

## „Streichelzoo“ auf der Hannover Messe

Starke Marken – starke Partner: Interview mit Lars Funk vom VDI

Schunk arbeitet seit Jahren erfolgreich mit dem Verein deutscher Ingenieure (VDI) zusammen. Der VDI ist der größte technisch-wissenschaftliche Verein in Deutschland und zugleich die wichtigste Plattform und der entscheidende Netzwerkpartner für Ingenieure und Unternehmen. Wir sprachen mit Lars Funk vom VDI, der zum einen für die Mitgliederbetreuung und für die junge Standort-Initiative SACHEN MACHEN zuständig ist.

### Wie kommt ein Streichelzoo auf die Hannover Messe?

Durch Schunk! (Lars Funk lacht). Und das kam so: Die Hannover Messe ist der führende Marktplatz für wegweisende Technologien, Werkstoffe und Ideen. Sie ist das wohl wichtigste Technologieereignis weltweit. Und deshalb ist der VDI dort regelmäßig mit 700 Quadratmeter Ausstellungsfläche präsent. Hier zeigen wir mit unserem Angebot den Mehrwert, den eine VDI-Mitgliedschaft für Ingenieure bietet. Um den VDI-Stand für die Besucher attraktiver zu machen, haben wir über unsere Initiative „SACHEN MACHEN“ Partnerunternehmen mit ins Boot geholt, die innovative Technologien zeigen. Und einer der Partner ist Schunk. Weil Schunk nicht einfach irgendetwas ausstellt, sondern immer nur das Beste, gab es im diesen Jahr den „Streichelzoo der Werkstoffe“, so nannten wir ihn. Aber diese interne Bezeichnung demonstriert ganz gut, was Schunk gezeigt hat; nämlich ultraleichte Werkstoffe. Musste man früher Antriebswellen noch mit dem Kran heben, so konnten die Messebesucher die ausgestellte Antriebswelle selbst stemmen. Ultraleichte Exponate zum Anfassen und Anheben und zugleich ein ultra-erfolgreicher Messeauftritt.



Lars Funk verantwortet beim VDI die Mitgliederbetreuung und die Standortinitiative „Sachen Machen“

### Der gemeinsame Auftritt hat sich also gelohnt?

Das kann man wohl sagen. Die Schunk-Präsenz hat die Attraktivität unseres Messestandes deutlich erhöht. Und alle Beteiligten konnten sich über eine große Besucherfrequenz und viele gute Fachgespräche freuen. Wir haben nicht alle Gäste und Pressevertreter gezählt, aber wir wissen, dass allein 13.000 VDI-Mitglieder in Hannover bei uns vor Ort waren.

Schunk-Präsentation auf dem „Sachen Machen“-Stand anlässlich der Hannover Messe 2008



Ideen made in Germany

### Sie erwähnten die Initiative SACHEN MACHEN. Was verbirgt sich dahinter?

Da muss ich ein wenig ausholen. Wir haben festgestellt, dass viele Unternehmen mit den gleichen Herausforderungen zu kämpfen haben, oder anders ausgedrückt, ähnliche Ziele wie der VDI verfolgen. Das ist erstens, junge Menschen für Technik zu begeistern, weil wir in Deutschland technischen Nachwuchs brauchen. Zweitens müssen wir Innovationen fördern, weil davon der Technikstandort lebt. Und drittens müssen wir das Image des Technikstandorts Deutschland stärken. Der Ruf ist schlechter als Deutschland tatsächlich ist. Diese drei Ziele wollen wir mit der Initiative und unseren Partner verfolgen. Und es gibt so viele Unterneh-

men, Schunk ist eines davon, die ganz tolle „Sachen Machen“ und in ihren Bereichen Weltmarktführer sind, aber keiner weiß es. Zumindest nicht die breite Öffentlichkeit. Kurzum: Wir bieten eine Plattform, um unsere Partner bei einer breiten Zielgruppe bekannter zu machen.

