Presenter

Frontify®

26. Oktober 2020 // Zürich

SCHWEIZER MARKENKONGRESS

Local Heroes – Global Player

Veranstalter

ESB MARKETING NETZWERK

htp ST.GALLEN

Universität St.Gallen

Premium Partner

BRITA

Opera www.opera-ag.ch

LIVE & MIT ABSTAND

Persönliche Begegnungen sind durch nichts zu ersetzen. Der SCHWEIZER MARKENKONGRESS findet gemäss den aktuellen Corona-Richtlinien in Zürich statt. Wir bemühen uns, den Kongress so sicher wie möglich durchzuführen. In einzelnen Bereichen kann es notwendig und obligatorisch sein, einen Mund-/Nasenschutz zu tragen.

Live Teilnehmer limitiert

1.5 m

Ausreichend Abstand in den Kongress-Räumen & beim Catering

ONLINE & ON DEMAND

Der gesamte Kongress wird live gestreamt und steht im Anschluss allen Teilnehmern 365 Tage On-Demand zur Verfügung. Ergänzend zum Streaming stehen den Teilnehmern auch online zahlreiche Networking-Möglichkeiten und ergänzender Content zur Verfügung. Zur Online-Plattform haben alle Teilnehmer (Live- und Online-Tickets) Zugang.

Livestream am Kongresstag mit digitalem Networking

Nachträglich On Demand

LOCAL HEROES – GLOBAL PLAYER

Sehr geehrte Damen und Herren

«Verschwende niemals eine gute Krise» soll Winston Churchill einmal gesagt haben. Und damit meinte er wohl auch die Chancen, die in jeder Krise stecken. Im besten Fall werden überfällige Strukturwandel beschleunigt oder es werden Innovationen möglich, die vorher undenkbar oder nicht durchsetzbar waren. Am Ende werden viele Unternehmen stärker und fitter, vermutlich lokaler bzw. regionaler, digitaler und innovativer aus der Krise kommen, allerdings leider einige Unternehmen auch nicht.

Nach vielen Diskussionen und unserem Online-Kongress SMK@Home am 11. Juni, dem ursprünglichen Termin des Schweizer Markenkongresses, sind wir nun zuversichtlich, am 26. Oktober einen sicheren und spannenden Tag bieten zu können. Inspirierende Vorträge und spannenden Austausch wollen wir uns nicht nehmen lassen.

Inhaltlich dreht sich der Markenkongress 2020 um Local Heroes und Global Player – und die Unternehmen auf dem Weg vom ersten zum zweiten. Bitte ordnen Sie die Referenten der Hauptbühne selbst auf dieser Skala ein. Wir diskutieren mit Nadja Schildknecht, Gründerin des Zürich Film Festivals, Martin Baumüller, CMO von Geberit, sowie mit Frank Behrendt über den Vorteil eines Purpose des eigenen Unternehmen – ein Aspekt, der durch Corona eher noch wichtiger wird. Ergänzend haben wir Rory Sutherland von Ogilvy in London eingeladen, der uns British humorvoll aus der Komfortzone holen will und sich fragt, welche beschleunigenden Effekte der Corona-Krise wir nutzen können bzw. sollten und wie und wo Wachstumschancen liegen.

Wir sind allen Partnern der Foren, Ausstellern sowie den Medien dankbar, in diesen Zeiten loyal zum Markenkongress zu stehen. Insbesondere Frontify als Presenter hätten wir einen ruhigeren Start gewünscht – umso mehr freuen wir uns auf eine tolle Zusammenarbeit die nun nur noch erfolgreicher werden kann.

Wir wünschen Ihnen viele Erkenntnisse und Anregungen am Schweizer Markenkongress 2020!

Bleiben Sie bis dahin gesund und lassen Sie uns am 26. Oktober neu im grössten Raum des Dolder Grand in ausreichend physischer Distanz aber sozial eng verbunden einen spannenden Tag verbringen.

