

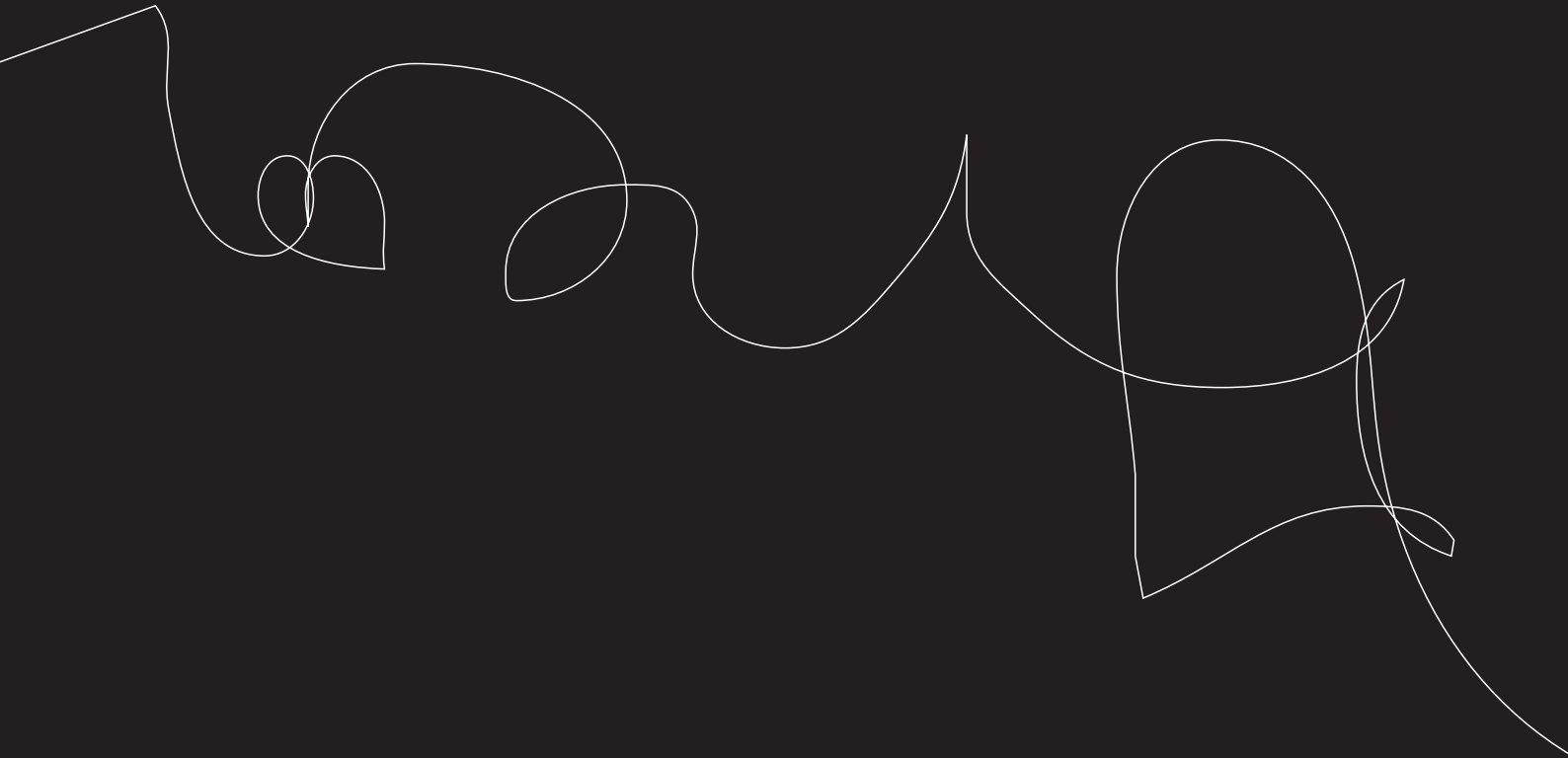
design: driving innovation



# design: driving innovation

zur CeBIT 2008 vom 4. bis 9. März 2008  
Messegelände, Hannover;  
für Unternehmen, Designer, Architekten,  
Hochschulen und Verbände

at CeBIT 2008, from March 4 to 9, 2008  
Messegelaende Hannover, Germany  
For companies, designers, architects,  
universities and associations



## IDEEN VERÄNDERN

### Die Basis

Bestehendes in Frage zu stellen, die Neugier und das Staunen haben schon immer Innovationen vorangetrieben und durchgesetzt.

design: driving innovation, die Sonderschau auf der CeBIT 2008 ist ein Ort, an dem Sie neue verblüffende Entdeckungen machen können. Ein Ort der ersten Begegnung mit Dingen, Technologien, Abläufen und Menschen, die künftig das Leben grundlegend verändern werden.

Denn wir tun nichts Geringeres als Antworten auf die Frage zu finden: How does design drive innovation?

So vielfältig wie die Antworten, so vielfältig werden das Programm, die Veranstaltungen und die Beteiligungsmöglichkeiten für Unternehmen, Designer, Architekten, Interieurpartner u.a. sein, denn Vielfalt und neue Impulse sind bereits die erste Antwort.

design: driving innovation ist eine neue Plattform für die Visualisierung von Markenkompetenz und Innovationsgrad, eine außergewöhnliche Plattform, um Kunden und Netzwerkpartner von heute und Zielgruppen von morgen zu treffen.

Wir geben dem Staunen einen Raum durch die Kombination von Design und CeBIT.

