

Pressemitteilung

Augsburg, 2. Juli 2020

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

Virtueller B2B-Kongress setzt neue Benchmark: TIK DIGITAL 2020 als Branchentreff mit virtuellem Face-to-Face-Erlebnis

Der bvik – der Industrie-Verband für Kommunikation & Marketing – transformiert große B2B-Konferenz mit gelungenem Kick-off in digitales Event-Universum.

Bereits zum achten Mal feierte der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) seinen Zukunftskongress TAG DER INDUSTRIEKOMMUNIKATION – dieses Jahr komplett virtuell und verlängert durch Online-Workshops seiner Partner. Zwei hochkarätig besetzte TIK-Masterclasses im September runden das Event-Universum ab. Anstatt die Veranstaltung abzusagen, hat sich der Verband noch in Zeiten des kompletten Lockdowns im April entschlossen, sich der Herausforderung zu stellen und das Event innerhalb von weniger als sechs Wochen in den digitalen Raum zu verlagern. Durch die Transformation in das neue Format erlebte und bestand der Claim „B2B-Marketing der Zukunft: IDENTITY – TECHNOLOGY – EMOTION“ seinen Härtestest in der eigenen digitalen Umsetzung.

Erfolgreicher Kick-off mit Online-Konferenz

Der Startschuss für das komplett neu geschaffene Event-Universum fiel mit einer virtuellen Konferenz am 25. Juni 2020. „Wir wollten keine Hängepartie zwischen absagen, verschieben oder digital anbieten“, erläutert Kai Halter, Vorstandsvorsitzender des bvik und Director Marketing der ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG. „Der bvik steht für Innovation, Trendführerschaft und inhaltliche Tiefe in der Industriekommunikation. Wir haben die Challenge angenommen und wollten unseren Mitgliedern einen Best Case bieten, der zeigt, wie professionelle Content-Vermittlung inklusive Networking auf das nächste Level gehoben werden kann“, beschreibt Halter das große Event-Projekt. „Mit rund 300 Teilnehmern beim Kick-off ist das Experiment dank herausragender Dienstleister und Partner aus unserem Profi-Netzwerk geglückt“, freut sich der Vorstandsvorsitzende über das durchweg positive Feedback auf den verschiedensten Kanälen.

Gemeinsam mit der wob AG und SportBrain Entertainment ist die virtuelle Umsetzung innerhalb weniger Wochen gelungen. „Wir sind sehr stolz, dass wir die komplette Produktion und das Streaming des TIK DIGITAL 2020 umsetzen durften. Das wohl wichtigste B2B-Event in der DACH-Region in nur sechs Wochen in den virtuellen Raum zu übertragen – das war eine durchaus herausfordernde, aber auch extrem spannende Aufgabe, die wir dank der hervorragenden Zusammenarbeit mit dem bvik und der wob mit Bravour gemeistert haben“, zeigt sich Christoph von

Külmer, Geschäftsführer SportBrain Entertainment, begeistert.

Herausforderungen der B2B-Marketing-Kommunikation

Formate, Marketing-Inhalte, Vertriebswege, Art der Produkte und auch die Rolle des Marketings müssen sich den neuen digitalen Anforderungen anpassen. Gerade im Bereich Events und Messen hat sich dieses Jahr für viele schmerzlich gezeigt, wie rasant kreative Lösungen, agiles Mindset und Technologie-Know-how auf die Tagesordnung gespült werden können. Laut TIK-Referent Dr. Uwe Seebacher, Global Director Marketing, Communication & Strategy der ANDRITZ AG, „kann es sich kein Unternehmen mehr leisten, eine Marketing-Abteilung zu haben, die nur Broschüren druckt und Events veranstaltet. Marketing kann heute ein wesentlicher Umsatztreiber werden.“ Auch Hendrik Bittenbinder, Leiter Digital Business, E-Commerce und Marketing Kommunikation der J. Schmalz GmbH, ermutigte die Branche während seines Vortrags zu mehr Innovationsbereitschaft: „Mein Gefühl ist, dass digitale Geschäfte in B2B-Welten signifikant Fahrt aufnehmen. Das Thema wird deutlich relevanter, aber weil die Anforderungen entsprechend steigen, wird es deutlich komplexer. Technologie, Strategie und Organisation müssen hier nahtlos ineinandergreifen.“

Fokus auf Inhalt und Interaktion

Die Erfahrung zeigt, dass Teilnehmer bei Online-Events erheblich selektiver und fokussierter unterwegs sind als bei

Präsenz-Veranstaltungen. Zeit ist wertvoll – und muss daher werthaltig gestaltet werden. Der bvik setzt deshalb seit jeher inhaltlich auf eine hohe Flughöhe und spezifischen B2B-Fokus. Beim TIK DIGITAL 2020 wurden die Themenblöcke bewusst in drei parallele Sessions aufgeteilt, sodass sich jeder Teilnehmer gezielt nach seinen Interessen entscheiden konnte: Identity: Marketing zum Transformationstreiber machen, Technology: Performance steigern und Effizienz gewinnen und Emotion: Mitarbeiter aktivieren und Kunden faszinieren.

