



En la nueva exposición los clientes y los asociados de negocios no sólo pueden ver, sino también probar ellos mismos, los productos y las tecnologías. Su enfoque interactivo fomenta la comunicación.

Na nova exposição, clientes e parceiros de negócios não apenas conhecem os produtos e tecnologias da SCHOTT, como também testá-los em si mesmos. A abordagem interativa encoraja a comunicação.

EXPERIMENTAR Y ASOMBRARSE A NOVA EXPERIÊNCIA DO MUNDO DA SCHOTT

La nueva “WORLD OF SCHOTT”, en la sede central de la empresa en Maguncia, es multimedia e interactiva. Invita a embarcarse en un apasionante viaje de descubrimiento del mundo de los productos y las tecnologías de SCHOTT.

O novo “WORLD OF SCHOTT” é uma experiência multimídia totalmente interativa. Ela convida os visitantes a embarcarem em uma emocionante jornada de descoberta dentro do mundo de tecnologia e produtos da SCHOTT.

CHRISTINE FUHR

Con sólo pulsar un botón, un dispositivo colocado dentro de una vitrina curva una hoja de vidrio ultrafino hasta un radio de tan sólo unos milímetros. Se pueden simular escenarios de iluminación de cabina de avión de diferentes colores en unos confortables asientos de clase Business. Un ambiente de cocina con modernos aparatos domésticos, paneles táctiles y elegantes frontales de vidrio muestra las últimas tendencias. Junto con muchos otros objetos expuestos que se pueden tocar y probar, así como unos modernos medios de información, la “World of SCHOTT” nos transporta a un mundo de tecnología fascinante, que presenta de forma interesante, informativa e interactiva el vidrio y el know how de SCHOTT como partner innovador y pionero de tecnologías.

El visitante descubre lo que hacen posible el vidrio y las innovaciones en torno al mismo en una exposición diseñada detenidamente y organizada por temas. El abanico de aplicaciones cubre

Basta apretar un botón e um aparelho dentro do display de vidro inclina um painel de vidro ultrafino, em um raio de milímetros. Diferentes cenários de coloridas cabines de avião iluminadas podem ser modelados em confortáveis assentos da classe executiva. Uma cozinha equipada com modernos eletrodomésticos, elegantes portas e painéis touch mostram as últimas tendências para este tipo de ambiente. Junto com muitas outras apresentações que podem ser tocadas e sentidas, uma moderna mídia leva-nos ao novo e fascinante “World of SCHOTT”, um mundo de tecnologia que apresenta o vidro e a expertise da SCHOTT como um parceiro inovador e vanguardista para as futuras tecnologias, de forma interativa, informativa e emocionante.

O visitante pode aprender o que o vidro e suas inovações tornam possível, de maneira cuidadosamente projetada e estruturada por tópicos. O espectro de aplicações vai desde “Home Appliance”,



Fotos : SCHOTT/A. Sell



“Aplicaciones Domésticas”, “Astronomía e Imagen”, “Tecnologías Industriales”, “Ciencias de la Vida”, “Productos farmacéuticos”, “Electrónica”, “Energía”, “Automoción”, “Aviación” y el “InnoLab.” Se ha puesto un especial énfasis en la electrónica multimedia de información y entretenimiento. Se puede controlar interactivamente una amplia variedad de información adicional, como gráficos, vídeos y textos, utilizando mesas multitáctiles, monitores y campos táctiles. Se pueden reproducir películas de imagen y presentaciones sobre unas grandes paredes de proyección y multipantallas. Mediante una pared de “Hitos” de 12 metros de largo, los visitantes reciben información sobre la historia de la empresa, sus hitos tecnológicos y sus desarrollos por medio de una línea cronológica que va desde 1884 hasta la actualidad. Un modelo de la fábrica, realizado con una impresora 3D, proporciona información detallada sobre los edificios y las funciones de la sede de Maguncia.

El inusual lenguaje de diseño está inspirado en la estructura molecular irregular del vidrio. La sala de exposición de 500 m² fomenta las conversaciones tanto con clientes como con asociados de negocio. “Con la ‘World of SCHOTT’ queremos que la gente viva nuestra filosofía ‘Innovators at heart, enablers at work’! Al mismo tiempo, la exposición es un componente más de nuestra nueva identidad de marca global, que plantea la pregunta ‘¿Cuál es su próximo hito?’”, explica Salvatore Ruggiero, Director de Marketing y Comunicación de SCHOTT. Con su campaña de imagen, SCHOTT está entablando un diálogo activo con sus clientes de todo el mundo y situando en el centro de sus actividades el objetivo común que comparten los clientes y la empresa.

tim.kraemer@schott.com

<

“Astro & Imaging” e “Tecnologías Industriais”, a “Life Science”, “Farmacêuticos”, “Electrônicos” e “Energia”, incluindo “Indústria Automotiva”, “Aviação” e “InnoLab”. Ênfase especial é colocada na multimedia de informação e entretenimento. Uma grande variedade de informações adicionais, como gráficos, vídeos e textos, podem ser controladas interativamente através de mesas multi-touch, monitores e áreas também sensíveis ao toque. Filmes e apresentações podem ser exibidos em paredes e em “split screens”. Ao longo da parede “Milestone”, de 12 metros, os visitantes recebem informações sobre a história da companhia, os marcos tecnológicos e os desenvolvimentos do vidro desde 1884 até os dias de hoje. Um modelo da planta foi produzido através de impressão 3D para fornecer informações detalhadas sobre os edifícios e funcionalidades existentes em Mainz, Alemanha.

A disposição dos painéis, pedestais e elementos de assento permite que as exposições sejam vistas por um ângulo diferente do usual. O design exclusivo da linguagem desta exposição é baseado na estrutura molecular irregular do vidro. O showroom de 500 metros quadrados estimula conversas com os clientes e parceiros de negócios. “Com o ‘World of SCHOTT’, queremos que as pessoas experimentem nosso espírito ‘Inovadores no coração, facilitadores no trabalho’! Ao mesmo tempo, a exposição é também um outro componente da nossa nova identidade global, que levanta a questão ‘Qual será o nosso próximo marco?’”, explica Salvatore Ruggiero, responsável por Marketing e Comunicação na SCHOTT. Com sua campanha de imagem “Milestone”, a SCHOTT está envolvida em atividades de diálogo ativo em todo o mundo, estabelecendo uma meta comum na qual os clientes e a companhia compartilham do centro de todas as suas atividades de comunicação.

<

tim.kraemer@schott.com