Ralph Wiegmann  
Geschäftsführer  
iF International Forum Design GmbH

## THE POWER OF IDEAS

### The foundation

A willingness to question the status quo; the ability to be curious and amazed — these qualities have continually helped drive innovations and power their actual implementation.

“design: driving innovation”, the special exhibition at CeBIT 2008, is a place where you can make astonishing new discoveries. A place for initial encounters — with things, technology, procedures and people, all of which are destined to change our life in some surprising and fundamental ways.

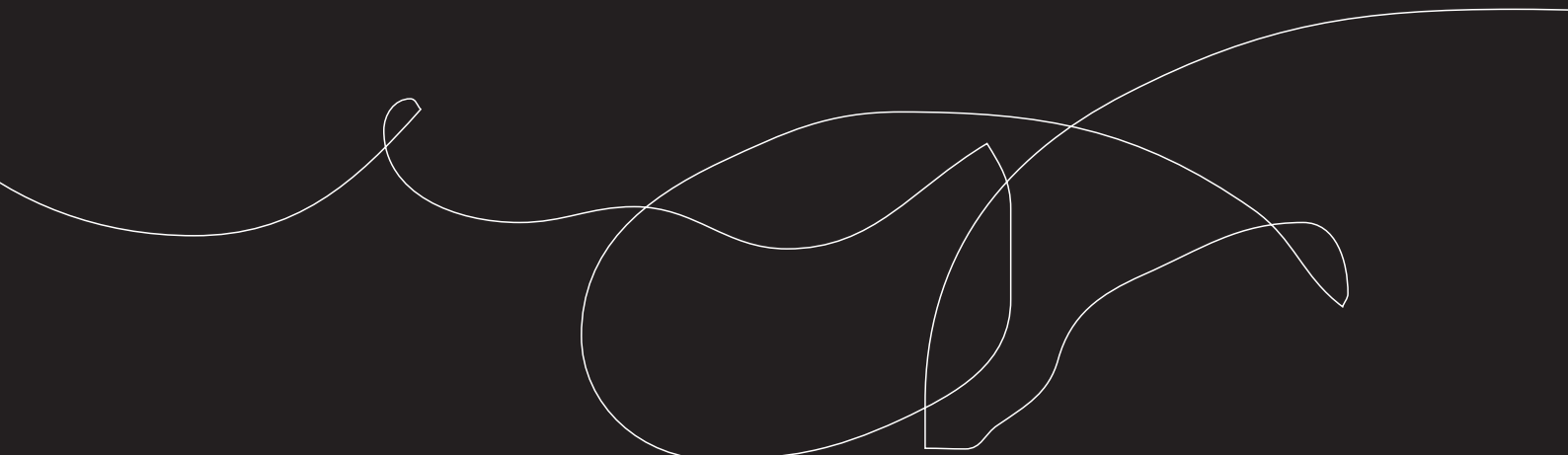
Our motivation is no less than to discover the many different answers to the same question: How does design drive innovation?

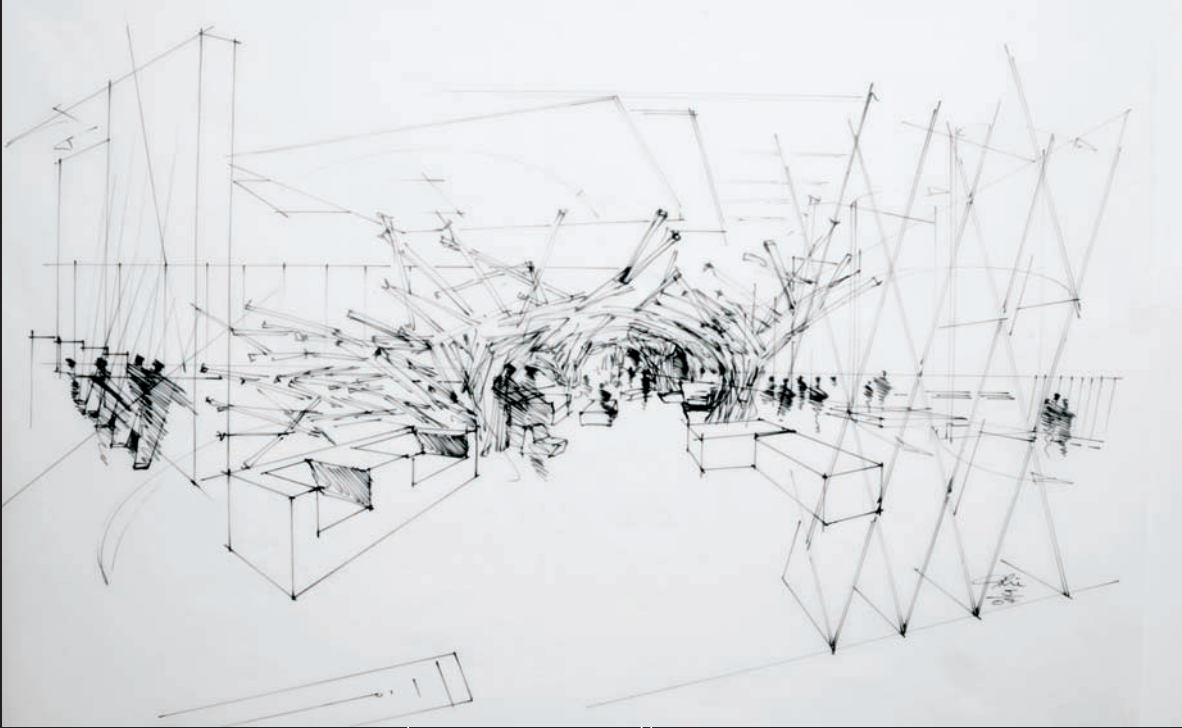
As numerous as the answers, so diverse the program, the events, and the participation opportunities for enterprises, designers, architects, interior partners etc. — because after all, diversity and new ideas already constitute an initial answer.

