

# BRAND SPACES

PETER SCHMIDT GROUP





# BÄM! *BAM!*

**Und es hat BÄM gemacht.  
*And it went BAM!***

---

Wir bringen Hände zum Schwitzen, Herzen zum Rasen und Augen zum Leuchten. Mit einer aufsehenerregenden, begeisterten Inszenierung von Marke im Raum. BÄM!

Wie wir das genau machen? Erfahren Sie auf den nächsten Seiten.

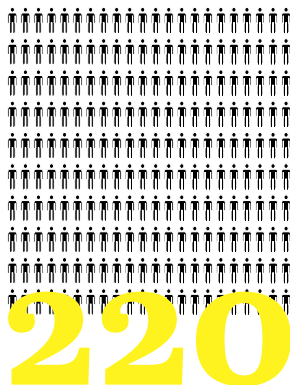
*We'll make your palms sweat, hearts race and eyes light up. From giving a brand a spectacular, exciting stage in a set space. BAM!*

*How do we do it? Find out on the following pages.*

PETER SCHMIDT GROUP



1972  
gegründet



220 Mitarbeiter

24  
Nationalitäten

22  
Sprachen

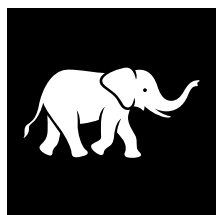
Branchen

- Dienstleistungen
- Handel
- Automobil
- Energie
- Finanzdienstleistungen, Versicherungen
- Industrie, Maschinenbau
- Kultur, Bildung, öffentlicher Sektor
- Lifestyle, Beauty, Fashion
- Medien
- Konsumgüter, Food & Beverages
- Gesundheit, Pharma, Chemie
- Logistik, Tourismus



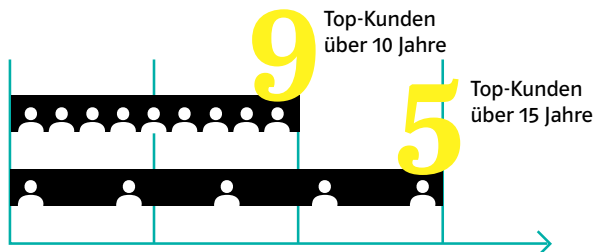
### The Baby „E“

Zeichnung unseres Markenzeichens von Peter Schmidt, unserem Gründer. Sein Charakter und seine Ansichten haben uns stark geprägt und sind immer noch wichtig für die Art, wie wir arbeiten.



### Markenzeichen

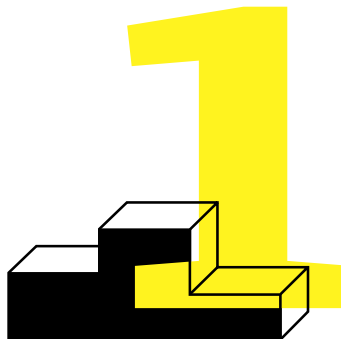
Der Elefant, denn er lebt sehr lange und hinterlässt prägende Eindrücke – genauso wie gutes Design und erfolgreiche Marken.



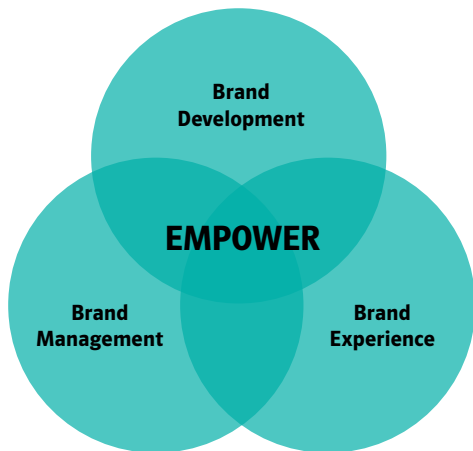


Hamburg  
Frankfurt  
München  
Düsseldorf  
Tokio

**5** Standorte



Deutschlands erfolgreichste  
Marken- und Designagentur



Ganzheitlich denken,  
interdisziplinär arbeiten.

