

Fallbeispiel

Krones AG: Markenerlebnis auf 8.000 Quadratmetern

Taunusstein/ Frankfurt am Main, September 2009. Zur drinktec 2009, der internationalen Fachmesse für Getränke und Liquid Food Technologie, realisierte die Expotechnik Group ein besonderes Großprojekt für ihren Kunden Krones AG. Es galt, eine komplette Messehalle im Zeichen der Marke zu gestalten. Die Präsentation basierte auf einem individuellen Messekonzept, das die Expotechnik Group als einer der führenden Dienstleister für Markeninszenierungen im Raum für das Unternehmen entwickelt hat.

Aufgabe und Zielsetzung

Die Krones AG ist der bedeutendste Hersteller und Dienstleister in den Bereichen Prozess-, Abfüll- und Verpackungstechnik. Das Unternehmen verfügt über sämtliche technologische Lösungen, um die hohe Qualität von Getränken und Lebensmitteln zu sichern. Daneben betrachtet Krones alle Varianten der Materialflüsse und realisiert das für den jeweiligen Betrieb optimale Vorgehen. Die innovativen Lösungen der Krones AG sind in allen Zeiten ein Erfolg und das Unternehmen ein starker Partner. Dies sollte mit einer außergewöhnlichen Messepräsentation demonstriert werden. Zudem war es die Aufgabe, die Marke erlebbar zu machen und den Wandel der Krones AG vom reinen Maschinenbauunternehmen zum dienstleistungsorientierten Systemanbieter in Szene zu setzen. Neben weitläufigen Maschinenstraßen und komplexen Produktionslinien sollten vor allem die vielfältigen, spezifischen Dienstleistungen dargestellt und erläutert werden. Zur drinktec 2009 stand dafür eine komplette Messehalle mit einer Gesamtfläche von über 8.000 Quadratmeter zur Verfügung. Eine weitere Herausforderung des Großprojektes war es, das weltweite Vertriebsnetz aus verschiedenen Ländern in das Standkonzept zu integrieren und für die Besucher aus aller Welt eine klare Orientierung in der Halle zu gewährleisten.

Umsetzung

Intention des Konzeptes aus dem Hause Expotechnik war es, die Krones AG als Branchen- und Technologieführer der Getränkeindustrie zu positionieren. Technische Details und Hintergründe wurden in einer lebendigen, sympathischen Atmosphäre präsentiert und die Marke damit emotionalisiert. Der enorme Raum erforderte es, die einzelnen Präsentationen sinnvoll und markenkonform zu strukturieren. Flexible Wandsysteme bildeten auf den 8.000 Quadratmetern einzelne elliptische Räume. Diese boten zum einen Platz für klar organisierte Themen- bzw. Informationsinseln.

Fallbeispiel

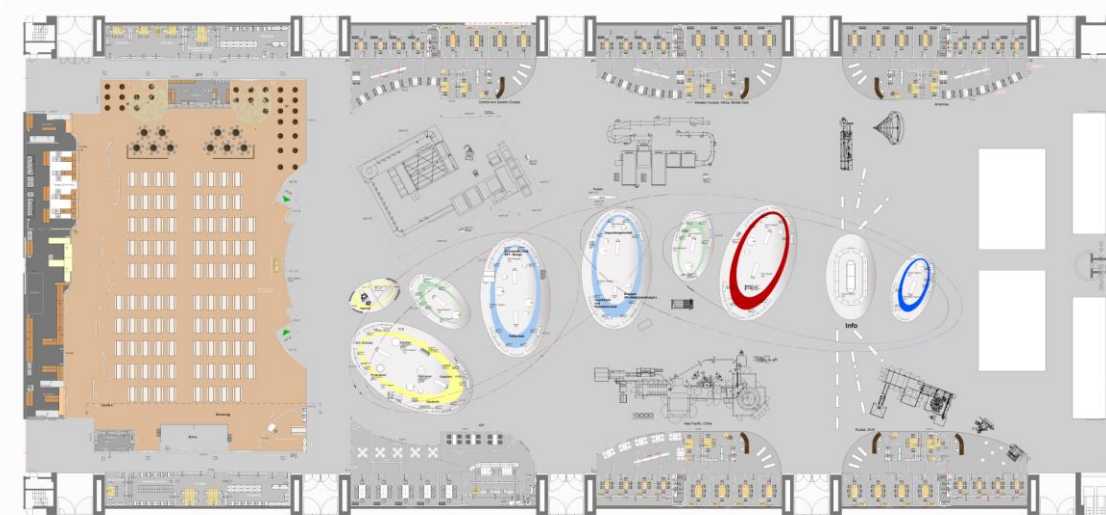


Abbildung: Grundriss Messestand Krones AG, drinktec 2009, Idee & Umsetzung Expotechnik Group