“design: driving innovation” is a new platform for visualizing brand competence and innovativeness — an extraordinary platform where you can meet the customers and network partners of today plus the target groups of tomorrow.

Our goal is to provide room for astonishment by combining design with CeBIT.

Ralph Wiegmann  
Managing Director  
iF International Forum Design GmbH





## THEMENFELDER

**design: driving innovation bietet folgende Themenfelder für teilnehmende Unternehmen an:**

### **materials – nachhaltige und innovative Materialien**

Neue Werkstoffe und technisch ausgefeilte Fertigungstechnologien eröffnen neue Gestaltungsmöglichkeiten des Designs, der Produktion und tieferer Wertschöpfung. Beispiele sind bionische Konstruktionskonzepte, die nie dagewesene Dimensionen von Wirtschaftlichkeit, Qualität und Nachhaltigkeit beschreiben. Oder intelligente Materialien, die individualisierte Service- und Sicherheitskonzepte ermöglichen, sowie textile Materialien, die nicht mehr ausschließlich Elemente der Bekleidungsindustrie, sondern auch zu Konstruktionselementen in Architektur und im Produktdesign werden. Wir freuen uns auf Teilnehmer, die die Innovationskraft ihrer Materialien, ihrer Produkte und Forschungen präsentieren möchten.

### **universal design**

Die Szenarien des globalen demographischen Wandels sind längst keine Fiktionen der Zukunft mehr, sondern haben sich bereits als Realitäten in Wirtschaft und Gesellschaft erwiesen. Erstaunlich ist, dass trotz dieser Realität Angebote von Produkten und Dienstleistungen für möglichst alle, auch ältere Menschen, begrenzt sind. Zudem wird die Komplexität technischer Produkte und Peripherien von Konsumenten häufig als Überforderung empfunden. Einfachheit in der Handhabung und Überschaubarkeit der Abläufe sind gefragt, um eine neue Akzeptanz bei anspruchsvollen, qualitätsbewussten Anwendern (wieder) zu erreichen. Wir freuen uns auf Teilnehmer, die Produkte, Arbeitsperipherien und Dienstleistungen vorstellen, die den Bedürfnissen möglichst breiter Konsumentengruppen gerecht werden, also den Kriterien des universal design entsprechen.

### **lebensräume – lebens(t)räume**

Wir erleben einen Paradigmenwechsel in Architektur, Innenarchitektur und Interieur. Mobile und informationshungrige Gesellschaften erfordern neue Ideen in der Gestaltung von Lebens- und Arbeitswelten. Wir erleben eine Landflucht junger Familien, die aus dem Wunsch nach schneller Verfügbarkeit von Mobilität, Bildung, Information, Betreuung für Kinder und beruflicher Flexibilität resultiert. Die Übergänge zwischen Arbeiten, Wohnen und Leben werden fließender, wodurch soziale Lebensräume neu definiert werden müssen. Wir freuen uns auf Teilnehmer (beispielsweise Interieurpartner, Innenarchitekten, Architekten und Designer), die ihre visionären Gestaltungen neuer Wohn- und Arbeitsformen präsentieren wollen.

## TOPIC CATEGORIES

**design: driving innovation offers the following topic categories for participating enterprises:**

### **materials — sustainable and innovative materials**

New materials and sophisticated production technologies are opening up new opportunities for design, production and value creation. Examples include bionic engineering concepts which allow for new magnitudes of economy, quality and sustainability; intelligent materials which support individualized services and safety concepts; and textile materials, which are no longer the exclusive province of the textile industry, but which are also developing into design elements in architecture and product engineering. We welcome any companies who are interested in highlighting the innovativeness of their materials, products or research.

### **universal design**

Global demographic change is no longer a scenario for the future, but already a reality in society and the economy. It is astonishing that, despite this reality, products and services are still not being designed to accommodate all people, including senior citizens. Furthermore, many people consider the complexity of technical products and peripherals to be a challenge. Ease of use and manageable procedures are a precondition for achieving broad acceptance among discriminating users. We welcome any companies who are interested in demonstrating how their products, peripherals or services can meet the needs of the widest possible group of consumers, i.e. can meet the criteria of universal design.

### **lebensräume – lebens(t)räume**

We are experiencing a paradigm shift in architecture, interior design and interior décor. Our mobile, information-thirsty society is demanding new ideas in the design of living and working spaces. We are experiencing a return to the city by young families, resulting from a desire for greater mobility, better education, more information, childcare options and flexibility in their careers. The distinctions between working and living are becoming blurred, and social living spaces need to be redefined as a result. We welcome any participants (especially interior décor specialists, interior designers, architects and designers) who are interested in presenting their visionary designs of new forms of living and working.



## THEMENFELDER

### **lifestyle**

Bedürfnisse, Orientierungen, Visionen heutiger „lifestyler“ sind nicht mehr kategoriefähig. Wir kennen junge „Alte“ und alte „Junge“, der Megatrend zur Individualisierung der Konsumenten prägt „lifestyle -Typen“ in wechselnden Gewändern. Was ziehen diese Typen an? Welche Musik hören sie? Welches Handy nutzen sie? Wo und wie leben sie? Worauf legen sie Wert, was sind ihre Werte? Wir freuen uns auf Unternehmen, die die neuesten Trends – Produkte, Mode oder Musik u.a. – der „lifestyle-Typen“ vorstellen.

