

# Dyckerhoff Weiss® alla fiera BAU 2009

## Dyckerhoff Weiss® at the BAU 2009 trade show

**Martin Möllmann,**  
Dyckerhoff AG

Direttore Marketing Prodotti e  
Vendite Cemento Bianco  
*Head of Product Marketing and White  
Cement Sales*

Dyckerhoff Weiss®  
è stato presentato  
all'edizione 2009  
della fiera BAU di Monaco,  
con i nuovi colori aziendali blu.

Lo stand era caratterizzato  
da una bella pavimentazione  
in "calcestruzzo a specchio".

Dyckerhoff ha offerto  
ai visitatori una panoramica sul  
portafoglio prodotti  
e sulle applicazioni possibili,  
rivolgendosi a appaltatori,  
progettisti e utilizzatori.

*Dyckerhoff Weiss®  
was presented  
at the BAU 2009 trade show  
in Munich with its new blue  
corporate colors. Featuring  
a beautiful floor tiled  
in "reflective concrete",  
the stand gave visitors  
a panorama  
of the company's product  
portfolio and potential  
applications aimed  
at contractors,  
designers and users.*

Il nuovo stand Dyckerhoff Weiss®

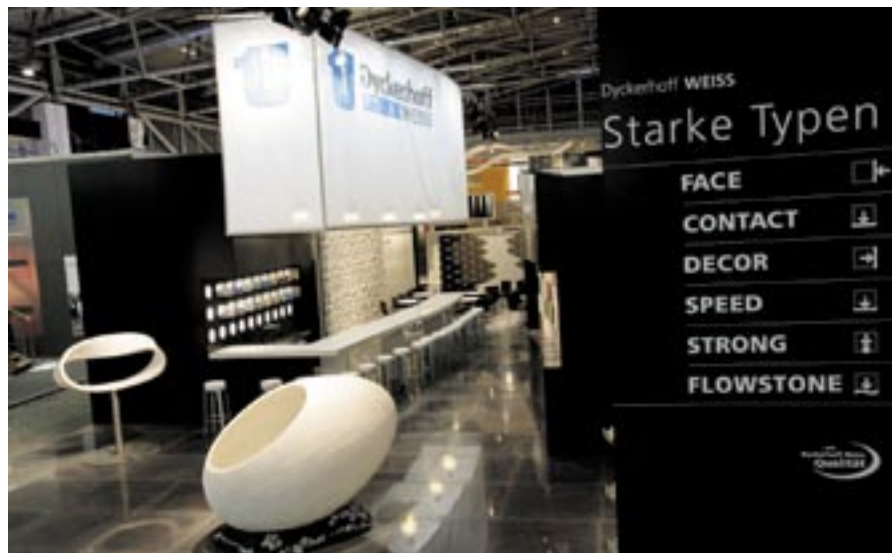
*The new Dyckerhoff Weiss® stand*

**C**on la partecipazione di 211.000 addetti ai lavori, di cui 36.000 provenienti dall'estero, la fiera BAU 2009 ha riconfermato il proprio ruolo di maggiore esposizione di settore per componenti e materiali da costruzione, stabilendo per la seconda volta consecutiva un nuovo record. I 180.000 m<sup>2</sup> di superficie espositiva sono stati presi d'assalto da circa 2.000 espositori di 42 paesi, facendo registrare il tutto esaurito già un anno prima dell'apertura dei cancelli. I visitatori, tra cui architetti, progettisti, ingegneri civili, imprese edili, artigiani e rivenditori di materiali da costruzione, giunti a Monaco di Baviera da 151 paesi, hanno fatto dimenticare, negli affollati padiglioni fieristici, l'attuale crisi economico-finanziaria.

