



B2B-Kommunikation 2003: höhere Erwar- tungen, stärkere Professionalisierung

B2B-Kommunikation ist mit rund 45 Mrd. Euro Marktführer im Bereich der „Kommunikation von Fachleuten an Fachleute“. Allerdings haben sich die Rahmenbedingungen in den letzten Jahren erheblich verändert: So hat sich die Community der B2B-Kommunikatoren geweitet und neu formiert. Auch haben sich die Erwartungen der einzelnen Partner aneinander innerhalb des B2B-Netzwerks verändert und die Zusammenarbeit ist arbeitsteiliger geworden (Quelle: „Kommunikationsmonitor“; IfK Düsseldorf/Kommunikationsverband, Bonn, 2002).

Diese und andere interessante Trends zeigt das „B2B-(bisher BoB-)Jahrbuch 2003“ auf. Die repräsentative Buchdokumentation richtet sich an Nachfrager auf Unternehmensseite sowie die „Macher“ kreativer Werbung in Unternehmen und Agenturen und ist als Arbeitshilfe und Nachschlagewerk konzipiert. Sie stellt zum einen die im Rahmen des diesjährigen BoB (Award Best of Business-to-Business-Communication) und CREA 2003 (Credential Award/Imagekommunikation für Agenturen) ausgezeichneten Kampagnen ausführlich in Wort und Bild dar. Zum anderen bietet sie im redak-

B2B-Jahrbuch 2003: Praxisbezug und hoher individueller Nutzen

tionellen Teil eine Vielzahl wertvoller, direkt umsetzbarer Informationen und Anregungen für die tägliche Praxis sowie eine aktuelle Übersicht über den Stand deutschsprachiger B2B-Kommunikation insgesamt. Im Einzelnen:

- Agentur-Porträts und Referenzadressen bieten Unterstützung bei der Suche nach einem leistungsfähigen Agentur-Partner zur Umsetzung erfolgreicher B2B-Kommunikation;
- das aktuell erhobene „B2B-Agentur-Ranking“ bietet einen Überblick über die aktuelle Positionierung der „Players“ auf dem Markt;
- die ausgezeichneten Kampagnen des BoB 2003 (Wettbewerbskategorien: Integrierte Kommunikations-Konzepte, Druckschriften, Direktwerbe-/Verkaufsförderungskonzepte, Medienwerbung, Anzeigenserien, Multimedia-Anwendungen Web und CD-ROM) sowie des CREA 2003 (Imagekommunikation für Agenturen) geben einen Überblick über den state of the art deutschsprachiger B2B-Kommunikation;
- der redaktionelle Teil (mit aktueller Situationsanalyse/„Kommunikationsmonitor“ sowie Interviews mit namhaften Unternehmen zu Erfahrungen und Erfolgs-Optionen beim Einsatz Integrierter Kommunikation) bietet Infos und eine Übersicht über aktuelle Trends im Bereich B2B. Ein ausführliches Register rundet das Werk ab.

Hintergrund: B2B-Kommunikation folgt eigenen Gesetzen: die Themen sind komplexer, die Produkte erklärungsbedürftiger und die Budgets meist schmäler als in der Werbung für Endverbraucher. Werbliche Kommunikation findet nur zwischen Unternehmen statt. Vor diesem Hintergrund lobt der Kommunikationsverband, Bonn, alljährlich den Kreativ-Award „BoB – Best of Business-to-Business-Communication“ aus. Der Award hat die Qualitätsförderung und -verbesserung der Kommunikation im B2B-Bereich zum Ziel. Der erstmals 2003 ausgelobte CREA Credential Award/Imagekommunikation für Agenturen“ prämiert herausragende Selbstdarstellungen von Agenturen.

Die Kombi der Jahrgänge 2001-2003 bietet der Verlag jetzt zum Aktions-Sonderpreis von 105,- (Mitgl. 90,-) €.

Kommunikationsverband (Hrsg.)

B2B 2003 – Jahrbuch Best of Business-to-Business

Hardcover mit Schutzumschlag; 24 x 32 cm; 224 Seiten; ISBN 3-928475-67-3; Varus Verlag, Bonn, 2003; 40,00 €; (Mitglieder von Kommunikationsverband, DWG, WWG und DDV 35,- €); alle Preise inkl MwSt., zuzügl. Porto/Verpackung

„B2B-Jahrbuch 2003“, ISBN 3-928475-67-3; 40,00 €

Bestell-Coupon

Name, Vorname

Firma

Str., Nr.

PLZ, Stadt, Land

e-mail/Tel.

Datum, Stempel, Unterschrift

Ich/wir bestelle/n Exemplar/e
(Zutreffendes bitte ankreuzen)

der Ausgabe 2003 zum Preis v. 40,00 € + P./V.

als Verbandsmitglied z. Preis v. 35,00 € +P./V.

der Kombi 2001-2003 für 105,00/90,- € +P./V.

Ich bin Mitglied im/Mitgl.-Nr.

Bitte senden Sie mir/uns weitere Informationen.

varus verlag

königswinterer straße 552, d-53227 bonn

tel. 0228/944 66-0, fax. 0228/ 944 66-66

e-mail: info@varus.com