AUSGABE 3/2008

media-*TREFF*.de

Der Media-Treffpunkt für Marketing-Profis im B2B

by VOGEL

Im Gespräch bleiben

von Marliese Bernhardt in B2B, Allgemein, Trends

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Online-Auftritt von media-*TREFF.de* feiert seinen ersten Geburtstag und hat sich erfolgreich in der Werbewelt etabliert. Dies bestätigt auch das TOP 10-Ranking des B2B-Online-Marketing-Blogs, in dem die zehn interessantesten deutschsprachigen Blogs gelistet sind, die sich der B2B-Kommunikation widmen.

Welche Bedeutung Blogs für die Kommunikation im B2B haben, erläutert der Journalist Thomas Knüwer in einem Webcast mit dem Thema „Feuilletonkrieg gegen Blogs". Wobei er auf Trends – aber auch auf die Probleme – bei der Vermarktung von Blogs eingeht. Weitere Trends im Internet zeigt Heiko Hebig, Head of Digital Media bei Hubert Burda Media, in seinem Interview auf, in dem er behauptet: „Das Netz sind WIR .- Mikroblogging, Videobroadcast, Social Communities…" .

So wie in Blogs interessante Themen stärker angenommen werden oder zur Diskussion anregen, so gilt auch für Texte im B2B, dass sie so aufbereitet sein müssen, dass die Botschaft verstanden wird. Martin Sonneck zeigt in seinem Beitrag auf, dass Informationsmenge, ein „roter Faden", Auswahl der Wörter und die Länge der Sätze die Attraktivität der Texte stark beeinflussen. Dementsprechend interessante Texte führen sicherlich auch zu „Stärken von Print in der Marken- und Unternehmenskommunikation", die in einer Studie untersucht wurden und den gedruckten Medien im Vergleich zu Web 2.0 und TV eine hohe Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit bescheinigen.

Da Nachhaltigkeit auch über eine gute Darstellung in den Medien und auf Messen erzeugt wird, bieten die Vogel Industrie Medien wieder zur Messe Motek mit der offiziellen Messezeitung Motek Daily die Möglichkeit, die Besucher auch noch direkt auf der Messe anzusprechen. Sonderausgaben der PROCESS, der elektrotechnik und der ELEKTRONIKPRAXIS ermöglichen zusätzliche Kontakte zu Ihren Kunden!

Da aber nicht alles „Gedruckte" oder jeder „Internetbeitrag" äußerst ernst, glaubwürdig oder nachhaltig sein muss, sondern Worte auch so verpackt sein können, dass sie den Leser zum Schmunzeln anregen, empfehle ich Ihnen noch die „Lach- und Sachgeschichten aus dem Web 2.0 Statusmeldungs-Bingo auf XING" von Wolfram Zabel.

Viel Spaß beim Lesen dieses Artikels und der weiteren Beiträge wünscht Ihnen

Marliese Bernhardt
Marketing-Service

Gewinnen Sie Ihr Exemplar!

media-*TREFF*.de stellt drei Exemplare zur Verfügung!

Wer sollte nach Meinung von Anne M. Schüller in der Geschäftsleitung als „Advokat der Kunden" deren Interessen vertreten?

a) CFO (Chief Financial Officer) b) CCO (Chief Customer Officer)

c) CEO (Chief Executive Officer)

Ihre Antwort bitte bis zum 30. Juni 2008 via E-Mail an: bernhardt@media-*TREFF.de*

Themenauszug

in dieser Ausgabe und auf www.media-*TREFF.de*

Nutzung von Social Networks im B2B-Marketing

- Lach- und Sachgeschichten aus dem Web 2.0: Statusmeldungs-Bingo auf XING

- Statt Kaltakquise - Networking mit Xing & Co. Für Marketing und Vertrieb

Cross-mediale Mediaplanung

- Motek Daily – für Ihre zielgerichtete Besucherwerbung

- "Automation Guide" – die Highlights 2008!

- PROCESS – Best of Products

-Anzeige-

-Anzeige-
WEB 2.0 Kongress
RIA RSS Wikis Podcast AJAX Mashups Blogs Tags
13.-14. Oktober · Hamburg · Intercontinental Hotel

Top 10 Marketing-Blogs für B2B-Unternehmen

Ein neues Ranking auf dem **B2B Online-Marketing Blog** (www.onlinemarketing-blog.de) führt die relevanten deutschsprachigen Blogs, die sich primär mit Themen aus dem B2B-Marketing beschäftigen:

1. **media-TREFF.de** - B2B-Kommunikation
2. **Marketingblogger** - Markenführung
3. **marketingNext** - Internet-Marketing
4. **eMail-Marketing Blog** - eMail-Marketing
5. **Brainwash** - Guerilla-Marketing
6. **CP-Blog** - Corporate Publishing
7. **Kommunikationsoptimierer** - B2B-Marketing
8. **KMU-Marketing Blog** - KMU-Marketing
9. **ECIN eBusiness Blog** - eBusiness
10. **Werbeblogger** - Marketing, Werbung und PR

Im Gespräch

Thomas Knüwer vom Handelsblatt zum "Feuilletonkrieg gegen Blogs" (mehr...)

