

# gambit.

communication

Zum dritten Mal eröffnete BerührungSPUNKTE den Meetingpoint auf der Architektur-Biennale in Venedig für Architekten und Architekturinteressierte. Diesmal fand das Treffen im Palazzo Contarini Polignac statt, einem der bedeutendsten Palazzi der venezianischen Frührenaissance. Ausgewählte Getränke und ein großes Buffet standen tagtäglich für die Besucher im Meetingpoint bereit.

## der ist los

Ein Highlight: die Schatzkammer. Besucher begaben sich auf eine Entdeckungsreise rund um Schnittstellenthemen der drei Marken FSB, Gira und KEUCO.

ZEPPELIN

### Neupositionierung

Wie schafft man ein Bild von etwas, dessen Leistung im Erfolg anderer sichtbar wird? gambit begab sich auf die Suche nach Analogien und wurde fündig, wo man es nicht vermutet hätte.

Seite 06

EMCO GROUP

### Kundenmagazin

Das dreimal jährlich erscheinende Kundenmagazin der emco Group ist mittlerweile für die Zielgruppe der Architekten, Planer und Investoren fester Bestandteil der regelmäßigen Kommunikation.

Seite 09

ACO

### Ereignismarketing

Das ACO Kellerschutzsystem bietet alles für eine wasserdichte Planung und Umsetzung von Kellerräumen. Um diese Tatsache punktgenau zu vermitteln, setzt ACO auf Ereignismarketing.

Seite 10

PCI

### Segmentbroschüre

PCI kommuniziert das Produktsortiment anwendungsgerecht, zielgruppenorientiert – und konsequent. Neuestes Medium ist eine GaLaBau-Broschüre, die gambit konzipierte und umsetzte.

Seite 11

# wann?



„Reporting from the Front“ ist das Motto der 15. Architektur-Biennale in Venedig in diesem Jahr. Vom 28. Mai bis zum 27. November 2016 stellen 88 Teilnehmer aus 37 Ländern ihre Arbeiten aus. Der chilenische Kurator Alejandro Aravena leitet die internationale Ausstellung, die wieder in den Giardini und im Arsenale stattfindet.

**In der Eröffnungswoche der Architektur-Biennale startete der Meetingpoint mit einer Welcome-Party am 25. Mai 2016. Bis zum 1. Juni 2016 war der Palazzo jeden Tag von 9 bis 22 Uhr geöffnet und lud zum Verweilen, zu Vorträgen und mehr ein.**

# warum?

Die Kommunikationsinitiative BerührungSPUNKTE wurde 1998 als Architektenkooperation von FSB, Gira und KEUCO bei gambit gegründet. Die Idee dazu ging von dem grundsätzlichen ganzheitlichen Ansatz aus, in dem Planer und Architekten überwiegend agieren. gambit übernimmt seit der Gründung die komplette Kommunikation: Die Initiative wird über ein halbjährlich erscheinendes Magazin (derzeit 11.500 Abonnenten), Social Media und einen Blog sowie einen Newsletter kommuniziert. Über die Facebook-Fanpage und den Blog wurden die mehr als 22.000 Fans daheim über alles Wichtige rund um den Meetingpoint und die Biennale auf dem Laufenden gehalten. gambits Print- und Online-Redaktion war vor Ort und teilte regelmäßig Eindrücke und Erlebnisse mit der Fangemeinde.



v.l.n.r.: Wolfgang Reul (FSB), Kay Berges (Gira) und Andreas Lohmann (KEUCO)



# wo?

Bewährtes Konzept, neuer Ort: Zum ersten Mal luden die drei Marken FSB, Gira, KEUCO in den Palazzo Contarini Polignac ein. Er ist durchgehend mit Marmor verkleidet und begeisterte viele Architekten aufgrund seiner toskanisch-klassizistisch geprägten Fassade. Viele historische Baumerkmale sind noch heute sichtbar und erzählen die Geschichte des Palazzo. Unmittelbar am Canal Grande erwartet der Bau aus dem 15. Jahrhundert seine Gäste. Der nebenan liegende Garten öffnet sich zum Canal Grande und schaffte eine perfekte Atmosphäre, um neue Kontakte zu knüpfen und Erfahrungen auszutauschen. Ein Wassertaxi stand bereit und brachte Gäste zum Biennale-Gelände und zurück.

Über 20 Architektenberater standen täglich bereit, um Kontakte zu knüpfen. Gemeinsam begrüßten sie dieses Jahr über 3.250 Gäste. Die Partner und die Gäste konnten sich in einer ruhigen und schönen Atmosphäre austauschen und Erfahrungen teilen. Bei dem netten Beisammensein war die Kommunikation das entscheidende Instrument. Sie bietet den Firmen die Möglichkeit bestehende Kontakte zu pflegen und neue aufzubauen. Der zwanglose Meetingpoint wurde als Treffpunkt genutzt, um Impressionen zu teilen – auch Bundesbauministerin Barbara Hendricks (rechts) entspannte im Palazzo.



# wie?

**„Vielen Dank für diese beeindruckende Kommunikationsinitiative. Chapeau!“**

*Olaf Steinweg (COR Rheda)*

Mehrere Architekturführungen durch die Lagunenstadt durch den italienischstämmigen Architekten Dario Malagutti und verschiedene Programmpunkte innerhalb des Meetingpoints bereicherten die Veranstaltung.

