

Mit Big Data zu Big Inspiration. Zum 10. Mal jährte sich der Schweizerische Marketing-Tag, der dieses Jahr am 3. März einmal mehr im Kultur und Kongresszentrum KKL in Luzern stattfand. Gastgeber Uwe Tännler, Präsident von Swiss Marketing, konnte zum Jubiläum eine ganze Reihe attraktiver Keynote-Speaker zum brandaktuellen Thema «Big Data und Big Inspiration» gewinnen.

VON CHRISTOPH PORTMANN*

Über 1000 Marketing- und Kommunikationsfachleute nutzten den Branchenanlass, um ihr Wissen zu aktualisieren, sich auszutauschen und schliesslich zu erleben, wer dieses Jahr die begehrten Marketing-Trophies mit nach Hause nimmt. Der Anlass stand dieses Jahr unter dem Motto «Big Data und Big Inspiration». Der Ausdruck «Big Data» bezeichnet einerseits grosse und komplexe Daten-Mengen, die aus verschiedenen Quellen zusammengetragen wurden, andererseits ergänzend auch als Komplex der Technologien, die zum Sammeln und Auswerten dieser Datenmengen verwendet werden. Für Marketingfachleute stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, wie diese Datenmengen effizient analysiert und die gewonnen Erkenntnisse als Inspiration für die Entwicklung von neuen Marktleistungen und Marketing-Massnahmen genutzt werden können.

Durch den Anlass führte in gewohnt professionell und gleichzeitig charmanter Weise Susanne Wille. Die profilierte Journalistin wurde vor allem als Moderatorin des Nachrichtenmagazins 10 vor 10, das sie bis Juni 2011 moderierte, bekannt. Seit kurzem ist sie Reporterin und Moderatorin beim Politmagazin Rundschau.

Kommunikation muss Service werden. Zum Einstieg in den Tag plädierte Reto Brotschi, Leiter Direct Marketing PostMail, für eine unvoreingenommene Haltung gegenüber unadressierter Werbung und stellte die neuen werbefreundlichen Briefkasten-Aufkleber der Post vor: «Willkommen gute Werbung». Dieser soll ab sofort auf allen Schweizer Briefkästen prangen und fordert nicht zuletzt Branchenvertreter auf, der eigenen Arbeit mehr zu vertrauen.

Danach folgte Christian Rättsch, CEO der Werbeagentur Saatchi und Saatchi und Experte für Markenführung. Der Kommunikationsfachmann untermauerte seine explizite Forderung «Kommunikation muss Service werden» mit einer ganzen Reihe bekannter Kampagnen, die die Regeln der Kommunikation in der digitalen Welt gekonnt umsetzen und damit Erfolg



Fröhliches Podium zum durchaus ernst zu nehmendem Diskussionsthema Big Data.

haben. Erfolg, so die Erfahrung von Rättsch, der sich für die Unternehmen immer öfter auch finanziell ausbezahlt. Digitalisierung ist seiner Meinung nach für Unternehmen eine grosse Chance, ein echter Treiber in der Wertschöpfung des Unternehmens hinsichtlich Interaktion, Service und Vertrieb.

Intuition ist gefühltes Wissen. Prof. Dr. Gerd Gigerenzer, Direktor am Max Planck Institut für Bildungsforschung, analysierte was Big Data eben nicht zu leisten vermag. Seine Kritik an Big Data, respektive am Vertrauen auf die Auswertung grosser Datenmengen, gründet insbesondere darin, dass gesammelte Daten die Vergangenheit abbilden und damit die Grenzen in Bezug auf Innovation einleuchtend und begreiflich sind. Er appellierte für mehr Bauchgefühl und Vertrauen in die eigene Intuition. Er zieht bei ungewisser Zukunft und instabiler Situation einfachere und kostengünstigere Messmethoden vor und gibt der eigenen Intuition den Vorzug. Denn, so Gigerenzer: «Intuition ist gefühltes Wissen».

Datenschutz: Chance oder Bedrohung. Die anschliessende Podiumsdiskussion, mit Prof. Dr. Gerd Gigerenzer, Karin Frick

GEWINNER DER MARKETING-TROPHIES 2015

The oscar in marketing (the Marketing-Trophy 2015) goes to ...



Die Gewinner in der Kategorie KMU:
Thomas Beck (Swiss Bankers Prepaid Services) und Marc Schumacher (Contexta AG), hier zusammen mit Uwe Tännler (SMC, ganz rechts)

Kategorie KMU (Kleine und Mittlere Unternehmen)

Swiss Bankers Prepaid Services AG

Projekt: Travel Cash – Das Reisegeld
(Involvierte Agentur: Contexta AG, Bern)

Kategorie GU (Grossunternehmen)

CSS Versicherung

Projekt: Ganzheitliches Marken- und Kundenerlebnismangement
Involvierte Agenturen: Prophet, Zürich; Contexta AG, Bern; Stimmt AG, Zürich; SandSIV AG, Zürich

Kategorie: NPO (Non Profit Organisationen)

Schifti Foundation

Projekt: Gorilla (Involvierte Agentur: Kreienbühl und Vogler, Zürich)

Kategorie: Publikumspreis

Mazda (Suisse) AG

Projekt: Voilà Ma Suisse (Involvierte Agentur: JWT/Fabrikant, Zürich)

Kategorie: Sonderpreis

Bagno Sasso Mobili

Projekt: Swiss Eco Tap (Involvierte Agentur: Abegglen Management Consultants AG, Zürich)

(Leiterin Research und Mitglied der Geschäftsleitung am Gottlieb Duttweiler Institut GDI), Andreas Wiebe (CEO Verwaltungsratsvorsitzender und Firmengründer der Hulbee AG), Wolfgang Zimmermann (Management Consultant, Migros Genossenschafts-Bund) und dem Eidgenössischen Datenschutzbeauftragten Hanspeter Thür zeigte deutlich: Big Data gewinnt mit hoher Geschwindigkeit an Relevanz. Das Thema wird uns über die nächsten Jahre beschäftigen, egal welche Sichtweise man einnimmt. Die Herausforderung nebst der Lösung von Datenschutz relevanten Fragen wird sein, mit dem technologischen Fortschritt mit zu halten. Denn die Technologie – da sind sich alle einig – ist uns immer einen Schritt voraus.

Authentizität und Inhalt. Julius van de Laar hatte das Privileg, beide Wahlkämpfe Barack Obamas mitzugestalten. In seinem beeindruckenden Referat zeigte er die wichtigsten Stationen der erfolgreichen Kampagnenführung auf und gab einen Einblick in die effektive Nutzung digitaler Kanäle und Social Media. Seine wohl wichtigste Botschaft war dennoch «Message matters» oder auf Deutsch, «die Botschaft entscheidet». Kein

noch so smarter Plan kann auf Authentizität und Inhalt verzichten, so die Überzeugung van de Laars.

Zeit für wertvolles Networking. Der Marketing-Tag im Kultur- und Kongresszentrum KKL in Luzern ist jedes Jahr der Höhepunkt der Marketingbranche. Neben den Referaten, die neue Horizonte öffnen oder auch einfach nur zum Nachdenken anregen werden die Oscars der Marketingbranche in fünf verschiedenen Kategorien verliehen und auch die Unterhaltung kommt nicht zu kurz. Einmal mehr bot der Anlass zudem eine ideale Networking-Plattform. Bei bester Verpflegung konnten bestehende Kontakte gepflegt und neue Geschäftskontakte geknüpft werden. Der Marketing-Tag 2016 findet am 8.3.2016, 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