

## KOMMUNIKATION, DIE SPASS MACHT.



Raymond Johnson-Ohla

Er ist wieder für Schlagzeilen gut, der Mangel von Spezialisten in der deutschen Wirtschaft. Seit Jahren meldet der VDI (Verein deutscher Ingenieure) jeden Monat, wie viele Ingenieure fehlen. Sogar in der Krise konnten die Unternehmen ihren Bedarf nicht decken. Jetzt, bei anziehender Konjunktur, könnte die Ingenieurücke sogar zur Konjunkturbremse werden.

Aber nicht nur das. Benötigen wir doch Ingenieure mehr denn je: Klimaschutz, Bewahrung der Artenvielfalt, schonender Umgang mit der Natur, das sind die Themen der Zukunft. Dafür sind Lösungen von innovativen Menschen gefragt, die es schaffen, viel Energie aus Wind, Sonne und Erdwärme zu gewinnen. Höchst effizient und mit geringem Schadstoffausstoß. Ingenieure sind also nicht nur eine Berufsgruppe, sie sind die entscheidende Berufsgruppe in Deutschland.

Auch als Zielgruppe sind sie interessant. Sie sind Top-Entscheider in Wirtschaft und Technik, das so genannte Technische Management. Sie tragen hohe Entscheidungskompetenz, sind Innovatoren, Problemlöser, Trendsetter und Meinungsführer. Wer mit dieser so wichtigen Zielgruppe kommunizieren will, kann dies am besten über die VDI nachrichten tun. Während Wirtschaftstitel häufig nur die Manager oder Bilanzen präsentieren, zeigen die VDI nachrichten, mit welchen Innovationen und Produkten Unternehmen erfolgreich sind und welchen Nutzen

die Kunden aus den Produkten ziehen können. Zusätzlich zeigen die VDI nachrichten, was wirtschaftlich machbar und gesellschaftlich erwünscht ist.

Ingenieure sind eine ausgesprochen anspruchsvolle Zielgruppe. Sie setzen Maßstäbe als Entscheider im Beruf und sie stellen ebenso hohe Ansprüche an ihre Medien. Deshalb ist VDI nachrichten die hohe Qualität von BtoB-Kommunikation so wichtig. Wir haben mit dem Columbus Award einen anerkannten Preis für hervorragende Personalanzeigen ausgelobt. Wer Top-Leute sucht, der muss sie auch fantasievoll, emotional und kompetent ansprechen.

Das gilt genauso für Imageanzeigen. Marken sind Kristallisationspunkte in unserer Wirtschaft. In einer hervorragenden Marke bündeln sich Emotion, Image und Qualität. Marken geben ein Versprechen ab, sie stehen für Vertrauen und Nutzen. Kampagnen auszuzeichnen, die diese unterschiedlichen Markenbotschaften in exzellenter Weise umsetzen, ist die Aufgabe des GWA Profi. Die sechs prämierten Kampagnen stehen für höchstes Niveau in der BtoB-Kommunikation mit professionellen Entscheidern und bieten überraschende Kommunikationsansätze, die schnell den Weg ins Hirn und ins Herz finden. Die ausgezeichneten Kampagnen und ihre Motive haben Spaß gemacht. Und das ist wohl das Beste, was man über BtoB-Kommunikation sagen kann.

Als Entscheidertitel, dessen Leser zu 43 Prozent Entscheidungsträger im Mittelstand sind, ist uns Qualität ganz besonders wichtig. Und deshalb unterstützen wir gerne diesen Award.

Raymund Johnson-Ohla ist Geschäftsführer des VDI Verlages