### **eco design**

Drohende Rohstoffknappheit und der Klimawandel führen zu einem weltweiten Bewusstseinswandel. Faktoren wie der schonende Umgang mit Energie- und Rohstoffressourcen sowie die bewusste Nutzung von Energiequellen entscheiden zunehmend über langfristigen, unternehmerischen Erfolg. Eco design stellt sich dieser Herausforderung und wird dem Anspruch einer neuen Ganzheitlichkeit und nachhaltigen Wirtschaftlichkeit gerecht. Wir freuen uns auf Unternehmen, für die marktorientiertes Design nicht im Widerspruch zu Nachhaltigkeit und Verantwortung steht.

### **health & care**

Das Wachstum dieser Branche ist ungebremst. Neue Methoden der Prävention, Diagnostik und Therapie eröffnen nie gekannte Wege zu mehr Lebensqualität, die Selbstbestimmung für immer mehr Menschen bedeuten kann. Trotz nie gekannter hochtechnischer Dimensionen, wie sie beispielsweise in der Prothetik sichtbar werden, wird die Medizin der Zukunft von einem sinnvollen Miteinander des high tech und low tech abhängen. Wir freuen uns auf die Teilnahme von Unternehmen, die ihre Innovations- und Forschungskompetenz einem internationalen Publikum präsentieren wollen.

### **mobility**

Schneller, beweglicher, flexibler, verfügbarer, umweltbewusster – eine mobil gewordene Gesellschaft mit hohen Ansprüchen und Forderungen entsteht. Das Auto als Arbeitsplatz und Wohnzimmer, die Lounge im Flughafen als ausgelagertes Büro, der Zug als rollendes Konferenzzimmer: Mobilität verbindet nicht mehr nur A mit B. Wie sehen die Konzepte, Produkte und Visionen der Mobilitätsindustrie aus? Wie sehen die Autos, Busse, Flugzeuge aus? Und: Wie werden Sie angetrieben? Wir freuen uns auf Teilnehmer, die uns ihre Fahrzeuge, ihre technischen Details und neuen Mobilitätskonzepte vorstellen.

## TOPIC CATEGORIES

### **lifestyle**

The needs, orientation and visions of today's "lifestylers" are no longer capable of being categorized. We know some "young" senior citizens and some "old" young people, and the major trend towards individualizing consumers is characterizing "lifestylers" in constantly shifting forms. What turns them on? What kind of music are they listening to? What kind of cellphone do they use? Where do they live, and how? What is important to them — what are their values? We welcome any companies who are interested in presenting the latest trends in the lifestyle sphere, including products, fashion or music.

### **eco design**

The impending scarcity of resources and climate change are leading to a worldwide change of consciousness. Factors like energy conservation and the conscious use of resources are increasingly influencing long-term entrepreneurial success. Eco design is ready to tackle this challenge and do justice to the new holistic, sustainable approach. We welcome any companies who do not see a contradiction between sustainability and responsibility on the one hand, and market-oriented design on the other.

### **health & care**

The growth of this sector continues unabated. New methods of prevention, diagnostics and therapy are opening up previously unknown paths to a better quality of life, which can mean more control over one's own life for a growing number of people. Despite previously unthinkable high-tech dimensions, which can be seen for example in orthotics, the medicine of the future will depend on a sensible balance of high and low tech. We welcome any companies who are interested in showcasing their innovations and research-related competence for the benefit of an international audience.

### **mobility**

Faster, more mobile, more flexible, more available, more environmentally friendly — a mobile society with sophisticated tastes and demands. Your car as a workspace and living space, the airport lounge as a mobile office, the train as a rolling conference room: Mobility has become much more than simply bringing A and B together. What do the concepts, products and visions of the mobility industry look like? What about tomorrow's cars, buses, planes? And how will these be powered? We welcome any companies who are interested in presenting their vehicles, technical details and new mobility concepts.

## UNSERE LEISTUNGEN

### Mechanik

Wir informieren bereits im Vorfeld (über die Presse, Plakatierungen in der City und an öffentlichen Verkehrsmitteln, u.a.) darüber, dass wir einen besonderen Ort auf der CeBIT einrichten, der informativ ist, Spaß macht, aufregend ist, der zum Staunen bringt.

Unterstützt wird diese Öffentlichkeitsarbeit durch die Hannoveraner, denn was die CeBIT in Hannover wesentlich von anderen Messestandorten unterscheidet, ist ihr 100%iger Rückhalt in der Stadt. Mag man in anderen Städten über den Messeverkehr genervt sein oder eine Veranstaltung gar nicht bemerken – Hannoveraner stehen hinter der CeBIT „wie ein Mann“.

Ziel ist es, the place to be auf der CeBIT zu sein, wo unerwartete Dinge passieren und unerwartete Begegnungen stattfinden. Dort, wo man inspiriert wird, wo Impulse gegeben und Kontakte hergestellt werden. Der Ort, an dem man von sich reden machen kann – dafür sorgt professionelle und effektive PR-Arbeit.

Tagesaktuelle Einladungen und Hinweise entnehmen Aussteller und Fachbesucher der CeBIT, Teilnehmer der Sonderschau sowie Hannoveraner beispielsweise der täglichen Pressebeilage der HAZ/NP oder den an allen Eingängen der CeBIT verteilten Informationen.

