

# EGU im neuen Stadion

„Der 12. Mann“, so lautete das Motto der „Innovationsschau 2010“, veranstaltet von der Elektro-Großhandels-Union Rhein-Ruhr (EGU) anlässlich ihres zwölften Geburtstages am neuen Standort in Dortmund. Anfang September besuchten rund 6500 Kunden aus den Elektro-Handwerk mit Familien und Freunden diese unterhaltsame und informative Veranstaltung.

Der 12. Mann – das Motto zog. Bei gutem Wetter veranstaltete die EGU am 3. und 4. September ihre „Innovationsschau 2010“. Anlass war nicht nur das zwölftjährige Bestehen der Service-Gemeinschaft, das mit den Partnern aus Industrie und Handwerk gefeiert wurde, sondern auch der neue Standort am Heßlingsweg 44 im Gewerbegebiet Dortmund-Brackel. „Die EGU ist seit dem 1. Januar 2010 noch enger vernetzt, und der neue Hauptsitz mit dem zukünftigen zentralen Auslieferungslager ist ein weiterer Baustein der »neuen« EGU“, so Peter Wonneberg, Sprecher der Geschäftsleitung der EGU.



Starker Andrang vor der Bühne: Neben den aktuellen Trends in der Elektrotechnik gab es auf der „Innovationsschau 2010“ reichlich Spaß und Unterhaltung für Groß und Klein.

Die Gemeinsamkeit war auch die Grundlage für das Motto. „Der 12. Mann hat keinen Kontakt zum Ball, symbolisch der Kunde, denn das Spiel sollen das Handwerk und die Industrie machen. Aber dennoch ist der 12. Mann im Stadion, der Zuschauer, sehr wich-

tig für den Erfolg!“ so Michael Stausberg, Geschäftsführer der EGU. Passend dazu bildeten Aktivitäten rund um den Ball – vor allem den Tipp-Kick-Ball – den Rahmen für die gesamte Veranstaltung.

## Kommunikation war wieder das Ziel

Gespielt wurde auf einer großen Freifläche, gefüllt mit vielen Attraktionen, und in einer Halle, dem neuen „Stadion“ der EGU, wo 134 Ausstellern der Elektrobranche auf über 2 500 Quadratmetern ihre Neuheiten präsentierten. Besonderes Augenmerk galt dabei der Lichtmeile, wo modernste Beleuchtungstechnik im Hinblick auf die Energiesparthematik gezeigt wurde, und den Themen Energieeffizienz bzw. regenerative Energien.

Kopfgesteuert: Überraschende Parallelen zwischen Tipp-Kick und dem dreistufigen Vertrieb.



Die Veranstaltung war, wie die Jahre zuvor, keine klassische Hausmesse. „Nicht Verkauf, sondern Kommunikation zwischen den Partnern im Fachvertrieb war das Ziel“, erläuterte Dipl.-Ing. Michael Kroner, Geschäftsführer der Dressel-EGU und Marketingleiter der EGU. „Wir leben den Gedanken des dreistufigen Fachvertriebs. Dazu gehören die ganze Familie, Innovation und Geselligkeit. Gleichzeitig wollen wir uns auf diese Weise bei allen unseren Partnern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit bedanken. Denn Erfolg können wir nur gemeinsam haben.“

Innovatives Familienfest ist somit die passende Beschreibung, denn unter den über 6000 Besuchern waren knapp 800 Kinder. Die hohe Besucherzahl lässt sich darauf zurückführen, dass Kunden aus allen Einzugsgebieten der 26 EGU-Standorte nach Dortmund kamen.

Dass dieses Konzept alle ansprach, dazu trugen neben dem guten Wetter auch Spaß und Unterhaltung für Groß und Klein bei. Ein Männerspielplatz mit Baggern und Staplern, Show-Cars, ein Steigerwagen für den freien Blick über das neue „Stadion“, ein großes Kinderland mit professioneller Betreuung, Torwandschießen, der RoboKeeper, ein Segwayparcour und die Tipp-Kick-Welt mit einem Bundesliga-Verein, einem Muse-

um und einer Foto-Ecke. Ein kleines Highlight war hierbei die Welturaufführung einer weiblichen Tipp-Kick-Figur, welche die Firma Mieg anlässlich der Frauen Fußball-WM 2011 in Deutschland produziert hat. „So einen professionelles Event mit so viel Innovation in allen Bereichen habe ich in 87 Jahren Tipp-Kick noch nicht mitmachen dürfen“, so Joachim Mieg, Geschäftsführender Gesellschafter der Mieg Sport + Spiel GmbH im Interview auf der Bühne.



Nicht zu verfehlen: Schon von weitem konnte man die EGU-Flagge über dem neuen Standort der Service-Gemeinschaft flattern sehen.

Abgerundet wurden das Programm durch eine große Tombola an beiden Tagen und natürlich leckere, reichhaltige Verpflegung für jeden Geschmack.

Dass die Veranstaltung ein voller Erfolg war, wird vielleicht durch zwei besondere Kundenkommentare untermauert. „Ich habe eine große private Feier

Zeigte sich beeindruckt von der Innovationsschau: „Tipp-Kick-Mann“ Joachim Mieg (links) mit EGU-Marketingleiter Michael Kroner.



Information aus erster Hand: 134 Aussteller demonstrierten dem Elektro-Handwerk ihre Leistungsfähigkeit.

verschoben, um hier sein zu können, und es hat meine Erwartungen noch übertroffen“ so ein Besucher am Freitagabend. Ein weiterer Gast erschien am Samstagmittag mit den Worten: „Wir haben gestern geheiratet, wollten aber nicht in die Flitterwochen verschwinden, ohne zuvor die Inno-Schau zu besuchen!“ Gibt es ein schöneres Kompliment für die Organisatoren ...?



Auch BVB-Maskottchen Emma machte sich im Kinderland um die Betreuung der kleinsten Gäste verdient.