Motion Design

Technology Consulting & Solutions

Packaging Design

Strategie

Brand Spaces

Implementierung

Konzept

Formentwicklung

Corporate Design

Text

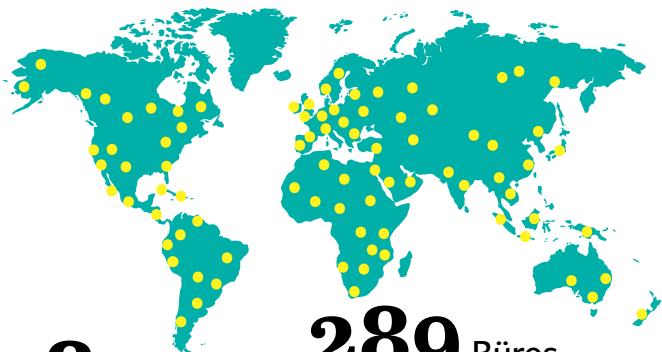
Interactive Branding

Corporate Publishing



In den letzten  
3 Jahren

BBDO Netzwerk



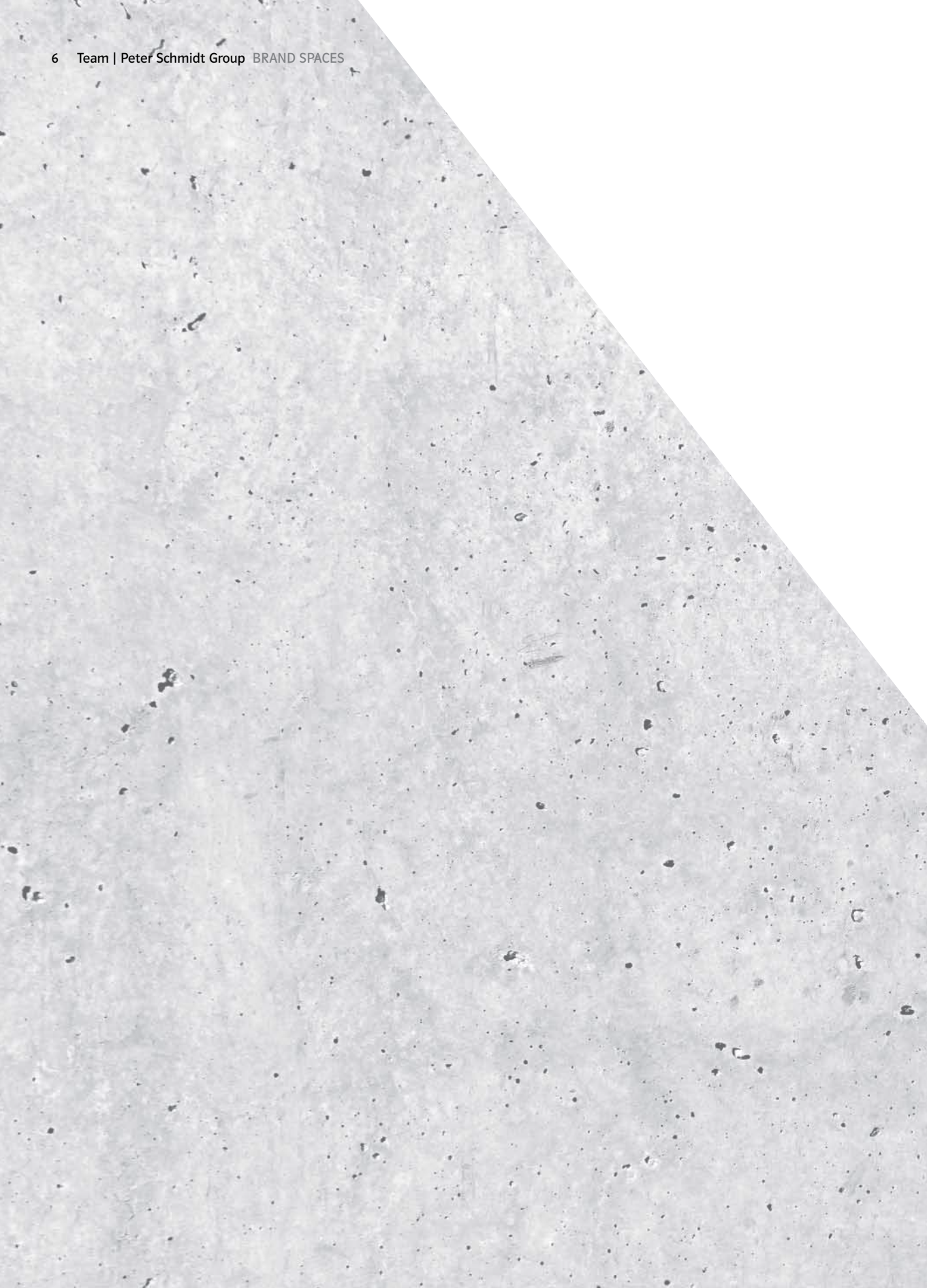
**81** Länder

**289** Büros

**LAB  
72**

PSG Kreativlabor  
[www.lab72.xyz](http://www.lab72.xyz)







# **1. TEAM**

# ÜBER UNS. *ABOUT US.*





## **Wer wir sind und was wir machen**

Wir sind Experten für die dreidimensionale Umsetzung von Marken. Seit 1972 entwickeln wir erfolgreich Marken-, Retail- und Messeauftritte für nationale und internationale Unternehmen. Und wir machen Marken und Produkte mit allen Sinnen erlebbar.

## **Warum wir das machen**

Weil wir es lieben, mit überraschenden, inspirierenden Erlebnissen Marken in den Raum zu transformieren. Weil wir es als persönliche Herausforderung betrachten, aus kurzen Momenten nachhaltige Begeisterung für Marken zu schaffen.

## **Was wir genau machen**

Retail Design: Wir gestalten eine Umgebung, die Produkte wirkungsvoll in Szene setzt – von Shop-in-Shop bis Flagship-Store.

Pop-up/Messe/Event Design: Wir machen Marken für einen begrenzten Zeitraum maximal erlebbar.

Interaktive Kommunikation: Wir wissen, wann welche Technologien einen Mehrwert bieten – ob Multitouch-Display, Digital Signage, Instore TV, Beacon, RFID, IdD oder Virtual Reality. Wir digitalisieren Ihre Marke auf allen Kanälen.

