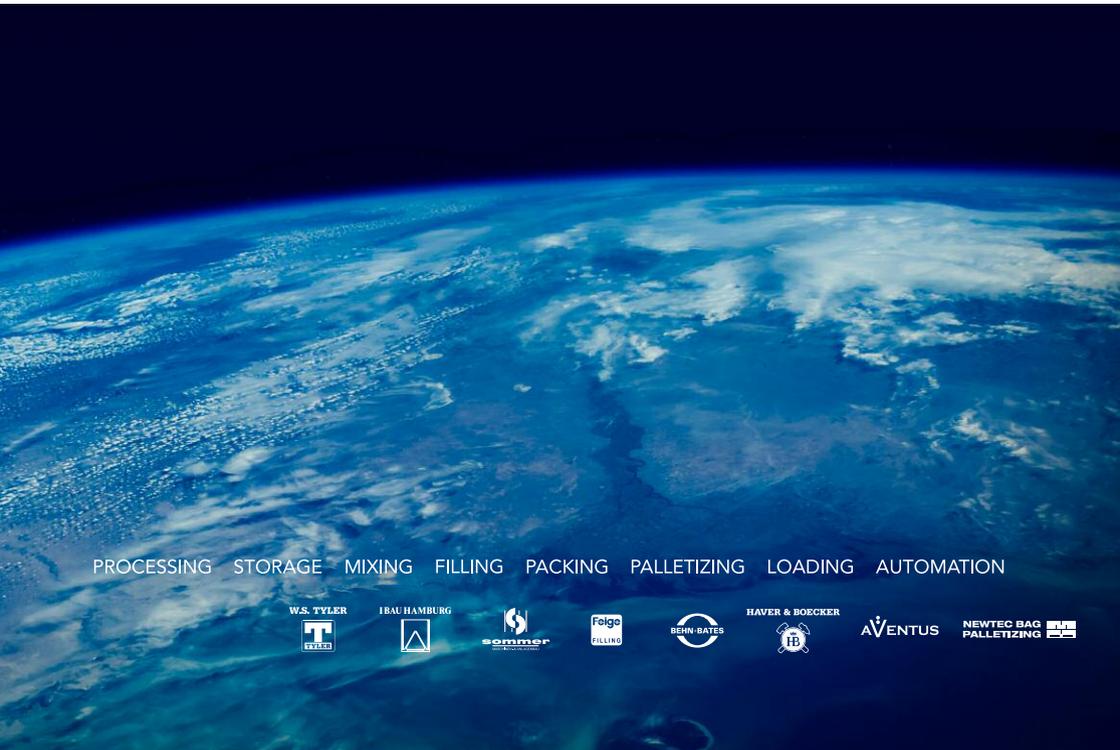


HAYER & BOECKER



DIE MASCHINENFABRIK

PLANET BLUE DAS HANDBUCH



PROCESSING STORAGE MIXING FILLING PACKING PALLETIZING LOADING AUTOMATION

W.S. TYLER



IBAU HAMBURG



HAYER & BOECKER



HAYER & BOECKER

Sie haben gerade das Handbuch zu unserer aktuellen PLANET BLUE-Kampagne erhalten. Mit dieser Kampagne möchten wir Ihnen und unseren Kunden unsere Antwort auf die aktuellen Herausforderungen, die der Klimawandel mit sich bringt, geben. Diese Kampagne gibt Ihnen die Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben, indem sie die Aufmerksamkeit unserer Kunden auf ein Thema lenkt, das uns alle betrifft:

Die Erhaltung unseres Lebensraumes, PLANET BLUE.

Dieser Leitfaden lädt Sie ein, sich mit dem Konzept und den Ideen hinter unserer Kampagne vertraut zu machen. Was ist eine Kampagne? Warum haben wir sie PLANET BLUE genannt? Was und wen soll sie erreichen? Das sind die Fragen, die wir hier beantworten wollen. Zusätzlich zu diesem Handbuch ist ein Workbook erhältlich. Das Workbook gibt Ihnen einen Überblick darüber, wie die Technologien und Entwicklungen aller HAVER & BOECKER-Technologiemarken unseren Blauen Planeten unterstützen und unsere Ressourcen schonen.

WAS IST EIN SLOGAN?

Ein Slogan ist eine wirksame, eingängige (Werbe-)Phrase, die sich so schnell wie möglich in das Gedächtnis einprägen soll. Es fasst die Botschaft hinter einem Produkt oder einer Marke zusammen und soll positive Gefühle wecken. Werbung und Medien leben von solchen „Schlagworten“.

