



In the new exhibition customers and business partners cannot only view the products and technologies, but also try them out for themselves. The interactive approach encourages communication.

Kunden und Geschäftspartner können in der neuen Ausstellung SCHOTT Produkte und Technologien nicht nur betrachten, sondern selbst ausprobieren. Das interaktive Konzept regt zudem zur Kommunikation an.

EXPERIENCE SCHOTT AND MARVEL SCHOTT ERLEBEN UND STAUNEN

The new “WORLD OF SCHOTT” at company headquarters in Mainz is an entirely multimedia and interactive experience. It invites visitors to embark on an exciting journey of discovery into the SCHOTT product and technology world.

Die neue „WORLD OF SCHOTT“ in der Mainzer Konzernzentrale ist multimedial sowie interaktiv. Sie lädt zu einer spannenden Entdeckungsreise in die SCHOTT Produkt- und Technologiewelt ein.

CHRISTINE FUHR

At the press of a button, an apparatus inside a glass display case bends a pane of ultra-thin glass to a radius of only a few millimeters. Different colored aircraft cabin lighting scenarios can be modeled on cozy Business Class seats. A kitchen setting with modern home appliances, touch panels and elegant glass doors shows the latest kitchen trends. Along with many other exhibits that can be touched and felt, modern information media takes us to a fascinating, new “World of SCHOTT” – a world of technology that presents glass and the expertise SCHOTT has as an innovative partner and pioneer for future technologies in an exciting, informative and interactive manner.

The visitor learns what glass and glass innovations make possible – thoughtfully designed and structured by topic. The application spectrum ranges from “Home Appliances,” “Astro & Imaging,” “Industrial Technologies,” to “Life Science,” “Pharmaceuticals,”

In einer Vitrine biegt eine Apparatur auf Knopfdruck eine ultradünne Glasscheibe bis zu einem Radius von nur wenigen Millimetern. Auf gemütlichen Business-Class-Sitzen können farblich unterschiedliche Flugzeugkabinen-Beleuchtungsszenarien nachempfunden werden. Ein Küchenambiente mit modernen Hausgeräten, Touch-Panels und edlen Glasfronten zeigt neuste Küchentrends. Gemeinsam mit vielen weiteren Exponaten zum Anfassen und Ausprobieren sowie modernen Informationsmedien entführt die neue „World of SCHOTT“ in eine faszinierende Technik-Welt, die den Werkstoff Glas und die Kompetenz von SCHOTT als innovativer Partner und Wegbereiter für Zukunftstechnologien spannend, informativ und interaktiv präsentiert.

Der Besucher erfährt, was Glas und Glasinnovationen ermöglichen - großzügig gestaltet und nach Themenfeldern strukturiert. Das Anwendungsspektrum reicht dabei von „Home Appliance“,



Photos Fotos : SCHOTT/A. Sell



„Electronics,” „Energy,” „Automotive,” „Aviation,” and the „Inno-Lab.” Special emphasis is placed on multimedia infotainment. A wide variety of additional information, such as graphics, videos and texts, can be controlled interactively by using multi-touch tables, touch monitors and fields. Image films and presentations can be shown on large media walls and „split screens.” Along a 12-meter-long „Milestone” wall, visitors receive information about the company’s history, technological milestones and glass developments by way of a timeline from 1884 to the present day. A model of the plant that was produced by using a 3-D printer provides detailed information about the buildings and functions in Mainz.

The arrangement of the panels, pedestals and seat elements allows for the exhibits to be viewed from an unusual angle. The unique design language is based on the irregular molecular structure of glass. The 500-square-foot showroom stimulates discussions with customers and business partners alike. „With the ‘World of SCHOTT,’ we want people to be able to experience our spirit of ‘Innovators at heart, enablers at work.’ At the same time, the exhibition is yet another component of our new global brand identity that asks the question ‘What’s your next milestone?’” explains Salvatore Ruggiero, Head of Marketing and Communication at SCHOTT. With its Milestone image campaign, SCHOTT is engaging in an active dialogue with customers around the world and putting the common goal that customers and the company share at the center of its communication activities.

tim.kraemer@schott.com

<

„Astro & Imaging“, „Industrial Technologies“, über „Life Science“, „Pharma“, „Electronics“ und „Energy“ bis hin zu „Automotive“, „Aviation“ und dem „InnoLab“. Multimediales Infotainment wird dabei großgeschrieben. Über Multi-Touch-Tische, Touch-Monitore und -Felder können vielfältige Zusatzinformationen wie etwa Grafiken, Videos oder Texte interaktiv angesteuert werden. An großen Media Walls und „Split Screens“ können Imagefilme und Präsentationen eingespielt werden. Entlang einer 12 Meter langen „Milestone“-Wand erhält der Besucher über eine Zeitleiste von 1884 bis heute Auskunft über die Unternehmensgeschichte, technologische Meilensteine und Glasentwicklungen. Ein per 3-D-Drucker erstelltes Werkmodell informiert detailliert über die Gebäude und Funktionen am Standort Mainz.

Die Anordnung der Wände, Sockel und Sitzelemente ermöglicht in der Ausstellung einen ungewöhnlichen Blickwinkel auf die Exponate. Die einzigartige Formsprache lehnt sich dabei an die unregelmäßige Molekularstruktur von Glas an. Der 500 Quadratmeter große Showroom regt zu Gesprächen mit Kunden und Geschäftspartnern an. „Mit der ‘World of SCHOTT’ wollen wir unseren Spirit ‘Innovators at heart, enablers at work’ erlebbar machen. Zugleich ist die Ausstellung ein weiterer Baustein unseres neuen globalen Markenauftritts unter der Fragestellung ‘What’s your next milestone?’“, erklärt Salvatore Ruggiero, Leiter SCHOTT Marketing and Communication. Mit der Milestone-Imagekampagne geht SCHOTT weltweit in einen aktiven Dialog mit den Kunden und rückt die gemeinsame Zielsetzung zwischen Kunde und Konzern in den Mittelpunkt der Kommunikation.

tim.kraemer@schott.com

<