

# MARKETING

**Macher, Macht und Märkte.** Über neunhundert Fach- und Führungskräfte haben in Luzern am Schweizerischen Marketing-Tag teilgenommen. Nebst hochkarätigen Referaten, viel Networking und bester Unterhaltung erlebten sie live die Verleihung der Schweizer «Marketing-Oscars».



Lord Sebastian Coe  
im Gespräch mit  
Susanne Wille (links).



Der Marketing-Tag  
brachte neben  
Referaten auch viel  
Networking-Gelegen-  
heiten (rechts).

## VON CHRISTOPH PORTMANN\*

Was sind Marktinnovationen? Wie funktionieren sie? Wie erschafft man sich einen eigenen Markt? Und wie entwickeln sich bestehende, konkurrenzfähige Märkte weiter? Wie kann der Zielmärkte-Mix verbessert werden? Am Marketing-Tag in Luzern gaben hochkarätige Referenten Antworten auf diese Fragen.

**Lord Sebastian Coe – der teamorientierte Macher.** Als Leichtathlet verbesserte Sebastian Coe acht Weltrekorde über die Mittelstrecke, von 1992 bis 1997 sass er für die Conservative Party im britischen Parlament und wurde 2000 von der Queen geadelt. Er leitete die erfolgreiche Bewerbung Londons für die Olympischen Sommerspiele 2012 und ist seitdem der Vorsitzende des Londoner Organisationskomitees.

Seine Leitmotive **be different, specialize** und **work in teams** begleiten ihn durch sein Leben. Bereits als Athlet ging er eigene Wege, indem er sich voll auf die Mittelstrecke konzentrierte und als erster Läufer ein professionelles Team mit Spezialisten um sich scharte. Dieses Team kümmerte sich um alle Belange, sodass er sich ganz auf seine Kernkompetenz, «das schnelle Laufen», konzentrieren konnte.

Bei der Kandidatur für den Austragungsort der Olympischen Spiele 2012 setzten die Mitbewerber auf eine optimale Infrastruktur und eine perfekte Präsentation ihres Dossiers. Coe erachtete dies als selbstverständlich und setzte seinerseits

zusätzlich auf eine breit, in allen Kreisen abgestützte, emotionale Kampagne. Er bildete ein Team mit den besten Spezialisten des Landes und suchte den Kontakt zur Bevölkerung, zu Sportlern, zur Wirtschaft, zur Regierung und sogar zum Königshaus. Zusammen mit seinem Team erarbeitete er ein anderes, nachhaltiges und breit abgestütztes Bewerbungsdossier, das mit viel Prominenz in Singapur präsentiert wurde und sich gegen eine starke Konkurrenz durchsetzen konnte.

**Nirmalya Kumar – der «aufsteigende Superstar».** Der «Economist» bezeichnete den Strategen und Marketingexperten Prof. Nirmalya Kumar in einer Titelstory als «aufsteigenden Superstar». Er ist als Buch- und Fachautor sowie als Berater, Coach und Referent von über 50 der Fortune-500-Unternehmen global tätig.

Anhand der Sichtweisen der Marktorientierung «Market Driven – Market Driving» erklärte er, wie man selbst zu einer treibenden Kraft wird, statt sich vom Markt treiben zu lassen. Beispielsweise liefert IKEA hochwertiges skandinavisches Design, sofortige Verfügbarkeit, eine familienfreundliche Einkaufsatmosphäre und ein breites Sortiment. Im Gegenzug wird von den Kunden Selbsttransport und -montage der Möbel verlangt. Damit liefert IKEA ein wertiges Angebot, das die Kundenerwartungen übertrifft und dem traditionellen, serviceorientierten Möbelhandel überlegen ist. Dann zeigte Kumar auf, dass Massenmedien wie Fernsehen und Internet zusammenwachsen werden und die soziale Interaktion zunehmen wird. Zukünftig werden Zuschauer via Facebook TV sehen. So sehen die Zuschauer, wer in ihrem Umfeld welche Sendung oder welchen

\* **Christoph Portmann** ist Inhaber von Score Marketing, Stäfa. Marketing- und Werbeberatung für KMU. [www.ScoreMarketing.ch](http://www.ScoreMarketing.ch)

Film sieht, können sich darüber austauschen, Feedback geben und/oder Programme und Inhalte weiterempfehlen. Zudem zeigte er auf, dass die Bedeutung von mobilen Geräten wie Tablet-PCs oder Smartphones massiv zunehmen, der herkömmliche Personal Computer an Bedeutung einbüßen wird.