Herzlichst,

Hans-Willy Brockes
CEO, ESB Marketing Netzwerk

Dr. Stephan Feige
Geschäftsführer, htp St.Gallen

Frontify®

Your Brand Belongs to Everyone

Deine Marke ist nur so stark, wie deine Kunden sie wahrnehmen. Jeder einzelne Kontaktpunkt deiner Marke sollte gut durchdacht sein – nicht nur von deiner Branding Abteilung, sondern von allen Mitarbeitenden deines Unternehmens. Sag Hallo zu Frontify, der Brand Management Plattform, die alle wichtigen Markenelemente vereint und für jeden zugänglich macht – für mehr Markenkonsistenz, Effizienz und Kollaboration in deinem Unternehmen.

Build Powerful Brand Experiences

frontify.com

Agenda: 26. Oktober // Zürich

08.30 Check-in

09.00 Parallele Foren

Die markige Marke
Gallery

Purpose
Garden Salon 3

NextGen Marketing
Garden Salon 1

10.30 Kaffeepause

11.00 Parallele Foren

Marken im Zeitalter von Voice Commerce
Gallery

Social Media & Branding
Garden Salon 1

Influencer & Storytelling next Level
Garden Salon 2

Marken brauchen Geist
Garden Salon 3

12.30 Lunch

13.30 Hauptbühne

Purpose: Machen Marken ohne Sinn noch Sinn?
Frank Behrendt, Senior Advisor, Serviceplan-Gruppe / Bestseller-Autor

15 Jahre Zürich Film Festival - Markenaufbau mit Vision und Überzeugungskraft | Interview
Nadja Schildknecht, Co-Gründerin, Zurich Film Festival

Preisverleihung
Swiss Academy of Marketing Science Award // Rigour & Relevance Research Award

Der Schritt vor die Wand – von einer Profimarke zu einer starken Consumer Marke
Dr. Martin Baumüller, CMO und Mitglied der Konzernleitung, Geberit

An outrageous assertion – that might just be true
Rory Sutherland, Vice Chairman, Ogilvy UK

Borussia Dortmund: An Unexpected Journey
Dennis Thom, Head of Marketing & Sponsoring, Borussia Dortmund

Get-together // 17.30

Smart. Stylish. Eco-Friendly.
Welcome to BRITA VIVREAU

Immer frisch durch
direkten Leitungsanschluss

Höchste Hygieniesicherheit
dank BRITA HygienePlus

4 Wassersorten
direkt auf Knopfdruck:
gekühlt/ungekühlt still,
medium/stark sprudelnd

Wegfall von Plastikmüll
und Flaschentransport

BRITA Wasserspender für weniger Einweg-plastik

www.brita.ch

Presenter

Frontify ist ein Schweizer Unternehmen, gegründet 2013 in St. Gallen durch CEO Roger Dudler. Mittlerweile zählt Frontify über 120 Mitarbeitende an drei Standorte: St. Gallen (Schweiz), Frankfurt (Deutschland) und New York (USA). Frontify bietet eine SaaS-basierte Plattform für digitales Brand Management – für mehr Markenkonsistenz, Effizienz und einfache Design Kollaboration. Zu den größten Kunden zählen u.a. Zurich, Coop und Lufthansa.
frontify.com

Premium Partner

BRITA ist der weltweit führende Trinkwasseroptimierer und in 66 Ländern auf fünf Kontinenten vertreten. Seit mehr als 50 Jahren entwickelt, produziert und vertreibt der Erfinder des Haushalt-Tischwasserfilters innovative Trinkwasser-Lösungen für den privaten und gewerblichen Gebrauch (Hotellerie, Gastronomie, Catering, Vending) sowie leitungsgebundene Wasserspender für Büros, Schulen, Gastronomie und Healthcare. Produziert wird in Deutschland, Grossbritannien, Italien und China.
brita.ch

Seit mehr als 20 Jahren begleitet Opera als Veranstaltungstechnik-Dienstleister Eventveranstalter und -agenturen, Unternehmen und Private von der ersten Idee bis zur technischen Umsetzung am Anlass. Wir stehen unseren Kunden partnerschaftlich, diskret und verlässlich zur Seite, schaffen mit unserer Technik und langjährigem Know-how Erlebnisse und ermöglichen Storytelling für alle Sinne.
opera-ag.ch