über

**3.250 Gäste**

besuchten den Meetingpoint

**„Sehr gut organisiert, Klasse Service mit dem Wassertaxi, top Essen und Getränke, super Führungen und interessante Gespräche!“**

*Jonas Wenzke (Fioo Architekten)*

**„Eine sensationell gute Location. DANKE.“**

*Jürgen W. Hartlieb (Architekturbüro Hartlieb)*

**„Superschönes Ambiente, leckeres Essen und tolle Getränke.“**

*Sabine-Marion Heinrich (Architekturbüro Heinrich)*

## Auf Entdeckungsreise mit FSB, Gira und KEUCO

15 „Schatzkästchen“ hielten in der Schatzkammer jede Menge Überraschungen bereit. Der Inhalt half bei der Beantwortung von Quizfragen. Eine Reise zur Kunstbiennale 2017 wurde verlost. Mithilfe der Schatzkammer wurden die Produkte der drei Firmen inszeniert und erlebbar gemacht.



## Beliebt: die Partys

BerührungsPUNKTE richtete für über 1.000 Architekten des BDA ein Fest aus. Zur Welcome-Party am Mittwochabend wurden 700 Besucher begrüßt. Die Gäste waren begeistert von der Organisation und dem schönen Ambiente.

über  
**1.000** Architekten  
kamen zum BDA Fest

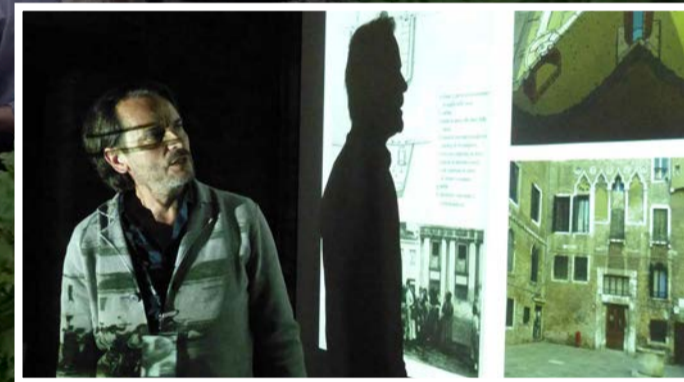
## Informationen rund um Venedig und die Biennale

Diskussionsrunden und Vorträge wurden im Meetingpoint angeboten. Bei einer Führung durch den Palazzo oder einem Vortrag zu seiner Geschichte konnte die einzigartige Location näher erkundet werden. Das Architekturbüro Graft stellte seine aktuelle Buchpublikation vor.



## Das wandelnde Kunstgeschichts- und Architekturlexikon: Dario Malagutti

Zusätzlich zum Programm am/im Meetingpoint wurden Architekturführungen mit Dario Malagutti angeboten. Für Studenten wurden kostenlose Nachtführungen zum Thema „Paradigma Venedig“ organisiert. Alle Führungen erfreuten sich großen Interesses. Deshalb waren die meisten bereits drei Wochen vor der Biennale ausgebucht.



## Hinter den Kulissen

Schon mehrere Tage vor der Veranstaltung war das gambit-Team vor Ort. Der Palazzo und der Garten wurden mit Sitzmöglichkeiten bestückt und für sämtliche Programmpunkte vorbereitet. Über 3.000 Anmeldungen gab es vor dem Event. Jedem Teilnehmer war ein VIP-Paket inklusive Stadtplan zugeschickt worden. Zwar wurden noch viele Architekten vor Ort akkreditiert, dennoch verlief alles reibungslos, von der Interaktion aller Beteiligten untereinander über die Organisation vor Ort bis hin zur tagesaktuellen Berichterstattung von der Biennale und aus dem Palazzo.

## gambit's work:

- Idee, Umsetzung Meetingpoint, Standortsuche
- Konzeption Kommunikationsbausteine, Interior Design und Programm
- Verwaltung der Anmeldungen und Versand der Unterlagen
- Akkreditierung, Organisation und Abwicklung vor Ort
- Betreuung der Firmen und der Gäste während des gesamten Zeitraums
- Tägliche Berichterstattung durch die Redaktion vor Ort
- Nachbereitung des Events in Print und Web

# marketing mit herzblut



**Baulogistik, das ist die Planung und Koordination aller Material- und Personalströme auf einer Baustelle. Ein elementarer Prozess für die reibungslose Realisierung eines Gebäudes. Besonders bei Großprojekten oder schwierigen Rahmenbedingungen können so Kosten- und Zeitvorgaben eingehalten werden.**

Zepelin Streif Baulogistik ist Experte auf diesem Gebiet. Zudem versorgt das Unternehmen Baustellen mit Baustrom und Bauwasser und sorgt für die Einhaltung der Sicherheitsvorschriften. Zusammen mit dem Mutterkonzern Zepelin Rental plant, errichtet und betreibt Zepelin Streif Baulogistik Containeranlagen. Für gambit war die Aufgabe, das Unternehmen neu zu positionieren – eine Herausforderung, der sich „mit Herzblut“ gewidmet wurde.

Anders als bei vielen anderen Kunden, steht bei Zepelin Streif Baulogistik kein greifbares Produkt im Mittelpunkt. Doch wie schafft man ein Image – also ein Bild – von etwas, dessen Leistung im Erfolg anderer sichtbar wird? gambit begab sich auf die Suche nach Analogien in anderen Bereichen. Dirigent? Nein. Herz? Nein. Puls? Ja!

## Der Puls der Baustelle.

Eine Pulsfrequenz lag als Keyvisual nahe, gambit verfremdete die Herzfrequenz, sodass sie eine Architektur-Silhouette zeigt. Damit wird gleich deutlich, wofür „das Herz schlägt“.

