

Pressemitteilung:

Zukunft pur am Schweizerischen Marketing-Tag 2011

Gegen 1000 Marketer konferierten über die Zukunft des Marketings.

Luzern, 8. März 2011. Wertvoll oder wertlos? Marketing für das Marketing: Unter diesem Motto erlebte die Schweizer Marketingwelt am 8. März 2011, im KKL in Luzern das Highlight des Schweizerischen Marketing-Jahres, den Schweizerischen Marketing-Tag.

Das Thema sprach nichts Geringeres als die Zukunft der Branche an. Das Verdikt der Marketing-Auguren: Wertvoll im Wandel, jetzt erst recht!

Koryphäen des Marketings in ihrem Element

Nach der Begrüssung der Teilnehmenden durch Uwe Tännler, Präsident Swiss Marketing, das den Anlass organisiert, und Anchorwoman Susanne Wille, kam gleich der „Marketing-Papst“, die global geachtete Marketing-Autorität Philip Kotler zu Wort. Er war per Videocast aus einem TV-Studio in Florida zugeschaltet und machte schon zu früher Stunde deutlich, dass Marketing sich im Wandel befindet. Kotler sieht gar eine neue Ära des Marketings heraufziehen, das Marketing 3.0, wie er es analog dem Web 3.0 nennt. Und das betrachtet Konsumenten nicht mehr als blosse Konsumenten, sondern als die komplexen, multidimensionalen menschlichen Wesen, die sie sind. Unternehmer müssen ihre Relevanz an den grundlegenden Werten dieser Menschen messen lassen. Man war sich also von Anfang an bewusst, dass Umbruch angesagt ist. Wohin die Reise geht, erläuterten die folgenden Referenten detailliert. Und was die Trends betrifft, war der Marketing-Tag mit Trendforscher Jeremy Gutsche bestens aufgestellt. Gutsche, der Trend-Guru aus Toronto, lässt für seine Firma Trendhunter den ganzen Planet nach Innovationen und Trends abklopfen. Seine Erkenntnisse gaben den Teilnehmern wertvolle Impulse.

Von den Teilnehmern des Marketing-Tags wurden auch die weiteren Referenten honoriert: Christian Belz von der Uni St. Gallen, der dafür plädierte, das Kundenverhalten genau zu beobachten und sich dementsprechend anzupassen. Der deutsche Soziologe Holger Rust machte sich Gedanken über zukunftsfähige Marketingalternativen. Urs Riedener, CEO der Emmi Gruppe sprach dem Marketing eine Lead-Funktion in der Unternehmensführung zu, Dr. Wolfgang Ambrecht vom Brand Management der Automarke Mini, sah in der Markenorientierung den Schlüssel zum Erfolg. Dr. Peter Felser wandte sich gegen die Zersplitterung im Marketing und Thorsten Truijens von der Controlling Partner St. Gallen AG, analysierte die Beziehungen zwischen Finanzen und Marketing in der Unternehmensleitung.

Viel Zeit auch für wertvolles Networking

Die Königsdisziplin am Schweizerischen Marketing-Tag war auch diesmal wieder das Networking. Das KKL bot dafür die ideale Plattform, die alle Teilnehmer nutzten, um zahlreiche neue Geschäftskontakte zu generieren - in angenehmer Atmosphäre und bei bester Verpflegung.

Der Schweizerische Marketing-Tag hat sich 2011 ein weiteres Mal als aussergewöhnlich wertvoll erwiesen, als ein Event, das sich zu einem der stärksten Impulsgeber der Schweizer Marketing Welt entwickelt hat und aus dieser nicht mehr wegzudenken ist.

Die Gewinner der Marketing-Trophy 2011

Grosse Unternehmen:

SAM Sustainable Asset Management AG, Projekt «Foresight in Sustainability. Foresight in Investments».

Die von dem Unternehmen seit Jahren praktizierte nachhaltige Vermögensverwaltung, etabliert sich in einem Umfeld finanzstarker Konkurrenten. Mit strategischer Cleverness und Überzeugungskraft wird aus der einzigartigen Investment-Boutique eine Marke mit differenzierendem Profil und Marktauftritt. Involvierte Agentur: Euro RSCG Zürich.