### **Portafoglio prodotti completo e personalizzato per gli utilizzatori**

Anche allo stand Dyckerhoff - nel padiglione A 2, al centro dell'area di competenza del calcestruzzo - il buon umore l'ha fatta da padrone. È stato subito evidente come ancora una volta la riuscita architettura dello stand fosse in grado di attirare non solo numerosi progettisti e architetti, spinti

dalla curiosità, ma anche una considerevole quantità di utilizzatori e clienti nazionali ed esteri. Anche senza l'utilizzo di mezzi di comunicazione e di intrattenimento, tutti hanno potuto ammirare l'architettura dello stand e recepire i "messaggi chiave" di Dyckerhoff Weiss®. In prima linea, si sono posizionati i "tipi duri", ovvero le varie qualità di cemento bianco e il Flowstone® che rientra nella grande gamma del Dyckerhoff Weiss®. Dyckerhoff realizza infatti cementi bianchi specifici per i principali campi di applicazione, tra cui i prodotti chimici per l'edilizia, la prefabbricazione, il calcestruzzo, gli intonaci e il "Terrazzo" (rivestimento per pavimenti). Sono quindi oggi disponibili le varietà FACE nell'ambito degli elementi prefabbricati e in calcestruzzo, CONTACT per la malta fine, DECOR per malta e intonaci nobili, SPEED per i prodotti chimici applicati alle costruzioni speciali, così come STRONG, adatto sia agli elementi in calcestruzzo che ai prodotti chimici per l'edilizia. Questi cementi sono prodotti in particolare modo per mantenere le loro caratteristiche specifiche di lavorabilità e si contraddistinguono grazie ad un elevato grado di bianco



e all'estrema stabilità cromatica. Uno dei punti di forza è rappresentato dalla linea di prodotto Flowstone®, ormai affermata sul mercato di lingua tedesca dei leganti ad alte prestazioni. Il suo utilizzo consente non solo di creare manufatti in calcestruzzo di grande pregio, ma anche di realizzare alla perfezione strutture organiche e filigranate, secondo le tendenze dell'architettura moderna. Dyckerhoff Weiss® è pertanto l'unico produttore di cemento bianco che dispone di un portafoglio prodotti completo e a misura di utilizzatore.

### Eccellenti sculture in cemento bianco e Flowstone®

Le prestazioni del cemento bianco e dei moderni leganti ad alto rendimento, come Dyckerhoff Flowstone®, sono state illustrate ai visitatori della fiera BAU 2009 anche con l'ausilio di una serie di imperdibili sculture. "L'uovo da bagno" di Michael Dorrer, realizzato con il prodotto "Terrazzo" dello stabilimento di Ratisbona, ha costituito l'attrazione principale.

Con questo "capolavoro" Michael Dorrer, diplomato presso l'istituto professionale per costruttori di prefabbricati e produttori di calcestruzzo e di "Terrazzo", ha dato vita a un'idea assai particolare, realizzando una vasca da bagno a forma di uovo in calcestruzzo, ricorrendo non solo alle proprie doti creative, ma anche a notevoli capacità tecniche e artigianali. Nel 2006 il suo capolavoro ha ricevuto l'ambito premio "Lastra di calcestruzzo", assegnato ogni anno dall'Associazione di categoria dei lavori in calcestruzzo e prefabbricati del Baden-Württemberg e da Dyckerhoff Weiss® ai diplomati dell'istituto professionale di Ulm. Tra i capolavori innovativi e particolarmente spettacolari dell'istituto professionale di Ulm

spicca inoltre il nastro di Möbius di Marian Kuchàr di Aitrach, anch'esso presentato a Monaco di Baviera. Il nastro, intrecciato e con una torsione longitudinale di 180°, non ha né sopra né sotto, né dentro né fuori. Marian Kuchàr non si è limitato a riprodurlo con il prodotto Dyckerhoff Flowstone® e con un'attenzione estrema per i dettagli, ma ne ha realizzato anche la cassaforma riutilizzabile.

