Präzise punkten – wie man anspruchsvolle Technik verständlich inszeniert

Wenn der Präzisionstechnologiehersteller Olympus seine Know-how-Tiefe auf Messen präsentieren möchte, braucht es einen Partner, der über eben diese Tiefe in seiner Fertigung verfügt...

Das Projekt / Der Kunde:
Olympus entwickelt und gestaltet führende, klinisch fortschrittliche Präzisionstechnologien und Dienstleistungen in der Medizintechnik. Mithilfe endoskopischer Produkte und Prozeduren können medizinische Fachkräfte verschiedenster Fachrichtungen in den Körper „hineinschauen". Dabei liegt der Fokus auf Früherkennung und minimalinvasiver Therapie eines großen Spektrums von Erkrankungen. Um die Produkte und Dienstleistungen einem breiten Fachpublikum vorzustellen, nimmt Olympus Medizintechnik jährlich an bis zu 40 branchenführenden, internationalen Messen und Kongressen teil. Ausgestellt werden vor allem Endoskope mit Zubehör sowie therapeutisches Zubehör in den Bereichen Urologie, allgemeine Chirurgie, Gynäkologie, HNO sowie Pneumologie und Gastroenterologie.

Die Aufgabe:
Um diese Präzisionstechnologie in einem angemessenen Rahmen zu präsentieren und seine komplexen Funktionen anschaulich darzustellen, bedarf es eines breiten Spektrums an Präsentationsmitteln für die Live-Kommunikation: Von Displays und Acrylglasschildern über Leuchtkästen und Aufstellern bis zu speziellen Vitrinen und 3-D-Modellen. Oft steht erst zwei Monate vor einer Veranstaltung fest, welche Produkte wo gezeigt werden sollen. Daher suchte das europäische Marketing von Olympus einen Dienstleister, der diese Präsentationskomponenten nicht nur auf Zuruf, sondern auch in höchster Qualität zur Verfügung stellen kann.

Die Lösung:
Vor diesem Hintergrund begann die Zusammenarbeit zwischen Olympus und S+K bereits vor gut 20 Jahren. Mittlerweile sind die Lichttechnikexperten an mindestens einem Drittel aller Messeauftritte beteiligt. Die Arbeitsschritte dieser langjährigen Partnerschaft sind dabei perfekt eingespielt: In der Planungsphase vor der Veranstaltung erfolgt ein detailliertes Briefing durch die Marketingabteilung über die ausgestellten Produkte und die Art der Präsentation. In der Folge entwickelt S+K Skizzen, Entwürfe und Modelle und stimmt sie kontinuierlich mit Agentur und Marketingabteilung ab. Teilweise werden auch 1:1 Muster (Dummies) von Halterungen oder Displays zum Testen gebaut, um zu ermitteln, ob die angedachte Bauweise den gewünschten Effekt erzielt. Nach Freigabe der Entwürfe und technischen Zeichnungen bleiben oft nur zwei bis drei Wochen für die eigentliche Produktion. Dabei sind fast alle Gewerke des Unternehmens involviert: Grafiker, Schlosser, Kunststoffverarbeiter, Lackierer, Schildermaler, Elektriker, Folienverarbeiter Tischler und Glaser erstellen Displays für unterschiedliche Instrumente, beleuchtete Ausstellungsvitrinen, Acrylglasschilder, Aufsteller und Modelllandschaften. Für den sicheren Versand und die adäquate Lagerung der Möbel und Exponatträger fertigt S+K zudem passende Transportcases an.

Große Wanddisplays erklären kleine Helfer

Event Managerin Regine Schwenck ist in der Medical Systems Division von Olympus schon seit Anfang an für die langjährige Zusammenarbeit mit S+K zuständig: „Viele gemeinsam entwickelte Elemente, wie eine Serie von Wanddisplays für Endoskope sowie ein neues Möbelkonzept, haben uns gestalterisch in den letzten Jahren ein gutes Stück voran gebracht. Unser zuständiger Projektleiter weiß, was wir brauchen, hat ein hohes technisches Verständnis und ist auch bei kurzfristigen Projekten sehr verläßlich. Trotz der Komplexität unserer Produkte und der komplizierten Anforderungen schafft das Team es immer wieder, unsere Exponate attraktiv in Szene zu setzen."

