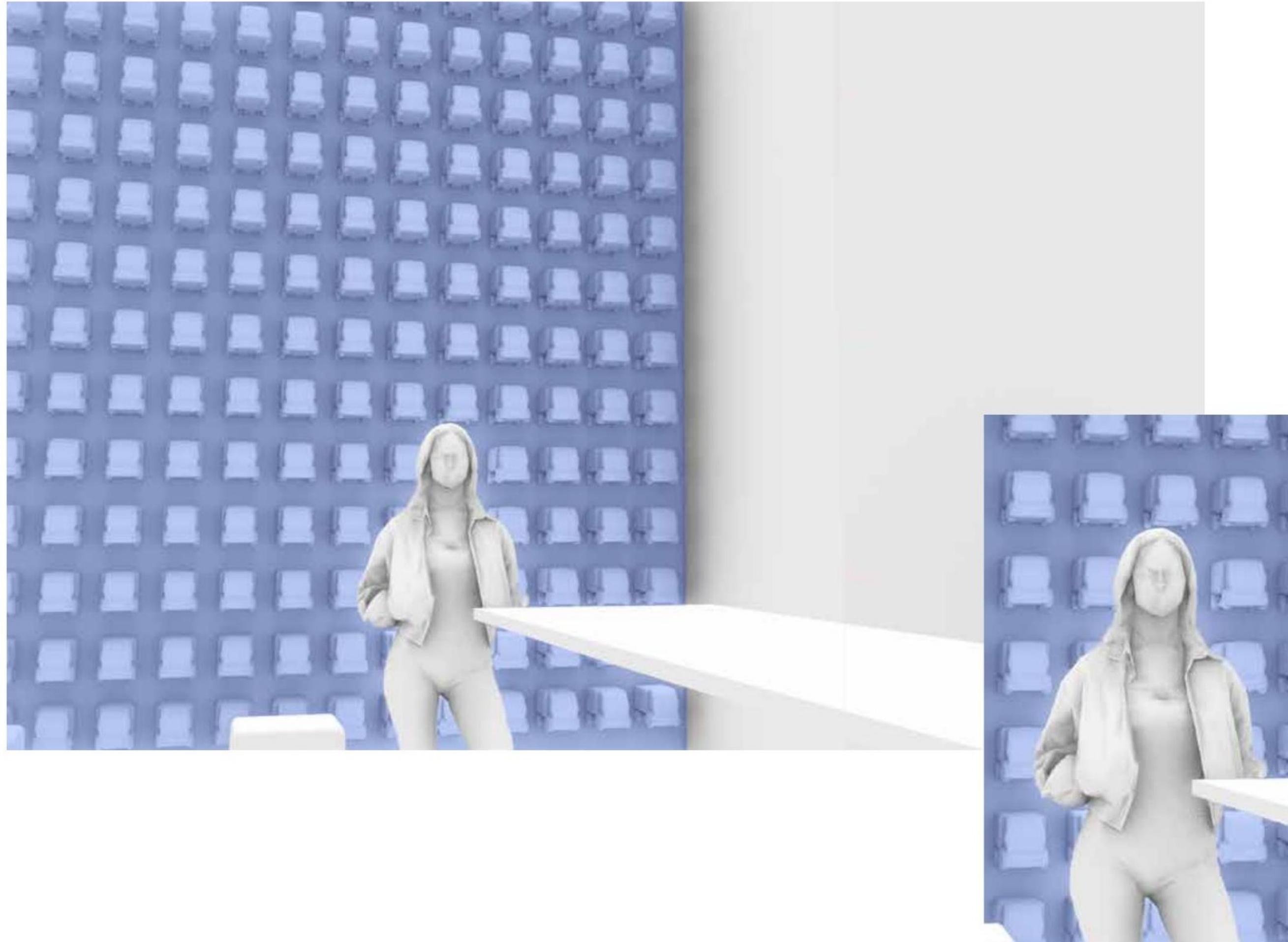
Inhaltliche Leitplanke

Deutschlandgrafik, Routen und Licht dürfen Vernetzung, Bedarf und Ausbau zeigen. Sie dürfen nicht den Eindruck eines bereits bestehenden bundesweiten ElectroFleet-Ladernetzes erzeugen.

Reinzeichnung

Türen, Fugen, Kanten, technische Zugänge und Sichtachsen früh berücksichtigen. Botschaften dürfen weder getrennt noch durch bauliche Elemente unlesbar werden.

Kuscheltruck-Wand, Aufenthalt und Selfie-Moment



Logistikmotiv im kleinen Maßstab

Rund 220 gebrandete Lkw-Kuscheltiere werden auf kleinen transparenten Trägern wie eine Mini-Flotte oder Ware im Hochregal präsentiert. So bleibt das Give-away Teil der Logistikerzählung.

