

SHOW DESIGN



daab

SHOW DESIGN

© 2007 daab
cologne london new york

published and distributed worldwide by
daab gmbh
friesenstr. 50
d-50670 köln

p +49 - 221 - 913 927 0
f +49 - 221 - 913 927 20

mail@daab-online.com
www.daab-online.com

publisher ralf daab
rdaab@daab-online.com

creative director feyyaz
mail@feyyaz.com

editorial project by loft publications
© 2007 loft publications

editor research and text bridget vranckx

layout oriol serra juncosa
spanish translation verónica fajardo
french translation marion westerhoff
italian translation barbara burani
german translation sybille schellheimer

printed in spain
anman gràfiques del vallès, spain

isbn 978-3-937718-62-0

all rights reserved.
no part of this publication may be reproduced in any manner.

Introduction	4
A. ML und Partner/Prof. Matthias Loebermann Stand for Europet at Interzoo	8
Ángel Gordon Portae Showroom	14
Barbosa Space Projects Stand for Abdón & Lucas at International Furniture Fair Valencia (FIM)	22
Bisazza Design Studio/Carlo Dal Bianco Bisazza Showroom	34
Bruce Goodsir E.g.etal Showroom	42
Buratti & Battiston Architects Stand for Acerbis International at Salone Del Mobile	46
C. M. Interiors, Esiete/Javier Pereda Mega Sport S.A. Showrooms	52
Cadosch & Zimmermann Stand for Eternit AG And Swisspor AG at Swissbau	62
Chelsea Atelier Architect Reem Acra Showroom	72
Christian Werner Stand for Carpet Concept at Orgatec	80
Christian Werner Stand for Rolf Benz at The International Furnishing Show (IMM)	88
CJ Studio Showroom for Stephane Dou & Changlee Yugin	96
Claudio Carmona Parcerisa Rosa Clarà Showroom	106
D'Art Design Gruppe Stand for Alno AG at Eurocucina	116
D'Art Design Gruppe Stand for D'Art Design Gruppe at Euroshop	124
D'Art Design Gruppe Stand for Philips Lighting at Light & Building	132
Designrichtung/Jérôme Gessaga & Christof Hindermann Denz AG Office Architecture Showroom	142
Designrichtung/Jérôme Gessaga & Christof Hindermann Geberit Vertriebs AG Showroom	152
Dominic Niels Haag Stand for Sia at Swissbau	162
Dual Office Echo Handbag Showroom	170
Estudi Arola Stand for Santa & Cole at Light & Building	178
Francesc Rifé Parkhouse Studio Showroom	186
Francesc Rifé Stand for Bordonabe at Ofitec	194
Francesc Rifé Stand for Martínez Otero at International Furniture Fair Valencia (FIM)	206

Giorgio Borroso Design Snaidero USA Showroom	214
Ignasi Bonjoch Stand for Biosca & Botey at Construmat	222
Jaci Foti-Lowe Hub Furniture Living Lighting Showroom	226
Joan Anguita & Rafael Berengena Arquitectos Casa Delfin S.A. Showroom	232
Joan Lao Joan Lao Showroom	240
Jump Studios Stand for Levi's at Bread & Butter Barcelona	250
Jürgen Mayer H., Alessandra Raponi Stand for Nya Nordiska at Design Annual	256
Knoll/Karen Stone Knoll Showroom	262
Kuhlmann Leavitt Stand for Formica Corporation at International Home Builders' Show (IBS)	268
Landini Associates Harrolds Showroom	276
LOC Arquitectos/Casillas & Sánchez Merchán Stand for ICEX at Exporta	284
Paolo Cesaretti, Laura Danieli Hatria/Gruppo Marazzi Showroom	292
Pavlik Design Team Neorest Showroom	302
PS+A/Ludovica & Roberto Palomba Zucchetti Showroom	308
Richard Hywel Evans Modular Lighting UK Showroom	316
Ronan & Erwan Bouroullec Kvadrat Showroom	326
Saeta Estudi/Bet Cantallops, Pere Ortega Stand for Layetana at Barcelona Meeting Point	334
Schindlerarchitekten Stand for Armstrong DLW AG at Domotex	344
Schmidhuber & Kaindl Samsung Brand Shop	352
Schmidhuber & Partner, KMS Team Stand for O2 at CeBIT	362
Studiomartino.5 Crovato Showroom	372
Totems Communication & Architecture Stand for Bertrandt at International Motor Show (IAA)	380
Totems Communication & Architecture Stand for P&G Beauty at Milan Fashion Week	386
Index	396
Imprint	400

