

Diese Veranstaltung hat bereits stattgefunden.



BVIK MITGLIEDER FÜR MITGLIEDER

Big Picture Marke im B2B: Müssen deutsche Industrieunternehmen im Zeitalter von Digitalisierung mehr in Ihre Marken investieren?

24.05.2022, 14:00 bis 18:00 Uhr

Gastgeber: Bosch Rexroth AG

Veranstaltungsort : Bosch Rexroth Kunden- und Innovationszentrum

bvik „Mitglieder für Mitglieder“ live vor Ort

Gerne werfen wir mit Ihnen einen Blick auf das Big Picture Marke im B2B. Warum muss die deutsche Industrie das Potenzial ihrer Marken nutzen, um an der Spitze zu bleiben?

Dieser Fragestellung nehmen wir uns in der gewohnten bvik-Mischung aus Impuls, praxisnahen Best-Cases und Networking an. Nach einer Begrüßung & Einführung durch Hausherr Erik Snoeijen (Vice President Corporate Marketing, Bosch Rexroth) und den bvik wird den Nachmittag medienformer Geschäftsführer und bvik-Vorstand, Jens Fleischer, mit einem Impuls „Mut in Germany statt Made in Germany“ eröffnen. Danach warten mit Andreas Häußner (Vice President Marketing, Rommelag) sowie Silke Lang (Bosch Rexroth)

mit Frederik Feil (marbet) und Tobias Brummer (Bosch Rexroth) Insights aus der Praxis für die Praxis auf Sie.

In der innovativen Umgebung des brandneuen Kunden- und Innovationszentrum im Science Park hoch über den Dächern von Ulm freuen wir uns auf den Austausch mit Ihnen und Ihre Anmeldung! Im Anschluss an die Veranstaltung wird auch die Möglichkeit zu einer optionalen Führung durch die Modellfabrik bestehen.

Die Modellfabrik, ein Teil des CU.BE, haucht Bosch Rexroths Vision der Zukunft Leben ein. Anhand von spezifischen Use Cases und echten Produktionsszenarien, inklusive Intralogistik, demonstriert die Modellfabrik das starke und gleichermaßen nutzerfreundliche Portfolio von Bosch Rexroth. Man bekommt einen realistischen Eindruck, wie Produktionen in der Zukunft aussehen werden!

Die Buchung durch die Modellfabrik ist derzeit ausgebucht.

Ganz unter dem Motto „In Ulm, um Ulm und um Ulm herum“ finden Sie HIER weitere Informationen zu der charmanten Stadt an der Donau. Den Anfahrtsplan sowie eine Auflistung der Parkmöglichkeiten - **ACHTUNG!** für die bvik-Veranstaltung ist P4 als Parkplatz vorgesehen - vor Ort halten wir in der rechten Seitenleiste für Sie bereit.

Bei dieser Veranstaltung greift die 3G-Regel. Bitte halten Sie am Eingang Ihren Nachweis sowie ein Ausweisdokument bereit. Vielen herzlichen Dank!

Wir wünschen Ihnen eine gute Anreise!

Ebenfalls das Thema „Big Picture Marke“ beleuchtet der digitale Workshop der wob AG am 31. März. Alle Informationen zum interaktiven Seminar finden Sie HIER.

Inhalt

Folgende Vorträge warten u.a. auf Sie:

Impuls medienformer: Mut in Germany statt Made in Germany

Jens Fleischer, Geschäftsführer, medienformer

Jens Fleischer, Geschäftsführer bei medienformer aus Stuttgart, zeigt in unterhaltsamer Weise mit einem Experiment, warum immer noch viele deutsche B2B-Unternehmen in der Made-in-Germany-Falle sitzen und wie man mit Marken Polarisierung sein Marken-Schicksal in die eigene Hand nehmen kann. So wie es die Marke Rommelag gemacht hat.

Mission Rommelag – von der Marke zur Marke

Andreas Häußner, Vice President Marketing, Rommelag Unternehmensgruppe

Andreas Häußner, Vice President Marketing bei Rommelag, schildert aus Unternehmenssicht, mit welchen Herausforderungen man in der Markenarbeit klarkommen muss und welche Erfolge man verbuchen kann.