Entrambi i pezzi da esposizione mostrano in maniera significativa la possibilità di combinare idealmente la formazione tecnica e l'ispirazione creativa. Presentando i due capolavori, realizzati sempre presso l'istituto Ferdinand von Steinbeis di Ulm, Dyckerhoff ha sottolineato ancora una volta il proprio impegno nella formazione qualificata e aggiornata delle nuove leve nel settore del calcestruzzo.

Presso lo stand Dyckerhoff Weiss® i visitatori hanno potuto inoltre beneficiare di un'esauriente panoramica sulle possibilità creative e tecniche offerte oggi ai progettisti dai materiali da costruzione come il cemento bianco e il calcestruzzo.

Le più recenti opere, realizzate con Dyckerhoff Weiss® nell'ambito dell'architettura contemporanea improntata all'impiego di calcestruzzo, spaziano dalla caserma dei vigili del fuoco di Colonia e il centro municipale di Mannheim, al teatro di stato di Darmstadt e la Weisse Haus di Stoccarda, fino al museo d'arte Kolumba di Colonia e la scuola di Riedelbach. Tutte soluzioni eccellenti dal punto di vista tanto tecnico quanto architettonico, che hanno messo in evidenza la particolare efficienza dei cementi bianchi Dyckerhoff. Le immagini in formato gigante di queste realizzazioni, esposte all'interno dello stand, erano difficili da ignorare.

### L'appartenenza al gruppo sottolineata dal nuovo logo aziendale

Il nuovo logo di colore blu, "fluttuante" al di sopra dello stand e presentato per la prima volta in occasione della fiera BAU 2009, è passato tutt'altro che inosservato.

In esso si fondono l'immagine del marchio di Buzzi Unicem, una "U" blu con un "I" stilizzato, che simboleggia la direzione industriale, e la tradizionale scritta di Dyckerhoff Weiss®. Il logo fa parte della nuova immagine unitaria del marchio Buzzi Unicem a livello globale.

In futuro le imprese appartenenti al gruppo si potranno riconoscere dal logo aziendale appena introdotto, che rende tutte le società inconfondibili, collocandole chiaramente nel contesto Buzzi Unicem. In questo modo si crea un'attuale struttura architettonica del marchio, volta non solo a sottolineare l'appartenenza al gruppo, ma anche a mostrare come le singole aziende perseguano obiettivi comuni, al di là dei confini geografici e delle differenze culturali.

### Tradizionale "serata Weiss" con atmosfera italiana

La tradizionale "serata Weiss" ha rappresentato ancora una volta il momento clou della manifestazione.

Circa 150 amici e clienti hanno avuto l'occasione di salutare Michele Buzzi, Amministratore Delegato di Buzzi Unicem S.p.A., e Wolfgang Bauer, Presidente del Consiglio di Amministrazione di Dyckerhoff AG, all'insegna del nuovo logo. Le delicate pietanze e bevande italiane, inframmezzate da colloqui stimolanti, anche quest'anno, hanno trasmesso ai partecipanti l'impressione di trovarsi al cospetto dell'esteta tra tutti i cementi, e hanno confermato il successo del padrone di casa, non solo nell'allestimento dello stand, ma anche nell'organizzazione della serata.

### Il "Gran Premio Dyckerhoff" – un incontro particolare con la stampa

La commercializzazione dei materiali da costruzione per il settore dell'architettura, come i cementi bianchi e il Flowstone®, presuppone uno stretto e costante contatto con tutti i giornalisti specializzati, che riportano regolarmente nelle proprie riviste, destinate ad architetti e utilizzatori, le novità nel campo dell'edilizia. Per intensificare questo rapporto, Dyckerhoff Weiss® ha invitato, ancora una volta, la stampa

"Nastro di Möbius" e "Uovo da bagno"

"Möbius Strip" and "Bath Egg"



