

Pressemitteilung

Augsburg, 7. August 2019

Ansprechpartner

Dominik Schubert
PR-Referent

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

Big Data & Data Analytics sind die TOP-Trends der B2B-Kommunikation

Big Data & Data Analytics sind die eindeutig stärksten Trends im Bereich B2B-Marketing und -Kommunikation, bleiben jedoch auch die größten Herausforderungen für B2B-Unternehmen. Das ist das Ergebnis des Trendbarometers Industriekommunikation, das der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) in Zusammenarbeit mit seinem Hochschul-Mitglied DHBW Mosbach durchgeführt hat. Zu den TOP-Trends zählen darüber hinaus digitale Plattform-Geschäftsmodelle sowie Social Selling, Chatbots und das Aufbrechen von Silo-Strukturen.

Fehlendes Know-how als große Herausforderung

Mit einer Zustimmung von 83 % unterstreichen die befragten Marketer, dass Big Data & Data Analytics alle anderen Trends in B2B-Marketing und -Kommunikation dominieren. Prof. Dr. Seon-Su Kim, Leitung Campus Bad Mergentheim, Duale Hochschule Baden-Württemberg Mosbach, der das bvik-Trendbarometer wissenschaftlich betreut, findet es dabei „alarmierend, dass über zwei Drittel der befragten

B2B-Marketing- und Kommunikationsexperten sich noch nicht oder nur teilweise ausreichend über Big Data und Data Analytics informiert fühlen.“ Trotz der enormen Chancen, die die Digitalisierung im Bereich der Datenanalyse bietet, sind diese Themen bei den Unternehmen noch nicht wirklich angekommen. Dies zeigt auch die Tatsache, dass aktuell nur 21 % der Befragten Big Data & Data Analytics in ihren Unternehmen nutzen. „Fast 92 % bestätigen zudem, dass das Know-how in der B2B-Marketing-Organisation nicht oder nur teilweise vorhanden ist. Hier besteht dringend Nachholbedarf“, erläutert Kim.

Dieser Meinung ist auch Dr. Andreas Bauer, bvik-Vorstand und Vice President Corporate Marketing Strategy & Operations der KUKA AG: „Die Herausforderung von Big Data besteht darin, Daten intelligent zu lesen und somit Smart Data daraus zu machen. Hierfür müssen wir im B2B-Marketing spezielles Expertenwissen im Bereich Data Analytics aufbauen.“

Höherer Marketing-Stellenwert dank Data Analytics?

Dr. Andreas Bauer sieht im Thema Data Analytics die Chance, den Stellenwert des Marketings im Unternehmen zu erhöhen. So können durch Marketing Automation und Data-Analytics-Instrumente alle Daten, die an den verschiedenen Touchpoints der Customer Journey generiert werden, intelligent verarbeitet und ausgewertet werden. „Es entsteht ein 360°-Blick auf den Kunden, der es auch im B2B ermöglicht, den Weg von der Marketingmaßnahme bis hin zum Verkaufsabschluss genau nachzuverfolgen. Dies führt

zu einer besseren Erfolgsmessung der Marketing-Aktivitäten, wodurch auch der Beitrag des Marketings zum Unternehmenserfolg deutlicher wird und der Stellenwert unserer Arbeit steigt.“ Diese Einschätzung bestätigt auch das bvik-Trendbarometer: Für 68 % der befragten Marketer eignen sich Big Data & Data Analytics besonders für eine bessere Messung des Marketingerfolgs.

Marketing als Treiber digitaler Geschäftsmodelle

Eine hohe Relevanz identifiziert das Trendbarometer außerdem im Bereich digitaler Plattform-Geschäftsmodelle. So stimmten 78 % der Behauptung zu, dass diese das B2B-Marketing in Zukunft verändern werden. Der Treiber der digitalen Geschäftsmodelle ist laut der 72 % der Befragten das Marketing selbst, dem zukünftig eine hohe strategische Bedeutung zukommt. Diese Einschätzung ist im Vergleich zum Vorjahr sogar um elf Prozent gestiegen.

Die TOP-Trends der B2B-Kommunikation 2019:

1. Big Data & Data Analytics
2. Plattform-Geschäftsmodelle
3. Marketing als Treiber digitaler Geschäftsmodelle
4. Social Selling
5. Chatbots in der B2B-Kundenkommunikation
6. Aufbrechen der Silo-Strukturen
7. Account Based Marketing (ABM)
8. Blockchain
9. Trennung zwischen B2B- und B2C-Marketing
10. Digitalisierung als Herausforderung für Unternehmen

Zum bvik Trendbarometer Industriekommunikation:

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) ermittelt in regelmäßigen Abständen im „Trendbarometer Industriekommunikation“, welche Themen B2B-Marketer aktuell und in Zukunft beschäftigen, um damit die Branche regelmäßig für neue Entwicklungen zu sensibilisieren. In Zusammenarbeit mit dem bvik-Hochschul-Mitglied DHBW Mosbach hat der Verband über 300 Marketer von Industrieunternehmen, Kommunikationsdienstleistern und Hochschulen befragt und die zehn wichtigsten Trend-Fragen der Industriekommunikation identifiziert. Zusätzlich vertieft die Umfrage in weiteren Fragen das Focusthema „Big Data & Data Analytics“. [Zu den Ergebnissen](#)

Mehr zum TOP-Thema „Big Data“ finden Sie in unserem [B2B Experten Blog](#) und im Video-Interview mit bvik-Vorstand Dr. Andreas Bauer (KUKA AG).

- [Video-Interview mit bvik-Vorstand Dr. Andreas Bauer](#)
zu den Ergebnissen des Trendbarometers
- [Datenmanagement im B2B-Vertrieb – Vorsprung durch Wissen](#)
(Blogbeitrag von Michael Larche, Echobot)
- [Big Data: Jäger und Sammler der Zukunft](#)
(Blogbeitrag bvik)

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter
http://intern.bvik.org/download/PM_07_08_2019.zip

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

Bild 1: Prof. Dr. Seon-Su Kim, Leitung Campus Bad
Mergentheim, DHBW Mosbach – Quelle: DHBW Mosbach

Bild 2: Dr. Andreas Bauer, bvik-Vorstand und Vice
President Corporate Marketing Strategy & Operations der
KUKA AG – Quelle: Thomas R. Schumann

Bilder 3 + 4: TOP-Trend Big Data & Data Analytics
(animierte Grafik / nicht animierte Grafik) – Quelle: bvik

Bilder 5 + 6: Key Visuals „bvik Trendbarometer
Industriekommunikation“ – Quelle: bvik

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