Das Potential der Marke Rexroth als Transformationstreiber nutzen, geht das?

Tobias Brummer, Head of Brand Management und Brand Communications, Bosch Rexroth

Diese Frage steht im Mittelpunkt des Vortrages von Tobias Brummer. Er gibt Antworten, wie es die traditionsreiche Industriemarke Rexroth in kurzer Zeit geschafft hat, diese Frage mit einem klaren „Ja“ zu beantworten.

Freuen Sie sich auf spannende Erkenntnisse und Inhalte. Die Digitalisierung beschleunigt den Wandel bei Bosch Rexroth intern und extern, die Corona-Krise hat das Kommunikationsverhalten der Marke Rexroth maßgeblich verändert und die Rexroth Markenarchitektur fördert stringente Markenerlebnisse bei vielen Anforderungen.

Das Hybride Markenerlebnis – vom live Event zur digitalen Inszenierung

Silke Lang, Director Marketing Mobile Hydraulics, Bosch Rexroth AG

Frederik Feil, Account Director, marbet Marion & Bettina Würth GmbH & Co. KG

Kundenveranstaltungen bieten im B2B immer noch ein Kernelement der direkten Kundenkommunikation. Sowohl live als auch digital bringen Sie Menschen zusammen und schaffen so eine Plattform für Information, Interaktion und Austausch. Am Beispiel der MOBILE live & digital zeigen wir, wie mit cleveren Inhalts-Konzepten zwei Formate gedacht und umgesetzt wurden mit dem Ziel unsere Kunden mit Neuheiten aus dem Hause Rexroth zu begeistern.

Änderungen des Ablaufs sind vorbehalten.

Ziele

- Wir stellen uns mit Ihnen die Frage, was die Marke „made in Germany“ noch wert ist.
- Wir verraten Ihnen, wie Sie das Potential der Marke als Transformationstreiber nutzen können.
- Erfahren Sie, warum "Mut in Germany statt Made in Germany" Ihre Maxime sein sollte.
- Tauschen Sie sich vor Ort live mit Experten und Kollegen aus.
- Nehmen Sie praktikable Lösungen zum Einsatz in Ihrem Unternehmen mit.

Zielgruppe

- Marketing-Verantwortliche aus Industrieunternehmen
- Projekt-Verantwortliche aus Agenturen
- Event-Manager
- Markenverantwortliche
- Fach- und Führungskräfte
- Geschäftsführer (CEO, CMO, CDO, CHO ...)

Referenten



Tobias Brummer

Head of Brand Management und Brand Communications, Bosch Rexroth

Tobias Brummer verantwortet das globale Brand Management und Brand Communications bei der Bosch Rexroth AG. Jahrzehntelange Erfahrungen und unzählige Projekte in diesen Bereichen prägen seinen beruflichen Werdegang. Die aktuelle Herausforderung ist es die digitale Transformation der runderneuerten Traditionsmarke Rexroth im Unternehmen und nach extern hin zum Markt und zu Kunden innovativ erlebbar zu machen.



Jens Fleischer

Geschäftsführer, medienformer

Jens Fleischer ist Geschäftsführer bei der Stuttgarter B2B Markenagentur medienformer. Als gelernter Kaufmann und studierter Betriebswirt begann er zunächst als Texter und Konzeptioner bei RTS Rieger Team zu arbeiten. Später übernahm er dort die Führung der Unit E-Business.

Gleichzeitig betreute er als klassischer Kundenberater die Etats etlicher bekannter BtoB-Marken. Nach drei weiteren Stationen in der Geschäftsleitung und als Gesellschafter namhafter Agenturen stieß er Anfang 2016 zu medienformer in Stuttgart.

Jens Fleischer ist Gründungsmitglied des bvik und seit Mai 2014 im Vorstand.



Andreas Häußner

Vice President Marketing, Rommelag

Unternehmensgruppe

Andreas Häußner ist Vice President

Marketing bei der Rommelag

Unternehmensgruppe. Als Marketing-

Allrounder verfügt er über mehr als 15 Jahre

Berufs- und Branchenerfahrung im Bereich

Sondermaschinenbau im Pharmaumfeld.

