

PRESSEKONFERENZ

Dienstag, 1. Juli 2008

Der „Neue Thalys“:

**Elegante Uniform-Kollektion von Eva Gronbach,
Exklusives Design-Interieur,
Spitzentechnologien**

„Eine Spur anders“: Der „Neue Thalys“!

„Spitzentechnologien und Innovationen am Puls der Zeit prägen Thalys seit seiner Gründung vor mehr als zehn Jahren. Es ist unser wichtigstes Ziel, den Wünschen unserer Reisenden immer einen Schritt voraus zu sein und unser Service-Angebot dementsprechend auszubauen. In diesem Jahr stellen wir unseren „Neuen Thalys“ vor – mit innovativen Technologien, Design-Neuheiten und noch mehr Komfort. Wir laden Sie herzlich ein, diesen „Neuen Thalys“ gemeinsam mit uns zu entdecken!

Ab dem 1. Dezember 2008 können unsere Reisenden in eine „Neue Thalys“-Welt eintauchen, mit einem vollständig neuen Interieur-Design, einem überarbeiteten Service-Konzept und einer neuen Uniform-Kollektion, die Eva Gronbach, eine aufstrebende Designerin aus Köln, exklusiv für uns entworfen hat. Ein frischer, kreativer Wind weht Thalys um die Ohren und verändert den Zug bis hin zum Geschirr an Bord. Aber nicht nur das Innenleben wird erneuert: Ein neues, schillernd-strahlendes Außendesign wird das berühmte Thalys-Rot künftig noch besser in Szene setzen.

Das neue Interieur-Design wurde von einem Konsortium aus belgischen (Enthoven Associates Design Consultants) und französischen Designern (Avant Première Design Graphique) entworfen und fängt die Persönlichkeit des Thalys perfekt ein. Der Zug ist multikulturell, menschlich und ideenreich. Die „Neue Thalys“-Welt kombiniert Servicequalität mit Komfort und Moderne – starke Werte, die auch in der neuen Bekleidung des Thalys-Personals zum Ausdruck kommen.


Vollends fertig gestellt wird der „Neue Thalys“ bis Mitte 2009 – pünktlich zur Eröffnung der neuen Hochgeschwindigkeitstrassen, durch die sich die Fahrzeit von Köln bzw. Amsterdam nach Paris auf weniger als 3 Stunden, 15 Minuten (1 Stunde, 45 Minuten nach Brüssel) reduzieren wird.

Nach und nach fügen sich die Puzzleteile des „Neuen Thalys“ zusammen. Bereits zu Beginn dieses Jahres wurde eine Reihe technischer Innovationen wie das Internet an Bord der Thalys-Züge oder der papierlose Fahrschein eingeführt. Die aktuellen Design-Neuheiten stellen einen weiteren wichtigen Baustein auf dem Weg zum „Neuen Thalys“ dar. Es entsteht ein Zug, der „eine Spur anders“ ist, ein multikultureller Motor Europas, der zum Austausch zwischen den Kulturen beiträgt. Ein Zug mit einer starken Persönlichkeit und einer großen Nähe zu seinen Kunden – ein Zug, der eben mehr ist als einfach nur ein Zug...

Jean-Michel Dancoisne
CEO Thalys International

INHALT

| | | |
|------|--|-------|
| I. | Der „Neue Thalys“ | S. 4 |
| II. | „Neue Thalys“-Uniformen made by Eva Gronbach: Klassische Eleganz trifft Multikulturalität | S. 5 |
| III. | Neues Interieur: High-Tech-Design aus Frankreich und Belgien | S. 8 |
| IV. | Flammend Rot und Silber: Die neue Optik des Thalys | S. 10 |
| V. | Geschirr und Besteck im Look and Feel des „Neuen Thalys“ | S. 10 |
| | | |
| | ANLAGE 1 – Über Thalys – Zahlen und Fakten | S. 11 |
| | ANLAGE 2 – Über Eva Gronbach | S. 12 |
| | ANLAGE 3 – Über Enthoven Associates Design Consultants | S. 13 |
| | ANLAGE 4 – Über Avant-Première Design Graphique | S. 13 |
| | ANLAGE 5 – Über deSter | S. 14 |



I. DER „NEUE THALYS“

In nur einem Jahrzehnt ist Thalys zu einem der wichtigsten Transportmittel für Reisende in Europa und zu einer Ikone des zusammenwachsenden Europas geworden.

