



## Im Gespräch bleiben

von Marliese Bernhardt auf [media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de) - Info-Click: 010209

Sehr geehrte Damen und Herren,



Marketing-Budgets in der Krise? Wie ein Unternehmen mit integriertem Marketing dieser Krise entgegenwirken kann zeigt ein Interview mit Horst-Dieter Kraus, Leiter Marketing-Kommunikation bei der Firma Pilz.

Ziele unterschiedlicher Marketingmaßnahmen sind die Kundenpflege und die Neukundengewinnung. Doch werden „treue“ Kunden auch immer „gut behandelt“? Anne M. Schüller meint in Ihrem provokanten Beitrag, dass Kundentreue zu wenig belohnt wird und fordert deshalb dazu auf zu kündigen: „Es lohnt sich“.

Sie können den Kundenkontakt auch verstärken, indem Sie ein Blog zu einem Thema aufbauen oder mit den Kunden „twittern“. Was Sie beim „Twittern“ beachten sollten, um nicht unter die „Dampfplauderer“ zu geraten, beschreibt Wolfram Zabel auf amüsante Weise, indem er Twittern mit Party-Gesprächen vergleicht. Zusätzlich liefert er eine A-H-Kategorie für Ihren „Twitteraccount“.

Effizient werben und die richtigen Zielgruppen ansprechen ist in Zeiten begrenzter Budgets und einer starken Veränderung der Medienlandschaft wichtiger denn je. Deshalb bietet die Messe „MediaBudget“, die vom 8.-9. Juli 2009 in Stuttgart stattfindet, Entscheidern in der werbetreibenden Wirtschaft eine Informations- und Austauschplattform für effiziente Budget- und Mediaplanung. Im begleitenden Kongress und in Diskussionsforen werden Themen zur Werbewirkung in den verschiedenen Mediengattungen vertieft.

Vogel Business Media präsentiert sich auf der „MediaBudget“ als Fullservice-Partner für die B2B-Kommunikation. Sie erfahren alles über unser Angebot zu Print, Online, Events, Services bis zu Whitepaper und Webcast. Besuchen Sie uns auf unserem Stand, den Eintrittspreis übernehmen wir. Sie müssen nur den beigefügten Eintrittsgutschein auf der „MediaBudget“ einlösen. Ich hoffe, wir sehen uns auf der Messe.

Sie möchten gerne auch am Kongress teilnehmen? Kein Problem! Wir verlosen 10 Eintrittskarten – und wenn Sie zu den glücklichen Gewinnern gehören, dann heißt das: Zwei Tage volles Programm zum Thema „Effiziente Marketing-Kommunikation“.

Neben diesen Themen informiert Sie dieser media-TREFF.de noch über Messeausgaben, Sonderhefte und Veranstaltungen der Vogel Business Media.

Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe und der Artikel im Internet wünscht Ihnen

*Marliese Bernhardt*

Marliese Bernhardt  
Marketing-Service

### Gewinnen Sie Ihre Teilnahme am MediaBudget Kongress!

media-TREFF.de stellt 10 Eintrittskarten zur Verfügung! (Wert: je 380,- €)

Beantworten Sie einfach folgende Frage: Wofür steht die MediaBudget nicht?

- Effiziente Marketing-Kommunikation
- Crossmediale Transparenz
- Einseitige Betrachtung der Kommunikationsmedien
- Medienübergreifende Marketingplanung

Ihre Antwort bitte bis zum 15. Juni 2009 via E-Mail an: [marliese.bernhardt@vogel.de](mailto:marliese.bernhardt@vogel.de)



[www.mediabudget.de/kongress](http://www.mediabudget.de/kongress)

## Themenauszug

in dieser Ausgabe und auf [www.media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de)