Zum anderen fügten die Wandsysteme die technischen Exponate in ein filigranes, weiches Gesamtbild und ließen überraschende Blickperspektiven auf die einzelnen Bereiche entstehen. Runde und wellenartige Formen erzeugten eine fließende, nicht statische Optik. Die Themeninseln zogen sich, einer Perlenkette gleich, durch den Raum. Sie vernetzten die einzelnen Bereiche und Unteraussteller, strukturierten die weitläufige Messehalle und verliehen der Präsentation Dynamik und Lebendigkeit. Gleichzeitig bildeten sie die Verbindung zwischen den einzelnen Länderbereichen.



Fotos: Messestand Krones AG, drinktec 2009, Idee & Umsetzung Expotechnik Group

Große Fotografien, Grafikbänder und Lounge-Möbel in den Kommunikationsbereichen unterstützten den Ansatz, die eher nüchtern und kühl wirkende Technik mit weichen Elementen emotional zu präsentieren. Eine klare Formensprache gekoppelt mit funktionaler Ästhetik vermittelte dabei Innovation und Zuverlässigkeit in der Technik.

Fallbeispiel



Weitläufige, voluminöse Textilskulpturen oberhalb der einzelnen Präsentationsbereiche vereinten die gesamte Ausstellungsfläche unter dem Marken-Dach der Kronos AG: Der Slogan „We do more“ wurde auf den wellenartigen Deckenelementen eingefangen und schwebte als Motto in einem Ganzheitlichkeit symbolisierenden Kreis über dem gesamten Stand.



Es gab keine aufgesetzten Elemente, alles entstand aus der Marke Kronos heraus. Innerhalb des Konzepts waren die Partner der Kronos AG als Unteraussteller in einer Rahmengestaltung präsentiert, die ihren besonderen Status deutlich machten und trotzdem Raum für das individuelle Erscheinungsbild der Unternehmen ließen.

„Das Messekonzept erfüllte einen sehr hohen Designanspruch und fiel vor allen Dingen durch die klare Formensprache auf. Der technische Schwerpunkt wurde perfekt durch runde und fließende Elemente als Sinnbild für die flüssige Materie fassbar gemacht und emotional präsentiert“, resümiert Patrick O. Soschinski, Managing Partner der Expotech Group.

Ergebnisse

Ergebnis der individuellen Konzeptentwicklung und -umsetzung war eine durch seine Größe außergewöhnliche und beeindruckende Messelandschaft. Der Stand war gut besucht, es wurden viele erfolgversprechende und interessante Gespräche geführt sowie neue Kontakte geknüpft. Sowohl geschäftlich als auch kommunikativ

Fallbeispiel

konnten gute Ergebnisse erzielt werden. Die Botschaften der Marke sind überzeugend und glaubwürdig angekommen. Es ist gelungen, unabhängig von Standort und Flächengröße, ein marktspezifisches, aber dennoch einheitliches Markenercheinungsbild in gleichbleibend hoher Qualität zu kreieren. Die drinktec 2009 war damit für die Krones AG ist ein voller Erfolg.

In Sachen Messepräsentation vertraut die Krones AG bereits seit vielen Jahren auf die Taunussteiner. „Wir schätzen die Professionalität und Flexibilität der Expotechnik Group. Unerwarteten Herausforderungen wird kreativ und effizient begegnet. Unsere individuellen Ansprüche und Wünsche stehen dabei immer im Mittelpunkt“, bestätigt Hermann Graf zu Castell-Rüdenhausen, Leiter Konzernkommunikation der Krones AG.

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 acht 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. Alexander D. Soschinski und Patrick O. Soschinski leiten als Managing Partner gemeinsam die Expotechnik Group.

Weitere Informationen unter www.expotechnik.com.

Pressekontakt:

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