Leistungsträger sind die Mitarbeiter. Sie planen, koordinieren, montieren, prüfen und ermöglichen. gambit entschied sich, den vorhandenen Ansatz, über People-Motive die Mitarbeiter als Testimonial in ihrem Arbeitsumfeld zu zeigen, weiter auszubauen.

Ein weiterer wichtiger Kommunikationsbaustein sind Referenzberichte. Mit ihnen lassen sich die vielseitigen Leistungen verständlich und interessant darstellen. Auch hier stellte sich das Problem der Visualisierung. gambits Lösung: Über 360°-Fotografie werden Baustellen und Rohbauten spannend inszeniert. Gleichzeitig wird das im besten Wortsinn umfassende Leistungsspektrum deutlich.





*Mit einem 80-sekündigen animierten Film transportiert gambit die neue Positionierung ebenso anschaulich wie emotional. Die einzelnen Dienstleistungen des Baulogistikers werden anhand des Entstehungsprozesses einer realen Referenz mit der Botschaft verknüpft.*



*Die ungewöhnliche 360°-Fototechnik erlaubt einen Rundumblick. Dadurch können unterschiedliche Schwerpunkte in einem Bild gesetzt und Abläufe visualisiert werden.*



eBook zum Unternehmen: Graf Zeppelin legte den Grundstein für den heutigen Konzern (oben); die einzelnen Kompetenzen werden ebenso vorgestellt wie eindrucksvolle Referenzen (unten).

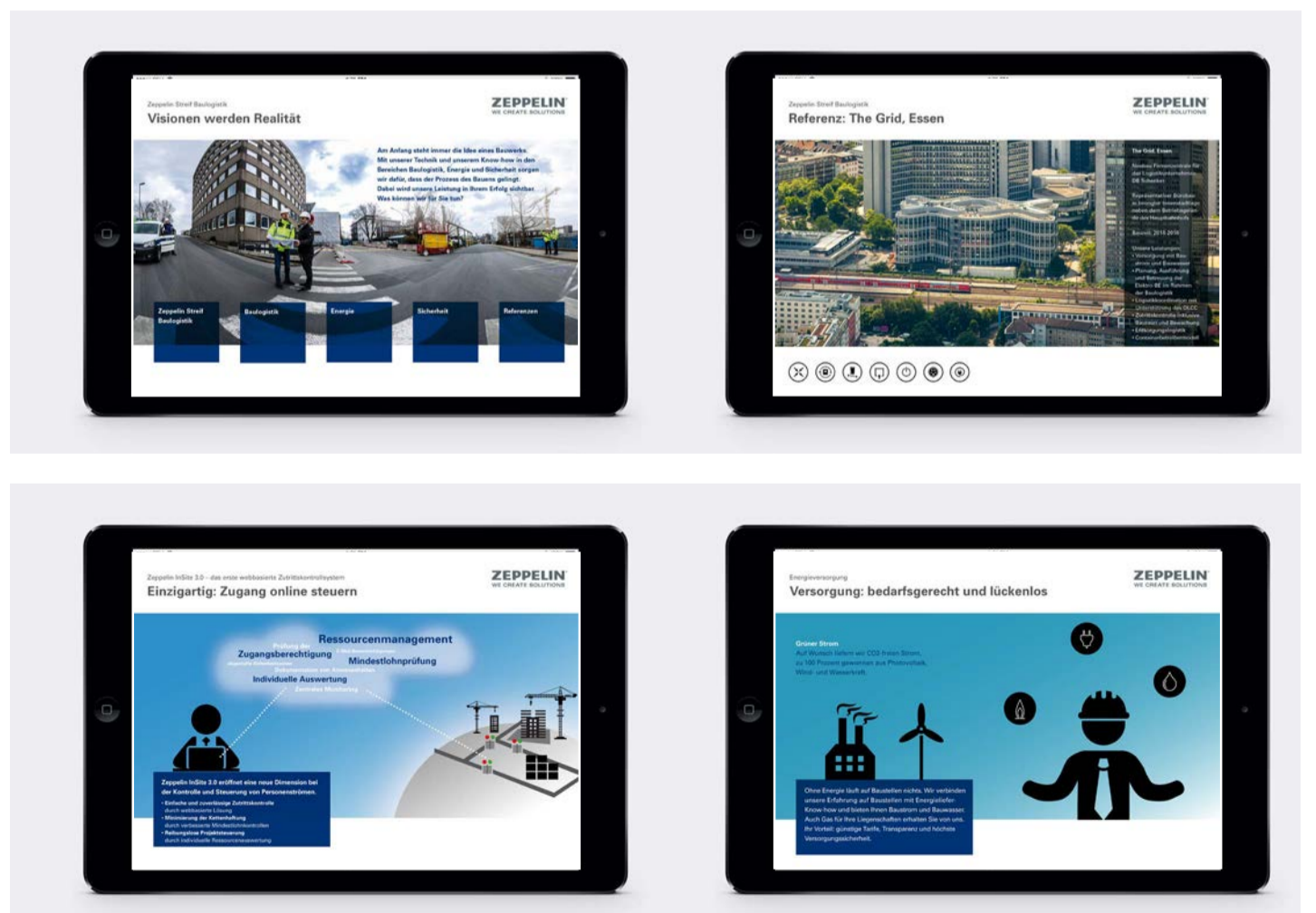
Für die einzelnen Leistungen von Zeppelin Streif Baulogistik galt es eine übersichtliche und schnell verständliche Darstellung zu entwickeln. gambit löste diese Aufgabe über Icons, die in allen Veröffentlichungen die Leistung direkt kenntlich machen.