## **Wer wir noch sind**

Brand Spaces ist ein Kompetenzbereich der Peter Schmidt Group. Gemeinsam mit Spezialisten aus den Bereichen Strategie, Identity, Design, Implementierung und Interactive betreuen wir unsere Kunden besonders umfassend und immer auf den Punkt. BÄM!

## **Who we are and what we do**

*We are experts in the three-dimensional realisation of brands. We have been successfully developing brands, retail and fair presentations for national and international companies since 1972. And we make brands and products a tangible experience for all senses.*

## **Why we do it**

*Because we love creating surprising and inspiring experiences to transform brands into spaces. Because creating lasting passions for brands from brief moments is our personal challenge.*

## **What we do exactly**

*Retail design: We design environments to provide a powerful stage for products – from shop-in-shops to flagship stores.*

*Pop-up events/fairs/event design: We turn brands into a maximum experience for a limited period of time.*

*Interactive communication: We know when and which technologies offer added value – be it multitouch displays, digital signage, instore TVs, beacons, RFIDs, IdDs or virtual reality. We digitalise your brand on all channels.*

## **Who we also are**

*Brand Spaces is one of the Peter Schmidt Group's areas of expertise. Together with the Group's strategy, identity, design, implementation and interactive specialists we provide comprehensive services to our customers that are to the point. BAM!*

# UNSER TEAM. *OUR TEAM.*

---

Wir sind ein eingespieltes Team aus Markenstrategen, Interior Designern, Konzeptionern, Product Designern, Architekten und Interactive Designern. Wir sind hoch spezialisiert, motiviert und wir arbeiten sehr gut und gerne zusammen.

*We are a well-established team of brand designers, interior designers, conceptioners, product designers, architects and interactive designers. We are highly specialised, motivated and we work very well and gladly together.*



**Steven Cichon**  
Director  
Brand Spaces



**Jan Görlitz**  
Senior Industrial Designer  
Brand Spaces



**Dorothee Mainka**  
Interior Designer  
Brand Spaces



**Fabrice Hoefgen**  
Interior Designer  
Brand Spaces



**Norbert Möller**  
Executive Creative  
Director



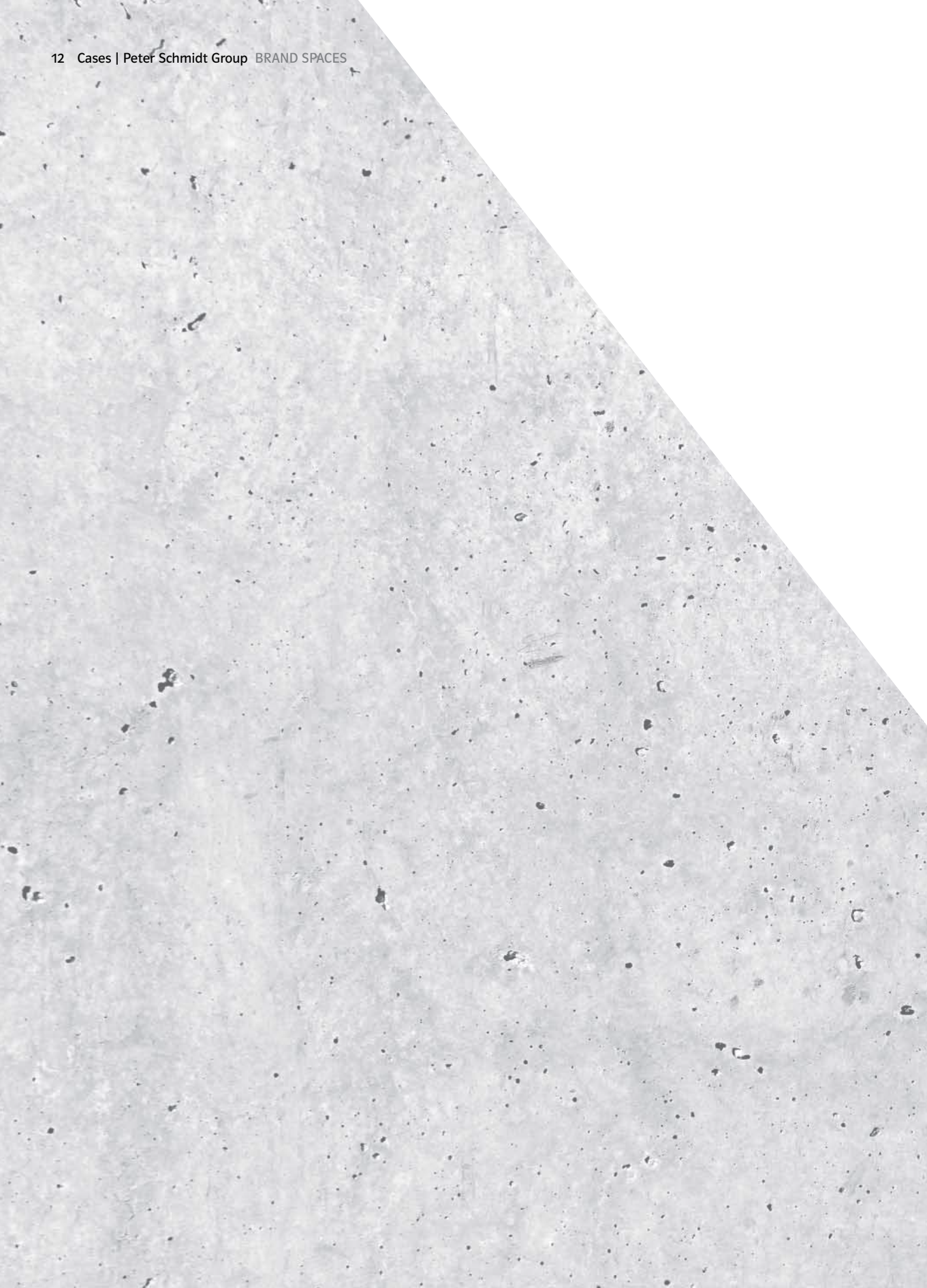
**Swenja Helms**  
Senior Project Manager  
Corporate Design



