



Foto: imb.troschke

Messeziel: Kundenbindung

## Die Brücke

Exide Technologies auf der CeMAT 2008

Die Brücke ist ein weit verbreitetes Symbol für die Überwindung von Trennendem. Den Aufbruch zu neuen Ufern sollte der Name der expressionistischen Künstlergruppe „Die Brücke“ Anfang des 20. Jahrhunderts symbolisieren. Ältere Jahrgänge verbinden mit „Die Brücke“ die filmische Aufarbeitung der letzten Kriegstage an einer unbedeutenden Frontlinie. Auf der Rückseite jeder Eurobanknote ist ebenfalls eine Brücke als das einende Symbol der Gemeinschaft abgebildet.

Brücken bauen, Verbindungen stärken, Trennendes überwinden, Wege in neue Märkte eröffnen sind Ziele, die viele Aussteller mit ihren Messebeteiligungen erreichen wollen.

Andererseits wird gestaltete Symbolik von vielen Messebesuchern nicht erfasst, nicht verstanden. Denn anders als Aussteller, die ihren Messeauftritt als Ganzes entwickeln, verstehen und auch so sehen, haben Besucher meist einen ganz anderen Blickwinkel. Ihnen eröffnen sich unter-

schiedliche Perspektiven. In der visuellen Überflutung machen Symbole nicht immer gleich „Klick“ im Kopf der Besucher. Da muss Standgestaltung schon sehr augenfällig sein, um angenommen und verstanden zu werden.

Exide Technologies GmbH hat auf der CeMAT, der weltweit bedeutendsten Plattform für Intralogistik in Hannover, den Brückenschlag gewagt. Unter dem Kunstwort Intralogistik versteht man die Warenverteilung innerhalb eines Unternehmens. Früher hieß das „Lagertechnik“ und die CeMAT war Teil der Hannover Messe. Flurförderzeuge, Hebezeuge und -bühnen, Materialflusstechnik, Steuerungssysteme usw. sind Thema der im Dreijahresturnus durchgeführten Fachmesse.

Die Exide Technologies GmbH mit ihrem europäischen Headquarter in Büdingen/Hessen ist ein in der Welt führendes Unternehmen, Marktführer im Bereich Bleisäurebatterien. Auf der CeMAT ist man mit 400 m<sup>2</sup> Standfläche einer der größeren Aussteller. Wie vielen

Marktführern geht es auf Messen weniger darum, neue Kontakte zu schaffen, als vielmehr die Bindung zu Kunden und Partnern zu stärken.

Gabriele Franke, bei Exide Technologies verantwortlich für den Marketingservice, begann die vorbereitende Planung im Oktober 2007, sechs Monate vor dem CeMAT-Start.

---

**In der visuellen Überflutung machen Symbole nicht immer gleich „Klick“ im Kopf der Besucher. Da muss Standgestaltung schon sehr augenfällig sein, um angenommen und verstanden zu werden.**

---

Schnell war man sich in dem Viererteam einig, dass der Stand ein Meetingpoint für Kunden, Partner und die Branche sein solle. Man sich viel Zeit für die Kunden

nehmen wolle, Beziehungsmanagement nicht nur eine Worthülse sei, sondern in Hannover realisiert werden sollte. Damit sollte auch ein Brückenschlag in die Zukunft gelingen, mit weiterentwickelten Produkten, mit neuen Systemen und Ideen.

Der Begriff „Brückenschlag“ war in einem der vielen Briefinggespräche mit dem Standbaupartner imb:Troschke aus Walldorf bei Frankfurt das entscheidende Stichwort. imb:Troschke kreierte mit dem Standlayout die Brücke als architektonische Klammer, als visualisierten Ausdruck des Messeslogans „Access to the future“ – Zugang zur Zukunft. Die Brücke steht auch als Symbol für den gemeinsamen Weg mit Kunden und Partnern zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden. Logischerweise wurden dann später unter der Brücke die Produkte für Flurförderzeuge platziert, mit denen man die Zukunft gemeinsam gestalten wolle.

Gabriele Franke ist voll des Lobes über die Zusammenarbeit mit dem Standbaupartner imb:Troschke. Auch wenn nicht jeder Besucher in Hannover die Symbolik sofort verstanden hat. Die Mitarbeiter waren entsprechend geschult, die Metapher der Brücke zu erklären, und darüber den Gesprächseinstieg zu finden.

---

### Auch in Großraumbüros finden wichtige Gespräche oder Gespräche mit wichtigen Partnern in separaten Räumen statt.

---

Auch in der sonstigen Standgestaltung war man – so schildert Gabriele Franke – „mutig vorangeschritten“. Der Stand war offener und heller als in der Vergangenheit und damit noch einladender. Die Fir-

menfarbe blau wurde durch beige und trendiges und frisches grün ersetzt. Der Verzicht auf Deckenbauten in der Tagelichthalle 26 des Hannover Messegeländes gab den Blick von allen Seiten auf die Brücke frei.

