

Von der Idee zum Erfolg

# Industrie trifft Design



# Maurer Söhne GmbH & Co. KG

- Seit 1876 in München
- Umsatz 90 Mio. €
- Mitarbeiter 500

## Unternehmensbereiche

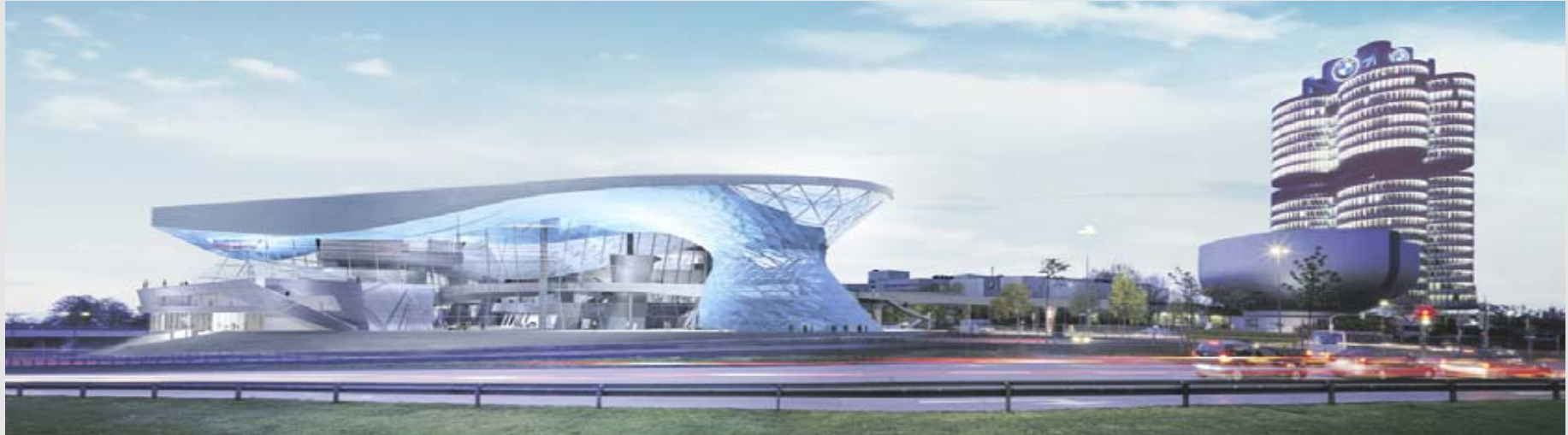
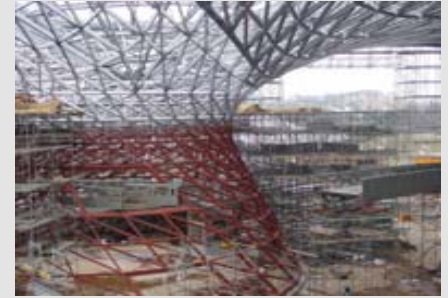
- Stahlbau
- Bauwerksschutzsysteme
- Amusement Rides



# Maurer Söhne GmbH & Co. KG

## Stahlbau

- Führender Hersteller in Deutschland
- Erstellung renommierter Bauprojekte, z.B. BMW-Welt



- Design wird vom Planer vorgegeben

# Maurer Söhne GmbH & Co. KG

## Bauwerkschutzsysteme

- Weltmarktführer, Vertretungen in ca. 50 Ländern
- Brückenausrüstung mit Lagern und Dehnfugen
- Schwingungsdämpfung, Erdbebenvorrichtungen
- Mitwirkung an den weltweit beeindruckendsten Bauwerken



- Design wird vom Planer vorgegeben

# Maurer Söhne GmbH & Co. KG

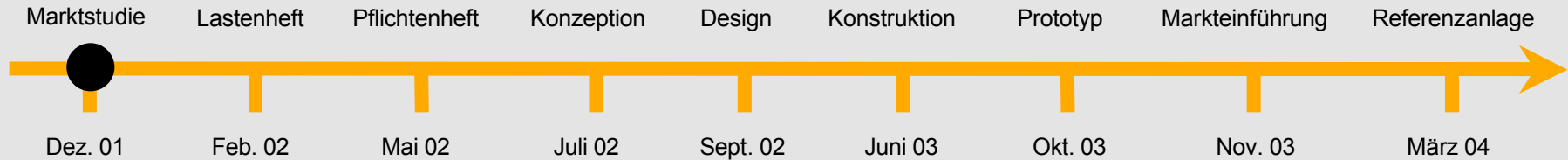
## Amusement Rides

- seit 1993
- ca. 50 Mitarbeiter
- 14 Mio. € Umsatz
- Bisher 50 Anlagen errichtet



