

Die Marketing-Trophy

Mäzen für die Zukunft des Marketings

Unter einem Mäzen versteht man gemeinhin einen Förderer der Kunst. Die Marketing-Trophy, der «Oskar» der Marketer, ist die höchste Auszeichnung, die in der Schweiz für die Kunst des Marketings verliehen wird. Der Aufwand für Organisation und Durchführung ist gross, ein Rädchen fügt sich perfekt in das andere, wie bei einem Uhrwerk. Und genau wie bei einer guten Schweizer Uhr, muss das Resultat absolut wasserdicht sein.

Wenn am 8. März 2011, am Schweizerischen Marketing-Tag im KKL Luzern die Bühne wieder frei ist für den Oskar der Marketer, liegen viele anstrengende Arbeitsstunden hinter den Organisatoren. Der Löwenanteil der Vorbereitungsarbeiten liegt bei Swiss Marketing und hier zu diesem Zeitpunkt bei der Geschäftsstelle und Herrn Marcel Weibel, Bereichsleiter Verbandswesen. Er beantwortet Anfragen bezüglich Prozedere und erteilt entsprechend Support. Dann beginnt die Arbeit der Jury.

Verantwortung und absolute Neutralität

Die 8-köpfige Jury nimmt dabei naturgemäss eine ganz besondere Verantwortung wahr. Planungsarbeit im engeren Sinne gibt es für die Crew zwar nicht. Sie geht völlig unbelastet und in Unkenntnis von Anzahl und Art der Eingaben an ihre Arbeit. Das gewährleistet von Grund auf eine unvoreingenommene und absolut neutrale Bewertung. Juryarbeit ist aber nicht für jedes Jurymitglied gleich. Jurypräsident Marco Bernasconi muss sich schon im Vorfeld um die Pre Selection kümmern und die Kurzeingaben zeitnah prüfen. Es geht hier noch nicht um Qualität, beurteilt wird einzig, ob alle Vorgaben eingehalten wurden. Erst wenn das der Fall ist, wird eine weitergehende Prüfung überhaupt möglich. Bei der genauen Kontrolle des eingereichten Materials wird nicht so sehr auf den Umfang, sondern vielmehr auf die Güte und Vollständigkeit der Aufbereitung geachtet. Wo nötig, werden Zusatzinformationen aus dem Internet recherchiert. Der Raster der für die Eingabe benutzt wird ist jedoch so straff und konzis, dass sehr schnell ein erster Eindruck bezüglich den relevanten Eckwerten feststeht. Die vertiefte Analyse und der intensive Mei-

nungsaustausch in der Jury erfolgt dann dort, wo Unsicherheiten bestehen und ergänzendes Material wie Marktforschungsergebnisse, Absatzzahlen, Kommunikationskonzepte oder Budgets gezielt konsultiert werden.

Erfolgsnachweis extrem wichtig

Die gründliche Prüfung der Eingaben ist aufwendig. Fehlt ein wichtiger Aspekt wie der Erfolgsnachweis, ist auch die beste Präsentation in Frage gestellt. Dazu Jurypräsident Marco Bernasconi: „Aufgrund profunder Erfahrung wissen wir, dass kurzfristiger Erfolg noch absolut kein Garant ist für das langfristige Ergebnis.“ Als konkretes Beispiel nennt er die Eingabe einer sehr renommierten Marke zur Pre Selection. Eine sehr aufwendig gestaltete Eingabe bei der sämtliche Marketingaspekte vorbildlich und professionell dargestellt worden waren. Der Erfolgsnachweis fehlte aber, weil das Angebot neu auf dem Markt war. Der Bewerber lieferte eine Marktanalyse mit den ersten Ergebnissen nach. Trotzdem wurde die Eingabe nicht nominiert, weil die Aussicht auf einen längerfristigen Erfolg nicht abgeleitet werden konnte. Letztlich behielt die Jury Recht. Der Misserfolg des neuen Produktes war knapp ein Jahr danach offensichtlich. Das zeigt deutlich, wie wichtig eine fundierte Analyse ist, die auf professioneller Erfahrung und nachvollziehbaren Tatsachen basiert.

Zusammensetzung und Arbeit der Jury

Die Auswahl der potenziellen Jurymitglieder wird mit dem Präsidenten von Swiss Marketing, Uwe Tännler, abgesprochen. Die Auswahlkriterien sind Erfahrung, Leistungsausweis und eine ausgewogene Zusammensetzung be-



züglich der Tätigkeitsfelder. An den Jurytagen werden Gruppen gebildet und die Aufgaben zugeteilt. Die Bewertungskriterien und der Prüfungsprozess sind festgelegt und haben sich in den letzten Jahren bezüglich Konsistenz und Relevanz bewährt. Die Motivation der Jury beizutreten beschreibt Jurypräsident Marco Bernasconi so:

„Als ich damals angefragt wurde war ich einerseits geehrt und andererseits überzeugt, dass der Gedankenaustausch in einem solch hochkarätig zusammengesetzten Team inspirierend ist und Spass macht. Zusätzlich wird man in einzigartiger Weise mit neuen Trends und innovativen Vorgehensweisen im Mar-

NUTZEN SIE IHRE GEWINNCHANCEN FÜR DIE MARKETING-TROPHY 2011!

Die Fachjury beurteilt innovative Marketing-Projekte in 4 Kategorien. Am Schweizerischen Marketing-Tag vom 8. März 2011 wird in jeder Kategorie ein Gold-Gewinner prämiert. Projekte können von allen Unternehmen, NPO's und Institutionen eingereicht werden. Erstmals werden auch Agenturen mit dem Oskar der Marketer honoriert, die an den Projekten massgeblich beteiligt sind. Ebenfalls neu wird ein Sonderpreis verliehen. Er zeichnet Projekte aus, die durch hervorragende Ideen oder innovative Teilaspekte auffallen, den strengen Regeln der Marketing-Trophy aber nicht vollumfänglich entsprechen. Trotzdem sind sie förderungswürdig und verdienen mediale Aufmerksamkeit. Der Sonderpreis ist im Gegensatz zur Marketing-Trophy nicht an einzelne Kategorien gebunden.

Weitere Informationen und Anmeldung auf www.marketingtrophy.ch



keting konfrontiert. Hauptsache ist aber, der Domäne Marketing eine tolle Plattform zur Selbstpräsentation zu bieten, um aufzuzeigen, was gutes Marketing zu leisten vermag.“

Und was bringt ein Sieg den Gewinnern?

Den Aussagen ehemaliger Gewinnern zufolge, ist es ein bedeutender Imageschub des Unternehmens, eine grossartige Motivation der Mitarbeiter und ein klares Signal für eine überdurchschnittliche Marketingkompetenz. Marco Bernasconi: „Jeder seriöse Preis kann und soll kommuniziert werden. Man darf durchaus damit zeigen, dass man Bestleistungen erbringt. Aufmerksamkeit und Wertschätzung steigern die Attraktivität des Unternehmens gegenüber Kunden, Handel und Mitarbeitern.“ Dem ist wohl nichts hinzuzufügen.



**Reichen Sie Ihre Arbeiten jetzt ein.
Die Eingabefrist läuft am 22. Oktober 2010 ab.**