Projektdaten im Überblick

Projekt:
Präsentationsmöbel und Messekomponenten für Olympus

Besonderheiten:
Qualitativ hochwertigste Ausstellungskomponenten für internationale Messen und Kongresse

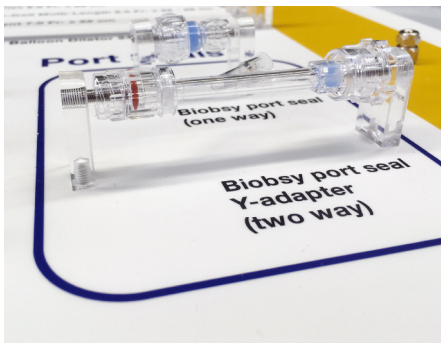
Auftraggeber:
Olympus Europa SE & Co. KG, Medical Systems Division,
www.olympus.de/medical/de/Home

Objektplanung & Design:
Step One, www.stepone-hamburg.de

Realisierung:
Schreib+Keppler GmbH & Co. KG, Hamburg

Blickfang:
Ein überdimensionierter Olympus-Katalog

Hochwertige Präsentationsmöbel…



… und aufwändige Präsentationsdisplays…

… ergänzen sich zu einem stimmigen Gesamteindruck

Dufte Streifen – eine Parfümeriekette macht ihr Markenzeichen zum Entree

Sie sind ein Eyecatcher in jeder Einkaufsstraße: Die Filialen des Parfümerie-Filialisten Schuback strahlen schon von außen ein ganz besonderes Flair aus. Hinter dem Erfolg steht ein klares Konzept...

Die Aufteilung der Filialen in hell (Düfte) und dunkel (Kosmetik) sorgt auf den ersten Blick für Orientierung

Das Projekt / Der Kunde:
Das bereits 1947 in Lübeck gegründete Familienunternehmen Schuback wird heute in dritter Generation von Christian Wagner und Geschäftsführerin Martina Thoms geleitet. Schon früh expandierte die Familie im Lübecker Raum, später dann entlang der Ostseeküste, in Hamburg und Niedersachsen. Durch die Übernahme von sieben Parfümerien in Baden-Württemberg verfügt das Filialnetz heute über 60 Standorte. Mit ihrer Philosophie der 5-Sterne-Gastfreundschaft bietet Schuback den Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis rund um Duft, Pflege und Make-up. Neben innovativen und qualitativ hochwertigen Produkten sowie aktuellen Kosmetiktrends legt die Geschäftsleitung großen Wert auf die hohe Beratungskompetenz ihrer Mitarbeiter. So können sich die Kunden in hauseigenen Kosmetik-Lounges von professionell ausgebildeten Kosmetikerinnen nicht nur beraten sondern auch verwöhnen lassen.

Die Aufgabe:
Um den Erlebnischarakter für die Kunden weiter zu steigern, den Parfümeriebezug besser auf der Fläche zu integrieren und die Einzigartigkeit der Parfümeriekette deutlicher herauszuarbeiten, beauftragte das Familienunternehmen die Innenarchitekten Nette+Hartmann mit der Entwicklung eines neuen Shop-Konzepts. Auch die Fassade sollte in den Relaunch miteinbezogen werden und einen hohen Wiedererkennungswert haben. Anschließend galt es das neue Konzept deutschlandweit auszurollen.

