Editorial

SWISS MARKETING

Vom «E» allein wird niemand satt

Das Vokabular ist bemerkenswert: Amazon wird als «Industry Dominator» bezeichnet (weil es dem Anbieter gelingt, Märkte zu dominieren und Kunden stark an sich zu binden); Zalando gilt als «Online Category Killer» (weil das Unternehmen sich kompromisslos am Kundennutzen orientiert und auch in der Schweiz in wenigen Jahren einen unglaublich hohen Marktanteil erobert hat).
Die martialischen Titel, wie sie der E-Commerce Report Schweiz 2018 verwendet, sind mehr als journalistische Kreativität. E-Commerce verändert bestehende Strukturen und produziert massenweise Verlierer. Der letztjährige Zalando-Umsatz von EUR 4.5 Mrd. (davon gut CHF 600 Mio. in der Schweiz) wurde grösstenteils den stationären Modegeschäften entzogen. Darunter leiden auch ganz Grosse wie H&M und Inditex (u.a. Zara).
Zwar gibt man sich angriffig. H&M zweigte im letzten Jahr 45% der Investitionen von CHF 1.4 Mrd. für digitale Entwicklungen ab. Im laufenden Jahr soll der Anteil auf 56% steigen, wie die NZZ weiss. Doch die stationären Modegeschäfte und der Handel gehen schwierigen Zeiten entgegen. McKinsey erwartet, dass im schweizerischen Detail- und Grosshandel bis 2030 zwischen 100 000 und 140 000 Arbeitsplätze wegfallen.
Und was bedeutet all dies für uns in Marketing und Verkauf? Wachbleiben, sich mit Veränderungen so früh wie möglich auseinandersetzen, ausbilden, weiterbilden, in Szenarien denken, offen und flexibel bleiben, Chancen suchen, erkennen und nutzen. Auch E-Commerce ist letztlich vor allem Handel. Vom «E» allein wird niemand satt.

Walter Steiner
Zentralvorstand Swiss Marketing

Welcome!

Neue Mitglieder bei Swiss Marketing

- Bibermann Michael
- Choukroun Daniel
- Fiori Dino
- Stoop Frank
- Beer Silvia
- Eigenmann Bruno
- Hauenstein Michael
- Hausmann Michael
- Spoerri Caroline
- Hanl Elke
- Hunziker Robert
- Shabani Gazmend
- Frei Robin
- Ackermann Roman
- Schlögl Martin
- Ott Werner
- Möckli Alexander
- Sigrist Katja
- Ortmann Sandra
- Hottinger Ivo
- Vavros Jolanda
- Aerne Michaela
- Karrer Tabea
- Schweizer Adrian
- Gut Christoph
- Zweifel Ruth
- Graf Raffael
- Lambert Etienne
- Sicher Lars
- Galliker Ursula
- Wessner Alina
- Hilty Monika
- Berger Jan
- Rhomberg Richard
- Amico Martina
- Rüdlinger Benjamin
- De Vos Fabian
- Eigner Cédric
- Rickl Sibylle
- Staub Nicole
- Veseli Valbona
- Miladinovic Angela
- Rogantini Naomi
- Wirz Sabrina
- Roth Saskia
- Norato Luca
- Tappolet Nadine
- Fiechter Corina
- Hilbert Katharina
- Kistler Joëlle
- Gehring Corinna
- Neururer Thomas
- Troilo Luca
- Lott Thomas
- Scholten Daniel
- Angliker Fabian
- Nussbaumer Fabrice
- Huser Michaela
- Reinle Myriam
- Sturn Timo

Noch nicht Mitglied?
www.swissmarketing.ch

Meeting Point

Spannende Begegnungen an interessanten Events

Marketing Arena Schaffhausen,
Park Casino Schaffhausen, 18. September

1

2

3

4

5

6

7

1 Gespannt folgt das Publikum den Ausführungen der Referenten.
2 Referenten an der Marketing Arena Schaffhausen 2018.
3 Stefan Wabel, Präsident Swiss Marketing Schaffhausen.
4 Podiumsdiskussion.
5 Applaus.
6 Netzwerken.
7 Apéro.

Fotos: Michael Schmid, www.schmizz.ch

5 Fragen an …

Joël Ben Hamida (36) ist bei der Bexio AG seit deren Gründung Ende 2013 tätig, heute als Head of Community & Education.

Was sind Ihre Aufgaben und was gefällt Ihnen am meisten an Ihrem Job?
Ich berate Treuhänder und KMUs zur zukünftigen Zusammenarbeit. Besonders gefallen haben mir der Aufbau von Bexio und die Herausforderungen in der Start-up-Phase.