- Design ist für den Markterfolg wichtig und wird vom Kunden stark wahrgenommen

# Marktstudie



## Maurer Söhne

- Starker Umsatzrückgang aufgrund Wegfall Schaustellermarkt
- Fehlende Produkte für andere Märkte
- Zu geringe Reputation für schnellen Markteinstieg
- Begrenzte finanzielle Ressourcen



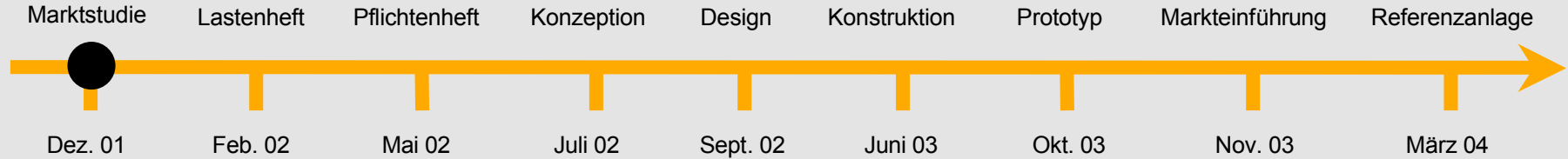
## Freizeitpark-Markt

- Starker Wettbewerb
- Boomjahre waren vorbei
- Lange Vorlaufzeiten bei Neuprojekten
- Notwendigkeit von Referenzanlagen, Angst vor Prototypen



**=> Großes Risiko bzgl. Aufbau neuer Märkte**

# Marktstudie



## Ziele

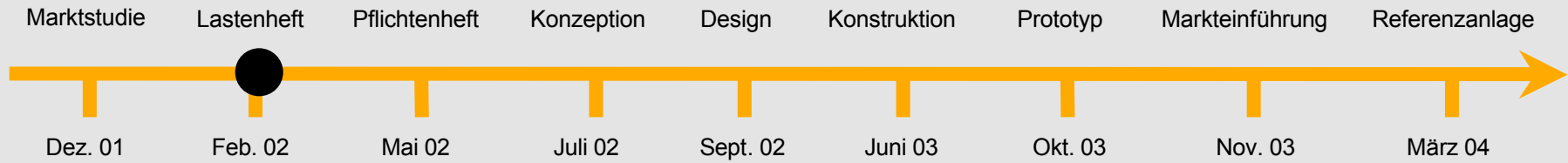
- Sicherung eines ausreichend großen Marktsegmentes
- Rascher Aufbau eines verbesserten Images
- Schnelle Absatzsteigerung

## Maßnahmen

- Rationalisierung der Schienenfertigung zur verbesserten Wettbewerbsfähigkeit
- „Custom designed“ als Kernkompetenz => Entwicklung der Software „XTRAC“
- Entwicklung eines neuen Achterbahnsystems („X-Car“)
- Steigenlassen vielfältiger Versuchsballons (neue Produktfelder, Vertriebskanäle, Marketingaktionen...)



# Erwartungen an das Design



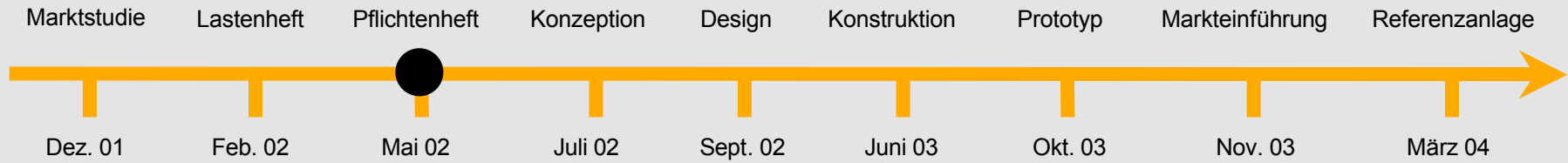
## Ziele

- Ausdruck von Hochwertigkeit und Qualität
- Ausdruck von Neuheit / Innovation
- Ausdruck der besonderen Produkteigenschaften, insbesondere Dynamik
- Ausdruck der Kompetenz des Herstellers, imagefördernd
- Design als Kaufanreiz
- Einzigartigkeit, Alleinstellungsmerkmal, Kultobjekt
- Differenzierung vom Wettbewerb
- Ergonomie
- Sicherheit



