

BoB Best of Business-to-Business
CREA Imagekommunikation für Agenturen



B2B-Jahrbuch 2003



B2B – die Wettbewerbe

B2B hat eine immense tagesaktuelle Bedeutung: Untersuchungen zufolge investieren deutsche Unternehmen jährlich mehr als 35 Mrd. Euro in diesem Bereich. B2B folgt jedoch eigenen Gesetzen: die Themen sind komplexer, die Produkte erklärungsbedürftiger und die Budgets meist schmaler als in der Werbung für Endverbraucher. Und: die Qualität der werblichen Kommunikation genügt professionellen Ansprüchen oft nicht.

Seit 1997 zeichnet deshalb der Kommunikationsverband alljährlich herausragende Kampagnen im Rahmen des hochrangigen Kreativ-Wettbewerbs „BoB – Best of Business-to-Business-Communication“ aus. Der BoB ist somit Standortbestimmung und Impulsgeber für diese Spezialdisziplin der Marketing-Kommunikation zugleich.

Neu ab 2003 ist der CREA Credential Award, im Rahmen dessen die bisherige BoB-Kategorie „Imagekommunikation für Agenturen“ ausgelobt wird. Beide Wettbewerbe werden maßgeblich von der Handelsblatt-Gruppe unterstützt.

B2B – das Jahrbuch

Das den Wettbewerb begleitende „B2B(bisher: BoB)-Jahrbuch“ richtet sich an Nachfrager auf Unternehmensseite sowie die „Macher“ von B2B-Kommunikation in Unternehmen und Agenturen.

Das Buch ist repräsentativ gestaltet. Es bietet eine aktuelle Leistungsschau und gute Übersicht über aktuelle Trends im Bereich B2B. Der Leser erhält darüber hinaus eine Vielzahl wertvoller, direkt umsetzbarer Anregungen für die tägliche Praxis. Dies vermittelt hohen individuellen Nutzen.

Ein ausführliches Sachregister rundet den Inhalt ab.

Ausgezeichnete B2B-Kampagnen

Der „Award“-Teil stellt sämtliche ausgezeichneten Kampagnen des BoB und des CREA 2003 ausführlich und gestalterisch hochwertig dar. Der Leser erhält so nicht nur eine aktuelle Leistungsschau der Player des Jahres 2003, sondern auch eine gute Übersicht über den „state of the art“ aktueller B2B-Kommunikation allgemein.

Die Wettbewerbskategorien des BoB lauten: Integrierte Kommunikations-Konzepte, Druckschriften, Direktwerbe-/Verkaufsförderungskonzepte, Medienwerbung, StartUp-Kampagnen, Anzeigenserien, Multimedia-Anwendungen.

Situationsanalysen, Interviews

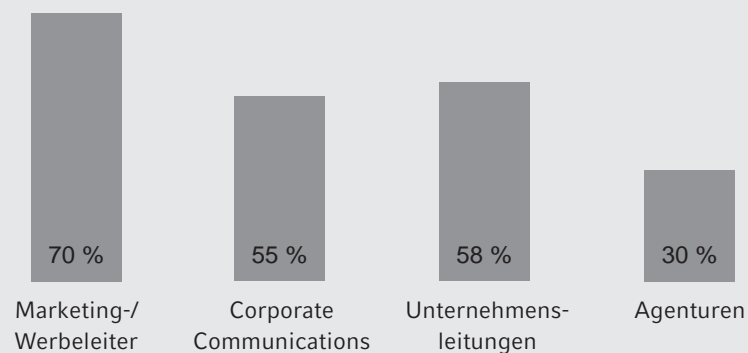
Der redaktionelle Teil bietet eine aktuelle Situationsanalyse („B2B-Kommunikation 2003“) sowie Interviews. Hier nehmen Vertreter von namhaften Unternehmen zu Erfahrungen, Erfolg und Optionen beim Einsatz von Integrierten Kommunikations-Tools Stellung.

B2B-Agentur-Ranking

Das aktuell erhobene „B2B-Agentur-Ranking“ gibt einen Überblick über die derzeitige Positionierung der „Players“ auf dem Markt.

