

Fallbeispiel

SEW-EURODRIVE Messekonzept: Das Ganze sehen

Taunusstein/Hannover, im April 2009. Für die Hannover Messe Industrie 2009 (HMI), dem weltweit wichtigsten Treffpunkt für wegweisende Technologien, Werkstoffe und Ideen, baute die SEW-EURODRIVE auf die Unterstützung der Expotechnik Group. Der internationale Dienstleister für Markeninszenierungen im Raum erarbeitete dazu ein individuelles Messekonzept, das die strategische Neuausrichtung der SEW-Eurodrive glaubwürdig nach außen kommuniziert und eine hohe Wiedererkennung ermöglicht. Auf Basis dessen wurde zur HMI 2009 der größte Messestand in der Firmengeschichte der SEW-EURODRIVE von der Expotechnik Group entwickelt und realisiert.

Die HMI ist eine der wichtigsten Messeveranstaltungen für SEW-EURODRIVE. Die dortigen Gespräche mit Marktteilnehmern, Kunden und Lieferanten sind Gradmesser für die Geschäftsentwicklung der nächsten Monate. SEW-EURODRIVE ist Spezialist für Antriebstechnologien und hat sich in seiner Firmengeschichte zum globalen Technologieführer in der Branche der Automatisierungstechnik entwickelt. Mit Sitz in Bruchsal, Baden-Württemberg ist SEW-EURODRIVE mit seinem Produktprogramm eines der erfolgreichsten mittelständischen Unternehmen Deutschlands. Es bietet individuelle Lösungen aus einem umfassenden Baukasten von Getriebemotoren und Frequenzumrichtern, Servo- und dezentralen Antriebssystemen sowie Industriegetriebenen.

Seit 1931 etabliert, hat SEW-EURODRIVE mittlerweile, bedingt durch die Marktentwicklung und den eigenen Prozess der Weiterentwicklung, einen tiefgreifenden Wandel vollzogen: Vom Anbieter einzelner Komponenten hin zu kompletten Systemen. Dabei galt es einen wesentlichen Spagat zu meistern: Den Systemlösungen gehört die Zukunft, sie stellen mittlerweile einen wichtigen Teil des Geschäfts der SEW-EURODRIVE dar. Die Komponenten bilden aber nach wie vor das Kerngeschäft des Unternehmens. Der SEW-EURODRIVE ist es gelungen, einen gemeinsamen Nenner für beide Geschäftsbereiche zu finden und diese mit einem umfassenden Dienstleistungsangebot zu ergänzen: „Drive 360 - das Ganze sehen“ ist der neue Leitgedanke der Marke, der diese strategische Neuausrichtung zukünftig nach außen tragen soll. Er vereint sowohl die inhaltlichen, fachlichen Dimensionen als auch die emotionalen Komponenten der Marke, und wirkt dabei glaubwürdig, überzeugend und mit einem hohen Wiedererkennungswert. All dies sollte sich auch in der Kommunikation der SEW-EURODRIVE widerspiegeln. Neben einer neuen Imagekampagne muss die strategische Neuausrichtung somit auch Berücksichtigung im neuen Messekonzept finden.

Aufgabe und Zielsetzung

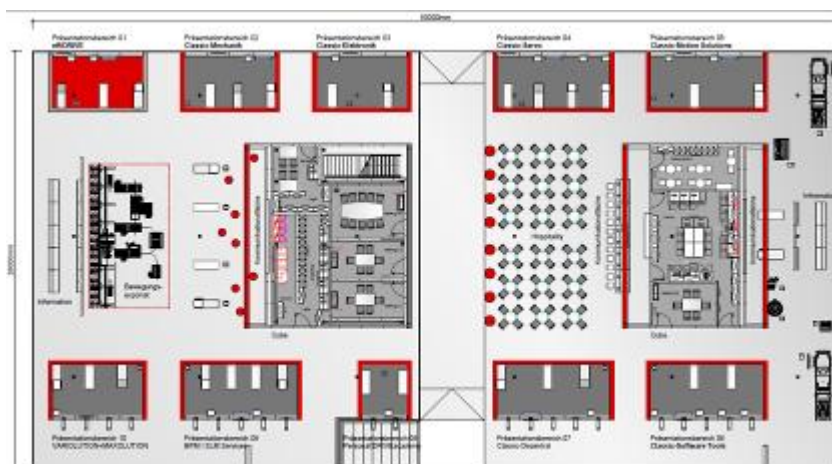
„Drive 360 - das Ganze sehen“ – dieses Motto galt es für die Kreativen der Expotechnik Group beim Standdesign in die Realität umzusetzen. Kunden, Dienstleister, Mitarbeiter und Besucher sollen es spüren und erleben, sobald sie sich auf dem Messestand befinden. Die Gestaltung der Messepräsenz soll den Wandel des Unternehmens als Weiterentwicklung der