**Der Wettbewerb: vielseitig, aber ohne durchgängigen Design-Anspruch**

# Pflichtenheft

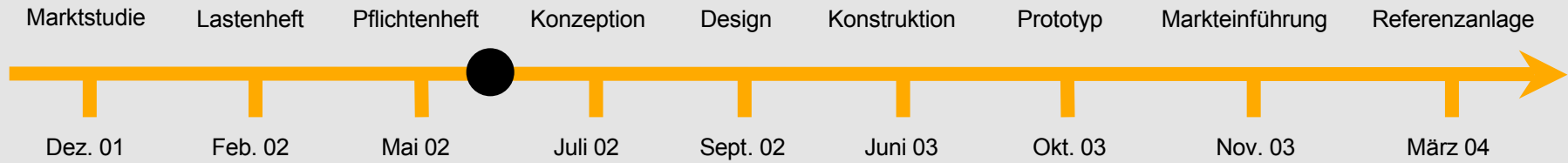


## Ergebnisse

- Neues Marktsegment (überkopffähiges, 6-sitziges Einzelfahrzeug)
- Innovation („Überkopf ohne Schulterbügel“)
- Hochwertigkeit (Qualität, Technologie)
- Ästhetik
- Bis -1 g (neue Fahrfiguren)

**=> Design als zentrale Anforderung an die Entwicklung**

# Partnersuche



## Entwicklungsteam

Designbüro

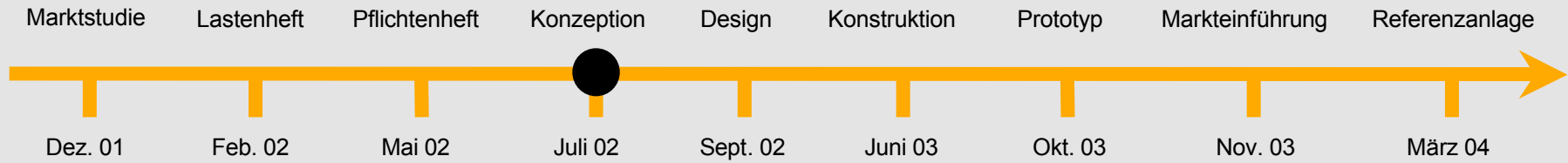
TÜV

Ergonomie

Maurer Söhne

- Schlechte Erfahrungen aus der Vergangenheit mit anderen Büros
- Empfehlungen
- Auswahl aus mehreren Büros
- Büro Hartmann und Hartmann, Augsburg
- Präsentation: pragmatisch, überraschend, kreativ, schnell
- Designbüro + Werbeagentur
- Kalkulationssicherheit über Komplettangebot