Forum Partner

Brain & Heart Communication b-h.ch	**Geyst** geyst.ch
jim&jim jimjim.ch	**Leap Partners** leap-partners.com
Mastercard mastercard.ch	**Picstars** picstars.com
Publicis Groupe publicis.ch	

Supporter & Aussteller

atelier bischof werbetechnik	JK Development
KYOCERA	LODRESSO
LIVEDAB	Stämpfli
WITSCHI+PARTNER seit 40 Jahren	

Medien & Netzwerk Partner

IAA	künzlerbachmann DIRECTMARKETING
LEADER	m&k
persönlich	SDV
#SWISS LEADERS	SWA ASA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband Utenti Svizzeri Pubblicità Association Suisse des Annonceurs Association of Swiss Advertisers
SWISS MARKETING	WERBEWOCHE

Opera
www.opera-ag.ch

VERANSTALTUNGSTECHNIK

VENUE SERVICES

FESTINSTALLATIONEN

Ihre Botschaft im Fokus –
emotional in Szene gesetzt.
Veranstaltungstechnik ... bis ins Detail

Opera AG | Industriestrasse 40 | CH-8152 Glattbrugg | Tel +41 44 808 60 60 | www.opera-ag.ch

Veranstalter

1994 wurde die ESB als Europäische Sponsoring-Börse gegründet. 2014 umbenannt in ESB Marketing Netzwerk ist sie Marktführer für Know-how und Kontakte im professionellen Markt für Sport, Entertainment & Marketing. Die ESB bietet ihren Mitgliedern Know-how, branchenrelevante Kommunikationsmöglichkeiten, einen individuell abgestimmten Support sowie zahlreiche Kontaktmöglichkeiten. Dabei fördert die ESB gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business – mit über 500 Mitgliedern im Partner-Netzwerk der ESB.
esb-online.com

Marketing Know How aus St.Gallen – htp St.Gallen ist der auf strategische Marketingberatung spezialisierte Spin-Off der Universität St.Gallen. Aktuelle Schwerpunkte sind die „Authentische Markenführung“ durch ausgewiesene Herkunft der Produkte – sei es aus der Schweiz (Swissness) oder Regional sowie die Nutzung der nobelpreisgekrönten Erkenntnisse der Verhaltensökonomie im Marketing. Durch die enge Verbindung zur Universität und die Beratungserfahrung mit mehr als 300 Marketingprojekten verbindet die htp St.Gallen neueste wissenschaftliche Erkenntnisse mit professionellen Beratungstools.
htp-sg.ch

Das Institut für Customer Insight der Universität St. Gallen (ICI-HSG) untersucht das Verhalten von Individuen im betriebswirtschaftlichen Kontext. Dabei stehen vier Themenfelder im Fokus: (1) Consumer Behavior, (2) Branding, (3) Leadership und (4) Transformation & Innovation. Die Mission des Instituts ist die Entwicklung innovativer Lösungsansätze zu aktuellen Fragestellungen in diesen Themenfeldern. Grundlegend für die Arbeit am ICI-HSG ist die enge Kooperation mit der Industrie. Zudem publiziert das ICI-HSG seine Forschungsergebnisse regelmässig in führenden wissenschaftlichen Zeitschriften.
ici.unisg.ch

SCHWEIZER MARKENLANDSCHAFT

Ausflüge in die Schweizer Markenlandschaft
Am diesjährigen Markenkongress erhalten alle Teilnehmenden die neuste Ausgabe der Markenlandschaft als Ausflugskarte geschenkt. Auf der Vorderseite der Karte sind die Topmarken der Schweiz geografisch verortet. Auf der Rückseite sind Tipps für Ausflüge zu Markenhighlights mit allen dazugehörigen Informationen zu finden.

Kern der Schweizer Markenlandschaft ist das frisch upgedatete Online-Lexikon unter www.markenlandschaft.ch. Auf der Website sind alle relevanten Inhalte zu Schweizer Traditionsmarken abrufbar. Mittlerweile sind über 800 Marken umfassend dokumentiert.