La direzione e lo staff Dyckerhoff con la nuova divisa

*Dyckerhoff management and staff in the new uniform*

specializzata a partecipare a un evento particolare nel corso dell'edizione 2009 della fiera BAU. Il Kart Palast di Monaco, che ospita una modernissima pista di go-kart lunga quasi 700 metri, ha ospitato la terza edizione del "Gran Premio Dyckerhoff Weiss®". Dimenticato lo stress da fiera, Martin Möllmann, Direttore Marketing Prodotti e Vendite Cemento Bianco, ha potuto salutare i principali giornalisti di settore, consegnando loro la cartella stampa con le più significative informazioni sulla manifestazione, prima che indossassero le tute da gara bianche, già contrassegnate dal nuovo logo Dyckerhoff. Dopo quasi tre ore di sudore e fatica sulla pista, l'onore di ricevere l'ambita coppa del vincitore è spettato a Jürgen Gläse, caporedattore della rivista "opus C", e al suo compagno di squadra, Martin Möllmann stesso.

Dopo l'immane pioggia di spumante, "il particolare incontro con la stampa" è giunto al suo conviviale epilogo, davanti ad un generoso buffet offerto ai piloti, convenientemente inaffiato dalle birre locali. Come già nelle precedenti edizioni, anche questa volta i giornalisti si sono dimostrati entusiasti della serata, che sperano di rivivere in occasione del BAU 2011.

**A**ttended by 211,000 people who work in the industry, 36,000 of whom came from abroad, BAU 2009 reasserted its role as the largest construction materials and equipment trade show in the sector and established a new attendance record for the second consecutive year.

The 180,000 m<sup>2</sup> of exhibition space were snapped up by approximately 2,000 exhibitors from 42 countries, with everything already sold out one year before the doors opened. In the packed pavilions the visitors, which included architects, designers, civil engineers, craftsmen and distributors of construction materials who had traveled to Munich from 151 countries, allowed us to momentarily forget the prevailing economic crisis.

### **A complete portfolio of customized products for users**

A good mood also reigned at the Dyckerhoff stand located in pavilion A2 in the middle of the concrete section. Once again, it was



immediately obvious how the outstanding architecture of the stand was able to draw not just numerous designers and architects whose curiosity was aroused, but also a large number of domestic and international users and customers. Everyone could admire the architecture of the stand and perceive the "key messages" of Dyckerhoff Weiss® even without the need for communication means and entertainment. Prominently displayed at the front were the "hard types", in other words the various types of white cement and Flowstone® in the large Dyckerhoff Weiss® product range. Dyckerhoff produces special white cements for all the main areas of application, including chemical products for the building sector, precasting, concrete, plasters and "Terrazzo" (floor coverings). The portfolio thus includes FACE products for precast and concrete elements, CONTACT for fine mortar, DECOR for mortar and fine plasters, SPEED for chemical products applied to special constructions, and STRONG for use in both concrete elements and chemical products for the building industry. These cements are specifically produced to maintain their special workability characteristics and are noted for their high degree of whiteness and exceptional color stability. One of the strong points is the Flowstone® product line, which is now well-established in the German-speaking market of high performance binders. It can be used to produce not only luxury objects but also to create perfect organic and filigree structures in keeping with contemporary architectural trends. Dyckerhoff Weiss® is the only white cement producer with a complete, user-oriented product portfolio.

### **Outstanding sculptures in white cement and Flowstone®**

The features of white cement and modern high-performance binders such as Dyckerhoff

Flowstone® were demonstrated to guests with the help of a few outstanding sculptures on display. The main attraction was the "bath egg", created by Michael Dorrer using the "Terrazzo" product from the Regensburg plant. Michael Dorrer, who graduated from the technical institute for precast products, concrete and floor-covering manufacturers, gave expression to his originality by creating a concrete bath in the shape of an egg, using not only his creativity but also considerable technical skill and workmanship. The work of art received the concrete product prize in 2006, which is awarded each year by the Precast Concrete and Concrete Association of Baden-Württemberg and Dyckerhoff Weiss® to students graduating from the technical institute in Ulm.

