Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.

Ein Verband. Ein Ziel. Zwei Sichtweisen.

EDITORIAL

bvik: Ein Verband. Ein Ziel. Zwei Sichtweisen.

Liebe Leserinnen und Leser,

der Bundesverband Industrie Kommunikation e. V. hat sich zum Ziel gesetzt, die Industriekommunikation und Zusammenarbeit aller daran Beteiligten weiter zu fördern und zu professionalisieren.

In unseren zahlreichen Angeboten greifen wir brennende Fragen und aktuelle Themen des B2B-Marketings auf und bieten eine Plattform für den wertvollen Erfahrungsaustausch zwischen Industrieunternehmen und Kommunikationsdienstleistern.

In dieser Broschüre erhalten Sie einen Einblick in die Ziele, Angebote und Besonderheiten des bvik. Wir freuen uns, wenn auch Sie sich unserem Netzwerk als Mitglied anschließen.

Herzliche Grüße

V. Ellenberger

Verena Ellenberger
Verbandsreferentin, Leitung der Geschäftsstelle

INHALT

4 **Die Ziele**
Was ist der bvik und welche Ziele verfolgt der Verband?

Das Besondere an unserer Mitgliederschaft

7 **Das bvik-Porträt**
Wie ist der bvik entstanden? Warum sollten Sie dabei sein?

10 **Referenzen**
Statements unserer Mitglieder

15 **Das Angebot**
Veranstaltungen / Kongress „Tag der Industriekommunikation“ / Praxis-Tools / weitere Vergünstigungen

19 **Die Beiträge**
Mitgliedsbeiträge im bvik

22 **Die Vorstände**
Statements

25 **Das bvik-Team**
Ihre Ansprechpartner

DIE ZIELE

Wei
Kuen
Shen
Geng
You
Xin
Ding
Wu
Bing
Si
Xun
Chen
Yi
Mao
Jia
Yin
Gen
Chou
Gui
SW
W
S
NW
SE
N
NE
E

WAS IST DER BVIK UND WELCHE ZIELE VERFOLGT DER VERBAND?

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) ist eine unabhängige Organisation für Marketing-Verantwortliche der Industrie und Profis der B2B-Kommunikationsbranche.

Der Verband hat sich zum Ziel gesetzt,

- die Zusammenarbeit zwischen Industrieunternehmen und Kommunikationsdienstleistern zu fördern, zu verbessern und zu professionalisieren
- den Mitgliedern eine Plattform für Austausch, Wissensvermittlung und Dialog zu bieten
- Marketingtreibenden die Möglichkeit zur passgenauen fachlichen Weiterbildung zu geben

Durch den Know-how-Transfer bieten wir unseren Mitgliedern das entscheidende Mehr an Orientierung, Perspektiven, Sicherheit, Information und Ansehen. Und wir zeigen auf, wie professionelle B2B-Kommunikation zu höherer Bekanntheit, optimaler Wahrnehmung, höherer Effizienz und besserer Wertschöpfung führt.

DAS BESONDERE AN UNSERER MITGLIEDERSCHAFT: ZWEI SICHTWEISEN

Unsere Mitgliederschaft setzt sich aus zwei verschiedenen Gruppen zusammen, die jeweils ihre Sichtweise in den Dialog mit einbringen. So lassen sich Themen immer aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten.

Industrieunternehmen: Unsere Mitglieder sind auf der einen Seite Industrieunternehmen, die Produkte oder industrielle Dienstleistungen für andere Unternehmen herstellen oder erbringen. Der Verband steht insbesondere solchen Personen offen, die in ihrer Aufgabe und Funktion am Vermarktungsprozess der Industrieunternehmen beteiligt sind.

Kommunikationsdienstleister: Die zweite Sichtweise vertreten die Dienstleister aus der Kommunikationswirtschaft mit erkennbarer B2B-Ausrichtung, die der Industrie beim Vermarktungsprozess über alle Gewerke hinweg zur Seite stehen.

