

TAG Heuer auf der CeBIT 2017: Mit innovativen Ideen neue Zielgruppen erreichen

TAG Heuer geht mit der Präsentation der Connected Watch auf der CeBIT 2017 neue Wege im Marketing

Die Ausgangslage

Der Schweizer Luxus-Uhrenhersteller TAG Heuer möchte die in Zusammenarbeit mit den Technologieriesen Intel und Google neu entwickelte Connected Watch im Rahmen eines weltweiten Product Launch präsentieren. Die erste vollwertige Smart Watch hat das Unternehmen Ende 2015 auf den Markt gebracht. Das Nachfolgemodell wurde Mitte März 2017 auf der Baselworld 2017 vorgestellt. Neben der Vermarktung der neuen TAG Heuer Connected Watch über die traditionellen Kanäle der Uhren- und Schmuckindustrie an die Kernzielgruppen sollte jetzt auch ein technikaffines, „digitales“ und kaufkräftiges internationales Publikum angesprochen werden.

Um diese neuen Zielgruppen zu erreichen, hat tableeleven für TAG Heuer ein überzeugendes Konzept entwickelt und dieses dann zusammen mit der Deutschen TAG Heuer Tochter realisiert. Der Vorschlag: Die Connected Watch auf der CeBIT 2017 vorzustellen. Denn die CeBIT ist nach wie vor die führende digitale Weltleitmesse mit über 200.000 Besuchern und mehr als 3.000 Ausstellern, und die anvisierten technikaffinen potenziellen Käufer sind dort präsent.

Die Herausforderung

Zwischen der Entscheidung, die TAG Heuer Connected Watch auf der CeBIT zu zeigen und der Eröffnung der Messe am 20. März 2017 lagen genau vier Wochen: tableeleven musste also in sehr kurzer Zeit ein Messekonzept ausarbeiten, das innerhalb von wenigen Wochen organisiert werden konnte und sich im Rahmen eines straffen Budgetrahmens konkret umsetzen ließ. Und vor allem: ein Konzept, das die anvisierten Kommunikations- und Marketing-Ziele optimal erreichen würde. Dabei bestand eine der größten Herausforderungen darin, dem CeBIT-Neuling TAG Heuer mit seiner innovativen Smart Watch exklusive Sichtbarkeit zu geben. Es galt zu gewährleisten, dass das Unternehmen in der großen Masse der etablierten ITK-Aussteller nicht untergeht - sondern, im Gegenteil, dafür zu sorgen, dass

der Stand eine echte Messeattraktion und die Connected Watch zum Publikumsmagneten wird.



Die Ziele

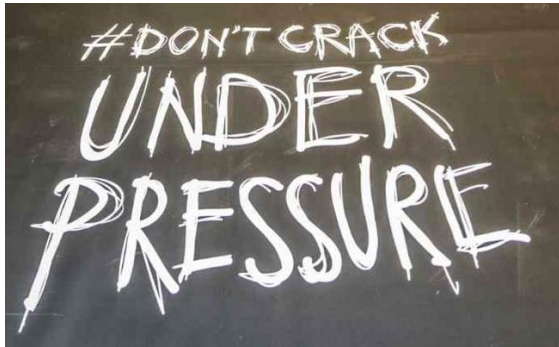
Die Vorstellung der TAG Heuer Connected Watch auf einer ITK Messe wie der CeBIT bedeutete für TAG Heuer das Betreten von Neuland. Denn mit der erstmaligen Präsenz auf der größten ITK-Messe belegt TAG Heuer auch eine neue, breiter aufgestellte Marketingstrategie: Weg vom exklusiven Vertrieb über den stationären Uhrenhandel, hin zu einer Multichannel-Strategie, mit der neue Zielgruppen über neue Vertriebskanäle angesprochen werden sollen.

Ein kraftvoller und optisch präsender Messeauftritt sollte zum einen die technikaffinen Zielgruppen ansprechen, informieren und für TAG Heuers Smart-Watch-Portfolio begeistern. Zum anderen galt es, auch neue Partner und Absatzkanäle im „digitalen“ Markt zu erschließen.

