

Limbischer Messestand „packt“ den Kunden bei seinen Gefühlen

Gemäß dem Motto „form follows emotion“ geht die IMA-Messebau GmbH davon aus, dass Besucher einen Messestand umso anziehender finden je stärker ihre bevorzugten Emotionen angesprochen werden, und entwickelte deshalb den limbisch optimierten Messestand „Limbform“.

Ein Messestand soll informieren und die Menschen zum Betreten einladen. Doch wie kann das systematisch und nachvollziehbar herbeigeführt werden?

In dieser Frage ist der IMA Messebau GmbH in Aßlar, in Zusammenarbeit mit dem auf Wachstum und limbisches Marketing spezialisierten Autor und Berater Christian Kalkbrenner, der entscheidende Durchbruch gelungen.

Mit einem neu entwickelten System wird der Messestand architektonisch so gestaltet, dass die Emotionen der Zielgruppe systematisch aktiviert werden. Die unterschiedlichen Gestaltungsmuster sprechen exakt die Reize an, die die Kunden bewegen, den Stand zu betreten, dort zu verweilen und mit den Mitarbeitern ins Gespräch zu kommen.

Aus der Analyse zahlreicher Messeauftritte stehen über 60 Variablen mit 65.000 Kombinationen zur Verfügung, die dem Messestand-Architekten einen Rahmen geben, gemäß dem er den Messestand konzipieren und bauen kann. Vor allem für Unternehmen, die auf der Messe Neukunden gewinnen wollen, eignet sich dieses limbische Format.

Im Messebau ist IMA das erste Unternehmen, vermutlich sogar weltweit, das diesen Weg beschreitet und damit seinen Kunden einen echten Mehrwert liefern kann.

Form follows emotion

„Die große Schwierigkeit besteht darin, herauszufinden, wie die Besucher ticken, welches ihre bevorzugten Reize sind“, erläutert Uwe Bremer das Verfahren und ergänzt: „gemeinsam mit dem Kunden wird in einem sorgfältig aufgebauten Interviewleitfaden das Verhalten der zukünftigen Messe-Besucher eruiert und verdichtet. Dabei werden sehr ausführlich sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte erfasst. Auf diese Weise entsteht ein eindeutiges und kontrastreiches Besucherprofil. Es lässt klare Rückschlüsse darauf zu, welche Emotionssysteme der Besucher am meisten angesprochen werden sollten, um sie zum Betreten des Messestandes zu bewegen. Daraus leiten wir dann ein Profil ab und geben dem Kunden konkrete Empfehlungen, auf was bei der Standgestaltung geachtet werden sollte“.

Über IMA

IMA inszeniert begeisternde, Menschen zum Verweilen und kaufen animierende Verkaufsräume, weltweit. Vor über 45 Jahren im hessischen Aßlar gegründet, begleitet IMA führende Unternehmen aller Branchen bei der Verkaufsraum-Gestaltung: ob Messebauten, Displays, Flag-Ships oder Ladenbauten.

Das Unternehmen beschäftigt über 80 Mitarbeiter und verfügt über eigene Produktionslinien für die Holz- und Metallbearbeitung. Jährlich betreut das IMA-Team rund 500 nationale und internationale Projekte.

Der jüngste Coup: mit „Limbform“, dem limbischen Format, ist es der IMA gelungen, die Formatgestaltung von Messebauten, Displays und Ladenbauten exakt auf das Emotionssystem der Zielgruppen abzustimmen.

Kontakt

IMA-Messebau GmbH Süd
Christian Kalkbrenner
Gstäudweg 72
D-88131 Lindau (B)
Telefon: +49 (0) 83 82 – 40 93 01
Telefax: +49 (0) 83 82 – 40 93 02
E-Mail: christian.kalkbrenner@ima-international.de
www.ima-international.de

IMA Messebau GmbH (Stammhaus)
Uwe Bremer
Geschäftsführer
Berliner Straße 36
D-35614 Aßlar
Telefon: +49 (0) 6441 – 98 55 0
Telefax: +49 (0) 6441 – 98 55 30
E-Mail: bremer@ima-international.de
www.ima-international.de