Fallbeispiel

Markenidentität wahrnehmbar machen. Ziel ist es, SEW-EURODRIVE an allen Markenkontaktpunkten zu visualisieren und die Markeninhalte über alle Informationskanäle hinweg optimal zu vermitteln. Angestrebt wird ein konsistenter und ganzheitlicher Markenauftritt, der die Botschaften des Unternehmens sowie die Produkte und Innovationen optimal in Szene setzt. Eine aussagekräftige Produktpräsentation soll zum einen die Image- und Markenpflege unterstützen. Zum anderen ist sie wesentliche Voraussetzung für die Gewinnung von Neukunden und die Pflege bestehender Kundenbeziehungen. Beides steht für die SEW-EURODRIVE im Vordergrund der Messepräsentation. Das Unternehmen möchte mit diesem neuen, konsequenten Messekonzept bewusst Zeichen setzen - dass sie auch in schwierigen Zeiten ein souveräner und starker Partner sind, der sich nicht durch äußere Umstände von seinem Ziel und Kurs abbringen lässt: Innovative Produkte und Leistungen sind in allen Zeiten der Garant für Erfolg.

Idee zum Messekonzept

Einbindung und Anbindung, das Ganze als Summe der einzelnen Teile erleben und begreifen – das sind zentrale Motive des neuen SEW-EURODRIVE Messekonzeptes, das im Standdesign für die HMI 2009 umgesetzt wurde. Es symbolisiert die unternehmerische Parallelstrategie, das Angebot von Komponenten und Systemen unter einem Dach zu vereinen. Verschiedene Produktpräsentationsbereiche im äußeren Standbereich umrahmen die gesamte Standfläche. Die anderen strategischen Geschäftssegmente sowie Kommunikationszonen sind im Standinneren integriert. Die Produktbereiche halten dabei wie Klammern die einzelnen Elemente der gesamten Messepräsentation zusammen und lassen einen homogenen Auftritt im Sinne der übergeordneten Unternehmensstrategie entstehen.



Die Materialität des gesamten Standes orientiert sich konsequent an den Corporate Identity-Vorgaben von SEW-EURODRIVE. Rot ist die zentrale Farbgebung im Konzept. Zusammen mit wiederkehrenden grafischen Elementen sorgt dies für Einheitlichkeit und Wiedererkennung. Eine moderne, facettenreiche Architektur unterstützt die Kommunikation der Positionierung als zukunftsweisende, internationale Marke. Innovation und Bodenständigkeit wird dabei durch eine klare Formensprache gekoppelt mit funktionaler Ästhetik vermittelt.

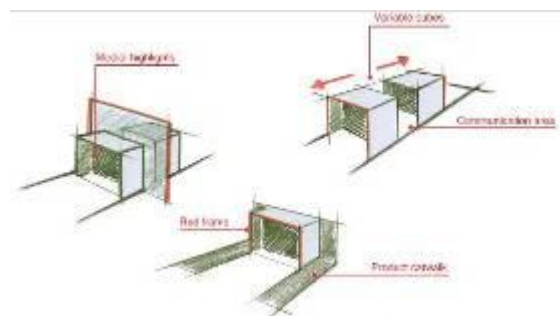
Fallbeispiel

Als Raum im Raum wirkt die gesamte Präsentation durch das verwendete Expotech Titanium Überbausystem. Es wirkt als zusätzliche äußere Rahmgebung, die die einzelnen Elemente des Konzeptes als Ganzes zusammenhält. „Das Überbausystem Titanium ist speziell für großflächige Überbauungen entwickelt. Es erlaubt Trägerspannweiten bis zu zwölf Metern und das in einer Höhe bis zu sieben Meter. SEW war das erste und auf der diesjährigen Hannover Messe Industrie auch das einzige Unternehmen, das von diesem neuen System profitierte. Mit dem Projekt für SEW erfolgte die Markeinführung dieser Produktinnovation“, erläutert Alexander D. Soschinski, Managing Partner Expotech Group.