Die Lösung:
Das neue Shop-Design verbindet klassische Gestaltungselemente mit einer hellen und freundlichen Atmosphäre. Durch das geschickte Zusammenspiel von weißem Ladenbau und schwarzen Metallgestellen lassen sich die verschiedenen Bereiche wie Damen- und Herrendüfte auf den ersten Blick von der dunkler gestalteten Dekorativen Kosmetik unterscheiden. Viele liebevolle Details, wie Parfümflakonleuchten, spezielle Duftstreifenhalter und mit Dior-Lampen beleuchtete Aktionstische unterstreichen den Parfümbezug. Besonderes und weithin sichtbares Erkennungsmerkmal ist die Fassade mit breitem Eingangsportal, einer schwarzen Verkleidung sowie der gestreiften Markise. Sie verkörpert nicht nur das Key-Visual der Parfümerie, die „Schuback-Streifen“ sondern agiert sprichwörtlich als Aushängeschild mit sehr hohem Wiedererkennungswert.

Schreib+Keppler wurde als Partner für die Außenwerbung gewählt und hat mittlerweile mehrere Filialen umgerüstet. Zum Leistungsumfang zählen neben klassisch-hochwertigen Einzelbuchstaben mit LED-Ausleuchtung auch individuelle Sonderlösungen wie so genannte Aktionsrahmen. Diese Schaukästen für den Außenbereich bieten eine exponierte Showfläche für Sonderaktionen.

Geschäftsführer Christian Wagner ist sehr zufrieden mit den ersten neuen Shops: „Das aktuelle Shop-Konzept schafft ein durchweg besonderes Einkaufserlebnis, und auch unabhängig von unserem Sortiment spürt der Kunde, dass er in einer hochwertigen Parfümerie ist. Weil wir selber für Luxus stehen, haben wir auch für unsere Außenwerbung einen Partner gesucht, der dies verkörpern und gepaart mit Termintreue bundesweit umsetzen kann.“ Rund 30 Prozent der umsatzstärksten Filialen sind bereits umgerüstet. In den nächsten Jahren folgt schrittweise das gesamte Filialnetz.

Projektdaten im Überblick

Projekt:
CI-Umrüstung der Außenwerbung von Filialen der Parfümerie Schuback

Besonderheiten:
Bundesweiter Einsatz, Anfertigung von individuellen Sonderlösungen

Auftraggeber:
Parfümerie Schuback,
www.schuback-parfuemerien.de

Objektplanung & Design:
Nette+Hartmann Innenarchitekten,
www.nette-hartmann.de

Ausführender Architekt:
Gerd Schiedmeyer,
www.cd-creativ-design.de

Realisierung:
Schreib+Keppler GmbH & Co. KG, HH

Die charakteristischen Schuback-Streifen finden sich schon draußen auf der Markise…

… und auch im Inneren der Shops

Reformhaus reloaded – wie klassische Anbieter dem steigenden Wettbewerbsdruck trotzen

Am Anfang war ein düsteres Reformhaus. Dort sollte der fünfzehnjährige Norbert Engelhardt für seine Eltern einkaufen. Doch das dunkel und lieblos gestaltete Geschäft war so gar nicht einladend. Für den Jungen war schnell klar: Er würde es später einmal besser machen...

Die beiden Logos von Engelhardt und Vita Nova verbinden sich zu einer harmonischen Einheit

Das Projekt / Der Kunde:
Genau unter diesen Vorzeichen eröffnete Norbert Engelhardt 1987 sein erstes Reformhaus in Hamburg Bergedorf. Sein Credo: Gesundheit einzukaufen soll Freude bereiten. Dass man dafür ein demensprechend freundliches und helles Ambiente benötigte, lag für ihn auf der Hand. Mit der Kombination aus hochwertigen Produkten, kompetenter Beratung (die Mitarbeiter werden an der reformhauseigenen Akademie zu Schwerpunktthemen ausgebildet) und attraktiven Geschäftsräumen in zentraler Lage bindet das Traditionsunternehmen seine Kunden seit über 30 Jahren. Nach dem Tod des Gründers in 2001 übernahm seine Frau, Cathrin Engelhardt, die Geschäftsleitung. Gemeinsam mit der Geschäftsführerin Agnes Wiebicke hat sie das mittelständische Familienunternehmen kontinuierlich ausgebaut. Dabei beweist das Duo, dass sich Tradition und Moderne nicht ausschließen.

