

IN SIDE

ROWE MAGAZINE

ROWE[®]

ROWE 2.0

Eine Marke entwickelt sich. Mit neuem Design in die Zukunft. / A brand is developing. With a new design into the future.

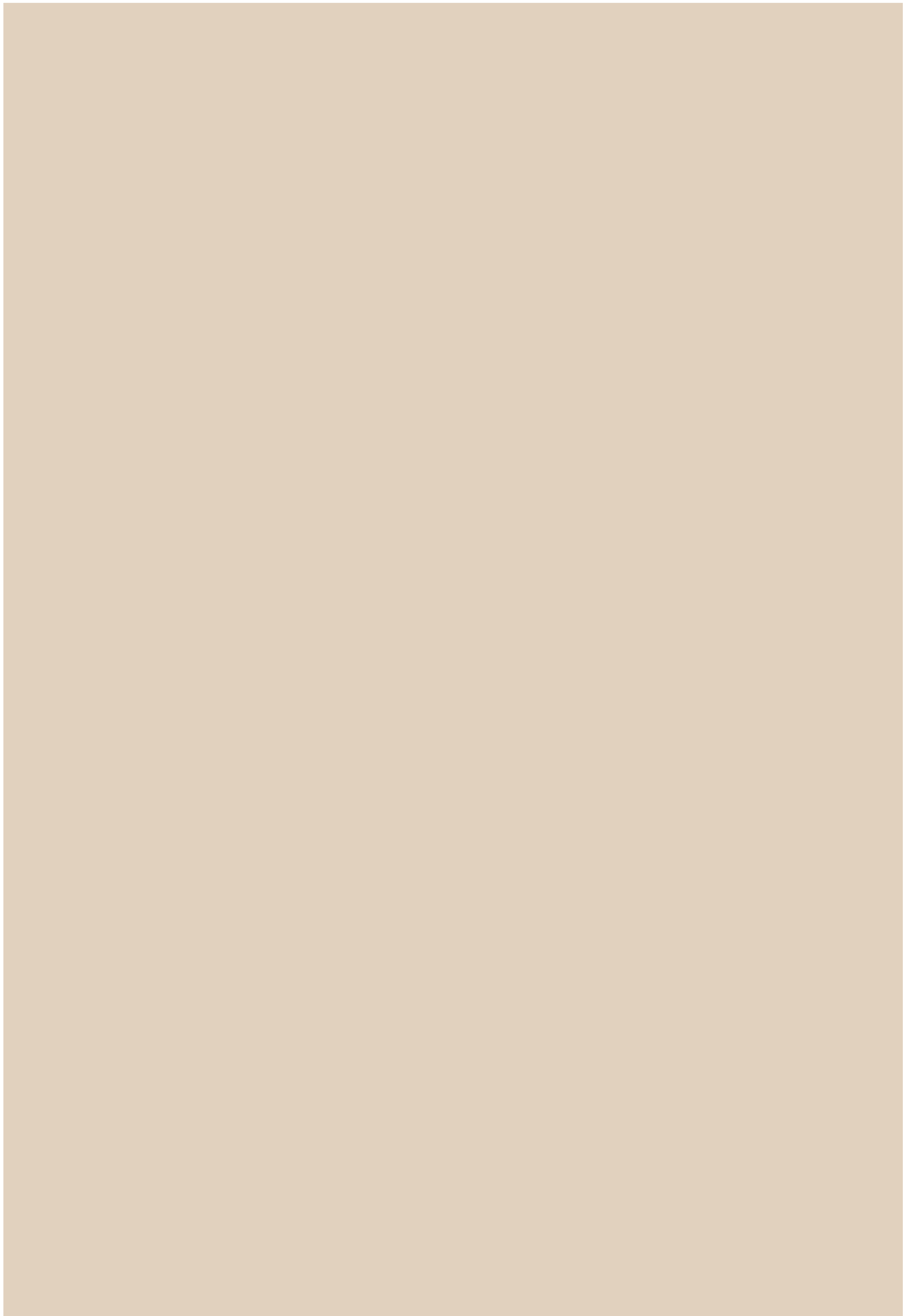
SPONSORING

ROWE made History: spannende Einblicke in die größten Erfolge unserer Motorsport Geschichte. / ROWE made History: fascinating insights into the greatest success stories of our motorsport history.

ROWE INTERNATIONAL

Unser Flaggschiff in Bulgarien: Showroom und Ölwechselstation für unsere Kunden. / Our flagship in Bulgaria: showroom and oil change station for our customers.





LASSEN SIE LET TAKE
SICH MITNEHMEN YOURSELF ON
AUF EINE AN EVENTFUL
EREIGNISREICHE TRIP TO THE
REISE IN DIE WORLD OF
ERLEBNISWELT EXPERIENCE
VON OF

ROWE[®]



/ LIEBE LESERINNEN UND LESER,

2020 war für uns alle ein sehr aufregendes Jahr, natürlich auch bedingt durch die globale Pandemiesituation, die große Herausforderungen mit sich brachte und immer noch bringt. Umso schöner ist es nun, eine Ausgabe für Sie bereitzuhalten, welche die vielen spannenden Themen beleuchtet, die das Jahr 2020 doch zu einem sehr besonderen gemacht und für den notwendigen Optimismus gesorgt haben. Das gesamte ROWE-Team hat trotz der Herausforderung „Pandemie“ einen wahnsinnig tollen Beitrag geleistet, damit wir alle am Ende stolz und glücklich auf all die kleinen Meilensteine schauen konnten, die wir Ihnen in der aktuellen Ausgabe gerne präsentieren möchten.

Lassen Sie sich also mitnehmen auf eine ereignisreiche Reise in die Erlebniswelt von ROWE, angefangen bei spannenden Nachhaltigkeits-

themen, packenden News aus dem Sponsoringbereich Fußball bis hin zu turbulenten Insights, wie wir die beiden größten Siege unserer Racing-Geschichte bei den 24h-Rennen vom Nürburgring und Spa hautnah selbst erlebt haben. Das ist wirklich Gänsehautgefühl pur!

Auch für unsere B2B-Kunden haben wir das neue Werkstattkonzept noch einmal genauer unter die Lupe genommen und zeigen Ihnen auf, wie sich ein Jahr nach unserem aufregenden Marken-Relaunch die ROWE-Markenwelt entwickelt hat. Wir hoffen, diese gefällt Ihnen genauso gut wie uns.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und Stöbern!

Ihr ROWE Team



DEAR READER,

For all of us, 2020 was a very exciting year – of course also due to the global pandemic situation, which entailed and still entails challenges. All the nicer if we keep an edition ready for you, which highlights lots of exciting topics, which made the year 2020 a very special one and provided the necessary optimism. In spite of the challenge of the “pandemic”, the whole ROWE team with its excellent contribution, allowed us at the end to look back proudly and happily on all the little milestones, which we would like to present to you in the current edition.

Let take yourself on an eventful trip to the World of Experience of ROWE, starting with exciting sustainability issues, thrilling news from the sponsoring of soccer up to turbulent insights, how we experienced ourselves first-hand the two greatest victories of our racing history at the 24h-races of the Nürburgring and Spa. Getting goosebumps all over!

Also, for our B2B customers we have taken a closer look at the new workshop concept once again and we will show you, how the ROWE brand world has developed one year after our exciting brand relaunch. We hope that you like it as much as we do.

We hope you will enjoy reading and browsing through this article!

Your ROWE Team



/ 01 TITELTHEMEN TITLE TOPICS



20

ROWE 2.0 / ROWE 2.0

ROWE Reloaded - Der neue Weg zum dynamischen Markenauftritt
ROWE Reloaded - The new way for the dynamic brand identity

12

INTERVIEW / INTERVIEW

Im Interview: Die ROWE Zentrale
Interview: The ROWE Reception

16

ROWE WELTWEIT / ROWE WORLD-WIDE

Made in Germany, doch in der Welt zuhause
Made in Germany; at home across the globe

56

KALENDER / CALENDAR

Anstehende Veranstaltungen
Upcoming events

/ 02 ROWE INSIDE ROWE INSIDE

08

WERKSTATTKONZEPT

REPAIR SHOP CONCEPT

Starkes Branding für unsere Kunden
Strong branding for our customers

10

NACHHALTIGKEIT / SUSTAINABILITY

Nachhaltigkeit bei ROWE
Sustainability at ROWE

/ 03 SPONSORING SPONSORING



30

ROWE RACING 24H SIEGE

ROWE RACING 24H VICTORIES

48 Stunden für die Geschichtsbücher
48 Hours for the history books

34

ROWE RACING DTM / ROWE RACING DTM
ROWE RACING goes DTM

36

CHRISTIAN MENZEL / CHRISTIAN MENZEL
Christian Menzel ist neuer Markenbotschafter
Christian Menzel is new brand ambassador



38

E-SPORT / E-SPORT
Podiumsplätze für ROWE RACING E-Sports
Podium places for ROWE RACING E-Sports

40

ENGAGEMENT IM FUSSBALL
COMMITMENT TO FOOTBALL
Auf Ballhöhe mit den Champions
On the ball with the champions

44

ROWE POWER BOAT / ROWE POWER BOAT
ROWE gibt Vollgas – auch auf dem Wasser
ROWE is Flooring the Accelerator – Also on the Water

/04 INTERNATIONAL INTERNATIONAL

46

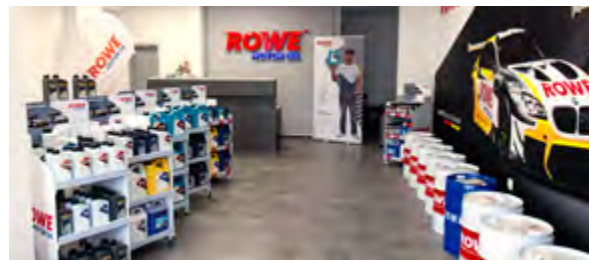
ROWE IN ITALIEN / ROWE IN ITALY
ROWE gewinnt Großkunde im Herzen Italiens
ROWE Acquires Key Account in the Heart of Italy

48

ROWE IN CHINA / ROWE IN CHINA
ROWE und ZERO RACING
ROWE and ZERO RACING

50

AUTOMECHANIKA SHANGHAI
AUTOMECHANIKA SHANGHAI
Voller Erfolg im Corona Jahr
Complete success in the year of the corona virus



52

ROWE BULGARIEN
ROWE BULGARIA
ROWE Pilotprojekt
ROWE pilot project

STARKES BRANDING FÜR UNSERE KUNDEN

STRONG BRANDING FOR OUR CUSTOMERS

**Werkstattkonzept und
Designfass unterstützen
am Point-of-Sale.**

Repair shop concept and
design barrels support at
the Point-of-Sale.



**SEIT WENIGEN WOCHEN BEREITS ERHÄLT-
LICH: DAS ROWE WERKSTATTKONZEPT MIT
VIELEN ADD-ONS FÜR UNSERE ZAHLREICHEN
B2B KUNDEN.**

Das Konzept rundet das Portfolio um den Einsatz der HIGHTEC-Qualitätsschmierstoffe ab und beinhaltet eine Vielzahl an Zubehör, welches für den täglichen Einsatz bei Händlern und Werkstätten exklusiv hergestellt wurde.

Darunter zählen unter anderem:

- Mobile Ölfördersysteme
- Stationäre Tankanlagen
- Fassregale zur Aufbewahrung und Kleinmengen-abfüllung von Schmierstoffen, inkl. Auffangwanne
- Altölauffang- und Absauggeräte
- Wartungsgeräte für Automatikgetriebe zur Reinigung und Pflege des gesamten Systems
- sowie zahlreiche weitere Zubehörartikel, die bei der täglichen Arbeit unterstützen

**MIT DEM ROWE DESIGN-FASS FÜR AUFMERK-
SAMKEIT SORGEN**

Doppelsieg! ROWE RACING gewinnt die beiden bedeutendsten, europäischen 24 Stunden Rennen 2020, am Nürburgring sowie in Spa Francorchamps. Ein Grund mehr, diesen Erfolg auch über zahlreiche ROWE Produkte zu tragen. So gibt es bereits für ausgewählte Produkte ein Sonderdesign zu unserem 200 L Fass.

„Das Layout unseres neuen Designfasses resultiert aus dem Doppelsieg der beiden 24-Stunden Rennen 2020, deren Strahlkraft weit über die Events hinaus, auch in die kommenden Jahre, reicht.“, so Immo Kosel, Vertriebsleiter bei ROWE MINERALÖLWERK

GMBH. „Wir freuen uns, unsere Kunden weltweit in den Werkstätten, aber auch am Point-of-Sale mit dieser Marketingmaßnahme zu unterstützen und somit zur Verkaufsförderung beizutragen. So war das vorhergehende Designfass auch ein oft und nachhaltig genutztes Ausstellungsmodell für Kunden und positiv auffällige Werbung.“



**SINCE A FEW WEEKS ALREADY AVAILABLE:
THE ROWE REPAIR SHOP CONCEPT WITH
LOTS OF ADD-ONS FOR OUR NUMEROUS B2B
CUSTOMERS.**

The concept complements the portfolio by using the HIGHTEC quality lubricants and includes a number of accessories, which had been exclusively produced for the daily use at the distributors and repair shops.

This includes among others:

- *Mobile oil conveyor systems*
- *Stationary tank systems*
- *Barrel racks for the practical storage and the transfer of small amounts of lubricants, incl. collection tray*
- *Collection tray and suction devices*
- *Maintenance devices for automatic gears to clean and maintain the whole system*
- *as well as numerous other accessories, which will support you in your daily work*

**CATCH ATTENTION WITH THE ROWE DESIGN
BARRELS**

Double victory! ROWE RACING wins the two extraordinary European 24-hour races in 2020, at the Nürburgring as well as in Spa Francorchamps. One more reason to carry this success also over a whole range of ROWE products. There is also a special design for our barrel of 200 l for selected products.

“The layout of our new design barrel results from the double victory in the two 24-hour races in 2020; its radiance reaches far beyond the events, also in the coming years.”, said Immo Kosel, Sales Manager at the company ROWE MINERALÖLWERK GMBH. “We are pleased to support our customers worldwide in the repair shops but also at the point of sale with its marketing measures and thus contribute to the sales promotion. In this way, the above-mentioned design barrel is an often and sustainably used display model for the customer and a positively striking advertising.”