Offene, von allen Seiten zugängliche Stände, benötigen trotz allem ein Separee für VIP-Kunden. Auch in Großraumbüros finden wichtige Gespräche oder Gespräche mit wichtigen Partnern in separaten Räumen statt. Dazu erhielt der Stand – auch als Gegengewicht zur Brücke – eine Kommunikationsrotunde, die allein schon durch ihre runde Form außergewöhnlich war und durch eine eingespannte Zwischendecke eine ganz andere Akustik und Atmosphäre vermittelte. Außerdem war eine exquisite Möblierung ausschließlich diesem Bereich vorbehalten, um so die besondere Wertschätzung der Gesprächspartner zu betonen.



Erfolgreiche Messen, gute Geschäfte – hier sind Sie richtig. Rund 13.000 Aussteller und 1,5 Mio. Besucher aus der ganzen Welt nutzen jährlich den Messeplatz Essen, der mit rund 35 Messen und Ausstellungen pro Jahr und 13 Leitmessen zu den Top-10 in Deutschland zählt. Mit einem Team, das alles für seine Aussteller und Besucher gibt, bietet Ihnen die MESSE ESSEN auf 110.000 qm Ausstellungsfläche optimale Bedingungen für Ihr Business. Profitieren auch Sie vom First-Class-Messeplatz in der wirtschaftlich stärksten und bevölkerungsreichsten Region Deutschlands.

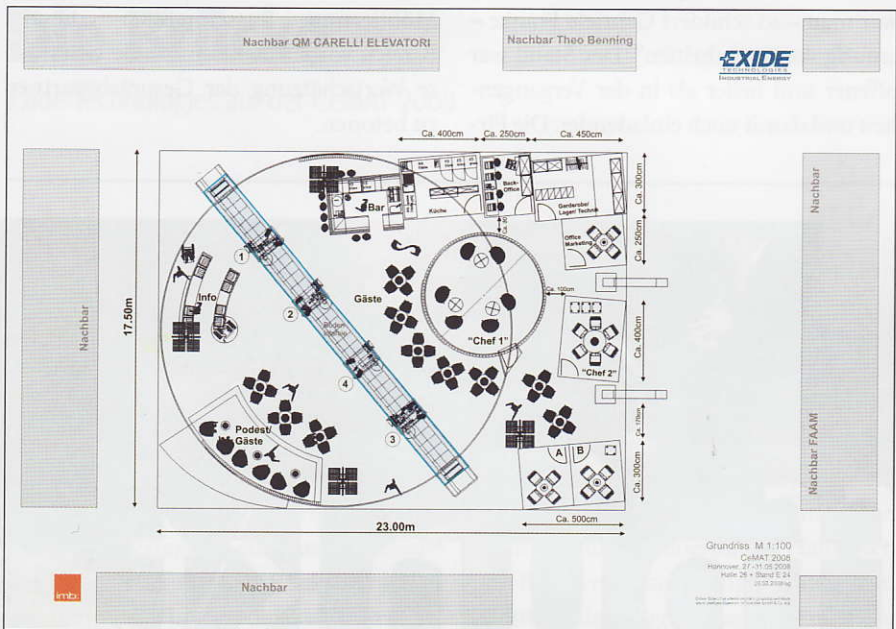
[www.messe-essen.de](http://www.messe-essen.de)

**MESSE  
ESSEN**  
Place of Events



Foto: imb/froschke

Wegweisende Exponate waren unter der Brücke platziert



Dreh- und Angelpunkt: Ein filigraner Kreis auf der Bodenscheibe



3D-Animationen unterstützen die Exponatpräsentation



Foto: imb/froschke

Exquisite Möbel für besondere Wohlfühlatmosphäre

Kundenbindung über Architektur? Das alleine genügt nicht. Die Mannschaft muss die Idee leben, mit den Besuchern gemeinsam Brücken in neue Märkte (Osteuropa) und neue Lösungen (Batteriesysteme) finden.

Ein weiteres Instrument der Kundenbindung ist bei Exide Technologies die traditionelle Standparty. „Bei unseren Kunden ist das schon Kult“, sagt Gabriele Franke. „Sie fragen im Vorfeld nach dem Termin und richten ihren CeMAT-Besuch danach.“ Mehr als 500 Gäste seien es gewesen, und obwohl die Party um 18:00 Uhr startete, war nach dem offiziellen Ende um 23:00 Uhr noch lange nicht Schluss. „Die Band hat abgebaut. Die Putzkolonne kam. Aber ein Teil unserer Gäste bewies auch da Stehvermögen. Es war einfach toll.“

Mit dem Gesamtergebnis ist man in Büdingen zufrieden. Die Anzahl der dokumentierten Gespräche stieg gegenüber der Vorveranstaltung 2005 um 20 %. Etwa gleich viel wie die Gesamtbesucherzahl mit diesmal 58.500 Fachbesuchern gewachsen war. Gabriele Franke fand, dass alles super gelaufen sei. Besonders stolz war man auf die außergewöhnliche Architektur, auf den tollen, offenen, kontaktstarken Stand. Auf die 3D-Animationen, mit denen Anwenderlösungen der ausgestellten Batterien demonstriert wurden. „Wir haben dem Kunden alles auf sehr unterhaltsame Weise klargemacht. Das war für mich persönlich ein Highlight.“

SY