

Über uns

Das Marketing der Zement- und Betonindustrie

Die Bundesverbände der deutschen Zement- und Betonindustrie haben ihre Marketing-Aktivitäten auf ein gemeinsames Fundament gestellt und im April 2005 die [Bet on Marketing Deutschland GmbH](#) gegründet. Sie hat die Aufgabe, nationale Kommunikationsschwerpunkte mit geeigneten Maßnahmen in die Öffentlichkeit zu transportieren. Wichtiger Bestandteil der neuen Struktur ist die gemeinsame Entwicklung von Projekten innerhalb der Branchen und die enge Zusammenarbeit und Verknüpfung mit den regionalen Maßnahmen der [Bet on Marketing Nord](#), [Bet on Marketing Ost](#), [Bet on Marketing Süd](#) und [Bet on Marketing West](#).

Durch diese Bündelung der Kräfte vertritt das neu aufgestellte Bet on Marketing die Interessen von weit mehr als 1.000 [Unternehmen](#) im Bundesgebiet mit insgesamt über 4.000 Produktionsstätten für zementgebundene Baustoffe.

Daneben fördern einige [Partner aus benachbarten Branchen](#) die Marketing-Aktivitäten für den Baustoff Beton.