

Diese Veranstaltung hat bereits stattgefunden.



BVIK MITGLIEDER FÜR MITGLIEDER

# Vom Hidden Champion zum Brand Champion: Erfolgreiche Markenführung im B2B

21.02.2019, 13:30 bis 17:00 Uhr

Gastgeber: HIMA Paul Hildebrandt GmbH

Veranstaltungsort: HIMA Paul Hildebrandt GmbH, Brühl

Hidden Champions wie das Familienunternehmen HIMA aus Brühl bei Mannheim mit 800 Mitarbeitern stehen im Zentrum der digitalen Veränderung in der Industrie. Viele Unternehmen wandeln sich dabei vom reinen Produktlieferanten zum Lösungsanbieter. Die neuen Leistungsversprechen müssen natürlich im Markenauftritt wiedergespiegelt werden, denn professionelle Markenführung ist für den Erfolg im B2B-Bereich essentiell. Die Zeiten

von statischen Marken sind jedoch vorbei. Der fortwährende Wandel und die digitale Transformation verschonen auch nicht das Branding. Daher sind heute fluide Marken erfolgreich. Diese passen sich an den jeweiligen Kanal oder die jeweilige Zielgruppe an und bleiben dabei dennoch unverwechselbar und transportieren konsistente Werte.

Während der **bvik-Veranstaltung** erhielten die Teilnehmer Einblicke in Rebranding Prozesse aus verschiedenen Perspektiven.

Smart Safety: Sicherheit bekommt ein neues Gesicht - Wie sich ein Familienunternehmen im digitalen Zeitalter neu positioniert

*Dirk Bolz, Director Global Marketing, HIMA Paul Hildebrandt GmbH*

HIMA ist der führende Anbieter für industrielle Sicherheitstechnik. In diesem Umfeld vermarkten Ingenieure komplexe Lösungen und Produkte an Fachexperten. Der Markenauftritt von HIMA war daher bislang eher nüchtern und „technisch“. Mit der digitalen Transformation verändert sich jedoch der Markt, die Anforderungen an die Kommunikation steigen. HIMA hat die Chance erkannt, die eigene Marke jetzt emotional aufzuladen und sich so im Wettbewerb eindeutiger zu positionieren.

Das Familienunternehmen wandelt sich vom Produkthersteller zum global vernetzten Premiumanbieter smarterer Safety-Lösungen. Marketing treibt diesen Wandel voran. Dirk Bolz gab vor Ort einen exklusiven Einblick, was bisher erreicht worden ist.

„Smart ist eine Geisteshaltung“ (Steffen Philipp)

Als Basis war sehr schnell klar, dass der Family Spirit von innen nach außen mit Leben befüllt werden muss. So wurden in Workshops sowohl Mitarbeiter eingebunden, als auch eine weltweite Kundenbefragung durchgeführt. Das Resultat - HIMA als Problemlöser - wurde 2017 zunächst intern implementiert, bevor im Anschluss der externe Rollout folgte. Die Neupositionierung der HIMA mit dem Smart Safety Hub als Knotenpunkt sei aber noch eine sehr junge Reise, so Bolz, ein kontinuierlicher Prozeß, der nie endet.

Fluide Markenführung: Kommunikation in einer Welt, die verschwindet

*Sebastian Callies, Geschäftsführender Gesellschafter von Callies & Schewe*

Die Digitalisierung ist in vollem Gang: Kunden suchen Halt und Orientierung in einer Welt, die vor ihren Augen verschwindet. Wie kann Kommunikation in diesem Umfeld überhaupt noch funktionieren? Im Vortrag von Sebastian Callies erfuhren die Teilnehmer, wie Sie sich mit fluider Markenführung erfolgreich positionieren - und so dauerhaft erfolgreich bleiben und welche neue Rolle der Markenmanager in diesem Kontext einnimmt.

Markenauftritt: rigide vs. fluide

Aus der Sicht des Experten muss sich die B2B Marke der **Zukunft** über eine stufenweise

Entwicklung generieren. Wichtig sei ein neues Mindset und die Akzeptanz des Silicon Valley Spirits „Speed is better than perfection“, sieht Callies die Anforderung an die neue Einstellung der Kunden, dass alles immer sofort verfügbar sein müsse.

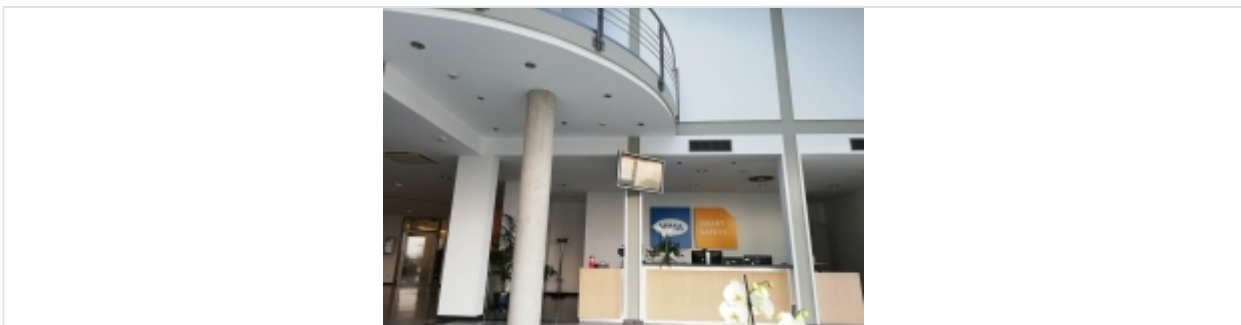
Praxisvortrag: Aus der Nische zur Marke

*Volker Kohlstetter, Mitbegründer und Geschäftsführer, xft GmbH*

*Friederike Sahn, Marketing Managerin, xft GmbH*

IT-Dienstleister aus dem SAP-Umfeld sind in einem Markt der Ähnlichkeiten: Viele bieten vergleichbare Services, Unterschiede sind für potenzielle Kunden kaum auszumachen. Die Dienstleister setzen in der Kommunikation daher meist auf ihre Kontakte und ihre Kompetenz in der Nische. Das wird künftig nicht mehr reichen, dachte sich die xft GmbH aus Walldorf - und begann, sich als Marke zu verstehen. Was das ausgelöst hat und wo die Reise hinführen wird erläuterten Volker Kohlstetter und Friederike Sahn den Marketing-Experten Ihren integrativen und fluiden Ansatz.

Bildergalerie:





















Präsentation XFT | Aus der Nische zur Marke