Foto: Messestand SEW-EURODRIVE, HMI 2009, Idee & Umsetzung Expotech Group

Im Inneren der Präsentationsfläche bilden zwei Kuben die kommunikativen Anlaufstellen. Zwischen den beiden Kuben befindet sich die Hospitality; flankierend hierzu eine großzügige Bar auf der einen Seite und auf der anderen Seite der Zugang zu Meetingräumen und VIP Terrasse in gemütlicher Lounge-Atmosphäre. Die Positionierung der Kuben ist variabel und ermöglicht so flexible Lösungen für unterschiedlichste Standgrößen. An der Stirnseite der beiden zentralen Kuben werden rot umrahmte sogenannte ‚Kommunikationsflächen‘ eingefasst. An diesen prägnanten Flächen befinden sich die medialen Flächen zur Information über die Marke und Produkte. Seitlich werden die Kuben in erster Linie für das Branding genutzt, zusätzlich wird hier das Thema ‚In Motion‘ dezent mittels leuchtender Flächen auf die Architektur übertragen.

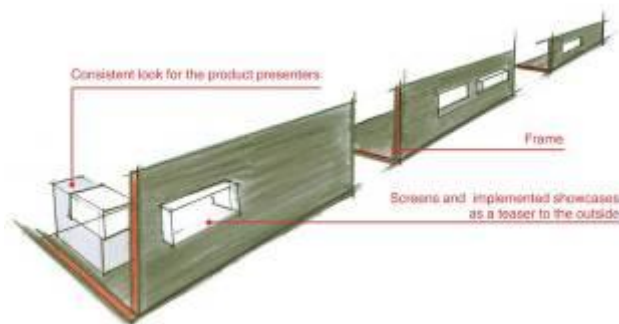


Fallbeispiel



Foto: Messestand SEW-EURODRIVE, HMI 2009, Idee & Umsetzung Expotechnik Group

An der Standkante konsequent linear aufgereiht befindet sich die Produktpräsentation. Klar definierte Flächen sind hier wieder rot gefasst. Vitrinendurchbrüche und Screens sorgen für Blickfänge und Transparenz. Die Produktpräsentation im Inneren erfolgt mittels Wandapplikationen, Podesten und digitalen Beratungsstelen. Ein klar konstruiertes Kommunikationssystem stellt sicher, dass die Markeninhalte über alle Informationsebenen hinweg vermittelt werden. An allen Markenkontaktpunkten ist SEW-EURODRIVE eindeutig erkennbar. Es entsteht ein konsistentes Gesamtbild, eine konsequente und nachhaltige 3-dimensionale Markenkommunikation. Nichts ist aufgesetzt, alles entsteht aus dem Unternehmen und der Marke heraus.



Ergebnis

Expotechnik hat für SEW-EURODRIVE ein Messekonzept erarbeitet, das eine einheitliche und hohe Qualität auf verschiedene Standgrößen ermöglicht. Durch ein modular aufgebautes Konzept kann der gestalterische Ansatz durch Skalierung und Kombination auch auf künftige Messeauftritte adaptiert werden. Unabhängig von der Standfläche kann so ein einheitliches Markenbild geschaffen werden.

Wir haben zusammen mit Expotechnik ein Projekt auf Kiel gelegt und konsequent realisiert, das sowohl konzeptionell, als auch architektonisch zukunftsweisend ist. Es ist der bisher größte Stand in unserer Firmengeschichte“, betont Hans-Joachim Baumann, verantwortlicher

Fallbeispiel

Leiter des Projektes bei SEW-EURODRIVE. „Unser Konzept spiegelt durch seine prägnante Architektur und klare Formensache einen sehr hohen Designanspruch und unterstützt damit SEW stark im Bereich der Image- und Markenpflege. Ziel der Messearchitektur ist es, Marken eine neue emotionale Dimension zu geben, die sich dem Kunden in den Weg stellt und eine sofortige Assoziierung mit der Marke ermöglicht“, resümiert abschließend Alexander D. Soschinski, Managing Partner Expotechnik Group.



Foto: Messestand SEW-EURODRIVE, HMI 2009, Idee & Umsetzung Expotechnik Group

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)