

SCHÜTZ

FOTOGRAFIE: WWW.PHOTOSANDMORE.NL

VANUIT SELTERS, NABIJ KOBLENZ, IS SCHÜTZ INDUSTRIAL PACKAGING WERLWIJD ACTIEF. HET BEDRIJF IS DE MARKTLEIDER OP HET GEBIED VAN VATEN EN IBC'S. PRODUCTEN DIE UITBLINKEN OP HET GEBIED VAN KWALITEIT EN INNOVATIE. DEZE ZORGEN ZELFS ONDER EXTREME OMSTANDIGHEDEN VOOR EEN VEILIGE OPSLAG EN VOOR TRANSPORT VAN INGREDIENTEN VOOR DE CHEMISCHE INDUSTRIE, VAN REINIGINGSMIDDELEN OF VAN MILIEUGEVAARLIJKE AFVALSTOFFEN.

Future's Technology. Today.

utu

STARBUCK ALL DAY

SCHÜTZ:

DEGELIJK EN TOCH VERNIEUWEND

Veiligheid, absolute betrouwbaar en voortdurende aandacht voor prestatieverbetering staan hoog in het vaandel bij dit "pünktlich" opererende bedrijf. Eigenlijk helemaal niet verwonderlijk als men weet dat het bedrijf met vaste hand bestuurd wordt door Manfred Schütz, die ooit furore maakte als autocoureur bij onder meer het fabrieksteam van Porsche. Herr Schütz is de onbetwiste leider van het concern waarop hij nadrukkelijk een persoonlijk stempel drukt; ten voordele van het bedrijf en zijn klanten. Zijn coureurmentaliteit openbaart zich op diverse terreinen. Bijvoorbeeld in de stijl van leidinggeven. Een team van toegewijde experts zorgt ervoor dat de vaart in het bedrijf blijft en de kwaliteit streng gecontroleerd wordt. Maar uiteindelijk er is er maar één die tempo en de koers bepaalt. Ook in de keuze van gereedschap, onderdelen, machines en mensen komt naar voren dat alles gericht is op het behalen van snelle en kwalitatief nauwelijks te overtreffen prestaties. Vanzelfsprekend is Schütz er alles aangelegen steeds weer tot de top in zijn branche te horen. Het erepodium is hem vertrouwd.

VSK

Het Schütz concern omvat een tweetal divisies. Het onderdeel Industry Services richt zich op productie en advisering ten behoeve van technologisch veeleisende bedrijfstakken waaronder de auto- en luchtvaart-industrie.. Oude liefde roest niet; dat is duidelijk. De Energy Systems tak focust op bouw- en verwarmingstechnologie. Dat tussen deze twee divisies een actieve kruisbestuiving plaatsvindt om van elkaars know-how the leren, zal niemand verbazen.. De verpakkingstak van het bedrijf neemt binnenkort ook deel aan de internationaal vermaarde VSK in Utrecht. De volgende editie daarvan staat voor mei 2006 gepland. Eerder dit jaar presenteerde Schütz zich op de Interpack voor de laatste keer met het beproefde beursconcept dat enkele jaren geleden werd ontwikkeld. Het wordt echter tijd voor wat snellers....

Schütz ging bij het zoeken naar een nieuwe manier van beurspresentaties en van een goede betrouwbare partner niet over de spreekwoordelijke nacht ijs. Het bedrijf nodigde een aantal partijen uit en gaf een gedetailleerde briefing van wat er allemaal verlangd werd. Die verlanglijst schetste zowel communicatieoogmerken als ook concrete aanwijzingen voor wat de functionaliteit van de stand betreft: van keukenfaciliteiten, hospitality rooms en bespreekruimten tot com-

plete kantoorunits. Door een samenloop van omstandigheden raakte Joep Verheijen van B-too, bureau voor projectmanagement en design, betrokken bij deze aanbesteding en slaagde erin op de short list geplaatst te worden. "Echt vroeg waren we er niet bij; waarschijnlijk kwamen we als laatste binnen. Maar door snel, persoonsgericht en "luisterend" op de briefing te reageren, eindigden we toch als eerste. Laat aan de start; eerste aan de finish".

Een belangrijke bijdrage aan het resultaat leverde Schütz industrial Packaging zelf door van begin af aan duidelijk te zijn over de budgetten die men voor diverse types stand beschikbaar had. "Soms zijn opdrachtgevers daar huiverig voor. Die krijgen dan het gevoel dat hun leveranciers er alles aan zal doen om dat budget maar op te maken; zo veel mogelijk money voor zo weinig mogelijk value".

