

„INDUKOM“

INDUSTRIE & KOMMUNIKATION IM DIALOG

ISSN 1614-7928
ZKZ 66897
EURO 13,90
WWW.INDUKOM.DE
16. April 2007

Nr. 2/07



IM SINNE DER BTOB-KUNDEN // DAS FORUM BTOB KOMMUNIKATION IM GWA BRINGT UBERGREIFENDEN NUTZEN // 40

MOTIVATIONS-ZÜNDUNG MIT NACHWIRKUNG // INCENTIVES FÜR MITARBEITER // 68

BRACHIAL UND SMART ZUGLEICH: PUSHMARKETING // NEUKUNDENGEWINNUNG TROTZ REIZÜBERFLUTUNG // 88

VOM VISUELLEN I-TÜPFELCHEN ZUM ALLEINSTELLUNGSMERKMAL // DESIGN ALS WETTBEWERBSFAKTOR // 110



REINHOLD BAISCH (LI.)
UND GOTTFRIED BEER
VON DER HAMM AG.

**DIE HAMMERER
GEISTREICHES MARKETING
BEI DER HAMM AG**

Fallbeispiel

DER MODULOR ERWECKT GLASID ZUM LEBEN

Die Glasid AG beweist mit ihrem Standkonzept Mut zur Kunst

// Ideale Voraussetzungen können großartige Ergebnisse hervorbringen. So wie den Stand der Glasid AG auf der Bau 2007, der als Gesamtkunstwerk die Zielgruppe der Architekten beeindruckte. Vom Mut zu einem künstlerischen Konzept dreier Brüder mit ihrem mittelständischen Unternehmen für die Herstellung von Sicherheitsgläsern und von deren visionärem kreativen Partner Waskönig GmbH erzählt dieses Fallbeispiel.

Die Ausgangslage bei der Glasid AG war denkbar spannend und nahezu ideal: Man hatte ein neues, europaweit einmaliges Produkt. „Glasid Curve“ – gebogenes Glas, das unzählige verschiedene Formen von zylindrisch bis kegel- oder kugelförmig ermöglicht. Die Herausforderungen waren jedoch ebenso spannend: Zum ersten Mal sollte sich das Unternehmen für konstruktive Glasanwendungen auf einer Messe präsentieren – der Münchener Bau 2007. Dazu Hans-Peter Damke, Marketing und Vertrieb, einer der drei Brüder, die das Familienunternehmen führen: „Mit dem neuen Produkt müssen wir uns international aufstellen, um auch global Aufträge zu bekommen, deshalb entstand die Idee, auf die Bau München zu gehen.“ Dabei sollten natürlich sowohl das neue Pro-

dukt als auch das Unternehmen möglichst aufmerksamkeitsstark dargeboten werden. Keine leichte Aufgabe für ein Produkt, das sich vor allem dadurch auszeichnet, dass es beinahe nicht sichtbar ist. Die Essener Waskönig GmbH stellte sich dieser Aufgabe und fand dafür ein ungewöhnliches und mu-

// Ideale Voraussetzungen

tiges Konzept. „Wir hatten bei Glasid nahezu ideale Arbeitsvoraussetzungen“, schwärmt Dr. Stefan Godecki, Creative Director und Geschäftsführer von Waskönig. Ideal waren die Bedingungen einerseits, weil es noch kein vorhergehendes Messekonzept gab, durch das man in der Kreativität beeinträchtigt wurde. Andererseits gab es auch von Sei-

ten der Auftraggeber, den drei geschäftsführenden Brüdern Günter, Udo und Hans-Peter Damke, keinerlei einengende Vorgaben. Sie verließen sich bei der Konzeptionierung ganz auf den kreativen Partner.

„Da das Produkt nicht gut sichtbar ist, war uns schnell klar, dass wir das Konzept von einer anderen Seite her aufziehen mussten“, beschreibt Dr. Godecki den kreativen Prozess. Die Lösung: Konzentration auf die Zielgruppe – Architekten und Bauunternehmer. Konsequenz daraus resultierend: Der Messestand als Gesamtkunstwerk, das den Raum für das Produkt schafft. Und genau im Mittelpunkt: das Produkt – drei gebogene Verbundsicherheitsgläser von je 4,50 Meter Höhe.