SHOW DESIGN

Introduction	4
A. ML und Partner/Prof. Matthias Loebermann Stand for Europet at Interzoo	8
Ángel Gordon Portae Showroom	14
Barbosa Space Projects Stand for Abdón & Lucas at International Furniture Fair Valencia (FIM)	22
Bisazza Design Studio/Carlo Dal Bianco Bisazza Showroom	34
Bruce Goodsir E.g.etal Showroom	42
Buratti & Battiston Architects Stand for Acerbis International at Salone Del Mobile	46
C. M. Interiors, Esiete/Javier Pereda Mega Sport S.A. Showrooms	52
Cadosch & Zimmermann Stand for Eternit AG And Swisspor AG at Swissbau	62
Chelsea Atelier Architect Reem Acra Showroom	72
Christian Werner Stand for Carpet Concept at Orgatec	80
Christian Werner Stand for Rolf Benz at The International Furnishing Show (IMM)	88
CJ Studio Showroom for Stephane Dou & Changlee Yugin	96
Claudio Carmona Parcerisa Rosa Clarà Showroom	106
D'Art Design Gruppe Stand for Alno AG at Eurocucina	116
D'Art Design Gruppe Stand for D'Art Design Gruppe at Euroshop	124
D'Art Design Gruppe Stand for Philips Lighting at Light & Building	132
Designrichtung/Jérôme Gessaga & Christof Hindermann Denz AG Office Architecture Showroom	142
Designrichtung/Jérôme Gessaga & Christof Hindermann Geberit Vertriebs AG Showroom	152
Dominic Niels Haag Stand for Sia at Swissbau	162
Dual Office Echo Handbag Showroom	170
Estudi Arola Stand for Santa & Cole at Light & Building	178
Francesc Rifé Parkhouse Studio Showroom	186
Francesc Rifé Stand for Bordonabe at Ofitec	194
Francesc Rifé Stand for Martínez Otero at International Furniture Fair Valencia (FIM)	206

