

27.01.2006 - 17:53 Uhr

16 Unternehmen für die Marketing Trophy 06 nominiert

Olten (ots) -

Wer ausgezeichnet wird darf am 14. März im KKL Luzern, bei der Verleihung der Marketing Trophy 06 ins Rampenlicht. Bislang weiss niemand, wer das sein wird. Doch die Spannung steigt. Denn nun hat die achtköpfige Jury aus vier Kategorien insgesamt 16 Unternehmen für die Trophy nominiert. Die durch Swiss Marketing SMC durchgeführte Preisverleihung findet anlässlich des Schweizerischen Marketing-Tags 06 statt.

Im Rennen sind die Branchen: Event-Marketing, Industrie und (Detail) Handel, Akustik, Spirituosen, Sanitäranlagen, Werbeartikel, Buchbinderei, Reinigung, Öffentlicher Verkehr, Banken, Verbandswesen, Stiftungen, Gemeindearbeit.

Die von Swiss Marketing SMC 1976 ins Leben gerufene Marketing Trophy zeichnet Marktleistungen von Unternehmen aus, die Vorbildcharakter für die Schweizer Wirtschaft haben. Für die Marketing Trophy 06 wurden die folgenden Unternehmen nominiert, deren Arbeiten die Jury überzeugten.

Nominierte der Kategorie Kleinunternehmen (bis 49 Mitarbeitende)

Bio Plus AG - Partnerprogramm ECHT BIO

Das Programm der Bio Plus AG soll landesweit mehr Orientierung für Biokonsumenten schaffen, eine Plattform für gemeinsame Aktivitäten und ein Erkennungsmerkmal für ein umfassendes Bio-Sortiment mit kompetenter Beratung. Damit soll der Biofachhandel Nachhaltigkeit im Wirken erhalten, eine gemeinsame Kommunikation, die seine Kompetenz unterstreicht und einem breiten Publikum sichtbar macht. Die moderne und klare Vermarktung der Bio Label im Fachhandel überzeugt die Jury und attestiert dem Projekt eine "mutige und einzigartige Kommunikation, die sich vom restlichen Detailhandel klar abhebt."

Pat Says Now AG - Innovative Computermäuse

Die Firma hat das standardisierte, heute alltägliche Produkt Computermouse innerhalb von 18 Monaten als witziges und kultiges Accessoire erfolgreich im Handel positioniert und neue Absatzkanäle aufgebaut. Pat Says Now hat für ihre individuell gestalteten Computermäuse neue Absatzkanäle gefunden. Die Jury liess sich von einem unverwechselbaren Produkt überzeugen, das eine rasante Entwicklung aufzeigt und sehr erfolgreich eine Marktnische besetzt hat - u.a. auch durch eine ausgezeichnete PR-Arbeit. AVO SESSION Basel AG - Premium Musik Festival Die AVO SESSION bietet Konzerte - Pop, Rock, Jazz, Blues, Songwriter, Funk etc. - in intimer Clubatmosphäre und präsentiert Weltstars hautnah mit einem Publikum von höchstens 1550 Personen (wo normalerweise 15 000 zugegen sind). Die Konzerte sind sehr erfolgreich mit einer Zuschauerauslastung von nahezu 100 Prozent. Für die Jury eine klare und einzigartige Positionierung: "Veranstaltungen, die mit Leidenschaft, Kontinuität, viel Liebe zum Detail, glaubwürdig und sehr erfolgreich umgesetzt werden."

SWISSPHONE audio-optic ag - LYNX ear we go.

LYNX ist laut Hersteller "die erste bedienungsfreundliche und preiswerte plug & hear Hörhilfe." Das Produkt spricht vor allem junge Menschen mit Hörproblemen an. Die Geräte sind dementsprechend "popig" im Design und werden als Lifestyleprodukte platziert und verkauft. Eine gute Idee, welche diesem Markt neue Impulse geben könnte, so die Meinung der Jury.

Nominierte der Kategorie Mittलगrosse Unternehmen (50 bis 299 Mitarbeitende)

Buchbinderei Burkhardt AG - Bookfactory

Bookfactory ist ein Foto-Buchprojekt in vier Formaten für Kunden, die ihre Digitalbilder in Buchform aufbewahren wollen anstatt sie auf einer Festplatte "verstauben" zu lassen. Die Kunden gestalten also - mit einer Gratissoftware und den eigenen Digitalbildern - zu einem günstigen Preis ihr persönliches Fotobuch. Die Meinung der Jury: "Das Unternehmen hat seine Marktchancen erkannt und in der Schweiz konsequent umgesetzt. Auch wenn die Produktidee nicht absolut neu ist, so wurde sie doch mit der Kompetenz einer Buchbinderei, bedeutenden Investitionen und nachgewiesenem Erfolg umgesetzt."

arwa AG - Neupositionierung von arwa zur Marke der Architektur

Arwa ist der Beweis dafür, dass auch ein kleineres Unternehmen mit Hilfe einer durchdachten Marketingstrategie und deren konsequenten Umsetzung eine Neupositionierung erfolgreich durchführen kann. Die Jury war überzeugt von der Art, wie das Unternehmen es schaffte, sich in einem eher gefestigten Markt neu zu positionieren, durch die Neugestaltung des gesamten Angebotes und die Fokussierung auf die Zielgruppe Architekten. Die erzielte, überdurchschnittliche Umsatzsteigerung unterstreicht die Marketingleistung.

