



Technisch in 'Topform'

// In technischer Hinsicht kann der Knorr-Bremse Konzern mit einem völlig neu aufgesetzten Internetauftritt aufwarten, für den der IT-Dienstleister Arithnea (www.arithnea.de) verantwortlich zeichnet. Initial wurden dabei www.knorr-bremse.de und www.knorr-bremse.com umgesetzt. Insgesamt werden 37 Länder- und Markenseiten des weltweit führenden Herstellers von Bremssystemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge folgen. Die Website der Knorr-Bremse Group 'www.knorr-bremse.com' wurde hierbei als führendes Masterprojekt realisiert.

Die komplette Website wurde als flexibles Baukastensystem so konzipiert, dass die IT-Abteilung von Knorr-Bremse weitere Websites auf einfache Weise selbst aufsetzen kann. Dabei werden die technischen Grundlagen in nur einem speziellen Projekt entwickelt und gewartet und dann an andere Websites verteilt. Der Aufwand für die Wartung wird dabei reduziert, was Zeit und Kosten spart. Arithnea hat zudem eine verbesserte Suchmaschine entwickelt, die neben regulären Inhalten auch Termine und Downloads durchsuchen kann.

Gerd Henghuber, Leiter Unternehmenskommunikation, Knorr-Bremse AG: „Die große Herausforderung unseres neuen konzernweit einheitlichen Internetauftritts war die Verbindung von zentraler Konzeption, einer modernen, innovativen Erscheinung sowie eines einheitlichen Systems auf der einen Seite mit den Bedürfnissen der Landesgesellschaften von Knorr-Bremse, die eigene Bühnen und Darstellungsformen benötigten. Dabei hat uns Arithnea auf ausgezeichnete Weise unterstützt.“ (cr)

Sinnbild für schweißende Verbindung

// Innovativ, frisch und offen – die DINSE GmbH (www.dinse-gmbh.com), international bekannter Vorreiter in Sachen Schweißtechnik, zeigte sich von ihrer besten Seite auf der Schweißen & Schneiden 2009. Verantwortlich für das farblich prägnante Standkonzept und dessen Realisierung zeichnet die Agentur MIKS Konzepte (www.miks-konzepte.de). Zusammen mit den von der Hamburger Agentur ins Boot geholten Partnern Martin Hasse (www.form02.de) und Michaela Riemer (www.imagelabor.com) wurde Messeplanung hier zur Full-Service Agenturleistung und die Standgestaltung zu einem neuen CD-Element, inklusive neu entwickelter Folder und mehrsprachiger Informationsbroschüren.

Auf großzügigen 300 qm bot das Unternehmen sein Produktportfolio klar dar. Bereits von Weitem wurde das Publikum durch zwei große, abgehängte Grafikbanner in knackigem Apfelgrün auf den Stand aufmerksam gemacht. Durch die live am Stand durchgeführten Schweißvorführungen wurden die Dinse-Schweißroboter hautnah erlebbar. Gespräche zwischen Mitarbeitern des Unternehmens und Interessierten wurden auf einer grünen 'Kommunikationsinsel' geführt. Jürgen Czischke, Leiter Marketing/Vertrieb bei Dinse: „Das neue, auf die nächsten vier Jahre ausgelegte Messekonzept stellt unser Unternehmen und unsere Systeme sehr authentisch dar. Es transportiert die Werte, die unser Unternehmen ausmachen und die unsere Kunden mit der Marke Dinse verbinden. Darüber hinaus zeigt der Auftritt mit einer gewissen Spritzigkeit, dass unser Unternehmen zukunftsorientiert ist und wir die nötige 'Frische' haben, die wir für unsere Kundenansprache brauchen.“ (cr)

Ziel erreicht!

// Die Zahl und die Qualität der Neukontakte haben es u.a. bewiesen: Der Messeauftritt für die Eppendorf AG / New Brunswick (www.eppendorf.de) auf der größten europäischen Messe für Biotechnologie und Life Sciences in Hannover, der Biotechnica, war ein voller Erfolg. Der Messestand des Unternehmens, das Systeme für die Life Science-Forschung für den Einsatz in Laboren weltweit entwickelt, produziert und vertreibt, wurde dabei von den Spezialisten der Preuss Messe (www.preuss-messe.de) optimal in Szene gesetzt. Der klar gegliederte und offen gestaltete 190 qm große Messestand erzielte aufgrund der sechs Meter hohen Portale eine herausragende Fernwirkung. Der adäquate Rahmen zog viele interessierte Messebesucher auf den Stand.

Jörn Peplow, Bereichsleiter Unternehmenskommunikation von Eppendorf: „Für unser Unternehmen spielen vor allem drei Aspekte eine wichtige Rolle bei Messeauftritten – Networking, Präsenz zeigen und neue Produkte vorstellen.“ Der Projektleiter bei Eppendorf, Ralf Claußen, ergänzend dazu: „Die Zahl und Qualität der Neukontakte war sehr gut – ebenso das Feedback zu unserem Standbau. Wir sind überaus zufrieden und haben unsere Messeziele in vollem Umfang erreicht.“ Im Jahr 2007 kaufte Eppendorf das amerikanische Unternehmen New Brunswick und vertreibt New Brunswick Produkte, wie hochwertige Laborgeräte für den Bereich Forschung und Entwicklung sowie Pilotproduktion im Bereich der Life-Sciences und Biotechnologie. (cr)