

## **Marketing Trophy 2006: Die Goldrezepte: Sonicpower von Trisa, Bookfactory von Burkhardt, Computermäuse von Pat Says Now**

Die Goldrezepte: Sonicpower von Trisa, Bookfactory von Burkhardt, Computermäuse von Pat Says Now.

Luzern, 14. März 2006 – Am Schweizerischen Marketing-Tag 06 wurde die begehrte Marketing Trophy vergeben. Die achtköpfige Jury unter der Leitung von Jury-Präsident Marco Bernasconi und Co-Präsidentin Mireille Troesch-Jacot, hat den folgenden Unternehmen Gold verliehen: TRISA, Buchbinderei Burkhardt AG und Pat Says Now

Der von SWISS MARKETING (SMC) organisierte Marketing Tag 06 kann dieses Jahr rund 700 Besucherinnen und Besucher verzeichnen, die dem Motto „Marketing-Provokation!? Zwischen Trend und Tradition“ folgten und sich zu einer Teilnahme „provizieren“ liessen.

Die 1976 ins Leben gerufene Marketing Trophy zeichnet Marktleistungen aus, die Vorbildcharakter für die Schweizer Wirtschaft haben. Die Vergabe der Marketing Trophy 2006 erfolgte in vier Kategorien: Kleinunternehmen (1 bis 49 Mitarbeitende), Mittलगrosse Unternehmen (50 bis 299 Mitarbeitende), Grossunternehmen (über 300 Mitarbeitende) und Non-Profit-Organisationen.

### **Provokation im Marketing – ein Ja mit Vorbehalten**

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Provokation im Marketing hat an der Tagung gezeigt, dass der Grat zwischen spannender Auffälligkeit und einfacher Geschmacklosigkeit sehr schmal ist. Provokante Werbung kann sehr gut wirken, kann aber ebenso scheitern. Wer provokatives Marketing betreiben will ist gut beraten zu prüfen, ob Provokation zum Markenkern passt oder nicht. Um es mit dem Publizisten und Philosophen Dr. Ludwig Hasler, einem der bekannten Referenten des Marketing-Tag 06, provokant auszudrücken. „Zielt Provokation auf die Spiesser-Fraktion, kann den kurzen Freiheitstaumel schenken. Zielt man auf souveräne Zeitgenossen, sollte man auf Provokation verzichten und mit Stil, Humor und Geschmack arbeiten.“

Weitere wertvolle Erkenntnisse vermittelten die folgenden international bekannten Referenten: Prof. Dr. Peter Gross, Ordinarius für Soziologie an der Universität St. Gallen (HSG); Hannes A. Pantli, Mitglied des Verwaltungsrats und Sprecher der Geschäftsleitung, IWC Schaffhausen; Robin Cornelius, Gründer & CEO, Switcher SA; Pedro Simko, CEO,

Saatchi & Saatchi Simko und Frank Baumann, Inhaber der Wörterseh Entertainment GmbH.

Preisverleihung im Beisein von Bundesrat Christoph Blocher

Bundesrat Christoph Blocher, Vorsteher des Eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartements, war – trotz Frühlingsession in Bern – bei der Preisvergabe im KKL Luzern dabei und gratulierte in einer kurzen Ansprache den Gewinnern der Marketing Trophy 06.

Die Gewinner der Marketing Trophy 2005 in den vier Kategorien sind:

### **Kategorie Grossunternehmen**

Gold: TRISA AG

Silber: Migros Genossenschaft

Bronze: Georg Fischer Rohrleitungssysteme (Schweiz) AG

### **Kategorie mittlere Unternehmen**

Gold: Buchbinderei Burkhardt AG

Silber: arwa AG

Bronze: putzfrauenvermittlung.ch

### **Kategorie Kleine Unternehmen**

Gold: Pat Says Now AG

Silber: AVO SESSION Basel AG

Bronze: Bio Plus AG

### **Kategorie Non-Profit-Organisationen (NPO's)**

Gold: Gemeinde Schaan

Silber: Stiftung BSZ, Gasthaus Pluspunkt

Bronze: Verband Luzerner Schreiner

Die Bewertung der Jury:

### **Kategorie Grossunternehmen**

#### **TRISA AG – Sonicpower (Gold)**

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.

#### **Migros – Anna’s Best goes INDIA (Silber)**

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.“

#### **Georg Fischer Rohrleitungssysteme (Schweiz) AG – iFIT, die 50/50-Formel (Bronze)**

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.

### **Kategorie Mittelgrosse Unternehmen**

#### **Buchbinderei Burkhardt AG – Bookfactory (Gold)**

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 (Silber)**

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.

#### **putzfrauenvermittlung.ch AG – der Name ist Programm (Bronze)**

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.

### **Kategorie Kleinunternehmen**

#### **Pat Says Now AG – Innovative Computermäuse (Gold)**

Die Firma hat das standardisierte, heute alltägliche Produkt Computermaus 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 (Silber)**

Die AVO SESSION bietet Konzerte – Pop, Rock, Jazz, Blues, Songwirter, 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.“

#### **Bio Plus AG – Partnerprogramm ECHT BIO (Bronze)**

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.“

### **Kategorie Nonprofit-Organisationen (NPO's)**

#### **Gemeinde Schaan – Kommission Schulwegsicherung Projekt Kindersicher (Gold)**

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 (Silber)**

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 richtungweisender Schritt, und der Erfolg gibt den „Machern“ dieses Projekts Recht.

### **Verband Luzerner Schreinereien – J75, Produkte, die sitzen (Bronze)**

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.

#### Die Jury

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

Prof. Dr. Claus-Michael Domenghino, Jury-Mitglied seit 2000  
Professor, Dozent Fachhochschule 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 Suisse SA

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

#### Über SWISS MARKETING

Der SWISS MARKETING ist eine Vereinigung von Fach- und Führungskräften. Er ist das etablierte Forum für Marketingleute. Und er baut auf den hohen Wissens- und Erfahrungsstand seiner Mitglieder, fördert konsequent den aktiven Erfahrungsaustausch und schafft so die Plattform für das berufliche Fortkommen. Der SWISS MARKETING bietet zudem die besten Voraussetzungen für eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung im Marketing, damit die geplanten Karriereziele mit Erfolg in die Tat umgesetzt werden können. Mehr unter [www.swissmarketing.ch](http://www.swissmarketing.ch)

#### Kontakt

SWISS MARKETING  
Claude Dubois  
Baslerstrasse 32  
4600 Olten  
Tel: 062 207 07 70  
Fax: 062 207 07 71  
Email: [sekretariat@swissmarketing.ch](mailto:sekretariat@swissmarketing.ch)  
Internet: [www.swissmarketing.ch](http://www.swissmarketing.ch)

#### Kontaktkoordinaten für die Medien:

TEXPRESSO, Siegfried Chambre, Texte für Werbung & Kommunikation,  
Waldeggstrasse 47, 3097 Liebefeld BE, Tel/Fax 031 351 61 71,  
[info@texpresso.ch](mailto:info@texpresso.ch) und im Internet auf [www.marketing-trophy.ch](http://www.marketing-trophy.ch)

Weitere Informationen erhalten Sie über:

Swiss Marketing SMC; TEXPRESSO, Siegfried Chambre, Texte für Werbung & Kommunikation, Waldeggstrasse 47, 3097 Bern-Liebefeld, Tel/Fax 031 351 61 71, [info@texpresso.ch](mailto:info@texpresso.ch) und im Internet auf [www.marketing-trophy.ch](http://www.marketing-trophy.ch)

#### 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. Mehr unter [www.swissmarketing.ch](http://www.swissmarketing.ch)