Tatkräftig unterstützt werden sie von der Einkaufsleitung Stephanie Mang, der Filialbetreuerin Susanne Hartleitner und Cathrin Engelhardts jetzigem Ehemann Sven Bürgel. Ihr ältester Sohn Franz Engelhardt ist nach seiner Ausbildung ebenfalls in die Firma eingetreten und engagiert sich im Bereich Einkauf. Mittlerweile umfasst das Familienunternehmen 30 Filialen in Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen.

Die Aufgabe:
Als logischer nächster Schritt in der dynamischen Unternehmensentwicklung trat das Reformhaus Engelhardt Anfang 2013 der Vita Nova Kooperation bei. Dieser Zusammenschluss von Reformhäusern beinhaltet u.a. gebündelte Kundenpflege und Einkaufsaktivitäten sowie einen regen Kompetenzaustausch. Die Kunden profitieren zudem beispielsweise von der Vita Nova Kundenkarte mit Rabatten, exklusiven Coupons, monatlichen Angebote und Sonderaktionen. Neben den organisatorischen Neuerungen und einer noch schärferen Abgrenzung von den zahlreichen Bio-Discountern brachte die Kooperation auch Änderungen am CI mit sich. Der Unternehmensauftritt sowie die Außenwerbung aller über ganz Norddeutschland verteilten Filialen mussten angepasst werden. Dabei galt es, das ursprüngliche Logo von Engelhardt mit den CI-Anforderungen von Vita Nova in Einklang zu bringen und die Umsetzung zeitnah auf das Filialnetz auszurollen.

Die Lösung:
Die Planung und Umsetzung des neuen Designs legte das Unternehmen in die Hände von Schreib+Keppler, die das Reformhaus Engelhardt bereits seit seiner Gründung in Sachen Außenwerbung betreuen. In einem Meeting mit den Marketing-Verantwortlichen von Vita Nova wurden Farben, Folien, Acrylgläser und alle weiteren wichtigen Eckdaten festgelegt. Anschließend entwarfen die Designexperten von Schreib+Keppler Vorschläge, die das Engelhardt-Logo harmonisch mit dem Vita Nova-CI kombinierten. Nach Auswahl und Freigabe durch die Unternehmensleitung erstellten die Lichtwerbeprofis alle erforderlichen Schilder und Leuchtkästen und stellten sukzessive die Filialen auf das neue CI um.

Das Reformhaus Engelhardt zieht heute ein durchweg positives Fazit der großangelegten Umstellungsaktion: Nicht nur der Beitritt zur Vita Nova Kooperation hat sich ausgezahlt. Auch die langjährige Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Außenwerber hat sich bewährt: „Die nahezu familiäre und gegenseitige Unterstützung der Gesellschafter bei Vita Nova ist für uns sehr wertvoll. Gleichzeitig haben unsere Kunden die neuen Benefits der Kooperation sehr gut angenommen“, bilanziert Geschäftsführerin Agnes Wiebicke den Zusammenschluss mit Vita Nova. „Was die Umrüstung unserer Filialen betrifft, haben wir mit S+K seit über 30 Jahren Profis mit Herz an unserer Seite. Von den ersten Gestaltungsvorschlägen bis zur Ausführung vor Ort fühlen wir uns gut beraten und gut bedient.“

Und auch im Inneren präsentieren sich die Filialen attraktive und einladend

Projektdaten im Überblick

Projekt:
CI-Umrüstung aller Filialen des Reformhauses Engelhardt

Besonderheiten:
Norddeutschlandweiter Einsatz an über 25 Standorten

Auftraggeber:
Reformhaus Engelhardt,
www.reformhaus-engelhardt.de

Objektplanung:
Cathrin Engelhardt und Agnes Wiebicke

Realisierung:
Schreib+Keppler GmbH & Co. KG, Hamburg