

Balingen, im September 2010

## Ein impactstarker Messeauftritt

Anlässlich der diesjährigen *bauma*, Internationale Fachmesse für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge und Baugeräte, die vom 19. bis zum 25. April auf dem Münchner Messegelände stattfand, präsentierte sich die *BETEK Bergbau- und Hartmetalltechnik Karl-Heinz Simon GmbH & Co. KG, Aichhalden*, mit einem impactstarken, rund 150 qm großen Messeauftritt. Design und Realisation kamen von der *Balinger Ideenschmiede Atelier Türkei*, die bei *BETEK* für die Umsetzung der kompletten Marketingmaßnahmen verantwortlich zeichnet.

### Helden der Baustelle

Wenn es darum geht, die Gewinnung wertvoller Rohstoffe in Alaska zu sichern, Bohrpfahlarbeiten in Venezuela voranzutreiben, in Pudong, einem Bezirk von Shanghai, in die Tiefe zu bohren, um später den 632 Meter hohen ‚Shanghai Tower‘ zu errichten, oder eine Stollenanlage für die Lagerung eines berühmten Schweizer Käses in Santenberg aus etwa 50.000 m<sup>3</sup> Sandstein auszubrechen – immer sind es *BETEK*-Präzisionswerkzeuge, die den „Helden der Baustelle“ sicher und zuverlässig, mit hoher Leistung und guter Wirtschaftlichkeit, ihre Dienste erweisen. Der diesjährige *Betek*-Messeauftritt stand daher unter dem Motto „Damit Helden der Baustelle weiterkommen“. Denn, so *BETEK*-Geschäftsführer Karl Kammerer, es seien die Maschinenführer, die vor Ort auf den Baustellen, teils unter widrigen Umständen, mit den *BETEK*-Werkzeugen große und größte Projekte ‚heldenhaft‘ realisierten. Harte Kerle seien das, die da draußen bei Schnee und Regen, unter Tage bei 40 Grad und hoher Luftfeuchtigkeit ebenso wie bei Eiseskälte ihrer Arbeit nachgingen und Bestleistung erbringen müssten.

### Weiterkommen mit BETEK

Bereits zur *bauma* 2007 hatte *BETEK* gemeinsam mit *Atelier Türkei* die Zielgruppe der Maschinenführer in den Fokus des Messeauftritts gestellt. Mit Erfolg. Und an dieses bewährte Erfolgskonzept knüpfte das diesjährige Standdesign in erweiterter Form und Ausprägung an. Die Kreativen von *Atelier Türkei* hatten den 147 qm großen Blockstand in drei Bereiche aufgeteilt: Die Produktpräsentation, den Kommunikations- und Cateringbereich und den Kabinentrakt mit Küche und Lagerraum. Ein über dem vorderen, nach drei Seiten offenen Bereich der Produktpräsentation abgehängter, 8 x 8 Meter großer, vier Meter hoher Kubus fungierte als Eyecatcher. Auf Fernwirkung programmiert, prangte auf seinen Außenseiten in großen Lettern der Firmenschriftzug *BETEK*, zweisprachig ergänzt durch „Weiterkommen!“ und „Progress!“ . Beim Betreten des Standes fiel der Besucherblick auf die Kubusinnenseiten, die das Messemotto mit überdimensionalen Fotos der „Helden der Baustelle“ großformatig visualisierten. Messeslogan und Heldenfotos zogen sich wie ein roter Faden durch die gesamte Kommunikationsstrategie: Sie prägten nicht nur eine als Raumteiler fungierende Wand des Kabinentraktes - Heldenfotos posierten auf selektiv und formschön aufgestellten Stelen, lachten dem Messepublikum von in Fachzeitschriften lancierten Anzeigenkampa-



Dominantes Architekturelement ist der abgehängte Deckenkubus, der nach außen zur Fernwirkung und Produktdarstellung und nach innen zur Erzeugung der Baustellenatmosphäre dient.



Das Standdesign verbindet Reinraum- und Baustellenatmosphäre durch die dominante Verwendung der Farbe Weiß im Kontrast zu den überdimensionalen Baustellenfotos der „Helden der Baustelle“.



Der Messestand von *BETEK* ist in die gesamte Kommunikationsstrategie eingebettet. Im *bauma*-Jahr stellt er das Highlight der gesamten Marketingaktionen dar. Die Kommunikationselemente „Helden der Baustelle“ und „Helden der Produktion“ werden durch Abbildungen dargestellt.





Die Produktinformation erfolgt über multimediale Kompetenzzentren mit Originalprodukten zum Anfassen.



Die Messezielsetzung ist in erster Linie Kundenbetreuung, Kundenpflege, Neukundengewinnung und Demonstration von Stärke, gerade in der Wirtschaftskrise.