Gerade bei Branchenevents ist neben den Inhalten auch das Networking ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Erfrischend anders als bei gewöhnlichen Webinar-Formaten war die „Marketing-Muntermacher-Bar“, gesponsert von bvik-Fördermitglied SC-Networks, – ein krönender Abschluss der Konferenz und eine erlebnisorientierte Ergänzung der Live-Chats und Q&A-Sessions während des Programms. Auf spielerische Weise per Drag-and-Drop des persönlichen Avatars konnten sich die Teilnehmer an virtuellen Thementischen live und ungezwungen mit Ton und Webcam in die laufenden Gespräche einklinken. „Der erste TIK DIGITAL ist für uns etwas ganz Besonderes, weil es uns gelungen ist, ein Erlebnis zu konzipieren, zu gestalten, zu programmieren und zu realisieren. Ein Erlebnis, das die Identität des „realen“ TIK in den digitalen Raum überträgt und den Dreiklang – bestehend aus Information, Interaktion und Entdecken – auf der technischen Plattform attraktiv und unterhaltsam vereint. Für mich persönlich ist das Tüpfelchen auf dem i, dass wir damit auch voll im TIK-Themenkomplex Identity, Technology und Emotion liegen“, freut sich Dennis

Güth, Account Director der wob AG, die das Projektmanagement des TIK DIGITAL 2020 gemeinsam mit dem bvik realisiert hat. Kai Halter ist überzeugt, dass die Community bis September noch einige interessante Touchpoints mit dem bvik und der digitalen Transformation eines Events erleben wird. Er betont, dass gerade 2020 eine Event-Reihe dieser Güteklasse für den bvik ohne seine Partner und Förderer nicht möglich gewesen wäre. Das Credo des Verbands „Lernen von den Besten im B2B“ kann hier ergänzt werden mit „unterstützt von den Mutigsten und Innovativsten im B2B“.

Zukunft gestalten heißt Verantwortung übernehmen: Charity-Aktion von bvik und SC-Networks

So wie der TIK DIGITAL 2020 für die Zukunft im Marketing steht, will der bvik gemeinsam mit SC-Networks/Evalanche Kinder aus benachteiligten Familien unterstützen. Mit der Charity-Aktion „Gesunder Weg in die Ausbildung“ sammeln sie Spenden für Kinder und Jugendliche der Einrichtung Weitblick Jugendhilfe e.V. in Dachau. Mit der Spendensumme soll ein Herzenswunsch der Jugendlichen erfüllt und Fahrräder für den Weg zur Schule, Ausbildung oder zum Praktikum angeschafft werden. „Wir wünschen uns, dass viele Firmen oder Privat-Spender unserem Beispiel folgen. Gerade kleinere gemeinnützige Einrichtungen tun sich oft schwer selbst Spendeninitiativen zu starten. Umso dankbarer nehmen sie unsere Hilfe an“, bekräftigt Ramona Kaden, Geschäftsführerin des bvik.

Weitere Infos und Spendenmöglichkeiten finden Sie unter <https://bvik.org/tik-2020/charity-aktion/>.

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter http://intern.bvik.org/download/PM_02_07_2020.zip

Die Bilder sind kostenfrei für redaktionelle Zwecke verwendbar unter Angabe der Quelle „bvik“.

Bild 1: v.l.n.r. Christoph von Külmer, Geschäftsführer SportBrain Entertainment und Kai Halter, bvik-Vorstandsvorsitzender und Director Marketing der ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG)

Bild 2: Dr. Uwe Seebacher, Global Director Marketing, Communication & Strategy, ANDRITZ AG

Bild 3: Hendrik Bittenbinder, Leiter Digital Business, E-Commerce und Marketing Kommunikation, J. Schmalz GmbH

Bild 4: Dennis Güth, Account Director und Team Lead Digital Advertising, wob AG

Bilder 5 + 6: Virtuelle Umgebung des TIK DIGITAL 2020

Bild 7: Marketing-Muntermacher-Bar powered by SC-Networks/Evalanche

Bild 8: Ramona Kaden, Geschäftsführerin des bvik

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik), der Industrie-Verband für Kommunikation & Marketing, 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/>.