**Sonja Wegner**  
Senior Designer  
Corporate Design



**Andreas Meyen**  
Senior Designer  
Interactive





## **2. CASES**





# ATLANTIC HAUS HAMBURG.

## Neugestaltung 19. Stock *Redesign of the 19th floor*

---

Containerschiffe, Hafenkräne, die Lichter des Kiezes – wer sich im 19. Stock des Atlantic Hauses aufhält, genießt die entspannte Atmosphäre und den einmaligen Ausblick. Wieder. Denn die Konferenz- und Lounge-Etage des 2003 gebauten Gebäudes war bereits etwas in die Jahre gekommen.

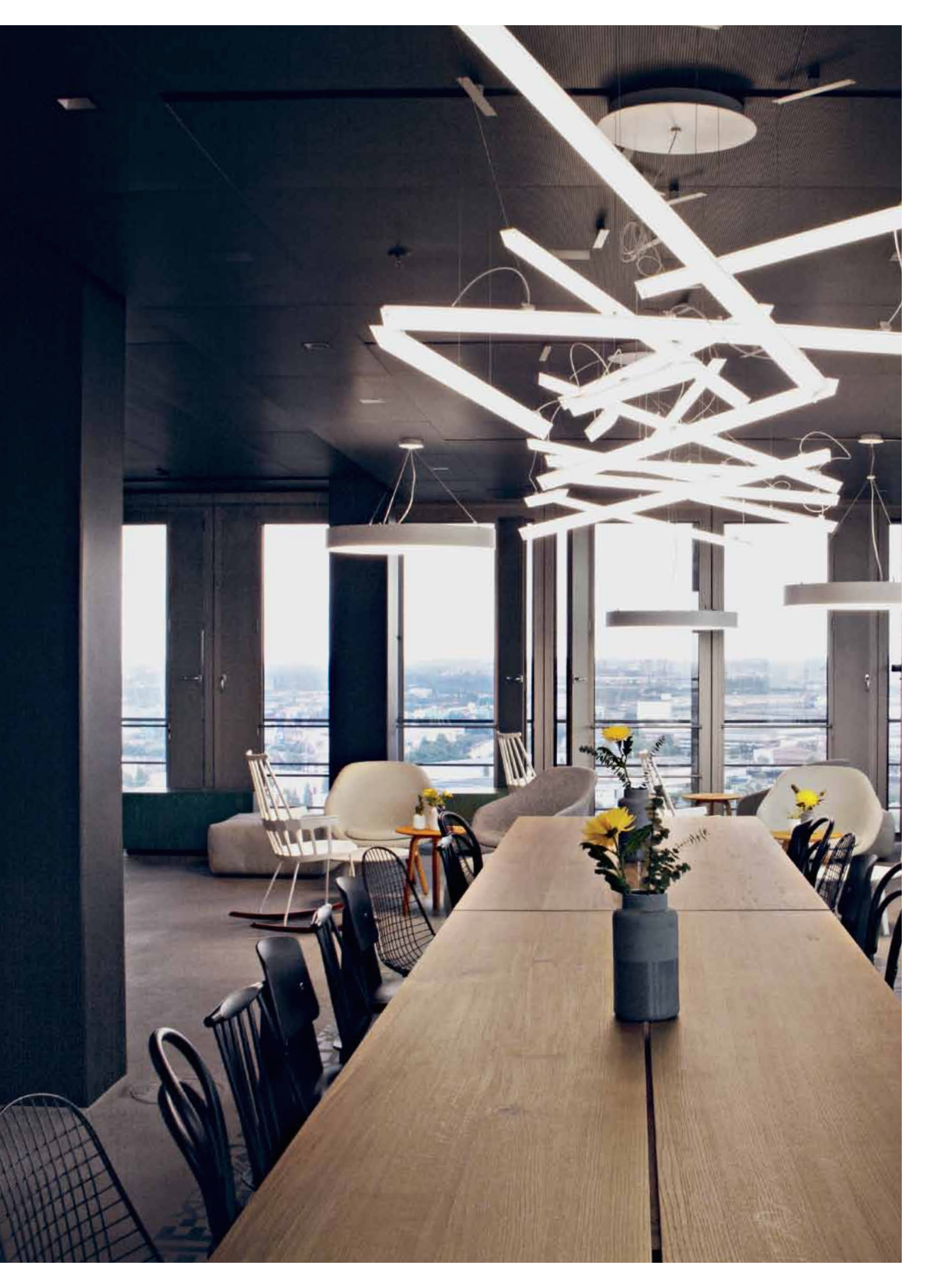
Bei der grundlegenden Neugestaltung haben wir besonderen Wert auf die Sicht gelegt. Das heißt: Höhere Elemente wurden zentral im Raum positioniert und das Mobiliar wurde zur Panoramaseite aufgelockert. Auch die individuell angefertigten Aussichtstresen sind nahezu unsichtbar im Raster der Fensterrahmen positioniert.