Seine leuchtend rote Farbe macht den Thalys unverkennbar. Aber nicht nur optisch hebt er sich ab: Vor allem die Services vor, während und nach der Fahrt machen die Reise im Thalys zu einem unvergesslichen Erlebnis. Mit Ehrgeiz und Kreativität arbeitet Thalys kontinuierlich am Ausbau dieser Services, am Komfort und am Design seiner Züge.

2008 ist ein Schlüsseljahr für Thalys. Die Fahrzeitverkürzung ab Mitte 2009 um mehr als eine halbe Stunde auf den Achsen von Köln bzw. Amsterdam nach Brüssel und Paris wird eine neue Ära bei Thalys einläuten. Pünktlich dazu wird ein „Neuer Thalys“ bereit stehen. Folgende technische Innovationen wurden schon jetzt umgesetzt:

- Thalyseo, eine Online-Kontaktbörse für Thalys-Reisende in Kooperation mit dem französischen Social-Network Viadeo
- Breitband-Internet an Bord der Thalys-Züge per Satellitentechnologie
- Der papierlose Fahrschein ticketless, erhältlich für alle Reisenden auf der Homepage www.thalys.com

Die aktuellen Design-Neuheiten stellen einen weiteren wichtigen Baustein auf dem Weg zum „Neuen Thalys“ dar:

- ein neues Interieur- und Exterieur-Design
- neue Uniformen, die mit diesem Design perfekt harmonieren
- ein neues Service-Konzept an Bord der Züge

Der erste Zug im neuen Look soll am 1. Dezember 2008 an den Start gehen, danach wird die gesamte Flotte nach und nach bis Mitte 2010 umgerüstet.

“Wir haben es uns auf die Fahne geschrieben, die Fahrt im Thalys zu einem einzigartigen Erlebnis zu machen – eine Entdeckungsreise voller Komfort für Freizeit- und Geschäftsreisende gleichermaßen!”

Jean-Michel Dancoisne, CEO Thalys International



II. „NEUE THALYS“-UNIFORMEN MADE BY EVA GRONBACH: KLASSISCHE ELEGANZ TRIFFT MULTIKULTURALITÄT

Für die Kreation der „Neuen Thalys“-Uniformen wurde Ende 2007 die Kölner Designerin Eva Gronbach engagiert. Ihre multikulturelle Vita, ihre Liebe zu Europa und ihr Einfühlungsvermögen im Umgang mit kulturellen Identitäten haben sie zu einer Idealbesetzung für Thalys gemacht. Die Zusammenarbeit mit Thalys ist eine Hommage an die internationalen Kunden und die Strecke Köln – Aachen – Brüssel – Paris, die im vergangenen Jahr ihren 10. Geburtstag feierte.

Der neue Look des Thalys

Stichtag für die neuen Uniformen ist der 1. Dezember 2008: Ab diesem Datum wird das gesamte Thalys-Personal mit seinen rund 1.000 Mitarbeitern in der neuen Kollektion zu sehen sein. Diese Kollektion unterstreicht das Bestreben des Unternehmens, den wachsenden Erwartungen einer internationalen Klientel entgegen zu kommen. Schließlich zählt für die Reisenden neben Komfort auch ein ansprechendes Design.

“Noch vor der Eröffnung der Hochgeschwindigkeitsstrecken von Köln und Amsterdam nach Paris möchten wir den Look unseres „Neuen Thalys“ vorstellen. Die neuen Uniformen verleihen Thalys ein Gesicht, das noch moderner und anziehender ist und zugleich im Einklang mit unseren multikulturellen Werten steht”, betont Jean-Michel Dancoisne, CEO von Thalys International.

Fruchtbare multikulturelle Zusammenarbeit

Anfang 2007 machte sich Thalys auf die Suche nach einem Designer, der die Werte von Thalys lebt und den Uniformen einen frischen und dynamischen Look gibt. Aus den Bewerbungen wählte Thalys Eva Gronbach nicht nur wegen ihrer Kreativität aus, sondern weil sie die Werte des Unternehmens in sich trägt. Ihre multikulturelle Persönlichkeit und ihre Lebensweise stimmen perfekt mit dem Esprit von Thalys überein.