NACHHALTIGKEIT BEI ROWE SUSTAINABILITY AT ROWE



2012



November: Baubeginn eines der modernsten und nachhaltigsten Schmierstoffwerke in Europa
November: Starting to construct one of the most modern and most sustainable lubricant factories in Europe

ISO
14001

ROWE ist seit April 2010 nach dem Standard ISO 14001 zertifiziert
Ziel: Verbesserung der Umweltleistung

Since April 2010, ROWE is certified according to ISO 14001 Objective: Improvement of the environmental performance

2010

/ AUSSERDEM

- Einsatz von LED-Leuchten und elektrischen Staplern
- Geringer Papieraufwand in der Verwaltung aufgrund Dokumentenmanagementsystem
- ROWE unterstützt die Imkerfamilie Röhrs, die mit dem Erlös neue Bienenvölker aufbaut, um die Population in Deutschland zu stärken
- Die zur Produktion benötigte Energie wird zum Großteil aus einem eigenen BHKW (Blockheizkraftwerk) sowie einer über 4.000 m² großen Photovoltaikanlage gewonnen

/ MOREOVER

- *Use of LED lights and electrical forklift trucks*
- *Low use of paper in the management due to a document management system*
- *ROWE supports the beekeepers Röhrs who use the revenue to build up new bee colonies to increase the population in Germany*
- *The energies required for production are for the most part gained from their own cogeneration unit as well as a large photovoltaic system of more than 4.000 m²*

CO₂-BILANZ

- ROWE ließ die Klimabelastungen berechnen
- Emissionen von ROWE werden mit Unterstützung Projekten wie das Biomasse Projekt und des Erdgasprojektes in Indien kompensiert.
- Seit 2017 ist ROWE Mitglied der Nachhaltigkeitsinitiative der deutschen Schmierstoffindustrie (NaSch) und war eines der Gründungsmitglieder

CO₂-FOOTPRINT

- ROWE had the impact on the climate calculated
- Emissions of ROWE will be compensated by supporting projects such as the biomass project and the natural gas project in India.
- Since 2017 ROWE is a member of the Sustainability initiative of the German lubricants industry (NaSch) and have been one of the founding members.



2017

Start der Umstellung zur Einführung des Energiemanagements nach DIN ISO 50001.

Diese Zertifizierung ermöglicht:

- Erfassung von Energieflüssen
- Bewertung der Energieeffizienz
- Verbesserung der Energiebilanz
- Erhöhung der Wirtschaftlichkeit
- Einsparung von Energiekosten

ROWE started the changeover to implement the energy management according to ISO 50001.

This certification allows:

- Collecting energy flows
- Evaluating the energy efficiency
- Improving the energy balance
- Increasing the economic efficiency
- Saving energy costs

ISO
50001

2017

2020



GEBINDE AUS KUNSTSTOFFABFÄLLEN

- Pro hergestelltem Gebinde beträgt der Rezyklat-Anteil mehr als 20 %
- Anschließend werden die Gebinde von der GVÖ in einem zertifizierten Fachbetrieb umweltgerecht verwertet.

CONTAINERS MADE OUT OF PLASTIC WASTE

- The portion of recycled material per produced container amounts to more than 20 %
- Subsequently, the containers will be recovered environmentally friendly by the GVÖ in a certified specialist company



Umgestaltung der Außenflächen und Grünanlagen bei ROWE, um die Artenvielfalt von Insekten und Pflanzen zu fördern.

Transformation of the external surfaces and green spaces at ROWE, in order to enhance biodiversity of insects and plants.

Partnerschaft mit dem Altöl-Entsorgungsfachbetrieb „Baufeld“. Ermöglicht ROWE Kunden eine nachhaltige Entsorgung von Altöl. Partnership with the waste management facility for used oil "Baufeld". It enables ROWE customers to sustainably dispose of used oil.



2021



**JETZT MEHR
ERFAHREN**
LEARN MORE

IM INTERVIEW: DIE ROWE ZENTRALE INTERVIEW: THE ROWE RECEPTION

Wer bei ROWE in Worms zu Gast ist, kommt an der Zentrale nicht vorbei.

Visitors to ROWE in Worms can't avoid reception.

WAS STECKT EIGENTLICH HINTER DIESER VIELSEITIGEN ABTEILUNG UND WELCHE AUFGABEN BEGLEITEN SIE? WIR HABEN DIE MITARBEITER INTERVIEWT UND EINEN BLICK HINTER DIE KULISSEN GEWORFEN.

WHAT REALLY GOES ON IN THIS DIVERSE DIVISION, AND WHAT IS THE TEAM THERE RESPONSIBLE FOR? WE INTERVIEWED THE STAFF AND TOOK A PEEK BEHIND THE SCENES.

Täglich werdet ihr mit den unterschiedlichsten Herausforderungen konfrontiert. Was macht die Arbeit für euch an der Zentrale so besonders?

Alle: Die Zentrale ist für viele die erste Anlaufstelle, egal ob Mitarbeiter oder externe Personen. Unser Job ist einerseits vielseitig und zudem auch sehr spannend gestaltet. Flexibilität ist darüber hinaus ein ebenso wichtiges Stichwort. So ist kaum ein Tag vorhersehbar – kurzfristige Terminverschiebungen oder Anrufe aus der ganzen Welt: ein gutes Management sowie Kommunikationsstärke sind Voraussetzungen für den Erfolg unserer Arbeit.

The division faces a huge range of challenges every day. What makes the work in reception so special for you?

All: For many people, the reception is the first point of contact, whether they are staff or people from outside the company. Our job is varied and very exciting at the same time. Flexibility is also an important key word. We really can't predict what each day will bring – appointments get postponed at the last minute, we take calls from all over the world: we need good management and communication skills to do our job properly.



Monika, du bist das jüngste Mitglied an der ROWE Zentrale – was hat dich dazu bewegt, dich auf diese Stelle zu bewerben?

Monika R.: Ich habe in den vergangenen Jahren zwei wunderbare Kinder großgezogen und in dieser Zeit halbtags gearbeitet. Mir war es aber immer wichtig, wieder voll ins Berufsleben einzusteigen und mich weiterzubilden. ROWE kenne ich seit vielen Jahren – in Worms und Umgebung kommt man an der Firma nicht vorbei. Als dann eine Stelle ausgeschrieben wurde, habe ich nicht lange gezögert und freue mich, nun schon seit 3 Jahren Teil des großartigen Teams zu sein.

Seit fast 3 Jahren betreut ihr auch für die Kollegen das Betriebscatering. Welche Prozesse stecken dahinter, bis das Essen auf dem Tisch steht?

Tasja W.: Über ein modernes App-System oder die Desktop-Variante hat jeder Mitarbeiter die Möglichkeit mit seinen eigenen Log-In Daten eins von zahlreichen Gerichten aus unserem Angebot auszuwählen. Dieses Angebot wurde durch uns anhand verschiedener Kriterien festgelegt. So wurde beim Auswahlprozess besonders darauf geachtet, dass auch verschiedene Ernährungsformen dabei sind. Allerdings haben Mitarbeiter auch die Möglichkeit die Angebote mitzusteuern: über die Wunschlistenfunktion können verschiedene Mahlzeiten aus dem Gesamtortiment favorisiert werden, die wir wiederum in unsere nächste Vorbestellung miteinfließen lassen. Möchte ein Mitarbeiter nun eine Mahlzeit aus unserem Angebot bestellen, hat er am jeweiligen Tag bis 10 Uhr die Möglichkeit dazu. Um kurz nach 10 erstellen wir die Essenslisten und bereiten im Anschluss die Konvektomaten (Heißluftöfen) vor. Knapp 50 Minuten benötigt die Zubereitung einer Mahlzeit. Hygiene spielt für uns dabei eine wichtige Rolle, daher haben wir auch an einer Hygieneschulung der Hofmann Manufaktur teilgenommen und ein Zertifikat erhalten. Auch die optimale Vorbereitung der Essensschalen, damit pünktlich zur Mittagspause um 12 Uhr die Gerichte fertig sind, stellt einen wichtigen Prozess im Betriebscatering dar. Kurz vor der Bereitstellung werden die einzelnen Schalen auf die Ausgabefläche gestellt, mit Namen der entsprechenden Mitarbeiter versehen und manchmal ist einer so pünktlich, dass wir ihm noch einen guten Appetit wünschen können.

Monika, you are the youngest member of the ROWE reception team – what prompted you to apply for this role?

Monika R.: I had spent the past few years raising my two wonderful children, and was working half-days during this time. It was always important to me to get back to work full-time and develop myself further. I have known of ROWE for many years. You can't really miss the company in Worms and the surrounding area. So when a position was advertised, I didn't hesitate for long and am delighted to have been part of the fantastic team for almost three years now.

You have also been taking care of the staff in corporate catering for three years now. What are the processes behind the scenes to get the food onto the table?

Tasja W.: All staff can use their personal log-in details to order one of several dishes from our selection via a modern app system or the desktop version. We decided this range according to various criteria. For example, during the selection process we were especially mindful to include foods to cater to different diets. But staff also have the possibility to help shape the choices: using the wish list function, they can mark various meals from the entire range as favourites which we then include in our next pre-order selection. If an employee wants a meal from our assortment, he can order it up to 10.00 am that morning. We prepare the meal lists just after 10.00 am and then get the convectomats – the fan ovens – ready. It takes just under 50 minutes to

prepare a meal. Hygiene is hugely important to us, so we have also completed a Hofmann Manufaktur hygiene training course, for which we received certification. Another important process in corporate catering is optimal preparation of the food trays to ensure the dishes are ready on time for the lunch break at 12.00. Shortly before they are collected, the trays are placed in the serving area with the employee's name. Sometimes, a person is so on the dot that we still have time to wish them "bon appetit".

The reception has a very broad remit. What are the most important aspects of your day-to-day work?

Dominique G.: We start our day on reception at 8.00 am. I generally start thinking about the tasks ahead of me on the way to work, and work through individual points. Going through the post is always our top priority in the morning. We sort and manage the post for over 85 administrative staff as well as the in-house mailings, including for the site in Bubenheim. As well as looking after our conference rooms, our mornings are also spent preparing the corporate catering. We also manage the physiotherapy and massage bookings which are services we offer in-house on Mondays and Wednesdays. But we are also responsible for managing the fleet of vehicles, ordering office supplies and new furniture and coordinating group visits internally. With respect to group visits in particular, we check the people registered in accordance with the AEO (Authorised Economic Operator) guideline, as well as arranging refreshments and lunch. But one of the most fundamental roles of the reception is our telephone service. We answer and transfer huge numbers of internal and external calls, provide information and act as coordinators.

The reception handles numerous calls everyday, sometimes from all parts of the world. How easy is it for you to get into the mindset of the enquiry and adjust to the language if necessary?

Tasja W.: Apart from the national language, which you can sometimes guess from the area code, you need to know who in the company is responsible for which tasks and areas. Customers and service providers don't want to be bombarded with questions, or find themselves in a queue. It's really important to us to handle calls quickly and competently, because for prospects in particular, we are the first point of contact by telephone – and we need to give them a positive



impression. But over time, you establish a routine and a lot of processes keep recurring, and you also get to know the staff, what they do, and you know within a few sentences what information the caller needs.

We have also set up a fourth workstation at reception where we have a different trainee on a three month rotation. Why should a trainee spend time working on reception during their career?

All: We are always delighted when trainees start off on reception. You might be hit with a lot of information in the first few weeks, but this is where you get to know who is responsible for what in the different departments, and you also have direct contact with every one of the company's employees. Because a lot of people use the main entrance, which means they can't miss the reception. Trainees also get to understand how the different divisions dovetail, the background to them, and they come to know ROWE.

Die Zentrale hat ein sehr breites Aufgabenspektrum. Was sind die wichtigsten Bestandteile eurer täglichen Arbeit?

Dominique G.: Unser Tag an der Zentrale beginnt um 8 Uhr. Ich persönlich mache mir meist auf dem Weg zur Arbeit schon Gedanken über die anstehenden Aufgaben und gehe einzelne Punkte nochmal durch. Priorität hat bei uns immer die Postbearbeitung am Morgen. Wir sortieren und managen die Post für über 85 Verwaltungsmitarbeiter sowie die hausinternen Mailings, auch für den Standort in Bubenheim. Neben der Verwaltung unserer vier Konferenzräume, geht es im Laufe des Vormittags auch um die Vorbereitung des Betriebscaterings. Ebenso pflegen wir auch die Physio- und Massageterminen, die montags und mittwochs bei uns im Haus angeboten werden. Aber auch die Verwaltung des Fuhrparks, das Bestellen von Büromaterialien und neuen Möbeln sowie die hausinterne Koordination bei Gruppenbesuchen stehen in unserer Verantwortung. Besonders bei den Gruppenbesuchen prüfen wir die angemeldeten Personen nach AEO-Richtlinie (Authorised Economic Operator), organisieren aber auch die Verpflegung und das Mittagessen. Was aber zu den elementaren Aufgaben der Zentrale gehört, ist unser Telefonservice. Zahlreiche interne und externe Anrufe annehmen, weiterleiten, Auskunft erteilen und koordinieren.



Die Zentrale vermittelt täglich zahlreiche Anrufe, teilweise aus der ganzen Welt. Wie einfach ist es für dich, sich auf die Anfrage und gegebenenfalls Sprache einzustellen?

Tasja W.: Unabhängig von der Landessprache, die man manchmal anhand der Vorwahl erahnen kann, sollte man wissen, wer im Haus für welche Aufgaben und Bereiche zuständig ist. Ein Kunde oder Dienstleister möchte nicht lange mit Fragen gelöchert werden oder sich in der Warteschlange befinden. Eine schnelle und kompetente Abwicklung ist für uns wichtig, denn vor allem bei Interessenten sind wir die erste telefonische Anlaufstelle – und die sollte einen positiven Eindruck hinterlassen. Mit der Zeit hat man aber auch Routine und viele Prozesse sind wiederkehrend, ebenso kennt man die Mitarbeiter, ihre Aufgaben und weiß meist nach wenigen Sätzen schon, welche Information der Anrufer benötigt.

In der Zentrale ist auch ein vierter Arbeitsplatz eingerichtet, an dem im dreimonatigen Wechsel ROWE Auszubildende unterstützen. Warum sollte ein Azubi in seiner Laufbahn die Abteilung „Zentrale“ durchlaufen?

Alle: Wir freuen uns immer, wenn Auszubildende am Anfang ihrer Ausbildung in der Zentrale starten. Der Informationsfluss in den ersten Wochen ist zwar sehr hoch, aber hier lernt man nicht nur die Zuständigkeiten in den einzelnen Abteilungen kennen, sondern kommt in direkten Kontakt mit jedem Mitarbeiter der Firma. Viele nutzen den Haupteingang und da kommt man eben nicht an der Zentrale vorbei. Darüber hinaus lernen Auszubildende, wie Abteilungen miteinander zusammenhängen, Hintergründe zu verstehen und so die Firma ROWE kennen.

MADE IN GERMANY, DOCH IN DER WELT ZUHAUSE

MADE IN GERMANY, AT HOME ACROSS THE GLOBE



**MIT ROWE VERBINDEN DIE MEISTEN UNSER HEADQUARTER
UND PRODUKTIONSSTANDORT IN DEUTSCHLAND, GENAUER
GESAGT IN WORMS ODER DAS WERK IN BUBENHEIM.**

Das 1995 im rheinhessischen Flörsheim-Dalsheim gegründete Schmierstoffunternehmen ist jedoch nicht nur an den beiden deutschen Standorten anzutreffen. Mittlerweile gibt es zahlreiche internationale Vertriebsgesellschaften, aber auch Tochterfirmen, die zum strategischen Konzept der beiden Geschäftsführer Michael Zehe und Dr. Alexandra Kohlmann gehören.

