



Die Moderatorin Susanne Wille im Gespräch mit Patrick Warnking, Oliver Quillet und Thomas Truttmann.

Marketing-Tag 2016: «Storytelling: Die Magie der Story oder wie Kunden zu Fans werden». Bereits zum elften Mal lud Gastgeber Uwe Tännler, Präsident Swiss Marketing, zum Schweizerischen Marketing-Tag ins KKL Luzern ein. Der Anlass stand ganz im Zeichen des Storytellings, das durch den Siegeszug von Content Marketing und Social Media verstärkt in den Fokus der Marketingbranche gerückt ist.

VON CHRISTOPH PORTMANN*

Vier profilierte Keynote-Speaker brachten den über 1100 anwesenden Besuchern ihre persönliche Sichtweise auf erfolgreiches Storytelling näher. Jedes Keynote-Referat wurde angereichert durch Kurzgeschichten von Branchenexperten, die so die Brücke von der Theorie in die Praxis schlugen. Ein wichtiges Highlight war auch dieses Jahr die Verleihung der begehrten Marketing Trophy, auch bekannt als Oskar der Schweizer Marketingbranche, durch eine 16-köpfige Jury. Durch den Anlass führte nun bereits zum dritten Mal in Folge die charmante und eloquente Journalistin und Moderatorin Susanne Wille.

The Magic of the Story oder die Magie von Geschichten. Im Eröffnungsreferat des diesjährigen Schweizerischen Marketing-Tags zeigte Keith Reinhard, Chairman Emeritus DDB Worldwide Communications Group INC., die Bedeutung von Stories (Geschichten) im Hinblick auf nachhaltige Kundenbindung auf. Es ist essentiell, Menschen mit spannenden Geschichten zu erreichen, zu unterhalten und zu inspirieren. Denn nur so gelingt die langfristige Bindung eines Kunden an eine Marke. Das Rezept zum Erfolg? Wir sollten uns nicht von technischen Möglichkeiten wie Big Data ablenken lassen, sondern uns zurück auf eine starke Idee und eine engagie-

MARKETING-TROPHY

The oscar in marketing (the Marketing Trophy 2016) goes to:

Kategorie KMU (Kleine und mittlere Unternehmen)

Elkuch Josef AG Recycling Center mit Markenkern AG, Chur, für das Projekt: «Supersack – ein Schritt in die richtige Richtung»

Kategorie GU (Grossunternehmen)

Coop Genossenschaft, Basel, für das Projekt: «Mondovino – der Weinclub von Coop»

Kategorie: NPO (Non-Profit-Organisationen)

Bookbridge mit Contexta AG, Bern, für das Projekt: «Bookbridge Capability Programm»

Kategorie: Publikumspreis

Coop Genossenschaft, Basel, für das Projekt: «Mondovino – der Weinclub von Coop»

Der Sonderpreis ging an: SwissShrimp AG mit Bruppacher und Partner AG, Luterbach, für das Projekt «Markenaufbau SwissShrimp».



Referent
und Keynote-
Speaker
Dr. Hans-Georg
Häusel.



Der Gastgeber Uwe
Tännler im Publikum.

rende Story besinnen. Denn es gibt keinen besseren Weg, als über eine relevante Geschichte mit den Zielgruppen zu kommunizieren und zu interagieren.

Dr. Tiia Maekinen, Gründerin und CEO von Must Experience GmbH, untermauerte Reinhard's Referat mit Erfahrungen aus dem Experience Management: Um eine Geschichte erfolgreich zu erzählen, muss einerseits die Glaubwürdigkeit, andererseits eine nahtlose Brandexperience für den Kunden an allen Kontaktpunkten mit einer Marke gegeben sein.

Wie gute Geschichten im Gehirn entstehen und wie sie wirken. Dr. Hans-Georg Häusel, Neuropsychologe und Neuromarketing-Experte, beleuchtete das Thema Storytelling in seinem Referat aus einer völlig anderen Perspektive, nämlich aus jener der modernen Hirnforschung. Er demonstrierte hierbei, wie Geschichten aufgebaut sein müssen, um beim Rezipienten mehr als nur Aufmerksamkeit zu generieren: Langanhaltende Begeisterung wird durch multisensorische Verstärkung hervorgerufen. Je tiefer Geschichten in das Unterbewusste der Zielgruppe hineinwirken, desto höher ist der Emotionalisierungseffekt der Ansprache und somit der Erfolg.

Aldo Gnocchi, Geschäftsführer Gnocchi GmbH, und Sarah Stiefel, Verantwortliche digitale Kommunikation SBB, gingen im Anschluss auf Trends und Möglichkeiten im Bereich Visual Storytelling ein und boten Einblicke in die digitale Kommunikations- und Social Mediastrategie der SBB.

Digital Storytelling – Content Marketing in den Märkten von morgen. Dr. Veit Etzold, Thrillerautor und Unternehmensberater, zeigte in seinem Keynote-Referat die Bedeutung eines guten digitalen Geschichtenerzählens für die Vermarktung eines Produkts auf und zog eingängige Parallelen zu seiner Tätigkeit als Schriftsteller. Denn Storytelling muss simpel sein und die drei unabdingbaren Elemente einer klassischen Geschichte aufweisen: einen Helden, einen Schurken und ein Happy End. Will ein Unternehmen erfolgreich agie-

ren, muss es als Einziges die Bedürfnisse seiner Zielgruppe befriedigen können – oder dies zumindest in der Kommunikation so dramatisieren. Nur dann bleiben Marken als Geschichten lange haften und sind erfolgreich.

Patrick Warnking, Country Director Google Schweiz, brachte dem Publikum im Anschluss das Thema «digital Storytelling» mit vertieften Insights zu Videos und deren Bedeutung näher.

From Storytelling to Storydoing. Ty Montague, Co-Founder und Co-CEO co:collective, kam die Ehre zu, das Abschlussreferat zu halten. Im Gegensatz zu seinen Vorrednern ging er in seiner Keynote einen Schritt weiter und unterschied bestimmte Marken, die ihre Geschichten aktiv mitgestalten (Storydoing), von denen, die Geschichten nur erzählen (Storytelling). Sogenannte Storydoers verfügen gegenüber Mitbewerbern über eine innovativere Strategie, wachsen erheblich schneller und werden in Social Media überdurchschnittlich oft (positiv) erwähnt. Und all das bei nur einem Drittel der bezahlten Media-Ausgaben gegenüber der Konkurrenz.

Auch der elfte Schweizerische Marketing-Tag bot in den Pausen und im Anschluss eine ideale Networking-Plattform. Bei bester Verpflegung konnten bestehende Kontakte gepflegt und neue Geschäftskontakte geknüpft werden. Der Marketing-Tag 2017 findet am 7.3.2017 wiederum in Luzern statt.

* **Christoph Portmann** ist Inhaber und Geschäftsleiter von Score Marketing in Stäfa. Er hat sich mit seinem Team auf die Beratung und Begleitung von Unternehmen zu klassischen und Online-Marketingthemen spezialisiert. Zudem bietet er Seminare und Referate an. **Score Marketing**, Bergstrasse 96, 8712 Stäfa, T 044 926 36 00. www.ScoreMarketing.ch