Zudem wollten wir einen Ort schaffen, der allen Nutzern des Hauses als Treffpunkt dient und sie einlädt, auch mit Kollegen aus anderen Büros ins Gespräch zu kommen. Herzstück des Raumes ist deshalb ein großer, massiver Holztisch. Ein aufgetragenes Bodenmuster aus Elementen des Flaggenalphabets schafft zusätzlich einen maritimen Bezug.

*Container ships, port cranes, the lights of the red-light district – the Atlantic House's 19th floor offers a relaxed atmosphere and an unparalleled view. Yet again: the meeting and lounge floor of the building constructed in 2003 had already slightly started showing its age.*

*Our comprehensive redesign of the space places particular emphasis on the view. That is to say: high elements were placed in the middle of the room and the furniture on the side of the panoramic view was eased up. Likewise, the custom-made panoramic counters are positioned almost invisibly in the grid of window frames.*

*We wanted to create a place where all users of the building can meet and that invites them to socialise with people from other offices. Accordingly, the centrepiece of the room consists of a large massive wooden table. We created a maritime reference by applying a pattern of flags from the international code of signals to the floor.*









Der bewusst dunkel gestaltete und mit Neonreklame akzentuiert erhellte Flur zelebriert „Kiez-Atmosphäre“ und erschließt die insgesamt fünf Konferenzräume.

*The hallway connects all five meeting rooms and we intentionally designed it in dark shades, illuminated by accentuated neon advertising boards celebrating a red-light district atmosphere.*

# CONTINENTAL.

## Ausstellungskonzept, weltweit *Exhibition concept, global*



---

Wir als Peter Schmidt Group haben Continental in seiner Entwicklung vom Reifenhersteller zu einem der größten Automobilzulieferer begleitet: Mit strategischer Beratung, Change-Kommunikation, einem Redesign, einer neuen Image-Kommunikation und einem neuen dreidimensionalen Ausstellungskonzept.

Prägendes Element sind die speziell gestalteten „Aluminium-Blades“, die dem Raum Struktur geben, den Besucher leiten und als Kommunikationsfläche dienen.

Aufgrund seiner guten Adaptierbarkeit findet das neue Design konzernweit an den unterschiedlichsten Orten Anwendung, so zum Beispiel am Hauptsitz des Unternehmens in Hannover oder im Konferenzbereich und im Foyer der Continental Fußballarena in Regensburg.

*We, as the Peter Schmidt Group, accompanied Continental on its way from a tyre manufacturer to becoming one of the largest automotive suppliers: by providing strategic advice, change communication, a redesign, new image communication and a new three-dimensional exhibition concept.*

*Its distinctive element consists of specially designed 'aluminium blades' that give the space a structure, guide visitors and function as a communication area.*

*As it is extremely adaptable, the new design is being used throughout the corporate group in all kinds of locations, for example at the company's head offices in Hanover or in the conference area and the entrance area of the Continental football stadium in Regensburg.*





## New Answers for Future Mobility

Intelligent transportation solutions for the future of mobility. Our solutions are designed to meet the needs of the future of mobility, providing a comprehensive and integrated approach to the challenges of the future of mobility. Our solutions are designed to meet the needs of the future of mobility, providing a comprehensive and integrated approach to the challenges of the future of mobility.



面向未来汽车行业的全新解决方案

New Answers for Future Mobility

New Answers for Future Mobility

New Answers for Future Mobility

New Answers for Future Mobility

面向未来汽车行业的全新解决方案

New Answers for Future Mobility







Das neue Ausstellungs-  
konzept funktioniert  
zusätzlich zum existie-  
renden Raum.