Diwisa SA - Xellent Swiss Vodka, the Spirit of Switzerland

Bei Vodka denkt man an Russland oder Polen, aber sicher nicht an die Schweiz. Trotzdem hat es ein Schweizer Hersteller geschafft, mit einem Schweizer Vodka, hergestellt aus Schweizer Qualitätsroggen und Gletscherwasser vom Titlis, abgefüllt in Flaschen mit einem sehr speziellen Design, international erfolgreich zu sein. Xellent Swiss Vodka ist eine optimale Verbindung von Trend und Tradition. Ein mutiger Schritt eines Schweizer KMU, sich mit einer eigenen Marke und einem überraschenden Auftritt ins internationale Parkett zu wagen, findet die Jury.

putzfrauenvermittlung.ch AG - der Name ist Programm

Die Firma vermittelt Reinigungspersonal an Privathaushalte. Gereinigt wird prinzipiell in Räumen, wo die Putzutensilien bereits vorhanden sind. Die Unternehmer haben mit diesem Projekt ein bestehendes Kundenbedürfnis aufgenommen und ein überzeugendes Lösungskonzept angeboten. Die Jury hat das Projekt als innovatives Businessmodell honoriert, das sehr erfolgreich umgesetzt wurde und einzigartig ist. Eine Ausweitung in Richtung Franchisesystem ist bereits eingeleitet. Überzeugend war auch die mutige und konsequente kommunikative Umsetzung.

Nominierte der Kategorie Grossunternehmen (über 300 Mitarbeitende & Konzerne)

Schwyzer Kantonalbank - Kabi-Club

Kabi-Club ist ein Kundenakquisitions- und Kundenbindungsprojekt, das Kinder bis 14 Jahre anspricht. Wichtig ist dabei eine emotionale

und kindergerechte Ansprache der Zielgruppe. Unter dem Motto "Sparen mit Spass" lernen Kinder haushälterisch mit ihrem Taschengeld umzugehen. Ein sehr leidenschaftliches, für den Bankenbereich ungewöhnlich emotionelles Konzept, das umfassend umgesetzt wurde und der Zielgruppe entsprechend freudig-lustbetonte Aktivitäten beinhaltet. Gekonnt konzipiertes und erfolgreich durchgeführtes Projekt, lautet das Urteil der Jury.

Migros - Anna's Best goes INDIA

Mit dem neuen Marketingkonzept INDIA will die Migros das Wachstumspotential im Segment Ethnic-Frisch-Convenience in möglichst kundengerechter Art und Weise besetzen. Mit INDIA soll der aktuelle Zeitgeist (Bollywood) angesprochen, und in authentischen und kulinarisch hochwertigen Produkten preiswert dargeboten werden. Ein sehr gut konzipiertes Projekt, das den Trend zu Convenience mit dem Trend zu Fernost gekonnt kombiniert und damit am Markt die Zielsetzungen übertroffen hat. Die Jury findet es erfreulich, "wie der Eigenmarkenanbieter Migros professionelle Markeneinführung und Markenrelaunches vorlebt."

TRISA AG - Sonicpower

Sonicpower ist eine neuartige Zahnbürste basierend auf der an und für sich teuren Schallzahnbürstentechnologie, die durch neue Ansätze in der Produktion günstig und platzsparend umgesetzt wurde. Diese innovative Zahnbürste (20 000 Rotationen pro Minute) wurde nicht nur von TRISA in der Schweiz entwickelt, sondern auch hier produziert. Ein Paradebeispiel, wie Schweizer Unternehmen aus der Schweiz heraus Innovationen mit echtem Konsumentennutzen generieren können, meint die Jury. Sie honoriert mit der Nominierung die Einführung einer Produktinnovation zu einem hoch kompetitiven Preis.

Georg Fischer Rohrleitungssysteme (Schweiz) AG - iFIT, die 50/50-Formel

Mit 50 Prozent weniger Teilen, 50 Prozent schneller Installieren etabliert das Unternehmen eine neue Philosophie in der Trinkwassertechnologie. Es handelt sich dabei um eine neue Verbindungstechnologie genannt Steckfittings. Leitungen werden dabei zeit- und kostensparend, einfach gesteckt. Die Jury nominiert damit ein Projekt, das innovativ für die Schweiz ist und bei einer Zielgruppe, die auf Bewährtes setzt, erfolgreich ankommt.

Nominierte der Kategorie Nonprofit-Organisationen (NPO's)

Gemeinde Schaan - Kommission Schulwegsicherung Projekt Kindersicher

Ausgelöst durch einen tragischen Verkehrsunfall auf dem Schulweg im Jahre 2000 hat die Gemeinde Schaan ein konsistentes, breit abgestütztes Konzept

Entwickelt, um die Sicherheit der Kinder auf dem Weg in den Kindergarten und in die Schule nachhaltig zu verbessern. Alle Interessensgruppen wurden miteinbezogen. Es entstand ein umfassendes und kreativ-kommunikatives Massnahmenpaket zur Entschärfung von Gefahrenstellen. Ein Vorzeigeprojekt für andere Gemeinden, meint die Jury und nominiert es für die Marketing-Trophy 06.

