

# Die Klassenbesten des Marketings

**Award Sandoz, Present-Service und Best of Swiss Gastro** heissen die Gewinner der diesjährigen Marketing-Trophy.

Der Schweizer Marketing-Tag samt Verleihung der Marketing-Trophy ist ein Pflichttag für jeden Marketingleiter in einem namhaften Unternehmen. Am Dienstag wurde die begehrte Auszeichnung im Kultur- und Kongresszentrum Luzern verliehen – in diesem Jahr allerdings nur in drei statt vier Kategorien.

In der Klasse Kleinunternehmen wurde die Firma Present-Service prämiert. Das in Zug ansässige Unternehmen stellt in enger Zusammenarbeit mit Herstellern und Anbietern seit 1972 Geschenk- und Informationspackungen sowie Ratgeber zusammen, die sich an werdende und junge Familien richten. Überzeugt hat die Jury das Konzept FamExpo, eine Kinder- und Familienmesse. Durch klare Zielgruppen-Segmentierung konnte die neue Messe erfolgreich im Markt positioniert werden. Insgesamt 120 Aussteller kamen im letzten Jahr in den ABB-Hallen in Zürich zusammen.

In der Kategorie Grossunternehmen holte das Pharmaunternehmen Sandoz die begehrte Trophy. Der Schweizer Generikaanbieter hat einen erfolgreichen Relaunch seiner Marke hinter sich. Verantwortlich hierfür war die breite Kampagne «More than Generics». Mit innovativer Werbung, unüblich für ein Pharmaunternehmen, schaffte es Sandoz zur Nummer zwei im hiesigen Generikageschäft und wuchs im letzten Jahr um 8,9 Prozent. Das Urteil der Jury:



Der erfolgreiche Neustart der Marke Sandoz wurde durch die Werbeanstalt Schweiz kommuniziert.

Sandoz habe es geschafft, sich nicht nur als Generikaanbieter zu positionieren und die Bekanntheit entsprechend zu erhöhen, sondern auch das

Vertrauen gegenüber dem Fachpersonal und den Konsumenten aufzubauen. Zuständig für die kommunikativen Belange von Sandoz ist die Agentur Werbeanstalt Schweiz.

In der Kategorie Non-Profit-Organisationen hat Best of Swiss Gastro die Jury überzeugt. Der Best of Swiss Gastro Award ist so etwas wie ein Oscar für Restaurantbetrei-

ber und wird durch ein Gastbewertungssystem vergeben. In den letzten vier Jahren stieg die Zahl der beteiligten Restaurants von 135 auf 300. Im letzten Jahr haben sich total 70 000 Gäste an der Wahl beteiligt. Hinter dem Gütesiegel stehe ein ganzheitlicher und professioneller Marketingansatz, so die Jury. Es werden klare, messbare Massnahmen ausgewiesen, die eine genaue Erfolgskontrolle ermöglichen.

Im letzten Jahr hatten die Pharmafirma Helvapharm, Sportausrüster Mammut, Fleischlieferant Bell und der Verein Minergie, ein Qualitätslabel für neue und sanierte Gebäude, die Auszeichnung gewonnen.

## Das Internet als Schwerpunkt

Zum Wettbewerb zugelassen waren jene Marketingkonzepte, die im vergangenen Jahr umgesetzt oder beendet worden sind. Bereits nachweisbarer Erfolg oder überzeugende Zukunftschancen waren Voraussetzung, um zur Prämierung zugelassen zu werden. Alle Unternehmen mit Sitz in der Schweiz oder in Liechtenstein konnten die Bewerbung einreichen. Die Jury setzte sich aus namhaften Marketingprofis zusammen. Unter anderen beurteilten Peter Feller und Frank Bodin als Vertreter der Werbebranche die teilnehmenden Unternehmen und ihre Konzepte.

Im Verlauf des Tages liessen sich ausserdem Hunderte von Gästen die neusten Marketingerkenntnisse vortragen. Schwerpunkt des diesjährigen Marketing-Tages setzten die Organisatoren auf das Thema Internet und dessen Einfluss auf das Marketing. Unter dem Titel «Digital Marketing – Hype oder Revolution?» erläuterten die Referenten die Dominanz der neuen Kommunikationsformen auf das Marketing und was die Vernetzung der Konsumenten mit sich bringt.

CHRISTIAN LÜSCHER

**Best of Swiss gastro**  
Der Publikumspreis



Non-profit: Best of Swiss Gastro.



Bei den Grossen gewann Sandoz.



Present-Service, bester Kleiner.