Die Lösung

Das Projekt „TAG Heuer Connected Watch auf der CeBIT erfolgreich präsentieren“ stand von Beginn an unter Zeitdruck. Es ging also vor allem darum, im Rahmen eines sportlichen Budgets eine praktikable Lösung zu finden, die sich schnell erfolgreich umsetzen ließ. Das von tableeleven vorgeschlagene Konzept, die profunden Kenntnisse und Erfahrungen mit der CeBIT sowie die Einsatzbereitschaft des Teams passten perfekt zu TAG Heuer und dem

Produkt, so dass TAG Heuer schnell überzeugt war und das „o.k.“ gab. Allerdings ließ sich das zunächst vorgeschlagene Gesamtkonzept mit weitreichenden und raffiniert aufgebauten Modulen zu den Themen Sponsoring und Konferenzteilnahme nicht realisieren, sondern nur das Modul „Attraktiver Messestand für technikaffine Zielgruppen zur Vorstellung der neuen Connected Watch“.



Entscheidender Erfolgsfaktor war eine gute Platzierung auf der riesigen Messe. tableeleven konnte TAG Heuer mit einem 110 Quadratmeter großen Stand in der stets hervorragend besuchten Halle 4 einen erstklassigen Platz reservieren: Dort sind seit vielen Jahren renommierte Unternehmen der ITK-Branche wie SAP, Salesforce, HP, Fujitsu, Google und die Deutsche Telekom präsent.

Für den Messebau und das Bereitstellen eines Promoter-Teams hat tableeleven zwei erfahrene Agenturen empfohlen, die kurzfristig exzellente Arbeit geleistet haben. An der gesamten Planung und Umsetzung war ein Kernteam von vier Personen beteiligt. Hinzu kam das angemietete Standpersonal mit rund zehn Personen.

Im Wesentlichen ging es darum, mit einem geeigneten Blickfang auf den doch eher untypischen CeBIT-Aussteller TAG Heuer und die neuen Connected Watches aufmerksam zu machen. Da TAG Heuer eine Partnerschaft mit dem Formel 1 Red Bull Racing Team hat, lag es nahe, einen Formel-1-Rennwagen zu zeigen und damit die Aufmerksamkeit der Zielgruppe „technikaffine Männer“ zu bekommen. Die hochwertigen Connected Watches präsentierte der Schweizer Uhrenhersteller an mehreren Demo-Tischen in verschiedenen Varianten und Ausführungen - das modulare Konzept der „Connected Modular 45“ wurde so anschaulich erlebbar.

Gut geschulte Promotoren konnten die Features und Funktionen anschaulich erklären

und die Besucher zum Ausprobieren motivieren. Das Konzept „Großer Blickfang für kleine hochwertige Exponate“ ging auf. Sowohl der Rennwagen als auch die Uhren waren regelrecht umlagert, die Interessenten standen Schlange davor und nahmen auch Wartezeiten in Kauf.

Die Ergebnisse

Die Vorstellung der Connected Watch auf der CeBIT 2017 hat die gesteckten Ziele erreicht und die Erwartungen sogar weit übertroffen: TAG Heuer präsentierte sich als Unternehmen und Marke exklusiv, stark und überzeugend. Das Interesse des CeBIT-Publikums an der High-end Smart Watch war enorm, der Stand war durchgehend an allen Messetagen voller interessierter Besucher. Diese begeisterten sich nicht nur für den Rennwagen, sondern ließen sich auch die Connected Watch vom äußerst freundlichen, qualifizierten und aufmerksamen Standpersonal erklären. Die meisten Besucher nutzen die Chance, die Connected Watch auszuprobieren und sich individuelle Konfigurationen zusammen zu stellen. TAG Heuer konnte seine Absatzziele für die Connected Watch deutlich anheben und hat auf der CeBIT wertvolle neue Partner und Absatzkanäle in digitalen Märkten gewonnen. Der CeBIT-Erfolg war für TAG Heuer somit auch ein Auftakt, über eine Teilnahme an ähnliche Veranstaltungen nachzudenken.



Ohne die Professionalität und Erfahrung von tableeleven hätte TAG Heuer seinen ersten CeBIT-Auftritt nicht so überaus erfolgreich realisieren können. Dass es tableeleven gelungen ist, TAG Heuer in der renommierten Halle 4 - in der die wichtigsten Branchenriesen und Global Player vertreten sind - mit einem großen, hervorragend zugänglichen Stand zu platzieren, hat entscheidend dazu beigetragen, TAG Heuer und die Connected Watch dem CeBIT-Publikum sichtbar zu präsentieren. Ohne die sehr guten Verbindungen von

tableeleven zur Deutschen Messe AG wäre dies so kurzfristig nicht möglich gewesen.

