

Pressemitteilung

Augsburg, 5. Juli 2017

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

Veränderung – Vernetzung – Vertrauen: Die deutsche Industriekommunikation auf dem Weg in die digitale Transformation

Die rasante Digitalisierung verändert unser Verhalten, die Gesellschaft und damit die Arbeitswelt von Grund auf. In deutschen Industrieunternehmen sind es vor allem die Marketing- und Kommunikationsexperten, die die Führung auf dem Weg zur digitalen Transformation übernommen haben. „Bislang fehlt es hierzulande jedoch an digitalen Weltmarktführern“, beklagte Professor Dr. Tobias Kollmann in seiner Keynote beim diesjährigen TAG DER INDUSTRIE-KOMMUNIKATION (TIK) des Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) am 22. Juni 2017 in Fürstfeldbruck. Das Problem sei, dass Digitalisierung Veränderung und Chaos bedeute, worauf mit schnellen Entscheidungen reagiert werden müsse. Wie es uns gelingt, unsere Angst zu überwinden und couragiert für Kunden einen digitalen Nutzen zu schaffen, wurde beim bvik-Leuchtturmevent aus Sicht der Theorie und B2B-Praxis intensiv beleuchtet. Denn sicher ist: Marketing-Etats werden nicht gekürzt werden, wenn mit neuen Geschäftsmodellen Umsatz generiert wird.

Neue Unternehmenskultur gefordert

Rund 200 Marketingentscheider erfuhren beim TIK von hochkarätigen Speakern, für welche Megatrends sie sich rüsten müssen. Christoph Burkhardt, Wirtschaftspsychologe und Experte für Innovation & Kreativität, machte in seiner Rede deutlich: „Wir stehen an der Schwelle zu einem massiven Paradigmenwechsel. Dieser kann Unternehmen entweder ins Abseits stellen oder ihnen die Chance bieten, sich neu zu erfinden.“ Seiner Meinung nach wird Mitarbeitern künftig ein Höchstmaß an Flexibilität abverlangt. Gleichzeitig werde die Lerngeschwindigkeit dramatisch zunehmen müssen, um dem exponentiell steigenden Informationswachstum zu begegnen. Diese Tatsache fordert Unternehmen zu Kooperationen und Kollaboration auf globaler Ebene sowie zu massiven Weiterbildungsmaßnahmen heraus. Wichtig sei es, das Vertrauen der Kunden im digitalen Umfeld zu gewinnen, um die Datenspuren auf ihrer Customer Journey für alle Beteiligten gewinnbringend nutzen zu können. „Im digitalen Zeitalter wird Vertrauen die Währung sein“, erklärte Burkhardt. Dafür brauche es Mut, gewohnte Wege zu verlassen, auch wenn man Gefahr laufe bei manchen Innovationen zu scheitern.

Maximale Vernetzung folgt neuer Logik

Laut Trendexpertin Gebhardt löst die intelligente Vernetzung unsere Prämissen der Industriekultur ab. „Die Ausrichtung an Masse, Norm und Durchschnitt wird obsolet, wenn Märkte künftig Inhalte, Interessen und Individuen

bedienen können. Wird dieser neuen Logik nicht strukturell wie datentechnisch durch flexible Kompetenznetzwerke und Kundenzentrierung entsprochen, drohe der Deutschen Industrie eine Zukunft als Zulieferer von Google, Amazon & Co“, erklärt Gebhardt. Auch innerhalb der Organisation würden sich die menschlichen Tätigkeiten von der Prozessoptimierung zur Kundenorientierung hin verlagern: „Es ist wichtig, sich wieder auf humane Fähigkeiten, wie das Lernen voneinander, die kreative Ideenfindung, das empathische Kundenverständnis sowie den Teamgeist bei der Arbeit zu konzentrieren.“

Ein Unternehmen, dem eine starke Vernetzung innerhalb der verschiedenen Abteilungen bereits gelungen ist, ist Villeroy & Boch. In seinem Praxis-Case erläuterte Thomas Ochs, CIO bei Villeroy & Boch, beim TIK 2017, wie die Digitalisierung zu einer stark vernetzten Zusammenarbeit zwischen Marketing und IT führt: „Digitalisierung ist eine gemeinschaftliche Aufgabe und hat Auswirkungen auf alle Unternehmensbereiche. Eine tragfähige und klar formulierte digitale Unternehmensstrategie ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung der digitalen Transformation.“ Laut Ochs ist es zwingend notwendig, dass alle Mitarbeiter in den verschiedenen Abteilungen lernen, digital zu denken und einen strategischen Blick zu entwickeln. „Der Technologieschub ist ein großer Treiber bei der Umsetzung der Digitalisierung. Dennoch kommt es darauf an, die Balance zwischen agiler Nutzung der neuen technologischen Möglichkeiten und der strategischen Umsetzung zu finden“, rät er.

Erfahrungsaustausch als Chance

Die Vernetzung der Communities ist für Kai Halter, Director Marketing bei ebm-papst Muldingen GmbH & Co. KG und Vorstandsvorsitzender des bvik, ein wesentlicher Faktor des Erfolges. „Heutzutage kann sich kein Unternehmen dem digitalen Wandel entziehen. B2B-Unternehmen bieten sich dadurch neue Chancen und der Stellenwert der Unternehmenskommunikation steigt. Mein Wunsch ist, dass möglichst viele meiner Kolleginnen und Kollegen die Initiative ergreifen und sich beim bvik über ihre Projekte, Ideen und Visionen austauschen. Davon profitieren alle gleichermaßen, denn es schafft einen echten Mehrwert und nicht jeder muss das Rad neu erfinden.“

Einen ausführlichen [Nachbericht](#) sowie eine [Bildergalerie](#) zum TAG DER INDUSTRIEKOMMUNIKATION 2017 finden Sie auf der Webseite des bvik unter www.bvik.org.

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter http://intern.bvik.org/download/PM_05_07_2017.zip

Die Bilder sind kostenfrei für redaktionelle Zwecke verwendbar unter Angabe der Quelle „setphoto Thomas R. Schumann“.

Bild 1: Prof. Dr. Tobias Kollmann, Experte für E-Business und E-Entrepreneurship

Bild 2: Christoph Burkhardt, Wirtschaftspsychologe und Experte für Innovation & Kreativität

Bild 3: Birgit Gebhardt, Trendexpertin

Bild 4: Thomas Ochs, CIO, Villeroy & Boch

Bild 5: Kai Halter, Vorstandsvorsitzender des bvik und
Director Marketing, ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG

Bild 6: Rund 200 B2B-Marketingverantwortliche informierten
sich beim TAG DER INDUSTRIEKOMMUNIKATION 2017
über die Auswirkungen der digitalen Transformation und die
Megatrends der Zukunft.

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.