

THE GLOBAL EXHIBITION MAGAZINE

D5753 F



# report

www.expodatabase.com

August 2009 · Issue 5



Special feature:  
Design/Scene



Business:  
expobusiness  
congress



Focus on:  
Schweiz

Switzerland



On the job:  
Multimedia

multimedia



Ein Zenit-Projekt für die iranische Mapna-Group.

Foto: Zenit-Werbung

# Solide Basis und Visionen für die Zukunft

Individueller Standbau meets Internet – Zenit-Werbung in Köln besteht als Player im internationalen Messegeschäft und startet mit Online-Services durch.

Vielleicht sähe die Lindenstraße heute ganz anders aus – wenn es Zenit-Werbung nicht gäbe. Deren Mitarbeiter sind es, die als versierte Bühnen- und Kulissenbauer das Innenleben der Studios der urbayrischen Nachbarschafts-Dauersoap bauen. Doch so prominent diese Referenz auch ist, der Schwerpunkt der Arbeit der in Köln beheimateten Firma ist der Messebau. „Wir machen Maßanzüge für Messen.“ Das ist der Anspruch, den European Sales Manager Gerhard Ruhr verwirklichen will. Zenit-Werbung, jetzt schon seit über 50 Jahren und in der 3. Generation inhabergeführt am Markt, kann ihn erfüllen und ist verlässlicher Partner von Ausstellern. Einen großen Teil ihrer Aufträge wickeln die Rheinländer im Ausland ab.

## Messebau in der dritten Generation

Im Messebau kann Zenit-Werbung auf seine lange Erfahrung setzen und dadurch überzeugen, dass bei ihnen von der Idee bis zur Umsetzung alles aus einer Hand kommt. Gleichzeitig stützen sie sich auch auf ein internationales Netzwerk. In Köln selber werden mit 40 Mitarbeitern verschiedenste Projekte realisiert. „Der eigene Fertigungsanteil liegt dabei weit über dem Branchendurchschnitt“, betont die Architektin und Geschäftsführerin Hannelore Gerber. „Moderne Fertigungsstätten und eine eigene Schreinerei, eine eigene Lackieranlage, Produktions- und Lagerfläche mit rund 10 000 m<sup>2</sup> – das ist die solide Basis auf der wir den Ansprüchen unserer Kunden gerecht werden können.“ Solidität und Zukunft, diese beiden Begriffe will Zenit vereinen und gleichzeitig durchstarten mit einer neuen innovativen Verkaufs-

förderung. Die Website des Unternehmens ist schon jetzt multimediale Spielwiese, auf der gelungene und preisgekrönte Projekte gezeigt werden. Beim Wettbewerb „Schönster Messestand auf der Messe Mosbuild, Moskau 2008“ belegte Zenit-Kunde Kaldewei den 2. Platz. Doch die Online-Ambitionen gehen wesentlich weiter. Ruhr will interaktive Serviceangebote mit dem Messebau verbinden. So können Zenit-Kunden jetzt schon oder in naher Zukunft verschiedenste Tools in Anspruch nehmen. Dazu zählen Online-Terminkalender damit die Organisation am Messestand vereinfacht und im Vorfeld klar ist, wer auf der Messe begrüßt werden kann.

Ein weiterer Clou ist das Angebot an Aussteller, dass diese in Zukunft ihren Besuchern auf der Firmenwebsite den Original-Messestand einige Tage vor, oder gezielt während der Messe in der virtuellen Welt zur Verfügung stellen können. Dadurch können Besucher den Stand auf Anhieb identifizieren. Die Präsentation dient auch der Orientierung, da alle wichtigen Stationen des Stands bereits online gezeigt werden. So können sich potenzielle Standbesucher vorab über die kommenden Highlights informieren und sich besser erinnern, wenn die echte Messe vorbei ist.