Vor rund zehn Jahren zählte Eva Gronbach zu den ersten internationalen Reisenden auf der 1997 eröffneten Thalys-Strecke von ihrer Geburtsstadt Köln nach Brüssel, wo sie an der internationalen Modeschule „La Cambre“ studierte. Danach zog es die Studentin nach Paris ans „Institut Français de la Mode“ (IFM). Anschließend arbeitete sie für Koryphäen der Modewelt wie Yohji Yamamoto (Paris), Stephen Jones (Paris/London) und Hermès (Paris), bevor sie ihr eigenes Label „Eva de Cologne“ entwickelte (www.evagronbach.com) und jüngst ihre erste Boutique im Belgischen Viertel in Köln eröffnete. In Deutschland wurde sie durch Kreationen bekannt, die Facetten der deutschen Geschichte wie den Bergbau im Ruhrgebiet ins Zentrum stellen oder selbstbewusst mit nationalen Symbolen wie zum Beispiel dem Deutschland-Adler spielen.

Eva Gronbach ist eine Europäerin par Excellence, die sich in ihren Kollektionen vom europäischen Miteinander treiben lässt. Noch heute reist sie regelmäßig durch das Thalys-Netzwerk, um an ihrer Mode-Karriere zu arbeiten – sei es Paris, Köln, Antwerpen oder Brüssel.

„Für mich ist es wundervoll, mit dem Thalys zu reisen“, sagt Eva Gronbach. „Während meiner Studienzeit habe ich eine Kollektion unter dem Motto „aller-retour“ gestaltet, inspiriert durch Thalys. Für mich symbolisiert der bordeauxrote Zug Europa und steht für kulturellen Austausch. Er ist ein Ort der Begegnungen und baut Brücken zwischen den großen urbanen Zentren. Thalys ist ein Synonym für Ruhe und Komfort, Klasse, Modernität, Innovation und technologische Vision. Ich freue mich, bei der Gestaltung des Looks des „Neuen Thalys“ durch mein Design der neuen Uniformen aktiv dabei zu sein.“

Klassische Eleganz für einen Zug, der Gelassenheit ausstrahlt

Neben einem zeitgenössischen, puristischen und ausgefeilten Design zeichnet sich die „Neue Thalys“-Garderobe vor allem durch ihre klassische Eleganz aus. Fließende und gerade Linien sind allgegenwärtig und symbolisieren die Schnelligkeit und die schnittige Form des Thalys. Die hochwertigen Stoffe, die raffinierte Ausarbeitung von Schnitten und Entwürfen sowie eine Fülle an Accessoires unterstreichen die Klasse des Thalys – zum Ausdruck kommt das in den sorgfältig verarbeiteten Details: seidiges Innenfutter, das in den Thalys-Farben gehalten ist oder Gürtelschnallen und Knöpfe, in denen das Thalys-Logo eingraviert ist.

„Durch die Verwendung hochtechnischer Stretchmaterialien wollte ich die Schnelligkeit und den Innovationsgeist des Zuges einfangen. Beim Schnitt habe ich mich dagegen auf klassische Eleganz konzentriert: Für mich ist Thalys ein Zug, der Ruhe und Gelassenheit ausstrahlt. Die Diskretion, die den Thalys ausmacht, zieht sich wie ein roter Faden durch die gesamte Kollektion“, so Eva Gronbach zu den „Neuen Thalys“-Uniformen.



Train Manager und Lokomotivführer strahlen Autorität aus

Für die Outfits der Train Manager und Lokomotivführer ließ sich Eva Gronbach von der Farbpalette des Zugexterieurs inspirieren. Anthrazit und Bordeaux sind die dominierenden Farben. Die geraden Linien vermitteln Respekt und Autorität und bringen eine lebendige Note mit ein. Die Hosen, Hemden, Westen, Jacken, Mäntel und Schals fallen auf durch ihre einfache und ausgefeilte Eleganz, ihre kräftigen Linien und zarten Stoffe.