Julia Riedinger, Marketing Coordinator bei TAG Heuer, ist mit den Ergebnissen des CeBIT-Auftritts mehr als zufrieden: „Von allen Ansprechgruppen - Messebesucher, Kunden, Mitarbeiter und Management - haben wir positives Feedback erhalten: 1000 Prozent Begeisterung!“

Riedinger hebt vor allem die Kompetenz ihres Event- und Marketing-Partners tableeleven hervor: „Überzeugt haben mich das professionelle Konzept, die kreativen Vorschläge, der Sportsgeist bei der zeitlichen Herausforderung, die Präzision in der Umsetzung und der bedingungslose Einsatz des tableeleven-Teams für uns als Kunden, um die Messeziele zu erreichen. Ich habe während unserer Zusammenarbeit jeden Tag gespürt: Auch bei tableeleven lebt man die TAG Heuer DNA gemäß unsers Mottos ‚Don't Crack Under Pressure!‘. Hinzu kam das Engagement während der ganzen Messe, das wir sehr geschätzt haben.“

Meine persönliche Empfehlung

„Eine wichtige Erfahrung, die ich weitergeben möchte, ist die: Suchen Sie sich einen 100 Prozent kompetenten Dienstleistungspartner, dem Sie vertrauen können! Denn so ein intensives Projekt mit derart fordernden Rahmenbedingungen kann nur funktionieren, wenn man sich voll vertraut und mit höchstem Engagement an der erfolgreichen Umsetzung arbeitet! Mit tableeleven haben wir ohne Zweifel den optimalen Partner gefunden. Vom Konzept und Beratung über Planung und Organisation bis zur praktischen Umsetzung - alles war perfekt!“

Zitat Julia Riedinger, Marketing Coordinator bei TAG Heuer

TAG Heuer Connected Modular 45: Die Innovation im Smart-Watches-Markt

Die neue TAG Heuer Connected ist wohl das schönste und hochwertigste Modell, das es derzeit auf dem Markt für Smart Watches gibt.

Das perfekt verarbeitete Titangehäuse ist dem Carrera-Chronographen nachempfunden und zeigt die besondere Wertigkeit dieses Produkts. Die Connected Watch arbeitet mit dem Wearable-Betriebssystem Android Wear 2.0 und einem Atom-Prozessor von Intel; sie hat 4

Gigabyte Speicherplatz. Dank des modularen Aufbaus kann man der Uhr einen persönlichen Look verleihen. Mit ihrem sportlichen und zugleich exklusivem Äußeren sowie den technischen Features ist die TAG Heuer Connected das perfekte Lifestyle-Gadget für technisch interessierte, gebildete und wohlhabende Männer.

Über TAG Heuer

Die Schweizer Marke TAG Heuer ist die Avantgarde der Schweizer Uhrmacherkunst seit 1860. Seit der Gründung des Unternehmens schiebt TAG Heuer die Grenzen der Entwicklung von Uhren für alle, die gerne mit Konventionen brechen, immer weiter hinaus. Bereits sehr früh setzte TAG Heuer sein technisches Know-how vor allem dafür ein, die Zeitmessung mit äußerster Präzision zu beherrschen, insbesondere durch die Entwicklung außerordentlicher Chronographen. Unter der Leitung von Jean-Claude Biver, CEO von TAG Heuer und Präsident der Uhrensparte des LVMH-Konzerns, zeugen die neuen Modelle, einschließlich der Smartwatch, von einer neuen Dynamik: schnellere Vorlaufzeiten und Entwicklungsprozesse, um sich laufend den aktuellen Marktanforderungen anzupassen, sowie ein komplett neu gestaltetes Umfeld. TAG Heuer ist heute die einzige Uhrenmarke, der es gelingt, in vier verschiedenen Welten zu kommunizieren: Kunst, Lifestyle, Sport und Tradition.

Jean-Claude Biver, CEO: „Unsere zahlreichen Partnerschaften - unter anderem mit dem Formel 1 Red Bull Racing Team, spiegeln alle die zentralen Werte der Marke wider: die Begeisterung für neue Herausforderungen, Ehrgeiz und Teamgeist, die TAG Heuer immer wieder dazu anspornen, sich über die Traditionen der Uhrmacherei hinwegzusetzen. Unser Slogan #DontCrackUnderPressure ist weit mehr als eine Aussage: Er ist eine Philosophie.“

TAG Heuer ist ein Unternehmen des LVMH-Konzerns. Weitere Informationen finden Sie auf tagheuer.com

Über tableeleven

tableeleven ist eine weltweit agierende Spezialagentur für Business-to-Business (B2B)-Events und Live-Marketing. Mehr Informationen gibt es unter www.tableeleven.de