

«Du hast keine zweite Chance, live muss alles funktionieren»



■ **Transformation über Innovation: Digitalisierung ist in vielen Branchen schon lange angekommen. Wie aussergewöhnliche Kommunikationsmassnahmen zu Markenwelten im Raum werden. Im Gespräch mit Stefan Ingold, CEO der Form AG mit Sitz in Bern.**

Interview: Urs Seiler

Stefan Ingold, was bewegt Sie in der Live-Kommunikation zurzeit am meisten?

Persönlich finde ich Live-Kommunikation auf Messen und Events eines der spannendsten Gebiete. Menschen zu treffen und zu begeistern, ist eine tolle Sache. Live muss alles funktionieren, du hast keine zweite Chance. Das ist eine Herausforderung.

Ich wünschte mir mehr Innovation bei den Messeveranstaltern. Es kann doch nicht sein, dass bei einigen Veranstaltern erst jetzt, nachdem viele das Messer am Hals haben, Themen wie Digitalisierung angegangen werden.

Für unser Unternehmen ist die Schnittstelle der Inszenierung und der Digitalisierung unser Fokusthema. Hier sind Stichworte wie Interaktion, Near Field Communication (NFC) und erweiterte Realitäten und virtuelle Realitäten (AR und VR) in der Markeninszenierung unsere Forschungsthemen.

Ein kritischer Messebauer sagt aber, der Messestand sei für den Messeerfolg überbewertet. Was sagen Sie?

Richtig, der Inhalt und wie ich diesen vermittele, ist massgebend. Wir müssen es schaffen, die Neugier der Messebesucher zu wecken.

Danach sollte auch mit einem gut geschulten und motivierten Standpersonal der Besucher begeistert werden können.

Wie definieren Sie ein Markenerlebnis?

Wenn wir es schaffen, Drittpersonen von einer Marke zu begeistern. Wenn die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu Fans werden.

Form sagt, der Schlüssel zum Erfolg sei Innovation. Wie gelangt man dahin?

Unsere Wurzeln reichen 105 Jahre zurück. Das ist als Unternehmen ein sehr langer Zeithorizont. Wir sind in dieser Zeit vom Cliche-

produzenten zum modernen Inszenierer geworden. Eine solche Transformation geht nur über Innovation. Uns macht es grosse Freude, neue Produktionsmöglichkeiten, Kommunikationsmittel, Hard- und Software mit unseren Ideen zu neuen Konzepten zu bündeln. Dies geschieht alles inhouse, macht Spass und bringt jeden Einzelnen weiter.

Was muss die digitale Transformation für Messen und Events tun – und was kann sie nicht?

Die Digitalisierung ist in vielen Branchen schon lange angekommen. Es ist eine Selbstverständlichkeit, dass sie auch bei Messen Einzug hält. Der Messebesuch fängt als Event schon lange vor der Türöffnung an und endet danach hoffentlich noch lange nicht.

- 1 **Innovativ: Helden der Vergangenheit der Swisscom auf der BEA 2019 mit virtuellem Töggelispiel im Vordergrund.**
- 2 **Wände, die leben: Kunstform mit Ausstellungsfläche im Hintergrund.**
- 3 **30 Jahre Peugeot-Sponsoring für den Schweizer Eishockeymeister SCB.**
- 4 **Stefan Ingold, CEO Form AG.**
- 5 **Stefan Ingold, CEO Form AG (2. von links) und Team.**
- 6 **Inszenierung von Holiday on Ice.**

Mit der Universität Freiburg läuft ein Voranschungsprojekt zum Inkjetdruck auf Industrierobotern. Das wird uns die Möglichkeit geben 3-dimensionale Körper direkt zu bedrucken. Im Bereich Software ist 3D, Mapping, Rendering, Datenbanken und Bilderkennung in unserem Fokus. Die Lust, Neues zu entdecken, gehört zu unserer DNA.

Form inszeniert 125 Swisscomshops jeden Monat neu. Wie drückt sich hier Innovation aus im Gegensatz zur historischen «Kulissen-schieberei» im Laden und auf Messen?

Es ist natürlich Wahnsinn für einen solchen Kunden, jeden Monat neu, seine Themen in den Shops inszenieren zu dürfen. Es sind keine Kulissen mehr, sondern verschiedene zum Teil komplexe Themen, welche stimmig in Szene gebracht werden. Hierzu kommen Faktoren wie knappste Zeitintervalle, Budgetvorgaben und räumliche Komponenten. Jeder Shop ist in der Ausführung einzigartig. Die Beispielflächen sind unterschiedlich in Sprache, Fläche, Anzahl und Gestaltung. Hierzu haben wir ein eigenes Tool programmiert, welches Shopper heisst. Im Shopper sind sämtliche Beispielpunkte erfasst. Sämtliche Produktionsmengen werden dort ersichtlich. Auch beim Verladen hilft der Shopper den 20 Teams mit

dem Tourplanungstool auf dem Handy, damit der Dekorateur mithilfe von QR-Coden das richtige Material verlädt. So werden 125 Shops genau nach Vorgaben inszeniert, dokumentiert und der Kunde sieht live im Shopper, dass alles fehlerfrei läuft.

Stimmt es, dass 3D-Druck sich erst für Prototypen eignet, aber nicht für Massenproduktion?

Die Möglichkeiten beim 3D-Druck sind fantastisch! Geschwindigkeit und Materialvielseitigkeit wird sehr stark zunehmen. Das wird den grossen Marktdurchbruch bringen. Wir vertreiben zusammen mit einem Partner verschiedene 3D-Drucker. Es gibt Designvorlagen, die lassen sich nur mit diesen Systemen umsetzen. Jedoch sind diese 3D-Drucker erst in der Startphase. Vergleichbar als wir vor 25 Jahren die erste Digitaldruckmaschine gekauft hatten, wurden wir auch belächelt. Heute ist es Standard. Das gleiche passierte uns beim Digitalfotostudio.

Bitte beenden Sie den folgenden Satz: «Nach der digitalen Transformation werden Messen/Events ...

... von der Einladung bis zur Nachbearbeitung wirken.»

MARKETING-GESPRÄCHE

**Mensch? Marke!
Marke? Mensch!**

**Mit authentischem
(Self-)Marketing zum Erfolg.**

25. Juni 2019 im Kosmos, Zürich

Mit den MARKETING-GESPRÄCHEN mischen wir die Karten neu: Wenn «Branchen-Event» für Sie bisher bedeutete, auf unbequemen Stühlen langweiligen Cases zu lauschen, dann haben wir etwas für Sie!

Beim zweiten Marketing-Gespräch 2019 dreht sich alles um das Spannungsfeld, in dem sich Menschen als und mit Marken bewegen. Hochkarätiger könnten die geladenen Gäste kaum sein – allesamt sind sie Schweizer Koryphäen, die man selten auf derselben Bühne erleben kann.

Referenten

Dr. Petra Wüst, Expertin für Self-Branding und Buchautorin; **Petra Dreyfus**, Co-CEO und Mitinhaberin, Wirz und Werberin des Jahres 2019; **Gerold Brenner**, Kleidermacher und Trendexperte
Christian Baertschi, CEO und Partner, Serviceplan

Einlass	17.00 Uhr
Referate	17.30 Uhr
Apéro riche	ca. 19.00 Uhr
Ende	ca. 20.00 Uhr

Melden Sie sich jetzt an!

www.marketing-gespraech.ch