In vielen unserer starken Auslandsmärkten haben wir uns für eigene Vertriebsgesellschaften entschieden, da die Kontakt- und Vertriebsmöglichkeiten vor Ort einfacher sind, als diese aus Deutschland mit unzähligen Geschäftsreisen zu managen. Darüber hinaus erfahren wir Verständnis und Kultur der Märkte und schaffen es, uns optimal für die verschiedenen Märkte aufzustellen. Zu den jüngsten Gesellschaften zählen dabei ROWE Südafrika (ROWE South Africa (Pty.) Ltd) sowie ROWE China (ROWE International Trading (Beijing) Co., Ltd.).

Darüber hinaus haben wir schon seit einigen Jahren Gesellschaften in den Ländern: USA, Russland, Polen, Bulgarien und Rumänien und haben somit gerade in Osteuropa und transatlantisch damit früh begonnen, unsere Marke global zu festigen.

**WHEN THINKING OF ROWE, MOST PEOPLE ASSOCIATE IT WITH
OUR HEADQUARTERS AND PRODUCTION SITE IN WORMS,
GERMANY OR WITH OUR PLANT IN BUBENHEIM.**

However, the truth is that the lubricants company, which was founded in Flörsheim-Dalsheim in the Rhine-Hesse region in 1994, is not only situated at the two German locations. Meanwhile, we have numerous international sales companies and subsidiaries, all of which are part of the strategic concept of Michael Zehe and Dr Alexandra Kohlmann, the two managing directors.

In a large number of our strong foreign markets, we have decided to establish our own sales companies. This is because the contact and sales opportunities on site are better than when we manage everything from Germany, which would also involve countless business trips. What is more, we can better understand the local market culture. This, in turn, allows us to position ourselves optimally for the different markets. Among the most recent companies are ROWE South Africa (ROWE South Africa (Pty.) Ltd) and ROWE China (ROWE International Trading (Beijing) Co., Ltd.).

Apart from this, we have companies in the USA, Russia, Poland, Bulgaria, and Romania and have thus made an early start in Eastern Europe and transatlantically, to consolidate our brand globally.

**IN DEUTSCHLAND GIBT ES ABER AUCH
GESELLSCHAFTEN, DIE UNSER KLASSISCHES
TÄTIGKEITSFELD - DIE HERSTELLUNG VON
SCHMIERSTOFFEN - ERGÄNZEN.**

Mit einer Tochtergesellschaft, ROWE Marketing GmbH, wird die Marketing- und Außendarstellung unserer Marke vollständig geplant und umgesetzt. Angefangen bei Grafik und Design, über Motorsport-Events und Messen, dem gesamten Sponsoring-Engagement, bis hin zur starken Online-Präsenz werden diese Themen von unserer hauseigenen Marketing-Agentur betreut und abgewickelt.

Aber auch vorgelagerte und ergänzende Geschäftsfelder sowie Prozesse in der Wertschöpfungskette gehören zu unserem Unternehmensportfolio. Mit unserer Tochterfirma, der Palbo GmbH, produzieren wir unter anderem unsere Kolbenkanister seit vielen Jahren selbst und bleiben somit in Produktions- und Auftragsabläufen stets flexibel. Dabei können wir auch Einfluss auf das Herstellungsverfahren nehmen, so zum Beispiel, dass jeder Kanister mit 20 % Rezyklat produziert wird, sprich: ein Fünftel besteht aus wiederverwertetem Kunststoff.

Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein, spielen aber auch bei anderen Gesellschaften eine strategische Rolle. So entwickeln und produzieren wir bereits Wasseraufbereitungsanlagen, die u. a. zu Pilotprojekten in Bangladesch und Südafrika eingesetzt werden.

Zur Reihe der Unternehmen gehört auch ein eigener Rennstall: Die Motorsport Competence Group AG (MCG) bestreitet das gesamte Engagement von ROWE RACING in den weltweiten Rennserien und ist darüber hinaus mit einem hochprofessionellem Team ein industrieller Entwicklungspartner für die Bereiche Automotive, Motorsport und Marketing.

Somit umfasst die Unternehmensgruppe insgesamt 16 Firmen, vom Kerngeschäft über Tochtergesellschaften, bis hin zu ergänzenden und innovativen Geschäftsfeldern.



ROWE®

ROWE GRUPPE / ROWE GROUP

ROWE Holding GmbH

ROWE MINERALÖLWERK GMBH

ROWE Marketing GmbH

ROWE Projektgesellschaft mbH

ROWE Engineering

ROWE International GmbH

ROWE Russland

ROWE Polen

ROWE Rumänien

ROWE Bulgarien

ROWE USA

ROWE Südafrika

ROWE China



WE ALSO HAVE GERMAN-BASED COMPANIES THAT COMPLEMENT OUR FIELD OF ACTIVITY - THE PRODUCTION OF LUBRICANTS.

At ROWE Marketing GmbH, a subsidiary of ours, we plan and implement our brand's marketing and external presentation from start to finish, including graphics and design, motorsport events and trade fairs, as well as the complete sponsoring commitment, and a strong online presence. All of these topics are managed by our in-house marketing agency.

Upstream, complementary business fields and value chain processes also form a part of our company portfolio. With our Palbo GmbH subsidiary, we have been producing our own piston canisters for many years, allowing us, among other things, to remain flexible in production and order processes at all times. In doing so, we can also influence the manufacturing process, e.g., that each canister is produced with 20 % recycled material, meaning that one fifth consists of recycled plastic.

Sustainability and environmental awareness also play a strategic role in our other companies. Here, for instance, we are already developing and producing water treatment plants that are being used for pilot projects in Bangladesh and South Africa, among other locations.

The series of companies also includes our own racing team: Motorsport Competence Group AG (MCG) handles all of ROWE RACING's involvement in the worldwide racing series and is also an industrial development partner for the automotive, motorsport and marketing sectors with a highly professional team.

As such, the group of companies consists of a total of 16 companies, including the core business and subsidiaries as well as complementary and innovative business fields.

ROWE RELOADED

Der neue Weg zum dynamischen Markenauftritt

The new way for the dynamic brand identity

DER GEMEINSAME PLAN, EINE NEUE DIMENSION ZU SCHAFFEN

Ursprünglich war gar nicht geplant das Logo zu tauschen.“, erinnert sich Michael Zehe, Gründer und Geschäftsführer von ROWE. „Unser Ziel war es, mit dem Relaunch einen moderneren Auftritt, passend zu unserer neuen Markenstrategie, zu entwickeln. Dass Teil dieses modernen Fundaments auch ein Logotausch ist, kam aus einer Idee meiner Tochter, der ich zusammen mit den Geschäftsleitungskollegen das Vertrauen schenkte, aus dem Relaunch sowie dem altbewährten Logo, etwas Besonderes zu machen.“

„Uns allen war klar: wir müssen groß denken, in die Marke investieren, sie weiter stärken und für ein frischeres Design sorgen. Das Ziel: ein starkes Branding am Point of Sale, um unsere Kunden langfristig und bestmöglich beim Verkauf unserer besten Produkte zu unterstützen. Also sagte ich zu meinem Vater: Lass uns die Marke in eine neue Dimension transferieren, lass ihr einen modernen Look verpassen und mit gezielten Anpassungen weltweit für Aufmerksamkeit sorgen – und dann legten wir los.“, erzählt Alexandra Kohlmann weiter.

THE NEW WAY FOR A DYNAMIC BRAND IDENTITY!

“Originally, the plan did not include changing the logo”, remembers Michael Zehe, founder and CEO of ROWE. “In fact, our relaunch was designed to develop a more modern appearance in line with our new brand strategy. The fact that part of this modern basis also involved a change of logo was my daughter’s idea whom I trusted, together with my management colleagues, to make something very special of the relaunch, as well as the tried and tested logo.

“It was clear to all of us that we had to think big, invest in the brand, continue to strengthen it, and find a fresher design, too. The aim was strong branding at the point-of-sale in order to support our customers in the long-term



Das Ziel: ein starkes Branding am Point of Sale, um unsere Kunden langfristig und bestmöglich beim Verkauf unserer besten Produkte zu unterstützen

The objective: a strong branding at the point of sale, in order to support our customers in the long term and in the best possible way when selling our best products.

and in the optimal way with the sale of our best products. So, I said to my father, let's take the brand to a new dimension, give it a modern look and create awareness worldwide with targeted adjustments. We then got started!" Alexandra Kohlmann explains.

IT ALL BEGAN WITH AN IDEA

After almost 25 years of a successful company history, we wanted to take another important step for the future. Dr. Alexandra Kohlmann, manager at

ROWE, introduced this idea into the strategic company planning at a very early stage: a new brand concept which convinces with a modern logo, colours and an overall fresh performance.

"In 2016, when I entered the family business as my father's daughter and the future successor, I had already known the ROWE brand for 21 years", said Dr. Alexandra Kohlmann. "From the garage company to the strategic and highly modern new construction in 2012 here in Worms, I have experienced the development of the brand and of the company first-hand. The visions and objectives, which ultimately led to the enormous growth, impressed me and I realised that we would take some big strides together. I therefore asked myself the questions: How can we also be strong and competitive in the future? How can we distinguish ourselves from the competition?"

ALLES BEGANN MIT EINER IDEE

Nach fast 25 Jahren erfolgreicher Unternehmensgeschichte wollte man einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Zukunft gehen. Dr. Alexandra Kohlmann, Geschäftsführerin bei ROWE, brachte diese Idee schon recht früh in die strategische Unternehmensplanung mit ein: ein neues Markenleitbild, welches mit modernem Logo, Farben und einem rundum frischen Auftritt besticht.

„Als ich 2016 als Tochter meines Vaters und künftige Nachfolgerin in das Familienunternehmen eintrat, kannte ich die Marke ROWE bereits seit 21 Jahren.“, so Dr. Alexandra Kohlmann. „Von der Garagenfirma bis zum strategischen und hochmodernen Neubau 2012 hier in Worms habe ich die Entwicklungen der Marke und des Unternehmens hautnah mitbekommen. Die Visionen und Ziele, die letztlich zu dem enormen Wachstum geführt haben, beeindruckten mich und mir war klar, dass wir gemeinsam noch weiter große Schritte gehen werden. Ich stellte mir also die Frage: wie können wir auch in Zukunft stark und wettbewerbsfähig bleiben? Wie schaffen wir es, uns von den Mitbewerbern noch weiter abzuheben?“

/ EIN TEAM. EIN GEMEINSAMES ZIEL.

Doch wie setzt man ein solch gewaltiges Projekt um, welches mehr erfordert als das Entwickeln eines modernen Logos und Designs? ROWE gründete das erste agile Projektteam, welches unter höchster Verschwiegenheit fast zwei Jahre an der Umsetzung der Idee arbeitete. Experten aus nahezu jeder Abteilung bei ROWE bildeten das Team, welches unter der Leitung von Stefan Wermter, Leiter des operativen Geschäfts bei ROWE, wöchentlich zusammenkam.

/ ONE TEAM. ONE COMMON OBJECTIVE.

How to implement such a huge project, which requires more than the development of a new logo and design? ROWE founded the first agile project team which worked almost two years on implementing the idea, whilst maintaining secrecy. Experts from almost each department at ROWE formed the team, which met weekly under the leadership of Stefan Wermter, manager of the ROWE's operative business.

/ "EIN PROJEKTTEAM DIESER GRÖSSE UND TRAGWEITE GAB ES BISHER NOCH NICHT."

„Die Einführung eines agilen Projektteams in dieser Größe war auch für uns eine neue Herausforderung, die wir aber dank einer hervorragenden Struktur und großartigen Mitarbeit der Kollegen, wunderbar gemeistert haben.“, erklärt Stefan Wermter, Mitglied der ROWE Geschäftsleitung. „Es war von Anfang an ein Geheimprojekt, welches, wenn man einen so großangelegten Relaunch plant, erst zum Tag des Relaunchs gelüftet werden darf. Natürlich mussten wir nach und nach

Die Einführung eines agilen Projektteams in dieser Größe war eine neue Herausforderung, die wir wunderbar gemeistert haben.

andere Mitarbeiter und Abteilungen in unsere Planung einweihen, denn ein Markenrelaunch mit neu gebrandeten Produkten benötigt auch eine gewisse Vorproduktion.“

Gemeinsam mit der Agentur La Mina aus Darmstadt, arbeitete man eng in der Projektphase zusammen. La Mina entwarf das neue Logo, die Umsetzung in allen Schritten erfolgte bei ROWE. So legte man passende Unternehmensfarben fest und versuchte dabei stets die Stärke und das Bild der bisherigen Marke ROWE in das neue Layout zu integrieren. Auch Fragen wie: Was muss bei einer Umstellung alles bedacht werden? Welche Bereiche gilt es abzuklopfen und wie können wir die Vorbereitungen für unsere Kunden bestmöglich gestalten, waren wichtige Bestandteile der Projektarbeit.

„Uns war wichtig, dass man die Neudarstellung immer noch als Abwandlung des bisherigen Designs erkennt. Denn unser Produkt ist weltweit auf den Märkten gesetzt, es hatte einen gewissen Wiedererkennungswert und den galt es auch zu bewahren. In puncto Gebinde änderte sich daher lediglich die Farbe und unser bewährter und vor allem markanter Kolbenkanister blieb gleich.“, ergänzt Stefan Wermter weiter.



“THERE HAS NEVER BEEN A PROJECT TEAM OF THIS SIZE AND SCOPE YET.”

“For us, the implementation of an agile project team of this size has also been a new challenge, which we have successfully tackled thanks to an excellent structure and great assistance of our colleagues”, explained Stefan Wermter, a member of ROWE’s management team. “From the outset, it has been a secret project which was only to be revealed at the day of the relaunch, as such a major relaunch had been planned. Naturally, we had to gradually reveal our planning to other employees and departments, as a brand relaunch with newly-branded products also requires some pre-production”.

We collaborated closely with the LaMina agency from Darmstadt during the project phase. LaMina designed the new logo, but the implementation at all stages took place at ROWE. We determined matching company colours and, in so doing, we always tried to integrate the strength and the image of the existing ROWE brand into the new layout. In addition, questions, such as what needs to be considered when converting; which areas need to be critically examined; and how can we best organise the preparations for our customers, formed an important part of the project work.

“For us, it was important that it was possible to still see the redesigning as a variation of the existing design. Since our product is sold at outlets worldwide, it has a certain recognition value which needed to be maintained. As regards the containers, only the colour was to change, and our well-established and, above all, distinctive piston container remained unchanged”, added Stefan Wermter.

The implementation of an agile project team of this size has also been a new challenge, which we have successfully overcome.