*The new exhibition  
concept works as an  
add-on to the existing  
space.*

# BIANCA.

## Messestand Panorama, Berlin *Trade fair booth panorama, Berlin*



---

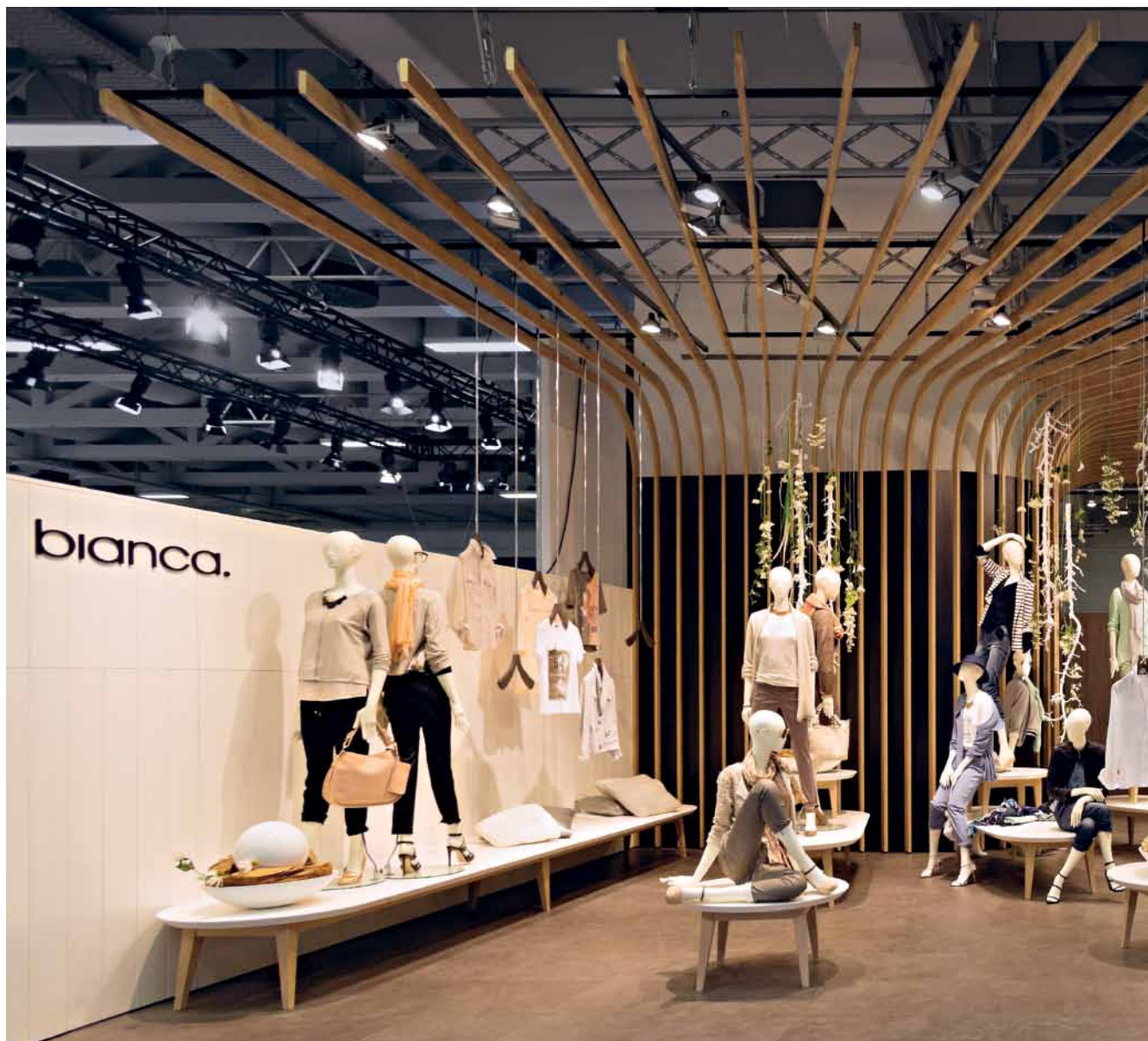
Bianca steht als Modeunternehmen für einen entspannten Casual-Look – und genau dieses Gefühl haben wir erlebbar gemacht. Als zentrales und zugleich verbindendes Element überspannt ein abstrahierter Baum den Messestand. Der Besucher fühlt sich intuitiv willkommen und spürt die Werte, für die Bianca steht. Das neue Look-and-Feel von Bianca entstand im Rahmen eines umfassenden Redesigns der Marke durch die Peter Schmidt Group und wurde nach dem Launch auf dem Messestand in die Showrooms der Marke übertragen.

*As a fashion company, Bianca stands for a relaxed, casual look – and this is precisely the sentiment we turned into a real-life experience. An abstract tree, as the central and connecting element, spans across the booth. Visitors intuitively feel welcome and sense the values Bianca represents. Bianca's new look and feel was created as part of a comprehensive redesign of the brand by the Peter Schmidt Group and was applied to the brand's showrooms after it was launched at the trade fair.*











Natürlichkeit und Nahbarkeit werden zudem durch hochwertige Holzoberflächen und die sanfte Formsprache des Mobiliars transportiert.

*Quality wood surfaces and the gently sweeping forms of the furniture convey naturalness and approachability.*

# LINDE.

## Messestrategie, weltweit *Trade fair strategy, global*

---

Mehr Marke, mehr Dialog, mehr Leads. Für die neue Messestrategie haben wir genau dieses Versprechen in den Mittelpunkt gestellt. Das Ziel: die Marke im Raum visuell prägend und als klar erkennbares Dialogangebot gestalten.

Der hohe Innovationsanspruch der Linde Group war das leitende Motiv für eine neue dynamisch ausgerichtete Formensprache. Das durch Kanten gebrochene Raster kennzeichnet die Highlight Wall genauso wie die neu entworfenen Möbel. Und weil die Innovationen von Linde auf dem Thema Gase basieren, bildet unter dem Polygon immer eine Visualisierung des entsprechenden Gases das Fundament des Messestands.