DAS BVIK-PORTRÄT

WIE IST DER BVIK ENTSTANDEN?

Um die Zukunft des deutschen Wirtschaftsstandorts nachhaltig zu sichern, muss sich die Industrie stärker an den Märkten und deren Erfordernissen ausrichten. Gerade im Bereich der B2B-Kommunikation gibt es noch viel Optimierungsbedarf. In den Kreisen der Fachzeitschrift INDUKOM entstand daher die Idee einer offiziellen Plattform für alle an der Industriekommunikation Beteiligten.

Im April 2010 wurde der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. aus der Taufe gehoben. Ziel war es, die gemeinsamen Interessen in einem Verband zu bündeln und somit ein offenes Netzwerk für den wertvollen Erfahrungsaustausch unter B2B-Marketern zu schaffen.

Mittlerweile gehören dem Verband insgesamt rund 360 Personen aus Industrie und B2B-Dienstleistungsunternehmen an.

WARUM SOLLTEN SIE DABEI SEIN?

- weil ein starkes B2B-Netzwerk verlässliche Benchmarks für Ihre eigene Orientierung liefert
- um Ihr Marketing weiter zu professionalisieren
- um keine wichtigen Marketingtrends zu verpassen
- um sich mit Branchenkollegen über aktuelle Projekte und Themen auszutauschen
- weil Sie durch Ihre Mitgliedschaft im bvik beweisen, dass Ihnen eine professionelle B2B-Kommunikation wichtig ist
- um von Best-Practice-Beispielen anderer zu lernen und Inspiration zu erhalten
- um exklusive Einblicke in die Marketingorganisation anderer Unternehmen zu erhalten, die es sonst nirgends gibt
- weil der bvik für einen relativ geringen Mitgliedsbeitrag einen hohen Gegenwert bietet (siehe Kapitel »Das Angebot«, S. 15 ff)

REFERENZEN

Frank Merkel

Vorstand wob AG und Vorstand GWA

„Markenkommunikation als Werttreiber im B2B-Bereich braucht noch viel Missionarsarbeit: Die Mär vom rationalen Entscheidungsprozess ist offenbar unsterblich. Die Kraft der weichen Faktoren wird aber zunehmend deutlicher. Der bvik hilft bei der Bewusstseinsbildung. Gut so.“

Tobias Brummer

Leiter Brandmanagement and Strategic Marketing, Bosch Rexroth AG

„Bosch Rexroth ist Gründungsmitglied im bvik, weil wir großes Interesse haben die B2B-Kommunikation stetig weiterzuentwickeln. Die Idee Industrie und Kommunikation zusammenzubringen ist überzeugend. Deshalb engagieren wir uns, um gemeinsam mit anderen Mitgliedern aktuelle Themen aus Marketing und Kommunikation auszutauschen und im Kreise von Kollegen die Professionalisierung der Industriekommunikation zu fördern.“

Kerstin Löffler

Abteilungsleiterin Marketing Kommunikation, Endress+Hauser Messtechnik GmbH & Co. KG

„Neben dem Erfahrungsaustausch mit Kollegen in anderen Industrieunternehmen, der für mich essenziell ist, haben wir den bvik auch als Fortbildungsmaßnahme entdeckt. Durch die Breite der angebotenen Themen ist für jeden Spezialisten aus meiner Abteilung ein passendes Angebot dabei."

Peter Hartung

Leiter Bereich Unternehmenskommunikation, KSPG AG

„Das Thema B2B-Kommunikation wird in den einschlägigen Medien leider immer noch sehr stiefmütterlich behandelt, sodass ein persönlicher Austausch mit Kollegen die beste und schnellste Form des Know-how-Transfers bedeutet. Hier bietet der bvik eine hervorragende Netzwerkplattform, die ich gerne nutze und allen B2B-Kommunikationsentscheidern nur weiterempfehlen kann."