Überlegen, strukturieren, planen – agiles Arbeiten im Projektteam
Thinking, structuring, planning – agile work in the project team



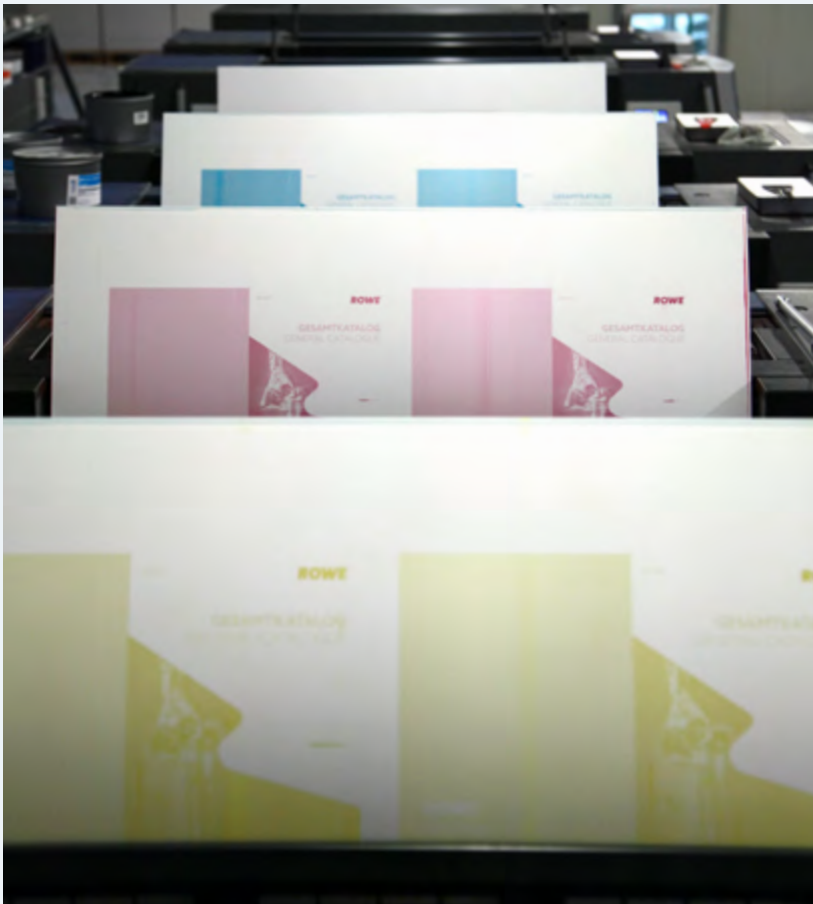
VON DER IDEE ZUR GRAFISCHEN UMSETZUNG

“Für uns bestand die Herausforderung darin, die von unserer Partneragentur entwickelten Ansätze des neuen Corporate Designs sowie das neue ROWE Logo nun auf sämtliche Printprodukte, Werbemittel und jegliche Außendarstellung von ROWE anzuwenden bzw. anzupassen. Hier wurde schnell klar, dass dies ein großartiges Projekt für uns ist.“, erzählt Nicole H., Teamleitung Grafik bei ROWE Marketing GmbH.

DAS KREATIV-TEAM

Doch ist ein solcher Prozess keine One-Man-Show. Unterstützt wurde das Grafik-Team der ROWE Marketing GmbH, die für ROWE fast den gesamten grafischen Support leistet, ebenfalls von der externen Werbeagentur aus Darmstadt, unseren damaligen Experten in Sachen Relaunch, Logogestaltung und strategischer Umsetzung.

“Mit LaMina hatten wir einen starken Partner zur Seite, der uns von Anfang an konzeptionell und mit nützlichen Tipps unterstützt hat“, führt sie weiter aus. Ich bin sehr stolz auf mein gesamtes Grafik-Team (bestehend aus Laura Z., Vanessa D. und Erwin W.), die von Etiketten über Kataloge bis hin zu unseren Werbemitteln alles neugestaltet haben und die die Realisierung bis zum Relaunchtermin einwandfrei umgesetzt haben. Das war eine spannende und zugleich tolle Zeit, an die ich mich gerne zurückerinnere. Ich bin stolz ein Teil dieses Projektes gewesen zu sein.“



FROM THE IDEA TO THE GRAPHIC REALISATION

“For us, the challenge was to apply or adapt the new corporate design developed by our agency partner, as well as the new ROWE logo, to all the print products, advertising materials and any external images of ROWE. Here, it soon became apparent that this was going to be a great project for us”, said Nicole H., the graphics team leader at ROWE Marketing GmbH.



WIESO GAB ES EINE ÄNDERUNG DES LOGOS UND DES MARKANTEN SCHRIFTZUGS?

Das Logo mit den markanten Dächern wurde über viele Jahre weltweit genutzt. Die Herausforderung war es, diese im neuen Logo abgewandelt zu integrieren. So entstanden beispielsweise die spitzen Ecken an den Buchstaben R und W. Darüber hinaus sollte das Logo Dynamik und Sportlichkeit ausstrahlen. Die neue Typographie der ROWE-Schrift wirkt jetzt dynamisch und geradlinig. Ein neuer, perfekter Auftritt für eine starke Marke.

„Bis zur finalen Version des Logos vergingen einige Monate. Am Ende entschieden sich mein Vater und ich für das heutige Logo-Design und gaben den Input zurück ins Projektteam, die sofort mit der Umsetzung in sämtlichen Bereichen begannen.“, erinnert sich Dr. Alexandra Kohlmann zurück.

THE CREATIVE TEAM

However, such a process is not a one man show. The graphics team of ROWE Marketing GmbH, which provides almost all the graphic support for ROWE, was also supported by the external advertising agency from Darmstadt, our experts at the time in respect of the relaunch, logo design and strategic implementation.

“With La Mina, we had a strong partner at our side, who supported us from the beginning with a concept and with useful tips”, continued Nicole H. “I am very proud of my whole graphics team (consisting of Laura Z., Vanessa D., and Erwin W.), who redesigned everything from the labels, to the catalogues, to our advertising materials, and who faultlessly carried out the realisation up to the relaunch date. It has been an exciting, and yet great time, which I will gladly remember. I am proud to have been part of this project”.

WHY HAD THERE BEEN A CHANGE OF THE LOGO AND OF THE DISTINCTIVE LETTERING?

The logo with the distinctive roofs had been used worldwide over many years. The challenge was to integrate them into the new logo in a modified way. For instance, the sharp corner of the letters R and W had been created. Furthermore, the logo would look dynamic and sporty. The new typography of the ROWE typeface now seems dynamic and straightforward. A new, perfect appearance for a strong brand.

“It took several months until we had been able to approve the final logo”, remembered Stefan Wermter quite distinctly. “We rapidly had the basic idea of the new design, and finally developed it to perfection. I remember one morning when the Project Team was sure: This is our new logo.”



/ DAS ERGEBNIS

Doch was benötigt man noch für einen Markenrelaunch neben Logo und neuem Design? Werbemittel – denn diese sind vor allem für unsere Kunden am Point-of-Sale wichtig und repräsentieren unsere Marke nach außen. Seien es Regalheader, Designfässer, Kugelschreiber... „eine gewisse Grundausstattung gehört in jeden Verkaufsshop.“, weiß Markus B., der als Verkaufsleiter Handel bei ROWE ebenso im Projektteam saß und dies aus Vertriebs-sicht maßgeblich unterstützte. „Wir haben sorgfältig neue Werbemittel ausgewählt, diese wurden vom Grafik-Team designt und letztendlich in großen Mengen zum Relaunch beschafft.“

„Über mehrere Wochen und Monate haben wir neue Werbemittel vorbestellt, diverse Lager dafür geschaffen, um gemeinsam mit unserer Disposition für Tag X alles vorzubereiten.“

/ VORFREUDE AUF DAS NEUE DESIGN

„Es war ein aufregender Moment, als ganze LKW mit Paletten voller Werbemittel an die Laderampe fahren und wir zum ersten Mal die neudesignte Merchandise-Ware in der Hand hielten. Bisher kannte man es nur von diversen Entwürfen.“, erzählt Hildegard W., die sich bei ROWE um die Disposition der zahlreichen Werbemittel kümmert. „Mengen prüfen, Artikel und Artikelnummer anlegen und gleich die ersten Starter-Kits packen. Das erfordert bei der großen Kundenanzahl nicht nur viel Zeit, sondern auch ein gutes Organisationsvermögen.“

/ VIER NEUE FARBEN FÜR UNSERE HIGHTEC GEBINDE

Auch an den einzigartigen ROWE Kolbenkanistern ging der Relaunch nicht vorbei. So wurden unsere Gebinde ebenfalls mit neuem Logo versehen und in vier neue knallige Farben getaucht: türkis, gelb, dunkelgrau und hellgrau. Die Farben stehen dabei für die unterschiedlichen Produkt- und Viskositätsklassen, damit eine Zuordnung im Handel sowie der Wiedererkennungswert beim Endkunden leichter fällt. Zu jedem dieser ROWE Kleingebinde (1, 4 und 5 Liter) gehört auch das passende ROWE-Etikett. Millionen von Etiketten wurden vorbestellt, geliefert, ausgepackt, eingebucht und einige Wochen vor dem Relaunch bereits mit den neuen Kanistern in die Abfüllstraßen gegeben. „Ziel war es, sogenannte Fast Mover vorzuproduzieren, um zum Tag des Relaunchs lieferfähig zu sein.“, beschreibt Mona W. den Planungsvorlauf in der ROWE-Produktion.

Doch auch die Großgebilde in 60 und 200 Liter erhielten einen neuen Farbanstrich: aus dem schlichten blauen ROWE Fass wurde ein stylischer rot-weißer Blickfang, der befüllt mit unseren besten Qualitätsschmierstoffen zu tausenden in den ersten Wochen das Werk verließ.

THE RESULT

However, what else is needed for a market relaunch besides the logo and a new design? Advertising material – as this is particularly important for our customers at the point-of-sale and represents our brand to the outside world. These are shelf-headers, design barrels, ball pens... "Certain basic equipment is needed for each sales department", states Markus Bayer, who participated in his capacity as sales manager at ROWE, as well as in the project team which he largely supported from the sales aspect. „We have carefully chosen new advertising material, designed by the graphics team, and finally ordered this in large quantities for the relaunch“.

Over several weeks and months, and in collaboration with our procurement department, we have pre-ordered new advertising material, and established several stocks thereof, in order to have everything prepared for 'Day X'!

FOUR NEW COLOURS FOR OUR HIGHTEC CONTAINER

The relaunch did not pass the unique ROWE piston canister by, and this is why our container has also been provided with the new logo and immersed in four new dazzling colours: turquoise, yellow, dark grey and clear grey. The colours actually represent the different product classes and viscosity classes, and are designed to facilitate the allocation in retail outlets, as well as the recognition value for the end-user. Each of these ROWE small casks (1, 4 and 5 litres) also bear the matching ROWE label. Millions of labels had been pre-ordered, delivered, unpacked, booked in and yet the new containers was still able to be supplied to the filling lines a few weeks before the relaunch! "We aimed to pre-product so-called fast movers, in order to be able to supply at the day of the relaunch", Mona W. describes the pre-sale planning in the ROWE production.

Moreover, the large containers of 60 and 200 litres received a new coat of paint: the simple blue ROWE barrel became a stylish red and white eye-catcher, which has been filled with our best quality lubricants! Thousands of such barrels left the factory in the first weeks.

ANTICIPATION OF THE NEW DESIGN

"It was an exciting moment when truckloads of pallets full with our advertising materials stopped at the loading bay and we could finally hold the redesigned merchandise goods in our hands for the first time. Up until then, we only knew about it from several designs", explained Hildegard W., who is in charge of procurement of the numerous advertising materials at ROWE. "Checking the quantities, creating items and item numbers and immediately packing the first starter kits – this not only takes lots of time for our large number of customers, but also good organisational skills“.



/ EIN FAZIT NACH 365 TAGEN

Ein Jahr später. Ein Jahr nach dem großen ROWE Relaunch. Ist das neue Logo, der Neuauftritt der Marke weltweit angenommen worden? "Diese Frage ist mit einem ganz klaren Ja zu beantworten.", bestätigt Immo Kosel, Vertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung bei ROWE. "Noch am gleichen Tag des Relaunchs haben sich unzählige Kunden und Geschäftspartner per Mail und Telefon bei mir gemeldet und waren von unserem Relaunch begeistert. Denn eigentlich war die Präsentation des neuen Designs zum 25-jährigen Firmenjubiläum des Unternehmens geplant, jedoch machte uns hier die Pandemielage einen Strich durch die Rechnung. Noch heute erhalten meine Vertriebsmitarbeiter und ich in vielen Gesprächen weiterhin positive Rückmeldungen unserer Kunden."

/ EINEN WICHTIGEN SCHRITT WEITERGEGANGEN

Die zahlreichen Tochtergesellschaften, die an strategischen Standorten weltweit positioniert sind, haben nahezu zeitgleich den Relaunch umgesetzt und sind begeistert vom neuen Markenbild, welches ROWE nun in die Welt strahlt. Selbst der ROWE Showroom in der bulgarischen Hauptstadt Sofia glänzt bereits im neuen Design (mehr hierzu auf Seite 52).

"Die Ausstattung unserer Kunden stand bei uns stets im Fokus. So haben wir schnell und zuverlässig unsere Top Produkte im neuen Design weltweit ausliefern können, um das neue Erscheinungsbild der Marke ROWE an den Point-of-Sales dieser Welt zu präsentieren.", erinnert sich Immo Kosel. "Als die Waren und Werbemittel beim Kunden eingetroffen sind und man sie zum ersten Mal gesehen hat, haben wir zahlreiche Fotos über Social Media und E-Mail erhalten. Und wir merken, da draußen ist man stolz auf unsere Marke – das ist ein großartiges Gefühl."



**UNSER MARKENRELAUNCH
KURZ ZUSAMMENGEFASST
OUR BRAND RELAUNCH
IN SHORT SUMMARY**



/ STARKES BRANDING FÜR EINE STARKE MARKE.

Das ist ROWE und das macht uns aus. "Ich bin stolz, wie hervorragend alles von der Planung bis zur Umsetzung bei uns im Haus lief.", resümiert Dr. Alexandra Kohlmann. „An das Projektteam sowie alle Beteiligten kann ich, auch ein Jahr später, nur meine größte Anerkennung ausdrücken. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter

**Jede Mitarbeiterin
und jeder Mitarbeiter
hat großartige
Arbeit geleistet**

hat großartige Arbeit geleistet, sodass wir gemeinsam den Markenrelaunch einwandfrei umsetzen konnten.

Unsere Marke hat einen wichtigen Schritt nach vorne gemacht, denn mit dem neuen Corporate Design haben wir einen wichtigen Grundstein für ein modernes, professionelles und dynamisches Aussehen gelegt, welches sich optimal mit unseren Engagements Sponsorings ergänzt und außerdem unsere Markenwerte wie Vielseitigkeit, Leidenschaft und Nachhaltigkeit authentisch repräsentiert."



CONCLUSION AFTER 365 DAYS

One year later. One year after the big ROWE relaunch. Has the new logo, the new appearance of the brand been accepted worldwide? "This question can be answered with a clear "Yes!", confirmed Immo Kosel, sales manager and member of the management team at ROWE. "On the same day of the relaunch, countless customers and business partners contacted me by mail and phone and were delighted about our relaunch. Actually, the presentation of the new design was planned for to take place on the 25th anniversary of the company – unfortunately, the pandemic threw a spanner in the works with this! However, even today, my sales representatives and I still receive positive feedback in lots of conversations with our customers."

