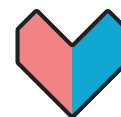


ITB Gemeinschaftsstand Berlin-Brandenburg



I LIKE VISUALS: Projektbeschreibung

Der Auftrag

Unsere Aufgabe war es, die verschiedenen Besonderheiten der beiden Destinationen **Berlin und Brandenburg** herauszuarbeiten und zusätzlich eine gemeinsame Themenwelt zu definieren und aufzuzeigen. Austoben konnten wir uns dabei auf einer 14 Meter langen LED-Leinwand und einem Multitouch-Medientisch mit einem Durchmesser von 65", die Teil der 1.600 qm brutto (ca. 900 qm netto) großen Gesamtfläche in Halle 12 der ITB waren.

Berlin sollte als moderne und sich ständig im kreativen Wandel befindende Top-Destination, mit vielfältigem kulturellem Angebot dargestellt werden. Die Einzigartigkeit Berlins als Lifestyle-Metropole, Stadt der Gegensätze, der Freiheit und als Schauplatz großer Ereignisse der Weltgeschichte, sollte sich sichtbar vom nationalen und internationalen Wettbewerb absetzen.

Brandenburgs Markenbildung als aktive Naturbühne und kultivierte Landschaftsinszenierung Berlins am Wasser bildet dafür die perfekte Ergänzung. Es galt, die vier Urlaubswelten Brandenburgs „Landlust ausleben“, „Wasser entdecken“, „Kultur erleben“ und „Tief durchatmen“ visuell und inhaltlich zu präsentieren.

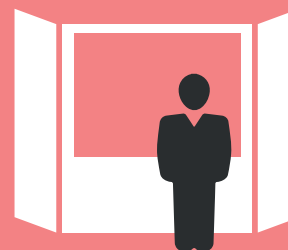
Die Herausforderung war es, die Aufmerksamkeit unterschiedlicher Zielgruppen (Fachbesucher/ Endkunden) durch ansprechende, emotionalisierende Visualisierungen ohne Ton und optische Reizüberflutung zu wecken und zur interaktiven Auseinandersetzung mit den Inhalten der Präsentation anzuregen.



Die **ITB Berlin** ist die weltweit größte Messe und führende Business-Plattform der Tourismusbranche. Sie findet jährlich an jeweils fünf Tagen im März statt und bietet Fachbesuchern und am Wochenende Endkunden eine Plattform zum Staunen. 120.000 Fachbesucher und 50.000 Privatbesucher nahmen die Möglichkeit wahr, rund 10.000 Aussteller aus über 187 Ländern zu sehen. Die Höhe an Geschäftsabschlüssen soll bei sieben Milliarden Euro liegen. Die beiden Bundesländer **Berlin und Brandenburg** haben sich traditionell wieder vereint und sich mit einem neu entworfenen Messestandkonzept gemeinsam auf der ITB 2016 präsentiert.



**ITB
BERLIN**



10.000
Aussteller

120.000
Fachbesucher



50.000
Privatbesucher



187
Länder

ITB Gemeinschaftsstand Berlin-Brandenburg



I LIKE VISUALS: Projektbeschreibung

Das Projekt

Eine der maßgeblichen Anforderungen war es, ein **interaktives Messeerlebnis** zu gewährleisten. Betrachter konnten daher die Themenwelten über ein Menü auf dem Multitouch-Medientisch auswählen und somit die Collagen auf der LED-Leinwand selbst steuern. Zudem wurden auf dem Medientisch gleichzeitig zusätzliche Informationen freigeschaltet, die etwa über eine interaktive Karte oder über Quiz-Fragen spielerisch über die jeweilige Themenwelt informierten.

Eine weitere Aufgabe war es, die verschiedenen Kernthemen von **visitBerlin** und der **TMB** einheitlich zu gestalten, sie aber

gleichermaßen auch differenziert zu kommunizieren. Unsere Arbeit an der LED-Leinwand zeigt diesen Spagat perfekt: Aus Foto- und Videomaterial, Aquarellzeichnungen, Skizzen und Konturgrafiken wurden ausgewählte Bilder in individuellen Collagen zusammengestellt, animiert und damit zum Leben erweckt. Insgesamt haben wir so, unter der Leitung der Grafikerin **Klaudia Kost**, neun Themenwelten visualisiert: Vier für Brandenburg, vier für Berlin und eine für das Gemeinschaftsthema „Film“.

Wir haben eine Auswahl an Kunstwerken geschaffen, die der Vielfalt von Berlin und Brandenburg gerecht wird.



easyCube

Um dynamische Übergänge zwischen den Themenwelten zu ermöglichen, wurden die Videoinhalte der bewegten Collage von den IT Spezialisten der Firma **easyCube**, für die LED-Leinwand aufbereitet. Dabei wurde eine Computerspiele-Engine („Unity“- Software für PC- und Mobilmarkt) genutzt, um den flexiblen und anspruchsvollen Anforderungen gerecht zu werden.

Für die Toucheingabe der Betrachter wurde eine optimierte HTML5-Website und ein hochauflösender 4K-Display verwendet. Der wie eine Fernbedienung bedienbare PC wurde im Kioskmodus abgeschirmt, um ein Ausbrechen ins Windows-System zu verhindern. Die Interaktion zwischen den beiden Geräten wurde über LAN und HTTP gewährleistet.

ITB Gemeinschaftsstand Berlin-Brandenburg



I LIKE VISUALS: Projektbeschreibung



Klaudia Kost

Die Grafikerin hat mit ihrer Collage aus Foto- und Videomaterial, Aquarellzeichnungen, Skizzen und Konturgrafiken neun individuelle Collagen zusammengestellt, die als dynamischer Blickfang viele neugierige und interessierte Besucher in ihren Bann zogen.

Die Kunden



VisitBerlin, 1993 gegründet, ist für alle Bereiche zuständig, die mit der Förderung des Tourismus, des Geschäftsreiseverkehrs sowie von Messen, Veranstaltungen, Tagungen und Kongressen in Verbindung stehen. Ziel des Unternehmens ist es, die internationale Strahlkraft der Metropole Berlin, mit ihrem vielfältigen und einzigartigen Angebot für Touristen stets neu zu entfachen.

TMB Tourismus-Marketing
Brandenburg GmbH



Die 1998 gegründete TMB ist die Marketingorganisation des Landes Brandenburg. Sie fördert die Tourismus- und Veranstaltungsbranche Brandenburgs sowie seit 2012 einen Markenbildungsprozess für Brandenburg als Tourismusdestination. Seit 2011 führen die TMB und visitBerlin in gleichberechtigter Zusammenarbeit den Gemeinschaftsstand Berlin-Brandenburg auf der ITB.



Für die Entwicklung, Gestaltung und bauliche Betreuung des Gemeinschaftsstandes wurde das erfahrene Team aus Architekten und Projektleitern der A-DES GmbH Architektur Design beauftragt. Seit 1991 plant und realisiert das Team individuelle Stände auf nationalen und internationalen Messen. Dabei wird speziell auf die Einhaltung eines nachhaltigen und ressourcensparenden Messebaus geachtet.