Prof. Dr. Marc Drüner zum Projekt-Marktplatz 15Talents.com für Unternehmen und Studenten (mehr...)

Alexander von Reibnitz zu Trends für Verlage im Zeitalter von Web 2.0 (mehr...)

Dr. Torsten Schwarz zu Web 2.0-Trends im Online und E-Mail-Marketing (mehr...)

Heiko Hebig zu den neuesten Trends im Internet (mehr...)

Buchtipp

Das Glück der Unerreichbarkeit

Miriam Meckel

Wege aus der Kommunikationsfalle

Lach- und Sach-geschichten aus dem Web 2.0

Statusmeldungs-Bingo auf XING

von Wolfram A. Zabel in Viral/Guerilla, Trends, Allgemein

Die Wirtschaft boomt, die Arbeitslosigkeit sinkt und die Freiberufler haben volle Auftragsbücher. Man muss auch "jönne könne", denke ich mir als Rheinländer, wenn ich die positiven Statusmeldungen meiner Kontakte in Xing lese: Ludwig freut sich über neue Projektfragen, Charlotte freut sich auch über neue Projektanfragen und Richard freut sich sowieso immer, denn der ist auch Rheinländer... Die Statusmeldung müsste korrekterweise heißen: "…freut sich auf Projektanfragen". Mir kommen Zweifel, ob das Ganze nicht etwas zu beckmesserisch sei, doch dann fällt mein Blick auf das Wort "Projektanfragen" und sofort denke ich: Das riecht so richtig schön nach "Wir nennen es Arbeit": Mit 'nem Macbook Pro und 'nem Latte in 'nem Café in Mitte freut man sich über Projektanfragen... Allem etwas Gutes abzugewinnen ist eine Tugend und so freuen sich meine Kollegin und ich auf das Statusmeldungs-Bingo - zu Beginn jeder Mittagspause. Drücke F5, klicke jemanden bei "Kontakte meiner Kontakte", drücke F5, klicke jemanden bei "Kontakte meiner Kontakte uswusf. Wer als Erster "…freut sich über Projektanfragen" entdeckt, brüllt laut "Status-Bingo!" und bekommt nach dem Mittagessen den Espresso ausgegeben. (mehr...)

www.media-TREFF.de

Statt Kaltakquise – Networking mit Xing & Co.

von Christian Schmitt in LIVE-Webcast, Trends, B2B, Allgemein

Die Zeit der mühsamen und wenig erfolgreichen Kaltakquise ist endgültig vorbei! Bernd Pitz erläutert in diesem LIVE-Webcast nicht nur den Knigge für Social Networking, sondern anhand von Xing wie man intelligent und zeitsparend ein solches Netzwerk für Marketing und Vertrieb nutzen kann. (mehr...)

www.media-TREFF.de

Mit guten Wörtern kann man auch schlechte Sätze bilden

von Martin Sonneck in B2B, Allgemein

Wenn Texte fesseln und zur weiteren Beschäftigung anregen, ist das ein guter Anfang. Wenn die Botschaft verstanden wird, ist viel, vielleicht schon alles erreicht. Wer Texte so schreibt, dass sie verstanden werden, schlägt mehrere Fliegen mit der berühmten Klappe. Nicht nur, dass die Botschaft Wirkung zeigen kann. Nein, verständliche Texte sind ein klarer Service am Kunden, denn sie erleichtern sein Leben und sparen obendrein noch Kosten ein. (mehr...)

www.media-TREFF.de

Investitionen in die Werbefreiheit

von Michael Schubert in Markforschung, Nachhaltigkeit, Reichweite, Allgemein

Wie funktioniert heute der Verbraucher? Er entwickelt sich nach gesellschaftlichen Strömungen und den Angeboten an Handlungsoptionen. Werbeangebote und technologie-basierte Entwicklungen begleiten und verstärken diese Trends. Dazu die gestiegene (explodierende) Zahl der Auslieferungskanäle für Werbebotschaften, die zu einem Werbe-overkill beim User führen. Das bedeutet, der Werbungtreibende muss viel Geld in die Hand nehmen – um den Konsumenten zum richtigen Zeitpunkt, in der richtigen Verfassung, mit dem richtigen Angebot zu treffen in der Hoffnung, dass er überzeugt und dass er wiederkommen darf... (mehr...) www.media-TREFF.de