Gewagte und modische Kombinationen für Bord- und Stationspersonal

Die Farben des neuen Zuginterieurs finden sich in den Uniformen des Bord- und Stationspersonals wieder: Pflaume-Aubergine und Grau. Die gewagten und modischen Outfits stehen sinnbildlich für Anmut und Komfort im Zug sowie für das dynamische und freundliche Personal.

Die zweifarbigen Blusen der Damen fallen durch ihren originellen Schnitt der Ärmel und die Farbwahl auf: Eine weiße Schulterpartie wird elegant aufgenommen durch eine geschwungene pflaumen-auberginenfarbene Linie. Diese farbliche Zweiteilung ist eines der **Markenzeichen der Kollektion** und findet sich auch im Mantel der Zugbegleiter wieder. Die Länge der Röcke bis kurz über das Knie und die Details des Schnittes entsprechen dem aktuellen Trend.

Vielseitigkeit macht die urbane Kollektion aus: Der Mantelkragen mit einem Knopf verändert den Auftritt im Handumdrehen, während ein Schal mehr als nur wärmt und sofort für einen anderen Look sorgt.

Die Uniformen sind aus perfekt harmonisierenden Materialien produziert: Weiche und komfortable Wolle, natürliche Materialien in Kombination mit High-Tech-Fasern für mehr Komfort und Widerstand.



III. NEUES INTERIEUR: HIGH-TECH-DESIGN AUS FRANKREICH UND BELGIEN

Mit Unterstützung eines Design-Duos aus Belgien (Enthoven Associates Design Consultants) und Frankreich (Avant Première Design Graphique) werden die Thalys-Züge aktuell komplett umgestaltet.

“Wir haben Enthoven Design und Avant-Première wegen ihrer Fachkenntnis im Transport-Sektor und ihres stilvollen und kreativen Ansatzes ausgewählt. Die Werte unseres Unternehmens bilden die rote Linie dieses Redesigns. Komfort, Ruhe und ein modernes Ambiente – das macht das Reisen im Thalys aus. Die Designer haben die Persönlichkeit des Zuges treffend eingefangen”, sagt Jean-Michel Dancoisne, CEO Thalys International.

Zeitgenössischer Komfort

Noch vor dem ersten Entwurf führte Thalys eine Umfrage bei seinen Reisenden durch, um deren Erlebnisse und Erfahrungen in den Zügen besser einschätzen zu können: Zeitgenössischer Komfort und Phantasie sind die beiden Schlagworte, die sich herauskristallisiert haben – gemeinsam mit der Farbe Rot, die von den Fahrgästen eng mit Hochgeschwindigkeitszügen assoziiert wird. Diese Erkenntnisse wurden zum Leitfaden bei der Entwicklung der Farbpalette für das Zuginterieur, der eingesetzten Formen und der Auswahl der Materialien. Die Designer legten ihr Augenmerk auf eine warme und gemütliche Atmosphäre, ein Gefühl von Ruhe, Offenheit und Freiheit.

Funktionell, menschlich, kulturell, ideenreich

Der „Neue Thalys“ ist

- funktionell (einfach und innovativ),
- lebendig (angenehme, luxuriöse Materialien und warme Farben),
- kulturell (zeitgenössisches, multikulturelles und dynamisches Design) und
- ideenreich (außergewöhnlich und poetisch durch die wiederkehrende Farbe rot).

Mehr Raum an jedem Sitzplatz

Der Innenraum des Thalys wurde völlig neu eingeteilt: Pro Sitz vergrößert sich die Beinfreiheit um rund fünf Zentimeter, sowohl in Comfort 1 als auch in Comfort 2 – ohne dass die Anzahl der Sitze verringert werden musste. Die ergonomischen Sessel sorgen mit ihren breiten Armlehnen für weiteren Komfort. Jeder Sitz ist mit einem Tisch oder Esstablett sowie einem separaten Abfallbehälter ausgestattet. Ein Stromanschluss von 220 V für alle Reisenden, Zeitschriftenfach und individuelle Leselampe mit LED-Leuchten, Sitzplatznummer und Hintergrundbeleuchtung sowie ein Fach für das Handy sind ebenfalls vorhanden. Zusätzlich verfügt jeder Zug über zwei Plätze für Rollstuhlfahrer. Ein weiteres Plus: Seit kurzem können die Gäste des Thalys auf eine drahtlose Breitband-Internetverbindung zugreifen.