Nach wie vor sind zusätzlich zwei als Plakat gedruckte Landschaften in der Grösse von 70 x 100 cm erhältlich. In der Edition „Top 500“ werden besonders relevante Schweizer Marken in einer fiktiven Landschaft eingebettet und inhaltlich gruppiert dargestellt. In der Edition „Swissness“ wird gezeigt, wie viel „Schweiz“ in den relevantesten Marken tatsächlich steckt.

Die Markenlandschaft ist eine Co-Produktion von evoq communications und htp St.Gallen.

DIE MARKIGE MARKE

09.00 Parallel

Gallery

Moderation | Lukas Eiselin, CEO, MetaDesign

Don't be Allerweltsgesicht – Wie eine Marke markig wird
Nie zuvor gab es so viele Kanäle und Möglichkeiten, um Konsumenten zu erreichen – oder sie zu verpassen, weil viele Marken ihr Gesicht verwässern, beliebig werden und in der Masse untergehen. Wer effizient sein will, setzt umso mehr auf ganzheitliche Strategie und unverkennbaren Auftritt.
Lukas Eiselin, CEO, MetaDesign

SWISS – The little big difference
Die SWISS hat es mit einer kompromisslosen Marketingstrategie geschafft, nicht nur wieder zu renommiertesten Fluggesellschaften der Welt aufzusteigen, sondern so ganz nebenbei auch noch die verlorenen Herzen der Schweizerinnen und Schweizer zurückzugewinnen.
Bernhard Christen, Head of Marketing, SWISS International Air Lines

Presented by:

Die Publicis Groupe ist die grösste Agenturgruppe der Schweiz. Sie betreut seit 1970 von Zürich aus kleine und grosse Kunden in allen Kommunikations- und Mediadisziplinen. Vor vier Jahren verstärkte sich die Gruppe mit dem Kauf von Sapient im Bereich der digitalen Business Transformation. Seither agiert Publicis unter dem Motto „The Power of One" und bietet ganzheitliche Lösungen aus einer Hand unter einem Dach. In der Schweiz unter anderem für Kunden wie UBS, Migros, SWISS, Heineken, Ricola und Sunrise.
publicis.ch

Mit auf der Bühne

NEXTGEN MARKETING

09.00 Parallel

Garden Salon 1

Moderation | Patrick Seitter, Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

Hochschule Luzern: Bildungsrecruiting durch Storytelling
Wie weckt man Interesse für ein Studium und gewinnt neue Studierende? In enger Zusammenarbeit entwickelten die HSLU Wirtschaft und die Agentur ein Konzept für ein attraktives Hochschulmarketing-Konzept. Dieses vereint crossmediales Storytelling, Persönlichkeiten und digitales Campaigning so, dass es messbare Erfolge erzielt. Wie wird eine Hochschule jugendlich, modern und digital erlebbar? Respektive wie erwacht das «Wirtschaftsstudium mit Persönlichkeit» zum Leben?
Sandra Guetg, Leiterin Marketing & Kommunikation – Ausbildung, Hochschule Luzern
Fabio Emch, CEO & Founder, Jim & Jim

Orell Füssli: New Media for Old Media – Community-Aufbau in der Generation Z?
Wie begeistert man junge Menschen für das Thema Lesen? Die Agentur jim & jim kreierte dazu zusammen mit Orell Füssli den „Young Circle". Gemeinsam mit den Musikern Lo & Leduc schreiben die 12-19-jährigen Mitglieder eigene Geschichten, können Lesungen besuchen und erhalten über Social Media Buchtipps. Wie entsteht eine digitale Community?
Christine Roth, Head of Marketing & Communication, Orell Füssli Thalia
Roxana Rölli, CRM Manager, Marketing & Kommunikation, Orell Füssli Thalia

Presented by:

jim & jim ist die führende Agentur im Bereich «NextGen Marketing» in der Schweiz. jim & jim entwickelt Markent-Strategien, Marketingkonzepte, positioniert Brand und Produkte in der „Hyperconnected Generation" und bietet Content as A Service als massgeschneidertes Produkt für ihre Kunden an. Die Agentur arbeitet als 360 Grad Full-Service Dienstleister und hat Kunden aus FMCG, Banken, Versicherungs- und Bildungsbranche.
jimjim.ch