Der erste Auftritt unter der neuen Positionierung war die BAUMA, Weltleitmesse für Baumaschinen. Hier präsentierte sich Zeppelin Streif Baulogistik mit einem virtuellen Auftritt auf dem Stand von Zeppelin Rental.

gambit konzipierte und erstellte drei interaktive eBooks zu den Online-Angeboten InSite 3.0 für die Zutrittskontrolle und zum Energieportal für die Bestellung von Baustrom sowie für die Unternehmenspräsentation. Über eine App konnten die Mitarbeiter die Leistungen in selbstgewählter Tiefe auf Tablets präsentieren.

### **gambit's work:**

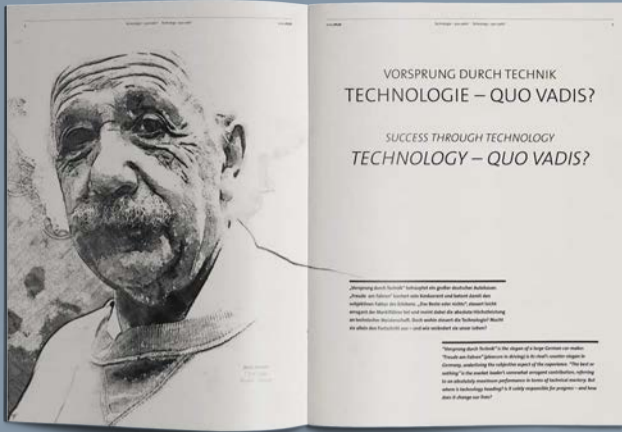
- Neupositionierung
- Keyvisual, Bildsprache und Icons
- Konzeption und Animation Imagefilm
- Foto- und Filmregie
- Konzeption, Erstellung und Animation eBooks
- Konzeption und Pflege der App



Das eBook zur Zutrittskontrolle InSite 3.0 erläutert das onlinebasierte System.

Innerhalb des eBooks zum Bereich Energie spielt die Präsentation des neuen Energieportals eine zentrale Rolle.





Im Heft finden die Leser einen vielseitigen Mix aus Unternehmensthemen und Artikeln, die über den Tellerrand hinaus verschiedene Sujets beleuchten – passend zum Heftmotto.