TAKING ANOTHER IMPORTANT STEP

The numerous subsidiaries, which are positioned at strategic locations worldwide, implemented the relaunch at almost the same time, and are very enthusiastic about the new brand image, which ROWE now radiates out into the world. Even the ROWE showroom in Sofia – the capital of Bulgaria – stands out in the new design (learn more about this on page 52).

"Our focus has always been on the equipment of our customers. In this way, we have been able to deliver our top products quickly and reliably worldwide, in order to represent the new appearance of the ROWE brand at the points-of-sale all over the world", remembers Immo Kosel. "When the customer has received the goods and advertising materials, and you see them for the first time! We have received numerous photos via social media and by email. We notice that external people are proud of our brand, too, and this is a great feeling!"

STRONG BRANDING FOR A STRONG BRAND.

This is ROWE and this is what distinguishes us. "I am proud of the excellent way in which everything passed from the planning phase to the implementation at our factory", sums-up Dr. Alexandra Kohlmann. "Even now, one year later, I can only express my greatest recognition for the project team and everyone involved. Every employee has done great work, which has led to us being able to implement the brand relaunch perfectly together. Our brand has taken an important step forward as, with the new corporate design, we have laid an important foundation for a modern, professional and dynamic look which not only perfectly complements our sponsorship commitments, but also authentically represents our brand values, such as versatility, passion and sustainability".

**Every employee
has done
great work**





2x24 STUNDEN FÜR DIE GESCHICHTSBÜCHER

2 AUTOS + 6 FAHRER + 5.849,238 KILOMETER = 28 TAGE + 2 TRIUMPHE + 1 TEAM!

Das ist die Erfolgsgleichung von ROWE RACING in der Saison 2020. Als erstes Team überhaupt in der jetzt zehnjährigen GT3-Ära gewann die Mannschaft um Teamchef Hans-Peter Naundorf in einer Saison die 24-Stunden-Klassiker auf dem Nürburgring und in Spa mit zwei verschiedenen Fahrzeugen. Beim 24h-Rennen auf dem Nürburgring bescherten die BMW-Werksfahrer Nick Catsburg (NLD), Alexander Sims und Nick Yelloly (beide GBR) im BMW M6 GT3 mit der #99 ROWE RACING den so lang ersehnten ersten Triumph beim „Eifel-Marathon“. Bei extrem schwierigen Witterungsbedingungen am letzten September-Wochenende, die unter anderem zu einer neuneinhalbstündigen Rennunterbrechung führten, war es Nick Catsburg, der im zehnten Jahr des Bestehens von ROWE RACING nach den entscheidenden Strategieentscheidungen des Teams im richtigen Moment am Ende mit 15,4 Sekunden Vorsprung als Sieger über die Ziellinie fuhr.

Vier Wochen später in Spa erledigte diesen Job Nick Tandy (GBR) und es sollte nochmals dramatischer werden. Die fahrerische Extraklasse der Porsche-Werksfahrer Nick Tandy, Earl Bamber (NZL) und Laurens Vanthoor (BEL) bei abermals schwierigsten Wetterbedin-



2x24 HOURS FOR THE HISTORY BOOKS

2 CARS + 6 DRIVERS + 5,849.238 KILOMETRES = 28 DAYS + 2 TRIUMPHS + 1 TEAM!

That was ROWE RACING's recipe for success in the 2020 season. The team, led on by team boss, Hans-Peter Naundorf, was the first ever in the now ten-year GT3 era to win the 24-hour classics at Nürburgring and Spa in one season with two different cars. During the 24-hour race at Nürburgring, BMW works drivers, Nick Catsburg (NLD), Alexander Sims and Nick Yelloly (both GBR) secured ROWE RACING's long-awaited first triumph at the "Eifel Marathon" in the BMW M6 GT3 with the #99. Despite extremely challenging weather conditions during the last weekend in September, which, among other things, led to a nine-and-a-half-hour interruption during the race, Nick Catsburg, in the tenth year of ROWE RACING's existence, crossed the finish line as the winner, boasting a 15.4 second lead. This win wouldn't have been possible were it not for the team's smart strategic decisions, taken at just the right moment.

Then, four weeks later in Spa, Nick Tandy (GBR) did the job. Yet, this time round, things became even more dramatic. The top class driving by Porsche works drivers Nick Tandy, Earl Bamber (NZL) and Laurens Vanthoor (BEL), in what once again turned out to be



Winner Team ROWE RACING: 24h Nürburgring 2020

gungen und einer erneut perfekten Strategie des Teams hatten den Porsche 911 GT3 R mit der #98 an die Spitze gebracht, doch in der vorletzten Runde hörten der Fahrer – und über die Onboard-Kamera auch alle Zuschauer am Livestream – ungewöhnliche und besorgniserregende Geräusche. Nick Tandy brachte aber mit all seiner Erfahrung das Auto trotzdem ins Ziel und sicherte mit 4,687 Sekunden Vorsprung den zweiten Spa-Sieg von ROWE RACING nach 2016. Während Tandy nach der „emotionalsten letzten Runde“ seiner Karriere von den Teamkollegen in die Arme genommen wurde, stellte sich später heraus, dass die Geräusche von einem defekten Getriebe kamen, welches aufgrund eines Materialschadens zum emotionalen Zittersieg führte. Mit den beiden Siegen und den zwei zweiten Plätzen 2018 und 2019 ist ROWE RACING in Spa das erfolgreichste Team der letzten fünf Jahre. Bei den beiden 24-Stunden-Klassikern zusammen fuhr das Team seit 2013 acht Mal aufs Podium.

Es ist kein Zufall, dass ROWE RACING in entscheidenden Momenten oft die richtige Strategie parat hat. „Die richtige Entscheidung zur richtigen Zeit zu treffen, ist kein Glück, sondern das Ergebnis einer perfekten Vorbereitung, sich mit den Situationen, die im Rennen auftreten können, schon im Vorfeld auseinanderzusetzen. Wenn man im Rennen das erste Mal in so eine Situation kommt, ist es schwierig, richtig zu entscheiden. Wenn man sie im Kopf schon durchgespielt hat, ist es leichter.“, sagt Teamchef „HP“ Naundorf, der daher 24-Stunden-Rennen an sich und wechselhafte Wetterbedingungen im Speziellen liebt: „Je schwieriger die Situation ist, umso mehr kann ROWE RACING glänzen.“

„Die richtige Entscheidung zur richtigen Zeit zu treffen, ist kein Glück, sondern das Ergebnis einer perfekten Vorbereitung, sich mit den Situationen, die im Rennen auftreten können, schon im Vorfeld auseinanderzusetzen.“

Nicht nur wegen der Siege am Nürburgring und in Spa war die Saison 2020 für ROWE RACING eine außergewöhnliche Erfahrung. Die COVID-19-Pandemie hatte durch den ersten Lockdown im Frühjahr nicht nur den Saisonstart platzen lassen und für die Verschiebung der beiden 24-Stunden-Klassiker in den Herbst gesorgt. Auch die Bedingungen an den Rennstrecken nach dem späten Neustart der Saison durch die Sicherheits- und Hygienemaßnahme waren für alle Teammitglieder eine zusätzliche intensive Herausforderung, der sich ROWE RACING erfolgreich stellte. Als die Saison mit „Geisterrennen“ der Nürburgring Langstrecken-Serie (NLS) Ende Juni verspätet gestartet wurde, gehörte ROWE RACING von Beginn an wieder zu den Top-5-Teams. Im vierten NLS-Lauf am 1. August feierte Nick Catsburg mit Landsmann Stef Dusseldorp im BMW M6 GT3 mit der #99 mit einem Vorsprung von 21,877 Sekunden den ersten Saisonsieg.

extremely difficult weather conditions, in addition to yet another perfect team strategy, put the #98 Porsche 911 GT3 R in the lead. However, on the penultimate lap, the driver - and all the spectators on the livestream via the onboard camera - heard some rather unusual and worrying noises. Nevertheless, Nick Tandy used all his experience to cross the finish line and secured ROWE RACING's second Spa victory after 2016 by a lead of 4.687 seconds. While Tandy was embraced by his teammates after the "most emotional last lap" of his career, it was established that the noises came from a defective gearbox, which led to the emotionally-charged, nail-biting victory. With the two wins and the two second places in 2018 and 2019, ROWE RACING has been the most successful team in Spa in the last five years. Together, the team has won a podium placement eight times in the two 24-hour classics since 2013.

Taking the right decision at the right time is not due to good luck. Rather, it is the result of perfect preparation, and of already dealing with the situations that can arise during the race beforehand.

It really is no coincidence that ROWE RACING often picks the right strategy during those decisive moments. "Taking the right decision at the right time is not due to good luck. Rather, it is the result of perfect preparation, and of already dealing with the situations that can arise during the race beforehand. When you get into such a situation for the first time during the race, you have a hard time taking the right decision. If you've already gone through it in your head, it's easier," team boss, „HP“ Naundorf, says. Thus, it comes as no surprise that he loves the 24-hour races as such and especially the changeable weather conditions: "The tougher the situation, the brighter ROWE RACING can shine."

The 2020 season was an extraordinary experience for ROWE RACING, and this not merely thanks to the victories at Nürburgring and Spa. The COVID 19 pandemic had not only thrown a spanner in the works when it came to the start of the season. In the wake of the first lockdown in spring, this caused the two 24-hour classics to be postponed to autumn. The race tracks' condition after the late restart of the season, due to the safety and hygiene measures, were also an additional intense challenge for all team members, which ROWE RACING successfully mastered. When the season then got off to a late start, with the Nürburgring Endurance Series (NLS) hosting "ghost races" at the end of June, ROWE RACING was once again among the top five teams, right from the very beginning. In the fourth NLS round, which took place on the 1st of August, Nick Catsburg and compatriot Stef Dusseldorp celebrated their first win of the season in the #99 BMW M6 GT3, with a lead of 21.877 seconds.



Overall Winner 24h of Spa Francorchamps:
ROWE RACING



ROWE RACING GOES DTM

**Einstieg in die populäre
Rennserie mit Timo Glock und
Sheldon van der Linde**

Entering the popular racing
series with Timo Glock and
Sheldon van der Linde

/ ROWE RACING ERSTMALS AUCH IN DER DTM AM START

ROWE RACING macht nach den 24-Stunden-Triumphen 2020 auf dem Nürburgring und in Spa den nächsten Schritt und geht 2021 neben den Auftritten in der Nürburgring Langstrecken-Serie (NLS) und dem ADAC TOTAL 24h-Rennen, erstmals auch in der DTM an den Start. Die beiden BMW M6 GT3 steuern der 39-jährige Timo Glock mit der Erfahrung aus 91 Formel-1-Rennen und 130 DTM-Starts und der 21 Jahre junge Sheldon van der Linde, der als erster Südafrikaner ein DTM-Rennen gewann. Damit fahren zum Auftakt der GT3-Ära der populärsten Tourenwagenserie Europas für ROWE RACING die beiden bestplatzierten BMW Piloten der letzten DTM-Saison mit den Class-One-Prototypen. Saisonstart ist am 19. und 20. Juni im italienischen Monza. Insgesamt stehen an acht Wochenenden je zwei Rennen auf dem Programm; das Finale steigt Anfang Oktober in Hockenheim.

/ ROWE RACING COMPETING IN THE DTM FOR THE FIRST TIME

ROWE RACING is now taking the next step following its 24-hour triumphs at the Nürburgring and Spa in 2020 and, in addition to its appearances in the Nürburgring Endurance Series (NLS) and at the ADAC TOTAL 24h Race, it will also be competing in the DTM for

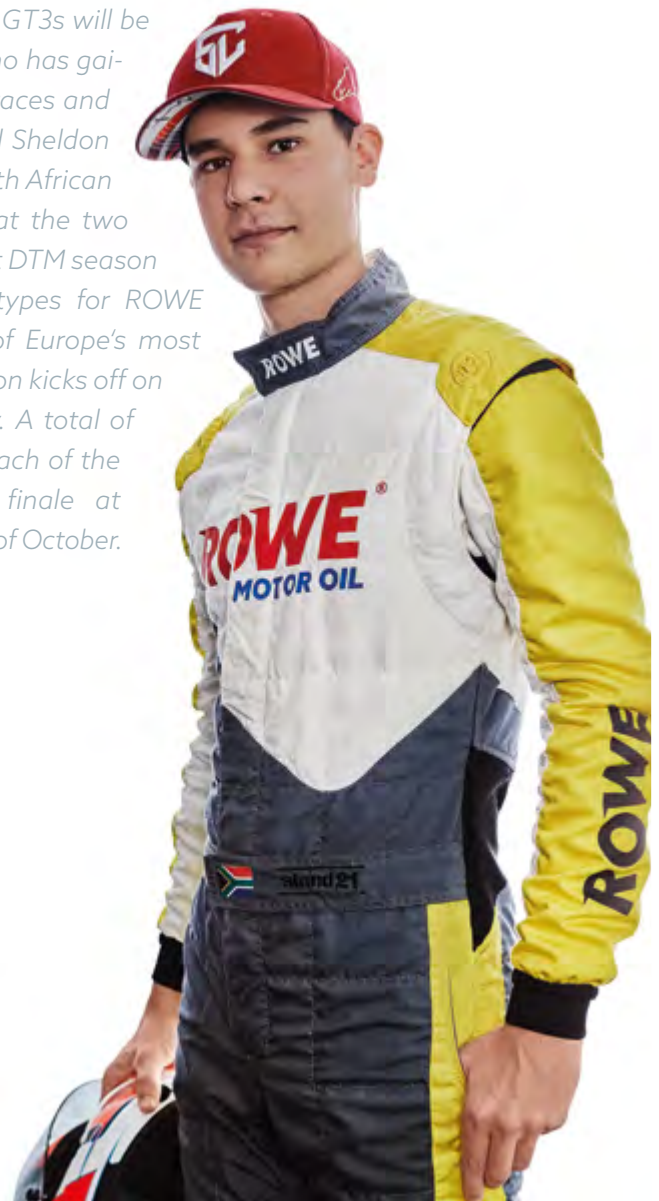
the first time in 2021. The two BMW M6 GT3s will be

driven by 39-year-old Timo Glock, who has gained his experience in 91 Formula 1 races and

130 DTM starts, and the 21-year-old Sheldon van der Linde, who was the first South African

to win a DTM race. This means that the two best-placed BMW drivers from the last DTM season will be driving the Class One prototypes for ROWE RACING at the start of the GT3 era of Europe's most popular touring car series. The season kicks off on

19 and 20 June in Monza, Italy. A total of two races are scheduled for each of the eight weekends, with the finale at Hockenheim at the beginning of October.