- Bloggen und Twittern für's Business



- Stellenwert von Online im Marketing-Mix



- MM MaschinenMarkt: Motek Daily



- konstruktionspraxis: Motek Spezial-Report



- elektrotechnik: Automation Guide 2009 mit Jahresthema ENERGIEEFFIZIENZ



-Anzeige-

# MediaBudget

Fachmesse und Forum für  
effiziente Marketing-Kommunikation

08.+09.07.2009 | Neue Messe Stuttgart

[WWW.MEDIABUDGET.DE](http://WWW.MEDIABUDGET.DE)



## Crossmediale Transparenz auf der MediaBudget: Von Mediaprofis für Kommunikationsprofis

Das Jahr 2009 gewinnt an Profil: Es wird zu einer Herausforderung für die Wirtschaft im Allgemeinen und die Kommunikationsbranche im Speziellen. Der Anspruch an die Wirksamkeit und die Effizienz von Werbemaßnahmen wird zunehmen. Werbetreibende prüfen ihre Strategie,



MediaBudget

Plattform und Forum für  
effiziente Marketing-Kommunikation

suchen nach neuen, Erfolg versprechenden Werbeformen und -formaten – ebenso wie die Verantwortlichen aus Media- und Werbeagenturen. Mit der MediaBudget etabliert sich eine hochkarätige Plattform für medienübergreifende Marketingplanung. Disziplinübergreifend präsentieren sich Anbieter den Entscheidern der Wirtschaft und der Agenturen. Austausch und Gespräch über neue Wege in der Media- und Budgetplanung werden zusätzlich durch den begleitenden Kongress und in Diskussionsforen vertieft. media-TREFF.de ist als Partner der MediaBudget auch 2009 mit seinem Web-TV-Team wieder dabei und fragt auf dem Kongress aktiv bei Referenten und Experten nach. Besuchen Sie uns auf den Ständen von media-TREFF.de und Vogel Business Media, da wo Werbung wirkt. Bilder und Interviews von der MediaBudget 2008 mit **InfoClick**: 070209

## Im Gespräch

**Michael Wurzer  
zu WebTV und  
Bewegt看 im  
Internet**

**InfoClick**: 080209



**Dr. Sven Henkel zu Behavioral  
Branding in der Praxis**

**InfoClick**: 090209

**Lars Basche zum Nutzen von  
Twitter fürs Business**

**InfoClick**: 100209

**Dr. Carsten Baumgarth zum  
Markencontrolling von B2B-  
Marken, InfoClick**: 110209

## Ausgelesen

**Vom Produkt zur BtoB-Marke**

Thomas Boenisch

Gedanken zur Marketing-Evolution -  
befreit vom Zeitgeist-Hype

Zur Buchkritik mit **InfoClick**: 120209



## Twitter, die Party-Analogie und das Glück, dass es Dita von Teese gibt

von Wolfram A. Zabel auf **media-TREFF.de** - **InfoClick**: 020209



Man könnte glauben, dass in letzter Zeit alles und vor allem genug zum Thema Twitter geschrieben wurde, dennoch wurde ich von einer guten Freundin gefragt, was dieses Twitter eigentlich sei. „Also, Twitter ist wie eine SMS, die von allen gelesen werden kann, die sich dafür interessieren. Mit einer Einschränkung: Sie müssen bereits vorher erahnt haben, dass Sie sich dafür interessieren könnten, denn Twitter funktioniert nach dem Pull-Prinzip.“ Ihr darauf folgendes Stirnrunzeln hätte in

den 140 Zeichen, die bei Twitter zur Verfügung stehen, jedenfalls keinen Platz gefunden. „Warum?“ „Weil Du nur von den Leuten Tweets erhältst, die Du auch abonniert hast. 'Ich leihe Dir mal mein Ohr' ist ein Spruch, der in diesem Zusammenhang sehr gut passt. Laut zu rufen bringt nichts bei Twitter, man braucht auch jemanden der zuhört. Das kann man bei Twitter genau wie im richtigen Leben nicht erzwingen.“ Den kompletten Beitrag finden Sie auf [www.media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de)