# erfolg durch technologie

## gambit's work:

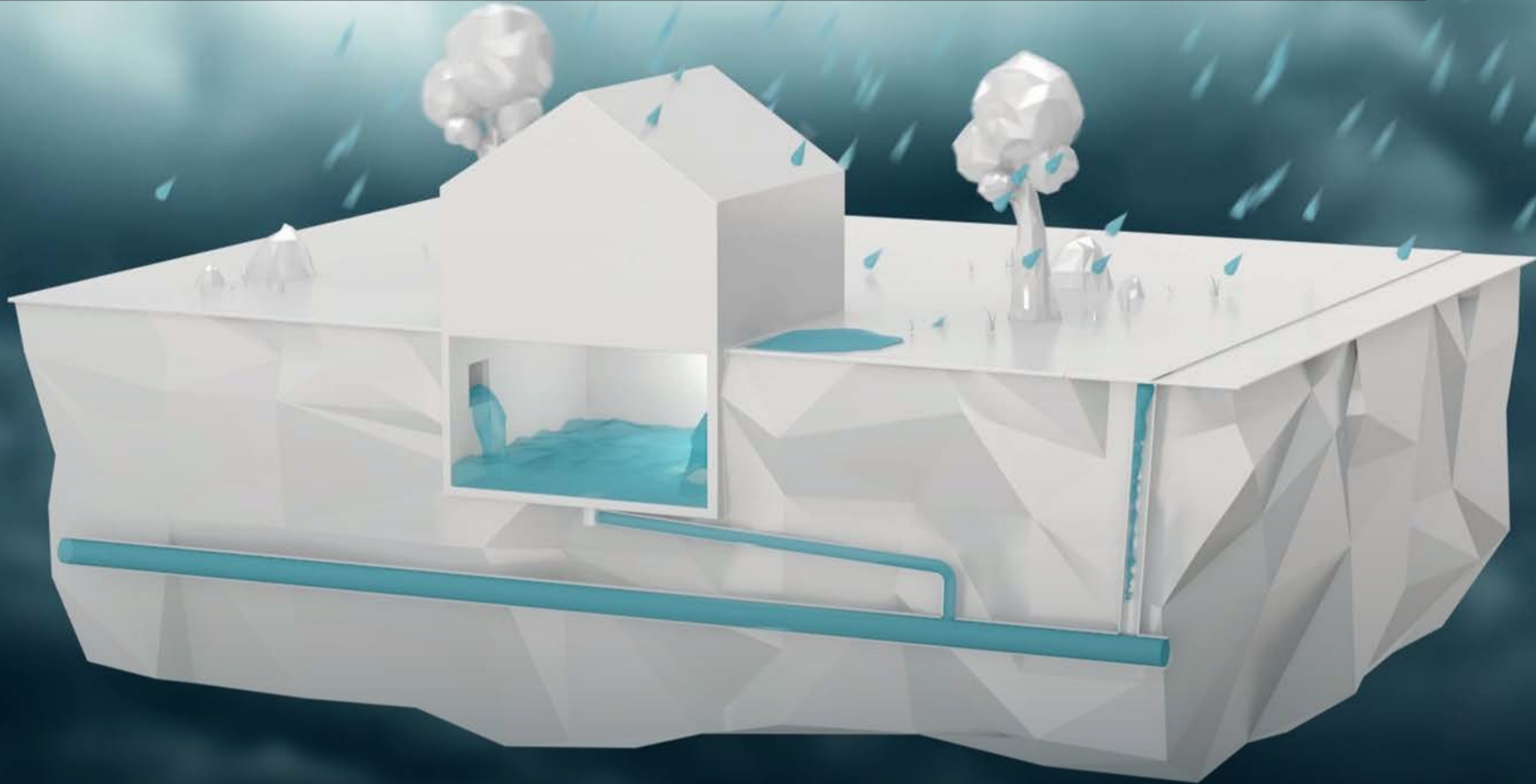
- Konzeption
- Layout
- Text

Das Kundenmagazin der emco Group ist seit dem Start der Gesamtpositionierung der Unternehmensgruppe für die Zielgruppe der Architekten, Planer und Investoren fester Bestandteil der regelmäßigen Kommunikation. Das dreimal jährlich erscheinende Heft emco PLUS präsentiert interessante Themen aus dem Unternehmen, gemischt mit Mehrwertthemen. Sie erlauben einen Blick über den Tellerrand und liefern dem Leser spannenden Input, der die Architekturaffinität des Unternehmens unterstreicht.

Die aktuelle Ausgabe des Magazins ist dem Thema Technologie gewidmet. Unter anderem geht es um die Frage, wohin die Technologie heute steuert und wie sie unser Leben verändert. Doch auch darum, welche innovativen Produkte die emco Group zu bieten hat und wie sich eine bekannte Technologie innovativ nutzen lässt. Wie bereits in den vorherigen Heften werden Themen aus den verschiedenen Unternehmensbereichen präsentiert. Neu hinzugekommen ist die Rubrik „5 Fragen an...“, in der Ralf Büring, Geschäftsführer des Bereichs emcobau, Antworten gibt. Die Rubrik soll künftig einen festen Platz im Heft haben und jeweils unterschiedliche Persönlichkeiten zu Wort kommen lassen. Die aktuelle Ausgabe umfasst Innovatives, Historisches, Preisgekröntes und Referenzen – bestellbar ist sie unter [www.emco-group.de](http://www.emco-group.de).



Der Titel des aktuellen Kundenmagazins der emco Group: Jede Ausgabe steht unter einem Motto, es lautet diesmal: Erfolg durch Technologie.

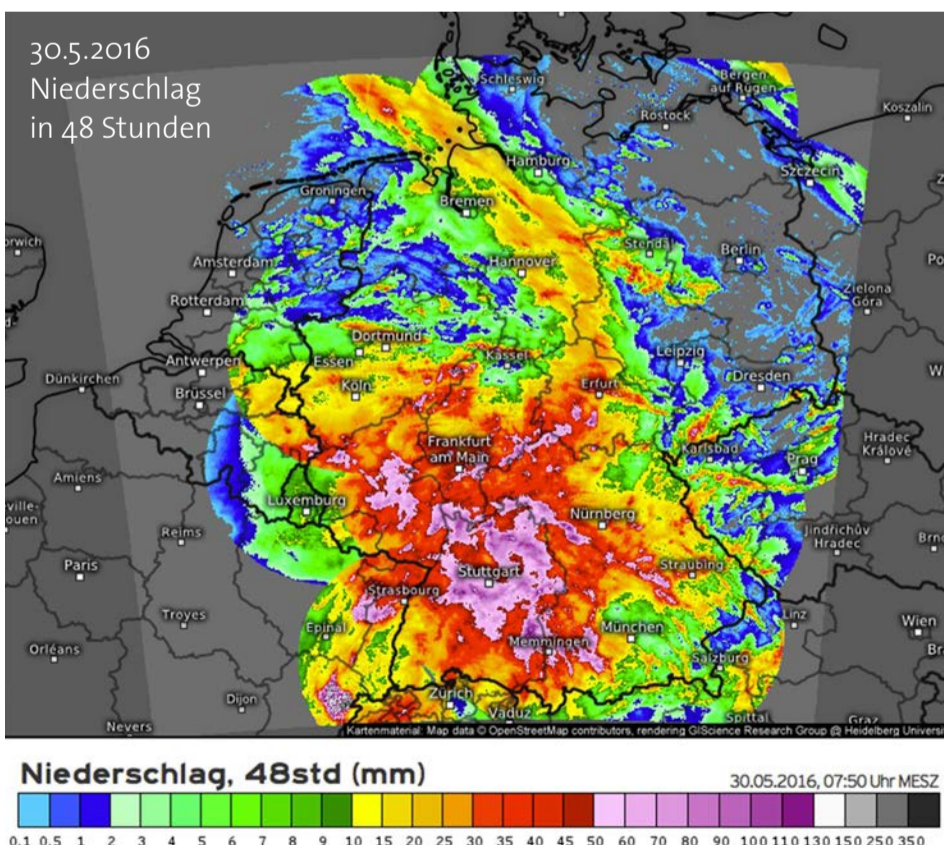
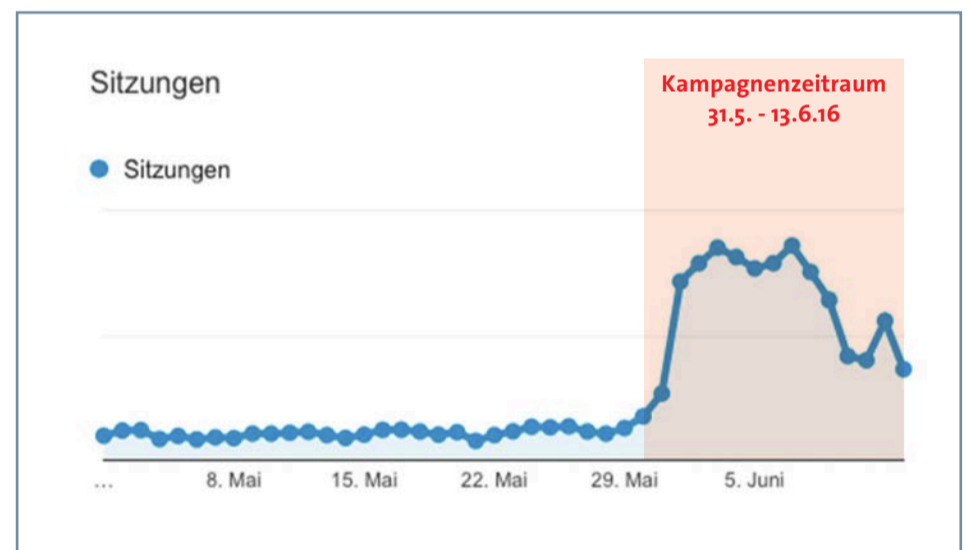


