

# Königsklasse B2B-Kommunikation

Wie Marke, Kundenbindung und Produkte stark werden.

WIEN/STOCKERAU. Sieben der zehn größten Unternehmen Österreichs produzieren ausschließlich oder zumindest größtenteils für den Business-to-Business-Markt (Quelle: ikp).

Dieser Indikator zeigt, welchen Stellenwert der B2B-Sektor in der Wirtschaft einnimmt. Industrie und Technologie-Unternehmen stehen kaum in Kontakt mit Endverbrauchern und sichern die Relevanz im Markt durch perfekte B2B-Kommunikation, bei der mehrere Elemente entscheidend zusammenwirken.

## Zielgruppenkenntnis

Im Bereich der Industriekommunikation ist die Zielgruppe meist klein, dadurch dem Unternehmen gut bekannt und sie ist fachlich extrem kompetent. Für die Kommunikationsaufgabe bedeutet das: Es geht um Expertentum, technisches Know-how, ergänzt durch ein tiefgreifendes Gesamtverständnis der Geschäftsmodelle der Kunden. Es geht nicht darum, komplexe Inhalte zu simplifizieren, sondern darum, sie interessant aufzubereiten und durch Emotionalität für die Zielgruppe attraktiv zu machen.

## Es geht immer um Menschen

Gerade bei Industrieprodukten wird oftmals vergessen, dass es sich nicht „nur“ um Produktionshallen, Maschinen und komplexe Produkte dreht, sondern immer um die Zusammenarbeit von Menschen, die gemeinsam ein Ziel erreichen wollen: Wertschöpfung durch die Stiftung von Anwendernutzen, als Grundlage für Umsatz und ökonomischen Gewinn. Auch bei Industrieunternehmen geht es daher darum, Menschen – ob MitarbeiterInnen oder KundInnen – erfolgreich zu machen. Je bewusster der Faktor Mensch bei der Kommunikationsaufgabe miteinbezogen wird, desto erfolgreicher ist die B2B-Kommunikation.



## Der Kommunikationseffekt

Durch erfolgreiche B2B-Kommunikation und die Nutzung verschiedener Instrumente können sich Industrieunternehmen am Markt besser positionieren, dadurch die Marke stärken und die KundInnen besser erreichen.

Ing. Doris Wallner-Bösmüller betreut mit ihrem Unternehmen Bösmüller Print Management viele führende Industriekunden. Auf die Frage, welche Rolle Print-Kommunikation im B2B-Bereich aus ihrer aktuellen Erfahrung spielt, antwortet sie: „In der Multichannel-Kommunikation der Industrieunternehmen ist Print unverzichtbar. Neben Unternehmens-Blogs, Sozialen Medien und Videokanälen spielen Kundenmagazine, Direct Mailings, Messeauftritte und gedruckte Produktinformationen nach wie vor eine wichtige Rolle.“

Als Beispiel führt sie ein marktführendes Unternehmen im Bereich der Antriebs- und Steuertechnik an. „Mit einem hochwertigen Technik-Kunden-Magazin arbeitet das Unternehmen ständig am Markenbild. Dabei präsentiert man sich als Know-how-Leader, der die aktuellsten Trends der Branche

weltweit im Blick hat und analysiert, was diese für die österreichischen Kunden bedeuten. Die Emotionalität dieses Printmagazins hat direkte Auswirkung auf die Kundenbindung.“

Ein weiteres Beispiel ist die klassische Produktkommunikation. Doris Wallner-Bösmüller führt aus: „Ein Unternehmen aus dem industriellen Bereich, das wir begleiten dürfen, produziert neben umfassenden elektronischen Produktdokumentationen im Web und via Mobile-Apps auch kompakte, gedruckte Produktinformationen. Die Zielgruppe des Unternehmens ist haptisch geprägt und dem schenkt das Unternehmen entsprechende

Aufmerksamkeit. Dabei liegt der Fokus darauf, die Drucksorte im Handling und Umfang genau so zu konzipieren, dass sie dort, wo sie gebraucht und verwendet wird, für den Kunden entsprechenden Mehrwert bietet und so Nutzen stiftet.“

Exzerpte davon bilden die Grundlage für die Drucksorten, die auf internationalen Messeständen des Unternehmens zur Anwendung kommen.

Doris Wallner-Bösmüller fasst zusammen: „Es geht immer um die Stärkung der Marke, der Kundenbindung und der Produkte am Markt. Wir stehen als gesamtheitlich orientiertes Print-Produktionsunternehmen mit unserem Know-how vielen Industrieunternehmen bei der Planung, Konzeption und Umsetzung der geplanten Drucksorten unterstützend zur Seite, damit B2B-Kommunikation gelingt.“



**Ing. Doris Wallner-Bösmüller**  
Geschäftsführerin  
Bösmüller Print Management  
Tel.: 02266/68180-0  
d.wallner-boesmueller@boesmueller.at  
[www.boesmueller.at](http://www.boesmueller.at)