Neben der klassischen

Unternehmenskommunikation zeichnete er

für mehrere Marken-Relaunches und

Strategieprojekte verantwortlich. Seit 2014

baut er die Marketing-Organisation bei

Rommelag kontinuierlich auf und aus. An

der Reinhold-Würth-Hochschule studierte

Andreas Häußner, Betriebswirtschaftslehre

und Marketing.



Silke Lang

bvik-Vorstand & Director Marketing Mobile Hydraulics, Bosch Rexroth AG

Silke Lang studierte

Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Kempten und der Università di Bari.

Zusätzlich absolvierte sie ein Aufbaustudium zum Electronic Marketing-Fachwirt an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) in München.

Im Juni 2006 trat Lang in die Bosch Gruppe ein und übernahm die Gruppenleitung

Werbung und Kommunikation des

Geschäftsbereichs Hydraulik. Ab Juni 2010

war sie als Leitung Marketing bei der Bosch

Rexroth AG verantwortlich für das

Verkaufsgebiet Europa Mitte (DCEM). Seit

April 2018 verantwortet sie das

internationale Marketing der Business Unit

Mobile Hydraulics mit weltweiter

Koordination aller Marketing Aktivitäten

dieses Geschäftsbereichs.

Silke Lang ist seit Mai 2015 im Vorstand des bvik.



Erik Snoeijen

Vice President Corporate Marketing, Bosch Rexroth

Erik Snoeijen ist als Vice President Corporate Marketing einer der Treiber der aktuellen Transformation von Bosch Rexroth. Nach Abschluss seines Master-Studiums Betriebswissenschaft ist er seit 1997 innerhalb des Bosch Unternehmens tätig. Er hat einen reichhaltigen Erfahrungsschatz gesammelt durch eine Vielfalt an Sales- und Marketing Aufgaben, sowohl in Deutschland als auch in den Niederlanden. Der Ausbau des digitalen Footprints im B2B-Unternehmen Rexroth ist eine der aktuellen Herausforderungen.



Frederik Feil

Account Director, marbet Marion & Bettina Würth GmbH & Co. KG

Frederik Feil betreut als Account Director bei der Agentur marbet u.a. Bosch Rexroth. 2021 zeichnete er mit seinem Team für die Konzeption und Umsetzung der MOBILE live & digital verantwortlich.

Die Agentur marbet konzipiert, plant und realisiert seit über 25 Jahren Events und Live-Kampagnen für Marken, Mittelstand und Konzerne und wurde 1996 von den beiden Würth Töchtern Marion und Bettina gegründet.

Gastgeber

Bosch Rexroth AG

Bosch Rexroth sorgt als ein weltweit führender Anbieter von Antriebs- und Steuerungstechnologien für effiziente, leistungsstarke und sichere Bewegung in Maschinen und Anlagen jeder Art und Größenordnung. Das Unternehmen bündelt weltweite Anwendungserfahrungen in den Marktsegmenten Mobile Anwendungen, Anlagenbau und Engineering sowie Fabrikautomation. Mit intelligenten Komponenten, maßgeschneiderten Systemlösungen sowie Dienstleistungen schafft Bosch Rexroth die Voraussetzungen für vollständig vernetzbare Anwendungen. Bosch Rexroth bietet seinen Kunden Hydraulik, Elektrische Antriebs- und Steuerungstechnik, Getriebetechnik sowie Linear- und Montagetechnik einschließlich Software und Schnittstellen ins Internet der Dinge. Mit einer Präsenz in mehr als 80 Ländern.

Mehr Informationen unter www.boschrexroth.com.

Profil

Erforderliche Vorkenntnisse zum Thema Marke

Grad an Interaktivität

Praxisbezug

- **bvik Workshop "Transformation im Big Picture: Zukünftige Herausforderungen und Handlungsoptionen von Marken im B2B"**

KONTAKTDATEN

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)

Geschäftsstelle

Am Alten Gaswerk 20

86156 Augsburg

Tel: [0821 999 764-80](tel:082199976480)



Mitglied
werden