

Pressemitteilung

Augsburg, 21. September 2016

Ansprechpartner

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.
Tanja Auernhamer
Leitung der Geschäftsstelle
Am Mittleren Moos 48
Telefon: 0821/650537-0
E-Mail: geschaeftsstelle@bvik.org
Internet: www.bvik.org

Messen als Marketinginstrument Nummer 1: Hoher Return on Investment durch hohe Professionalität

Wie jedes Jahr drängen sich auch diesen Herbst die Messe-Termine im B2B quer durch alle Branchen. Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) ist dem Wunsch seiner Mitglieder nach Ausweitung des beliebten Veranstaltungsformats des Messerundgangs mit Marketing-Fokus nachgekommen. Nach der Premiere des bvik-Messerundgangs auf der Automechanika in Frankfurt führt der Verband im Oktober auch zum ersten Mal einen Rundgang auf der Chillventa (Messe Nürnberg) durch. Dabei bietet der bvik den Teilnehmern exklusive Insights in die Messeorganisation verschiedener Aussteller und ermöglicht ihnen einen Blick hinter die Kulissen der Messestände. Auf diese Weise erhalten die Marketer Anregungen und Impulse für eigene Messestrategien.

Messen sind weiterhin das kostenmäßig wichtigste Marketinginstrument von B2B-Unternehmen und bilden den größten Posten im Marketing-Etat. Laut der jährlichen Studie „B2B-Marketing-Budgets“ des bvik belief sich der Anteil für Messen im Jahr 2015 auf fast 40 Prozent der

Marketingausgaben und ist damit im Vergleich zum Vorjahr nochmals um einige Prozentpunkte angewachsen. Gerade bei derart kostenintensiven Maßnahmen wie Messen und Events ist es essenziell, durch eine professionelle Marketingstrategie möglichst gute Erfolgsquoten zu erzielen. Dabei ist es wichtig, aktuelle Zukunftstrends im Blick zu haben. „Unser beliebtes und praxisorientiertes Format des Messerundgangs liefert Marketern Einblicke in verschiedene Messekonzepte. Dadurch erhalten sie die Gelegenheit, sich von unterschiedlichen Darstellungsformen und Markeninszenierungen inspirieren zu lassen, von den Best Playern zu lernen und Erfahrungen mit Marketingkollegen auszutauschen. Dieser Mehrwert ist in unserer Branche unbezahlbar“, erklärt Kai Halter, bvik-Vorstandsvorsitzender und Director Marketing, ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG.

Fokus auf individuelle Bedürfnisse des Kunden

Die Messeplanung ist für B2B-Unternehmen immer wieder aufs Neue eine große Herausforderung. So stehen Marketingverantwortliche bei der Standkonzeption jedes Mal vor der Aufgabe, die richtige Balance zwischen Produktpräsentation und moderner Zielgruppenansprache zu finden. Für Kai Halter ist jedoch klar, was im Mittelpunkt der Messekommunikation steht: „Der Fokus sollte nicht auf der 'Show' rund um die Produkte liegen, sondern auf dem Kunden mit seinen ganz individuellen Bedürfnissen. Es geht darum, gemeinsam mit dem Kunden die richtigen Themen zu erörtern und ihm die Informationen zu liefern, die er wirklich benötigt. Um dieser besonderen Beratungssituation

gewachsen zu sein, muss das gesamte Messteam professionell auftreten und gut vorbereitet sein. Denn ich bin davon überzeugt, je größer die Professionalität desto höher der Return on Investment.“

„B2B-Musik“ im Automotive-Aftermarket

Von dieser Professionalität konnten sich die rund 30 Teilnehmer des bvik-Messerundgangs auf der Automechanika, der internationalen Leitmesse der Automobilbranche für Ausrüstung, Teile, Zubehör, Management und Services, überzeugen. Die Marketer besuchten dabei die Messestände von Hella Gutmann Solutions, MS Motorservice International, Robert Bosch und Vogel Business Media und erhielten viele interessante Informationen rund um die Themen Messekommunikation und -marketing sowie Leadgenerierung. Für Jens Fleischer, bvik-Vorstand und Geschäftsleiter Strategie & Beratung bei der medienformer GmbH, der den Premieren-Rundgang auf der Automechanika initiierte und begleitete, war die Erweiterung des Formats auf diese Leitmesse ein logischer Schritt bei der Weiterentwicklung des Verbandes: „Im Automotive-Aftermarket spielt viel B2B-Musik. Schon seit Anbeginn engagieren sich im bvik Mitglieder aus dieser Branche. Insofern war es für uns naheliegend, unseren Fokus in diesem Jahr auch auf die Automechanika zu richten und unseren Mitgliedern wie Interessenten einen Messerundgang anzubieten. Ich persönlich glaube, dass Marke und Messe zwei immens wichtige Instrumente für den Mittelstand sind, die aber beide noch viel zu stiefmütterlich behandelt werden. Der Rundgang gibt nicht

nur die Gelegenheit Kommunikation und Kampagnen live im Einsatz zu erleben, sondern schärft auch das Bewusstsein für die Bedeutung dieser Instrumente", erklärt Fleischer.

Ein Verband für alle Branchen im B2B

Eine weitere Premiere des Messerundgangs feiert der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. am 12. Oktober auf der Chillventa in Nürnberg. Im Jahr 2008 erstmals unter dem Namen „Chillventa“ veranstaltet, ist sie eine der Leitmesse für Kälte - Klima - Lüftung - Wärmepumpen weltweit. Mit ihrem breiten Angebotsspektrum für Gewerbe und Industrie geben die Top-Player der Branche schon heute die Antworten auf die Fragen von morgen. Der bvik sieht nach Aussage des Vorstandsvorsitzenden Kai Halter auch hier viel Potenzial für den Verband: „Durch diese bewusste Entscheidung für die Rundgänge auf der Automechanika und Chillventa erreichen wir ein großes Publikum. Für uns als bvik ist es wichtig, den Blickwinkel ständig zu erweitern, um sowohl unseren Mitgliedern ein breites Angebot zu bieten als auch neue Mitglieder zu gewinnen. Unsere Intention ist dabei ganz klar: Wir wollen ein Verband für alle Industriebranchen sein.“

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter http://intern.bvik.org/download/PM_21_09_2016.zip

Die Bilder sind kostenfrei für redaktionelle Zwecke verwendbar unter Angabe der jeweiligen Quelle.

Bild 1: Kai Halter, bvik-Vorstandsvorsitzender und Director Marketing, ebm-papst Mulfingen GmbH und Co. KG –
Quelle: setphoto Thomas R. Schumann

Bild 2: Jens Fleischer, bvik-Vorstand und Geschäftsleiter Strategie und Beratung, medienformer GmbH – Quelle:
setphoto Thomas R. Schumann

Bild 3: Beim erstmaligen bvik-Messerundgang mit Marketing-Fokus auf der Automechanika erhielten die Teilnehmer exklusive Insights in die Messekommunikation verschiedener Unternehmen. – Quelle: bvik

Pressematerialien des Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) finden Sie auch unter www.bvik.org/cms/website.php?id=/de/presse.htm

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) wurde 2010 gegründet und ist eine unabhängige Organisation für Marketing-Verantwortliche der Industrie und Profis der B2B-Kommunikationsbranche. Der Verband hat es sich zum Ziel gesetzt, die Zusammenarbeit zwischen Industrieunternehmen und Kommunikationsdienstleistern zu fördern, zu verbessern und zu professionalisieren. Er bietet seinen Mitgliedern eine Plattform für Austausch, Wissensvermittlung und Dialog.