Kleine maßgeschneiderte Online-Games in passender Corporate Identity gehören ebenfalls zum Serviceangebot von Zenit. Sie sollen das Interesse bei den Besuchern vor und auch während der Messe wecken. Bei einer Registrierung können so wertvolle Adressen generiert werden. Möglich ist es auch, dank vernetzter Anwendungen in Echtzeit auszuwerten, wo neu gewonnene Kunden sitzen und ob die Messeaktivitäten zu mehr Onlinebesuchen geführt haben. „Unsere Vision ist, das Internet und Zenit-Werbung richtig zu verflechten“, sagt Ruhr.

Auch bei der Museumsgestaltung sind die Konzepte der Kölner State of the Art. So entstanden in Kooperation mit weiteren Partnern erst kürzlich vier neue Räume für das Schokoladenmuseum, neben dem Dom die am besten besuchte Attraktion der Stadt am Rhein. Im Zuge dieses Geschäftsfeldes wird sich Zenit-Werbung im September zum ersten Mal auf der Exponatec (17. bis 20. November 2009), internationale Fachmesse für Museen, Konservierung und Kulturerbe, in Köln präsentieren. **ank**



# Solid base and visions for the future

Individual stand building meets the Internet – Zenit-Werbung of Cologne holds its ground as an international trade fair player and launches online services.

The Lindenstrasse in Germany's long-running eponymous TV series might look very different if Zenit-Werbung did not exist: Their experienced stage and scenery construction specialists are responsible for producing the studio interiors for this wholly Bavarian street soap. But however prominent this reference may be, the Cologne-based company is first and foremost known for exhibition contracting. "We make tailor-made stands." That is the claim to which European sales manager Gerhard Ruhr aspires. Zenit-Werbung, proprietor-managed for over 50 years, now in the third generation, can fulfil this claim and is a reliable partner for exhibitors. The large majority of this successful company's business is processed outside Germany.

Zenit-Werbung boasts many years of experience in trade fair building and puts its suc-

## Solidity and future, these are the two concepts that Zenit wants to combine

cess down to providing a one-stop service. It also has an international network at its fingertips. 40 members of staff implement a variety of projects at its Cologne headquarters. "The portion of manufacturing we conduct ourselves is way above the sector average", stresses architect and managing director Hannelore Gerber. "Modern workshops and our own carpenter's shop, our own paint shop, production and warehouse facilities of around 10,000 m<sup>2</sup> – that's a solid base on which we can build to meet the demands of our customers."

Solidity and future, these are the two concepts that Zenit wants to combine as it launches a new innovative sales promotion idea. Already, the company's website is a multimedia playground for showcasing successful and award-winning projects. In the competition "Best exhibition stand at Mosbuild, Moscow 2008", Zenit client Kaldewei came second. But the company's online ambitions go further than that. Ruhr wants to combine interactive service products with trade fair contracting. Zenit is in the process of making a whole range of tools available to clients. These include the online sched-

uler for simplifying organisation at the trade fair stand so that personnel know in advance who to welcome at the trade fair.

Also in the pipeline is a service for exhibitors that will allow their original trade stand to be viewed by visitors on the company website several days before or directly during the trade fair in a virtual world. This will allow visitors to identify the stand immediately. Such a presentation, which shows all stations on the stand in advance online, also assists orientation, and prospective visitors to the stand can find out about its highlights in advance and not forget them so quickly after the trade fair has closed.

Another service Zenit offers are small tailor-made online games in matching corporate identity. These are intended to arouse visitors' interest before and after the trades-

how. By registering with it, valuable addresses can be generated. Networked real-time applications also make it possible to establish where new customers are located and whether trade fair activity has resulted in more online visits. "Our vision is to thoroughly integrate the Internet and Zenit-Werbung", says Ruhr.

The Cologne-based company is also state of the art when it comes to museum design. They recently completed four new rooms for the Chocolate museum, which after Cologne Cathedral is the most frequently visited attraction in the city on the Rhine, in cooperation with other partners. To reflect this business activity, Zenit-Werbung will be exhibiting for the first time this September at Exponatec (November 17 to 20, 2009), the International Trade Fair for Museums, Conservation and Heritage.

ank 



In the competition "Best exhibition stand at Mosbuild, Moscow 2008", Zenit client Kaldewei came second.

Photo: Zenit-Werbung