(Beispiele: „Just do it!“... oder „Have a break, have a Kit Kat“). In der Politik spielen Slogans eine zentrale Rolle im Wahlkampf („Yes we can!“).

Interessanterweise stammt der Begriff Slogan aus dem Schottisch-Gälischen, wo „sluaghghairm“ als ein Aufruf an das Volk oder die Armee verstanden wurde. Ein Slogan ist also im Grunde nichts anderes als ein Schlachtruf.

Um sich so schnell und so tief wie möglich einzuprägen, sollte ein Slogan einige der folgenden Kriterien erfüllen:

- kurz und glaubwürdig sein
- beschreibend, bildhaft, produktbezogen sein
- motivieren und positive Gefühle wecken
- Reime, Rhythmen, eingängige Melodien oder Sprichwörter verwenden
- Wortspiele, verwandte Metaphern oder Wort-Neologismus beinhalten
- provokativ sein, Dinge aufrütteln und Gegensätze verbinden

Unser Slogan lautet **PERFECT FLOW**. Er dient als ein gemeinsamer und übergreifender Slogan. Unter diesem Motto verfolgen wir kontinuierlich die Entwicklung von konkurrenzlosen Technologien und Dienstleistungen für den PERFECT FLOW von Waren, Prozessen und Arbeit. Es symbolisiert produktive, effektive und reibungslose Abläufe innerhalb des Netzwerks des gesamten Unternehmens des Kunden, die wir mit unserer Technologie und unseren Dienstleistungen sicherstellen wollen.

Ein Slogan bringt die Botschaft auf den Punkt und prägt sich ins Gedächtnis ein.

PERFECT FLOW richtet sich aber auch nach innen und erfordert, dass wir bei HAVER & BOECKER unsere konzerninternen Prozesse, die Kommunikation und die Teamarbeit so gestalten, dass wir unsere Ziele effektiv und ohne Stress und Frust erreichen.

WIE UNTERSCHIEDET SICH EINE KAMPAGNE VON EINEM SLOGAN?

Kampagnen sind zeitlich begrenzte Aktionen für eine bestimmte Zielgruppe, die ein bestimmtes Ziel verfolgen. In der Wirtschaft könnte die Zielsetzung der Verkauf eines neuen Produktes (z. B. einer neuen Maschine) oder eine neue Idee dahinter (z. B. Klimaschutz) sein. Kampagnen sind daher einem bestimmten Thema oder einer Botschaft gewidmet und haben ein bestimmtes Drehbuch. Sie werden in der Regel im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit entwickelt, bei der die Fäden der Aktionen aus verschiedenen Bereichen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zusammenlaufen (z. B. PR-Abteilung, Produktmanagement, Veranstaltungsabteilung, Dienstleister).

Kampagnen

- sind in allen Bereichen des öffentlichen Lebens zu finden, z. B. Werbekampagnen, Wahlkampagnen, Imagekampagnen oder Gesundheitskampagnen
- haben ein bestimmtes Ziel
- haben ein eindeutiges Thema oder eine eindeutige Nachricht
- haben eine speziell definierte Zeitspanne
- können eine Vielzahl von Aktionen, Veranstaltungen und Medien beinhalten
- dienen der Information

Unsere HAVER & BOECKER-Kampagne heißt **PLANET BLUE**.

Kampagnen sind zeitlich begrenzte Aktionen und haben ein bestimmtes Ziel.



*„Auf meinem ersten Weltraumspaziergang
blickte ich auf unseren Planeten zurück.
Mir stiegen Tränen in die Augen und ich
dachte, dass das der Blick vom Paradies
auf die Erde sein muss. Aber dann wurde
mir klar: Nein, das ist das Paradies...“*

(Michael James Massimino, 2002 und 2009 auf der ISS)



WARUM HEISST UNSERE KAMPAGNE „PLANET BLUE“?

Die Internationale Raumstation (ISS) umkreist die Erde innerhalb von 90 Minuten in einer Höhe von 400 Kilometern über der Oberfläche. Im Zeitraffer erleben die Astronauten die hoch komplexen globalen Prozesse, die vor Milliarden von Jahren den Planeten geformt und Leben hervorgebracht haben. Aber sie sehen auch das volle Ausmaß des globalen Klimawandels: die Verschiebung der Klimazonen und den schwächer werdenden Jetstream, der früher regelmäßig kühle und feuchte Luft in die gemäßigten Klimazonen pumpt. Sie sehen, wie sich Wüsten ausbreiten, Wälder und Grünflächen verschwinden – und mit ihnen unsere wichtigsten Sauerstoffproduzenten und Kohlendioxid-Wiederverwerter. Der blaue Planet verändert sich definitiv stärker und schneller als erwartet. Wie der Mars droht er zu einem roten Planeten zu werden, der vor Millionen von Jahren einmal ein blauer Planet mit Meeren, Flüssen und einer Atmosphäre war.