Ansprechendes Farb-Konzept

Schon beim Einsteigen wird der Gast durch das moderne Interieur und die kräftige Auberginen-Farbe begrüßt. Die Farbabstimmung in den Zügen – eine subtile Kombination aus Rot, Lila und Fuchsie – sorgt für eine anziehende, warme und zeitlose Atmosphäre.

Die Beleuchtung entspricht den aktuellsten Trends und arbeitet mit energiesparenden LEDs bei Leselampen, atmosphärischen Lichtern, Sitzplatznummern und Tischbeleuchtung. Die Materialien sind umweltfreundlich: Teppichboden und Samtstoffe bestehen aus 100 Prozent Wolle, die Sessel aus recyclebarem Aluminium.

Symbol für Gemütlichkeit und Multikulturalität: die drei Thalys-Bars

Als eine Hommage an die verschiedenen Kulturen, die mit dem Thalys reisen, wurden drei unterschiedliche Bar-Konzepte entwickelt: in zarten (Altrosa), kräftigeren (Bordeaux) und dunklen (Aubergine) Rot-Tönen. Gemütlichkeit ist das oberste Ziel der Bars, in denen Wandlampen, Halogenbeleuchtung und indirektes Licht miteinander kombiniert werden.

Ein kleiner zentraler Tisch und die ergonomischen Barhocker laden zum interkulturellen Austausch ein. Zwei große, zeitlose und beleuchtete Vitrinen an beiden Seiten des Tresens präsentieren das Menü und das Bar-Angebot. Auch hier dominieren die Ruhe ausstrahlenden, horizontalen Linien bei den Ablagetischen und Wandlinien.



V. FLAMMEND ROT UND SILBER: DIE OPTIK DES „NEUEN THALYS“

Auch das Exterieur der Thalys-Züge erhält ein neues Gesicht – flammend Rot und Silber. Diese Kombination wurde ausgewählt, um die starke Identität des Zuges zu bewahren – angelehnt an den bestehenden Thalys-Farben. Allerdings wurde an den grafischen Elementen auf Höhe der Lokomotiven gearbeitet. Hinzu kommt eine chromfarbene Linie, die entlang des gesamten Thalys verläuft. Der Effekt dieses Designs wird sichtbar, wenn der Zug bei 300 km/h vorbei fährt: Die Zug wirkt dann wie ein Pfeil aus Chrom.

Die typische rote Nase der Lokomotiven wird mit einem großen chromfarbenen Logo versehen, das in die durchgezogene Linie übergeht.

IV. GESCHIRR UND BESTECK IM LOOK AND FEEL DES „NEUEN THALYS“

Im Stil des neuen Interieurs entwickelte die Firma deSter ein eigenes Tafelservice für Thalys. Die Design-Unit "POTM studios" (People On The Move) ist dafür persönlich in die Welt des Thalys eingetaucht, um alle Nuancen und Bedürfnisse der Kunden aufzugreifen. Die Kollektion namens "SOLID" greift die neuesten Trends im Gastronomiebereich auf, ist modular einsetzbar, originell und exklusiv. Das Ergebnis: moderne Linien, satte Farben und Thalys-eigene Stilelemente für eine Reise im Comfort 1.

Pressekontakt Thalys:

Presse Thalys in Deutschland

Andreas Leisdon

☎ : 069 - 900 28 88 - 13

E-Mail: presse-deutschland@thalys.de

Thalys International, Brüssel

Patricia Baars & Charlotte De Thaye

☎ : 0032 - (0)2 504 05 99 / 0032 - (0)2 504 05 69

E-Mail: presse@thalys.com



ANLAGE 1 – Über Thalys

Bis zum heutigen Tag waren mehr als 65 Millionen Reisende im Streckennetz des Thalys zwischen den Städten Paris, Brüssel, Amsterdam und Köln unterwegs. Das Umsatzwachstum in 2007 betrug 6,6 Prozent. Ab Mitte 2009 reduziert sich die Fahrzeit zwischen Paris und Amsterdam auf 3:13 Stunden, zwischen Brüssel und Amsterdam auf 1:46 Stunden. Die Fahrzeit von Köln nach Paris soll parallel auf 3:14 Stunden, von Köln nach Brüssel auf 1:47 Stunden verkürzt werden. Wenn Sie mehr über die Fahrzeiten, Tarife oder aktuelle Angebote des Thalys erfahren möchten, besuchen Sie www.thalys.com oder die für mobile Endgeräte optimierte Seite <http://thalys.mobi>.

Thalys ist ein Gemeinschaftsprodukt der französischen SNCF, der belgischen SNCB, der niederländischen Bahnen (NS) sowie der Deutschen Bahn (DB) und Mitglied von

- Railteam (Zusammenschluss der führenden Betreiber von Hochgeschwindigkeitszügen in Europa)
- CER (Community of European Railway and Infrastructure Companies)
- UIC (International Union of Railways)

Thalys Zahlen und Fakten

Thalys International ist ein Kooperationsunternehmen nach belgischem Recht mit einem Eigenkapital von 315.000 Euro.

31. Mai 1995: Die französische SNCF und die belgische SNCB gründen gemeinsam mit der niederländischen Eisenbahn NS und der Deutschen Bahn eine Gesellschaft nach belgischem Recht mit dem Namen „Westrail International“ (später Umbenennung in Thalys International). Sitz der Firma wird Brüssel.

2. Juni 1996: Jungfernfahrt des ersten Thalys auf der Strecke Paris – Brüssel – Amsterdam. Aachen und Köln kommen ein Jahr später im Jahr 1997 dazu.

15. Juni 2007: Die deutsche Bahn wird Gesellschafter bei Thalys.

2. Juli 2007: Thalys beteiligt sich an der Gründung des Railteam.

Aktuell verteilen sich die Anteile an Thalys auf die Gesellschafter: SNCF (62%), SNCB (28%) und DB (10%)

Organigramm

Aufsichtsrat

Vorsitzender: M. Jadot

Direktoren: F. Bernard, Ch. Dejean, R. Gayetot, J. Röder

Partner: D. Desnyder, A. Hamprecht

Geschäftsführung

CEO: Jean-Michel Dancoisne

Deputy CEO and CFO: Ingrid Nuelant

Human Resources/Change Management Quality & Sustainable Development Director:

Fabien Donnay

Corporate Development and Customer Relations Director: Wolfgang Merz

Commercial Director: Béatrice Pâques

Chief Operating Director: Olivier Poitrenaud

Menschen bei Thalys (Stand Dezember 2007):

Mitarbeiter von Thalys International: 115

Durchschnittsalter: 37 Jahre

Männer: 47%

Frauen: 53%

7 Nationalitäten

Lokführer und Maschinentechniker (NMBS-SNCF-DB-NS): 250

Zugführer und Zugbegleiter (NMBS-SNCF-DB-NS): 270

Catering-Personal (Railrest): 310

Hilfspersonal (Chef-Express, Services Rail Gourmet, DB Reise & Touristik und Prorest): 270

Sowie: Vertriebsangestellte, Reisebüros, Call-Center, Zugmonteure und das Betriebspersonal für die Bahnhöfe und die Infrastruktur.

Kernzahlen

Seit seiner Gründung in 1996 waren mehr als 65 Millionen Menschen im Thalys unterwegs

Mehr als 6,2 Millionen Reisende in 2007

Umsatz in 2007: 364 Millionen Euro

Kosten für die Infrastruktur: 22,2% des Gesamtumsatzes

Kundenzufriedenheit: 87% (Umfrage im Mai 2007)

Pro Woche zirkulieren 470 Thalys-Züge

Durchschnittliche Pünktlichkeit der Züge im gesamten Thalys-Netz: 92%

(Verspätungen unter 15 Minuten bleiben, wie im internationalen Verkehr üblich, unberücksichtigt)

Pünktlichkeit der Züge auf der Strecke Paris-Brüssel: 95% (erstes Quartal 2008)

Umsatzverteilung nach Routen

Paris-Brüssel: 55,6%

Paris-Belgien: 8,9%

Paris-Belgien-Niederlande: 21,3%

Paris-Belgien-Köln: 11,8%

Weitere (z.B. saisonale Verbindungen, Brüssel-Flughafen Charles de Gaulle - Marne la Vallée-Chessy*): 2,4%

* Diese Strecke wird seit dem 1. April 2007 vom TGV bedient.

