

B2B Markenforum Die erste Veranstaltung im Wiener Haus der Industrie erreichte knapp 120 Firmenvertreter und Experten aus der DACH-Region

Der Mensch bleibt der Schlüssel

Das digitale Zeitalter braucht im B2B-Bereich weniger Ratio als vielmehr umfassenden Vorausblick und Wandlungsbereitschaft.

CHRIS HADERER

Wien. Spannende Themen und Fragen waren es, die vergangenen Montag im Rahmen des ersten „B2B Markenforums“ im Haus der Industrie erörtert wurden. An die 120 Geschäftsführer, Marketer und Kommunikationsexperten aus Österreich, Deutschland und der Schweiz folgten dem Ruf des Veranstalters Symbiosis Strategy & Branding auf den Wiener Schwarzenbergplatz. Geboten wurden insgesamt 13 Vorträge, in denen die Referenten zum Thema emotionsgeladene Markenführung Stellung nahmen, darunter Vertreter von klingenden Unternehmen wie beispielsweise Bilfinger, Magna, Swarovski, Lenze, Oracle, Herba Chemosan, Palfinger oder Kapsch.

Unternehmensstrategien

Bei Symbiosis ist man mit der ersten Ausgabe des Forums – im nächsten Jahr soll die Veranstaltung eine Neuauflage erleben – „sehr happy; die Resonanz war aus unserer Sicht ausgesprochen positiv“, kommentiert Christoph Harringer, Geschäftsführer von Symbiosis. „Trotz der kurzen Vorlaufzeit des Forums haben wir knapp 120 Teilnehmer erreicht – und das sind mehr, als wir uns für das erste Jahr eigentlich erwartet haben. Wir haben unsere Zielgruppe aus dem B2B-Bereich optimal erreicht.“

Die Reaktion vieler Teilnehmer war: „Super, dass es so eine Veranstaltung in Österreich endlich gibt, weil im B2B-Bereich die Uhren doch ein wenig anders gehen als am Consumer-Sektor“, fasst Harringer zusammen.

„Wir haben mehr Teilnehmer erreicht, als wir uns für das erste Jahr erwartet haben – und sind über den Erfolg sehr glücklich.“

CHRISTOPH HARRINGER
SYMBIOSIS

„Bei einer solchen Veranstaltung kann jeder sehr viel mitnehmen und die Strategien anderer Unternehmen kennenlernen“, umreißt Stefan Seidl, bei der Palfinger AG zuständig für Brand Management und Advertising, seine Motive zur Teilnahme am B2B Markenforum. In seinem Vortrag erklärte Seidl, der auch als Blogger bekannt ist, wie „wir mit Mergers und Acquisitions umgehen, was die Kriterien sind, aus denen wir Firmen über-



Symbiosis-CEO Christoph Harringer: „Wir haben die Zielgruppe optimal erreicht.“

nehmen und wie wir die Markenführung und die Markenintegration von übernommenen Herstellern in unsere Brand-Politik einbinden“. Dafür gibt es in der Palfinger AG

verschiedene Kriterien: Grundsätzlich spielen die Markenführung nicht die Hauptrolle, sondern die Technologien, die übernommen werden. „Wir sind ein Technolo-

gieunternehmen“, sagt Seidl. „Wir haben eine Dachmarke und einen Corporate Brand und bauen de facto die Hersteller in unsere Markenstrategie ein, wobei Palfinger die Dachmarke und das übernommene Unternehmen von einer Marke zu einer Produktlinie wird.“

Das Conclusio von Symbiosis: Der Mensch ist uns bleibt der Schlüssel zur Marke. Auf dem Weg zu Commitment, Kaufbereitschaft oder Bindung brauche es gerade im B2B weniger Ratio und mehr Emotion. Vor allem brauche es mehr Vorausblick und Wandlungsbereitschaft, denn „wir liegen am Strand und genießen den Blick zum Horizont, ohne daran zu denken, dass ein gewaltiger Tsunami in Form des digitalen Zeitalters auf uns zukommt“.