Wir haben dieser Kampagne den Titel PLANET BLUE gegeben, um – hier und jetzt – die Möglichkeiten von HAVER & BOECKER insgesamt in den Mittelpunkt zu stellen, mit denen unsere Kunden einen kleinen, aber sicheren Beitrag zu einem sorgfältigeren Umgang mit

Ressourcen und Materialien leisten können. Besucht man heute Messen oder liest Fachzeitschriften, so sieht man überall die Farbe Grün, die in direktem Zusammenhang mit der Umwelt steht. Um uns aber zu differenzieren und nicht nur blind dem Trend zu folgen, konzentrieren wir uns auf die Farbe Blau.

Ein erfolgreicher ökologischer Schwerpunkt bringt wirtschaftliche Vorteile für alle Beteiligten.



Wir konzentrieren uns auf Blau, weil das die Farbe des Planeten ist, auf dem wir leben. Wir stellen den Planeten in den Vordergrund, nicht nur weil er unser Lebensraum als Mensch ist, sondern weil wir als HAVER & BOECKER einfach eine große Liebe zur Raumfahrt haben.

1969 war unser Drahtgeflecht an Bord, als Neil Armstrong, Buzz Aldrin und Michael Collins den Weg zum Mond antraten. Seitdem sind wir „mit dem Weltraumvirus infiziert“. Deshalb nutzen wir den Mond als permanente Kulisse für unseren ROTO-PACKER® und stellen den Planeten Erde in den Mittelpunkt unserer Kampagne.

Es gibt aber auch einen zweiten Grund, warum wir uns auf die Farbe Blau konzentrieren. Sie ist die offizielle Farbe der Geschäftswelt, in der wir arbeiten. Der Begriff PLANET BLUE soll uns immer wieder daran erinnern, dass der Verkauf von ressourcensparenden Technologien von HAVER & BOECKER auch einen Mehrwert für unser Unternehmen bringt.

Ein erfolgreicher Umweltschutz kann nur dann funktionieren, wenn er für alle Beteiligten wirtschaftliche Vorteile bringt. Als HAVER & BOECKER bieten wir unseren Kunden die Werkzeuge, mit denen sie etwas Nützliches schaffen können und darüber hinaus profitabel sind.

Natürlich wollen wir auch für die Bereitstellung dieser wertvollen Instrumente belohnt werden. Wenn wir die Vermarktung unserer Technologien so gestalten, dass die Kunden auch unter dem Gesichtspunkt der Ressourcen- und Umweltschonung in vollem Umfang von ihnen profitieren können, dann sind sie auch bereit, für diese Technologien mehr zu bezahlen.

PLANET BLUE ist auch nach innen auf unser Unternehmen gerichtet, was die Bedeutung dieser Kampagne erweitert. Unser Unternehmen ist ein eigener Lebensraum, den wir für unsere Mitarbeiter so sicher, freundlich und erlebnisreich wie möglich, aber auch so leistungsfähig wie möglich gestalten wollen.

„Ich dachte immer, meine Nachbarschaft ist meine Heimat und alles, was ich brauche. Heute ist der Planet Erde meine Heimat.“

(Michael James Massimino)



WELCHE BOTSCHAFT VERMITTELT PLANET BLUE?

Erst seit den Anfängen der Raumfahrt wissen wir, dass die Erde ein heller blauer Punkt im schwarzen Raum ist. Sie ist weder besonders groß, noch ist sie allein unter den Planeten und Monden des Sonnensystems. Und doch ist sie einzigartig. Es ist das Wasser, das der Erde ihre blaue Farbe verleiht und es ist auch ihr idealer Temperaturunterschied, der eine Vielfalt von Lebensformen ermöglicht: ein Paradies.

Es ist wichtig, dass dieser Anblick auch nach 50 Jahren noch einen tiefen Eindruck auf unsere Gefühle hinterlässt. Michael James Massimino verbrachte 23 Tage, 19 Stunden und 47 Minuten im Weltraum, wovon sieben Stunden der Außenreparatur des Hubble-Teleskops gewidmet waren. Es brauchte diesen einen überwältigenden Moment des Weltraumspaziergangs, um nicht nur zu erkennen, wie einzigartig und schön der blaue Planet ist, sondern auch, wie verwundbar und unglaublich dünn seine Atmosphäre ist. Die Erde ist ein

einzigster lebender, atmender Organismus. Sie ist unsere Heimat.

