

Pressemitteilung

Augsburg, 17. Dezember 2018

Ansprechpartner

Dominik Schubert
PR-Referent

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.
Am Mittleren Moos 48
86167 Augsburg
Telefon: 0821/650537-14
E-Mail: geschaefsstelle@bvik.org
Internet: www.bvik.org

bvik blickt auf erfolgreiches Jahr zurück – Bedeutung des B2B-Marketings steigt

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) zieht ein positives Fazit für die B2B-Kommunikation im Jahr 2018. Besonders positiv spiegelt sich dies für den Verband in seiner Mitgliederentwicklung wider. Seit Jahresbeginn traten dem bvik 46 Firmen und fünf Privatpersonen als Mitglieder bei, sodass der Kommunikationsverband aktuell 183 Firmen- und 27 Personenmitgliedern eine Plattform für Austausch und Weiterbildung bietet. In Summe engagieren sich mittlerweile rund 1.100 B2B-Marketer aktiv im B2B-Netzwerk des bvik, in dem neben mittelständischen Industrieunternehmen mit zahlreichen Weltmarktführern auch namhafte Experten der Kommunikationsdienstleistung vertreten sind.

Die Industrie hat den Bedarf an Professionalisierung im Marketing erkannt. Allein bei Seminaren, Workshops und Messerundgängen verzeichnete der Verband dieses Jahr mehr als 600 Teilnehmer. Hinzu kamen knapp 300 Marketing- und Kommunikationsexperten beim TAG DER INDUSTRIEKOMMUNIKATION (TIK), der jährlichen Leuchtturmveranstaltung des bvik, die sich als größter

Branchen-Treffpunkt und Networking-Plattform im B2B etabliert hat.

Ein Verband für alle Branchen

Kai Halter, Vorstandsvorsitzender des bvik, ist stolz auf die große Dynamik des 2010 gegründeten Verbandes: „Unser Dank gilt vor allem unseren Mitgliedern, ohne deren ehrenamtliches Engagement der Erfolg des bvik nicht möglich wäre. Die Entwicklung unseres Verbandes ist aber auch maßgeblich beeinflusst durch die Unterstützung unseres langjährigen Medienpartners Konradin Mediengruppe sowie unserer beiden Fördermitglieder SC-Networks und Wieners+Wieners. Der große Zuspruch bei all unseren Angeboten zeigt, dass wir mit diesen die relevanten Themen für Marketer adressieren. Die Möglichkeit der Digitalisierung hat massive Auswirkungen auf die gesamte Marketing-Organisation und die Anforderungen an deren Mitarbeiter. Diesen Herausforderungen werden wir auch im Jahr 2019 mit entsprechenden Angeboten begegnen.“ Dabei hat das Verbandsziel, die Industriekommunikation in allen B2B-Branchen nachhaltig zu professionalisieren, immer oberste Priorität.

Seminare, Workshops, Messerundgänge und vieles mehr

Auch 2019 wird der bvik bundesweit wieder rund 30 Veranstaltungen durchführen. Wie 2018 werden die beliebten Eventformate „Mitglieder für Mitglieder“ bei gastgebenden Industrieunternehmen, bvik-Workshops bei

Mitglieds-Agenturen und Messerundgänge mit Marketing-Fokus auf führenden Branchenmessen fortgeführt. Auch der TAG DER INDUSTRIEKOMMUNIKATION am 27. Juni 2019 wirft bereits seine Schatten voraus: Der Ticketverkauf startet Mitte Januar 2019 mit einer Early-Bird-Aktion.

Internes Marketing-Know-how aufbauen

Zum Portfolio des bvik gehören neben den Veranstaltungen auch fachlich hochwertige Whitepaper zu Fokus-Themen, die mit Praxisleitfäden und Best Cases die Arbeit der B2B-Marketer inspirieren und professionalisieren sollen. 2018 erschienen Whitepaper zur „Erfolgsmessung im B2B-Marketing“ sowie zwei Ausgaben zum Thema „Social Media im B2B“. Das Jahr 2019 wird mit einem neuen B2B-Trend-Paper eingeläutet, weitere sind bereits in Planung. „Wenn Unternehmen international wettbewerbsfähig bleiben möchten, kann das Marketing ein entscheidender Faktor sein – schon allein durch stolze Unternehmensmarken die Tag für Tag weiterentwickelt und neuen Marktanforderungen angepasst werden müssen. Die Weiterbildung der Marketing-Mitarbeiter ist unerlässlich, um auf sich ständig wandelnde Märkte schnell reagieren zu können. Unsere Veröffentlichungen können hier eine wertvolle Unterstützung leisten“, erklärt Kai Halter.

Sprachrohr der Branche

Um die Marketing-Trends der Zukunft zu identifizieren, führt der Verband regelmäßig Erhebungen durch. Neben seiner jährlichen Studie „B2B-Marketing-Budgets“, die Auskunft

über die Verteilung der Marketingausgaben von Industrieunternehmen gibt, hat der bvik 2018 das „Trendbarometer Industriekommunikation“ ins Leben gerufen, das die TOP-Trends in der B2B-Marketing-Kommunikation identifiziert. „Der bvik entwickelt sich zum Sprachrohr der Branche. Wir greifen Trends auf und möchten Marketingverantwortliche rechtzeitig für die neuen Herausforderungen sensibilisieren. In Zeiten des kompletten Umbruchs müssen wir Marketer aktiv unsere Organisationsstrukturen anpassen und unseren Beitrag dazu leisten, unser Unternehmen zukunftsfähig zu machen und dabei auch das ein oder andere Fach-Silo infrage stellen.“

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter
http://intern.bvik.org/download/PM_17_12_2018.zip

Das Bild ist kostenfrei für redaktionelle Zwecke verwendbar unter Angabe der Quelle.

Bild 1: Kai Halter, bvik-Vorstandsvorsitzender und Director Marketing der ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG –
Quelle: NürnbergMesse, Thomas Geiger

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.

Pressematerialien bvik finden Sie auch unter <https://bvik.org/presse/>