Maar Verheijen is ervan overtuigd dat het omgekeerd kan werken. Namelijk dat de potentiële opdrachtnemer alles op alles zal zetten om voor het bekend gemaakte budget zoveel mogelijk waarde te leveren. Het is gezamenlijk belang van klant en leverancier om "value for money" te zorgen. Die "value" dient eruit te bestaan dat de beurspresentaties een communicatie-uiting van uitstekend niveau worden. →

Value for money





Ex coureur vertrouwd met ere-podium. Tijd voor wat snellers.

Alleen door middel van de gewenste Stopping Power kan de exposant bereiken wat alleen met exposeren optimaal bereikt kan worden. Namelijk het vestigen van een positief en marktgericht imago en het creëren van een effectief platform voor het leggen van goede zakelijke contacten. Het concept voor de beursdeelnames van Schütz is door B-Too ontwikkeld. Bij het bedenken van dit concept heeft men zich goed gerealiseerd dat mooie dingen wel kostenefficiënt gerealiseerd moeten worden. Daarvoor is samenwerking met een flexibele en ervaren standbouwer onontbeerlijk. B-Too vond deze in Equi Expo: het bleek een winnende combinatie want Schütz besloot te kiezen voor dit duo waarbinnen B-Too de "leading partner" is. Tijdens de realisatie van de projecten is B-Too aanwezig om er voor te zorgen de stand op de afgesproken tijd sleutelklaar wordt opgeleverd en om eventuele problemen het hoofd te bieden. Hierdoor wordt de Marketing Communicatie afdeling van de genoemde bedrijven substantieel ontlast. Men hoeft immers niet meer 2 dagen voor aanvang van de beurs aanwezig te zijn....

Op dit moment is B-Too druk bezig om het bestaande concept op strategische vlakken aan te passen om een nieuwe termijn van 3 jaar aan te gaan. De ervaringen van de afgelopen periode en nieuwe inzichten moeten wel een zeer werkbaar en opvallend concept opleveren.

ONDER EEN DAK

Zoals aangegeven omvat het Duitse bedrijf een tweetal divisies. Op een aantal beurzen – zoals de "K" en Interpack, beide eens in de 3 jaar – presenteren de Schütz divisies zich beide in één stand. Uiteraard wordt er dan voor gezorgd dat er eenheid van presentatie heerst die niettemin royaal ruimte biedt om op product- of divisieniveau accenten te leggen. De realisatie van een theater met daarin de laatste technologische ontwikkelingen kan bijvoorbeeld daaraan bijdragen. Het concept van het theater betekende een afscheid van de presenta-

tievorm die door veel industriële bedrijven nogal eens gebruikt wordt: het neerzetten van een complete productassortiment. Bij Schütz werden alleen de laatste technologische ontwikkelingen getoond, hetgeen aan de ene kant heel veel rust op de stand creëerde en anderzijds de bezoekers van de stand ook echt "nouveau-tés" kon bieden. ■

PRESTIGE

Bedrijven die medisch-technologische producten vervaardigen hebben daarmee een prestigieus visitekaartje in handen. Eigenlijk geldt dat in gelijke mate voor de toeleveranciers van deze ondernemingen; ook wanneer dit het aanbieden van marketing diensten of exhibition services betreft. Deze ondernemingen immers geven in samenwerking met de klant de aanbieders van medische systemen een duidelijk gezicht in de markt. Sinds 2003 verzorgt B-Too nagenoeg het complete programma van beursdeelname van Toshiba Medical Systems Europe. Meer dan 10 keer per jaar trekt men erop uit om voor de Europese organisatie dan wel voor zijn nationale verkooporganisaties, veelal op medische congressen te laten zien waarmee Toshiba de medische sector van dienst is. Van Wenen naar Stockholm en van Parijs naar Athene: B-Too regelt de driedimensionale communicatie van de medische divisie van dit gereputeerde Japanse bedrijf. van A tot Z...met oog voor detail en tot tevredenheid van Toshiba Medical Systems, bevestigt Jack Hoogendoorn marketing manager van het bedrijf.





CONCEPT



PRESENTATION



REALISATION



“Doelstellingen vertalen is een kunst die getoond mag worden”

BTOO
PROJECTIEN
ROEBER
PROJECTIEN

WWW.B-TOO.NL