

Light + Building 2018 übertrifft Erwartungen der OBO Bettermann Group

Führender Hersteller von Elektroinstallationsmaterial blickt auf eine erfolgreiche Messe zurück

Frankfurt/Menden. Monatelange Vorbereitung, unzählige helfende Hände, Kisten und LKW, die gepackt wurden und sich auf den Weg nach Frankfurt gemacht haben. Die gesamte OBO-Mannschaft hatte sich auf diese besondere Woche vorbereitet und gefreut, als sie endlich losging – die internationale Leitmesse für Licht und Gebäudetechnik in Frankfurt. Die Light + Building brachte einmal mehr Menschen zusammen und begeisterte.

Die 2.714 Aussteller aus 55 Ländern präsentierten ihre Weltneuheiten, darunter auch OBO Bettermann mit einem Messestand, der die Dimensionen der letzten Jahre übertraf. Insgesamt kamen über 220.000 Fachbesucher aus 177 Ländern auf das Frankfurter Messegelände und informierten sich über Produktneuheiten, Lösungen und Trends in den Bereichen Licht, Elektrotechnik sowie Haus- und Gebäudeautomation. Für die internationale Mannschaft von OBO hieß dies, sechs Tage zu nutzen, um für die Vielfalt der Produkte zu begeistern. Dies ist dem Innovationsführer aus dem Sauerland mehr als gelungen. Nicht zuletzt aufgrund der vielen digitalen Neuerungen, die die OBO Bettermann Group nutzte, um sich und seine Produkte vorzustellen.

Insgesamt wurde die gesamte diesjährige Light + Building von der zunehmenden Digitalisierung und Vernetzung geprägt. Ein Teil der Produkte wurde am OBO-Stand in Form einer Virtual-Reality-Anwendung gezeigt. Das hieß, dass der Besucher z. B. eine VR-Brille aufsetzte und die eingebetteten Produkte erlebte.

Einen weiteren Schritt in Richtung Digitalisierung ging das OBO-Team durch die Nutzung einer neuen App, mit der die Handys der Mitarbeiter vor Ort ausgestattet wurden. Damit konnten sie im Anschluss an ein Gespräch, den Kunden mit den gewünschten Informationen versorgen. Mehr als 2.500 Gespräche und Nachbereitungen konnte der Global Player verzeichnen. „Das ist eine Zahl, die uns überwältigt. Nicht nur, weil wir zum ersten Mal genau nachhalten können, wie viele Kontakte wir persönlich erreicht haben. Die Zahl beschreibt auch, welches Interesse unsere Produkte wecken“, erklärt Klaus Obersdorf, Leiter Marketing international.

Ganz besonders auffallend war die großartige Präsentation einiger Unterflur-Produkte, die als Holografie-Darstellung auf moderne Weise zeigte, wie die Produkte in der Anwendung funktionieren. Darüber hinaus standen an sämtlichen Stellen am Stand Touchpoints zur Verfügung, die dazu einluden, den Messestand zu erleben.

Geschäftsführer Andreas Bettermann zog eine rundum positive Bilanz der Messewoche. „An unserem Stand haben wir unser vielseitiges Spektrum präsentieren können. Unser neues Konzept, unsere Produkte nicht ausschließlich unabhängig voneinander zu zeigen, sondern anwendungsbezogen, ging komplett auf. Die Besucher waren begeistert von der Vielfalt der OBO-Produkte und damit verbundenen Möglichkeiten. Aber kein Grund, sich auszuruhen. Wir überlegen jetzt schon, wie wir einmal mehr begeistern können auf der Light + Building 2020“.

Ein besonderer Höhepunkt auf dem OBO-Stand war sicher das Gewinnspiel zur Kampagne „UND FERTIG“, welches vom Bereich Verbindungs- und Befestigungs-Systeme ins Leben gerufen wurde. Dazu das Gewinnspiel des Bereichs Brandschutz-Systeme, bei dem eine Reise nach New York gewonnen werden kann.

Getreu dem Motto „Building Connections“ schafften die Auszubildenden von OBO am Stand auf der Werkstattstraße in Halle 9.2 Verbindungen zu interessierten Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Hier konnten sie sich ausprobieren – und mit den Azubis und Mitarbeitern ins Gespräch kommen.