So werden sie auf Veranstaltungen, Gespräche und Diskussionen aufmerksam, die für sie und ihre Unternehmen interessant sein könnten, bei denen sie mit Menschen zusammentreffen können, denen sie sonst nicht begegnet wären.

Für die Rekrutierung der Gesprächspartner werden u.a. hannoversche Einrichtungen aktiv wie das Opernhaus, Varietes und Theater ebenso wie Kirchen, Sprachschulen, Hochschulen, Volkshochschulen, Vereine, Altersheime etc.. Aber auch international renommierte Institutionen, Unternehmen und Persönlichkeiten werden angesprochen.

## OUR SERVICES

### The mechanics

We will run a publicity campaign during the run-up to the show — including in the press as well as on posters in the city and on mass transit vehicles. The message: that there will be a special area at CeBIT, one which is fun, stimulating and full of surprises.

This public relations work will be supported by the residents of Hannover, who have always demonstrated their complete support for CeBIT — a major advantage compared with other trade fair venues. Whereas in other cities the local population may be annoyed at all the traffic or perhaps not even know that an event is taking place, Hanoverians have always been unreservedly proud of their CeBIT.

The goal is to become the place to be at CeBIT — a place where unexpected things happen and unexpected encounters take place. Where you can get inspiration and new ideas and make new contacts. The place where you can stand out — thanks to professional and effective PR work.

CeBIT exhibitors and trade visitors as well as the local population can find out about special invitations and events in a daily supplement to Hannover's two major newspapers (HAZ, NP) as well as on flyers distributed at all showground entrances.

This way they will be aware of all the events and discussions of interest to their companies, where they can run into people they otherwise might not meet.

Conversation partners will stem partially from local, Hannover-based institutions — for example the opera house and theaters as well as churches, language schools, universities, adult education programs, associations, senior residences etc. But internationally famous institutions, companies and figures will also be contacted.



### **Rahmenprogramm**

Wir entwickeln gemeinsam mit den teilnehmenden Unternehmen eine individuelle Konzeption, die sie in ihrer Identität unterstützt und ihr Image als Innovationstreiber und Visionär stützt. So wird gewährleistet, dass kein wirrer Flickenteppich an Ideen, sondern ein Netz von Aktivitäten entsteht, das für Presseöffentlichkeit sorgt.

Darüber hinaus gibt es ein Rahmenprogramm von Ausstellungen und Events, das als themenverbindendes Element für hohe öffentliche Aufmerksamkeit sorgen wird:

### **Ausstellungen**

- iF concept award 2008
- universal design award 08
- materials 2008

### **Events und Shows täglich ab 17:30 rund um den Catwalk**

- Designer chill out  
(nach der awards ceremony des iF product design award 2008)
- Economy meets design  
(z.B. Rotary, Lions, Wirtschaftsjuvenen, Round Table, ...)
- Communication meets design  
(z.B. Presseclub Hannover, Marketing Club Hannover, ...)
- Eco meets design
- Music meets design
- Sports meets design
- Fashion meets design (Modenschau)

### **Inszenierungen und Meetings**

- Real chat rooms
- Live chat
- Web cam
- Surprise – Ungewöhnlich trifft Ungewöhnlich
- Social web

### **Supporting program**

Together with participating companies we will develop an individual concept which supports your identity and image as an innovations driver and visionary player. This will guarantee the emergence of a network of activities capable of attracting media attention, as opposed to a random collection of ideas.

In addition, there will be a supporting program consisting of exhibitions and events, which will serve as a topically unifying element and public magnet at the same time:

### **Exhibitions**

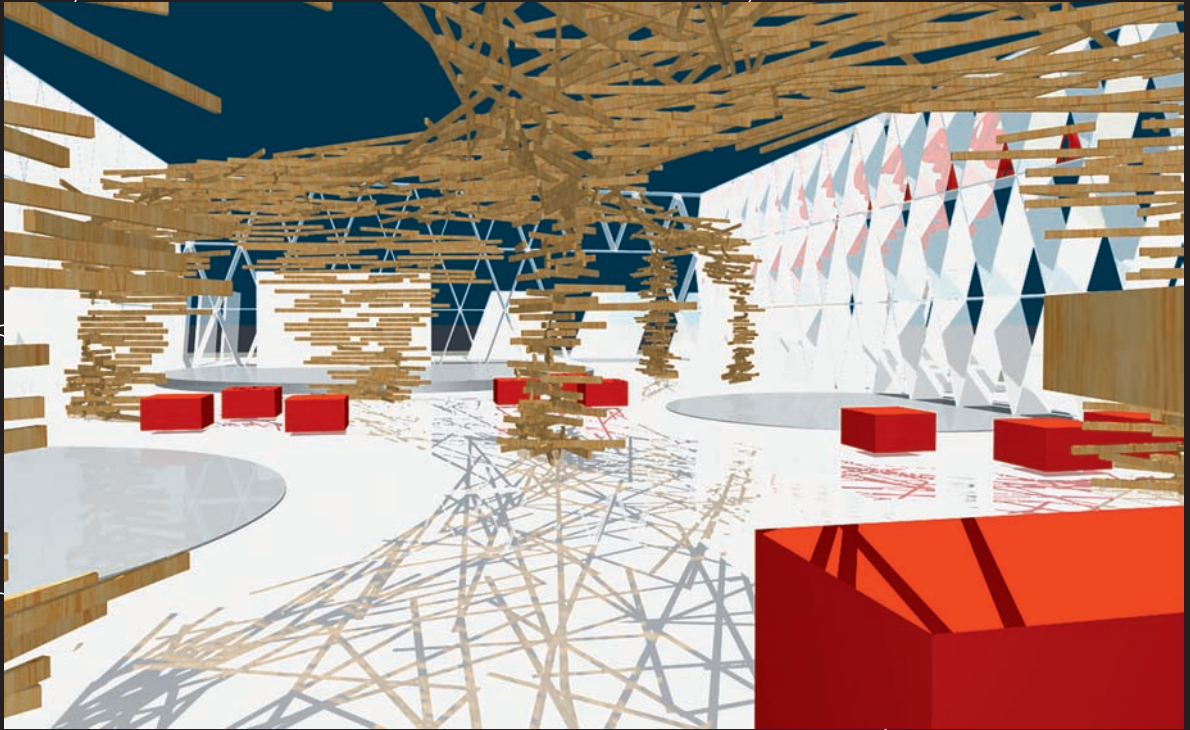
- iF concept award 2008
- universal design award 08
- materials 2008