## Horst-Dieter Kraus zu integriertem Marketing und Werbung in Print- und Neuen Medien

von Christian Schmitt auf **media-TREFF.de** - **InfoClick**: 030209

Im Gespräch mit Christian Schmitt plädiert Horst-Dieter Kraus, Leiter Marketing-Kommunikation bei der Firma Pilz, für ein integriertes Marketing. Des weiteren zeigt Kraus auf, welchen Stellenwert Online-Marketing im Marketingmix von Pilz hat. Dabei spielen z.B. Webinare als Ergänzung der Marketingmaßnahmen eine aktuelle und zukünftige Rolle, um mit der Generierung von Leads weitere

Nachfrage zu schaffen. Horst-Dieter Kraus zu Print-Werbung in Fachzeitschriften: „Totgesagte leben länger... wir denken eher an eine Ergänzung von Print-Medien und Neuen Medien.“ Das Video-Interview finden Sie auf [www.media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de)



## Kündigen Sie! Es lohnt sich. Kundentreue wird immer noch zu wenig belohnt

von Anne M. Schüller auf **media-TREFF.de** - **InfoClick**: 040209

Wer nämlich heutzutage als Kunde mit Liebesentzug droht und seine Verträge nicht einfach verlängert, sondern regelmäßig kündigt, kann so richtig absahnen. Aber nur, wenn Sie kündigen! All die lieben netten braven Kunden, deren Vertrag sich stillschweigend von Jahr zu Jahr verlängert, bekommen natürlich nichts. Nicht mal

auf Nachfrage. Heißt: Untreue wird belohnt. Treue wird bestraft. Schön doof, unter solchen Umständen treu zu sein. Eines ist klar: Wir kündigen jetzt überall. Denn wir haben verstanden: Wer kündigt, ist Held. Den kompletten Beitrag finden Sie auf [www.media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de)



## Bloggen und Twittern im Internet fürs Business

von Bernd Pitz auf **media-TREFF.de** - **InfoClick**: 050209

Kirstin Walther, Inhaberin des Saftblogs und der Kelterei Walther, im Gespräch mit Bernd Pitz über die Anfänge des Saftblogs und den Erfolg den das Corporate Blog mit sich brachte. Dabei spricht Frau Walther über die stetige Weiterentwicklung des Blogs, über die Gründe für den ge-

stiegenen Umsatz der Kelterei Walther und die intensivierte Bindung zum Kunden. Als Safttante ist Frau Walther auch auf Twitter aktiv. Wie sich mit Twittern noch mehr Saft verkaufen lässt, dazu mehr in einem Interview auf [www.media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de).



## Rankings und tatsächliche Reichweite der umsatzstärksten Fachzeitschriften

von Christian Schmitt **media-TREFF.de** - **InfoClick**: 060209

Die führenden deutschen Fachzeitschriften haben trotz der Finanzkrise und des Konjunktur einbruchs eine positive Anzeigenbilanz 2008 aufzeigen können. So weit so gut. Für **Werbetreibende** ist es aber vor allem wichtig zu erfahren, inwieweit Werbe-

träger, die für sie relevanten Zielgruppen **tatsächlich** erreichen – damit sie in Zeiten wirtschaftlicher Abkühlung effizient ihre Werbeetat einsetzen können. Einige Beiträge auf [www.media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de) können diesbezüglich eine Hilfestellung geben.



## Motek Daily – für Ihre zielgenaue Besucherwerbung

**Motek Daily** – die einzige offizielle Messezeitung zur Motek - 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**.

Mit einer Anzeige im Motek Daily machen Sie Ihren Auftritt oder den Ihrer Beratungskunden auf der Motek 2009 perfekt. **(mehr...)**  
[www.media-TREFF.de/media](http://www.media-TREFF.de/media)  
**InfoClick**: 130209



## konstruktionspraxis 9 mit Spezial-Report MOTEK

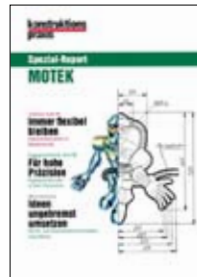
Laut Besucherbefragung sind rund ein Drittel der Fachbesucher „Ingenieure/ Konstrukteure“. Mehr als die Hälfte der Besucher kommen aus dem Maschinen- und Anlagenbau.