Nachhaltigkeit ist ein Wirkungsprinzip der Ressourcennutzung, bei dem eine dauerhafte Bedürfnisbefriedigung durch die Erhaltung der natürlichen Regenerationsfähigkeit der beteiligten Systeme (vor allem der Lebewesen und Ökosysteme) gewährleistet werden soll.

Es geht also um mehr als nur um den Schutz der Umwelt. Nein, die Natur kommt ganz gut ohne den Menschen aus, und ohne unsere aktive Beteiligung würde sie sich im Gleichgewicht befinden. Ob diese Balance eine gute Grundlage für das menschliche Leben wäre, bliebe abzuwarten. Es hat viel mehr damit zu tun, den Lebensraum des Menschen zu schützen und die Ressourcen unseres Planeten so zu nutzen, dass wir nicht auf Kosten zukünftiger Generationen leben. Wie können sich Wirtschaft und Gesellschaft entwickeln, ohne die Umwelt zu unserem Nachteil zu verändern und

damit die Grundlage für ein Leben in Würde für möglichst viele Menschen zu sichern? Wir müssen auch berücksichtigen, dass sich Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft gegenseitig beeinflussen. Es gibt keinen dauerhaften wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt ohne eine intakte Umwelt – und keine intakte Umwelt ohne wirtschaftlichen und sozialen Wohlstand. Nachhaltigkeit beschreibt also einen Weg, die Welt im Gleichgewicht zu halten.

Die Triade "Reduzieren, Wiederverwenden, Recyceln" bietet einen sehr praktischen Ansatz für eine solche Lebensweise. Sicherlich werden Sie in Ihrem Alltag eine oder mehrere Möglichkeiten finden.

Auch aus dieser Perspektive war und bleibt Nachhaltigkeit für uns ein zentraler Wert. Wir verfolgen einen grundlegenden Ansatz. Mit unseren Technologien streben wir danach, die Lebensbedingungen für die Menschheit zu verbessern. Das ist unsere Mission!

Wir baten die Autorin und Kulturwissenschaftlerin Dr. Martina Ward, unsere Botschaft auf den Punkt zu bringen und unsere Aussagen für den Kunden und Dritte interessant zu machen. Frau Ward hat eine ausgezeichnete Arbeit bei der Umsetzung geleistet. In unserer PLANET BLUE-Kampagne heißt es offiziell:

Unser Planet ist einzigartig – so einzigartig wie das Leben, das sich auf ihm befindet. Seine Entstehung erforderte so viele kosmische Zufälle, dass die menschliche Existenz um so erstaunlicher ist.

Es war vor 300.000 Jahren, als sich für den modernen Menschen das Zeitfenster öffnete, ein Wimpernschlag in Raum und Zeit. Nun stehen wir Menschen vor einer der größten Herausforderungen unserer Geschichte: Wir erleben ein beispielloses Bevölkerungswachstum und wir werden uns in den kommenden Jahrzehnten einen schrumpfenden Lebensraum mit acht, neun oder zehn Milliarden Mitmenschen teilen müssen. Unsere Bereitschaft, neue Wege zu gehen und Ressourcen verantwortungsvoll und sparsam zu

WELCHE BOTSCHAFT VERMITTELT PLANET BLUE?

nutzen, wird bestimmen, was dieses Zeitfenster für uns bereithält und wie friedlich und erfüllend unser Zusammenleben sein wird.

Es lohnt sich, auf das zurückzublicken, was uns bis heute wachsen und sich entwickeln ließ: Mut zur Veränderung, Inspiration und Zusammengehörigkeitsgefühl. Wir haben eine enorme Menge an Wissen über uns selbst und die Welt erworben. Und wir wissen, was zukünftige Generationen brauchen, was uns in unserem Innersten antreibt und was das Leben lebenswert macht. Wir müssen nur den nächsten Schritt machen, vor allem, wenn wir alle davon profitieren – ganz besonders für die Kinder auf diesem blauen Planeten.