### **Events und shows daily, beginning at 5:30 p.m. at and near the catwalk**

- Designer chill-out (following awards ceremony for iF product design award 2008)
- Economy meets design (e.g. Rotary Club, Lions Club etc.)
- Communication meets design (e.g. Hannover Press Club, Hannover Marketing Club etc.)
- Eco meets design
- Music meets design
- Sports meets design
- Fashion meets design (fashion show)

### **Productions and meetings**

- Real chat rooms
- Live chat
- Web cam
- Surprise! Unusual encounters...
- Social Web



## UNSERE LEISTUNGEN

### Suchmaschinen

Darüber hinaus gibt es sogenannte Suchmaschinen. Diese Suchmaschinen sind Fahrzeuge oder Personen, die sich sowohl über die Messe als auch in der hannoverschen City bewegen und Besucher einladen. Solche, die gezielt eingeladen wurden und auch solche, die nur versehentlich finden, was sie eigentlich gar nicht suchen wollten.

Denkbar ist auch bereits bestehende Verkehrsmittel einzubinden, mit Seitenwandklebern zu Suchmaschinen zu machen und so öffentlichwirksam auf design: driving innovation aufmerksam zu machen.

### Der Raum

Ein organisch geformtes Architekturelement aus Naturholzleisten bildet das Zentrum der Fläche. Fließend scheinende Netzstrukturen laden zur Kommunikation und Begegnung in einen Ausstellungsbereich und in einen Loungebereich mit bequemen Sitzgelegenheiten ein. Optisch begrenzt wird dieser Bereich durch bis zu sechs Meter hohe, versetzt gestellte Wände, durch die immer wieder aufs Neue interessante und lebendige Ein- und Ausblicke möglich sind.

Dem Zentrum angeschlossen ist ein Bühnen- und Bistrobereich mit einem um die Bühne geschwungenen Catwalk.

Um das Zentrum gliedern sich die Themeninseln, in denen sich die Teilnehmer in formal reduzierten Kojen unterschiedlichster Größe präsentieren können.

Die Farbwahl aller Materialien ist zurückhaltend in weiß und Naturtönen, sie wirkt leicht, licht und transparent und eröffnet dadurch jedem Teilnehmer eine optimale Möglichkeit seiner individuellen Präsentation.

## OUR SERVICES

### Search engines

The event will also feature live "search engines", i.e. vehicles or people cruising around the showgrounds or downtown Hannover, inviting people to come — including people who were already explicitly invited, but also people who might just happen to find what they were never looking for in the first place.

It is also conceivable to include existing transit options, for example transforming them into "search engines" by putting billboards on the sides and thus drawing attention to the "design: driving innovation" slogan.

### The place

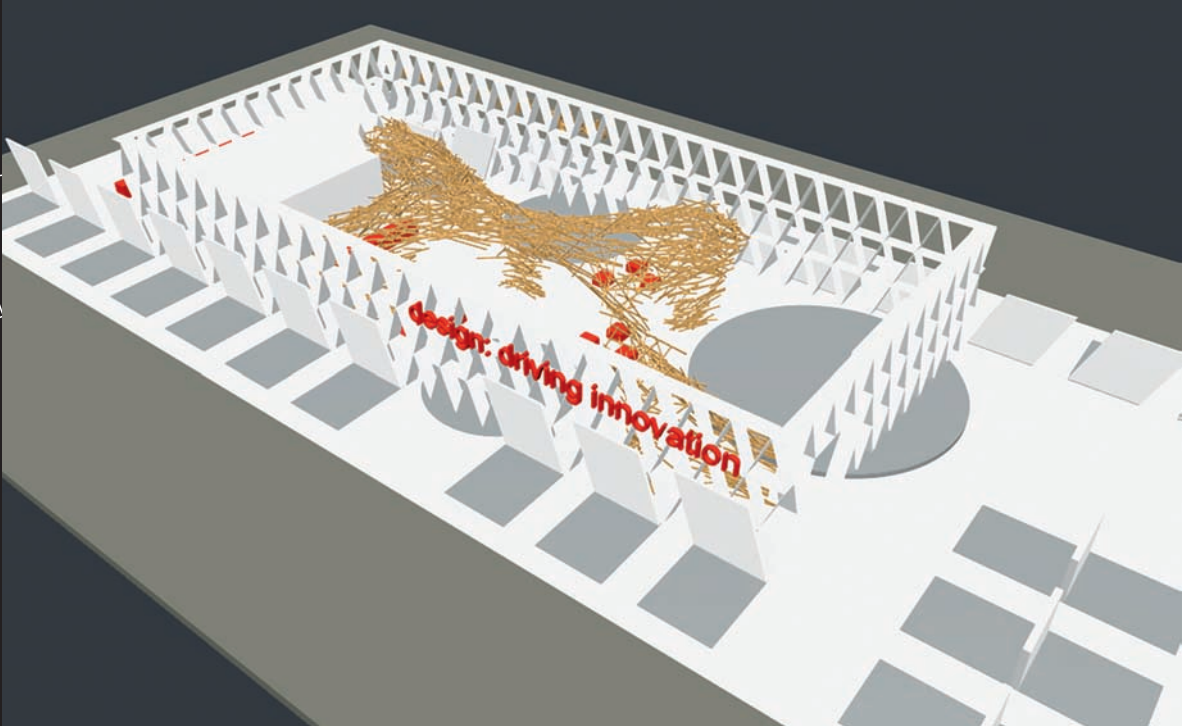
An organically shaped architectural element made of wood strips will serve as the centerpiece of the special display. Net-type structures which appear to flow into one another beckon the visitor to communicate and meet new people in an exhibition zone and a lounge zone with comfortable seating. The area is visually divided up by staggered partition walls up to six meters high, offering a succession of interesting and lively new views.