Passagierprofile

52% Freizeitreisende; 48% Geschäftsreisende

44% Frauen, 56% Männer

39% unter 35 Jahre

79% berufstätig

Reisende nach Komfortklassen

Comfort 1: 28%

Comfort 2: 72%

An-Bord Services (in 2007)

26.800 servierte Kaffees in der Bar pro Monat

119.000 zur Verfügung stehende Zeitungen pro Monat

6.220 servierte Menüs pro Tag

84.700 Taxibestellungen pro Jahr (+10,7%)

77.500 Tickets für den ÖPNV, die in der Thalys-Bar gekauft wurden (+7,6%)

Zertifizierungen

ISO 9001: 2000 (Kundenbetreuung)

Kundenservice von Thalys, zertifiziert seit dem 3. Mai 2004

Lager in Paris-Nord und Brüssel-Midi seit 2002

Programm zum Erhalt der Wälder seit 2004

Iso 14 001 (Umweltschutz): Railrest (2007)

Iso 22 000 (Lebensmittelsicherheit): Railrest (2007) – erste Gesellschaft, die dieses Zertifikat in Belgien erhalten hat.

Weitere:

Bahnhof Paris-Nord: Seit 2004 zertifiziert durch AFNOR für die Services beim Transport von Passagieren.

Fahrzeugbestand

Aufgrund der unterschiedlichen Stromspannungen, mit denen Züge in der EU betrieben werden, gibt es zwei verschiedene Thalys-Zugmaschinen:

Thalys PBA: Paris – Brüssel – Amsterdam (9 Züge): Der Thalys PBA fährt auf den französischen, belgischen (bis Lüttich) und niederländischen Schienen - mit dem deutschen Spannungsnetz ist er nicht kompatibel. Der Bug des Triebkopfs ist kantig und hat zwei kleine rechteckige Sichtfenster.

Thalys PBKA: Paris – Brüssel – Köln – Amsterdam (17 Züge): Der Thalys PBKA fährt in Frankreich, Belgien, den Niederlanden und Deutschland. Als erste Zugmaschine, die mit allen vier Stromspannungen und darüber hinaus mit den entsprechenden Signalisierungssystemen kompatibel ist, wurde der Thalys PBKA eigens für das deutsche Streckennetz optimiert. Er unterscheidet sich vom Thalys PBA durch seinen abgerundeten Bug und eine einzige große quadratische Windschutzscheibe.

Die PBKA-Züge überwinden täglich sieben verschiedene Zugleit- und Signalisierungstechnologien sowie vier verschiedene Stromsysteme:

- 1500 Volt Gleichstrom
- 3000 Volt Gleichstrom
- 15 000 Volt Wechselstrom
- 25 000 Volt Wechselstrom

Technische Details zum Thalys PBKA:

| | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| Länge: | 200 Meter |
| Gewicht pro Achse: | 17 Tonnen |
| Gesamtgewicht (leer): | 385 Tonnen |
| Anzahl Sitzplätze: | 377 (Comfort 1: 120, Comfort 2: 257) |
| Anzahl der Traktionsmotoren: | 8 |
| Motortyp: | synchroner Wechselstrommotor |
| Maximale Motorleistung: | 8.800 kW |
| Höchstgeschwindigkeit | 300 km/h |

In 2007 wurden insgesamt 9,5 Millionen Kilometer zurückgelegt.



ANLAGE 2 – Über Eva Gronbach

Die junge Designerin setzt immer wieder aktuelle Themen in einen neuen, modischen Kontext und regt so zu Diskussionen an. Ihre europäische Erziehung veränderte ihren Blick auf Deutschland. So erregte sie beispielsweise mit der Kollektion „déclaration d’amour à l’Allemagne“ im Jahr 2000 erstmals internationales Aufsehen.