Mit auf der Bühne

PURPOSE

09.00 Parallel

Garden Salon 3

LEAP PARTNERS

Moderation | Mattias Weber, Managing Partner, LEAP PARTNERS

Purpose – Marketing-Gag oder wirksames Instrument der Unternehmensführung?
Wie schaffen es Marken, Purpose nicht nur als Marketing-Instrument zu nutzen, sondern glaubwürdig und nachhaltig in der Organisation zu implementieren? Für mehr Sinn, mehr Orientierung und mehr Relevanz im gesellschaftlichen Wandel.
Mattias Weber, Managing Partner, LEAP PARTNERS

Austausch statt Frontalunterricht
Die Session beleuchtet, wie Purpose die Leistung des Unternehmens positiv beeinflussen kann und wieso viele daran scheitern. Impulse, Insights aus der Praxis und Gedankenaustausch zum Thema zwischen LEAP PARTNERS und den Teilnehmern des SCHWEIZER MARKENKONGRESS.

Presented by:

LEAP PARTNERS ist eine Schweizer Managementberatung spezialisiert auf strategische Markenführung Transformation. Die Experten begleiten Führungskräfte in der Entwicklung von Marken- und Geschäftsstrategien und der nötigen organisationalen Transformation zur nachhaltigen Stärkung von Ertragskraft und Wettbewerbsfähigkeit. LEAP vertritt einen systemischen und menschenorientierten Ansatz massgeschneidert auf die Herausforderungen einer digitalen Welt. Viele der Kunden sind Unternehmen aus dem SMI, DAX und Fortune 500 aus der Schweiz, Deutschland und Österreich.
leap-partners.com

MARKEN IM ZEITALTER VON VOICE COMMERCE

11.00 Parallel

Gallery

Moderation | Reto Wolf, Head of Marketing, Mastercard

Soundbranding – Wie Marken im Zeitalter von Voice Commerce klingen sollen?
Voice wird die nächste grosse Plattform für Firmen und Konsumenten werden, «Voice-based shopping» in den nächsten zwei Jahren zu einem $50b Markt wachsen! Wie beschäftigt sich Mastercard mit dieser Herausforderung, wenn dadurch die physische Präsenz der Brands mehr und mehr verschwindet?
Jessica Claar, Vice President Marketing Communications Germany & Switzerland, Mastercard

Auditive Markenidentität - Wie verschaffen sich Marken Gehör?
Auditives Brand Design trägt zunehmend dazu bei, dass Markenidentität hörbar im Gedächtnis bleibt. Wie wird eine auditive Markenidentität kreiert? Was bringt eine Voice Strategie und was zeichnet eine Markenstimme aus? Cases wie DUDEN und ALDI SUISSE geben hierfür richtungsweisende Antworten.
Carl-Frank Westermann, Geschäftsführer, WESOUND

Presented by:

Mastercard bietet seinen europäischen Kunden und Verbrauchern Zugang zu führenden Zahlungsdienstleistungen in aller Welt. Mastercard fördert den globalen Handel durch die Vernetzung von Unternehmen der Finanzbranche und Millionen von Unternehmen, Karteninhabern und Händlern auf der ganzen Welt. Mit einer Produktfamilie bekannter und in der Schweiz führender Marken wie Mastercard, Maestro und Cirrus und über sein weltweites Netzwerk ist Mastercard in mehr als 210 Ländern Dienstleister für Karteninhaber, Kreditinstitute und Händler.
mastercard.ch

Mit auf der Bühne

WESOUND

SOCIAL MEDIA & BRANDING

11.00 Parallel

Garden Salon 1

Moderation & Intro | Peter Erni, CEO, B,H Kommunikation

10 Jahre Change | Social Media ist nicht mehr, was Sie denken!
Während viele Unternehmen die Priorität von Social Media in ihrem Marketingmix schrittweise nach oben korrigieren, haben die wenigsten begriffen, wie Social Media als Unternehmen heute genutzt werden sollte. Wer jetzt noch von Fans und Engagement Rates spricht, hat nicht begriffen, dass es längstens um Attributionsmodelle und Return on Investment geht.
Peter Erni, CEO, B,H Kommunikation

