

Erfolg für italienische Firma:

Gleich bei erster Teilnahme Preis gewonnen

BREGANZE/ITALIEN (ABZ). – Großer Erfolg für Meccanica Breganze (MB): Das Unternehmen aus dem italienischen Breganze hatte sich erstmals zur Teilnahme am Wettbewerb Edilportale Marketing Awards 2008 entschlossen und errangen gleich eine Auszeichnung. Vor kurzem nahmen Geschäftsführer Guido Azzolin und die verantwortliche Marketingbeauftragte Veronica Guerra als Repräsentanten von MB in Mailand an der Prämierung teil und nahmen den ersten Preis in der Kategorie „Produkt des Jahres“ entgegen – als Anerkennung für den Brecherlöffel.

Nicht zum ersten Mal hatte das Unternehmen gepunktet: Es war bereits in Genf für das in Technologie und Qualität beste Produkt und auf der Zeps in Bosnien für die beste auf der Messe präsentierte Produktpalette prämiert worden.

Schon kurz nach Einreichen der Unterlagen hatte sich das Edilportale-Team gemeldet. Veronica Guerra wurde informiert, dass das Vicentiner Unternehmen für den Preis „Marketing Awards“ in der Kategorie „Produkt des Jahres“ nominiert worden war.

Die Edilportale Marketing Awards 2008 zeichnen die Kommunikationsaktivitäten als beispielhaft aus, die 2007 bei Planern und Technikern das meiste Interesse hervorgerufen hatten und zu einem regelrechten Bezugspunkt der Branche wurden. Mehr als 600 Unternehmen nahmen mit mehr als 1000 Marketingkampagnen am Wettbewerb in den zwölf auszuzeichnenden Kategorien – darunter auch das beste Produkt des Jahres – teil. Darunter befanden sich die Marketing-



Großer Erfolg für das MB-Team: die verantwortliche Marketingbeauftragte Veronica Guerra (li.) und Geschäftsführer Guido Azzolin (re.).

Foto: MB

büros der im Bauwesen und Innenarchitektur führenden Firmen sowie die bedeutendsten Marketingagenturen.

Die elfköpfige Jury der Edilportale Marketing Awards legte der Prämierung des jungen Vicentiner Unternehmens folgende Bewertungskriterien zugrunde: Klarheit der Ziele und ihre Verfolgung, Kenntnis des Markts und der Konkurrenz, allgemeine Implementierungsstrategie, Wahl der Kommunikationsmittel, Zeitplanung und Koordination

der Marketingkampagne, Einsatz kreativer Elemente, Effizienz in den Bewertungstechniken der Resonanz sowie durch die Kampagne und ihren intelligenten Einsatz erworbener Marktvorteil.

„Die Preise stellen also eine keinesfalls zu versäumende Gelegenheit für die Anerkennung der Kreativität, der Innovation und der Effizienz bei der Ausarbeitung und Umsetzung der Strategien zur Entwicklung des betrieblichen Marketings dar“, schreibt MB.

Zur Montage an Backenbrecherlöffel:

Magnetabscheider separiert Stahl

BREGANZE/ITALIEN (ABZ). – Bei Meccanica Breganzese (MB) aus mit Hauptsitz in Breganze nahe Venedig handelt es sich um eine junges italienisches Unternehmen, das Backenbrecherlöffel herstellt. „Der Backenbrecherlöffel hat die Möglichkeit des Recyclens von Bauschutt deutlich erweitert“, heißt es. Die Arbeit auf der Baustelle sei einfacher, produktiver und wirtschaftlicher geworden.

Das Ziel der Entwicklung war klar: Es galt, ein Produkt anzubieten, das mobiles Bauschuttrecycling so günstig wie möglich macht und teure Logistikkosten ver-

meidet. Durch einfache Technik und lange Wartungsintervalle werden die Unterhaltskosten niedrig gehalten. Der MB-Backenbrecherlöffel ermöglicht die genehmigungsfreie Zerkleinerung von Material direkt auf der Baustelle und macht somit die Arbeit effektiver. Die Kunden sparen die Transport- und Entsorgungskosten des gebrochenen Materials, was einen Wettbewerbsvorteil verschaffen kann.

Vier Modelle ab 8 t Baggergewicht stehen zur Verfügung, um möglichst allen Ansprüchen gerecht zu werden. Es handelt sich um die Backenbrechertypen BF

60.1 (Baggergewicht ab 8 t, Kapazität 0,5 m³), BF 70.2 (ab 14 t, 0,6 m³), BF 90.3 (ab 20 t, 0,75 m³) und BF 120.4 (ab 28 t, 1 m³). Der Einsatz des MB-Backenbrecherlöffels erfolgt in Branchen wie Erd- und Tiefbau, Abbruch und Recycling, Straßenbau sowie in Steinbrüchen. „Hohe Produktionsleistung, niedrige Vorhalte- und Betriebskosten, einfache, aber effiziente Technik und unsere strikten, regelmäßigen Qualitätskontrollen sowie die Weiterentwicklung gewährleisten die lange Lebensdauer unserer Brecher“, betont der Hersteller. Ein weiteres Glanzlicht, das auf der Fachmesse Saie 2007 in Bologna vorgestellt wurde, ist der Magnetabscheider, der auch nachträglich auf einfache Weise am Backenbrecherlöffel zu montieren ist. Dieses einfache, aber effektive Anbaugerät ermöglicht das Separieren von Stahl während und nach der Zerkleinerung des Materials. Somit besteht die Möglichkeit einer Klassifizierung des gewonnenen Recyclingmaterials. Der Magnetabscheider ist für die gesamte BF-Reihe erhältlich und wird als kompletter Anbausatz geliefert.

Das Unternehmen wurde mittlerweile vier Mal ausgezeichnet. Auf der Zenicer Herbstmesse in Bosnien gab es einen Preis für die beste Produktpalette. Auszeichnungen errang MB außerdem in Genf (Preis für technologische Innovation) sowie beim kroatischen Verband für die Technologie der Geräte. Zudem erhielt das Unternehmen aus Breganze kürzlich eine Ehrung im Zuge der Edilportale Marketing Awards in Mailand.

Auch 2008 ist Meccanica Breganzese wieder auf den wichtigsten Fachmessen wie TiefbauLive, Steinexpo und recycling aktiv, vertreten. Darüber hinaus sind regionale Hausmessen und Roadshows geplant.



Der Backenbrecher BF 120.4 ist das größte der vier Modelle: Mit einem Leergewicht von 4900 kg ist er für Bagger ab 28 t gedacht.

Foto: MB