CHRISTIAN MENZEL IST NEUER MARKEN- BOTSCHAFTER

CHRISTIAN MENZEL IS NEW BRAND AMBASSADOR

/ NEUES GESICHT IN DER ROWE FAMILIE

Christian Menzel ist seit Sommer 2020 neuer Markenbotschafter von ROWE. Als Rennfahrer, Talentcoach, TV-Kommentator und Instruktor im Fahrsicherheitszentrum am Nürburgring ist der 49-jährige Fachmann für alles, was mit Autofahren und Motorsport zu tun hat.

Seine größten Rennerfolge feierte Christian Menzel mit BMW und Porsche, den beiden Partnern der Saison 2020 von ROWE RACING. In einem BMW 320d gewann er 1998 das 24h-Rennen auf dem Nürburgring. Im Porsche 911 war er 2005 Champion im Porsche Carrera Cup Deutschland und holte 2009 und 2010 den Titel im Porsche Carrera Cup Asia. Weitere Renneinsätze in den USA und eine Saison in der DTM runden die Rennfahrer-Karriere von Christian Menzel ab, der dazu als TV-Experte bis zur Formel 1 im Einsatz ist. Im Auto Motor und Sport Channel hat er sogar eine eigene

Sendung: In „Fast Lap“ testet Menzel regelmäßig Sportwagen aller Kategorien auf Herz und Nieren und lotet Grenzbereiche aus.

„Wir freuen uns, dass wir Christian als neuen, zusätzlichen Markenbotschafter gewinnen konnten. Besonders seine authentische und sympathische Art gepaart mit dem umfassenden Wissen über Motorsport machen ihn zu einem großartigen Partner, der perfekt zu uns passt“, sagt Dr. Alexandra Kohlmann, Geschäftsführerin bei ROWE. Christian Menzel ist der zweite ROWE Markenbotschafter aus der Automobilbranche neben Autotuner JP Kraemer. „Christian und Jean-Pierre ergänzen sich hervorragend. Auf der einen Seite der Rennfahrer und Motorsport-Experte, auf der anderen der Tuningprofi und TV-Moderator“, erklärt Michael Zehe, Gründer und Geschäftsführer bei ROWE.

| A NEW FACE IN THE ROWE FAMILY

Christian Menzel has been ROWE's new brand ambassador since the summer of 2020. As a racing driver, talent coach, TV commentator, and instructor at the driving safety centre at Nürburgring, the 49-year-old is an expert in everything that has anything to do with driving and motorsport.

Christian Menzel celebrated his greatest racing successes with BMW and Porsche, ROWE RACING's two partners of the season 2020. In a BMW 320d, he won the 24-hour race at Nürburgring in 1998. In a Porsche 911, he became the champion in the Porsche Carrera Cup Deutschland in 2005 and won the title in the Porsche Carrera Cup Asia in both 2009 and 2010. Additional races in the USA, and a DTM season round off Christian Menzel's racing career, who also happens to be a TV pundit for Formula 1. He even has his own programme on the Auto Motor und Sport Channel: In "Fast Lap", Menzel regularly puts sports cars of all categories through their paces and tests their limits.

"We are delighted to have succeeded at winning Christian as a new and additional brand ambassador. Especially his authentic and pleasant manner, combined with his extensive knowledge of motorsport, make him a great partner and a perfect fit for us," says Dr Alexandra Kohlmann, Managing Director at ROWE. Alongside car tuner JP Kraemer, Christian Menzel is the second ROWE brand ambassador from the automotive industry. "Christian and Jean-Pierre complement one another perfectly. On the one hand, we have the racing driver and motorsport expert, and on the other, the tuning professional and TV presenter," Michael Zehe, founder and managing director at ROWE, explains.



PODIUMSPLÄTZE FÜR ROWE RACING E-SPORTS

PODIUM PLACES
FOR ROWE RACING
E-SPORTS



DIGITALER MOTORSPORT WÄHREND DER ZWANGSPAUSE. ROWE STARTETE IN DER DNLS SOWIE DER SRO E-SPORT GT SERIES.

Im Zuge des weltweiten Booms von Sim-Racing in Folge der langen Motorsport-Zwangspause durch die COVID-19-Pandemie ist auch ROWE RACING mit einem E-Sports-Team in der Digitalen Nürburgring Langstrecken-Serie (DNLS) und der SRO E-Sport GT Series an den Start gegangen. Dabei haben Renningenieure der Motorsport Competence Group renommierte Sim-Racer bei der Datenanalyse und der Taktik unterstützt.

Während in der DNLS Sim-Racer Dan Sosulski in einem virtuellen BMW Z4 GT3 in den Farben von ROWE RACING zusammen mit den BMW Werksfahrern John Edwards und Nick Yelloly zweimal nicht das Ziel erreichte, lief es in der SRO E-Sport GT Series im Laufe der Saison immer besser für ROWE RACING E-Sports. Für das Team gingen die Sim-Racer Jan-Marcel Dietrich aus Ochtendung und Chris Hoeke aus Berlin jeweils in einem Porsche 911 GT3 R an den Start und verbuchten ab dem zweiten der fünf Saisonrennen regelmäßig Top-10-Plätze. Nach Platz zehn für Hoeke auf der Strecke von Spa fuhr Dietrich auf dem Nürburgring und in Barcelona auf Rang sechs, Hoeke auf dem Circuit de Catalunya zusätzlich auf Platz acht.

Im letzten Rennen der regulären Saison zeigte das Duo die beste Leistung des Jahres: Dietrich wurde Siebter, Hoeke feierte als Dritter den ersten Podiums-

platz für ROWE RACING E-Sports. In der Gesamtwertung belegten Dietrich und Hoeke am Ende die Positionen acht und neun, zudem qualifizierten sich beide Sim-Racer für das Grande Finale, das virtuell auf dem japanischen Formel-1-Kurs in Suzuka ausgetragen wurde. Dort krönte Dietrich als Dritter mit seinem ersten Podiumsergebnis seine Saison, Hoeke belegte Platz 13.

DIGITAL MOTOR SPORTS DURING THE ENFORCED BREAK. ROWE ON THE STARTING GRID AT THE DNLS AND THE SRO E-SPORT GT SERIES.

As part of the worldwide boom in sim racing in the wake of the long enforced break in motor sports due to the COVID-19 pandemic, ROWE RACING was on the starting grid with an e-sports team at the Digital Nürburgring Endurance Series (DNLS) and the SRO E-Sport GT Series. Race engineers from the Motorsport Competence Group supported renowned sim racers with data analysis and tactics.

While in the DNLS, sim racer Dan Sosulski in a virtual BMW Z4 GT3 in the ROWE RACING colours, together with the BMW works drivers John Edwards and Nick Yelloly, failed twice to reach the finish line, things kept getting better throughout the season for ROWE RACING E-Sports in the SRO E-Sport GT Series. Sim racers Jan-Marcel Dietrich from Ochtendung and Chris Hoeke from Berlin each in a Porsche 911 GT3 R represented the team on the start grid, regularly finishing in the top ten from the second of the five races of the season. After Hoeke finished tenth at Spa, Dietrich took sixth position at the Nürburgring and in Barcelona. Hoeke also finished eighth at the Circuit de Catalunya.

In the final race of the regular season, the pair achieved the best results of the year: Dietrich finished seventh, while Hoeke celebrated the first podium place for ROWE RACING E-Sports in third position. In the overall standings, Dietrich and Hoeke finished eighth and ninth, and both sim racers qualified for the Grand Final, which took place virtually at the Japanese Formula 1 circuit in Suzuka. Dietrich crowned his season with his first podium result in third position here. Hoeke finished 13th.



AUF BALLHÖHE MIT DEN CHAMPIONS ON THE BALL WITH THE CHAMPIONS

Auf der Strecke und auf dem Rasen zu Hause

On the track and on the
lawn at home

/ HEJA BVB! HOLA ATLÉTICO!

ROWE hat sein Engagement im Fußball ausgebaut und ist auf Ballhöhe mit internationalen Champions. In Deutschland verlängerte das Unternehmen seinen Vertrag als Champion-Partner des achtmaligen Deutschen Meisters Borussia Dortmund bis 2025 und wird in einem innovativen „4-Säulen-Konzept“ zudem ab Beginn der Saison 2021/22 auch offizieller Nachhaltigkeitspartner des Champions-League-Siegers von 1997. Dieser Titel fehlt noch in der Vitrine des neuen ROWE Partners Atlético Madrid, mit dem eine Partnerschaft bis 2024 vereinbart wurde. Der zehnmahlige spanische Meister stand in den letzten zehn Jahren zweimal im Champions-League-Finale gegen den Lokalrivalen Real Madrid und gewann dreimal die Europa League.

/ HEJA BVB! HOLA ATLÉTICO!

ROWE has furthered its commitment to football and is on the ball with international champions. In Germany, the company has extended its agreement as Champion Partner of eight times German champions Borussia Dortmund until 2025, and in an innovative “4-pillared concept” will from the start of the 2021/22 season also become the official sustainability partner of the club that has been top of the Champions League since 1997. This title has thus far escaped the new ROWE partner Atlético Madrid, with which a partnership has been agreed through to 2024. The ten-times Spanish champion has faced local rivals Real Madrid in the Champions League final twice in the past ten ten years and won the Europa League three times.



ROWE
MOTOR OIL



Champion
Partner



ROWE
MOTOR OIL



OFFIZIELLER PARTNER VON ATLETICO DE MADRID

„Wir bedanken uns bei ROWE für das in uns gesetzte Vertrauen – gerade in diesen herausfordernden Zeiten“, sagt Carsten Cramer, Geschäftsführer bei Borussia Dortmund, über die Vertragsverlängerung mit ROWE: „Das wissen wir sehr zu schätzen und freuen uns auf das weitere Miteinander. Wir werden alles dafür tun, dass wir diese Erfolgsgeschichte fortschreiben können.“ Die Geschäftsführer von ROWE, Dr. Alexandra Kohlmann und Michael Zehe, ergänzen: „Fünf weitere Jahre mit dem BVB. Das ist für unsere weltweiten Kunden ein ganz klares Signal: wir bauen unseren Bekanntheitsgrad immer weiter aus und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit. Besonders in der Rolle des offiziellen Nachhaltigkeitspartners werden wir zeigen, wie hervorragend sich Schmierstoffe und Nachhaltigkeit auf dem Markt vereinen lassen.“

“We would like to thank ROWE for placing their confidence in us – particularly in these challenging times,” says Carsten Cramer, Managing Director of Borussia Dortmund of the contract extension with ROWE: “We greatly appreciate this and look forward to our continued cooperation. We will do everything we can to continue this story of success“. ROWE Managing Directors Dr Alexandra Kohlmann and Michael Zehe add: “Five more years with BVB. This is a very clear message to our customers worldwide: we are constantly building our brand awareness and look forward to the continued collaboration. In particular, we intend to highlight how brilliantly lubricants and sustainability can be brought together on the market in our role as an official sustainability partner.”



ROWE ist beim BVB als Champion-Partner auf diversen TV-relevanten Präsenzen im Signal Iduna Park wie zum Beispiel LED-Banden, Werbet Teppichen und Pressewänden sowie der virtuellen Bandenwerbung in allen internationalen TV-Feeds präsent und wird verstärkt in die Kommunikation der digitalen BVB-Medien eingebunden. International rückte ROWE im Sommer als Partner der virtuellen Asien-Tour des BVB in den Blickpunkt, die 52 Social-Media-Beiträge, vier Millionen Videozugriffe und mehr als fünf Millionen Hashtag-Aufrufe generierte. Ebenso wurde ein virtuelles Meet & Greet mit BVB-Profi Mats Hummels und ROWE Kunden in China umgesetzt, bei dem auch Dr. Alexandra Kohlmann und Michael Zehe eingebunden waren.

Bereits seit Saisonbeginn der spanischen Primera Division ist ROWE auch in „LaLiga“ vertreten, im November wurde die Partnerschaft mit Atlético Madrid offiziell vorgestellt. Die Vereinbarung mit dem spanischen Top-Club beinhaltet ähnlich wie beim BVB unter anderem eine TV-relevante Präsenz im Atlético-Stadion Wanda Metropolitano auf LED-Banden, Anzeigetafeln und TV-Monitoren sowie Merchandising- und Hospitality-Rechte, Bildrechte, Video-Content und die Einbindung in alle digitalen Kanäle des Clubs.

„Die LaLiga zählt neben der Bundesliga und der englischen Premier League zu den besten Fußball-Ligen der Welt. Daher freut es uns ganz besonders mit dieser Partnerschaft im spanischen und internationalen Markt stärker vertreten zu sein und

As Champion Partner, ROWE will appear on various BVB logo and image copyrights, TV-relevant displays at the Signal Iduna Park stadium such as LED boards for example, promotional mats and press backdrops as well as virtual perimeter advertising across all international TV feeds, and will increasingly be involved in communication via digital BVB media. Internationally, ROWE moved into the limelight in the summer as a partner of BVB's virtual tour of Asia, which generated 52 social media posts, four million video watches and more than five million hashtag views. A virtual Meet & Greet with BVB professionals Mats Hummels and ROWE customers in China was also rolled out, involving Dr Alexandra Kohlmann and Michael Zehe too.

ROWE was represented in "LaLiga" right from the start of the Spanish Primera Division season, and the partnership with Atlético Madrid was officially announced in November. As with BVB, the agreement with the Spanish top club includes a TV-relevant presence on LED boards at the Atlético Wanda Metropolitano stadium, scoreboards and TV monitors as well as merchandising and hospitality rights, image rights, video content and inclusion in all the club's digital channels.

„The LaLiga is one of the most successful football leagues in the world, alongside the Bundesliga and the English Premier League. For this reason we are delighted to have a stronger presence in the Spanish and international markets thanks to this partnership, allowing us to further expand the



auch dort die Marke ROWE weiter auszubauen“, sagt Michael Zehe über die Partnerschaft mit Atlético Madrid. Seine Tochter Dr. Alexandra Kohlmann ergänzt: „Uns ist es wichtig die Marke ROWE kontinuierlich weiter auszubauen und auf wichtigen Märkten über verschiedene Kanäle Präsenz zu zeigen. Der Fußball ist hierbei ein starkes und weitreichendes Medium und deckt sich zum großen Teil mit unserer Kernzielgruppe. Dass wir uns für eine Partnerschaft in der spanischen Liga entschieden haben, zu der die Gespräche schon vor der Corona-Pandemie gestartet sind, liegt vor allem auch an wichtigen Werten und einer internationalen Strahlkraft, die Atlético Madrid mit ROWE verbinden.“

ROWE brand there as well,” says Michael Zehe of the partnership with Atlético Madrid. His daughter Dr Alexandra Kohlmann adds: „It is important for us to continuously expand the ROWE brand and to maintain a presence in key markets through various channels. Football is an extremely powerful and far-reaching medium in this respect, and to a large degree it overlaps with our core target group. The fact that we have decided to enter into a partnership with a club in the Spanish league, with the negotiations having started even before the corona pandemic, is largely thanks to the shared core values and international appeal that connect Atlético Madrid with ROWE“.

WARUM MAINZ?

Bei Mainz 05 dreht sich alles um Nachhaltigkeit, Familie, Authentizität und Leistungsbereitschaft, in denen sich auch ROWE wiederfindet. Partner der 05er seit der Saison 2017/18.