Das bedeutet, dass wir bei HAVER & BOECKER verstehen, dass die Umwelt keinen Schutz braucht. Es sind die Menschen, die Schutz brauchen. Als Unternehmen können wir einen kleinen, aber sicheren Beitrag zu diesem Schutz leisten. So bieten wir un-



seren Kunden unsere HAVER & BOECKER-Verpackungs- und FEIGE-Abfüll-Technologien an, die mit Hilfe unserer NEWTEC-Palettier- und Verladetechnik den Endkunden eine verlustfreie Auslieferung ihrer Produkte ermöglichen. Dadurch werden die CO₂-Emissionen auf das absolute Minimum begrenzt und Energieverschwendung für die Herstellung von Produkten, die später nicht verwendet werden, vermieden. Es schont auch die finanziellen Ressourcen unserer Kunden, damit sie das Produkt am

Ende nicht „verschenken“. Die gleichen Ideen lassen sich 1:1 auf die Silo-, Misch- und Transporttechnologien unserer Tochtergesellschaft IBAU HAMBURG übertragen. Was die Ressourcen betrifft, so wird unsere Aufbereitungstechnik von HAVER & BOECKER Niagara sozusagen von der Mine aus betrieben. Unsere einzigartige Sieb- und Waschtechnologie ermöglicht es dem Kunden, auf ganze Prozessketten zu verzichten, indem er das Produkt nicht mehr nass aufbereiten muss, sondern nass verarbeiten kann. Das spart nicht nur enorme Mengen an

Wasser für uns Menschen, sondern auch enorme, unnötige finanzielle Ausgaben für unsere Kunden, die Bergleute. Sie können also bereits die Logik hinter dem Ansatz erkennen. Die Botschaft von PLANET BLUE ist es, die richtige Technologie von HAVER & BOECKER einzusetzen, um Win-Win-Situationen zu schaffen, in denen sowohl die Ressourcen unseres Planeten als auch die finanziellen Ressourcen unserer Kunden geschont werden. Dies wiederum führt zu höheren Preisen und Gewinnspannen für HAVER & BOECKER.

AUFGABEN

Welche Aufgaben werden die Technologietöchter, Geschäftsbereiche, regionalen Töchter und die Vertreter im Rahmen dieser Kampagne übernehmen?

■ Die **Technologietöchter** haben die Aufgabe, ihre Technologien, Produkte und Dienstleistungen im Hinblick auf ihren Beitrag zur Ressourcenschonung zu entwickeln und zu fördern.

■ Die **Geschäftsbereiche** haben die Aufgabe, diese Produkte und Dienstleistungen „inhaltlich“ entsprechend den Bedürfnissen ihrer speziellen Kunden und Branchen solide zu bestimmen, vorzubereiten und zu unterstützen.

■ Unsere **regionalen Töchter** und alle **Vertreter** haben die Aufgabe, diese Technologien, Produkte und Dienstleistungen in allen Branchen im Rahmen des PLANET BLUE-Ansatzes zu vermarkten und sie an die Bedürfnisse ihrer Regionen anzupassen.



Welche Aufgaben werden Sie übernehmen?

Wir möchten Sie bitten, die Kampagne PLANET BLUE nach bestem Wissen und Gewissen und mit aller Kraft und Energie zu unterstützen. Dies geschieht durch ständiges Informieren und Erinnern von Kunden, Kollegen

und Verwandten. Wissenschaftliche Studien haben gezeigt, dass eine Person eine Werbebotschaft im Durchschnitt mindestens 5 bis 6 Mal hören muss, bevor sie sie bewusst wahrnimmt und über sie nachdenkt. Mit Ihrem Einsatz können wir die Zeit, die vergeht, so kurz wie möglich halten. Mit Ihrem

HAYER & BOECKER-Beitrag werden wir den Erfolg der Kampagne und damit den Gesamterfolg von HAYER & BOECKER beschleunigen.

Wir möchten Ihnen im Voraus für Ihre Hilfe danken!

* Quellen:

Michael Brandtner und Laura Ries, Gastautoren in:
www.absatzwirtschaft.de, 5 Tipps für einen starken Markenlogan, 16.3.2016

Röttger, Ulrike: Campaigns (f) or a better world?
In: diess. (Hg.): PR-Kampagnen.
Über die Inszenierung der Öffentlichkeit. Opladen 1997

Martina Ward: Element Wasser. Fakten, Phantasien und Legenden.
Award Associates Münster, 2017

HAYER & BOECKER OHG
Carl-Haver-Platz 3 · 59302 Oelde · Deutschland
Tel.: +49 (0) 2522 30-0 · Fax: +49 (0) 2522 30-403
E-Mail: haver@haverboecker.com
Internet: www.haverboecker.com

PM 414 D 0720 Fe
Das Zeichen ® kennzeichnet eine eingetragene Marke der HAYER & BOECKER oHG in Deutschland.
Einige der gekennzeichneten Marken sind außerdem in weiteren Ländern markenrechtlich registriert.