Grund genug für konstruktionspraxis als **reichweitenstärkster Konstruktionstitel im Maschinenbau** das Informationsinteresse der Fachbesucher mit einem „Spezial-Report MOTEK 2009“ im Vorfeld der Messe zu begleiten.

Der Report enthält „**Alles, was der Konstrukteur braucht:**“ **Technologien – Komponenten – Anwendungen**

Rund um die MOTEK und Bondexpo 2009 wird über die Themenfelder **Handhabungstechnik, Linear-technik, Mechatronik, Füge- und Verbindungstechnik** sowie **Industrielle Klebtechnologie** berichtet.

Nutzen Sie diesen Spezial-Report, um Ihre Kunden direkt zur MOTEK anzusprechen! **(mehr...)** [www.media-TREFF.de/media](http://www.media-TREFF.de/media)  
**InfoClick**: 140209



## MM Logistik: Softwareführer 2009/2010

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 2009/2010 die Entscheidungshilfe, wenn es um den Einsatz von Software in ihrem Arbeitsumfeld geht.

**Nutzen Sie die verschiedenen Möglichkeiten Ihre Firma im Softwareführer 2009/2010 vorzustellen!** **(mehr...)**  
[www.media-TREFF.de/media](http://www.media-TREFF.de/media)  
**InfoClick**: 150209



## PROCESS: Pumpenseminar 2009

Vom 28.-29.10.2009 veranstaltet die Fachzeitschrift PROCESS das siebte Pumpenseminar mit dem diesjährigen Thema: Was ist die richtige Pumpe beim Fördern von feststoffhaltigen Flüssigkeiten?

Schwerpunkt des PROCESS-Pumpenseminars ist der Schutz von Pumpen gegen Verschleiß, um einem vorzeitigen Ausfall vorzubeugen und Pumpen somit effizient und sicher zu betreiben. An den beiden Seminartagen stehen jeweils spezielle **Pumpenthemen** im Mittelpunkt der **Vorträge**, die anschließend durch eine **Diskussionsrunde** mit dem Austausch der Erfahrungen der Teilnehmer ergänzt werden.

In der **Abschlussdiskussion** werden sich die Referenten den Fragen der Teilnehmer stellen



und versuchen, Lösungen für deren Probleme zu finden.

Die **Vorträge** werden umrahmt von einer **begleitenden Ausstellung**, die die behandelten Themen auch „anfassbar“ machen!  
**(mehr...)** [www.media-TREFF.de/media](http://www.media-TREFF.de/media)  
**InfoClick**: 160209

## Events

**Online Marketing Forum**  
Fachkonferenz für Online Marketing Entscheider  
Termine: 04.06.09 Hamburg,  
09.06.09 Düsseldorf  
[www.onlinemarketingforum.de](http://www.onlinemarketingforum.de)

**INTERNET WORLD**  
Fachmesse & Kongress, München  
23.-24.06.09  
[www.internetworld-kongress.de](http://www.internetworld-kongress.de)

„Whitepaper und Webcast – Neue Werbeformen zielgruppengerecht einsetzen“  
Ort: Würzburg  
Termine: 02.07.09, 29.09.09, 05.11.09  
[www.vim-seminare.de/s-whitepaper.htm](http://www.vim-seminare.de/s-whitepaper.htm)

**Würzburger Automobil Gipfel**  
mit NoAE Innovations-Wettbewerb  
08.-09.07.09  
Ort: Vogel Convention Center  
Würzburg  
[www.wuerzburger-automobil-gipfel.de](http://www.wuerzburger-automobil-gipfel.de)

## Fundstücke



• **Trendpapier: B2B-Online-Marketing-Trends**  
**InfoClick**: 170209

• **Werben mit Referenzen – was ist erlaubt – was nicht?**  
**InfoClick**: 180209

• **Studie: Schlechte Steuerung von Medienunternehmen im digitalen Zeitalter**  
**InfoClick**: 190209

## InfoClick

Tragen Sie die **InfoClick** -Nummer, die Sie zu jedem Beitrag in der Printausgabe von **media-TREFF.de** finden in das Suchfeld auf [www.media-TREFF.de](http://www.media-TREFF.de). Per Mausklick gelangen Sie zum kompletten Beitrag.