Zentrale Idee und Leitfigur des Glasid-Messeauftritts wurde der „Modulor“. Eine



INDUSTRIE

GÜNTER DAMKE // VORSTAND
 UDO DAMKE // VORSTAND
 HANS-PETER DAMKE // AUFSICHTSRATSVORSITZENDER
 GLASID AG
 DANIEL-ECKHARDT-STRASSE 22 // 45356 ESSEN
 FON 0049 (0)201 369040 // FAX 0049 (0)201 369696
 E-MAIL: INFO@GLASID.COM // WWW.GLASID.AG

„Dass unser Stand immer bestens besucht war, hatte einfach mit der Stimmung, der Professionalität der Präsentation und dem Produkt zu tun.“

Figur, entworfen von dem großen Meister der Architektur Le Corbusier. Kein Architekt kommt in seinem Studium um diesen Künstler und die von ihm geschaffenen Meilensteine der Baukunst herum. Der Modulor ist ein Proportions-System, das auf den Maßen des menschlichen Körpers basiert, ähnlich dem bekannten Modell von Leonardo Da

effektvolle Bildsequenzen in beliebige Farb- und Formvariationen gebracht und übte damit eine enorme Anziehungskraft auf die Besucher aus. In Harmonie zu diesen Farb- und Formspielen leuchteten die videotauglichen LED-Bodenplatten aus Verbundsicherheitsgläsern mit Siebdruck an den vier Eingängen des Standes stets abge-

stimmt auf die aktuelle Modulor-Projektion. Auch Bar und Tische im Inneren des Standes wurden farblich passend beleuchtet. Es entstand eine Atmosphäre von Kunst, Architektur, Unternehmensphilosophie, in der das eigentliche Produkt – das gebogene Glas – den Besuchern direkt greifbar vor Augen war.

// Aufwändige Lichtprojektionen

Vinci. Dieser Modulor war im Messestand von Glasid buchstäblich zentral platziert: in zwei fünf Meter hohe Eisenblechplatten war die Figur ausgeschnitten. Eingefasst wurde sie durch gebogenes „Glasid Curve“-Glas, das nun den Rahmen für eine völlig neue Art der Lichtprojektion bot. Für die aufwändigen Lichteffekte wurde dabei eigens der Essener Beleuchtungsspezialist LK Aktiengesellschaft hinzugezogen. Die Figur des Modulor „lebte“, wurde durch

// DURCH DIE AUFSEHENERREGENDE OBERFLÄCHENGESTALTUNG WURDE DER GLASID-STAND ZUM PUBLIKUMSMAGNETEN.



KOMMUNIKATION

DR. STEFAN GODECKI // GESCHÄFTSFÜHRER // CREATIVE DIRECTOR
WASKÖNIG GMBH
BONIFACIUSRING 24 // 45309 ESSEN
FON 0049 (0)201 55784-0 // FAX 0049 (0)201 55784-44
E-MAIL: STEFAN.GODECKI@WASKOENIG.COM // WWW.WASKOENIG.COM

„Unsere Konzepte sind immer sehr individuell und werden von A-Z konsequent aus einer Idee und einer Philosophie entwickelt. Dazu ist aber ein langfristiges, vertrauensvolles Verhältnis zum Auftraggeber notwendig.“



Doch damit nicht genug – die Besucherzielgruppe musste ja bereits von Weitem auf den Stand aufmerksam gemacht werden. Dies gelang durch eine aufsehenerregende Farb- und Oberflächengestaltung des Standes. Für die Außenwände des Kubus wurden hunderte von Eisenblech-Platten so behandelt, dass sie eine natürlich verwitterte, rostartige Oberfläche erhielten. „Wir ließen die Platten wochenlang in der freien Natur liegen“, erläutert Dr. Godecki das aufwändige Verfahren. „Viele Architekten fragten uns auch nach der Messe noch,

// Architektonischster Stand der Bau 2007

wie wir diese Oberfläche mit ihren natürlichen Färbungen und Strukturen erzielt hatten.“ Die Eisenblechplatten wurden zu sechs Meter hohen Wänden zusammengebaut und bildeten so einen augenfälligen Blickpunkt in warmen Rosttönen inmitten all der farblich eher kühl gehaltenen Stände in Weiß, Glas und Stahl. Es wundert nicht, dass die Architekten-Zeitschrift „Baumeister“ den Glasid-Stand im Rahmen ihrer Auszeichnung „Best of Messe“ mit dem Prädikat „architektonischster Stand der Bau 2007“ prämierte.

Für dieses ausgefallene Konzept musste zunächst bei der Glasid-Geschäftsleitung Überzeugungsarbeit geleistet werden. „Zuerst waren wir eher ablehnend“, beschreibt Hans-Peter Damke den Prozess.

// DER „MODULOR“ UND LED-LICHTPROJEKTIONEN SCHUFEN IM INNEREN DES MESSESTANDES EINE ATMOSPHÄRE VON KUNST, ARCHITEKTUR UND UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE.