Atelier Türkei ist für die Umsetzung sämtlicher Marketingmaßnahmen verantwortlich: Klassische Markenführung, Werbemaßnahmen, Internet, Messebau. Alle Stärken von Atelier Türkei kommen zum Tragen.

nen, auf der Messeeinladung sowie einer eigens zur bauma errichteten Microsite im Internet entgegen. Eine runde Sache eben. Vor der Messe, während der Messe und nach der Messe. Ein „give-away“ in Form eines überlangen Zollstocks sollte die Besucher noch lange nach der Messe an ihren Besuch und an ihr persönliches „Weiterkommen“ erinnern. Im Anschluss an die bauma wurden wiederum in Fachzeitschriften „Danke-Anzeigen“ geschaltet, um den Messegästen für ihren Messebesuch nachhaltig und zugegebenermaßen auch werbewirksam zu danken.

## Farb- und Formgebung

„Die Strategie zur bauma war es“, so Atelier Türkei-Geschäftsführer Frank Türke, „die qualitativen Unterschiede von BETEK zu den Mitbewerbern deutlich herauszustellen. Dies wurde mit Darstellung und Interviews der am gesamten Herstellungsprozess beteiligten Personen umgesetzt. Herzstück der BETEK-Produkte sind die High-Tech Hartmetallfertigung und das firmeneigene Werkstofflabor. Deshalb mussten in der Kommunikation und insbesondere auf dem Messestand die beiden Elemente High-Tech / Reinraumambiente und die Baustellenatmosphäre verbunden werden.“ Dieser Spagat gelang den Balingern mit einer präzise auf diese Anforderungen abgestellten Farb- und Formgebung des BETEK-Markenraumes: Weiße Wände und ein Standboden aus weißen Schichtstoffplatten repräsentierten die gewünschte High-Tech / Reinraumatmosphäre. Ständelemente mit gerundeten Ecken, eine Infotheke mit gefrästen Rillen sowie die Firmenfarbe Blau spiegelten die Corporate Identity sowie das Corporate Design des Schwarzwälder Herstellers von Hartmetallwerkzeugen in vorbildlicher Weise.

## Infotainment & Entertainment

„Die eigentliche Produktpräsentation erfolgte an fünf Kompetenzzentren“, vertieft Frank Türke. „Diese waren mit Originalprodukten und Multimediapräsentationen ausgestattet. Über die Bildschirmpräsentation und dem Zugang zum BETEK-Internetportal konnten sämtliche Fragen der Interessenten an den jeweiligen Zentren sofort beantwortet und demonstriert werden.“ Auf Infotainment folgte Entertainment. Zum Ausklang eines jeden Messetages fand am Abend eine Standparty mit Schwarzwälder Spezialitäten statt. Tagsüber sorgte ein Gewinnspiel für eine emotional aufgelockerte Atmosphäre. Die Gewinner wurden im Anschluss an die Messe gezogen, benachrichtigt und veröffentlicht.

## Höchst erfolgreiche Messteilnahme

„Wie bei den meisten anderen Ausstellern war zwar auch bei uns der erste Messetag aufgrund ausgefallener Flüge sehr ruhig. Wir haben jedoch das Beste daraus gemacht, und an den darauf folgenden Messetagen stiegen die Besucherzahlen dann so stark an, dass dieser ruhigere Tag für uns nicht weiter ins Gewicht gefallen ist“, resümiert der mit dem bauma-Messeverlauf hoch zufriedene BETEK-Geschäftsführer Karl Kammerer. „BETEK wollte mit dem Messestand auch allen Kunden und Geschäftspartnern Danke sagen, und das haben wir mit unserem gesamten Auftritt auch konsequent umgesetzt. Man konnte spüren, dass sich unsere Kunden bei uns sehr wohl und rundum gut betreut fühlen.“





Der BETEK-Markenraum spiegelt die konsequente Umsetzung der Marketingstrategie.

Das hat für uns stets höchste Priorität.“ Besonders wichtig sei für BETEK außerdem gewesen, das ungefilterte Feedback aus den unterschiedlichen Marktsegmenten aufzunehmen und zur Umsetzung „mit nach Hause“, also an den Stammsitz in Aichhalden zu nehmen. Kammerer: „Wir erhielten sehr viel positive Resonanz, sowohl auf komplett neu entwickelte als auch auf unsere weiter entwickelten Produktbaureihen, die wir zur bauma erstmals präsentierten.“ Die bauma 2010 habe sich für BETEK als absolut richtungsweisend erwiesen für die kommenden Jahre. Und das erhaltene Feedback habe bewiesen, dass BETEK die Weichen richtig gestellt habe.

#### **Facts & Figures:**

**Messe:** bauma 2010, München

**Aussteller:** BETEK Bergbau- und Hartmetalltechnik  
Karl-Heinz Simon GmbH & Co. KG, Aichhalden

**Standfläche:** 147 qm, Blockstand

#### **Marketing und gesamter Messeauftritt:**

BETEK-Marketingleiterin Anne-Christine Jahnke

**Marketing & Kommunikationskonzept:** Atelier Türke Balingen

**Design & Realisation:** Atelier Türke Balingen

**Fotos:** Schiemann, Atelier Türke