

proteco 2012 im Messesektor stark gewachsen – als Nicht-Messebauer

Ein erfolgreicher Know-How-Transfer aus dem klassischen Promotionsektor hat proteco im Bereich Messekommunikation letztes Jahr ein kräftiges Wachstum beschert – unter anderem wurde in einem Projekt für Toshiba der sprichwörtliche Berg versetzt.

„Wir denken beim Thema Messe nicht zuerst an den Standbau, sondern an die Vertriebsziele des Kunden und die dazu passende Story und Kommunikationsstrategie“, skizziert Markus Schaumlöffel, Geschäftsführer der proteco marketing-service gmbh, den Ansatz der Agentur und fährt fort: „Das hängt mit unserem Hintergrund zusammen. Denn als Spezialisten für crossmediale Promotionkampagnen und Events werden wir nicht nur an guten Ideen, sondern vor allem an vertrieblich sichtbaren Erfolgen gemessen.“



Erst die Story, dann das Design

Auf diese Weise haben die Diederfer ihr Know-How aus medienübergreifenden Promotion- und Eventkampagnen nun erfolgreich auf den Bereich Messekommunikation übertragen. Das Rezept ist einfach: Ist erst eine Leitidee entwickelt, wird sie – die vertriebliche Relevanz aller Ideen immer im Blick – über alle passenden Kanäle gespielt. Das eigentliche Messestand-Design kommt dabei ganz zum Schluss. Schaumlöffel: „Erst wenn die komplette Story steht, kümmern wir uns um den Stand-Look. Denn er muss die gesamte Kampagne ja auf den ersten Blick transportieren“.

Nicht Konkurrenz, sondern Ergänzung für den klassischen Messebauer

Diese Herangehensweise macht proteco zur idealen Ergänzung für den Messebauer. Denn alle standbaulichen Leistungen werden von der Agentur ausgeschrieben und danach mit gewählten Spezialisten entsprechend dem Agenturkonzept gebaut und umgesetzt. „Eine Praxis die ausdrücklich den Messebauer einbezieht. Auf Wunsch sogar den angestammten Messebauer unseres Kunden“, betont Schaumlöffel und fährt fort: „Wir sind kein Messebauer und wollen auch keiner werden.“

Neuer Leistungsbereich „Messen und Ausstellungen“ unter <http://www.proteco.de/leistungen/messen-und-ausstellungen>

Stellvertretend für diese Vorgehensweise betrachtet das Haus das aktuelle Projekt des Kunden Toshiba Klimasysteme. Hier wurde unter dem Motto „Der Gipfel der Zuverlässigkeit“ der sprichwörtliche Berg versetzt, in dem der symbolträchtige Fujiyama das zentrale Element auf dem 165 qm großen Stand bildete. Der vertriebliche Hintergrund ist, dass Toshiba Klimasysteme insbesondere für ihre Zuverlässigkeit bekannt sind. Belegt wurde diese Aussage durch eine „Referenztour“ auf dem Stand, die herausragende Projekte zeigte. Die gute Zusammenarbeit mit proteco bei der Erstellung der Story und die hohe Zuverlässigkeit von proteco bei der Umsetzung, wird auch explizit von Marketingleiter Christian Raschka gelobt, der bei Toshiba für Messen und Events verantwortlich zeichnet. Der auf der Website www.proteco.de neu veröffentlichte Leistungsbereich „[Messen und Ausstellungen](http://www.proteco.de/leistungen/messen-und-ausstellungen)“ enthält aber noch weitere Projekte. Unter anderem einen Stand für den Kunden Beijer Ref.

Modulare Messestandkonzepte und Logistikservice für kleinere Hausmessen

Nicht selten plant die Agentur größere Messestandkonzepte mit Blick auf die Zukunft. So können später aus den darin verwendeten Modulen kleinere Hausmessen bestückt werden. Für die damit zusammenhängenden Multiservice- und Logistikleistungen betreibt das 30-Mann-Unternehmen nahe Augsburg ein eigenes Logistikzentrum mit 2.500 qm.

Unternehmensinformation proteco

proteco ist als inhabergeführter Spezialist für crossmediale Promotionkampagnen, Promotion Multiservices, Events und Messen europaweit für Unternehmen tätig. Die Agentur bietet die Vernetzung von Live-Kommunikation mit passender Werbung, PR, Online, Social Media, Dialog und interner Kommunikation innerhalb eines Gesamtkonzepts. Die Umsetzung aller Projekte erfolgt aus einer Hand. Mit involtainment® – Beratungsansatz und Agenturphilosophie in einem – richtet das 1977 gegründete Unternehmen seinen Fokus auf die messbare Aktivierung von Menschen durch die emotionale Vermittlung von Marken-Botschaften. Zusätzlich verfügt die realisierungsstarke 30-Mann-Agentur über eine umfassende Personal- und Logistikkompetenz sowie über ein 2.000 qm großes Zentrum für Event-Hardware.

Link: www.proteco.de

Als Kopf der involtainment® group koordiniert proteco auf Basis der eigenen Philosophie ein Innovationszentrum für vernetzte Kommunikation. Dort treibt das Unternehmen gemeinsam mit unabhängigen und erfolgreichen Agenturpartnern unterschiedlichster Disziplinen den Austausch zu den spannenden Fragen der Branche voran.

Link: www.involtainment-group.de