

PRESSEMITTEILUNG

DAS NEUE WÜSTHOF: MILLA & PARTNER GESTALTET MESSEAUFTTRITT AUF DER AMBIENTE 2019

WÜSTHOF als Premiumanbieter für Schneidlösungen präsentiert seinen neuen Markenauftritt erstmals auf der international wichtigsten Fachmesse für Konsumgüter in Frankfurt am Main. Milla & Partner entwickelte für diese Premiere ein Konzept, das den Schnitt im Sinne von „Discover the Moment of Cutting“ in den Fokus nimmt. Dieses gestalterische Prinzip ist die Basis für das gesamte Messestanddesign, das ein Erlebnis für alle Sinne bietet.

Stuttgart, 07. März 2019

Bei WÜSTHOF stehen alle Zeichen auf Veränderung: Das auf Messer spezialisierte Unternehmen aus Solingen arbeitet an einer zukunftsorientierten Ausrichtung und richtet seinen Fokus auf das Premiumsegment und internationales Wachstum. Diese Strategie spiegelt sich in einem Neuanfang auf allen Ebenen wider und wird erstmals auf der Fachmesse Ambiente vom 9. bis zum 13. Februar 2019 in der Öffentlichkeit präsentiert. Im Mittelpunkt steht das Schneiden, die Aufbewahrung, das Schärfen und die Pflege von Messern – das greift Milla & Partner auf und macht es zum zentralen Thema des Messedesigns. „Das Grundkonzept lässt sich an unterschiedliche räumliche und kulturelle Kontexte anpassen. Es wird etwa vom 2. bis zum 5. März auf der International Home + Housewares Show in Chicago mit einem zweiten, auf den US-amerikanischen Markt zugeschnittenen Messedesign zu sehen sein,“ berichtet Hartmut Wunram, Head of Global Marketing and Communication. „Der Messestand ist für uns ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Neupositionierung von WÜSTHOF. Er zeigt auf spannende Weise, in welche Richtung wir uns gerade bewegen,“ ergänzt Markus Kepka, der als Vorsitzender der Geschäftsführung frühzeitig die richtigen Weichen für das Familienunternehmen stellen will.

Der geschnittene Raum

Der Messestand mit insgesamt 180 qm ist das Sinnbild für einen perfekt ausgeführten Schnitt: Vier überdimensionale stehende Volumen sind über schräge Schnittkanten miteinander verbunden und stellen über den ganzen Stand verteilt Bezüge zueinander her – ein dynamisches Gesamtbild entsteht. Im Inneren eröffnet sich für den Messebesucher ein ganz neuer Blick: Ästhetische Makroaufnahmen eines frisch geschnittenen Rotkohls inszenieren das spannungsvolle Verhältnis von Messer, Schärfe und Schnitt. Diese wissenschaftlichen Fotografien stellen die aneinander liegenden Blätter des Rotkohls auf den 5 m hohen Volumen bis in das kleinste Detail dar. „Der Vorgang des Schneidens wird in dieser Inszenierung überhöht und verweist auf die hohe Qualität der Produkte von WÜSTHOF. Um so ein außergewöhnliches Konzept zu realisieren, braucht es einen Kunden mit Mut und den hatten wir,“ sagt Sebastian Letz, verantwortlicher Kreativdirektor und Partner bei Milla & Partner.

WÜSTHOF: ein Erlebnis für alle Sinne

Die gesamte Kommunikation rund um den Messeauftritt konzentriert sich auf das Motto „Erleben Sie WÜSTHOF neu – mit allen Sinnen“. Die klassischen Sinne werden auf verschiedenste Weise angesprochen und machen den Besuch auf dem Messestand zu einem multisensorischen Erlebnis: Von visuell starken Motiven, über das Riechen und Schmecken von frisch gebackenem Rotkohlbrot, von Rotkohl, der gerade geschnitten wird, bis hin zum haptischen Erleben der neuen Messerserien in der eigenen Hand. Die Messer sind hierzu ohne Sicherungen mit Magnethaltern entlang der Kubaturen in Szene gesetzt und können jederzeit abgenommen und von den Fachbesuchern getestet werden.

BILDER

Diese und weitere Bilder stellen wir gerne auf Anfrage in druckfähiger Auflösung zur Verfügung.





ÜBER MILLA & PARTNER

Milla & Partner ist eine Agentur für Kommunikation im Raum mit Sitz in Stuttgart und Berlin. Ihre Kernkompetenz ist die Kreation und Umsetzung von Markenwelten, Ausstellungen, Messeauftritten und Events, das Verbinden von Menschen mit Themen und Marken. Die Agentur arbeitet weltweit, preisgekrönt und interdisziplinär bei der Gestaltung von Räumen und innovativen Interfaces. Zu den aktuellen Projekten von Milla & Partner gehören die Erweiterung des Science Centers experimenta in Heilbronn, ein temporärer Markenpavillon für den Handelskonzern Metro und das Besucherzentrum im thyssenkrupp Testturm in Rottweil. Ausgezeichnet wurde die Agentur mit zahlreichen nationalen und internationalen Awards, u.a. vom ADC Deutschland, ADC of New York und DDC sowie mit dem iF award, red dot, Adam und Cannes Löwen.

Weitere Informationen und Erlebnisräume unter www.milla.de.

PRESSEKONTAKT

Sabine Hulin, Tel. +49 (0) 711 / 9 66 73-74 / presse@milla.de

Milla & Partner GmbH, Heusteigstraße 44, D-70180 Stuttgart / www.milla.de