

# Markenbildung im Treppenhaus ...

## Graffiti-Art bei der Schunk Bahn- und Industrietechnik

Im Juli 2007 verwandelte sich ein trostloses Treppenhaus in Wettenberg in eine futuristische, bunte Graffiti-Welt. Die Schunk Bahn- und Industrietechnik bewies mit ihrer Umgestaltung Mut und Gespür für die Stärken ihrer Unternehmensmarke.

Manchmal sind es die kleinen Dinge, die Großes bewirken, z.B. eine kleine Kohlebürste, ohne die ein ganzes Windrad keinen Strom erzeugt. Aber was hat eine triste weiße Wand in einem Treppenhaus in Wettenberg damit zu tun?

### Ein Treppenhaus sucht frische Ideen

Eine ganze Menge, wenn man Patricia Schuch fragt, Leiterin Marketing/Vertriebsinnendienst bei der Schunk Bahn- und Industrietechnik in Wettenberg. „Wir stellen viele innovative Produkte und Werkstoffe her, ohne die auf dieser Welt viele Räder still stehen würden. Ein farbloses, tristes Treppenhaus, das wir und unsere Kunden tagtäglich benutzen, passt nicht zu dieser Welt. Es widerspricht der Dynamik, die uns alle hier verbindet und auf die

wir Schunkianer zu Recht stolz sein können.“ Etwas musste also geschehen, nur was?

### Die Lösung: futuristische Graffiti-Art

Die zündende Idee kam Patricia Schuch, die ihre Diplomarbeit über die Dachmarkenpositionierung der Marke Schuck verfasste, beim Spaziergang durch die Innenstadt von Gießen. „Da strahlen einem von vielen ursprünglich düsteren Flächen farbenfrohe Graffiti entgegen. Sie können einem Ort auf unkonventionelle Art und Weise einen ganz neuen Charakter verleihen. Da lag der Gedanke nahe: Wäre das nicht auch etwas für unser Problemkind ‚Treppenhaus‘?“ Die Urheber der beeindruckenden Graffiti-Art in Gießen nennen sich „3Steps“. Es sind drei Studenten, die ihr großes Hobby professionalisiert haben. Kai, Joachim und Uwe waren für das Projekt schnell Feuer und Flamme.

### Symbiose aus Tradition und Zukunft

Die anfängliche Skepsis der Schunkianer wich schlagartig am Morgen des 23. Julis 2007, als

den Wettenberger Beschäftigten das fertige Werk zum ersten Mal entgegenstrahlte. „Da kamen viele aus dem Staunen nicht mehr heraus“, erinnert sich Patricia Schuch.

Am Freitag und Samstag zuvor waren die drei jungen Künstler angerückt, bewaffnet mit Atemschutzmasken und über 300 Sprühflaschen. Vorgabe war, das Graffiti sollte die wichtigste Einsatzorte der Schuck-Produkte „Made in Wettenberg“ illustrieren. Außerdem sollte die Burg „Gleiberg“, Wahrzeichen des Ortes, genauso zu sehen sein wie das Firmengebäude der Schuck Bahn- und Industrietechnik und die Schuck-Erdkugel, Symbol der neuen Markenkampagne.

Das Ergebnis ist beeindruckend. Eine Symbiose aus Tradition und Zukunft, aus Heimatverbundenheit und Weltoffenheit, das auf die Gesichter vieler Vorbeieilender ein kurzes Lächeln zaubert. Die diplomierte Betriebswirtin ist überzeugt: „Verantwortlich für dieses Lächeln ist auch der Stolz, dass wir bei Schuck Teil und Motor einer rasanten technologischen Entwicklung sind.“

Die Gruppe „3Steps“ vor ihrem Graffiti im Treppenhaus der Schuck Bahn- und Industrietechnik Wettenberg

