

03.06.2013 - 14:10 Uhr

"Wirksame Kampagnen, die bewegen" beim Campaigning Summit Zurich 2013 (Bild/Dokument)



Zürich (ots) -

US-Wahlkampf-Pionier Joe Trippi, Philipp Maderthaler vom Campaigning Bureau Vienna, Abzocker-Initiative-Kampagnenleiter Markus Baumgartner, Supertext-Firmengründer Rinaldo Diezinger und Veranstalter Peter Metzinger geben am Freitag im Technopark Zürich vor mindestens 140 Teilnehmern Einblicke in die Mechanismen, wie man gute Strategien entwickelt und richtig umsetzt, um Menschen zu bewegen und seine Ziele auch gegen mächtige Konkurrenz durchzusetzen. Die Themen reichen von Big Data über Social Media bis hin zu Guerilla-Methoden.

"Wirksame Kampagnen, die bewegen" stehen im Mittelpunkt des ersten Campaigning Summit Zurich am 7. Juni 2013 im Technopark Zürich. "Die alles entscheidende Frage lautet: Was bewegt Menschen dazu, aktiv zu werden und sich für eine Sache zu engagieren? Egal ob für eine Marke, ein soziales, gesellschaftliches oder politisches Anliegen, ein gemeinsames Interesse oder schlicht für eine Idee. Wer es schafft, Menschen ins Boot einer Kampagne zu holen, ist klar im Vorteil", bringt Philipp Maderthaler, Summit-Initiator und Gründer des Campaigning Bureau Vienna das Konzept auf den Punkt. Fünf nationale und internationale Speaker sollen diese Frage beantworten. Aus den USA: Joe Trippi, der Social Media Campaigning Pionier der US-Präsidentschaftswahlen. Joe Trippi schaffte es 2003 via Social Media in nur einem Jahr 640'000 aktive Wahlkampfhelfer und 50 Mio. USD Kleinstspenden für den unbekannten Kleinstaaten-Gouverneur Howard Dean zu generieren. Mit seiner Strategie und seinen Tools legte er den Grundstein für den späteren Wahlerfolg von US-Präsident Barack Obama.

Philipp Maderthaler (A) wird in seinem Referat aufzeigen, wie man Menschen aktiv in Kampagnen involviert und durch bessere Nutzung von Datenbank-Informationen gezielter zum Mitmachen anregt.

Rinaldo Diezinger (CH) vertritt die Startup-Szene. Er hat das Potential einer neuen Technologie frühzeitig erkannt, daraus ein neues Geschäftsmodell entwickelt und die führende Online-Text-Agentur Supertext aufgebaut. Mit Campaigning-Methoden hat er für Bekanntheit und Mund-zu-Mund-Propaganda gebaut und eine regelrechte Fan-Community geschaffen.

Markus Baumgartner (CH), der die Kampagne eines Komitees in der Abzocker-Initiative leitete, wird die Mechanismen aufzeigen, die dem Team um Thomas Minder zum Erfolg gegen ein 8-Millionen-Budget von economiesuisse verhalfen. Die spektakuläre Abgangsentschädigung für Daniel Vasella spielte nach seinen Angaben dabei keine entscheidende Rolle.

Peter Metzinger wird den Campaigning Summit Zurich als Veranstalter eröffnen und in seinem Referat erläutern, was Campaigning eigentlich ist, und welches Potential es für die Zukunft von Marketing, Kommunikation und Management von Unternehmen, Verbänden und NGOs hat. "Campaigning ist eine Denkweise, und die Kunst ALLE Register ziehen zu können, um Menschen zu bewegen und möglichst effizient seine Ziele zu erreichen", fasst der Buchautor und Campaigner mit über 30 Jahren Campaigning-Erfahrung den Ansatz zusammen. Moderiert wird die Veranstaltung durch Stephan Klapproth.

Tickets & Details auf: <http://zurich.campaigning-summit.com>

Medienvertreter wenden sich bitte an den Veranstalter, um eine Akkreditierung mit gratis Ticket zu erhalten:

business campaigning Switzerland GmbH
044/440'44'10
info@businesscampaigning.com

Kontakt:

Peter Metzinger
business campaigning Switzerland GmbH
Mobile: +41/79/628'61'26
E-Mail: peter.metzinger@businesscampaigning.com

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053760/100738840> abgerufen werden.