# wasserdichte maßnahmen für den kellerschutz

Ende Mai verursachten besonders in Süd- und Westdeutschland Starkregenereignisse teils verheerende Schäden – unter anderem liefen zahlreiche Keller voll. Mit dem ACO Kellerschutzsystem bietet der Entwässerungsexperte ACO alles für eine wasserdichte Planung und Umsetzung von Kellerräumen. Um diese Tatsache punktgenau an die betroffenen Endverbraucher und Architekten zu vermitteln, setzt ACO auf Ereignismarketing: Bei entsprechenden Unwetterereignissen steht ACO mit einer kurzfristigen und lokal begrenzten Marketingkampagne den Betroffenen zur Seite und macht auf das Kellerschutzsystem aufmerksam.

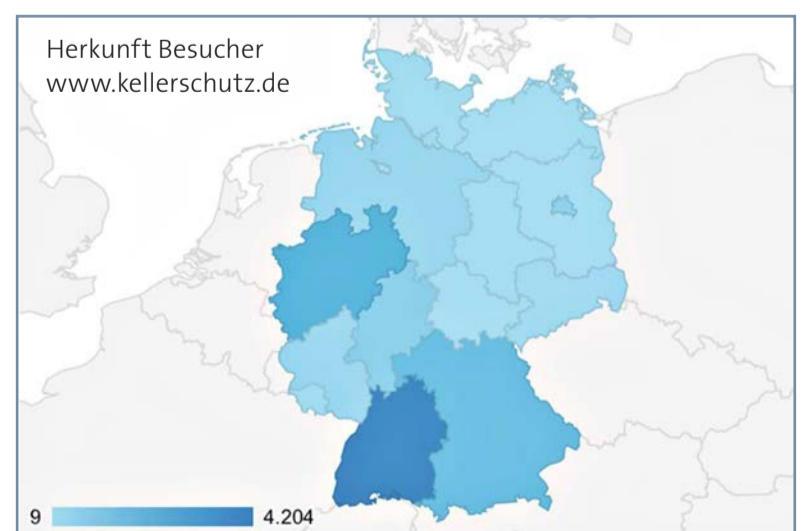
Ist es zu einem Schaden gekommen, finden Endkunden unter [www.kellerschutz.de](http://www.kellerschutz.de) Checklisten für das weitere Vorgehen und können sich informieren, wie sie bei einer Sanierung oder beim Neubau den Keller mit ACO zukünftig optimal sichern können. Architekten erfahren alles rund um das Thema „Kellerräume sicher und wohnlich bauen und sanieren“ unter [www.architekturwasser.de](http://www.architekturwasser.de).

Vom 31. Mai bis 13. Juni sorgte gambit zum wiederholten Mal mit einer Reihe von kurzfristigen (Online-)Maßnahmen dafür, dass die Zielgruppen diese Informationen auch erhalten.



## [www.kellerschutz.de](http://www.kellerschutz.de)

Auswirkungen auf die Internetseite [www.kellerschutz.de](http://www.kellerschutz.de) im Aktionszeitraum:  
**Im Kampagnenzeitraum kamen siebenmal mehr Besucher auf die Seite als sonst, davon 25 % aus der Region Stuttgart.**  
 Zum Vergleich: Aus Bayern, wo kein Ereignismarketing stattfand, kamen nur 4 % mehr.  
**Ein Großteil der Besucher kam über Facebook und Google AdWords.**



**gambit's work:**

- Konzeption der Kampagne
- Schaltung von Facebook-Anzeigen und Google Adwords
- Konzeption und Regie für Film und Radiospot
- Layout und Programmierung Online-Banner
- Redaktion und Text Sondernewsletter

**Radiospot** (20 Sek.) plus Reminder (10 Sek.):  
6 x gesendet an drei Tagen auf SW 1 in Baden-Württemberg

**Animierter Film** (2.19 Min.):

- Vorgehen im Schadensfall
- Tipps zur sicheren Sanierung
- Hotline
- Beworben über Facebook-Anzeigen



**Onlinebanner**

Geschaltet auf den Seiten der Stuttgarter Nachrichten und der Stuttgarter Zeitung

**Facebook-Anzeigen und Google Adwords**

Region: Stuttgart + 100km / Baden-Württemberg

**Sondernewsletter**

zum Thema Kellerschutz

- Versand am 3. Juni an 5.069 Architekten deutschlandweit
- Mischung aus Produktinformation, Tipps für den Neubau und die Sanierung von Kellerräumen sowie Hintergründe zum modernen Regenwassermanagement
- **Öffnungsrate 39,7%**
- **Klickrate 5,4%**
- **Keine Abmelder**

# das volle programm

PCI geht den Weg, das Produktsortiment anwendungsgerecht und zielgruppenorientiert zu kommunizieren, konsequent weiter. Neuestes Medium ist eine GaLa-Bau-Broschüre, die gambit für den Bauche-mie-Experten konzipierte und umsetzte.