Die Stärken von Print.

von Bernd Pitz in Studien, Allgemein

Die "Stärken von Print in der Marken- und Unternehmenskommunikation" betrachtet die Studie der Hochschule der Medien in Stuttgart und der Print Media Academy der Heidelberger Druckmaschinen AG zusammen. Demnach behalten gedruckte Medien im Vergleich zu Web 2.0 und TV eine hohe Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit. Print punkte durch die intensive Nutzung gerade von kaufkräftigen Zielgruppen. Druckmedien stünden für anspruchsvolle Informationsaufbereitung sowie für eine entschleunigte und nachhaltige Medienrezeption, die eine hohe Werbewirkung induziert, so das Ergebnis der Untersuchung. (mehr...) www.media-TREFF.de

-Anzeige-
Die Community von media-TREFF.de auf XING:
Jetzt kostenlos teilnehmen: www.xing.com/net/mediaTREFF
XING

Motek Daily – für Ihre zielgerichtete Besucherwerbung

Auch 2008 veröffentlicht das führende Industriemagazin MM MaschinenMarkt mit **Motek Daily** die einzige **offizielle Messezeitung zur Motek – der internationalen Fachmesse für Montage- und Handhabungstechnik**. **Motek Daily** begleitet die Messe mit den neuesten Nachrichten, Meinungen der Besucher und Aussteller und den interessantesten Produkten der Messe. Tagesaktuell recherchiert in Deutsch und Englisch. **Motek Daily** bietet den Ausstellern die Plattform für ihren Messeauftritt und erreicht die Fachbesucher an allen Messetagen.
Die Verbreitung der **Motek Daily** an die Fachbesucher erfolgt an allen Messe-Eingängen, an alle Aussteller der Motek und am Stand von MM MaschinenMarkt. (mehr...)
www.media-*TREFF.de*/media

Messe-Prospekt-Service zur Motek

Mit dem Messe-Prospekt-Service können Firmen den Messebesuchern ihre Produkte und Dienstleistungen auf der Messe präsentieren, denn die Prospekte werden exponiert auf dem Messestand des MM MaschinenMarkt ausgelegt und kontinuierlich zur Verfügung gestellt.
Nutzen Sie diese Gelegenheit, potentiellen Kunden wichtige Informationen zu einem günstigen Preis zu liefern. (mehr...)
www.media-*TREFF.de*/media

MM Logistik: Softwareführer 2008/2009

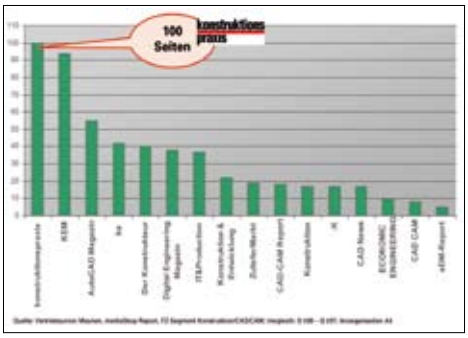
Die Sonderausgabe von **MM Logistik** bietet Platz für wichtige Informationen rund um Spezifikationen und Anwendungen von Softwarelösungen. Präsentieren Sie Ihre Erfolgsstory, Best-Practice-Anwendung oder Ihr Leistungsprofil. Denn für Logistik-Verantwortliche in Industrie und Handel ist der Softwareführer 2008/2009 die Entscheidungshilfe, wenn es um den Einsatz von Software in ihrem Arbeitsumfeld geht.
Nutzen Sie die verschiedenen Möglichkeiten Ihre Firma im Softwareführer 2008/2009 vorzustellen!
(mehr...)
www.media-*TREFF.de*/media

