



11



88



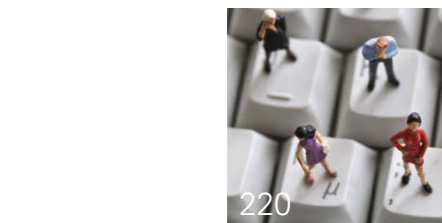
140



202



48



220



243

FOKUS

- 11 **Wie haben Sie Ihre Kunden dazu gebracht, fünf Stunden barfuss für Mammut im Schnee zu stehen, Herr Gyssler?**
Michael Gyssler, CMO Mammut Sports Group, Seon
- 16 **Wie transportiert man einen Premium-Anspruch, Herr Masala?**
Remo Masala, Kuoni-Gruppe, Zürich
- 20 **Wie funktioniert Ihr Marketing, Herr Kieser?**
Werner Kieser, CEO Kieser Training
- 26 **Wie viel Macht hat das Marketing in Ihrem Hause, Herr Zschokke?**
Alexander Zschokke, Sonova Holding AG
- 30 **Warum sind für eine traditionelle Marke wie Toblerone Social Media so bedeutsam, Herr Breckwoldt?**
Hans T. Breckwoldt, Kraft Foods
- 34 **Was ist unverzichtbar beim Aufbau einer Marke, Herr Dr. Danuser?**
Dr. Hanspeter Danuser, Direktor Deutsche Bank (Schweiz) AG, St. Moritz

TRENDS

- 41 **Umfrage / Meinungen**
- 48 **Die Zukunft des Marketings: Daten – das neue Öl**
Gerd Leonhard
- 55 **Change: Das Heute ist das Gestern von morgen**
Maarit Seppä, Intag Intelligence Agent, Regensburg
- 59 **Social Media: Erfolgreiches Marketing in Sozialen Medien**
Professor Dr. Katharina Stanoevska-Slaveva, Universität St. Gallen
- 63 **Nachhaltigkeit: Eine Frage von Kosten und Nutzen**
Dr. Thomas Schwetjje, Leiter Marketing/Services Coop Schweiz
- 67 **Nachhaltigkeit: Alles grün, alles gut?**
Daniel Krieg, Geschäftsführer Krieg, Schlupp, Bürge Werbeagentur AG, Zürich
- 70 **Werbung: Where is the Beef?**
Nadine Borter, Geschäftsführerin Contexta AG Werbeagentur bsw, Bern
- 72 **Vertrauen: Muss Werbung ehrlich sein?**
Michael Waldvogel, idfx AG Werbeagentur ASW, Wädenswil
- 75 **Augmented Reality: Die erweiterte Welt**
Bruno Mettler, Vanja, Zürich, Simon Künzler, Agentur Xeit, Zürich
- 78 **APP-Marketing: Das iPhone als Gesundheitsmanager**
Patrick Gegauf, Leiter Business Unit Retail Schweiz
- 83 **Strukturenwandel für Verlage: iPad – 690 Gramm Killer-Gene**
Lahor Jakrlin, Fruitcake
- 88 **Centurion Luxury Report: Neue Perspektiven des Luxus**
Holger Lietz, American Express, Frankfurt
- 94 **Ad-Specials: Werbung, die ankommt und hängenbleibt**
Constanze Wolff, Vogt Foliendruck GmbH, Hessian-Lichtenau

CASES

- 99 **LUKB – Eine Bank zeigt Herz**
- 102 **Accarda AG – Kartenschutz Crossmedial**
- 104 **Calatrava – Emotion und Kunst in Verbindung**
- 106 **Bericht Marketing WWM**
- 108 **Neuer Biss für Image und Sortimente**
- 110 **Selbst Fleischfresser geniessen Vegetarisch**
- 112 **An die Arbeit, alter Sack!**
- 114 **Tecmania – Faszination Technik**
- 116 **Eine Verkaufskampagne, die Freude macht**
- 118 **Werbung mit Raum für Idee**
- 120 **How can we help improve things?**
- 122 **ADC-Award-Gewinner Schweiz**
- 124 **ADC-Award-Gewinner Deutschland**

DIALOG & DIGITAL

- 129 **Umfrage / Meinungen**
- 140 **Dialogmarketing**
Corinne Harder:
Dialogmarketing trotz der Krise
- 142 **Dialogmarketing II**
Rainer Nickel:
Trends im Dialogmarketing
- 147 **Werbetexte**
Dr. Albert Heiser:
Achtung!
- 150 **Internetwerbung**
Martin Radelfinger:
Web-Werbe-Tipps für KMU
- 154 **Online Marketing**
Thomas Fink:
Wie misst man den ROI von Online Marketing?
- 157 **Social Media Marketing I**
Ralph Hutter:
Das Jahr, in dem Mutter auf Facebook kam
- 163 **Social Media Marketing II**
Mathias Vettiger:
So wird Ihr Social-Media-Engagement ein Erfolg
- 165 **E-Commerce**
Alexander Dischö:
Live- und Clubshopping: Umsatzstark und sehr beliebt
- 179 **Kurse und Seminare**
- 180 **Fachpublikationen**

LIVE COMMUNICATION

- 187 **Umfrage / Meinungen**
- 198 **3D-Branding**
Markus Dambach:
Der Schritt in die dritte Dimension
- 202 **Marken zum Anfassen**
Karin Ruhland:
Auf Tuchfühlung mit Ländern und Städten
- 207 **Expo II**
Jean-Marc Devaud:
Made in Switzerland

CRM

- 213 **Datenschutz I**
Hanspeter Thür:
Es tut sich was!
- 216 **Datenschutz II**
Roland Meyer:
Datenschutzzertifikate – hoher Aufwand, hoher Nutzen?
- 218 **Kundengewinnung**
Tobias Witzig:
Closed Loop im Lead-Management
- 220 **Swiss CRM 2010**
Brian P. Rüeger, Dr. Frank M. Hannich, Claudia Jenni
Swiss CRM Studie – Tops, Flops und Trends 2010
- 224 **CRM 2.0**
Dr. Wolfgang Martin:
Textanalytik – Durchblick im Web 2.0 und im Enterprise 2.0
- 228 **SAAS**
Dr. Walter Brenner:
Software-as-a-Service – eine grosse Welle

MAFO

- 243 **Consumer Insights**
Silke Münster:
Insights to Action – Effiziente Datennutzung bei Coca-Cola
- 248 **Qualitätssicherung**
Dr. Georges Ulrich:
Bevor man eine schlechte Umfrage macht, sollte man lieber gar keine machen
- 250 **Social Media als Quelle**
Holger Lütters:
Face the Facebook