## Termine

AT= Anzeigetermin,  
ET= Erscheinungstermin

Titel	AT	ET
MM 35: Special Lasertechnik	27.07.09	17.08.09
MM 37: Motek Messeausgabe	17.08.09	07.09.09
MM Motek Messe Daily	02.09.09	21.-23.09.09
MM Logistik: Softwareführer 2009/2010	01.09.09	18.09.09
MM Logistik: Intralogistics Journal 2009	18.09.09	09.10.09
@blechnet 4: Themenspecial Laserbearbeitung	05.08.09	24.08.09
@blechnet 4: Themenspecial Handhabung	05.08.09	24.08.09
Kopra: SH Fluidtechnik	29.05.09	22.06.09
Kopra: SH 1000 Tipps für Konstrukteure	29.07.09	20.08.09
Kopra: SH Automobilkonstruktion II	19.08.09	10.09.09
PROC 6: AACHEMA-Nachlese	28.05.09	23.06.09
PROC: Best of Products	17.09.09	13.10.09
PROCESS worldwide: AACHEMA-Nachlese	18.06.09	08.07.09
PharmaTEC 4: AACHEMA-Nachlese	10.06.09	03.07.09
PharmaTEC 6: Messeausgabe Fachpack	31.08.09	22.09.09
PharmaTEC 6: Special zur Biotechnica	31.08.09	22.09.09
LP 9: Biotechnica-Ausgabe	17.08.09	25.09.09
LP: Biotechnica magazine	Mitte August	Ende August
LP: Biotechnica daily	Mitte Sept.	06.-08.10.09
LP: LP-Lexikon	02.09.09	25.09.09
EP: SH Bauteilebeschaff. & Supply Chain Management I	15.06.09	06.07.09
EP: SH Automat. Electronics Engineering Report-Magazin	18.08.09	09.09.09
EP: SH Embedded Systems Development II	15.09.09	06.10.09
ET 6: Special Automatisierung für Erneuerbare Energien	25.05.09	16.06.09
ET: SH Automation-Guide für Einkauf und Konstruktion	23.06.09	14.07.09
ET 7/8: Special Gebäude-Automatisierung	31.07.09	20.08.09
ET 9: Special Automation in Verpackungs- und Abfüllmaschinen	26.08.09	15.09.09
AI: Special Report Elektronik	12.05.09	05.06.09
AI: Special Report Powertrain und Abgastechnik	25.06.09	17.07.09
AI: OEM Partners 2009	02.07.09	03.08.09

## Impressum

Vogel Business Media GmbH & Co. KG  
Max Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg  
Telefon: +49 931 4 18-0  
Telefax: +49 931 4 18-22 80  
Internet: [www.vogel.de](http://www.vogel.de)

### Verantwortlich für den Inhalt:

Marliese Bernhardt  
Telefon: +49 931 4 18-24 51  
E-Mail: [marliese.bernhardt@vogel.de](mailto:marliese.bernhardt@vogel.de)  
Christian Schmitt  
Telefon: +49 931 4 18-20 39  
E-Mail: [christian.schmitt@vogel.de](mailto:christian.schmitt@vogel.de)  
Julia Dernbach  
Telefon: +49 931 4 18-29 35  
E-Mail: [julia.dernbach@vogel.de](mailto:julia.dernbach@vogel.de)