WHY MAINZ?

At Mainz 05 it is all about sustainability, family, authenticity and motivation, values which ROWE also embraces. Partners of the 05s since the season 2017/18.



WARUM DARMSTADT?

Unser erster Verein in der Bundesliga. Werte wie Leidenschaft, Ausdauer und Zielstrebigkeit waren ausschlaggebende Gründe der Partnerschaft mit den „Lilien“. Partner seit der Saison 2017/18.

WHY DARMSTADT?

Our first club in the Bundesliga. Values such as passion, endurance and single-mindedness were the crucial reasons behind the partnership with the "lilies". Partner since the season 2017/18.



WARUM ST. PAULI?

Toleranz und Nachhaltigkeit prägen das Leitbild der Braun-Weißen aus Hamburg. Doch auch Respekt und Verantwortung, wie wir sie in unserem täglichen Handeln leben, sind Werte, die auch ROWE verkörpert. Partner seit der Saison 2018/19.

WHY ST. PAULI?

Tolerance and sustainability shape the mission-statement of the brown-and-whites from Hamburg. However, respect and responsibility are values that also play a big role in our daily lives and embody ROWE as well. Partner since the season 2018/19.

ROWE GIBT VOLL- GAS - AUCH AUF DEM WASSER

ROWE IS FLOORING THE ACCELERATOR - ALSO ON THE WATER

**STEFAN HAGIN, FAHRER DES VON ROWE
GESPONSERTEN TEAMS „ROWE POWER BOAT“
WILL AUCH 2021 WIEDER VOLLGAS GEBEN.**

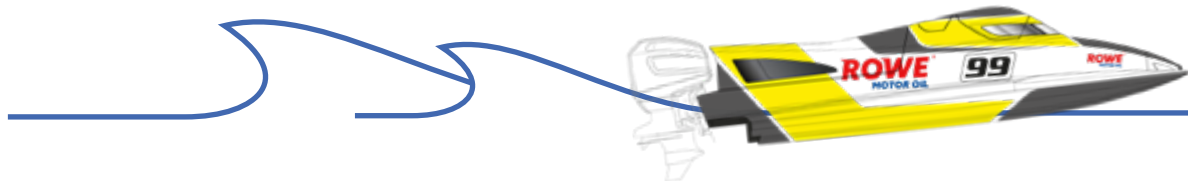
Nachdem im vergangenen Jahr alle Rennen corona-bedingt abgesagt werden mussten, steht der 32-jährige Power Boat Fahrer Stefan Hagin, wieder in den Startlöchern. „Ich freue mich sehr, wenn wir unsere Wettkämpfe wieder auf dem Wasser bestreiten können. Nach der erfolgreichen Vorsaison 2019 stehen für mich die Rennen in den USA im Fokus, bei denen ich erstmalig in der „Motorboot Formel 1“ starten darf.“

Neben Stefan Hagin ist auch Paolo Longhi mit in seinem Team. Je nach Anzahl der Rennen und Serien für 2021 soll er ein weiteres, zweites ROWE-Powerboat pilotieren.

**STEFAN HAGIN, DRIVER OF THE ROWE-SPONSO-
RED “ROWE POWER BOAT” TEAM, WANTS TO
FLOOR THE ACCELERATOR ONCE AGAIN IN 2021.**

After corona resulted in all races being cancelled in the past year, the 32-year-old power boat driver Stefan Hagin, is back in the starting blocks. “I’m really looking forward to getting back to our competitions on the water again. Following the successful pre-season in 2019, I’m focused on the races in the USA, where I will be able to compete in the “Power Boat Formula 1” for the first time.”

In addition to Stefan Hagin, Paolo Longhi is another member in his team. Depending on the number of races and series for 2021, he is set to pilot another, second ROWE boat.





ROWE Power Boat Fahrer
Stefan Hagin & Paolo Longhi
ROWE power boat driver
Stefan Hagin & Paolo Longhi



INTERESSANTE FAKTEN ZUM ROWE POWER BOAT

Boot:	Formel 2 Rennkatamaran
Hersteller:	Molgaard (Dänemark)
Länge / Breite:	6.00 m / 2.20 m
Gewicht inkl. Fahrer:	450 kg (rennfertig) 500 kg
Motor:	6-Zylinder V Motor mit Kompressor
Leistung:	225 PS, je nach Reglement bis zu 300 PS
Top-Speed:	über 200 km/h
Drehzahl Motor:	8500 U/min
Propeller:	Spezialanfertigung Edelstahl Rennpropeller

Cockpit:	Sicherheitscockpit mit Widerstand bis zu 3000 N
Hydraulik:	2 Hydrauliksysteme, mit denen Höhe und Neigung des Motors verändert werden
Getriebe:	speziell übersetztes Aluminium Renngetriebe
Motorenöl:	ROWE HIGHTEC Power Boat 2-T Bio (20034)
Getriebeöl:	HIGHTEC RACING GEAR OIL SAE 75W-90 (25054)

INTERESTING FACTS ABOUT THE ROWE POWER BOAT

Boat:	Formula 2 Racing Catamaran
Manufacturer:	Molgaard (Denmark)
Length / Width:	6.00 m / 2.20 m
Weight incl. driver:	450 kg (ready to race) 500 kg
Engine:	6-cylinder V engine with compressor
Performance:	225 hp, depending on the regulations, up to 300 hp
Top speed:	more than 200 km/h
Engine speed:	8500 rpm
Propeller:	customised stainless steel racing propeller

Cockpit:	Safety cockpit with resistance up to 3000 N
Hydraulics:	2 hydraulic systems that allow you to change the engine's height and inclination
Gearbox:	special ratio aluminium racing gearbox
Engine oil:	ROWE HIGHTEC Power Boat 2-T Bio (20034)
Gearbox oil:	HIGHTEC RACING GEAR OIL SAE 75W-90 (25054)



ROWE GEWINNT GROSSKUNDE IM HERZEN ITALIENS

ROWE ACQUIRES KEY ACCOUNT IN THE HEART OF ITALY

! CIAO PETROL ENERGY

Schon von Beginn an stand bei ROWE stark der Export im Fokus. Unzählige Kunden verteilen sich in über 80 Länder auf der gesamten Welt. Doch 2019 kam ein europäisches, nahgelegenes Land hinzu, auf dessen Markt mittlerweile verstärkt ROWE Produkte präsent sind.

Aus einem Erstkontakt auf der Automechanika Frankfurt 2018 wurden intensivere Gespräche, die schnell nach sorgfältiger Planung und Analyse des Marktes in einer Erstbestellung endeten und seither in einer gemeinsamen starken Partnerschaft Früchte tragen.

Petrol Energy. Hier ist der Name Programm – denn ROWE und Petrol Energy wollen hoch hinaus. Aus dem Herzen Italiens, der Hauptstadt Rom, liefert man die HIGHTEC Produkte des deutschen Schmierstoffherstellers bis in die entlegenste Region Italiens.

! CIAO PETROL ENERGY

Already from the very beginning, ROWE has had a strong focus on exports. It has countless customers in more than 80 countries worldwide. However, in 2019, ROWE acquired a new European customer in close proximity, in whose market ROWE products are now increasingly present.

An initial contact at the Automechanika Frankfurt 2018 rapidly turned into more intensive discussions, which ended in the placement of an initial order after diligent market planning and analysis. Since then, this relationship has evolved into a very fruitful, strong partnership.

Petrol Energy. The name says it all - because ROWE and Petrol Energy are aiming high. From the heart of Italy, the capital city of Rome, the German lubricant manufacturer's HIGHTEC products are delivered to the most remote Italian region.



Bereits mehrere Messeauftritte, Promoaktionen und internationale Events konnte man 2019 gemeinsam realisieren und plant für die gemeinsame Zukunft landesweit zahlreiche Kundenaktionen.

Innerhalb von einem Jahr schaffte es Petrol Energy, über 90 % seiner Kunden von der Marke ROWE zu überzeugen und sich so zum Top-Händler für ROWE Produkte in Italien zu platzieren.

„Wir freuen uns sehr über die schon seit 2 Jahren bestehende, starke Partnerschaft“, so Michael Zehe, Geschäftsführer von ROWE. „Auch Corona konnte uns nicht aus der Bahn werfen und wir haben für die kommenden Jahre gemeinsame Ziele formuliert, die uns als Partner an dem strategischen Standort Italien weiter entwickeln lassen.“

Several mutual trade fair appearances, promotional campaigns and international events were already realised in 2019, and numerous customer campaigns are planned for the future.

Within just one year, Petrol Energy has succeeded at convincing more than 90 % of its customers of the ROWE brand, thereby positioning itself as the top dealer for ROWE products in Italy.

“We are delighted about the strong partnership that has now already existed for 2 years,” says Michael Zehe, Managing Director of ROWE. “Even Corona wasn’t able to throw us off track, and we have formulated mutual goals for the coming years, which will allow us to develop further as partners in the strategic location of Italy.”



ROWE & ZERO RACING

ROWE baut seine Marke auch in China aus. Mit Partner ZERO RACING auch in Sachen Motorsport.

ROWE is also expanding its brand in China. Including in motor sports, with partner ZERO RACING.

ZERO RACING. HIER IST DER NAME KEINESWEGS PROGRAMM.

Denn bei einem der größten Händler in der chinesischen Tuning Szene geht es um einhundert Prozent Rennsport. Mit seinem breiten Sortiment an Produkten ist er eine der Anlaufstellen, wenn es um Fahrzeugtuning geht. Seit 2017 ist ZERO RACING fest verankerter ROWE Kunde und vertreibt exklusiv unsere HIGHTEC RACING Produkte im Segment Öle und Schmierstoffe.

Darüber hinaus unterstützen ZERO RACING und ROWE in der China Tour Car Championship (CTCC) das Team GAC Toyota. Noch 2018 in der Klasse mit 1.600 cm³ unterwegs, stieg das Team 2019 in die CTCC Supercupklasse mit 2.000 cm³ auf und kämpft auch in diesem Jahr um den Meisterschaftstitel. Das GAC Toyota Racing Team, ausgestattet mit ROWE HIGHTEC Schmierstoffen, fährt in einem umgebauten Toyota Corolla Levin und wird von den fünf Rennfahrern Sun Chao, Liu Yang, Zhang Hanbiao, Lin Lifeng und Deng Baowei pilotiert.

Doch ist ZERO RACING nicht nur im Motorsport aktiv. Mit einem seiner Kunden bot ROWE im Juni 2019, in der südchinesischen Provinz Guangdong, eine Technik- und Vertriebsschulung für zahlreiche ROWE Distributoren an. „Diese verkaufen seit einiger Zeit erfolgreich unsere HIGHTEC Produkte im südchinesischen Raum und sind für unsere Vertriebsarbeit hier vor Ort maßgebend“, so Robert N., Export Manager bei ROWE.

Zahlreiche Händler und Werkstätten im asiatischen Raum führen mittlerweile ROWE Produkte. Dies ist nur durch starke langjährige Partnerschaften und einzigartige Projekte möglich. Neben China und Malaysia sind auch im taiwanesischen Markt vermehrt HIGHTEC Schmierstoffe zuhause.

ZERO RACING. THE NAME CERTAINLY DOESN'T SAY IT ALL IN THIS INSTANCE.

Because for one of the biggest distributors in the Chinese tuning market, it's 100% about the sport of motor racing. With its wide portfolio of products, it is one of the main players in vehicle tuning. ZERO RACING has been a loyal customer of ROWE since 2017 and is exclusive seller of our HIGHTEC RACING products in the oils and lubricants segment.

ZERO RACING and ROWE are also supporting the GAC Toyota team in the China Tour Car Championship (CTCC). From the Class 1 1600 cc group in 2018, the team rose to the 2000 cc Supercup class in 2019, and is again vying for the championship title this year. The GAC Toyota Racing Team, equipped with ROWE HIGHTEC lubricants, drives a converted Toyota Corolla Levin with the five racing drivers Sun Chao, Liu Yang, Zhang Han-biao, Lin Lifeng and Deng Baowei behind the wheel.

But it's not just motor racing that ZERO RACING is involved in. Together with its customer, ROWE provided a technology and sales training course for numerous ROWE distributors in the South Chinese province of Guangdong in June 2019. "They have successfully been selling our HIGHTEC products in southern China for some time and are crucial to our local sales activities here," says Robert N., Export Manager at ROWE.

Numerous distributors and workshops in the Asia region now carry ROWE products. This is possible only through strong long-term partnerships and unique projects. In addition to China and Malaysia, HIGHTEC lubricants are increasingly found in the Taiwanese market.



VOLLER ERFOLG IM CORONA JAHR COMPLETE SUCCESS IN THE YEAR OF THE CORONA VIRUS

**ROWE punktet auf der
Automechanika Shanghai**
ROWE scores highly at the
Automechanika Shanghai

/ DEZEMBER 2020.

Über viele Wochen wurden die globalen Geschehnisse genau beobachtet. Nach Absagen der Automechanika Messen in Dubai und Frankfurt lag der Gedanke nah, dass auch Shanghai seitens der Veranstalter abgesagt werden sollte. Doch die Entwicklungen in China ließen eine Messeteilnahme zu. So konnten wir unter strengen Hygienemaßnahmen mit unserer neu gegründeten Auslandsgesellschaft ROWE International Trading (Beijing) Co., Ltd. die Marke ROWE im neuen Brand-Design präsentieren.

Als „voller Erfolg“ bezeichnete Export Manager Robert N. den Auftritt auf dem über 50 qm großen Messestand. „Ich freue mich sehr, dass auch einige unserer Kunden gerade in dem schwierigen Jahr vor Ort unterstützt und mit uns gemeinsam die Marke ROWE repräsentiert haben. Ebenso konnten wir zahlreiche neue Kontakte knüpfen, mit denen wir unsere Marke weiter ausbauen und auf diesen wichtigen Märkten weiter wachsen können.“



I IN DECEMBER 2020

For many weeks, the global events have been closely monitored. After the cancellations of the Automechanika trade fairs at Dubai and Frankfurt the idea came up that the trade fair at Shanghai should also be cancelled by the organisers. But the developments in China allowed a trade fair participation. In this way, we were able to present the brand ROWE with its new brand design subject to strict conditions with our start-up foreign subsidiary ROWE International Trading (Beijing) Co., Ltd.

The Export Manager Robert N. referred to the presentation on the trade fair stand with more than 50 sqm as a "full success". "I am very glad, that also some of our customers have supported and represented the brand ROWE on site in cooperation with us, in particular in this difficult year. We have also been able to establish numerous new contacts, which allowed us to further develop our brand and to continue growing on these important markets."



ROWE PILOT- PROJEKT ROWE PILOT PROJECT

Erste ROWE Ölwechsel- station eröffnet in Bulgarien

First ROWE Oil Change
Station Inaugurated
in Bulgaria



Plamen Popov, General Manager
von ROWE Bulgaria
*Plamen Popov, General Manager
of ROWE Bulgaria*



/ NOCH NIE WAR ÖLWECHSEL SO EINFACH

Am 25. Juni 2019 eröffnete ROWE in Russe, der fünftgrößten Stadt Bulgariens, die erste eigene Ölwechselstation. Der moderne, auf über 300 Quadratmetern errichtete Neubau, befindet sich am Rande der 145.000 Einwohnerstadt. Neben dem Ölwechselservice rundet eine integrierte Werkstatt das neuartige Konzept ab.