Seit Kurzem besteht eine Kooperation zwischen der Bexio AG und Swiss Marketing. Was an dieser Zusammenarbeit ist Ihnen besonders wichtig?
Als Verbandspartner stärken wir Swiss Marketing den Rücken und Swiss Marketing uns. Aus unserem eigenen Unternehmen wissen wir um die Relevanz des Marketings Bescheid: Performance- und auf Messbarkeit beruhendes Marketing ist einer unserer eigenen Erfolgsfaktoren. Bexio ist spezialisiert auf Agenturen und hat in diesem Bereich bereits 1 500 Kunden. Mit unserem Engagement wollen wir den Verband und seine Mitglieder unterstützen.

Von welchen Vorteilen können die Mitglieder von Swiss Marketing durch diese Partnerschaft inskünftig profitieren?
Wir wissen, wie wichtig die passende Business-Software für den Geschäftserfolg ist. Mit Bexio bieten wir das perfekte Werkzeug für die Administration und Buchhaltung – inklusive einem exklusiven Rabatt: Verbandsmitglieder profitieren dauerhaft von zehn Prozent Rabatt auf Bexio mit dem Gutscheincode «swissm10». Mehr unter bexio.com/swissmarketing.

Was zeichnet Ihrer Meinung nach erfolgreiches Marketing aus?
Kennzahlen sind das A und O. Wir haben früh verstanden, was im Online- wie auch Offline-Marketing funktioniert, und bilden dies für unsere Mitarbeiter verständlich ab.

Wo legt die Bexio AG ihre Schwerpunkte im Marketing und warum?
Möglichst genaue Messbarkeit und damit Vergleichbarkeit sämtlicher Marketingaktivitäten, um unsere Ressourcen möglichst effizient und effektiv zu investieren.

European Marketing Confederation wird 25 Jahre alt

Die European Marketing Confederation (EMC) ist der europaweit grösste Marketingfachverband, der Marketing-, Sales- und Kommunikationsverbände aus ganz Europa und darüber hinaus vertritt – mit mehr als 1 500 000 Marketingfachleuten aus europäischen Ländern. Er arbeitet mit Marketingfachverbänden aus ganz Europa zusammen, um sich über bewährte Praktiken in den Bereichen Marketing, Sales und Kommunikation auszutauschen, die jüngsten Entwicklungen in der Branche zu beobachten, dazu beizutragen, Wissen weiter auszubauen, sowie die Marketers beim Ausbau ihres Netzwerks zu unterstützen.
Die EMC wird 25 Jahre alt. Doch: «Die Reise hat erst begonnen: Europäische Marketers sind mit einer Vielzahl von Themen konfrontiert, wobei viele von ihnen gleichzeitig unter Budgetdruck stehen und die Arbeit mit weniger Mitarbeitenden bewältigen müssen», sagt Uwe Tännler, Präsident EMC European Marketing Confederation.
In diesem Zusammenhang unterstützt die EMC nationale Marketingverbände wie NIMA (Niederlande), CIM (Vereinigtes Königreich), Swiss Marketing (Schweiz), MiM (Malta), HSE Moskau (Russland), LiMA (Litauen) oder DMV (Deutscher Marketing Verband). Sie hilft bei Themen wie der Zertifizierung von Ausbildungen im Bereich Marketing, ermöglicht mit Hilfe gesamteuropäischer Studien unmittelbare Einblicke in die neuesten Entwicklungen an Markt und dient seit einem Vierteljahrhundert als Berufsverband. Was den Bereich Weiterbildung und Zertifizierung zur systematischen Entwicklung von Kompetenzen betrifft, bietet das European Marketing Confederation Qualification and Certification Framework (EMCQ) Marketingfachleuten die Möglichkeit, Qualifikationen zu erwerben, die europaweit anerkannt werden. «Die Herausforderungen in den Bereichen Marketing und Customer Experience Management sind universell. Die EMC hilft uns dabei, neueste Einblicke und Erfahrungsaustausch in vielen verschiedenen europäischen Ländern zu bieten. Wir können so unseren Mitgliedern dabei helfen, hinsichtlich der Konzepte in der expandierenden Online- und der Offline-Welt auf dem Laufenden zu bleiben», sagt Andreas Balazs, Präsident Swiss Marketing.

Am 9. und 10. Oktober fand das Boardmeeting und das EMC-Forum der European Marketing Confederation (EMC) in Zürich statt. Dabei trafen sich Board-Mitglieder mit Gästen aus der Schweiz und Europa.