PROCESS – Best of Products

Am 21. Oktober 2008 erscheint bei PROCESS wieder das große Jahreskompendium **Best of Products** mit einer Auflage von 35.000 Exemplaren. In der Ausgabe werden nur „Bestseller" – besonders resonanzstarke Veröffentlichungen – aus den letzten 12 Monaten berücksichtigt.
Angesprochen werden dabei alle Bereiche in der Chemie- und Verfahrenstechnik. Für die Mehrauflage von rund 12.000 Exemplaren zur monatlichen Auflage wird kein Zuschlag berechnet. Empfänger von Best of Products sind die Top-Entscheider in der chemischen Industrie. (mehr...)
www.media-*TREFF.de*/media

konstruktionspraxis – No. 1 im Vertrauen der Werbekunden

Laut mediaSkop-Report, der Werbemarktbeobachtung der Vertriebsunion Meynen, nimmt die Zeitschrift **konstruktionspraxis** im ersten Quartal 2008 mit 100 Seiten Anzeigen eindeutig **den ersten Platz unter 16 Fachzeitschriften** im Bereich Konstruktion/CAD/CAM ein. Diese Spitzenstellung unterstreicht wiederum die Aussage der VDMA Reichweitenstudie Maschinenbau 2008:
Die **„konstruktionspraxis" ist reichweitenstärkster Konstruktionstitel.**
Die No.1 unter den Fachmedien für Konstruktion/Entwicklung/CAD/CAM. Führend bei Anzeigenvolumen sowie Flächen- und Umsatzzuwachs.



(mehr...)
www.media-*TREFF.de*/media

Events

Neue Termine für Herbst 2008: „Whitepaper und Webcast – Neue Werbeformen zielgruppengerecht einsetzen"

Dieses Seminar bietet Ihnen die Gelegenheit zu erlernen, wie Sie innovative Werbeformen zielgruppengerecht aufbereiten und gestalten. Sie erfahren, welche qualitativen Anforderungen vom Leser an diese Werbeformen gestellt werden und wie Sie diesen gerecht werden. Gemeinsam mit unseren Spezialisten erarbeiten Sie Methoden, hochwertige Whitepaper und Webcasts zu erstellen, die eine optimale Resonanz bei Ihrer Zielgruppe generieren.

Ort: Würzburg
Termine: 16.09, 14.10, 20.11.2008
Kosten: 99,– €
Anmeldung:
www.vim-seminare.de/s-whitepaper.htm

46. Würzburger WerbeFachgespräche 2008

Am 23. und 24. Juni 2008 zum Thema „Nachhaltigkeit, Glaubwürdigkeit, Vertrauen! Erfolgsgaranten guter B2B-Kommunikation"
www.wwf08.de

Fundstücke

- **Produktbewertungen – Die Macht der Vielen**
- **Web 2.0 - Der Film**
- **Fünf Thesen zu Cross-Media und die Zeitung der Zukunft**

www.media-TREFF.de
Kategorie: Fundstücke

Werbeorakel

Das Werbeorakel beantwortet Ihre Fragen zur Zukunft der Werbung:
www.werbeorakel.de

Die gesammelten Fragen und Antworten finden Sie auch in der Kategorie „Werbeorakel" auf media-*TREFF.de*

-Anzeige-
MediaBudget
Besuchen Sie uns! Halle C2, Stand 2 D41
MediaBudget – Die neue Fachmesse für effiziente Marketing-Kommunikation
09. + 10.07.2008 – Neue Messe Stuttgart

Termine

AT= Anzeigentermin,
ET= Erscheinungstermin

Titel	AT	ET
MM: Motek Daily	03.09.08	22.09.08
MM: Motek Daily	03.09.08	23.09.08
MM: Motek Daily	03.09.08	24.09.08
MM: EuroBLECH Daily	01.10.08	21.10.08
MM: EuroBLECH Daily	01.10.08	22.10.08
MM: EuroBLECH Daily	01.10.08	24.10.08
PROC: Supplement INDUSTRIAL BIOTECH	28.08.08	18.09.08
PROC: Best of Products	25.09.08	21.10.08
PharmaTEC: Supplement INDUSTRIAL BIOTECH	28.08.08	23.09.08
EP: Sonderheft Automotive Electronics Engineering	25.08.08	16.09.08
EP: Sonderheft Embedded Systems Development II	16.09.08	08.10.08
EP: Sonderheft Elektromechanik II	24.09.08	17.10.08
kopra: 1000 Tipps für Konstrukteure	29.07.08	21.08.08
kopra: Automobilkonstruktion II	20.08.08	11.09.08
et: Sonderheft Automation-Guide für Einkauf und Konstruktion	17.06.08	08.07.08
EP-KOPRA-ET: motion & drives NEWS	22.09.08	14.10.08
AI 7/8: Special-Report Powertrain und Abgastechnik	25.06.08	17.07.08
AI OEM Partners: Produktreport und Database	02.07.08	01.08.08

MM = MM MaschinenMarkt, EP = ELEKTRONIKPRAXIS,
PROC = PROCESS, kopra = konstruktionspraxis,
et = elektrotechnik, AI = Automobil Industrie

Impressum

Vogel Business Media GmbH & Co. KG
Max Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg

Telefon: +49 931 418-0
Telefax: +49 931 418-2280
Internet: www.vogel.de

Verantwortlich für den Inhalt:

Marliese Bernhardt
Telefon: +49 931 418-2451
E-Mail: bernhardt@media-*TREFF.de*

Christian Schmitt
Telefon: +49 931 418-2039
E-Mail: schmitt@media-*TREFF.de*

Gestaltung:

Vogel Services GmbH, Martin Röder
Max Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg

VOGEL

"Automation Guide" – die Highlights 2008!