Uwe Claus

Senior Projektleiter Vertrieb und Marketing Consultant, Festo AG & Co. KG

„Der bvik bietet mir die aktive Möglichkeit, mich im immer komplexeren »Marketing-Informations-Dschungel« schneller und zielgerichteter zurechtzufinden. Im aktiven Austausch mit Kollegen und dem damit einfacheren und branchenorientierten Know-how-Transfer gelingt der Blick über den Tellerrand hinaus und ich bleibe up to date!“

Sabine Kuropka

Geschäftsführende Gesellschafterin, communicall GmbH

„Als Kommunikationsdienstleister für die herstellende Industrie ist es für mich wichtig zu wissen und zu erfahren, welche Themen und Trends meine Kundengruppe interessiert, um ihr in Zukunft noch mehr Nutzen mit unseren Produkten bieten zu können.“

Michael Arnold

Geschäftsführender Gesellschafter, blösch.partner GmbH

„Ich denke, dass noch immer zu wenige Unternehmen im B2B-Segment den Anteil professioneller Kommunikation und einer klaren Markenpositionierung an nachhaltigem Unternehmenserfolg richtig einschätzen. Im bvik sehe ich die Möglichkeit, diese Erfahrungen auch den nicht marketinggetriebenen Unternehmen im technischen Mittelstand zugänglich zu machen. Dahinter steckt auch ein Stück Egoismus, denn so wird unsere Arbeit als beratende Agentur einfacher."

Thomas Weimann

Leiter Unternehmenskommunikation E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH

„Der bvik ist mein Schlüssel zu einem unkomplizierten und substanziellen Meinungs- und Informationsaustausch mit Kolleginnen und Kollegen aus der B2B-Kommunikation. Egal ob Tagesgeschäft oder übergreifende Aspekte wie Markenführung im B2B-Bereich: Sowohl die Vorträge als auch der intensive Meinungsaustausch am Rande sind für mich effektive Arbeitshilfen."

DAS ANGEBOT

WHITEPAPER
EMPLOYER BRANDING
WAS STEHT IM MITTELPUNKT VON EMPLOYER BRANDING?
EMPLOYER BRANDING NACH INNEN:
MITARBEITER ZU MARKENBOTSCHAFTERN MACHEN
EMPLOYER BRANDING NACH AUSSEN:
DEN „RIGHT POTENTIAL" IM VISIER
PRAXISLEITFADEN
BEST PRACTICE
SEW-EURODRIVE
bvik
... mehr Mitarbeiter
27%
30%
22%
27%
... weniger Mitarbeiter
27%
9%
9%
3%
46%
61%

VERANSTALTUNGEN

Veranstaltungsreihe »Mitglieder für Mitglieder«

- thematische Halbtagesveranstaltungen (mind. 6-mal pro Jahr)
- Know-how-Transfer und Networking in Bestform (jeweils bei einem gastgebenden Industrieunternehmen)

Workshopreihe »Mitglieder für Mitglieder«

- Wissensvermittlung und aktive Workshop-Arbeit in Kleingruppen (mind. 3-mal pro Jahr)
- echtes Praxis-Know-how zur direkten Umsetzung

ERFA-RUNDE: Erfahrungsaustausch unter Branchenkollegen

- Austausch zu aktuellen B2B-Themen im kleinen Kreis (mind. 3-mal pro Jahr)
- getrennte Veranstaltungen für Industrieunternehmen und Kommunikationsdienstleister

Messerundgänge mit Marketing-Fokus

- Blick hinter die Kulissen der Messestände auf mind. 3 wichtigen deutschen Industriemessen pro Jahr
- Austausch zum Thema Messekommunikation live vor Ort

Kostenlos für bvik-Mitglieder

KONGRESS

Tag der Industriekommunikation

- Ganztagesevent mit Vorträgen zu wichtigen B2B-Trendthemen
- Networking – Abendveranstaltung

