

Wohlfühlen bei Sauter: eine Erfahrung auf allen Ebenen der Wahrnehmung.

Der Auftritt an einer Messe sagt viel über das Selbstverständnis eines Unternehmens aus. Natürlich möchte man Produkte präsentieren, Leistungen darstellen. Doch die Besucher sind nicht nur Betrachter, sie schauen nicht nur – sie nehmen ihre Umgebung mit allen Sinnen wahr. Deshalb hat sich Sauter auf der Light+Building 2006 mit einem Stand dargestellt, der mehr war als eine Leistungsschau.

Wer sich dem Sauter-Stand näherte, sah und spürte bereits, dass da etwas Anderes, Neues auf ihn wartete. Da war eine ungewöhnliche Kombination von Farben und Formen. Und wer den Stand betrat, fand sich in einem Ambiente, das ganz im Einklang war mit dem Motto:

Rundum das beste Gefühl

Dass das nicht nur ein vages Versprechen war, konnten die Besucher sehr konkret erfahren. In der physisch präsenten Run-

dung im Standzentrum stellte Sauter das ganzheitliche Denken und Handeln für den Kunden dar – die Leistungen und die Betreuung über den ganzen Lebenszyklus. Für jede Phase, von der Planung und der Realisierung über die Nutzung bis zur Modernisierung, wurde mit Stichworten und in persönlichen Gesprächen untermauert, was Sauter zum rundum besten Gefühl für den Kunden beiträgt.

Doch das Standmotto wurde noch mehr konkretisiert: Wer sich von der Messehektik erholen und ein paar Minuten physisches Wohlfühlgefühl erleben wollte, konnte eine entspannende Massage genießen. Ein Angebot, das rege benutzt wurde.

Farblich gefühlte Temperatur

Die vorherrschenden Farben des Sauter-Standes, wechselnd vom kühlen Blau über Violett zum warmen Rot, gaben dem Thema gefühlte Temperatur den adäquaten

optischen Ausdruck. Im rege benutzten Gesprächsbereich, umgeben von diesen Lichteindrücken, konnten die Besucher dies hautnah erleben.

Erlebnis Technik

Inmitten all der Sinneseindrücke der Erlebniswelt kam natürlich auch die Technikseite von Sauter zur Darstellung. So konnten sich die Besucher an vielen Demonstrationsplätzen auch über die technische Kompetenz von Sauter ausführlich informieren.

Die Light+Building 2006 stellt für Sauter einen Meilenstein dar: Nicht nur in unserer Technik, sondern auch in unserer Messepräsenz sind wir offenbar auf dem neuesten Stand, wie spontane Kommentare uns bestätigten!

«Endlich einmal etwas anderes, nicht nur eine Produktausstellung.»

Ein unbekannter Besucher über den Sauter-Stand

«Wir wollen die Besten sein.»

Die Light+Building 2006 bot dem neuen CEO der Sauter Gruppe, Herrn Bertram Schmitz, eine willkommene Gelegenheit, etliche Kunden und Geschäftspartner persönlich kennenzulernen. Und es war auch eine Gelegenheit für Sauter Facts, sich mit Herrn Schmitz kurz über seine Sicht der Dinge bei Sauter und im Markt der Gebäudeautomation zu unterhalten.

Facts: Herr Schmitz, willkommen in «Ihrer» ersten Ausgabe von Sauter Facts. Von einem neuen CEO möchten wir natürlich erst einmal wissen: Wohin wollen Sie Sauter in den kommenden Jahren führen?

Schmitz: Unsere Branche befindet sich im Aufwind. Die Energiesituation zwingt neue und bestehende Gebäudeeigner, in energieeffizientes Gebäudemanagement zu investieren. Da haben wir bei Sauter eine anerkannt hohe Kompetenz, und hier wollen wir an der Spitze stehen.

Dabei gilt es, Synergien mit den Anbietern in angrenzenden Bereichen des Gebäudemanagements zu nutzen, zum Beispiel im Zutritts- und Sicherheitsbereich.

Facts: Welche Märkte sehen Sie als besonders ausbaufähig an?

Schmitz: Europa wird noch eine ganze Weile unser stärkster Markt bleiben, allerdings wird in Zentraleuropa relativ wenig neu gebaut, hier geht es zunehmend um Modernisierungen und Ersatzbedarf. Aber in Osteuropa, Russland, Indien, China, dem mittleren Osten, da wird viel gebaut – das sind wachsende Märkte, deren Potenzial wir nutzen wollen.

Facts: Sauter hat ja verschiedene Kundengruppen, wie Systemhäuser, OEM-Kunden, Planer, Installateure etc. Wie sehen Sie hier die Potenziale?

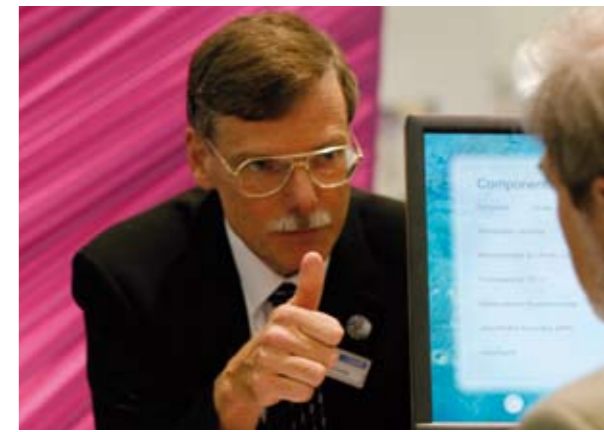
Schmitz: Vor allem im Produktbereich (Peripheriegeräte wie Antriebe und Ventile) sehe ich noch viel Potenzial. Wir müssen uns auch bei den Systemhäusern weiter verstärken. Auch wollen wir uns vermehrt um die Architekten bemühen, und ihr zum Teil ästhetisch ausgerichtetes Denken mit unserer technischen Kompetenz ergänzen. Wenn wir den Architekten überzeugen können, uns gleich bei der Planung miteinzubeziehen, können wir durch unser Fachwissen Probleme vermeiden und durch eine effiziente Projektrealisierung Kosten sparen.

Facts: Diese Light+Building ist Ihre Messepremiere bei Sauter. Wie finden Sie den Stand?

Schmitz: Er ist für mich ein geglücktes Beispiel dafür, wie wir uns bei Sauter positionieren sollten: Der Kunde steht im Vordergrund. Durch unsere fachliche Kompetenz lösen wir ihm die Aufgaben rund um das Gebäude, angefangen mit

der Projektplanung, über die Projektrealisierung, dann den Service bis hin zum Facility Management. Mit diesem Stand positionieren wir uns über das Technische hinaus. Wir zeigen nicht nur, was wir machen, sondern vor allem, welche Wirkung es auf die Menschen hat. Ganz im Sinn der Idee, dass bei Sauter das Klima persönlicher ist und der Kunde sich bei uns wohlfühlen kann.

rudolf.maier@ch.sauter-bc.com



Mit dem besten