

WORUM GEHT ES?
Inhaltsangabe zur Vollversion

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.

WHITEPAPER

„MESSEKOMMUNIKATION IM B2B“ IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN LIVE-ERLEBNIS UND VIRTUELLEM RAUM

MESSEN IM DIGITALEN ZEITALTER
AUSLAUFMODELL ODER WICHTIGER DENN JE?

MESSEN PLANEN UND UMSETZEN
ERFOLGSFAKTOREN UND STOLPERSTEINE

MESSESTÄNDE 4.0
REALE VERSUS VIRTUELLE WELT

VERMARKTUNG ÜBER DIGITALE KANÄLE
SOCIAL MEDIA UND APPS IM MESSE-UMFELD

PRAXISLEITFADEN
13 TIPPS FÜR DIE MESSEKOMMUNIKATION

CASE STUDY
NEUER MESSEAUFTRIFF FÜR VOESTALPINE RAILWAY SYSTEMS



EINFÜHRUNG IN DAS THEMA

Messen sind für B2B-Unternehmen eines der wichtigsten Instrumente im Marketing-Mix. Sie sind die ideale Plattform, um mit Interessenten, Partnern und Lieferanten zusammenzukommen, sich auszutauschen und Geschäftskontakte anzubahnen. Daran hat auch das Aufkommen digitaler Kommunikationsmöglichkeiten nichts geändert. Dahinter steht das Bedürfnis der B2B-Käufer, im persönlichen Gespräch Fragen zum Produkt klären und sich ein Bild vom Anbieter machen zu können. Gerade im B2B-Bereich, in dem es häufig um hohe Investitionen geht, ist dieses Bedürfnis besonders groß. Interessenten wollen Unternehmen live erleben und mit den Mitarbeitern sprechen, um zu beurteilen, ob die Vertrauensbasis für eine langfristige Zusammenarbeit gegeben ist. Und diese zwischenmenschlichen Kontakte scheinen umso wichtiger zu werden, je digitaler unsere Welt wird.

Die Digitalisierung hat also an der Bedeutung von Messen nicht viel geändert, dennoch hat sie Auswirkungen auf die Messekommunikation. So lässt sich der Kontakt mit Messebesuchern heute besser vorbereiten, effizienter durchführen und genauer auswerten. Soziale Medien ermöglichen eine zielgerichtete und effiziente Kundenansprache. Außerdem machen Anwendungen wie Virtual-Reality-Applikationen Produkte am Stand auf eine völlig neue Art erlebbar.

Dieses Whitepaper zeigt auf, worauf Unternehmen bei der Messekommunikation im digitalen Zeitalter achten müssen und wie sie reale und virtuelle Welt sinnvoll verknüpfen, um die Potenziale einer Messebeteiligung optimal auszuschöpfen.

Interesse an der Vollversion des Whitepapers?

Das Whitepaper ist exklusiv für bvik-Mitglieder erhältlich. Nicht-Mitglieder können das Whitepaper gegen eine Schutzgebühr bei der bvik-Geschäftsstelle bestellen.

- **Sind Sie bereits Mitglied?**

Dann loggen Sie sich bitte auf der bvik-Webseite ein und starten Sie den Download!

www.bvik.org

- **Haben Sie Interesse an einer Mitgliedschaft?**

Dann melden Sie sich gern bei der bvik-Geschäftsstelle!

Tel. 0821 650 537-0

E-Mail: geschaeftsstelle@bvik.org

Impressum

Herausgeber: Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)

Am Mittleren Moos 48

86167 Augsburg

Tel: 0821 650 537-0

E-Mail: geschaeftsstelle@bvik.org

www.bvik.org

Redaktion: Tanja Josche

Gestaltung: Publicis Pro

Satz: aia orange – büro für gestaltung

Stand: April 2019

Copyright: bvik

Bildnachweis:

- S. 1: gear_164613468, ©young Hipster wearing virtual reality goggles on a games Trade fair_cfotostock
- S. 4: Dr. Peter Neven, Hauptgeschäftsführer AUMA, ©AUMA
- S. 7: Jan Kalbfleisch, Vorstandsmitglied des R.I.F.E.L. e.V. und Geschäftsführer des FAMAB Kommunikationsverband e.V., ©FAMAB
- S. 8: Katrin Friehmelt, Marketing Manager Industry, Energy and Logistics, Deutsche Messe AG, ©Deutsche Messe AG
- S. 12: „Magic Box“ von ebm-papst auf der ISH 2017, ©ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG
- S. 13: Dr. Michael Melcher, Abteilungsleiter Produkt- und Innovationsmanagement, NürnbergMesse GmbH, ©NürnbergMesse GmbH
- S. 18: Ann-Christin Theyßen, Social-Media-Managerin, ifm electronic gmbh, ©ifm electronic gmbh