



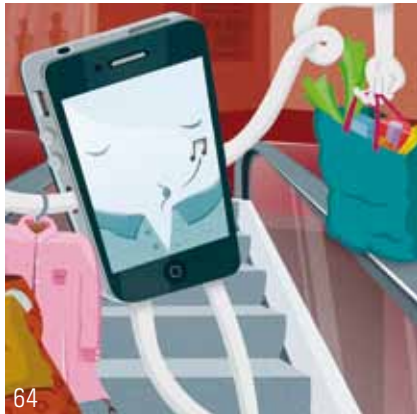
21



85



263



64



11



216



169

FOKUS

- 11 **Wie funktioniert die Verkaufsförderung für eine Marke wie Rolls-Royce, Herr Müller-Ötvös?**
Torsten Müller-Ötvös, Chef von Rolls-Royce, Goodwood
- 18 **Was haben Sport, Mode und Kunst mit dem Verkauf von Swatch-Uhren zu tun, Frau Emch?**
Arlette-Elsa Emch, Mitglied der Konzernleitung der Swatch Group, Biel
- 22 **Wie wollen Sie die asiatischen Kunden von Davidoff überzeugen, Herr Hoejsgaard?**
Hans-Kristian Hoejsgaard, CEO der Oettinger Davidoff Group, Basel
- 28 **Wie machen Sie Ihre höchst anspruchsvollen Gäste zu Stammgästen, Herr Wiedemann?**
Hans Wiedemann, Managing Director vom Badrutt's Palace Hotel, St. Moritz
- 34 **Wie beeinflusst Sponsoring den Produktverkauf, Herr Riedener?**
Urs Riedener, CEO der Emmi Gruppe, Luzern

TRENDS

- 41 **Standpunkte**
Markus Vogt, Head of Sales bei der Ricola AG, Laufen | Marc Bächle, Leiter CRM vom Swissmilk Medienverlag, Bern | Carlos Friedrich, Leiter Marketing Kommunikation und Mitglied der Unternehmensleitung bei der Möbel Pfister AG, Suhr | Regula Ruetz, Präsidentin des Schweizerischen Public Relations Verbandes pr suisse, Zürich
- 44 **Jung und erfahren. Das neue Luxusverständnis der Chinesen**
Birgit Gebhardt, Geschäftsführerin von Trendbüro, Hamburg
- 50 **Ad-vertising, use-vertising, my-vertising**
Dietmar Dahmen, freier Kreativer und Konzeptionist, Wien
- 55 **Doodle – eine Erfolgsgeschichte im Web**
Michael Näf, CEO der Doodle AG, Zürich
- 59 **Eine Handvoll Venus und ehrbare Kaufleute**
Uwe Lübbermann, Regler bei Premium, Hamburg
- 63 **Pull-Marketing statt Push-Kommerz**
Sven Gábor Jánzsky, Leiter des 2b AHEAD ThinkTanks, Leipzig
- 71 **Konsequenzen der Digitalisierung aufs Verkaufen**
Marion Marxer, Head of Marketing Communication bei Swisscom, Bern
- 76 **Plädoyer für Initiatives Marketing**
Prof. Dr. Holger Rust, Professor für Soziologie an der Universität Hannover
- 82 **Teilen statt kaufen**
Stefan Ganz, Texter bei der KSB Krieg Schlupp Bürge Werbeagentur, Zürich
- 84 **Millionenfache Verkäufe und Traumgewinne**
Lahor Jakrlin, Gründer von Fruitcake Werbung & Presse AG, Worb-Bern
- 86 **Preispromotions sind Gottes Weg, dir zu sagen, dass du zu viel Geld hast!?**
Julia Steiner, Lehrbeauftragte für Sales Management an der Universität Duisburg-Essen
- 90 **Die eine Hand zum Gruss, die andere mit der Faust im Sack**
Judith Reidenbach, Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Guido Müller, Dozent an der ZHAW School of Management and Law, Winterthur
- 94 **Warum sich Online- von Offline-Käufer unterscheiden**
Dr. Hans-Georg Häusel, Vorstand der Gruppe Nymphenburg Consult, München
- 99 **Mobile Commerce – the next big thing?**
Patrick Comboeuf, Direktor E-Business der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), Bern

102 **iPad und Co. – mobile Tools für innovatives E-Publishing**
Pasquale De Sapio, Inhaber der spherix ag, St. Gallen

106 **The Future of Marketing**
Jean-Marc Grand, Geschäftsführer der GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing, Zürich

ERFOLGREICHE WERBUNG

111 **Einblick**
Michael Koch, Vorsitzender der Jury des Deutschen Dialogmarketing Preises ddp | Dr. Christian Huld, Chairman der Jury des Schweizer Dialogmarketing-Preises

112 **Standpunkte I**
Roger Harlacher, Präsident des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbandes, Zürich