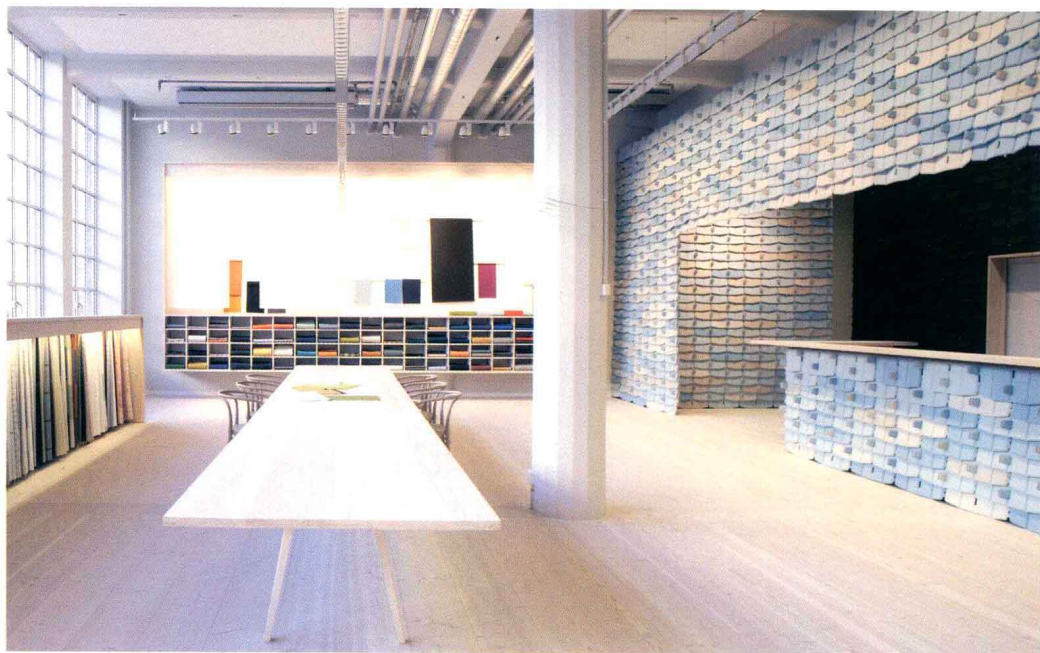
Giorgio Borroso Design Snaidero USA Showroom	214
Ignasi Bonjoch Stand for Biosca & Botey at Construmat	222
Jaci Foti-Lowe Hub Furniture Living Lighting Showroom	226
Joan Anguita & Rafael Berengena Arquitectos Casa Delfin S.A. Showroom	232
Joan Lao Joan Lao Showroom	240
Jump Studios Stand for Levi's at Bread & Butter Barcelona	250
Jürgen Mayer H., Alessandra Raponi Stand for Nya Nordiska at Design Annual	256
Knoll/Karen Stone Knoll Showroom	262
Kuhlmann Leavitt Stand for Formica Corporation at International Home Builders' Show (IBS)	268
Landini Associates Harrolds Showroom	276
LOC Arquitectos/Casillas & Sánchez Merchán Stand for ICEX at Exporta	284
Paolo Cesaretti, Laura Danieli Hatria/Gruppo Marazzi Showroom	292
Pavlik Design Team Neorest Showroom	302
PS+A/Ludovica & Roberto Palomba Zucchetti Showroom	308
Richard Hywel Evans Modular Lighting UK Showroom	316
Ronan & Erwan Bouroullec Kvadrat Showroom	326
Saeta Estudi/Bet Cantallops, Pere Ortega Stand for Layetana at Barcelona Meeting Point	334
Schindlerarchitekten Stand for Armstrong DLW AG at Domotex	344
Schmidhuber & Kaindl Samsung Brand Shop	352
Schmidhuber & Partner, KMS Team Stand for O2 at CeBIT	362
Studiomartino.5 Crovato Showroom	372
Totems Communication & Architecture Stand for Bertrandt at International Motor Show (IAA)	380
Totems Communication & Architecture Stand for P&G Beauty at Milan Fashion Week	386
Index	396
Imprint	400

Trade fairs and showrooms are an increasingly important marketing investment for all kinds of companies and the design of these temporary displays is a growing and constantly changing industry. Both showrooms and trade fair exhibitions serve to showcase and demonstrate a company's new products and services and to convey their brand philosophy. Doing this effectively is not an easy task and best left to marketing and design specialists. Trade fairs are especially tricky as the design of the company's booth is an increasingly powerful sales strategy. The importance of these professional shows is clearly reflected in the huge number and variety of these events held all over the world. With thousands of visitors seeing yours and thousand of other companies's booths, the pressure is on to make yours stand out from the rest. Considering the visitor will spend no more than a maximum of 15 minutes at each stand, designers need to clearly get the company's message across in the least possible time, using innovative solutions and technologies. Similarly, showrooms are a way of advertising the product, making the layout and positioning of the wares a carefully considered task. The word 'showroom' may evoke images of the first purpose-built car showrooms, which began to proliferate at the time of the mass-production of cars at the beginning of the 20th century. Nowadays, however, a huge array of products, from sanitary ware and electronics to upholstery, fashion, lighting and furniture, to mention but a few, are investing in showrooms of all sizes and fashions. This book intends to show the great lengths some companies will go to in order to be seen and, more importantly, to be remembered. The following pages will present a wide selection of trade fairs and showrooms from around the world created by established and emerging designers.