This central area is bordered on one side by a stage with a curved catwalk as well as a bistro area.

The topic clusters are grouped around the central area; here booths of all different sizes, in formally reductionist style, are available to exhibitors.

The color of the different materials will be understated, consisting of white and natural tones, intended to convey a mood of lightness and transparency and offering every exhibitor an ideal opportunity for a highly individual presentation.





## UNSERE LEISTUNGEN

### Projektmanagement (in den Kosten pro qm enthalten)

- Architektonischer Gesamtrahmen (inkl. Teppich, Grundbeleuchtung, übergreifende Graphik)
- Grundreinigung der Standfläche
- Tägliche Nachreinigung
- Standbewachung
- Ausstattung der Gemeinschaftsflächen
- Bauleitung
- Unterstützung bei technischen Anforderungen (Logistik, Strom, Wasser)
- Standardstromanschluss 3KW (Weitere Anforderungen wie z.B. Telefon, WLAN oder höhere Stromanforderungen können kostenpflichtig im Rahmen des Servicepaketes der CeBIT bestellt werden.)
- Präsentationstechnik im Forum

### Projektmanagement (Berechnung nach Aufwand)

- Unterstützung bei Gestaltung und Produktion der individuellen Unternehmenspräsentation wie z. B. Standgestaltung, Gestaltung der Kommunikationsmittel (Banner, Flyer, Einladungen, Broschüren)

### Service für alle Teilnehmer

- Standard Katalogeintrag/Standard Onlineeintrag
- Ausstellerausweise (abhängig von der Präsentationsfläche)
- Getränkeservice (Kaffee, Tee, Softdrinks)
- Service Team
- Zentraler Infobereich
- Informationsteam
- PR, Marketing und weitere Kommunikationsmaßnahmen (nicht individualisiert)
- Besucherinformationen online
- Kostenfreie Teilnahme an allen Events
- Möglichkeit, an der Gestaltung der chat lounges inhaltlich und personell mitzuwirken
- Loungebereich für Teilnehmer und Gäste

## OUR SERVICES

### Project management (included in stand rental charges)

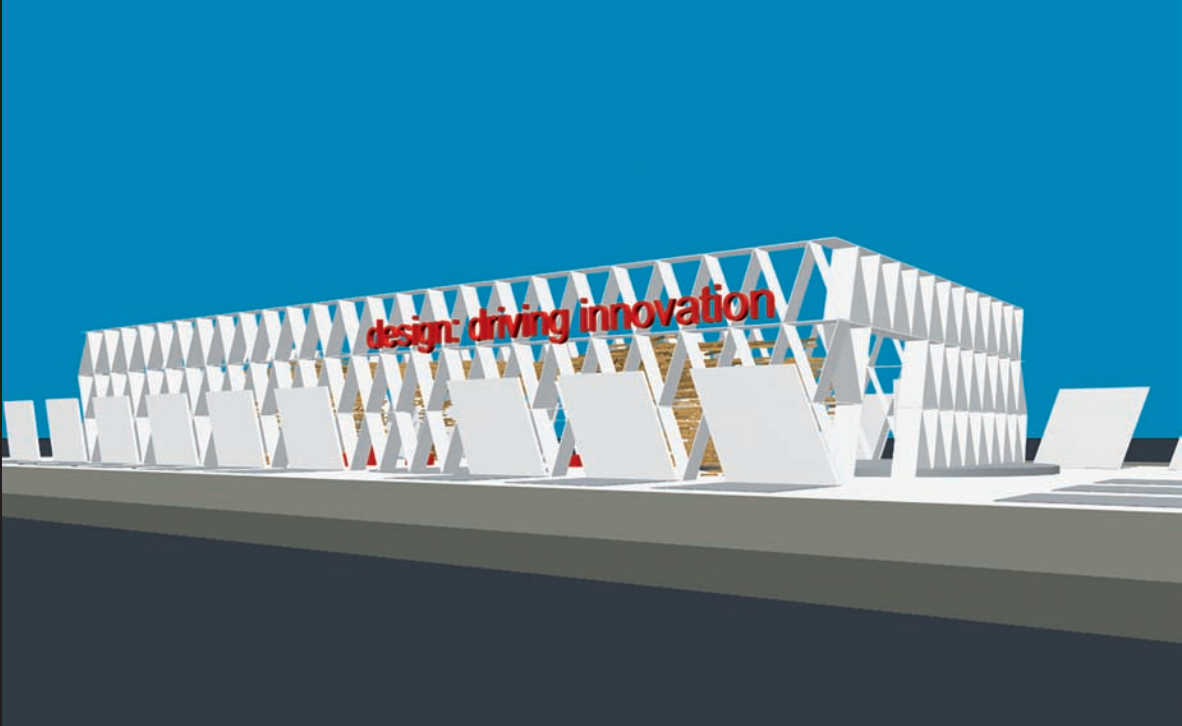
- Architectural framework (incl. carpeting, basic lighting, general graphics)
- Basic initial cleaning of stand area
- Nightly cleaning
- Stand security
- Equipping of general areas
- Construction management
- Technical support (for logistics, power and water)
- Standard 3KW power point (additional requirements like telephone, WLAN or higher power wattage can be ordered at extra charge from the CeBIT services package)
- Presentation equipment within the Forum