### Gestaltung:

Medienproduktion - Agentur Print/  
Online, Martin Röder

## Sonderhefte der konstruktionspraxis

Der **reichweitenstärkste Konstruktionspraxis** Konstruktionspraxis veröffentlicht 2009 zu seinen monatlichen Ausgaben noch folgende Sonderhefte zu den Themen:

- **Fluidtechnik**
- **Automobilkonstruktion**
- **Zuliefererkonzepte**
- **Tipps und Tricks für Konstrukteure**

- **Konstruktion und Software**
- **Best of Products**

sowie die Zeitung für Antriebs-technik im Vorfeld der SPS/IPC/DRIVES „motion & drives NEWS“. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um die Konstrukteure noch gezielter anzusprechen. [www.media-TREFF.de/media](http://www.media-TREFF.de/media) **InfoClick:** 200209.



## 3. Anwenderkongress Steckverbinder 2009 30. Juni - 1. Juli 2009, Würzburg

Der Kongress Steckverbinder 2009 – Anwender sprechen mit Herstellern – ist europaweit die einzige deutschsprachige Veranstaltung mit Table-Top-Ausstellung, die sich ausschließlich, praxisorientiert und tiefgehend den vielfältigen Themen und Herausforderungen beim Design und Einsatz von Steckverbindern widmet.

An zwei einzeln buchbaren Kongresstagen erhalten die Teilnehmer umfassende Einblicke in aktuelle Trends, Methoden, praktische Lösungen und Technologien. In sechs Workshops werden den Besuchern ausgewählte Themen von Fachleuten aus der Branche praxisorientiert „zum Anfassen“ vermittelt. Die Abendveranstaltung bietet Raum für einen ungezwungenen Erfahrungsaustausch,



Expertengespräche, Diskussionsrunden u.v.m. Schauen Sie doch einfach vorbei! Es lohnt sich! Anmeldung, Programm und Workshopthemen [www.steckverbinderkongress.de](http://www.steckverbinderkongress.de) **InfoClick:** 210209.

## elektrotechnik: Automation Guide 2009 mit Jahresthema ENERGIEEFFIZIENZ

Die Redaktion von **elektrotechnik - DAS AUTOMATISIERUNGS-MAGAZIN** präsentiert im „Automation Guide 2009“ **ausgewählte Produkte, Systeme und Lösungen aus allen Bereichen der Automatisierungstechnik.**

Im **Automation Guide 2009** steht das Thema **ENERGIEEFFIZIENZ** im Mittelpunkt. Der „Automation Guide“ bietet jede Menge Highlights, 60.000 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.

**Mit den interessantesten crossmedialen Angeboten in Print und Online setzen Sie Ihr Mediabudget effizient und wirkungsvoll ein.** [www.media-TREFF.de/media](http://www.media-TREFF.de/media) **InfoClick:** 220209.



## OEM Partners 2009 – Doppelmedium mit Langzeitwerbeeffect

Im August erscheint eine Neuauflage von **OEM Partners**, der etablierten Informationsquelle für Automobilhersteller, Zulieferer, Ausrüster und Dienstleister. OEM Partners ist die perfekte Kombination aus **Print und Online**. Der **Produktreport** enthält eine Fülle wissenswerter Produktinformationen sowie begleitende Fachartikel, aufgliedert in 12 Produktgruppen. Die **Database** im Internet gibt mit rund 4.000 detaillierten Firmenprofilen prompte Antwort auf die Frage: „Wer liefert was in der Automobilindustrie?“ **Produktreport und Database bieten verschie-**

dene **attraktive Werbemöglichkeiten:** Z. B. das **Unternehmensporträt** im Produktreport. Damit profitieren Sie von allen Vorteilen einer strukturierten redaktionellen Darstellung. Oder der **Premium-Eintrag** in der Database. Er enthält gegenüber dem Basic-Eintrag ein deutlich erweitertes Angebot mit vielen zusätzlichen Features im Sinne einer eigenen Micro-Site. **(mehr...)** [www.media-TREFF.de/media](http://www.media-TREFF.de/media) **InfoClick:** 230209