Mittlere Unternehmen:

Brack Electronics AG, Projekt «DayDeal.ch, die Schweizer Liveshopping-Community». DayDeal bietet ein Produkt pro Tag an, mit begrenzter Verfügbarkeit und Sonderpreis. DayDeal ist für den Schweizer Markt innovativ, stellt eine clevere Kombination von Brack.ch und Live-Shopping her und erweitert das Grundgeschäft. Über virale Verbreitung und tiefe Preise wurden neue Kundenschichten erreicht, ohne als Konkurrent für die Handelskunden der Competec-Gruppe aufzutreten. Involvierte Agentur: SCULPT – Grafisches und digitales Atelier, Steckborn.

Kleine Unternehmen:

Alois Scherrer AG, Projekt «Vom 0815-Transporter zum Spezialist für Textillogistik».

Die Marketingoffensive zur Neupositionierung des Unternehmens in der Textillogistik hat den Bekanntheitsgrad der Scherrer AG mit einem fast konkurrenzlosen Full Service, frappant gesteigert. Die komplette Umpositionierung des Unternehmens war erfolgreich und hat das kleine Familienunternehmen auf Augenhöhe mit den grossen multinationalen Firmen der Branche gebracht. Involvierte Agentur: Agentur am Flughafen AG, Altenrhein.

NPO:

Schweizer Radio und Fernsehen, Projekt «Jeder Rappen zählt».

Das Charity-Projekt mit Eventcharakter, organisiert von SF, DRS 3 und Glückskette hat über 85% der Schweizer Bevölkerung erreicht und neue Massstäbe bei der Multimedia-Nutzung gesetzt: fast 1 Mio. Starts des Livestreams, vergleichbar nur mit

Bundesratswahlen. Fast eine halbe Million Aufrufe bei YouTube und über 50 000 Fans bei Facebook. Aufgrund des grossen Erfolgs wurde JRZ im Dezember 2010 erneut durchgeführt. Initiant: Schweizer Radio und Fernsehen.

Sonderpreis:

Rent a Rentner, Projekt «Rentner zum mieten»

Pensionäre auf das Abstellgleis? Nicht mit uns, dachten sich die Initiatoren der neuen Arbeitsvermittlungsplattform für vermeintlich Ausrangierte. Rentnerinnen und Rentner sind seither gefragt wie nie zuvor. Die Geschäftsidee scheint ein wahrer Renner zu werden. Die Nachfrage nach Mietrentnern ist riesig und die Bekanntheit des Projekts steigt täglich. Eine neue, innovative Geschäftsidee, die bislang konkurrenzlos ist, mit einer Zielgruppe, die überdurchschnittlich wächst und Zukunftspotenzial hat. Involvierte Agentur: Werbeanstalt Schweiz AG, Zürich.

Publikumspreis:

EgoKiefer, Projekt «Klimaschutz inbegriffen – Bärenstarker EgoKiefer Auftritt»

Seit Jahrzehnten aktiv im Umweltschutz, will das Unternehmen mit einer neuen Bildwelt den Markterfolg und Bekanntheitsgrad als Schweizer Qualitätsmarke steigern. Entsprechend dem Motto „besondere Produkte verdienen eine besondere Präsentation“ lancierte EgoKiefer den neuen Dachauftritt anlässlich der Swissbau 2010 zusammen mit der Markteinführung der neuen EgoKiefer Fensterlinie AllStar AS1®. Ein innovatives und integratives Konzept mit klarer, aktueller Positionierung. Involvierte Agenturen: freicom ag, St. Gallen, Fotografie: Gerry Hofstetter, Lightartist, Zumikon.

Kontaktperson:

Schweizerischer Marketing-Tag

Herr Uwe Tännler

OK-Präsident

Baslerstrasse 32

4600 Olten

++41 62 207 07 70

uwe.taennler@swissmarketing.ch

www.marketingtag.ch

www.swissmarketing.ch