Handelsmessen und Showrooms gewinnen als Marketingmaßnahme für alle Arten von Unternehmen immer mehr an Bedeutung. Das Design dieser zeitlich befristeten Ausstellungen ist eine wachsende und sich ständig wandelnde Branche. Sowohl in Showrooms als auch auf Handelsmessen haben Unternehmen die Möglichkeit, ihre neuen Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren und die Firmenphilosophie vorzustellen. Dies effektiv durchzuführen ist keine leichte Aufgabe, die am besten Marketing- und Designspezialisten überlassen werden sollte. Handelsmessen sind besonders schwierig, da das Design des Stands eines Unternehmens eine zunehmend wichtige Verkaufsstrategie darstellt. Die Bedeutung dieser Fachmessen ist deutlich ersichtlich an der großen Zahl und Vielfalt, mit der sie auf der ganzen Welt stattfinden. Da Tausende von Besuchern sowohl Ihren als auch den Messestand Tausender anderer Unternehmen sehen, ist der Druck groß, einen Stand zu entwerfen, der sich vom Rest abhebt. Wenn man bedenkt, dass ein Besucher nicht mehr als höchstens 15 Minuten an jedem Stand verbringt, müssen Designer in kürzester Zeit und mit Hilfe von innovativen Lösungen und Techniken die Botschaft des Unternehmens übermitteln. Auch Showrooms sind eine Art der Produktwerbung, weswegen die Anordnung und Platzierung der Waren wohl bedacht sein sollte. Das Wort „Showroom“ ruft möglicherweise Bilder der ersten Autoshowrooms hervor, die sich zu Beginn der Massenproduktion von Kraftfahrzeugen Anfang des 20. Jahrhunderts verbreiteten. Heutzutage jedoch gibt es Showrooms in allen Größen und Arten für eine breite Palette von Produkten, von Sanitärkeramik und Elektronik bis zu Mode, Beleuchtung und Möbeln, um nur einige Beispiele zu nennen. Dieses Buch möchte zeigen, dass einige Unternehmen keine Mühe scheuen, um gesehen zu werden und – wichtiger noch – zu erreichen, dass man sich an sie erinnert. Auf den folgenden Seiten wird eine Vielfalt von Handelsmessen und Showrooms vorgestellt, die sowohl von bekannten als auch von neuen Designern entworfen wurden.



Las ferias de muestras y los *showrooms* son una inversión de *marketing* cada vez más importante para compañías de todo tipo, y el diseño de estas exposiciones temporales representa una industria creciente y en constante cambio. Tanto los *showrooms* como las ferias de muestras sirven para exhibir y presentar los nuevos productos y servicios de una compañía y para comunicar la filosofía de su marca. Hacer esto de manera efectiva no resulta tarea sencilla, de modo que conviene dejar el trabajo en manos de especialistas de *marketing* y diseño. Las ferias de muestras son particularmente complejas, puesto que el diseño del *stand* de la compañía se ha convertido en una estrategia de ventas cada vez más poderosa. La importancia de las ferias profesionales se refleja en la variedad de eventos de esta clase que se multiplican alrededor del mundo. Cuando innumerables visitantes miran miles de *stands* de otras tantas compañías, hay una enorme presión para hacer que el propio destaque entre los demás. Considerando el hecho de que el visitante pasará como máximo 15 minutos en cada *stand*, los diseñadores tienen que transmitir claramente el mensaje de la compañía en el menor tiempo posible, utilizando para ello soluciones y tecnologías innovadoras. Asimismo, los *showrooms* son una forma de hacer publicidad del producto, por lo cual la disposición y distribución de los objetos supone una labor en la que se debe tener mucho cuidado. La palabra *showroom* puede evocar imágenes de los primeros *showrooms* contruidos a medida para exhibir coches, que comenzaron a proliferar en la época de producción masiva de automóviles, a comienzos del siglo xx. Sin embargo, hoy en día una gran variedad de empresas que producen desde utensilios sanitarios o electrónicos hasta tapicería, moda, iluminación y muebles, por mencionar tan sólo unos cuantos sectores de producción, están invirtiendo en *showrooms* de todos los tamaños y modelos. Este libro pretende mostrar el esfuerzo que algunas compañías hacen para ser vistas y, lo que es más importante aún, para ser recordadas. Las siguientes páginas presentan una amplia selección de ferias de muestras y de *showrooms* de todo el mundo, creadas por diseñadores reconocidos y noveles.