# Konzeption



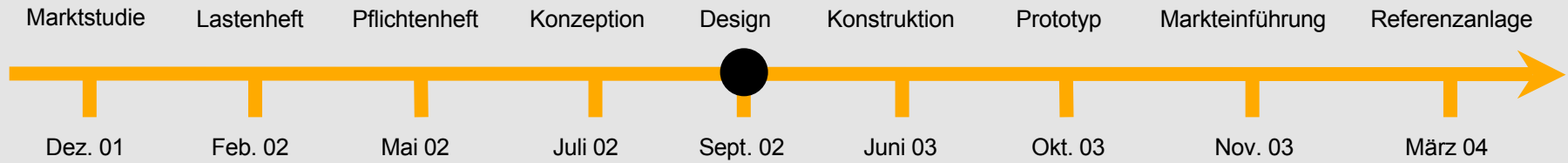
## Ziel

- Fahrerlebnis stets im Fokus, „Freiheit auf Schienen“

## Ablauf

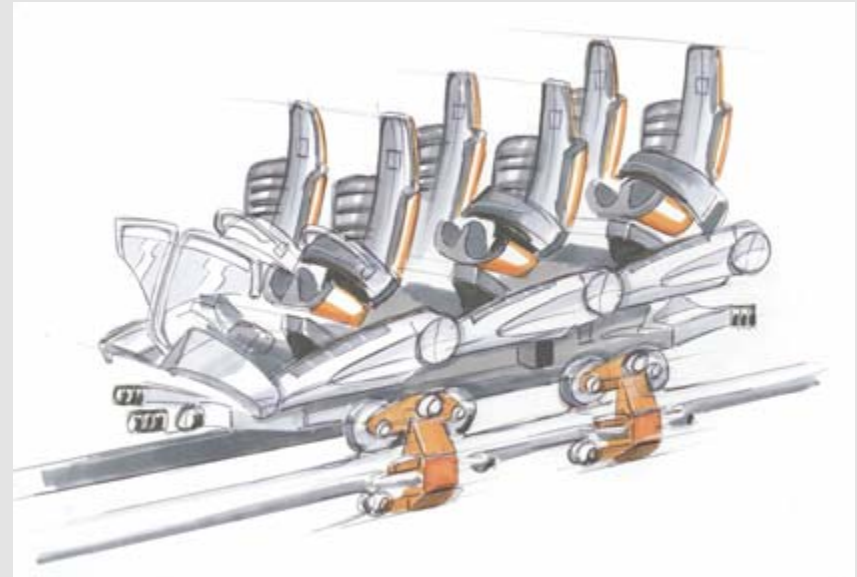
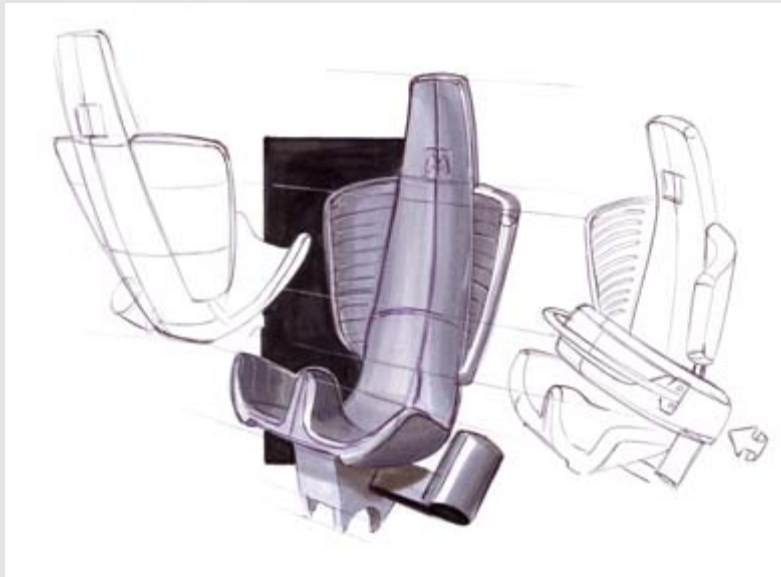
- Konkretisierung der Pflichtenheftinhalte, Ideensuche, Suche nach Themen und Erlebniswelten
- Enge Zusammenarbeit zwischen den Partnern von Beginn an
- Kreative Atmosphäre durch Interdisziplinarität
- Erstellung von Moodboards