114 **Standpunkte II**
Nadine Borter, Inhaberin von Contexta, Bern | Enrico Bachmann, Creative Director bei der Blue Spirit Werbeagentur, Zürich | Suze Barrett, Executive Creative Director bei Scholz & Friends Schweiz, Zürich | Friedhelm Lammoth, Chef der Werbeagentur Lammoth Mailkonzept, St. Gallen | Reinhard Kaupp, Chef der Agentur pinkup Dialogmarketing, Zürich

120 **Wie man als Agentur seinen Auftraggeber und als Auftraggeber seine Agentur findet**
Dr. Peter Felser, Präsident und Peter Leutenegger, Geschäftsführer von bsw leading swiss agencies, Zürich

122 **Zukunftskapital im Kopf**
Uwe Tännler, Präsident von Swiss Marketing, Olten

125 **Kurse und Seminare**

128 **Atupri: Katy Perry's hot 'n' cold für gesunde Energie**

132 **AD.M: Werbeagentur gründet eigenes Modelabel**

134 **Gordelik: Auftakt fürs Neugeschäft**

136 **Migros lässt die Nanos purzeln**

138 **Swisscom: Ganz grosses Kino**

140 **Kimberly-Clark: Überraschender Insight**

142 **Abteilung Naturförderung Kanton Bern: Ruhe bitte!**

144 **Opel Suisse: Verkaufen ist ihre Stärke**

146 **BEKB | BCBE net, Cyberbank: Antrag auf Erfolg**

148 **TopCC: Ohne Umweg zum Erfolg**

150 **Coop: Für die Menschen dahinter**

152 **Textilverband Schweiz: Das selbstauflösende Textilmailing**

154 **Coop: Mit Köpfchen**

156 **TCS: Offensive in Gelb**

158 **Awardgewinner Schweiz**

160 **Awardgewinner Deutschland**

DIALOG & DIGITAL

165 **Facebook Commerce**
Dr. Andreas Bersch, Geschäftsführer der Agentur Berliner Brandung, Berlin

168 **Die Trends im Online-Marketing**
Jörg Eugster, Internet-Pionier, Unternehmensberater, Portalbetreiber, Vaduz

178 **Social Media-Marketing im B2B**
Milko J.C. van Rijn, Head of Global eMarketing von Mettler-Toledo International, Greifensee

193 **Starker Wechselkurs: Direktmarketing wertet den Werbefranken auf**
Milo Stössel, Präsident des Schweizer Direktmarketing Verbandes SDV, Frauenfeld

196 **Herausforderungen im Direktmarketing**
Studie: Wirtschaftsfaktor Direktmarketing 2010/11

200 **Empfehlungen lösen Reklame ab**
Dr. Torsten Schwarz, Chef der Absolit Dr. Schwarz Consulting, Waghäusel

CRM

211 **Customer Centricity – nur eine Frage der richtigen Strategie?**
Prof. Dr. Marcus Schögel, Direktor am Institut für Marketing und Dr. Dennis Herhausen, Projektleiter am Institut für Marketing an der Universität St. Gallen

215 **Wo Schweizer Unternehmen im Kundenbeziehungsmanagement investieren wollen**
Dr. Frank Hannich, Dozent für Marketing und Claudia Jenni, Wissenschaftliche Mitarbeiterin CRM an der ZHAW School of Management and Law, Winterthur

220 **Wie Kundenerlebnisse systematisch entstehen!**
Phil Winters, Strategic Advisor bei der Peppers & Rogers Group und Nils Hafner, Professor für Kundenbeziehungsmanagement an der Hochschule Luzern

227 **Customer Experience Management – das Ende der Marketingabteilung oder neue Chance?**
Regina Mehler, Marketing Director Central Europe bei Adobe Systems, München

231 **Kundendaten(miss)management in Unternehmen**
Professor Dr. Andreas Mann, Leiter des Dialog Marketing Competence Center an der Universität Kassel und Elina Saida, Consultant bei Client Vela, München

234 **Was bedeutet eigentlich «messen»?**
Helmut Kazmaier, Berater bei der Stimmt AG, Zürich

LIVE COMMUNICATION

249 **Standpunkte**
Robert Campbell, Managing Director von Uniplan Switzerland, Basel | Thomas Berger, Leiter Messe- und Eventservices bei Syma-System, Kirchberg | Andreas Messerli, Verwaltungsratspräsident der Andreas Messerli AG, Wetzikon | Edwin Huber, Geschäftsführer von Huber Exhibition Management, Unterengstringen | Mario Huggler, Leiter Sales & Marketing bei EXPOformer, Bülach | Peter Schalch, Partner von Impact Unlimited, Wil

258 **Live-Kommunikation im Einfluss des Internets**
Simon Ackermann, Präsident des Verbandes Expo & Event, Live Communication Verband der Schweiz, Zürich

262 **Wenn das Geräusch zum Gefühl passt**
Professor Uli Mayer-Johanssen, Chairwomen of the Executive Board von MetaDesign, Berlin