BSZ-Stiftung - Gasthaus PLUSPUNKT, Brunnen

Ein Pluspunkt für die Menschlichkeit: In Gasthaus PLUSPUNKT arbeiten Gastroprofis und Menschen mit einer Behinderung Hand in Hand. Mit dem Projekt hat das Management der BSZ Stiftung eine

einzigartige und kreative Idee umgesetzt und hat in einem schwierigen und hoch umkämpften Marktumfeld ein erfolgreiches Neuprodukt lanciert. Das Projekt schafft nicht nur nachhaltig Arbeitsplätze und bereichert die Gastronomielandschaft Schwyz, sondern verringert auch die finanzielle Abhängigkeit der Stiftung von der öffentlichen Hand. Die Integration von Menschen mit Behinderung in einem gastronomischen Betrieb der gehobenen Kategorie ist ein mutiger und richtungsweisender Schritt, und der Erfolg gibt den "Machern" dieses Projekts Recht.

Verband Luzerner Schreinereien - J75, Produkte, die sitzen

Riesige Stühle auf öffentlichen Plätzen in der Stadt Luzern: Mit dieser Idee will der Verband das Schreinerhandwerk stärken und dessen Image in der Öffentlichkeit besser verankern. Ein ähnliches Projekt hat noch keine andere Berufsgruppe gewagt. Die Jury ist überzeugt von einem kreativen Konzept, das - basierend auf einer soliden Marktanalyse - kreativ und überzeugend umgesetzt wurde. Im Ergebnis haben die MEGA-Stühle für enorme Aufmerksamkeit gesorgt und den Verbandszusammenhalt nachhaltig gefördert. Der gewünschte Imageeffekt wurde erzielt, das anvisierte Ziel erreicht.

Stadtbus Winterthur - Neuer Unternehmensauftritt Winterthurer Verkehrsbetriebe

Vom schmutzigen Image zur Entspannung und Sicherheit - so könnte man das neue Konzept der Verkehrsbetriebe Winterthur am besten umschreiben. Ein Konzept das dem verstaubten Auftritt in der öffentlichen Kritik entgegen tritt. Die Jury bewertete es als "konsistent, seriös und nachweislich erfolgreich umgesetzt." Die Dienstleistungsqualität wurde von den Kunden in einer Umfrage klar als überdurchschnittlich bewertet. Insgesamt eine handwerklich gute Arbeit, die auch von der Öffentlichkeit entsprechend gewürdigt wurde.

Die Jury

Lic. phil. Marco Bernasconi, Jury-Mitglied seit 2003
Wirtschaftspsychologe, Direktionsmitglied IHA -GSK AG, Hergiswil NW

Prof. Dr. Claus-Michael Domenghino, Jury-Mitglied seit 2000
Professor, Dozent Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz, Olten

Dr. Peter Felser, Jurymitglied seit 2000
Werber, Partner und CEO, Spillmann/Felser/Leo Burnet AG, Zürich

Roberto Klaus, Jurymitglied seit 2003
Dozent, Fachhochschule Tessin

Dr. oec. Pius Küng, Jurymitglied seit 1998
Unternehmens- und Marketingberater, Inhaber Dr. Pius Küng & Partner, St.Gallen

Lic.es sc. ec. Mireille Troesch-Jacot, Jury-Mitglied seit 2004
Dozentin für Marketing, Leiterin Zentrum für Marketing ZHW Zürcher Hochschule Winterthur

Alain Germiquet, Jury Mitglied seit 2005
Commercial Director, Nestlé Swiss SA

Univ.-Prof. Dr. Bernd Helmig, Jury Mitglied seit 2005
Universitätsprofessor, Lehrstuhl für Nonprofit-Management und Marketing, Universität Freiburg

Bildmaterial bitte herunterladen unter:
<http://www.marketingtag.ch/Medienmitteilungen.37.0.html>

Swiss Marketing SMC

Der Organisator des Marketing-Tag, Swiss Marketing SMC, ist eine Vereinigung von über 2'600 Fach- und Führungskräften aus Marketing und Verkauf. Der Verband baut auf den hohen Wissens- und Erfahrungsstandards seiner Mitglieder, fördert konsequent den aktiven Erfahrungsaustausch und schafft so die Plattform für das berufliche Fortkommen. Swiss Marketing bietet zudem die besten Voraussetzungen für eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung in Marketing und Verkauf, damit die geplanten Karriereziele mit Erfolg in die Tat umgesetzt werden können.

Kontakt:

Swiss Marketing SMC
TEXPRESSO, Siegfried Chambre
Texte für Werbung & Kommunikation
Waldeggstasse 47
3097 Bern-Liebelfeld
Tel/Fax: +41/31/351'61'71
E-Mail: info@texpresso.ch
Internet: www.marketing-trophy.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001305/100503558> abgerufen werden.