### Project management (charged for acc. to amount of work involved)

- Support for the design and production of individual company presentations — for example, stand design, design of communication tools (banners, flyers, invitation letters, brochures)

### Services for all exhibitors

- Standard listing in printed and online catalog
- Exhibitor passes (dependent on size of stand)
- Beverage service (coffee, tea, soft drinks)
- Service team
- Central information area
- Information team
- PR, marketing and additional communication measures (non-individualized)
- Online visitor information
- Free participation at all events
- Opportunity to influence focus of chat lounges and provide staff
- Lounge area for exhibitors and their guests



## KOSTEN FÜR DIE TEILNAHME

### **Unternehmen:**

Präsentation Ihres Unternehmens im Rahmen des Gesamtkonzeptes, inkl. der aufgeführten Leistungselemente (Standard Stromanschluss inkl., ohne individuelle Unternehmensgraphik, eigene Möblierung oder Anmietung bei den Organisatoren)

**Kosten bei einer Mindestgröße von 8 qm:  
878,00 € pro qm (entspricht 7024,00 € für 8 qm)**

### **Hochschulen/non profit Organisationen:**

Leistungen wie oben beschrieben, Mindestgröße 8 qm  
**400,00 € pro qm (entspricht 3200,00 € für 8 qm)**

### **Best innovations:**

Für Aussteller der CeBIT 2008 eröffnen wir die Möglichkeit, Einzelprodukte (Neuheiten, Innovationen) vorzustellen, die sich in die Themenbereiche integrieren lassen.

**Kosten für die Darstellung eines Produktes auf standardisierten Displays (800 x 800 mm): 900,00 €**

### **Events:**

Unternehmen können die Sonderschaufläche exklusiv für einen Abend anmieten (18.00 – 22.00). Gerne sind wir bei der Gesamtorganisation behilflich. Zusätzlicher Aufwand wie Reinigung, Bewachung, Management wird gesondert berechnet.

**5000,00 € pro Abend**

Alle Teilnahmekosten zuzüglich der jeweils gültigen Mehrwertsteuer.

### **Hinweise:**

In vielen Fällen gibt es für Aussteller (z.B. Existenzgründer) eine finanzielle Unterstützung bei der Teilnahme an Gemeinschaftsständen. Bitte informieren Sie sich bei den jeweiligen Ländervertretungen.

Unser Bewachungsteam sichert während der Aufbau-, Ausstellungs- und Abbauzeit Ihre Unternehmenspräsentation. Dennoch können wir für evtl. Ereignisse wie Diebstahl und Beschädigung nicht haften. Wir empfehlen den Abschluss einer entsprechenden Ausstellungsversicherung.

Konzeptänderungen vorbehalten.

## PARTICIPATION CHARGES

### **Companies**

Presentation of your company within scope of overall concept, incl. the mentioned services (standard power connection, but excluding individual signboard lettering; exhibitor must supply own furniture or rent this from organizer).

**Charges for a stand, min. size 8 sqm (eight square meters):  
€ 878.00 per sqm (i.e. € 7,024.00 for 8 sqm)**

### **Universities and non-profit organizations**

Services as described above; min. size 8 sqm  
**€ 400.00 per sqm (i.e. € 3,200.00 for 8 sqm)**

### **Best innovations:**

Exhibitors at CeBIT 2008 have the opportunity to present individual products (innovations) which fit into the various topic categories.  
**Charges for presenting a product in standardized display setting (800 x 800 mm): € 900.00**

### **Events**

Companies can rent the special display per night (6:00 p.m. – 10:00 p.m.) We will be happy to help with general organization. Additional services like cleaning, security and management will be charged for separately.

**€ 5,000.00 per night**

All prices listed are net prices; please add statutory German VAT.

### **Please note**

Support for participating companies may be available from your local trade promotion agency; be sure to inquire!

Our security team will watch over your company presentation during the construction, exhibition and dismantling phase. Nevertheless we can assume no liability for any possible occurrences of damage or theft. We recommend that you purchase appropriate exhibition insurance.

Concept subject to alteration.

## ANSPRECHPARTNER | YOUR CONTACTS

iF International Forum Design GmbH

Ralph Wiegmann

P. +49.511.8932400

ralph.wiegmann@ifdesign.de

Rylana Büter

P. +49.511.8932435

rylana.bueter@ifdesign.de

Organizer for iF

Thomas Bade

P. +49.511.8930044

tb@ud-germany.de

Standarchitektur | Stand architecture:

Astrid und | and Michael Grüter, Hagenburg



International  
Forum Design GmbH  
Messegelaende  
30521 Hannover  
Germany  
[www.ifdesign.de](http://www.ifdesign.de)

iF International Forum Design  
Hannover ■ Munich ■ Taipei