Know You Can: Social Media als Treiber für die Repositionierung
Ein Einblick in die praktische Umsetzung der neuen AXA «Know You Can» Brand Positionierung im Content Marketing, spezifisch auf den Social-Media-Kanälen. Wie kann eine globale Strategie mit lokalen Geschichten verbunden und interaktiv gestaltet werden?
Julia Wunsch, Head of Social Media, AXA

Zürich für #Archilovers: Social Media im Destinationsmarketing
Zürich Tourismus ist verantwortlich für das Destinationsmarketing und damit für die touristische Markenprofilierung der Stadt und Region Zürich als attraktive Tourismusdestination. Welche Relevanz hat Empfehlungsmarketing im Tourismus? Wie nutzt Zürich Tourismus Communitys, insbesondere eine Nische wie die #Archilovers? Konkret, wie helfen entsprechende Social-Media-Kampagnen im modernen Tourismusmarketing?
Nathalie Lüthi, Head of Marketing, Zürich Tourismus

Markenaufbau in 3 Sekunden - Facebook
Byron Sharp's How Brands Grow gilt vielen Marketingverantwortlichen als belastbare Anleitung zeitgemässer Markenführung. Doch gelten diese Prinzipien noch in Zeiten sich stark beschleunigender mobiler Plattformnutzung? Können in 3 Sekunden Bekanntheit aufgebaut und Kaufimpulse gesetzt werden?
Paul Wiedmeier, Client Partner, Facebook

Brain & Heart Communication

Presented by:

Bei B,H finden Sie Experten für strategisches Content Marketing und Social Media. Wir unterstützen und beraten Sie von der Strategie, über Konzeption bis zur Umsetzung von Social Media Management, Social Media Ads, bis hin zum Community Management und Krisenkommunikation. Aufgrund unserer Expertise sind wir Preferred Partner von Facebook und Falcon.io in der Schweiz.
b-h.ch

Mit auf der Bühne

Zürich, Switzerland.

FACEBOOK

INFLUENCER & STORYTELLING NEXT LEVEL

11.00 Parallel

Garden Salon 2

Moderation | Patrick Seitter, Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

Perfect Match meets Creative Storytelling
Picstars verbindet die perfekten Influencer mit der richtigen Idee und präsentiert das kreative Storytelling auf der passenden Plattform (Instagram, TikTok usw.). Die vielfältigen Case Studies zeigen auf, wie Brands ihre Zielgruppe auf authentische Weise erreicht haben.
Ralf Osteroth, CEO Deutschland, Picstars
Luca Graf, Head of Sales, Picstars

20 Minuten: How to re-activate the young target audience
Wie kommuniziert man mit der digitalen Generation? 20 Minuten nutzt neue Kommunikationswege wie TikTok und Instagram, um mit der jungen Zielgruppe zu interagieren. Welche Insights, Inhalte und Kunden-Cases funktionieren bei 20 Minuten? Wie will die Generation Smartphone mit Unternehmen kommunizieren?
Sven Ruoss, Chief Product Officer, 20 Minuten

How to authentically and powerfully engage a young audience
Zeam hilft Unternehmen die junge Zielgruppe zu erreichen. Wie funktioniert die Generation Z? Wie sehen die Lebenswelten von 1.4 Millionen Schweizerinnen und Schweizern aus und wie müssen Unternehmen umdenken, um mit dem Wandel mitzukommen? Die nächsten Berufseinsteiger, ein aktivistisches Denken und neue Kommunikationskanäle bringen Chancen und Herausforderungen.
Yaël Meier, Journalistin, Schauspielerin & Co-Founder, zeam
Jo Dietrich, Co-Founder, zeam

Presented by:

