

ATELIER BRÜCKNER

PRESSEMITTEILUNG

09.08.2017

MEHR ALS STAUBSAUGER VORWERK BEGEISTERT MIT NEUER MARKENWELT

„Ist Ihnen Vorwerk ein Begriff?“ Millionen Menschen in aller Welt verbinden mit dieser Frage die Staubsauger des erfolgreichen, 134 Jahre alten Familienunternehmens. Wie vielfältig die Markenwelt von Vorwerk jedoch wirklich ist, zeigt von nun an der Vorwerk BrandSpace in Wuppertal. ATELIER BRÜCKNER setzt hier die Produkte und die Unternehmensgeschichte erstmals angemessen in Szene: Vom altertümlich anmutenden Beutelstaubsauger zum wendigen, per App zu bedienenden Saugroboter, vom Standmixer zum ausgeklügelten, digitalen Thermomix TM5 – die Produktgeschichte von Vorwerk steckt bis heute voller Innovationen.

Der BrandSpace befindet sich im Hauptsitz der Firma, in einem Gebäude aus den 1950er Jahren. Durch das neu gestaltete, lichtdurchflutete Foyer gelangen die Besucher in den weiß gehaltenen Ausstellungsraum. Hier zeichnet eine leuchtende Timeline entlang der Wände die Unternehmensgeschichte nach – vom ersten Teppich-Webstuhl in Wuppertal über Meilensteine wie den Verkauf des millionsten Staubsaugers bis hin zum sozialen Engagement des Unternehmens etwa für die SOS-Kinderdörfer. Das vertraute Grün setzt farbliche Akzente.

Den einzelnen Marken widmen sich auf den knapp 750 Quadratmetern Ausstellungsfläche acht unterschiedlich große Produktinseln. Diese Inseln sind im Grundriss dem Firmenlogo nachempfunden – zwei Kreise, die eine Schnittmenge bilden (Vorwerk CO.). Hier können die Besucher anhand historischer und hochmoderner Exponate die Produkt- und Themenwelten von Vorwerk kennenlernen. So probieren sie an der „Saugbar“ neue Geräte aus, lassen sich an der JAFRA-Insel zu den Kosmetikprodukten beraten, testen den Thermomix in der Showküche und Akku-Werkzeuge der Marke Twercs. Oder sie bestaunen Teppiche aus eigener Produktion, bei deren ausgefallenen Mustern und Designs die Arbeiten von Künstlern wie Roy Lichtenstein, David Hockney und Jean Nouvel Pate standen. Historische Werbespots aus Italien und Deutschland begleiten die Produktpräsentation.

Raumhohe Stoffbahnen grenzen die Produktinseln vom Umfeld ab. Je nach Lichteinfall sind die Stoffe semi-transparent oder werden zur Projektionsfläche. Eine filmische Bespielung verbindet dann die Produktwelten, etwa indem eine vierköpfige Familie den Einsatz von Vorwerk Produkten im Alltag darstellt und sich dabei von Insel zu Insel bewegt. Das Zusammenspiel der Marke in all ihren Facetten und Teilbereichen wird deutlich.

ATELIER BRÜCKNER GMBH
KREFELDER STRASSE 32
70376 STUTTGART | GERMANY

PRESSE UND KOMMUNIKATION

CLAUDIA LUXBACHER
T. +49 711 5000 77 126
PRESSE@ATELIER-BRUECKNER.COM

WWW.ATELIER-BRUECKNER.COM

Das Lichtkonzept erlaubt den Wechsel von Tag, Dämmerung und Nachtbeleuchtungsszenen sowie verschiedene Lichtmodi für Events. Sie können manuell gesteuert werden.

Die Ausstellung ist so angelegt, dass Touren unterschiedlicher Länge durch den BrandSpace führen. Alternativ erkunden Besucher die Produktwelt auch selbst. Wer das Unternehmen bisher nicht kannte oder nur mit Staubsaugern verband, wird erstaunt sein über die Produktvielfalt. Bis heute überraschen und begeistern die leidenschaftlichen Erfinder aus Wuppertal die Fachwelt und ihre Kunden regelmäßig aufs Neue.

Kontakt zum Vorwerk BrandSpace:

Heike Langner
Corporate Marketing
Vorwerk & Co. KG
Mühlenweg 17-37
42270 Wuppertal | Deutschland
T. +40 202 564-1469
heike.langner@vorwerk.de
www.vorwerk.de

ATELIER BRÜCKNER GMBH
KREFELDER STRASSE 32
70376 STUTTGART | GERMANY

PRESSE UND KOMMUNIKATION

CLAUDIA LUXBACHER
T. +49 711 5000 77 126
PRESSE@ATELIER-BRUECKNER.COM

WWW.ATELIER-BRUECKNER.COM