„Veranstaltungen wie das B2B Markenforum sind eine gute Gelegenheit, die Strategien anderer Unternehmen kennenzulernen.“

STEFAN SEIDL, PALFINGER AG

FOR SALE Fachtagung Verkauf

Verkaufstagung mit Top-Speakern



Thorsten Havener



Monika Matschnig



Robert Seeger



Tim Taxis

Wann?
Wo?

Donnerstag, 15. Oktober 2015, 9.00 – 16.30 Uhr
Casineum Velden, 9220 Velden am Wörthersee

Gruppenermäßigung: 5 + 1

Mit Frühbucherbonus um nur € 199,- statt € 279,- exkl. 20 % MwSt. Noch bis 7. August 2015!

Infos & Anmeldung: www.forsale-tagung.at

Veranstalter:

**STENITZER
MARKETING**

Medienpartner:

WOCHEN
www.at

medianet
Ihr Partner für den Erfolg

Die besten Geschichten erzählt der Kunde selbst

Branchentermin: Kick-off für die „DMVÖ Columbus Arena 0.15“.

Wien. Am 15. Oktober verschmelzen die erfolgreichen DMVÖ-Veranstaltungen „Insight Arena“ und „Columbus“ erstmals zur neu konzipierten „DMVÖ Columbus Arena 0.15“. Für eine der vier Keynotes von internationalem Format konnte der kanadische Customer-Experience-Experte und begnadete Redner Michel Falcon gewonnen werden.

Dass sich Customer Experience positiv auf den Erfolg eines Unternehmens und dessen Storytelling auswirkt, und die Mundpropaganda zufriedener Kunden die beste Werbung für ein Unternehmen ist, davon ist Michel Falcon überzeugt. Er war bereits für namhafte Unternehmen wie McDonald's, Unilever oder VW in beratender Funktion und als Redner tätig. In seiner Keynote „Marketing & PR Purity: How Customer Experience Tells the Best Stories“ spricht er nicht nur über Customer Experience erfolgreicher Unternehmen, sondern *lebt* diese auch. Als Praktiker versteht er es, Geschichten aus dem Berufsalltag zu erzählen, und stellt sich die Frage: Was kann ein Unternehmen von seinen Kunden lernen? Falcons Methode – Entdecken, Entwerfen, Entwickeln und Einsetzen – schafft unkomplizierte Customer Experiences für Unternehmen, deren Ziel es ist, Gewinne zu erwirtschaften. Über seine Methode wird Falcon bei der Columbus Arena 0.15 am 15. Oktober in der Burg Perchtoldsdorf referieren.



Als Keynoter am Podium: Michel Falcon, Experte für Customer und Employee Experience.

der Auszeichnung der Columbus-Preisträger und der Keynote von Falcon auch drei weitere Keynotes von internationalem Format sowie eine Reihe von Topic Sessions im Programm.

Mit der Zusammenlegung der Branchenevents schafft der Verband neue Orientierung. Theorie und Zukunftstrends sind wesentliche Komponenten des Dialogmarketings, doch der DMVÖ geht einen Schritt weiter und gibt gleichzeitig gelungenen Kampagnen aus dem Arbeitsalltag der Werber eine Bühne. So bietet sich Branchenkollegen die einmalige Gelegenheit, von ihren Mitbewerbern zu lernen.

INFO/TICKET-VORTEIL

DMVÖ Columbus Arena 0.15
15. Oktober 2015, Burg Perchtoldsdorf
<http://columbus-arena.at/>
Early Bird Tickets: 303 € (statt 379 €)

Konferenz und Preisverleihung

Erstmals verschmelzen die DMVÖ-Veranstaltungen „Insight Arena“ und „Columbus Award“ heuer zur neu konzipierten „Columbus Arena 0.15“. Der neue Event hat neben