# Design

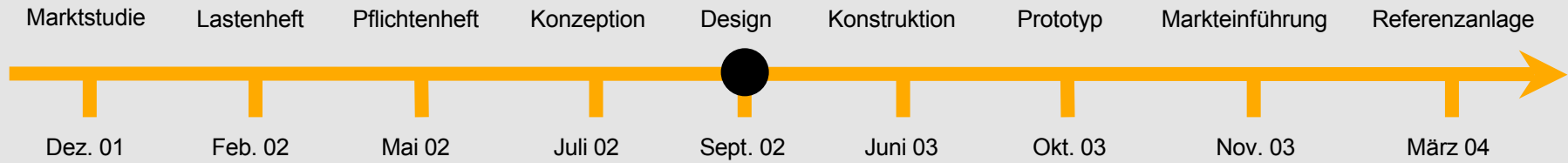


## Nutzen

- Hervorragende Diskussionsgrundlage
- Sehr konkret, keine Missverständnisse



# Design

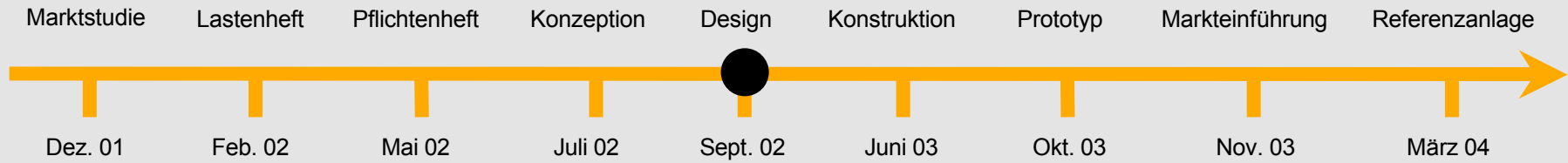


## Nutzen

- Generierung neuer Ideen
- Regelmäßige 3D-Visualisierung
- Motivation aller Team-Mitglieder
- Hilfsmittel zur Festlegung der Marketingstrategie
- Marktakzeptanz-Überprüfung



# Design

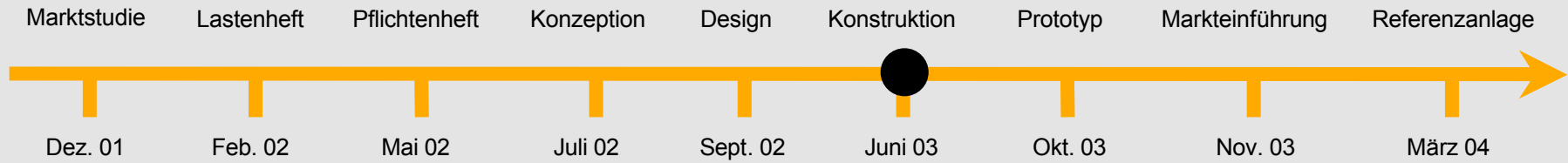


## Nutzen

- Frühzeitige Erstellung von Werbematerial
  - Pressemitteilungen
  - Prospekte
  - Angebotsillustration
  - Messestand-Ausstattung

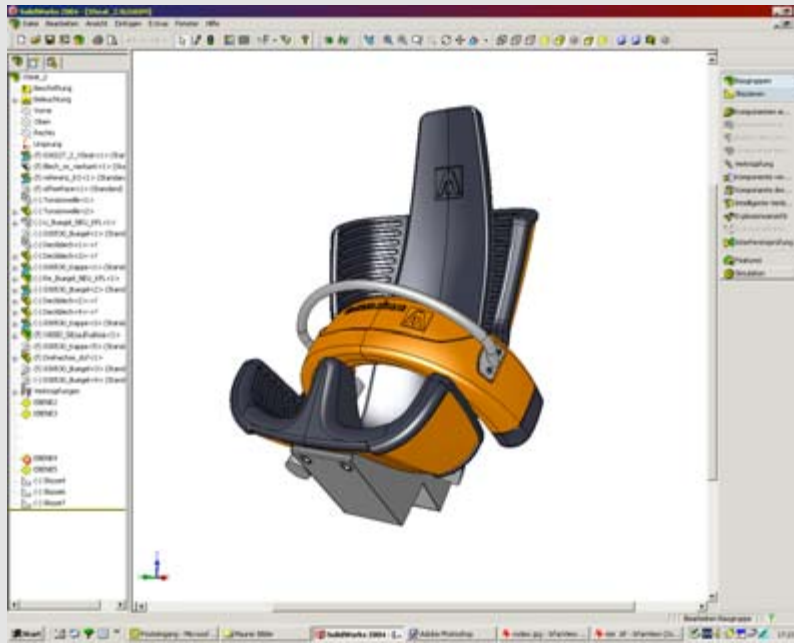


# Konstruktion

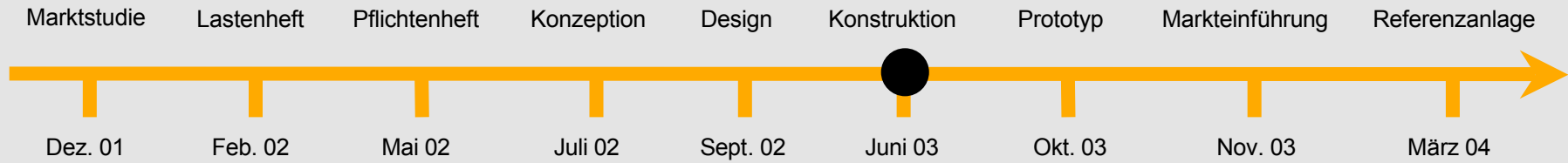


## Design-Unterstützung

- Teilweise direkte Mitarbeit im Maurer-Konstruktionsbüro
- Akzeptanz aufgrund hohen technischen Know-hows

