

Kurzbericht Stein Kies Beton Tag 2023

Am 10. Juni 2023 fand an 14. Standorten verteilt im Kanton St.Gallen und Fürstentum Liechtenstein der Stein Kies Beton Tag statt. Der Kurzbericht bewertet die Kommunikationsmassnahmen rund um den Tag und enthält Ideen für künftige Verbesserungen

Werbemittel	Rückmeldungen	Fazit
Layout des Events	Gute Erkennbarkeit Passend zum Event An allen 14 Standorten eingesetzt.	Das Logo kann für eine nächste Ausgabe dieses Events wiederverwendet werden.
Verteilung der Unterlagen	Am 26. April 2023 war der Start mit den Kommunikationsmassnahmen. Viele Standorte waren bis zu diesem Zeitpunkt zu wenig informiert was genau durch den Verband abgedeckt wird. Es wurde für die Standorte dann teils ziemlich knapp, wenn eigene Werbemittel produziert werden mussten. Einige Standorte hatten keine Ideen, wie sie den Tag bewerben sollten.	Der Vorlauf der Kommunikationsmassnahmen muss mehr als 6 Wochen betragen. Weitere Vorlagen für die Bewerbung der Events zur Verfügung stellen. Ideen für günstige Werbemassnahmen der Standorte: <ul style="list-style-type: none"> - Inserat im Gemeindeblättli - Bannerwerbung entlang der Strasse - Infotafeln der Gemeinde - Mailing/Flyer in alle Haushalte via Post
www.steikibeta.ch	Die Webseite war übersichtlich. Einzelne Standorte haben kein oder spät Text angeliefert.	Inhalte früher und konkreter einfordern. Evt. Filminhalte
Postkarten	Idee war diese als Beilage zu Rechnungen zu verwenden. Dies wurde von den Standorten kaum bzw. wenig benutzt.	Postkarten benötigt es nicht.
Imageflyer	Wurde am Eventtag aufgelegt, wurde aber kaum mitgenommen.	Allenfalls eine Bannerlösung prüfen und QR-Code einfügen.
Roll-Up	Jeder Standort hat einen Rollup erhalten. Diese wurden im Eingangsbereich aufgestellt.	Die Roll-Ups dürften grösser sein.
E-Mail Signatur	Wurde von den Standorten sehr positiv bewertet.	Wieder einsetzen, genauere Anleitung für das einfügen und verlinken des Footers wäre sinnvoll.
Social Media	Die Wahrnehmung in den Social Media Kanälen Facebook und LinkedIn wurde als gut empfunden. Die Kampagne erzielte eine gute Reichweite.	Die Kanäle ändern sich schnell. Unbedingt wieder anwenden.
Programmatic Display	Die Webseite www.steikibeta.ch wurde während 4 Wochen mittels Bannerwerbung auf den wichtigsten Informationsportalen bekannt	Wieder anwenden.

	gemacht. Die Werbung wurde gesehen. Die Klickrate überzeugte.	
A3/A4-Plakate individualisiert	Die Standorte haben teils eigene Werbemittel erschaffen und konnten die Vorlagen nicht anwenden. Zudem ist die individuelle Verteilung der Plakate eine zeitintensive Sache.	Die Vorlagen für die Standorte früher bekannt machen, die Daten der Standorte mittels eines Fragebogens frühzeitig eruieren. So hat man von Anfang an die richtigen Angaben für die Werbemittel und kann diese einfacher koordinieren.
Powerpoint Präsentation	Wurde von den Standorten gezeigt. Je nach Lichtverhältnissen war sie nicht so gut sichtbar und deshalb von den Besuchern kaum wahrgenommen.	Allenfalls auf Banner umsteigen.

Zusammenarbeit FSKB

Die Zusammenarbeit mit dem FSKB wurde sehr geschätzt. Die Spezialisten aus dem Team von Beat Haller waren an den Standorten gefragte Personen und konnten einen Einblick der anderen Art in die Kiesgruben und Deponien geben. Diese Zusammenarbeit ist für einen kommenden Anlass unbedingt weiter zu führen. Die Kosten sind aber nicht zu unterschätzen.

Besucherzahlen

Die Standorte haben ganz unterschiedliche Besucherzahlen gemeldet. Einzelne Standorte haben über 600 Gäste verzeichnet. Die Rückmeldungen der Standorte waren unisono positiv. Die Branche konnte einen guten Einblick geben und die Besucher überraschen. Gerade mit der Thematik der Nachhaltigkeit. Die Dachkampagne des Verbandes wurde wahrgenommen. Doch für die Standorte ist es wichtig, dass man Vorort vertieft Werbung für den Anlass macht.

Fazit Event

Der Stein Kies Beton Tag ist als Erfolg zu werten. Auf die Frage, ob ein fünf Jahres Rhythmus geben soll, wurde von den Standorten bejaht. Der Aufwand für die Bereitstellung des Werkes und die Arbeiten rund um den Tag sind hoch. Allenfalls würde es sich lohnen mit weniger Standorten zu arbeiten und die Marketingmassnahmen zu bündeln. Für die Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und die Sensibilisierung der Branche ist der Tag sehr wertvoll.

Antrag

Durchführung im fünf Jahres-Rhythmus (2028, 2033)

Finanzierung über Beitragserhöhung (Sockelbeitrag von CHF 500 p.a.) für alle Mitglieder. Bildung von Rückstellungen. Diskussion an der Herbstversammlung.

15.08.2023