Die Struktur der Broschüre richtet sich nach den zwei Hauptverlegearten: wasserdurchlässig oder wasserundurchlässig. Darunter werden jeweils unterschiedliche Systeme für die verschiedenen Anwendungsbe-reiche vorgestellt, wobei sowohl Lösungen für Pflaster als auch für Keramik- bzw. Natursteinbeläge vorgestellt werden. Ergän-zend werden Produktlösungen für angren-zende Bereiche wie Haussockel vorgestellt. Eine ausführliche Produktübersicht sowie hilfreiche Praxistipps runden das Informa-tionsangebot ab.

Auch grafisch wird die Praxisorientierung umgesetzt. Übersichtliche Systemdarstel-lungen, eine ausklappbare Produktüber-sicht, Icons für die unterschiedlichen Verle-gearten sowie Anwendungsfotos erlauben eine schnelle Orientierung, erleichtern die Produktauswahl und unterstützen in der Praxis.



- gambit's work:**
- Konzeption
  - Layout
  - Text
  - Bildcomposings

**ACO Schnittstelle \_architektur\_ wasser**

**Sehr geehrte Damen und Herren,**  
die katastrophalen Unwetter, die in den letzten Tagen über Deutschland hinweggezogen sind, haben in vielen Teilen des Landes zu persönlichen Tragödien und verheerenden Sachschäden geführt. Die Niederschlagsmengen, die in den letzten Jahren deutlich erhöht vorkommen, stellen gerade für Kellerräume eine Gefahr dar. Die Folge: erhöhte Anforderungen an den Kellerausbau. Es ist eine Herausforderung für Architekten, die jeweiligen Bauwerke gegen Nässe, Kälte und Einbruch zu schützen. ACO unterstützt Sie durch die Systemkomponenten Kellerfenster, Lichtschart, Lichtschart-Montageplatte sowie Rückstausicherung und Hebeanlagen.

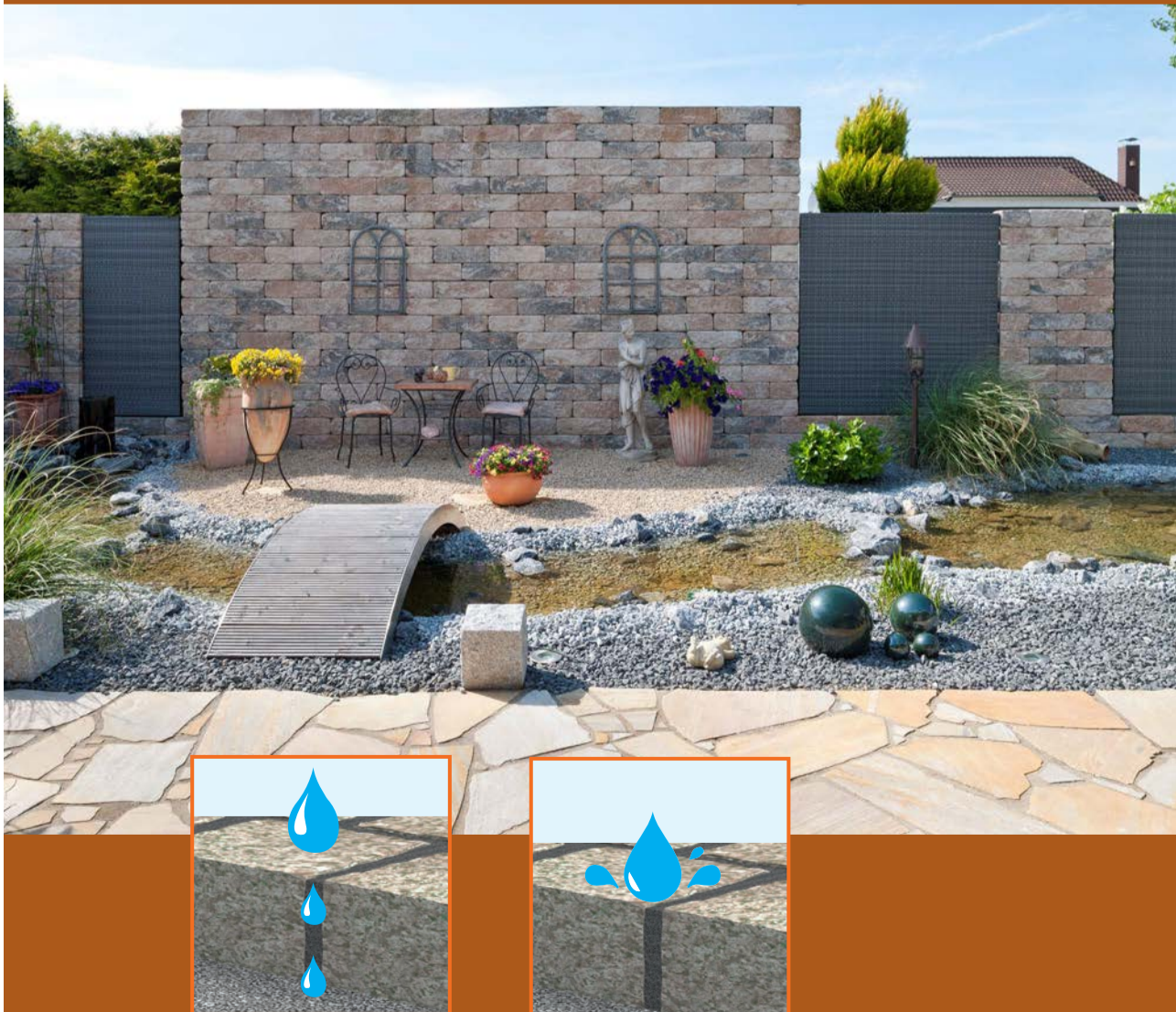
Informieren Sie sich ausführlich.  
Ihr ACO Architektur-Team