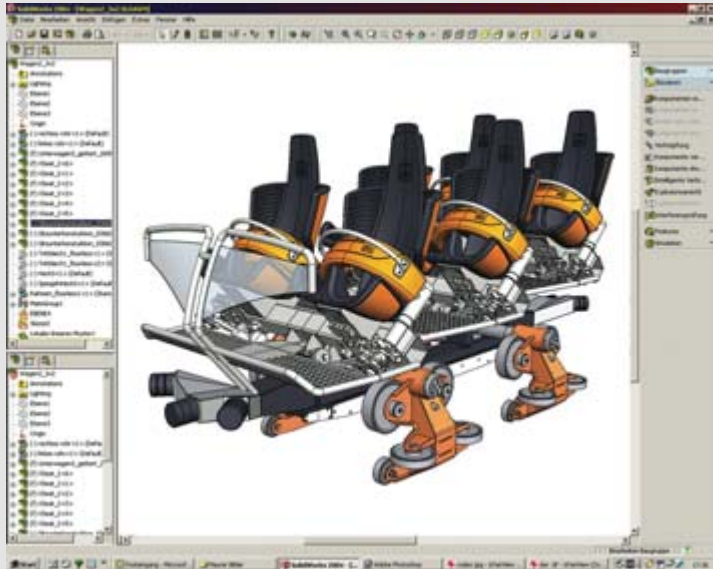


# Konstruktion

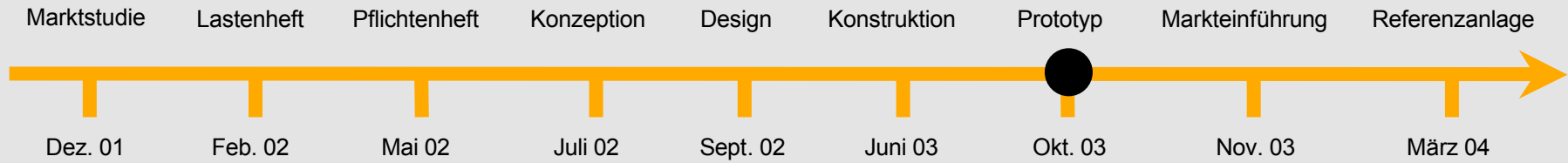


## Design-Unterstützung

- Kontrollfunktion für Beibehaltung des Designkonzeptes
- Erstellung von Werbematerial (Mailing, Messe)
- Motivation



# Prototyp

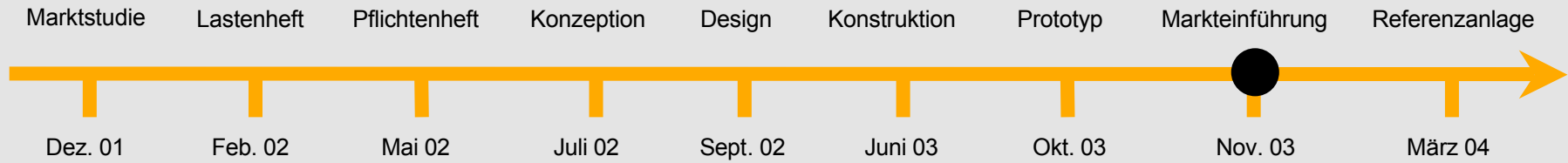


## Nutzen

- Verifizierung des Designs
- Vorabnahme durch TÜV
- Vorführobjekt für Kunden
- Marketing