**Richard David Precht – der Philosoph und Wirtschaftsethiker.** Als Nächster stand der Philosoph und Bestsellerautor Richard David Precht am Rednerpult. Er beleuchtete das



Alle Bilder: Swiss Marketing SMC

#### MARKETING-TROPHY 2012-GEWINNER

##### Kleinunternehmen

Zürcher Kammerorchester (ZKO) mit dem Projekt «Grosse Gefühle». *Agentur: Euro RSCG, Zürich*

##### Mittelunternehmen

Mammut Sports Group mit dem Projekt «Mammut 2.0». *Agentur: erdmannpeisker, Biel*

##### Grossunternehmen

Coop Genossenschaft mit dem Projekt «Hello Family Club». *Agentur: Valencia Kommunikation AG, Basel*

##### Non Profit Organisationen

Swisscable – Verband für Kommunikationsnetze mit dem Projekt «Ihr Kabelnetz – Das Netz der unbegrenzten Möglichkeiten». *Agentur: Euro RSCG Zürich*

##### Publikumspreis

Mammut Sports Group mit dem Projekt «Mammut 2.0». *Agentur: erdmannpeisker, Biel*

Thema aus philosophisch ethischer Sicht. Die Philosophen definierten den Menschen über dessen Verstand und dessen Vernunft. Gut und Böse unterscheiden zu können, erschien als exklusive Leistung des menschlichen Denkapparates. Heute steht diese Sicht vor grossen Herausforderungen, denn Studien von Hirnforschern und Primatologen zeigen, dass die Fähigkeit zur Moral ein Instinkt, eine angeborene Fähigkeit ist. Dabei ist Anerkennung das Schlüsselwort für unser moralisches Verhalten. Für dumm gehalten zu werden, ist in den meisten Kontexten schlimmer, als für einen üblen Charakter gehalten zu werden. Stärker als unsere vernünftigen Einsichten prägen uns moralische Gefühle. Basierend auf philosophischen Fragestellungen und neuesten Forschungsergebnissen erklärte Precht, warum wir uns oft so schwertun, gut zu sein. Zudem machte er konkrete Vorschläge, wie Moral und Ethos in unserer Gesellschaft und in der Wirtschaft verankert werden können.

Bei den Impuls-Sessions, in denen erfolgreiche Unternehmer ihre Erfahrungen mit den Anwesenden teilten, waren der Schweizer Uhrenguru Jean-Claude Biver und der deutsche Unternehmer Prof. Dr. Claus Hipp die Highlights.

**Jean-Claude Biver – der charismatische Uhrenguru.** Jean-Claude Biver hat die Schweizer Uhrenindustrie massgeblich geprägt. 1982 kaufte er mit einem Freund die Marke Blancpain und verkaufte sie zehn Jahre später an die Swatch Group. Nach dem Verkauf trat Biver in deren Konzernleitung ein und wurde mit der Aufgabe betraut, die Marke Omega zu entwickeln und zu erneuern. Ab 2004 wurde er CEO und Mitglied

des Verwaltungsrates der kleinen Uhrenfirma Hublot SA in Nyon. Unter der Federführung von Biver wurden neue, exklusive Modelle entwickelt und das Händlernetz massiv ausgebaut. Unter Biver war Hublot die erste Luxusmarke, die Partnerschaften im Bereich des Fussballs einging. Der Umsatz verzehnfachte sich unter seiner Leitung.

Jean-Claude Biver, der charismatische Unternehmer, ist seiner Zeit immer ein bisschen voraus. Er hat verstanden, dass es nicht genügt, gute Uhren zu bauen. Nicht die Funktionen, das Handwerk und die verarbeiteten Edelmetalle machen eine Uhr für ihren Besitzer wertvoll, sondern die Geschichte, die das Stück erzählt, und der Mythos, den es umhüllt.

Im Interview mit der Moderatorin Susanne Wille erläuterte er sein auf vier Punkten bestehendes Erfolgsrezept mit viel: **1. Leidenschaft**, denn dank der Leidenschaft hat man nie das Gefühl, dass man arbeitet – und zum Erfolg braucht es sehr viel Arbeit. **2. Hilfe**, ohne Hilfe kommt man nicht vorwärts. **3. Mut**, um unsichere Visionen aufzugleisen und umzusetzen, und **4. Glück**, ein Unternehmer braucht immer auch ein Quäntchen Glück.

**Prof. Dr. Claus Hipp – der Ethiker und Bio-Pionier.** Nach seinem Jurastudium trat Claus Hipp 1964 in den Betrieb seines Vaters ein und übernahm 1967 die Leitung des Unternehmens. Seither entwickelte sich die Marke HiPP zu einem führenden Hersteller von Babynahrung. HiPP verwendet seit fünfzig Jahren ausschliesslich Gemüse aus biologischem Anbau und ist der weltweit grösste Verarbeiter von biologischen Rohwaren. Mehr als 6000 Bio-Bauern liefern die Bio-Produkte für HiPP. Langfristiges Denken sowie Qualität und nicht der kurzfristige Erfolg sind Grundpfeiler seiner unternehmerischen Grundsätze.

Nebst hochkarätigen Referaten, viel Networking und bester Unterhaltung erlebten die Teilnehmenden live die Verleihung der Schweizer «Marketing-Oscars». Ein weiteres Highlight war der Auftritt von Beinahe-Supertalent Ricky Kam, dem sechsjährigen (!) Ausnahmepianisten aus Muri bei Bern.

Weitere Infos unter [www.marketingtag.ch](http://www.marketingtag.ch).