„Hochgezogene Wände mit versteckten Eingängen, alles so verschlossen und abweisend? Nur drei riesige gebogene Glasscheiben um diesen Modulor herum? Da haben wir schon geschluckt.“ Aber Dr. Godecki konnte den Damke-Brüdern das Konzept mit dem Bezug auf Le Corbusier und den Modulor, die in der Architektur so wichtig sind, sehr gut nahe bringen. „Er hat uns sehr anschaulich erklärt, dass wir mehr erreichen, wenn wir uns auf die Zielgruppe konzentrieren als nur auf die Darstellung der Produkte. Das hat uns überzeugt.“

Neben der aufgrund des italienischen Kaffees und der schönen Atmosphäre besonders beliebten Kaffeebar „Café Modulor“ bot Glasid seinen Kunden auf der Bau 2007 auch ein ganz besonderes Präsent: Eine kleine Modulor-Statue, genauso hochwertig gearbeitet

// Auch nach der Messe im Gedächtnis bleiben

wie der gesamte Stand, aus Eisenblech mit einem Stück Glasid-Glas in der Mitte. „Man muss es schaffen, dass der Messeauftritt auch noch nach der Messe in den Köpfen hängen bleibt“, erklärt Dr. Godecki den Sinn des hochwertigen Geschenks und damit auch das Ziel des gesamten Konzepts. „Der Modulor ist ein Hit bei Kunden und Mitarbeitern, fast wie der Oskar in der Filmwelt“, bestätigt auch Hans-Peter Damke augenzwinkernd. Zu einem solchen künstlerischen Gesamtkonzept gehört jedoch auch gut vorbereitetes Standpersonal – eine spezielle Schulung übernahm ebenfalls die Waskönig GmbH. Die Sinnzusammenhänge und die symbolische Botschaft des Konzepts „Modulor“ mussten jedem Mitarbeiter klar sein, bevor er den Stand betrat. Dies gelang voll und ganz, wie Dr. Godecki bestätigt: „Die gesamte Messe-Mannschaft von Glasid war nach der Schulung

von dem Modulor-Konzept begeistert.“ Auch Hans-Peter Damke hat das erlebt: „Ein Messe-training, das war schon sehr ungewohnt für unsere erfahrenen Mitarbeiter. Doch am Ende war das gesamte Team so eingeschworen, das war beinahe wie im Sport.“

Und der Erfolg, die Besucherzahlen, die Kontakte? Es herrschte ein enormer Andrang an dem Stand, die Mitarbeiter konnten sich vor Anfragen oft nicht retten. Hans-Peter Damke: „Meine Brüder und ich haben beobachtet: dass unser Stand immer bestens besucht war, hatte einfach mit der Stimmung, der Professionalität der Präsentation und dem Produkt zu tun. Dass wir dann auch noch als Newcomer die Auszeichnung ‚architektonischster Stand‘ von der Zeitschrift ‚Baumeister‘ bekommen haben, bestätigt unseren Auftritt noch mehr und macht uns wirklich stolz.“ Dabei kam auch das gewünschte Fachpublikum, Bauherren und Architekten aus ganz Europa, an den Glasid-Stand. Die Anzahl der Kontakte übertraf die kühnsten Erwartungen der Geschäftsführer.

„Unsere Konzepte sind immer sehr individuell und außergewöhnlich. Von A-Z werden sie konsequent aus einer Idee und einer Philosophie entwickelt. Dabei entsteht ein harmonischer, durchgehend stimmiger und nachhaltig beeindruckender Auftritt“, erläutert Dr. Godecki das Vorgehen der Waskönig GmbH. „Dazu ist aber ein langfristiges, vertrauensvolles Verhältnis zum Auftraggeber notwendig.“ Eine solche langfristige Partnerschaft scheint die Waskönig GmbH mit der Glasid AG und ihren Vorständen und dem Aufsichtsrat gefunden zu haben. Denn auch für Hans-Peter Damke ist klar: „Der ganze Messeauftritt war ein Projekt, von dem wir alle noch lange zehren. Das war sicher nicht das letzte Mal ‚Messe München‘ für uns.“ (bk)



// BILD OBEN: WOCHENLANG WURDEN DIE EISENBLECHPLATTEN IM FREIEN GELAGERT, UM DIE CHARAKTERISTISCHE OBERFLÄCHE ZU ERZIELEN.

// BILD UNTEN: DER „OSKAR“ DES GLASID-MESSEAUFTRITTS – DER „MODULOR“ ALS MESSE-PRÄSENT.