# Markteinführung

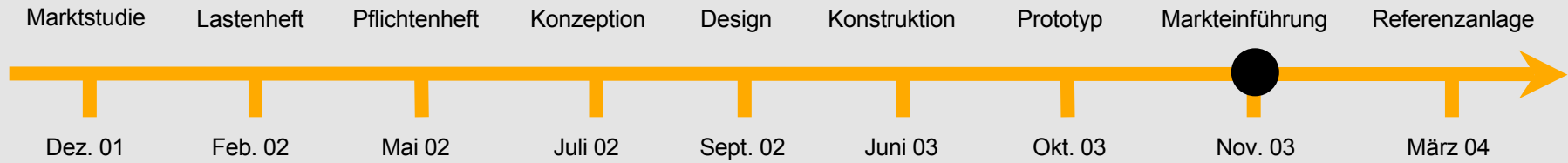


## Kundentag

- Potentielle Referenzkunden
- Presse-Event
- Feedback für Messepräsentation



# Markteinführung

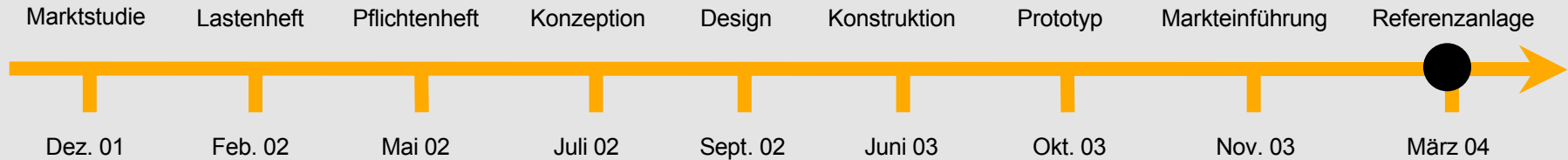


## Eventmaschine auf der IAAPA

- Messe-Highlight und Publikumsmagnet
- Hohe Glaubwürdigkeit
- Aufbau emotionaler Bindung



# Referenzanlage



## Risiko

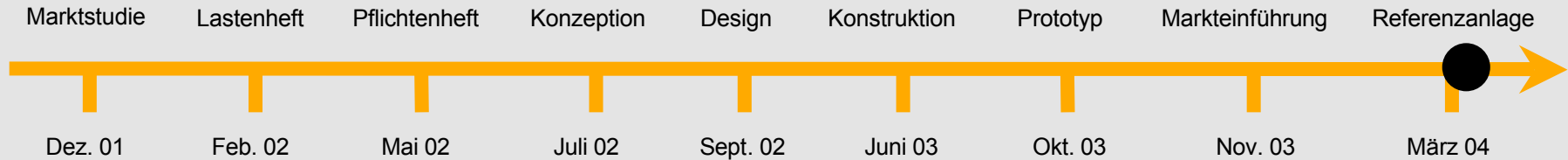
- Frühzeitiger Akquisitionsbeginn => Ladenhüter?
- Viele Vorschusslorbeeren => Was nun?
- Schön, aber: Wo ist der Haken?
- Der Wettbewerb schläft nicht



## Lösung

- Fahrzeug ist nur ein Teil der Anlage => Entwicklung spezieller Bahnfiguren
- Entwurf einer möglichst preiswerten Anlage mit überschaubarem Risiko
- Intensiver Kontakt mit potentiellen Referenzkunden / Glück

# Referenzanlage



- Hoher Attraktionsgrad aufgrund Weltrekord
- Eindrucksvolle Präsentation der X-Car Vorteile
- Kostengünstig aufgrund Standardisierbarkeit



# Status heute

## Erreichte Ziele

- Insgesamt 4 X-Car Bahnen ausgeliefert (11 Mio. € Umsatz)
- Mehrere Bahnen in Produktion
- Umsatzeinbruch von 2001 konnte aufgefangen werden
- Anzahl Anfragen stark gestiegen (für alle Produkte)
- Neuer Kontakt zu den größten Parkbetreibergruppen
- Maurer Söhne hat sich im Markt der Freizeitparks etabliert

## Es geht weiter

- Wettbewerb beobachtet Maurer Söhne und zieht nach
- Zusätzliche Weiterentwicklungen (Magnetbremsen, Launch-Antrieb)
- Trend: Immer kleinere Bahnen => nächste Entwicklung steht an
- Suche nach neuen Fahrfiguren und Effekten für mehr Fahrspaß

**=> Beim nächsten Mal wieder mit Designer**



# Designpreise



# Zusammenarbeit mit Designer

## Nutzen

- Ideengeber (auch über den eigentlichen Auftrag hinaus)
- Sparringspartner für eigene Ideen
- Verknüpfung der Produktentwicklung mit Marketing
- Hoher Aufmerksamkeitsgrad
- Ausdruck von besonderer Hochwertigkeit
- Kultstatus
- Motivator

## Erfolgsfaktoren

- Identifikation mit dem Produkt
- Begeisterungsfähigkeit
- Akzeptanz durch technische Kompetenz
- Unterstützung durch die Geschäftsführung
- Frei und sehr offen für neue Ideen
- Design von Anfang an



**Vielen Dank**