**Kellerschutz – die Herausforderung**

Der bauliche Kellerschutz liegt in der Verantwortung von Architekten und Planern. Bei Neubau oder einer Sanierung gilt es, die Räume vor ansteigendem Grundwasser, vermehrt Oberflächenwasser und aufgestautem Abwasser zu schützen.  
[Mehr erfahren](#)

**Regenwassermanagement: miteinander statt gegeneinander**

Im Umgang mit Regenwasser hat ein Umdenken begonnen: zwischenspeichern, versickern und zwi-schennutzen statt bekämpfen. Positiver Nebeneffekt: eine höhere Aufenthaltsqualität durch mehr Grün. Wir sagen Ihnen, wie Sie aus der Bedrohung eine Chance machen.  
[Zum Artikel](#)



# gutes klima für endkundengewinnung

Das Wuppertaler Unternehmen ERFURT ist bekannt für seine Raufaser. Unter dem Namen „KlimaTec“ bietet ERFURT zudem Produkte für eine energetische Innendämmung an. gambit's Aufgabe war es, eine deutschlandweite Endkunden-Kampagne über Google AdWords zu entwickeln – mit dem Ziel, potenzielle Kunden zu erreichen, die gezielt nach Lösungen zum Thema Innendämmung suchen.

Um dieses Ziel zu realisieren, konzipierte gambit in Zusammenarbeit mit den kompetenten Experten für Innendämm- und Schimmelsanierung bei ERFURT auf Basis einer umfangreichen Keyword-Analyse eine Anzeigenkampagne, die den User genau an seiner Problemstellung abholt. Damit er beim Klick auf eine Anzeige schnellstmöglich zur gewünschten Lösung

## 11 x mehr Besucher!

gelangt, entwickelte gambit auf Basis zuvor definierter Erfolgsfaktoren Landingpages, die alle relevanten Informationen und Aktionsmöglichkeiten beinhalten.

Beeindruckende Zahlen belegen den Erfolg der Kampagne: **11,2 % aller Websitebesucher kamen im Kampagnenzeitraum über die Google AdWords, elfmal mehr Besucher als sonst interessiert sich für die KlimaTec-Produkte.** Sie fanden neben Produktinformationen und der Möglichkeit Muster zu bestellen insbesondere Kontakt zu einem Maler oder Händler in ihrer Nähe.

### gambit's work:

- Konzeption, Text und Screendesign Landingpages
- Konzeption, Durchführung und Analyse der Google-AdWords-Kampagne



ALLPLAN

**ALLPLAN**  
A NEMETSCHKE COMPANY

## BIM: so geht's

„Brauchen wir das überhaupt?“ – so denken viele Architektur- und Ingenieurbüros wenn es um BIM (Building Information Modeling) geht. Mit vier Broschüren zum Thema bietet Allplan zielgerichtete Informationen, baut Ängste ab und macht das Potenzial von BIM deutlich. Und bietet Anwendern Antworten auf die Fragen: Was ist BIM? Wie führe ich BIM in meinem Büro ein? Wie arbeite ich als User mit BIM? Die von gambit erstellten Broschüren vermitteln die komplexe Thematik anschaulich, Leitfäden und Checklisten bieten konkrete Hilfestellung.



Der BIM Management Guide, BIM User Guide, BIM Office Implementation Guide und BIM Project Guide bieten hilfreiche Informationen – im Vorfeld bei der Entscheidungsfindung bis hin zur konkreten Anwendung der BIM-Methode im Projekt.



NEUER KUNDE

**SCHELL**

Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit SCHELL. Das Unternehmen aus Olpe ist Weltmarktführer für Eckregulierventile und Experte für Armaturentechnologie in öffentlichen, halböffentlichen und gewerblichen Sanitärräumen. In der Kommunikation vertraut SCHELL ab sofort auf die Expertise von gambit, wenn es darum geht, die unterschiedlichen Zielgruppen in dem komplexen Marktsegment ebenso informativ wie emotional anzusprechen.

hotline: 0231.952053.21

Rainer Kamrath  
Geschäftsführender Gesellschafter



### impresum

gambit communication Kundenzeitschrift  
Herausgeber: gambit marketing & communication GmbH  
Westfalendamm 277  
D-44141 Dortmund  
fon +49.231.952053.0  
fax +49.231.952053.20  
info@gambit-do.de  
www.gambit-do.de