Die Elemente sind als Baukastensystem gestaltet: flexibel, variabel und wiedereinsetzbar. Die Kommunikationsstrategie sieht vor, das jeweilige Highlightthema prominent zu inszenieren. Die Workbench ist der Ort für persönliche Begegnungen und Beratungsgespräche. Linde Trainees und Linde Experten begegnen den Besuchern hier als Markenbotschafter auf Augenhöhe.

*More brand, more dialogue, more leads. This is the promise that stands at the centre of our new trade fair strategy. The objective: to give the brand a design that visually defines the space.*

*Linde's strong commitment to innovation was the leading motif for the new dynamic design in shapes and forms. The grid fractured by angles features both on the Highlight Wall and the newly designed furniture. And because Linde's innovations are based on the theme of gases, the fair booth's foundation always contains a visualisation of the gas in question underneath the polygon.*

*The elements are designed in the shape of a modular system: flexible, variable, and re-insertable. The communication strategy ensures that each highlight theme is prominently displayed. The workbench is the place for personal encounters and consultancy. This is where Linde trainees and Linde experts can meet visitors at eye level as brand ambassadors.*





Ar

Argon



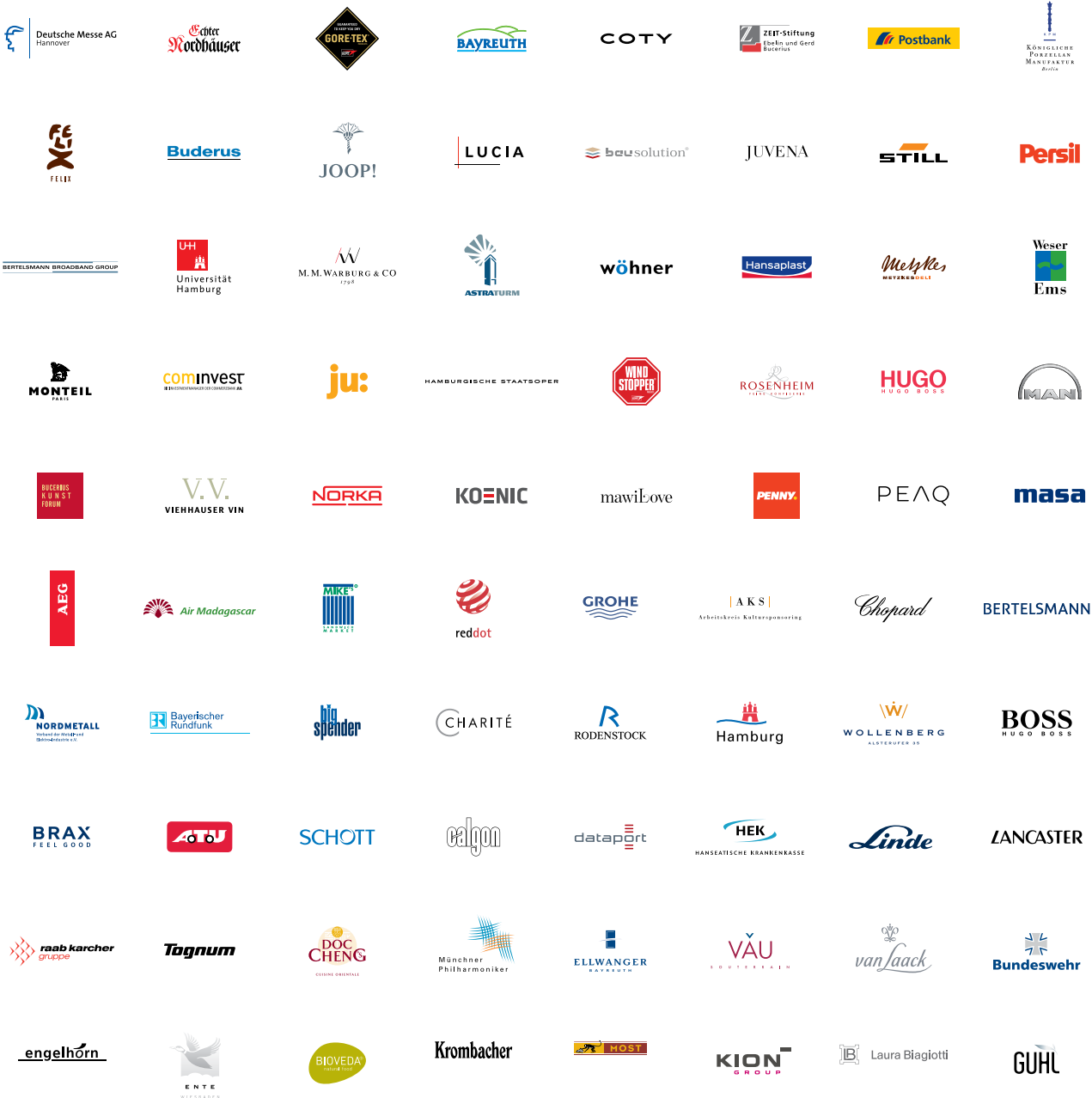


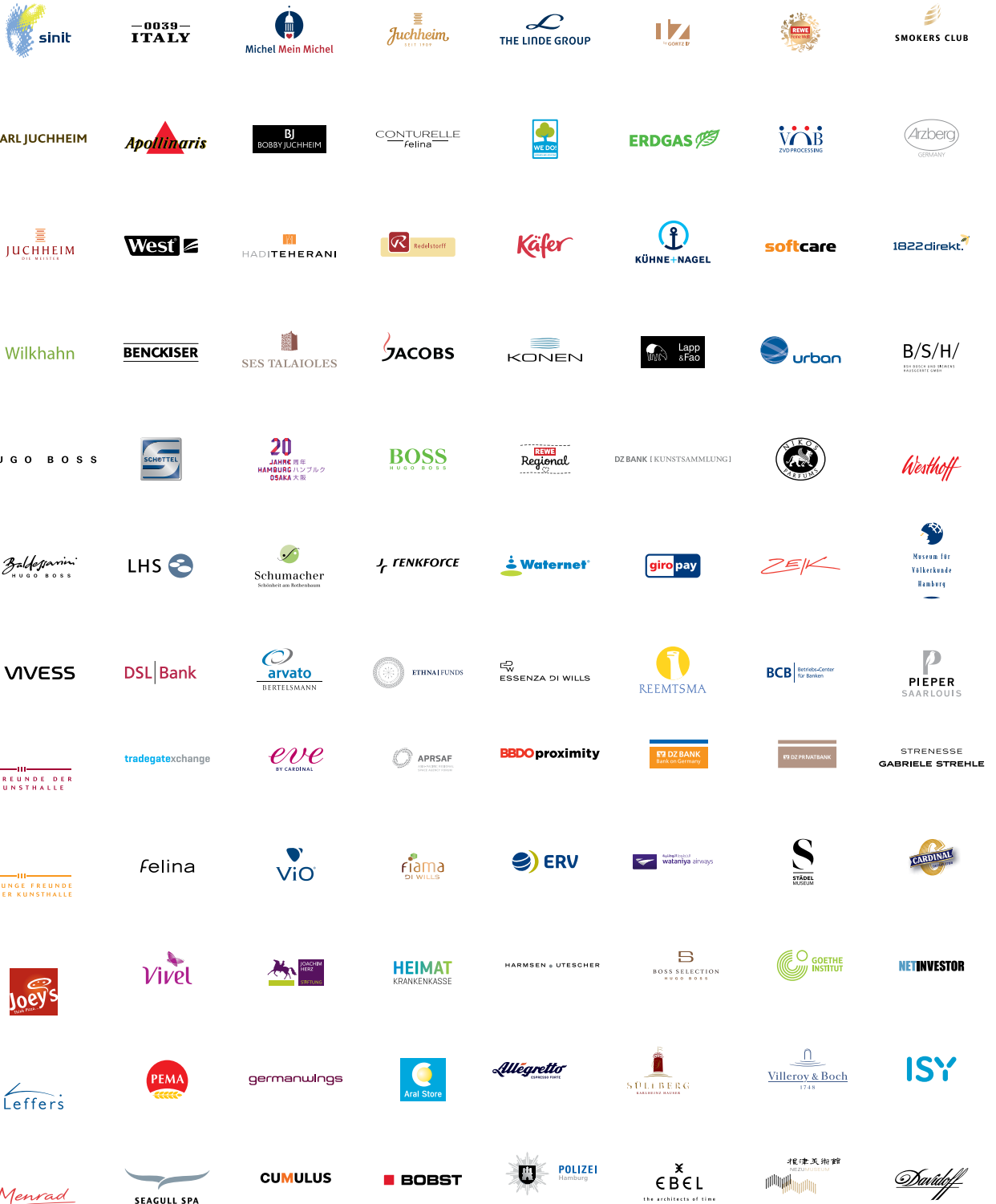


Seit Einführung des neuen Messeauftritts konnte Linde eine deutliche Steigerung der qualitativen Leads auf den Messen verzeichnen.

*Since the introduction of the new trade fair design, Linde has been experiencing a visible increase in its qualitative leads at trade fairs.*

# UNSERE KUNDEN. *OUR CLIENTS.*





# KONTAKT. *CONTACT.*

---

Sie haben eine Frage oder möchten uns persönlich kennenlernen? Gerne! Mit uns in Kontakt zu kommen, ist ganz einfach. Sie finden uns an unserem Hauptsitz in Hamburg sowie an drei weiteren Standorten in Deutschland.

*You have a question or would like to get to know us personally? Gladly! Getting in touch with us is easy. You will find us at our headquarters in Hamburg and at three other locations in Germany.*

## HAMBURG

ABC-Straße 47  
20354 Hamburg  
Germany

Zirkusweg 1  
20359 Hamburg  
Germany

Tel +49 40 44 18 04-0

## FRANKFURT AM MAIN

Westhafenplatz 8  
60327 Frankfurt am Main  
Germany

Tel +49 69 85 09 93-0

## DÜSSELDORF

Grünstraße 15  
40212 Düsseldorf  
Germany

Tel +49 211 3 01 02-0

## MÜNCHEN

Theresienhöhe 12  
80339 München  
Germany

Tel +49 89 25 55 37-80