„Als Pilotprojekt haben wir uns für den Bau einer Ölwechselstation in der bulgarischen Stadt Russe entschieden.“, so Geschäftsführer Michael Zehe. „Wir sind optimistisch, dort einen hohen Zuspruch zu finden. In Bulgarien finden wir eine besondere Kultur vor, die durch vielfältige Einflüsse geprägt ist. Die Menschen sind offen und empfänglich für neue Konzepte, wie es unsere Ölwechselstation mit integrierter Werkstatt ist. Ob und wie sich ein solches Konzept auf andere Länder und vor allem auf Deutschland übertragen lässt, diskutieren wir noch.“

Auffallend, dynamisch, modern. Hier wird der Ölwechsel zu einem Erlebnis – mit attraktivem und klimatisiertem Warteraum in moderner Atmosphäre vergeht der Aufenthalt wie im Flug. Kompetenter Werkstattservice inklusive.

/ AN OIL CHANGE HAS NEVER BEEN SO EASY

On 25th June 2019, ROWE inaugurated its first own oil change station at Russe, the fifth-largest city in Bulgaria. The modern new building, constructed over an area of more than 300 square metres, is located in the outskirts of the city with 145,000 inhabitants. In addition to the oil-change service, an integrated shop completes the innovative concept.

“As a pilot project, we decided on the construction of an oil-change station in the city of Russe in Bulgaria”, said the Manager, Michael Zehe. “We are optimistic that we will be well received. There is a special culture in Bulgaria which is shaped by diverse cultures. The people are open and receptive to new concepts, such as our oil-change stations with an integrated workshop – whether such a concept can be transferred to other countries, above all, Germany, is still under discussion”.

Striking, dynamic, modern. The oil-change is a real experience! With an attractive and air-conditioned waiting room in a modern atmosphere, time just flies by. An expert repair service is included, too.

! ROWE SHOWROOM ERÖFFNET IN SOFIA

Ein Jahr nach der Eröffnung der ROWE Ölwechselstation folgte der erste Showroom in der Hauptstadt Bulgariens, in Sofia. Plamen Popov, General Manager von ROWE Bulgaria, erzählt von der Motivation und dem Gedanken hinter der starken Präsenz in seinem Heimatland:

„Fast jeder Verbraucher von Schmierstoffprodukten auf dem bulgarischen Markt ist in den letzten 30 Jahren in der ein oder anderen Form enttäuscht worden. Sei es durch gefälschte Produkte mit fragwürdiger Qualität und unbewiesener Herkunft, oder durch unehrliche Geschäftspraktiken. Das Ziel und die Strategie von ROWE Bulgarien ist es, das Vertrauen der Verbraucher in die Marke ROWE MOTOR OIL zu gewinnen. Dabei setzen wir auf offene Kommunikation, Transparenz und eine starke Kundenbindung. Wir versorgen die Werkstätten mit breitem Produktwissen, innovativen Werkstattkonzepten und verschiedenen Marketing-Tools, um langfristige Geschäftsbeziehungen aufzubauen und den Erfolg unserer Kunden abzusichern. Im Fokus dabei steht stets die Etablierung unserer Werte: höchste Qualität, Zuverlässigkeit und eine starke Performance.“



Showroom Sofia / Showroom Sofia

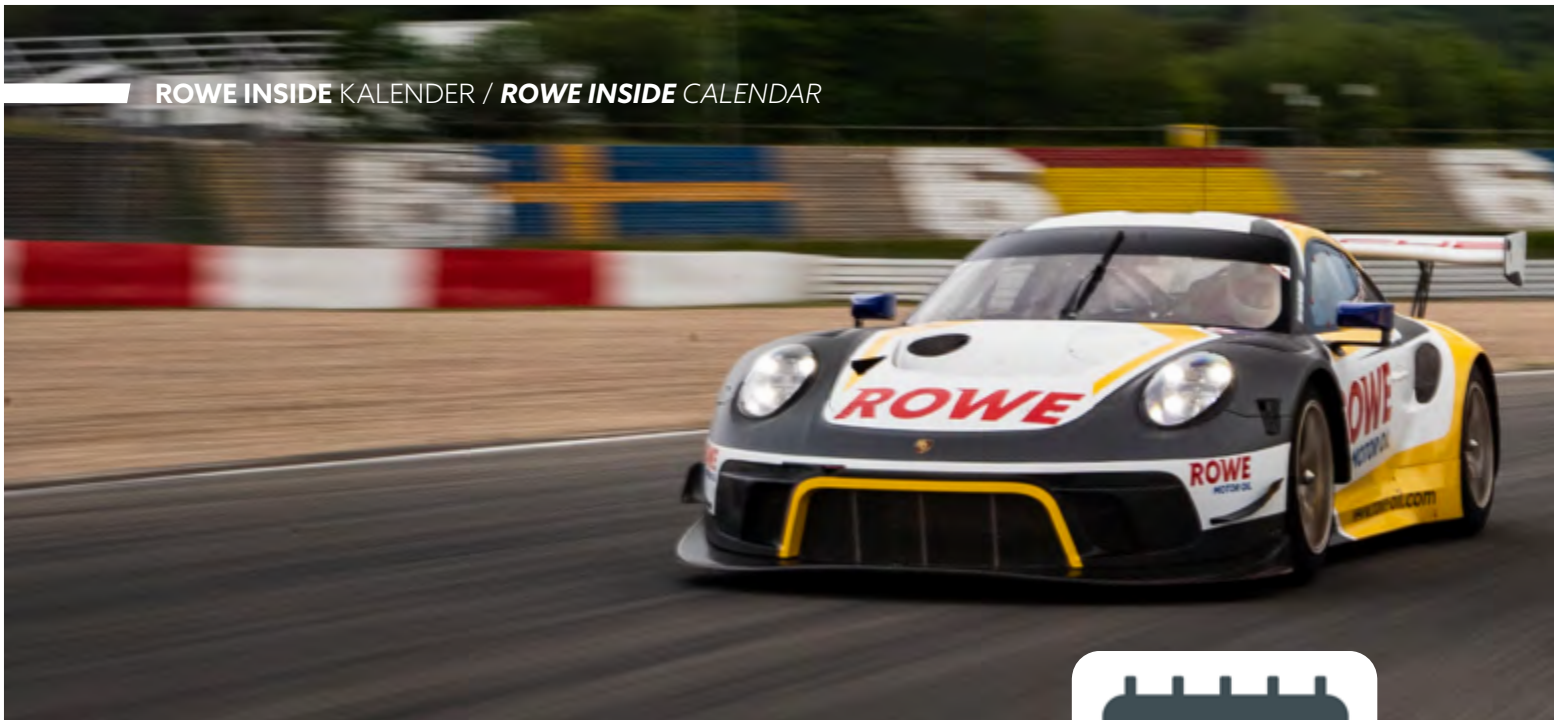


Showroom Sofia / Showroom Sofia

ROWE SHOWROOM INAUGURATED AT SOFIA

Just one year after the inauguration of the ROWE oil-change station, the first showroom opened up at Sofia, the capital of Bulgaria. Plamen Popov, General Manager of ROWE Bulgaria talked about the motivation and the idea behind such a strong presence:

"Almost every consumer of oils and lubricants on the Bulgarian market has been disappointed in the past 30 years in one way or another, be this in the form of counterfeit products of questionable quality and uncertain origin, or through dishonest business practices. ROWE Bulgaria's objective and strategy is to gain consumers' trust in the ROWE MOTOR OIL brand. To achieve this, we are placing emphasis on open communication, transparency and strong customer loyalty. We provide the workshops with broad product knowledge, innovative workshop concepts and a variety of marketing tools to not only help build long-term business relationships, but also to secure our customers' success. The focus is always on the establishment of our values of the highest quality, reliability and a strong performance".



ANSTEHENDE VERANSTALTUNGEN*

UPCOMING EVENTS*

ROWE EVENTS

- ROWE SOMMERFEST**
ROWE SUMMER FESTIVAL
SOMMER / SUMMER 2021
- SAKKOH KONZERT**
SAKKOH CONCERT
22.10. - 24.10.2021
- ROWE WEIHNACHTSFEIER**
ROWE CHRISTMAS PARTY
WINTER 2021

NLS

- NLS 3 (63. ADAC ACAS CUP)**
01.05.2021
- 6H-QUALIFIKATIONSRENNEN (24H NBR)**
6-HOUR ADAC RUHR CUP RACE
08.05. - 09.05.2021
- 24H-RENNEN NBR**
24H-RACE NBR
03.06. - 06.06.2021
- NLS 7 (ROWE 6H-RENNEN)**
NLS 7 (ROWE 6HOUR-RACE)
11.09.2021



DTM

- **MONZA (IT)**
18.06. - 20.06.2021
- **NORISRING (GER)**
02.07. - 04.07.2021
- **LAUSITZRING (GER)**
23.07. - 25.07.2021
- **ZOLDER (BEL)**
06.08. - 08.08.2021
- **NÜRBURGRING (GER)**
20.08. - 22.08.2021
- **SPIELBERG (AUT)**
03.09. - 05.09.2021
- **ASSEN (NL)**
17.09. - 19.09.2021
- **HOCKENHEIMRING (GER)**
01.10. - 03.10.2021

MESSEN / FAIRS

- **AUTOEXPO KENYA**
10.06. - 12.06.2021
- **AUTOEXPO TANZANIA**
21.09. - 23.09.2021
- **AAPEX LAS VEGAS**
02.11. - 04.11.2021
- **AUTOMECHANIKA SHANGHAI**
24.11. - 27.11.2021
- **MOTORSHOW ESSEN**
27. 11. - 05.12.2021
- **AUTOMECHANIKA DUBAI**
14.12. - 16.12.2021

* unter Vorbehalt
* with reservation

HERAUSGEBER UND VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

PUBLISHER AND RESPONSIBLE FOR THE CONTENT

ROWE Mineralölwerk GmbH, Langgewann 101, D-67547 Worms
info@rowe-oil.com, www.rowe-oil.com
T +49 6241 5906-0 / F +49 6241 5906-999

KONZEPTION / CONCEPTION

ROWE Marketing GmbH

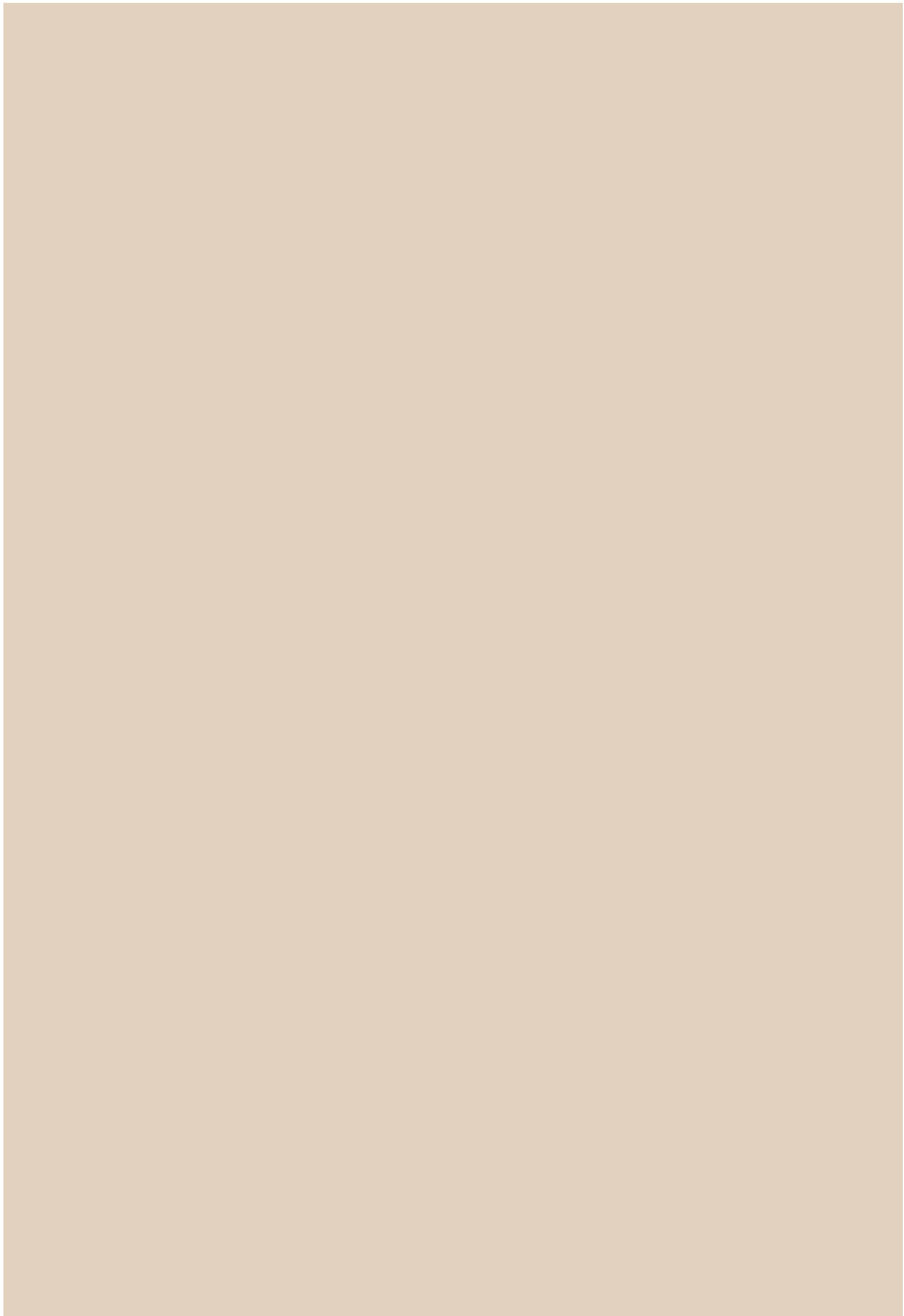
UMSETZUNG / REALIZATION

ROWE Marketing GmbH

BILDNACHWEISE / PICTURE CREDITS


Alle Fotos stammen aus dem Bildarchiv der ROWE MINERALÖLWERK GMBH, außer folgende: / *All photos come from the image archive of ROWE MINERALÖLWERK GMBH, except the following:*

U1 / 4 - 5 / 19 / 21: © Santino Miskovic - filmmaking; **6 / 29 - 33 / 37 /:** © Gruppe C Motorsport Verlag GmbH; **10:** © Chinnapong - stock.adobe.com; **34 - 35:** © anja behrens photography; **42:** © Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA



ROWE[®]

ROWE MINERALÖLWERK GMBH
Langgewann 101, D-67547 Worms

 +49 6241 5906-0

 +49 6241 5906-999

 info@rowe-oil.com

www.rowe-oil.com