Vergünstigte Teilnahme für bvik-Mitglieder

PRAXIS - TOOLS

Ergebnisse der jährlichen bvik-Studie zur Marketingbudgetverteilung

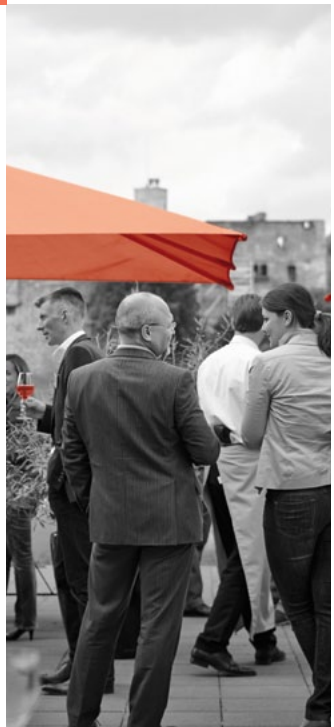
- Aktuelle Aussagen über die Budgetverteilung im Marketing von B2B-Unternehmen
- Benchmarks, Entwicklungen und zukünftige Trends

Für bvik-Mitglieder kostenlos zum Download verfügbar

Whitepaper zu wichtigen Themen der B2B-Kommunikation

- Expertenwissen unserer Mitglieder jeweils mit Handlungsleitfaden und Best Practice Kapitel
- Aktuelle Themen wie Marke, Social Media, Employer Branding oder Content Marketing

Für bvik-Mitglieder kostenlos zum Download verfügbar



WEITERE VERGÜNSTIGUNGEN

Vorzugskonditionen bei Kooperationspartnern

- Rabatte bei Veranstaltungen und Vergünstigungen auf Fortbildungsangebote
- Partner: Konradin Mediengruppe, marconomy, DAPR, die dialog akademie u.a.

Kostenlose anwaltschaftliche Erstberatung

- kompetente Beratung in allen rechtlichen Fragen rund um das B2B-Marketing
- Handels- und Gesellschaftsrecht, Vertrags-, Urheber- und Medienrecht etc.

Möglichkeit zur aktiven Mitgestaltung

- Mitarbeit in Arbeitskreisen und Mitgestaltung der Verbandsangebote
- Teilnahme an der geschlossenen bvik XING-Gruppe

Wir informieren Sie gern per Newsletter, über Social Media und unsere tagesaktuelle Website www.bvik.org!

DIE BEITRÄGE

MITGLIEDSBEITRÄGE IM BVIK

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, dem Verband als Mitglied beizutreten. Danach richtet sich die Höhe der Jahresbeiträge:

Ordentliches Mitglied:

- Juristische Person, Personengesellschaft (bis zu vier Personen): 1.500,00 EUR pro Jahr
- Natürliche Person, Einzelperson (nicht übertragbar): 525,00 EUR pro Jahr

Fördermitglied:

- Juristische Person, Personengesellschaft (bis zu vier Personen): 10.875,00 EUR pro Jahr
- Natürliche Person, Einzelperson: 10.875,00 EUR pro Jahr

Außerordentliches Mitglied
(Universität, Hochschule, Forschungseinrichtung o. ä.; kein Stimmrecht):

- Juristische Person, Personengesellschaft (bis zu vier Personen): 900,00 EUR pro Jahr
- Natürliche Person (Professoren, Lehrstuhlinhaber, Mentoren o. ä.): 300,00 EUR pro Jahr
- Natürliche Person (Studenten, Auszubildende o. ä.): 150,00 EUR pro Jahr

Aufnahmegebühr

Diese Gebühr wird einmalig bei Eintritt in den Verband erhoben und beträgt

- für juristische Personen und Personengesellschaften 490,00 EUR
- für natürliche Personen 190,00 EUR

Wenn Sie dem Verband unterjährig beitreten möchten, berechnen wir Ihnen nur noch die verbleibenden Monate anteilig zzgl. der einmaligen Aufnahmegebühr.

WERDEN SIE MITGLIED – ES LOHNT SICH!

Selbst wenn Sie nur einen Teil der bvik-Angebote wahrnehmen, zahlt sich der Mitgliedsbeitrag im Vergleich zu den regulären Gebühren ähnlicher Veranstaltungen und Angebote in jedem Fall aus.

