



Medienmitteilung

22. März 2018

28. GfM Marketing-Trend-Tagung – 21. März 2018 – The Dolder Grand, Zürich

Erfolgreiches «Jahrestreffen» der Marketing-Entscheider

Gestern trafen sich rund 450 Entscheidungsträger aus der Marketingszene und Vertreter aus den unterschiedlichsten Branchen im Dolder Grand Hotel über Zürich. Ein ganzer Tag lang wurde auf und neben der Bühne über die Zukunft des Marketings diskutiert.

«Die Antwort auf die Frage, welche Geschäftsmodelle in Zukunft erfolgreich sein werden, ist nicht ganz so trivial. Das sich rasant verändernde Umfeld zwingt uns, über die Grenzen hinaus zu blicken – und das haben wir heute getan. Viele spannende Referenten gaben dem Publikum aktuelle Insights», sagt der GfM Präsident **Prof. Dr. Dominique von Matt**. Patrizia Laeri führte kompetent und elegant durch den Tag.

Next Practice muss gelebt werden

Auf dem Zürichberg wurde in der Folge auch angeregt während den Kaffeepausen und dem Mittagessen über Digitalisierung sowie Next Practise diskutiert. **Prof. Dr. Marcus Schögel** Direktor des Instituts für Marketing an der HSG konkretisiert und fordert zur Risikobereitschaft auf: «Marketing wird immer mehr zum Tech-Job. Oft reicht es nicht, gute Fallbeispiele von anderen Unternehmen oder gar Konkurrenten zu studieren. Man muss über die eigene Branche hinausschauen und auch die Offenheit an den Tag legen, von anderen Industrien zu lernen.»

Hohe Informationsdichte

Nicht weniger als 15 Referentinnen und Referenten versorgten das Publikum mit kostbarem Brainfood. **Prof. Dr. Felicitas Morhart** von der Universität Lausanne gab Tipps fürs Personal Branding anhand einer Analyse von Dieter Meier und mit Hilfe des altbekannten Markenrads. Ihr gut gemeinter Rat zuletzt: «Seien Sie sich selbst, alle anderen sind schon besetzt.» **Jürg Stuker**, Mitglied des Verwaltungsrates von Namics, scheint «digital by heart» zu sein und überzeugt mit Erkenntnissen und Humor. **Behshad Behzadi**, Cheftechnologe für Google in der Schweiz, hat das Publikum mit den aktuellen Möglichkeiten der Suchfunktion via Spracherkennung fest im Griff. Anscheinend ist er nicht nur ein Fan von «Age of Assistance», sondern mag auch Blumen und den FC Barcelona, wie sein Smartphone dem Publikum verriet.



Tomplay gewinnt die Startup-Challenge

Im Rahmen der GfM Marketing-Trend-Tagung fand gestern erstmals eine Start-up Challenge statt: Mateusz Mierzwinski (LocalBini), Isabelle Ohnemus (EyeFitU) und Alexis Steinmann (Tomplay) buhlten um die Gunst des Publikums. Jeder der Neugründer hatte drei Minuten Zeit, die Zuhörenden zu überzeugen. Am Ende erhielt die App von Steinmann, mit der man sich beim Musizieren daheim nach Wunsch von einem ganzen Orchester begleiten kann, knapp vor LocalBini am meisten Applaus. Experte der Startup-Challenge und Business Angel Daniel Gutenberg freut sich über die Wahl: «Es ist gut, dass nicht ich entscheiden musste. Der Markt oder das Publikum weiss es immer besser. Tomplay ist nicht nur neuartig, sondern auch sehr emotional.»

Die nächste GfM Trend-Tagung findet am 3. April 2019 statt.

Kontakt für Medienanfragen:

Jean-Marc Grand

Geschäftsführer der GfM

044 202 07 10

jean-marc.grand@gfm.ch

Schweizerische Gesellschaft für Marketing

Die GfM wurde 1941 gegründet und hat in den letzten 70 Jahren die Entwicklung der marktorientierten Unternehmensführung in der Schweiz massgeblich beeinflusst. Der GfM gehören über 700 namhafte Unternehmen aller Branchen an, sowie öffentlich-rechtliche marktwirtschaftlich ausgerichtete Institutionen.