



Home > Themen > Marketing > B2B-Storytelling: Ein rüstiger Schwede geht viral

B2B-STORYTELLING: EIN RÜSTIGER SCHWEDE GEHT VIRAL

Marketing | Aktualisiert am 21. Oktober 2020 von Kai Schmelzle



Ake ist 82 und betreibt eine Wetterstation am kältesten Ort Europas. Im schwedischen Naimakka, nördlich des Polarkreises, herrschen bis zu minus 40 Grad. An diesem Ort beginnt eine Geschichte, die für Vaillant Gold wert ist.

Das Unternehmen mit über 140 Jahren Geschichte gehört zu den Marktführern im Bereich der Heiztechnik. Wie viele B2B-Produkte sind auch Vaillant-Wärmepumpen, -Regler und -Speicher technisch komplex und erklärungsbedürftig. In ausführlichen Produktbroschüren wird man diesem Anspruch gerecht. Aber nicht immer beschäftigen sich auch die Endverbraucher gerne mit komplexen Themen. Deshalb ging Vaillant in der Kommunikation einen Schritt weiter. Mit einer cleveren Idee ebnete man der eigenen B2B-Zielgruppe (Installateure) den Weg zu deren Zielgruppe, den Verbrauchern. Ein Weg, mit dem es gelang, technische B2B-Produkte so emotional zu verpacken, dass sich Menschen dafür begeistern. Ein Weg, der Vaillant zum bis zum Polarkreis führte.

Erst keine Besucher, dann eine halbe Millionen Views

Oben am Polarkreis hatte Ake die Kälte irgendwann satt. Er errichtete ein Zelt um seine Wetterstation. Um es darin kuschelig warm zu haben, ließ er eine Wärmepumpe installieren. Die Pumpe nutzt bereits verfügbare Umweltwärme zur Energiegewinnung. Auch bei tiefen Minusgraden – wie in Naimakka – kann sie Räume so angenehm aufheizen. Ake hatte es endlich gemütlich.

Herzerwärmender Nebeneffekt: Der alte Mann war nicht mehr allein, denn Besucher fanden Gefallen an einem Stopp in seinem gemütlichen Zelt. Die Episoden, die Akes Geschichte erzählen, haben auf Youtube und vielen anderen Kanälen über 5 Mio. Views in Deutschland. Nina Schang, Senior Marketing Managerin bei Vaillant, sagt: „Diese Begeisterung schafft kein Produktkatalog, das kann nur Storytelling.“



Nina Schang hält die Methode gerade in diesem Bereich für erfolgversprechend, denn „Wir haben Produkte, die oftmals abstrakt oder komplex sind. Im B2B-Marketing gewinnt man die Aufmerksamkeit nicht sofort mit dem Produkt, aber dafür mit einer guten Story“. Vaillant gewann über das Storytelling vor allem neue Interessenten. Alle Story-Kanäle führen zu einem Web-Special, das neben Ake auch die eigenen Produkte vorstellt. Auf diesem Weg hat Akes Geschichte viele Fans gewonnen, und Vaillant ganz nebenbei einen B2B-Effie in Gold.

WEITERBILDUNGSANGEBOT

Ob als Seminar, Fernkurs, eLearning oder Coaching – bei uns finden Sie genau die Kompetenzen, die Sie für Ihre Ziele brauchen.

Zum Seminarangebot von Marketing

NEWSLETTER

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter und erhalten Sie zukünftig regelmäßig Informationen.

Newsletter kostenlos abonnieren

UNSERE THEMENWELT

- Assistenz und Office-Management
- Betriebswirtschaft
- Change Management & Digital Transformation
- Coaching
- Controlling
- Compliance
- Digital Business
- Einkauf
- Entgeltabrechnung
- Führung und Leadership
- General Management
- Gesundheit
- Immobilien
- International Business
- IT-Training
- Logistik, Supply Chain und Außenhandel
- Kompetenz für Trainer, Coaches und Berater
- Marketing
- Persönliche und soziale Kompetenzen
- Personalentwicklung
- Personalmanagement
- Produktmanagement
- Projekt- und Prozessmanagement
- Rechnungswesen
- Recht und Datenschutz

UNSERE EMPFEHLUNG



Kreative B2B-Kommunikation

Wie setzen Sie Storytelling im B2B ein? Wie können Sie B2B-Kampagnen kreativer und wirkungsvoller gestalten? Lernen Sie die wichtigsten Methoden der B2B-Kampagnen-Konzeption kennen. Entdecken Sie den Weg zu mutigen Texten und spannenden Stories.

Training: Kreative B2B-Kommunikation

Talent Management

Öffentlicher Dienst

Vertrieb / Verkauf

TOP ARTIKEL



B2B-Storytelling: Ein rüstiger Schwede geht viral



Die moderne Arbeitswelt verlangt nach agiler Führung



Vom Partner zum Vordenker: Die HR-Abteilung heute



10 Tipps für neue Führungskräfte



Like

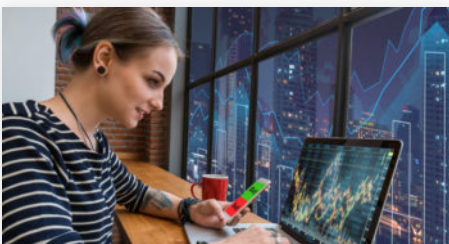
ÜBER DEN AUTOR



Kai Schmelzle

Ist Referent der Haufe Akademie, Creative Director, Business-Trainer für Text+Konzeption und Dozent für Corporate Language an der Universität Tübingen.

WEITERE BEITRÄGE



9. September 2020

Suchmaschinenmarketing: auf Du und Du mit Google & Co.



20. Mai 2020

Online – und Social-Media-Marketing 2020



30. Januar 2020

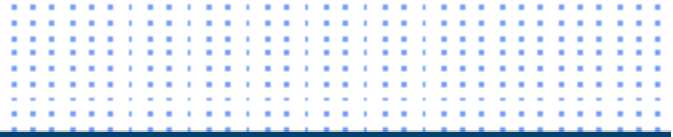


21. Januar 2020

Omnichannel Marketing – nahtlose Customer Journey & Customer Experience

Marketingabteilung und Agentur – Zwangsehe oder Liebesheirat?!

Zur Themenübersicht Marketing



HAUFE.
AKADEMIE



Unsere Angebotsfelder

- Website der Haufe Akademie
- Seminare & Trainings
- Unternehmenslösungen

Besondere Angebote

- Fokus Personalentwicklung
- Haufe Sommer-Akademie
- Öffentliche Fördermittel
- Transfersicherung

Die letzten Artikel

- e-Learning Benchmarkingstudie 2020 – Bildungstechnologie
- WEG-Reform 2020: Die 7 wichtigsten Änderungen
- Achtsam leben – mit radikaler Selbstakzeptanz!
- Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung

Interessante Themen

- Verkaufstraining Innendienst
- Vertriebstraining Außendienst
- Zeitmanagement
- Vom Kollegen zum Vorgesetzten
- Digital Marketing
- Digitalisierung

Rechtliches

[AGB](#) [Impressum](#) [Datenschutz](#)

Haufe Akademie GmbH & Co. KG, Munzinger Str. 9, 79111 Freiburg

Ein Unternehmen der **HAUFE.Group**