DIE VORSTÄNDE

KAI HALTER (Vorsitzender), ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG

„In der B2B-Kommunikation steckt noch viel Potenzial zur Professionalisierung. Es gibt immer noch viele Industrieunternehmen, die zu wenig Mittel für Marketing zur Verfügung stellen, meist wird Marketing im Unternehmen nur als untergeordneter Faktor für den Unternehmenserfolg gesehen. Als Verband wollen wir dazu beitragen, dass sich diese Denkweise ändert.“

DR. ANDREAS BAUER, KUKA Roboter GmbH

„Deutschland ist B2B-Land. Wir sind bekannt als Exportnation für Investitionsgüter. Um diese Spitzenposition weiterhin zu halten ist es nicht ausreichend, dass unsere Ingenieure Weltspitze sind, sondern Deutschland muss auch führend im B2B-Marketing werden. Der bvik hat dies erkannt und bietet Know-how und Erfahrungsaustausch von der Praxis für die Praxis, erfolgreich und pragmatisch.“

JENS FLEISCHER, Hübner & Sturk GmbH, Werbeagentur GWA

„Der bvik ist die Plattform, auf der ich mit Gleichgesinnten für das Thema B2B-Marke kämpfen kann. Und das ist noch ein steiniger Weg. Zu viele deutsche Industrieunternehmen verstecken sich nach wie vor hinter »made in Germany«, statt die eigene Marke zu stärken.“

RAMONA KADEN, Star Publishing GmbH

„Wer nichts zu sagen hat, sollte lieber schweigen. Aber wer etwas zu sagen hat, muss das mit Konzept und Strategie tun. Der bvik bringt die Geschichten mit den Geschichtenerzählern zusammen, damit die Botschaften auch wirklich bei den B2B-Kunden ankommen."

SIKE LANG, Bosch Rexroth AG

„Der bvik setzt Akzente im B2B-Marketing genau an der Schnittstelle zwischen Industrieunternehmen und Agenturwelt in Form von vielfältigen Veranstaltungen und Angeboten. Erfahrungen weitergeben, ohne Patentrezepte zu kopieren, gegenseitig zuhören und von den Besten lernen, offen sein für Neues und trotzdem Vertraulichkeiten wahren, genau das ist der Rahmen, den der bvik seinen Mitgliedern bietet."

RAINER PFEIL (Schatzmeister), bluepool GmbH

„Im B2B Geschäft wird die Wahrnehmung für die Alleinstellungsmerkmale der Unternehmen schwächer, der Wettbewerb international härter. Wir als Verband setzen uns dafür ein, das Bewusstsein für die Bedeutung der Markenkommunikation im B2B zu schärfen und dabei im Labyrinth der Möglichkeiten Orientierung zu geben."

DER BVIK-VORSTAND

IHRE ANSPRECHPARTNER IM BVIK

Verena Ellenberger
Verbandsreferentin
Leitung der Geschäftsstelle
E-Mail: verena.ellenberger@bvik.org
Tel.: 0821 650 537-13

Tanja Auernhamer
Verbandsreferentin

E-Mail: tanja.auernhamer@bvik.org
Tel.: 0821 650 537-12

Dominik Schubert
Verbandsreferent

E-Mail: dominik.schubert@bvik.org
Tel.: 0821 650 537-14

KONTAKT

bvik
bundesverband
industrie kommunikation

Anschrift

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)
Am Mittleren Moos 48
86167 Augsburg

Online

www.bvik.org
geschaeftsstelle@bvik.org

www.facebook.com/bvik.org
twitter.com/bvik_eV

Telefon und Fax

Tel: 0821 650 537-0
Fax: 0821 650 537-20

bvik
bundesverband
industrie kommunikation

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)
Am Mittleren Moos 48
86167 Augsburg
www.bvik.org

Medienpartner des bvik

konradin
mediengruppe