

## PRESSEINFORMATION

### Was ist 3D-Marketing?

#### **Die Expotechnik Group transportiert Markenwerte und Corporate Identity in die dritte Dimension**

Ein Markenauftritt ist umso wirkungsvoller und einprägsamer, je stärker er die Sinne anspricht. Dort, wo Unternehmensrepräsentanten, Geschäftspartner und Kunden sich persönlich begegnen, lässt sich eine Marke wirkungsvoll inszenieren: Räumliche Installationen ermöglichen ein persönliches Eintauchen in die Markenwelt. Die Kunst liegt dabei darin, die Corporate Identity und Markenwerte des Unternehmens stimmig in die dritte Dimension zu transportieren. Die Expotechnik Group hat sich auf solches wirkungsvolles 3D-Marketing spezialisiert.

Ob als Messestand oder zur Gestaltung eines Unternehmensfoyers: Der Weg zum räumlichen Markenauftritt beginnt mit dem ersten Briefinggespräch. Der Kunde trifft seinen fest zugeordneten Ansprechpartner bei Expotechnik, seinen Projektmanager. Dieser hält die konkreten Anforderungen und Wünsche des Kunden fest. Zugleich lernt er das Unternehmen und dessen Philosophie kennen, denn auch diese Informationen sollen sich im späteren Raumdesign widerspiegeln.

Auf Basis dieser Informationen werden die Kreativteams zusammengestellt, die den Auftritt gestalten. Hierzu gehören neben dem Projektmanager noch ein oder mehrere Designer und Grafiker. Die Aufgabe der Designer liegt darin, eine räumliche Anordnung zu finden und die passenden Materialien auszuwählen. Die Raumgestaltung soll zum einen die Corporate Identity adäquat repräsentieren, zum anderen die konkreten praktischen Anforderungen erfüllen. Die Grafiker leisten einen ebenso wichtigen Beitrag. Ihnen obliegt die Gestaltung sämtlicher Oberflächen, vom kleinsten, CI-getreu eingesetzten Firmenlogo bis zur großflächigen Produktinformationstafel.

Das Kreativteam entwickelt nun mehrere Ansätze für eine Gestaltung, die das Unternehmen des Kunden wirkungsvoll repräsentiert. So kann der Standaufbau eines Druckmaschinen-Herstellers dem Papierlauf einer klassischen Rollendruckmaschine nachempfunden sein: Runde Pylonen repräsentieren dabei die Druckwalzen, durchgehende filigrane Wände das Papier. Ein Hersteller von Hörhilfen entschied sich für einen weitläufigen Messestand in organisch-geschwungener Form, der weitläufig von Rasen umgeben war – Sinnbild für die Welt, die sich dem Nutzer der Produkte eröffnet.

Die individuellen Entwürfe und Vorschläge des Projektteams werden mit dem Kunden abgestimmt und verfeinert. Sobald das Konzept alle Beteiligten überzeugt,

## PRESSEINFORMATION

übergibt das Kreativteam. Wie schon beim Design leistet Expotechnik auch diesen Teil des Prozesses vollständig mit unternehmensinternen Kräften. Die Prozesse funktionieren dadurch reibungslos, die Abstimmung ist einfacher, und der Erfahrungsschatz von mehr als 40 Jahren ermöglicht höchste Qualität in der Fertigung.

Durch die von Expotechnik entwickelte modulare Bauweise kann der Auftritt an vielfältige Bedingungen angepasst werden: Ein einmal erstelltes Konzept lässt sich in unterschiedlichen Größen für unterschiedliche Gelegenheiten erweitern oder bei Bedarf verkleinern. Expotechnik schafft damit für seine Kunden individuelle, dreidimensionale Installationen, Messeauftritte und Eingangsbereiche zwischen sechs und 6.000 Quadratmeter Fläche.

### **Über die EXPOTECHNIK Group**

Die Expotechnik Group ist ein führender internationaler Dienstleister für Markeninszenierungen im Raum. Hauptsitz ist die 1968 gegründete Expotechnik Heinz H. Soschinski GmbH in Taunusstein bei Frankfurt am Main. Die Expotechnik Group ist global aufgestellt und verfügt über neun eigenständige Tochtergesellschaften in den Wirtschaftsräumen EMEA, The Americas und Asia Pacific. Weltweit konzipiert und realisiert die Expotechnik Group Projekte mit individuellen Architektur- und Kommunikationskonzepten, die Markenwelten erlebbar machen. Die zentralen Geschäftsbereiche sind „Exhibitions“, „Events“ und „Environments“ – nationale und internationale Messen und Veranstaltungen sowie Marken- und Erlebniswelten für Lounges & Showrooms, Ausstellungsflächen oder Büroräume. Pro Jahr setzt das Unternehmen weltweit 1.500 Projekte mit skalierbaren Größen zwischen 12 und 12.000 Quadratmetern um – insgesamt jährlich 150.000 Quadratmeter. Durch die wiederverwertbaren modularen Elemente der Expotechnik Group wird eine besonders nachhaltige Präsentationsform sichergestellt. Die gesamte Wertschöpfungskette deckt ein umfassendes Angebot ab – von der Idee über Design, Projektmanagement, Produktion und Add-On-Services (Event, Grafik, Medien, Catering) bis hin zu Transport, Logistik- und Montage-Management. Zum Kundenportfolio zählen sowohl internationale Konzerne wie Siemens, BMW, Lufthansa und die Deutsche Telekom als auch führende mittelständische Unternehmen wie SEW-EURODRIVE, Phoenix Contact, Krones und Phonak. Die globale Leitung der Expotechnik Group wird von Alexander D. Soschinski und Patrick O. Soschinski als Group Presidents gemeinsam geführt.

Weitere Informationen unter [www.expotechnik.com](http://www.expotechnik.com).

### **Pressekontakt:**

Kristin Kadler, Andrea Paechnatz  
Tel.: +49. 6128. 269 152  
Email: [presse\(at\)expotechnik.de](mailto:presse(at)expotechnik.de)