

Pressemitteilung

Augsburg, 30. September 2015

Ansprechpartner

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.
Verena Ellenberger
Leitung der Geschäftsstelle
Am Mittleren Moos 48
86167 Augsburg
Telefon: 0821/650537-0
E-Mail: geschaefsstelle@bvik.org
Web: www.bvik.org

Social-Media-Kommunikation bahnt den Weg in den chinesischen B2B-Markt

China ist ein wichtiger Absatzmarkt für die meisten B2B-Unternehmen, viele stehen jedoch noch am Anfang ihrer Fernost-Aktivitäten. Der chinesische Markt ist hochspezialisiert und gehorcht ganz eigenen Gesetzen, die Kommunikationskultur unterscheidet sich wesentlich von der europäischen. Daher ist es vergleichsweise schwierig, in China wirtschaftlich Fuß zu fassen. Gerade die digitale Marketing-Kommunikation kann hier einen wesentlichen Beitrag zum erfolgreichen Markteintritt der Industriebetriebe leisten. Doch hinsichtlich der richtigen Strategie herrscht bei vielen Marketingverantwortlichen noch Unsicherheit. Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) hat das Thema aufgegriffen und gemeinsam mit seiner Mitgliedsagentur mediaman Gesellschaft für Kommunikation mbH in einem Workshop gezeigt, welche Spezialkenntnisse für eine erfolgsversprechende Kommunikation in chinesischen Kanälen nötig sind.

„Es ist eine große Herausforderung, in China qualifiziertes Personal für digitale Kommunikation zu finden. Der Markt ist sehr komplex und man muss deshalb bereit sein, für die

Expertise zu bezahlen“, erklärt mediaman-Geschäftsführer Armin Bieser, der den Aufbau des Agenturbüros in Shanghai vor über zehn Jahren initiiert hat. Trotz der Unsicherheit, die bei vielen B2B-Unternehmen in Bezug auf künftige China-Geschäfte vorhanden ist, macht Bieser den Teilnehmern Mut. „Es dauert einige Zeit, bis man profitabel arbeitet, deshalb braucht man Geduld. Für uns war China die richtige Entscheidung, trotz aller Herausforderungen.“

„Social“ und „Mobile“ sind dort aktuell die wichtigsten Trends, die Kommunikation muss daher gezielt darauf ausgerichtet werden. Für Chinesen ist ein mobiler Internetzugang selbstverständlich: 87 Prozent der Nutzer greifen via Smartphone auf das Internet zu. 90 Prozent aller User kommunizieren über Instant Messaging Apps, vor allem über WeChat vom Anbieter Tencent. Da Facebook, Twitter, Instagram und auch sämtliche Google-Anwendungen in China nicht mehr erreichbar sind, lohnt sich besonders die Nutzung von WeChat. Die App bietet eine Fülle an Transaktionsoptionen und ermöglicht es Unternehmen sogenannte „Public Accounts“, also offizielle Profilseiten, zu erstellen.

„Per WeChat kann man sowohl individuell mit Personen und Geschäftspartnern in Kontakt treten, als auch über automatisierte Kommunikation eine breite Masse erreichen“, erläutert Florian Zeim, Managing Director von mediaman Shanghai. Um einen solchen Public Account nutzen zu können, muss die Firma allerdings offiziell in China registriert sein. Doch für Zeim ist dies kein Hindernis: „Da die Kosten derzeit relativ gering sind, lohnt es sich für

B2B-Unternehmen auf jeden Fall, die Chance zu nutzen.“
Um die Funktionsweise der chinesischen Plattformen und Netzwerke detailliert verstehen zu lernen, ist gerade zu Beginn des Kommunikationsprozesses der Austausch mit den chinesischen Mitarbeitern vor Ort besonders wichtig. „Der beste Weg ist es, ein Vertrauensverhältnis aufzubauen und die Mitarbeiter ins Boot zu holen. Durch ihre Begeisterung können sie zu Multiplikatoren und Markenbotschaftern werden, indem sie relevante Inhalte in ihrem Netzwerk weiterverbreiten“, erklärt Zeim.

Auch wenn bislang erst wenige B2B-Erfolgsgeschichten im Bereich Social Media in China bekannt sind, so spricht alles dafür, sich jetzt digital zu rüsten – zumal deutsche Produkte in China einen guten Ruf besitzen. Gerade bei so schwer zu fassenden Märkten wie dem chinesischen kann eine professionelle Marketing-Kommunikation den Weg ebnen und die weitere strategische Ausrichtung erleichtern.

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter
http://intern.bvik.org/download/PM_30_09_2015.zip

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

Bild 1: Armin Bieser, Gründer und Geschäftsführer von
mediaman - Quelle: bvik

Bild 2: Florian Zeim, Managing Director, mediaman
Shanghai - Quelle: mediaman

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.