Zielgruppe/Auflage/Vertrieb

Das B2B-Jahrbuch 2003 erscheint in einer Auflage von 3.500 Exemplaren. Es wird an Endkunden und über den Buchhandel verkauft und von breiten PR-Maßnahmen begleitet. Zielgruppe sind Auftrags- und Kampagnen-Entscheider in den Unternehmen und in den Agenturen. Die Leserschaft des Buches setzt sich wie folgt zusammen (Mehrfachnennung möglich):



Effiziente Kundengewinnung auf hohem Niveau

Das B2B-Jahrbuch wird – ohne Streuverluste und mitten in der Zielgruppe – aktiv vom Verlag bei den Unternehmensentscheidern promoviert. Insbesondere Agenturen erhalten so – und zwar unabhängig von der Teilnahme am Wettbewerb – Gelegenheit, sich potenziellen Auftraggebern mit einer repräsentativen Leistungsschau vorzustellen und diesen eine schnelle Kontaktaufnahme zu ermöglichen.

Das B2B-Jahrbuch bietet drei Möglichkeiten der Präsentation:

- | | |
|-------------------------|---|
| Anzeigen | Hier steht Ihre Werbung/Information im redaktionellen Teil. |
| Agentur-Porträts | Hier stellen Sie Ihre Agentur ausführlich auf einer sich gegenüberliegenden Doppelseite vor; enthalten sind Logo, umfangreiche Kampagnen-Motive und Referenzkundenliste (optional). |
| Adress-Einträge | Mit diesem rubrizierten Eintrag (einfarbig, ohne Logo) können Sie auf Ihre Adresse und auf den Schwerpunkt Ihrer Tätigkeit hinweisen. |

Kosten

Anzeigen	1/1 Seite (4c)	2.000 EUR
	2/1 Seite (4c)	3.000 EUR
Agenturporträts	2/1 Seite (4c)	2.000 EUR
	4/1 Seite (4c)	3.000 EUR



Adresseintrag je Eintrag (1c) 150 EUR
Hier sind max. 8 Zeilen je Eintrag möglich. Die Darstellung erfolgt in Rubrik-Form (2 Spalten neben- und mehrere Einträge untereinander).
Rubriken: a) Agenturen
b) Dienstleister.
Ein Eintrag in beiden Rubriken ist möglich.
Hinweis für Anzeigekunden:
Bei Schaltung einer Anzeige oder eines Agentur-Porträts ist der Adress-Eintrag kostenlos.

Termine/Belege

Termine: Buchungsschluss ist der 12.06.2003, Druckvorlagenschluss der 24.06.2003. Das Buch erscheint Mitte 07/2003. Rechnungstellung und Belegversand erfolgen nach Erscheinen.

Belege: Bücher von Adress-Einträgen erhalten 1 Buch (auch bei Doppel-Einträgen), von Anzeigen 2 (bei 1/1 S.) bzw. 4 Bücher (bei 2/1 S.). Ein Bezug zusätzlicher Bücher ist zu Vorzugskonditionen möglich.

Technische Daten

Anzeigen Papierformat (B x H = 23,5 x 31,5 cm)
zzgl. 3 mm Anschnitt rundum
Druckunterlagen: seitenverkehrte Offsetpositiv-Filme (bis 70er Raster) oder digitale Daten/CD

Agenturporträts Der Aufbau erfolgt gem. Layout-Vorgabe des Verlages (Muster-Datei durch Verlag möglich).
Druckunterlagen: QuarkXPress 4.0/5.0 (Mac)

Wichtig: Bitte fügen Sie Ihren Unterlagen einen farbverbindlichen Ausdruck (Andruck/Druckmuster) bei.

Kontakt/Rückfragen

Verlag Varus Verlag, Frau Birgit Laube
Königswinterer Str. 552, D- 53227 Bonn
Tel. 0228/ 944 66-0/ -44, Fax 0228/944 66-66
E-Mail: info@varus.com

Bitte nutzen Sie den beige-fügten Fax-Responsebogen.

Veranstalter

Die B2B-Awards des Kommunikationsverbandes BoB und CREA werden gesponsert von