PICSTARS ist die führende Lösung für kreatives, inspirierendes, effizientes und datengesteuertes Influencer Marketing. PICSTARS findet und verbindet die am besten passenden Creators mit Marken, um herausragende Geschichten und überzeugende Inhalte für Marketingkampagnen zu liefern. 2014 in Zürich gegründet, startet die Nummer 1 Influencer Plattform der Schweiz nun auch aus ihrem Berliner Office heraus, das PICSTARS Universum in Deutschland fleissig zu vergrössern.
picstars.com

Mit auf der Bühne

MARKEN BRAUCHEN GEIST

11.00 Parallel

Garden Salon 3

Moderation | Johannes Just, Partner und Verwaltungsrat, Geyst

AVOBIS – Branding als Antrieb einer radikalen Transformation
Mindset-Change als Programm: AVOBIS geht diesen Weg konsequent und definiert Immobilien-Finanzdienstleistungen gerade neu. Den Stein ins Rollen gebracht hat ein neuer Markenauftritt, der mehr sein will als ein neuer Anstrich.
Jan Würgler. Leiter Sales & Key Account Management, Avobis Group

ACADEMIC GATEWAY – New school eats old school
Im hart umkämpften Bildungsmarkt setzen sich nur Schulen durch, die das Tempo der Zeit in neue Lernkonzepte übersetzen – und zeitgemäss vermarkten. Academic Gateway hat in Rekordzeit die Konkurrenz hinter sich gelassen und ist heute eine feste Grösse in der Deutschschweizer Bildungslandschaft.
Alexandre Touihri, Verwaltungsratspräsident, Academic Gateway

RONAL GROUP – Der Weg zum Lovebrand
Wie wird aus einer B2B-Marke ein echter Lovebrand? Durch erstklassige Produkte, die von Enthusiasten für Enthusiasten gefertigt werden, cleveres Brand-Management und eine authentische Brandstory, in der sich Kunden und Mitarbeitende gleichermassen wiederfinden.
Claudia Geissmann, Head of Marketing and Communications, RONAL GROUP

Presented by:

Im digitalen Zeitalter sind differenzierende, authentische Geschichten, exzellentes Design und Erlebnisse rund um die Marke zentraler denn je. Als Agentur für Branding, Kommunikation und digitale Lösungen decken wir jede Station der Customer Journey ab – und verbinden Menschen mit Marken von Herz zu Herz. Das Ergebnis sind Markenerlebnisse, die in Erinnerung bleiben. Weil sie relevant sind und echte Kundenbedürfnisse befriedigen. Geyst: aus Zürich mit Love, Craft und Esprit.
geyst.ch

Mit auf der Bühne

PROGRAMM HAUPTBÜHNE

13.30

Gallery

Moderation | Dr. Stephan Feige, Geschäftsführer, htp St.Gallen

Mit auf der Bühne

Purpose: Machen Marken ohne Sinn noch Sinn?
Ein Wort geht im Marketing um, das vielen Angst macht: Purpose. Marken und Unternehmen, die ihn glaubhaft vermitteln, werden eine strahlende Zukunft haben. Alle anderen werden an Relevanz verlieren. Die neue Generation der Konsumenten möchte nicht nur Sinn in dem finden, was sie tut, sondern erwartet auch von den Marken, die sie umgeben mehr als reine Funktionalität. Welche Marken stiften und kommunizieren Sinn?
Frank Behrendt, Senior Advisor, Serviceplan-Gruppe / Bestseller-Autor I[1]

15 Jahre Zürich Film Festival – Markenaufbau mit Vision und Überzeugungskraft
Nadja Schildknecht und Karl Spoerri bauten innert 15 Jahren das ZFF vom belächelten Start-up zum international renommierten Festival auf. Wie funktioniert die Markenführung im Spagat zwischen Filmindustrie und Sponsoren und Partnern? Wie ist das ZFF für die Zukunft gerüstet? Wird die Persönlichkeit Schildknecht der Marke ZFF fehlen?
Interview mit Nadja Schildknecht, Co-Gründerin, Zurich Film Festival I[2]