### Wer sind denn diese Partner?

Das sind namhafte Unternehmen wie E.ON, Audi, ABB, Deutsche Bahn, Siemens und Schunk, aber auch Universitäten und Technikmuseen. Schunk ist beispielsweise ein Partner der ersten Stunde und im Mai 2006 – kurz nach der Gründung von SACHEN MACHEN – eingestiegen. Mittlerweile pflegen wir mit Schunk eine enge Partnerschaft, weil Schunk sich in diversen Projekten außerordentlich engagiert und wir das Unternehmen im Geizzug stärker in der Öffentlichkeit präsentieren wollen.

### Wie gelingt der Auftritt in der Öffentlichkeit?

Ein klassisches Beispiel ist die Fotostrecke im Publikumsmagazin GEO: Die Waschmaschine und das Auto kennt jeder, aber kaum einer weiß, dass dort überall Schunk-Produkte drinstecken. Jetzt wissen es auf jeden Fall die Leser von GEO. Denn ein Topfotograf hat die Maschinen vor die Linse und unter die Lupe genommen und auch die Kohlebürsten von Schunk abgelichtet: Schunk für den Verbraucher sicht-

Hannover Messe 2008:  
200.000 Besucher, 5100 Aussteller



Ergebnis guter Zusammenarbeit mit „Sachen-Machen“: Fotoshooting für GEO. Die Kohlebürste unter der Lupe wurde in Heft 4/2007 veröffentlicht.



bar – auch auf dem Titelbild. Solche Projektbeteiligungen vermittelt der VDI durch die Initiative.

Ein anderes Beispiel ist „TecTV“. Wer Hi-Tech anbietet, muss sich auch im Hi-Tech-Format präsentieren. „TecTV“ ist der erste deutsche Technik-Internetsender. Hier bringen wir dem Nachwuchs, den 14 bis 19-jährigen, Technik auf ihre Weise näher. Wir müssen die Jugendlichen dort abholen, wo sie sind und das ist nun mal das Internet. Technikbegeisterung muss früh geweckt werden, damit wir ausreichend Ingenieurnachwuchs haben. Auch hier unterstützt uns Schunk und hat unter anderem einen TV-Beitrag zum Thema Rastnocke im Autogurtschloss abgedreht, der verdeutlicht, dass die innovativen Materialien von Schunk helfen, Leben zu retten.

### Spannend! Gibt es noch mehr SACHEN MACHEN in der Pipeline?

Sicher, aber das würde hier den Interviewrahmen sprengen. Vielleicht ein kleiner Appetit-Macher zum Schluss und ein Ausblick in die gemeinsame Zukunft von Schunk und VDI. Im nächsten Jahr kartografieren wir die „Deutsche Technikstraße“. Und auch hier ist Schunk wieder der Partner der ersten Stunde oder der ersten Straße. Diese technische Landkarte zeigt der Öffentlichkeit, welche Techniken in Deutschland wo und durch welche Unternehmen entstehen. Die „Deutsche Technikstraße“ werden wir mit Sonderpublikationen, Wanderausstellungen und einem eigenen Internetauftritt

begleiten. Das Interesse und das Potenzial sind riesig. Mehr kann ich nicht verraten. Nur noch so viel: Diese Reise durch die Technik wird sich für alle lohnen, auch für die Partnerunternehmen, die diese Tour ermöglichen.



### Verführerischer Versuch VDI

Aufgrund der besonders guten Zusammenarbeit mit Schunk macht der VDI allen Schunk-Ingenieuren ein verführerisches Angebot: Eine kostenlose und unverbindliche Probe-Mitgliedschaft für ein halbes Jahr. Sie können wöchentlich die VDI Nachrichten lesen, die Wissensdatenbanken und Netzwerke nutzen, Kongresse besuchen und vieles mehr. Der VDI versteht sich als Dienstleister für Ingenieure und ist der einzige Verein in Deutschland, der die ganze Bandbreite der Technik abdeckt; alle Branchen, alle Technologien.

Interessierte Schunkianer können ihren Versuch direkt bei Lars Funk starten: Tel. 0211 62 14-405 oder [funk\\_l@vdi.de](mailto:funk_l@vdi.de), [www.vdi.de](http://www.vdi.de)