Les salons professionnels et show-rooms représentent, tous types de société confondus, un investissement marketing toujours plus important. Le design de ces expositions temporaires constitue une industrie montante, en constante évolution. Les show-rooms et salons professionnels ont le même objectif : exposer et présenter les nouveaux produits et services des compagnies tout en transmettant la philosophie de leur enseigne. Pour un design efficace de ces salons, tâche qui n'est pas des plus faciles, il vaut donc mieux faire appel à des spécialistes du marketing et du design. En effet, les salons professionnels sont particulièrement complexes à réaliser, le design des stands des compagnies devenant un élément de stratégie de vente de plus en plus puissant. L'importance de ces événements professionnels se reflète clairement dans le nombre considérable et la variété de ces manifestations de par le monde. Face aux milliers de visiteurs regardant ton stand en même temps que des milliers d'autres de sociétés concurrentes, une énorme pression s'exerce pour que le tien se démarque du reste. Le visiteur ne passant que 15 minutes au maximum devant chaque stand, les designers doivent transmettre, clairement et le plus vite possible, le message de la compagnie, par le biais de solutions et technologies innovantes. De même, les show-rooms sont une manière de faire de la publicité pour le produit. Ce mot anglais n'est d'ailleurs pas sans évoquer les images des tout premiers show-rooms spécialement destinés aux voitures, qui se sont multipliés lors de la fabrication automobile en série, au début du XX^e siècle. Cependant, de nos jours, cette image a évolué : en effet, un immense éventail de sociétés offrant leurs produits allant d'articles sanitaires au capitonnage, de la mode à l'éclairage et de l'électronique au mobilier, pour ne citer que ceux-là, investissent dans les show-rooms de tailles et styles divers. Cet ouvrage essaie de présenter la panoplie de moyens que certaines sociétés sont prêtes à déployer pour être vues, et qui plus est, être remarquées. Et, au fil de ces pages, vous découvrirez une large sélection de salons professionnels et de show-rooms du monde entier créés par des designers confirmés ou émergents.



Le fiere commerciali e gli *showroom* costituiscono un investimento in marketing sempre più rilevante per imprese d'ogni tipo, e il design di queste esposizioni provvisorie rappresenta un settore in crescita e in costante cambiamento. Sia gli *showroom* sia le fiere commerciali sono mezzi con cui le imprese esibiscono e presentano i loro nuovi prodotti e servizi, oltre a trasmettere la propria filosofia di marca. Riuscirci è un compito tutt'altro che facile, che è meglio riservare a specialisti del marketing e del design. Le fiere commerciali sono particolarmente insidiose dato che il design dello stand dell'impresa è una strategia commerciale di sempre maggior impatto. L'importanza di questi saloni professionali si rispecchia chiaramente nell'immensa quantità e varietà di eventi di questo genere celebrati in tutto il mondo. Quando innumerevoli visitatori guardano il tuo stand tra quello di migliaia di altre imprese, è forte la pressione per far sì che il proprio spicchi sul resto. Considerando che il visitatore passerà un massimo di soli 15 minuti in ogni stand, i designer devono trasmettere il messaggio dell'impresa in modo chiaro nel più breve tempo possibile, utilizzando a questo scopo soluzioni e tecnologie innovative. Analogamente, gli *showroom* costituiscono un mezzo di promozione del prodotto, per cui la distribuzione e la disposizione della merce diventano aspetti da considerare con attenzione. La parola «showroom» potrebbe evocare l'immagine dei primi *showroom* creati per le auto, che cominciarono a proliferare all'epoca della produzione di massa di autovetture all'inizio del xx secolo. Oggi, tuttavia, un gran numero di imprese produttrici di articoli che vanno dai sanitari all'elettronica, passando per la tappezzeria, la moda, l'illuminazione e l'arredamento, per citarne solo alcuni, stanno investendo nella creazione di *showroom* di tutti i tipi e dimensioni. Questo libro vuole mostrare fino a che punto sono disposte ad arrivare alcune imprese per essere viste e, soprattutto, ricordate. Le pagine che seguono presentano una vasta selezione di fiere commerciali e *showroom* di tutto il mondo creati da designer affermati ed emergenti.



A. ML UND PARTNER/PROF. MATTHIAS LOEBERMANN | NUREMBERG
STAND FOR EUROPET AT INTERZOO
Nuremberg, Germany | 2004