Selfie und Content

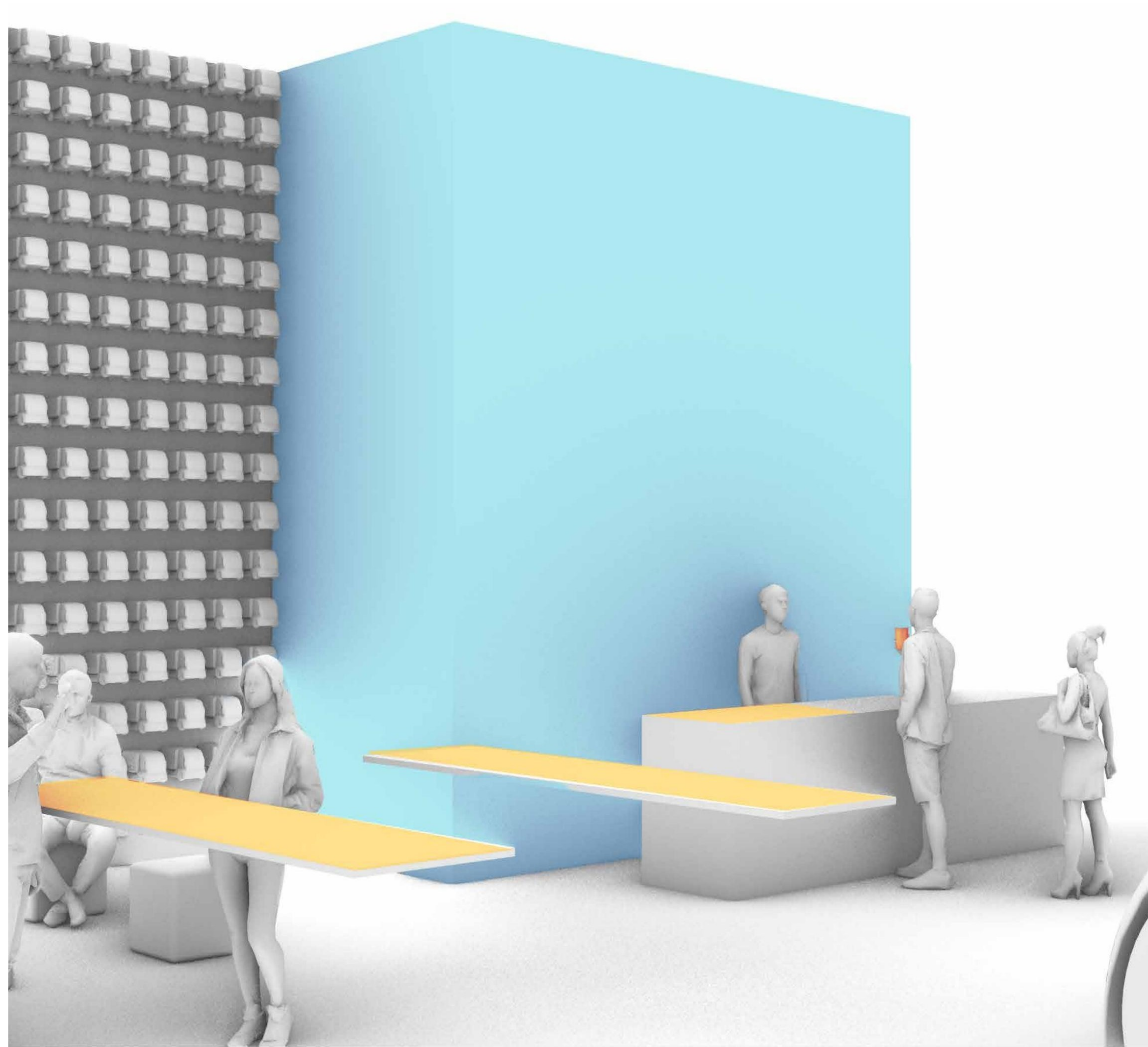
Die Wand braucht gutes frontales Licht und eine erkennbare Fotoposition. Motiv, kurzer Social-Prompt und gegebenenfalls ein Hashtag sollen ohne zusätzliche Erklärung funktionieren.

Ausgabe und Interaktion

Die Mechanik sichtbar und fair erklären: etwa nach Voting, Rundgang oder qualifiziertem Gespräch. Bestand, Ausgabeprozess und die geplante Entnahme am letzten Messetag mit dem Standteam abstimmen.

Aufenthaltsqualität

Die Wand schirmt die lockere Sitzgruppe teilweise vom Messetrubel ab. Mobile Sitzmöglichkeiten sollen spontane Gespräche, kurze Pausen und die Nutzung am Messeabend unterstützen.



Zone 2 - Bar Counter

Der Bar Counter mit 3.000 mm Länge, Eichenauflage und verspiegelm Rahmen ist Ausgabe für Getränke, Kaffee und Snacks sowie Kontakt-, Warte- und Übergabepunkt. Kleine Hinweise können zum Rundgang, Voting oder nächsten Gespräch führen.

Kommunikation im Detail

Mehrwegbecher, Servietten, Aufsteller oder kleine Displays können das Standthema fortsetzen und die Bedingungen für Voting oder Kuscheltruck erklären. Materialität und Tonalität sollen zum Gesamtauftritt passen.

Zone 3 - Communication Tables

Zwei Tische mit jeweils 2.650 x 600 x 1.100 mm dienen der Beratung. Hochwertige Deutschlandkarten, Routen- und Standortmarker, Gesprächskarten oder kurze Unterlagen können Inhalte konkretisieren und parallele Gespräche strukturieren.

Digitale und operative Übergänge

QR oder NFC kann Voting, Microsite, Kontaktübergabe oder Terminbuchung öffnen. Pro Touchpoint nur eine klare Funktion vorsehen und vor Messebeginn Technik, Datenschutz, Zuständigkeiten, Terminlogik und Give-away-Prozess testen.