Die Redaktion von elektrotechnik – DAS AUTOMATISIERUNGS-MAGAZIN präsentiert im „Automation Guide" ausgewählte Produkte, Systeme und Lösungen aus allen Bereichen der Automatisierungstechnik – speziell zu den vier Themenfeldern

- Motion & Drives
- Steuern und Regeln
- Verbinden & Versorgen
- Software & IT

Der „Automation Guide" bietet jede Menge Highlights, 57.000 Kontaktmöglichkeiten für einen langfristigen Werbeerfolg und vielfältige Werbeformen.

Der „Automation Guide„ erreicht die Verantwortlichen in Entwicklung, Konstruktion, Planung, Projektierung, Geschäftsführung, Produktion, Fertigung und Qualitätsmanagement in den Branchen Maschinen- und Anlagenbau, Mess-, Steuer-, Regelungstechnik, Automatisierungstechnik, Elektrotechnik, Elektronik, Ingenieurbüros, Technischer Beratung, System- und Softwarehäuser.
(mehr...) www.media-*TREFF.de*/media

ELEKTRONIKPRAXIS: Automotive Electronics Engineering Report

Neben aktuellen Informationen zu Firmen, aus der Branche und zu Veranstaltungen liefert der AEE-Report den Elektronikentwicklern in der Automobilindustrie und deren Zulieferern Top-Tipps aus der Praxis, zur Strategie- und Unternehmensführung ebenso wie zu Fortbildung, Qualifizierung und Standardisierung. Die Top-Themen erscheinen als Technologiebeiträge und Applikationsberichte. Der AEE-Report ist neben der Printauflage von 25.000 Exemplaren auch als ePaper verfügbar. (mehr...)
www.media-*TREFF.de*/media

www.laborpraxis.de: Das einzige Business Effizienz Portal für die Laborbranche

Das Business Effizienz Portal www.laborpraxis.de ist eine offene Informationsplattform – fokussiert auf fachspezifische Themenfelder. Es richtet sich an alle Entscheider der chemischen, physikalischen, analytischen und biotechnologischen Labors. In einem hochqualitativen redaktionellem Umfeld präsentieren Sie Ihr Know-how, Ihr Leistungsspektrum und Ihre Werbebotschaften. User finden dort werthaltige Informationen, die für sie geschäftsentscheidend sind – präzise, strukturiert und vor allem schnell. Bereitgestellt werden fachspezifisch aufbereitete Inhalte der Redaktion ebenso wie Informationen von Fachexperten: aus Unternehmen, Forschungsabteilungen, Universitäten, Meinungsführern etc. (mehr...) www.media-*TREFF.de*/media

Special Report Automobil Industrie: Werbewirksame Schlagzeilen zu Powertrain & Abgas-Technik

Automobil Industrie Doppelausgabe mit Special Report zu spektakulären News aus Antriebs- und Abgas-Technik.
Action in Sachen Antriebs- und Abgas-Technik - **Hingucker-Themen** in der Automobil Industrie 7/8: Die Vorgaben bei Abgas-Grenzwerten schreien nach viel Tuning in der Abgas-Nachbehandlung. Werden die **Abgas-Reinigungssysteme** die Euro-5-Norm einhalten? Was bedeuten die **Schlagzeilen im Antriebsbau: ZF** wartet mit einem Start-Stopp-System in einem Vollautomaten auf, **Mercedes** bringt eine neue Dieselmotor-Generation und verspricht mit dem Diesotto „das Beste aus zwei Welten", **Audi** macht mit einem 12-Zylinder Turbo-Diesel und mit einem brachialen V6-Kompressor Furore.

Automobil Industrie - Print & Online. Kombi-Paket sichern. (mehr...) www.media-*TREFF.de*/media

Verantwortlich für die Inhalte von media-TREFF.de/media

Vogel Industrie Medien
Marliese Bernhardt
Telefon: +49 931 418-2451
bernhardt@media-*TREFF.de*

Vogel Auto Medien
Julia Dernbach
Telefon: +49 931 418-2935
julia_dernbach@vogel-automedien.de

L&D 05984