Der Schritt vor die Wand – von einer Profimarke zu einer starken Consumer Marke
Geberit ist seit vielen Jahren ein zuverlässiger Partner für Installateure und Planer. Mit einer Akquisition und neuen eigenen Produkten positioniert sich Geberit nun auch als Consumer Marke. Welche Bedeutung hat eine starke Marke im Sanitärbereich heute? Wie fokussiert Geberit das Markenportfolio? Wie erleben die verschiedenen Kundengruppen die globale Marke digital und physisch durchgängig?
Dr. Martin Baumüller, CMO und Mitglied der Konzernleitung, Geberit I[3]

An outrageous assertion – that might just be true
Is it possible that the constraints to economic growth are no longer driven by supply, but demand? And that it is marketing, not technology, which holds the keys to growth? One lesson of the pandemic suggests this might be true...
Rory Sutherland, Vice Chairman, Ogilvy UK

Borussia Dortmund: An Unexpected Journey
Die Corona-Krise hat den Kern des Fussballgeschäfts ins Abseits gestellt. Statt abzutauchen nutzt der BVB seine Kraft, um Informationen zu vermitteln, Unterhaltung zu bieten und Solidarität zu beweisen in diesen schwierigen Zeiten. Welche Herausforderungen und Lösungen hat Borussia Dortmund gefunden, um die «Marke live und erlebbar» zu halten? Welche Perspektiven sind entstanden? Welche Chancen kann man ergreifen?
Dennis Thom, Head of Marketing & Sponsoring, Borussia Dortmund

2

1

3

AWARD VERLEIHUNG

Swiss Academy of
Marketing Science

Die von Marketingwissenschaftlern der Schweizer Universitäten gegründete Swiss Academy of Marketing Science verfolgt das Ziel, die Qualität des Marketings in der Schweiz zu fördern und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft zu stärken. Die Swiss Academy of Marketing Science steht für akademische Marketingforschung, die einen wesentlichen Beitrag leistet, um aktuelle und relevante Probleme in der Marketingpraxis zu lösen. Die Swiss Academy of Marketing Science verleiht jährlich zwei Awards.
academy-of-marketing-science.ch

SWISS ACADEMY OF MARKETING SCIENCE AWARD

Es werden Marketingpraktiker ausgezeichnet, die sowohl die Idee des Marketing in der Praxis gestärkt als auch die akademische Marketingausbildung und -forschung gefördert haben. Über die Preisvergabe entscheiden die der Swiss Academy of Marketing Science angehörenden Marketingprofessoren und -professorinnen der Universitäten: Universität St.Gallen, Universität Bern, Universität Basel, Universität Fribourg, IMD Lausanne, Université de Lausanne, Università della Svizzera Italiana, Universität Zürich und ETH Zürich. Präsident der Jury ist Prof. Dr. Torsten Tomczak.

Preisträgerin 2019
Simona Scarpaleggia

RIGOUR & RELEVANCE RESEARCH AWARD

Der «Rigour & Relevance Research Award» wird verliehen für eine Forschungsarbeit, die in der Scientific Community auf höchste Anerkennung stösst und einen wesentlichen Beitrag zur Lösung aktueller und relevanter Probleme in der Marketingpraxis leistet. Über die Preisvergabe entscheidet eine zehnköpfige Jury von Persönlichkeiten aus der Marketingpraxis.

Preisträger 2019
Tim Böttger

TICKET

MARKEN-KONGRESS.CH

Tagesticket CHF 995 zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung
sowie Zugang zum On-Demand-Video

Tagesticket | Online 330 CHF zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren via Live-Stream
sowie Zugang zum On-Demand-Video

+500 Teilnehmer (Live & Online)
+30 Experten auf der Bühne

26. Oktober 2020 im
The Dolder Grand, Zürich

ESB Marketing Netzwerk
Postfach 519
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 71 223 78 82
esb-online.com

Ansprechpartner:
Patrick Seitter
seitter@esb-online.com

Veranstaltungsort:
The Dolder Grand
Kurhausstrasse 65
CH-8032 Zürich

Bildrechte
© DELTA FOTOGRAFIE
© Zurich Film Festival, Geberit,
Serviceplan-Gruppe