

Premiere auf der PSI: die CHOICE Experience

*Auf der PSI präsentiert sich die Unternehmensgruppe CHOICE auf einem neuen Messestand. Unter dem Motto **CHOICE Experience** macht er das gemeinsame Markenverständnis nicht nur sichtbar, sondern auch erlebbar.*

Die fünf Schwestern der CHOICE-Familie – Daiber, Fare, Halfar, mbw und SND präsentieren sich bereits seit Jahren gemeinsam auf der PSI. Von Caps über Promotion -Textilien, Schirmen, Taschen, Kuscheltieren, Quietsche-Entchen bis hin zu Porzellan können die Neuheiten und Bestseller der Werbemittlexperten im neuen Ambiente erlebt werden.

Verbundenheit trifft auf Eigenständigkeit

Das Design des Standes ist klar und geradlinig. Außen dominiert die Farbe weiß. So gibt der großzügige Stand auf rund 650 Quadratmetern fünf eigenständigen Auftritten der Unternehmen einen einheitlichen Rahmen. Das Signal: Die CHOICE Familie agiert unter einem gemeinsamen Dach – und das nicht nur sinnbildlich, sondern auch ganz konkret. Jeder Partner hat seinen eigenen Bereich, den er individuell mit Produkten und Botschaften bespielt. Dabei gibt es überall Verbindungen zu den anderen, Durchgänge und Durchblicke öffnen den Stand. Der weite Eingangsbereich jeder Unternehmensfläche lädt die Messebesucher ein und heißt sie willkommen.

Vielfalt präsentieren

Textilien, Taschen, Kuscheltiere, Schirme, Porzellan – die Produkte der CHOICE Familie sind ausgesprochen vielfältig. Darum bietet der neue Messestand viele technische und gestalterische Lösungen sie in Szene zu setzen. Dennoch erscheint alles aus einem Guss: Themeninseln und Präsenter sind in einer einheitlichen Formensprache produktspezifisch konzipiert. Mit Licht und Grafik schaffen sie Darstellungsformen, die die Produktvielfalt und die Markenwerte für den Kunden spürbar werden lassen.

Innere Werte erleben – die CHOICE-Lounge

Während der Kunde den Stand über die einzelnen Unternehmenswelten betritt, stößt er im Inneren auf den Kern der CHOICE Gruppe. Hier fließen alle Positionen der sonst so facettenreichen Werbemittlexperten zu einer großen Wertegemeinschaft zusammen. Die Lounge in der Mitte des Standes ist darum auch bewusst anders gestaltet als die Produktbereiche außen. Sie ist in warmen Farben gehalten und schafft ein Wohlfühl-Ambiente für Pausen und Gespräche. Nachhaltigkeit, Qualität, Innovation, Service, Partnerschaftlichkeit – das sind einige der CHOICE Werte, die hier auch in den Statements der jeweiligen Unternehmens-Persönlichkeiten und in Produkt- und Imagefotos sichtbar werden.

So schlägt der neue Messestand gekonnt die Brücke zwischen eigenständigen Produkten und gemeinsamen Werten. Vor allem aber löst er das ein, was gute Werbemittel versprechen: ein haptisches Erlebnis, eine **CHOICE Experience**.