Also presented at Munich was the Möbius strip by Marian Kuchàr from Aitrach, another example of a spectacular, innovative work of art from the technical institute of Ulm. This is a closed-loop strip with a half-twist along its length to create only one side and edge. Not only did Marian Kuchàr replicate the strip in careful detail using Dyckerhoff Flowstone®, he also made the reusable form for it. Both of these display pieces are excellent examples of how technical training and creativity can be optimally combined. The exhibition of these works of art created at the Ferdinand von Steinbeis institute in Ulm is another instance of Dyckerhoff's ongoing commitment to the qualified and up-to-date education of new entrants into the concrete industry.

Visitors to the Dyckerhoff Weiss® stand could also see a full panorama of the creative and technical possibilities now offered to designers by construction materials such as white cement and concrete. The most recent contemporary, architectural works in concrete created with Dyckerhoff Weiss® include



I rappresentanti della stampa in pista con il nuovo logo

*Journalists on the track showing the new logo*

a fire station in Cologne, the town hall of Mannheim, the state theater in Darmstadt, the Weisse Haus in Stuttgart, the Kolumba art museum in Cologne and a school in Riedelbach, all excellent solutions from both a technical and architectural standpoint, and which demonstrate the special effectiveness of Dyckerhoff white cements.

The huge images of these works displayed inside the stand were difficult to miss.

### **Belonging to the group is underscored by the new corporate logo**

Everyone noticed the new blue logo “floating” above the stand and presented for the first time at the BAU 2009 trade show. The logo is a combination of Buzzi Unicem’s graphic symbol, a blue “U” containing a stylized “I” to symbolize the company’s leadership, and the Dyckerhoff Weiss® name displayed in its traditional typeface. The logo is part of the new, single image of the Buzzi Unicem brand at the global level. In the future, all the companies belonging to the group will be unmistakably identified by the newly introduced corporate logo, which clearly place them within the context of Buzzi Unicem. A new architectural structure of the brand name is thus created not only to underscore the fact that the individual companies belong to the group but also to show that they are pursuing common objectives beyond their geographic boundaries and cultural differences.

### **Traditional “Weiss evening” with an Italian atmosphere**

Once again, the traditional “Weiss evening” was the key event of the show. Approximately 150 friends and customers had an opportunity to spend the evening celebrating the new logo with Michele Buzzi, Managing Director of Buzzi Unicem S.p.A., and Wolfgang Bauer,

Chairman of the Board of Management of Dyckerhoff AG.

This year too, the delicate Italian food and beverages interspersed with interesting conversations gave everyone the impression of being in the presence of the best cement for esthetic applications, and confirmed the host’s success in not only fitting out the stand but also organizing the evening.

### **The “Dyckerhoff Grand Prix” – a special meeting with the press**

Commercializing construction materials such as white cements and Flowstone® for the architecture industry requires staying in close, constant contact with the trade press which regularly reports on new items in the building sector in the journals targeted at architects and users. To strengthen this relationship, Dyckerhoff Weiss® once again invited the journalists to attend a special event during

BAU 2009. The Kart Palast in Munich, which features a super-modern go-kart track almost 700 m long, was the venue for the third edition of the “Dyckerhoff Weiss® Grand Prix”.

Momentarily forgetting the stress of the trade show, Martin Möllmann, Director of Product Marketing and White Cement Sales, greeted the main trade journalists, giving them a press kit containing the key information about the show before they put on their white competition outfits emblazoned with the new Dyckerhoff logo.

After three hours of sweat and toil on the track, the coveted cup was awarded to Jürgen Gläse, editor-in-chief of the “opus C” journal, and his teammate, none other than Martin Möllmann himself.

After the inevitable sparkling wine shower, “the special meeting with the press” drew to an end.

The drivers then enjoyed a moment of conviviality with a generous buffet suitably watered by the local beers. Similar to previous editions, the journalists were excited about the evening which they hope to attend again at BAU 2011.

Cerimonia della premiazione con doccia di spumante

*Awards ceremony with sparkling wine shower*

