

800 Vertriebsmitarbeiter per Quiz auf die Bauma 2013 vorbereitet

03.07.2013, 17:15 | Freizeit, Bunt, Vermischtes

Pressemitteilung von: *plan-j GmbH*



Präsentation von Liebherr auf der Bauma (Foto: plan-j, frei zur Veröffentlichung bei Namensnennung)

plan-j konzipierte und realisierte Liebherr-Kongress in München

Die weltweit größte Baumesse bauma in München konnte in diesem Jahr einen neuen Besucherrekord verzeichnen. Gut 530.000 Gäste aus mehr als 200 Ländern kamen 2013 auf das Münchner Messegelände und trafen dort auf mehr als 3.400 Aussteller, die sich auf einer Fläche von 570.000 Quadratmetern präsentierten. Die größten Messestände belegten Flächen von mehr als 14.000 Quadratmetern auf dem Freigelände.

Zu den Ausstellern mit Flächen in dieser Größenordnung XXL zählte auch in diesem Jahr wieder Liebherr. Das Unternehmen zog anschließend eine positive Bilanz seiner Messepräsentation.

Vorbereitet, geschult und motiviert wurden die rund 800 Vertriebsmitarbeiter von Liebherr am Tag vor der Messe – während ansonsten überall auf dem Gelände die Messebauer die Standbauten finalisierten. Dafür entwickelt die Agentur plan-j aus Frankfurt einen ungewöhnlichen, aber hocheffizienten Mitarbeiter-Event. Den Anlass dafür bot der Liebherr Kongress, der von plan-j mit einem zeitgemäßen Kommunikationskonzept weiterentwickelt wurde und in diesem Jahr als interaktive Informationsshow mit Workshop-Quiz stattfand.

Dafür durchliefen nach einem Begrüßungsplenum sowohl vormittags als auch nachmittags jeweils 400 Teilnehmer die wichtigsten Stationen mit den Highlight-Exponaten auf dem Liebherr-Messestand. Am Vormittag starteten die internationalen und am Nachmittag die nationalen Teilnehmer in jeweils 15 Gruppen, die von Timekeeping-Girls begleitet wurden. Ausgestattet mit mobilen Handhelds, zum Einsatz kamen der mehrfach ausgezeichnete „Connector“ von IML sowie ein separater Audioguide, lernten die rund 800 Standmitarbeiter den Messestand und die Produkte quasi „im Vorbeigehen“ kennen. Insgesamt standen dafür pro Exponat sieben Minuten zur Verfügung. Entscheidend für die spätere Bewertung der Lernerfolge war das Gesamtergebnis einer Gruppe. Neben dem Spaßfaktor konnte durch das Quiz bei den aus verschiedenen Unternehmenssparten zusammengesetzten Teams eine gleichermaßen starke Aufmerksamkeit aller Teilnehmer an jeder Station erzielt werden, unabhängig vom Interessensschwerpunkt.

Der Parcours führte über fünf Stationen mit je drei Exponat-Satelliten. Sobald drei Gruppen die Exponate einer Station durchlaufen hatten, trafen sie sich pünktlich nach 21 Minuten im Stationszelt, um hier die fachspezifischen Quizfragen eines Moderators zu beantworten. Die Übermittlung der Antworten erfolgte mit dem „Connector“. Lediglich zehn

Sekunden standen jedem Teilnehmer für die Beantwortung zur Verfügung, um Abstimmungen der Teilnehmer untereinander zu verhindern.

Nach fünf Stationen und insgesamt 15 beantworteten Fragen wurden die Siegerteams ermittelt und geehrt. Zum Ausklang traf man sich stilecht in der „Händler Lounge“, der „Fahrerbar“, der „Fahrer Cafeteria“ oder dem Atrium des Liebherr Pavillons zum lockeren Get Together. Die Marching Band „Go Chicas“ sorgte für die musikalische Begleitung. Am Ende des Tages waren alle Liebherr-Mitarbeiter inhaltlich optimal auf den Start der Fachmesse vorbereitet. „Ziel dieser Aktion war es, die bauma-Vertriebsmannschaft von Liebherr optimal auf die Messe vorzubereiten, zusammenzuschweißen und für die Woche zu motivieren“, resümiert Wiebke Schiller-Bittkau von plan-j. „Wichtig war uns dabei natürlich, dass alle relevanten Informationen über Produktneuheiten und die Messestandgeografie vermittelt werden. Ich denke, dass uns das optimal gelungen ist. Dafür vielen Dank an unseren Auftraggeber, der den nötigen Mut bewiesen hat, auch neue Wege zu gehen.“

Portrait

plan-j GmbH

plan-j ist eine inhabergeführte, international tätige Full-Service-Agentur für Architektur und Live-Marketing aus Frankfurt. Nach der Gründung durch Timo Joél im Jahr 2001 war die Agentur zunächst auf Architektur und Raumgestaltung spezialisiert. Später erweiterte sich das Unternehmensportfolio durch den Einstieg der Event-Spezialistin Conny Lobert und des Grafikdesigners Joe Kinze auch um temporäre Bauten, Messepräsentationen, Live-Marketing und Kommunikation. Die Kernkompetenz von plan-j ist die Kombination von Architektur und Business-Veranstaltungen. Dafür hat plan-j den Begriff architecturevents geprägt. Zu den Auftraggebern von plan-j zählen namhafte Unternehmen wie Daimler, Ferrari, Liebherr, Lufthansa, PWC oder auch SAP.

News-ID: 731341 • Views: 134 (Stand: 15.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/731341/800-Vertriebsmitarbeiter-per-Quiz-auf-die-Bauma-2013-vorbereitet.html>