Eva Gronbach arbeitet aktuell an einer Jeans-Serie mit dem Namen „german jeans“. Sie ist für Männer und Frauen gedacht und inspiriert durch die Arbeit der Kumpel im Kohle-Bergbau. Dabei werden die originalen, über Jahre getragenen Kleider der Bergleute gereinigt und zu einer neuen, edlen Kollektion verarbeitet. Das hohe Maß an Authentizität spiegelt zugleich den Wertewandel unserer Zeit wider.

Ihre Kollektionen sind heute in Europa, den USA und Japan erhältlich.

Eva Gronbach arbeitet aktuell in Berlin und Köln, wo sie jüngst im Belgischen Viertel ihre erste Boutique eröffnete, in der auch ihre erste Accessoires-Kollektion „Eva de Cologne“ zu haben ist.



ANLAGE 3 – Über Enthoven Associates Design Consultants

Das multikulturelle Team von Enthoven Associates Design Consultants arbeitet seit mehr als 31 Jahren für die unterschiedlichsten Kunden und entwarf und kommerzialisierte in dieser Zeit mehr als 2.000 Produkte. Die Kunden kommen sowohl aus Europa als auch aus dem Rest der Welt.

Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Beziehung zwischen Konsument und Produkt, auf das Austarieren eines Gleichgewichts zwischen Rationalität und Emotionalität und auf die konzeptuelle Entwicklung.

ANLAGE 4 – Über Avant-Première Design Graphique

Avant-Première ist ein kreatives Team, das 1988 von Eric Rhinn und Luc Jozancy gegründet wurde – beides ausgebildete Industriedesigner. Insgesamt vier spezialisierte Units haben sich auf vier Themengebiete professionalisiert:

- Öffentliches Design: Design und Ausrüstung von öffentlichen Plätzen und Diensten (Transportmaterial, Stadtmobiliar, Signalisierung)
- Produktdesign: Design von Industrieprodukten und Ausrüstung für die breite Öffentlichkeit
- Grafisches Design: Markenidentität, Bekleidung von rollendem Material und Produkten, Kommunikation
- Kreative Strategie: Entwicklung einer Corporate Identity, von kreativen Skizzen und Design-Management

Fachkenntnis und Erfahrungshintergrund

Im Transportwesen liegt der Fokus auf neuen, gewagten und realistischen Lösungen für öffentliche Transportnetzwerke und Betriebe: Bereits seit 15 Jahren entwickelt das Unternehmen dieses Geschäftsfeld und baut es erfolgreich weiter aus.

Neues rollendes Material, Renovierung eines bestehenden Fuhrparks oder neue Dienstleistungen für Reisende – der Fahrgast steht im Zentrum, der Transportraum soll zum Lebensraum werden.

Das Design des Interieurs und das Exterieur der futuristischen Straßenbahnen in Brest oder Nizza, der neuen Metro MF 2000 in Paris, die Renovierung des Interieurs von Transiliens, Thalys, der Metro in Lyon und das Interieur-Design der Busse in Nantes sind nur einige Beispiele ihres Könnens.



ANLAGE 5 – Über deSter

deSter ist Weltmarktführer auf dem Gebiet der Menüpräsentation an Bord und als Dienstleister regional aufgestellt – mit eigenen Produktions- und Kompetenzzentren und hoher Design-Qualität. Europa macht einen Umsatz von 67 Prozent aus, Nord- und Südamerika 16 Prozent und Asien rund um den Stillen Ozean 17 Prozent.

Das Unternehmen vereint die Erfahrung seiner einzelnen Niederlassungen, um so eine konsumentennahe Strategie zu erarbeiten und ein einzigartiges Angebot an Prozessen einzuleiten, vom Monitoring der Bedürfnisse und Wünsche der Kunden über den Erstkontakt, konzeptuelles Design, Skizzen, Formgüsse und der Produktion hin zu Logistik und Follow-Up.

Zahlen und Fakten

- Gründung 1973
- Umsatz: 236 Millionen Euro in 2006
- Kunden: Weltweit mehr als 350 Luftfahrtunternehmen, Zuggesellschaften, Fähr- und Kreuzfahrtschiffe