

Werbung

Direkte Demokratie auf dem Prüfstand
Folgerungen für Wirtschaft und Politik

SCHWEIZERISCHER MARKETING-TAG 03.03.2015

Mit Big Data zu "Big Inspirationen"

Gerd Gigerenzer, Christian Rättsch und Hanspeter Thür waren am Dienstag mit dabei.



Zum 10. Mal jährte sich der Schweizerische Marketing-Tag im KKL Luzern. Gastgeber Uwe Tännler, Präsident Swiss Marketing, konnte zum Jubiläum eine ganze Reihe profilierter Keynote-Speaker für seinen Anlass gewinnen, die zahlreiche Perspektiven zu Herausforderungen und Zukunftsvisionen bezüglich des brandaktuellen Themas «Big Data und Big Inspiration» einnahmen. Über 1'000 Marketing- und Kommunikationsfachleute nutzten den Branchenanlass, um ihr Wissen zu aktualisieren, sich auszutauschen und schliesslich zu erleben, wer dieses Jahr die begehrten Marketing-Trophies mit nach Hause nimmt. Den Anlass moderierte Susanne Wille.

"Kommunikation muss Service werden"

Bevor Christian Rättsch, CEO der Werbeagentur Saatchi und Saatchi und Experte für Markenführung, die Chance bekam, seine Erfahrung mit Big Data zu erläutern, plädierte Reto Brotschi, Leiter Direct Marketing PostMail, für eine unvoreingenommene Haltung gegenüber unadressierter Werbung und stellte die neuen werbefreundlichen Briefkasten-Aufkleber der Post vor: "Willkommen gute Werbung" soll ab sofort auf allen Schweizer Briefkästen

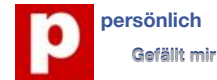
PERSÖNLICH BLOG



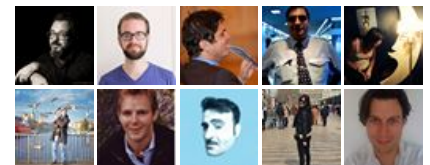
Marcus Knill
KÖPPEL MUSS KÜNFTIG MIT MEDIALEM GEGENWIND RECHNEN

[alle Blogbeiträge »](#)

Finde uns auf Facebook



580 Personen gefällt persönlich.



Soziales Plug-in von Facebook

BSW LEADING SWISS AGENCY!



[Agentur finden »](#)

TOPAKTUELL TOP GEKLIKT

Schweizerischer Marketing-Tag: Mit Big Data zu "Big Inspirationen"

ADC/bsw Kreativschule: Goppeletti, Heilanddonner! Chogesiech!

ADC/bsw: "Steuern sollten die Schweizer zum Schmunzeln bringen"

Pop: Madonna kündigt grosse Tournee an

Deutschland: Kommunikationschef von VW ausgezeichnet

prängen und fordert nicht zuletzt Branchenvertreter auf, der eigenen Arbeit mehr zu vertrauen. Kommunikationsfachmann Christian Rättsch untermauerte seine explizite Forderung "Kommunikation muss Service werden" mit einer ganzen Reihe bekannter Kampagnen, die die Regeln der Kommunikation in der digitalen Welt gekonnt umsetzen und damit Erfolg haben. Erfolg, so die Erfahrung von Rättsch, der sich für die Unternehmen immer öfter auch finanziell ausbezahlt. Digitalisierung ist seiner Meinung nach für Unternehmen eine grosse Chance, ein echter Treiber in der Wertschöpfung des Unternehmens hinsichtlich Interaktion, Service und Vertrieb.

"Intuition ist gefühltes Wissen"

Gerd Gigerenzer, Direktor am Max Planck Institut für Bildungsforschung, analysierte was Big Data eben nicht zu leisten vermag. Er plädierte für mehr Bauchgefühl und Vertrauen in die eigene Intuition. Seine Kritik an Big Data, respektive am Vertrauen auf die Auswertung grosser Datenmengen, gründet insbesondere darin, dass gesammelte Daten die Vergangenheit abbilden und damit die Grenzen in Bezug auf Innovation evident sind. Ist die Zukunft ungewiss und die Situation instabil zieht er einfachere, weniger Kosten intensive Messmethoden vor und gibt der und eigenen Intuition den Vorzug. Denn, so Gigerenzer, "Intuition ist gefühltes Wissen".

Datenschutz: Chance oder Bedrohung

Die anschliessende Podiumsdiskussion mit Karin Frick, Gigerenzer, Hanspeter Thür, Andreas Wiebe und Wolfgang Zimmermann zeigte deutlich: Big Data gewinnt mit hoher Geschwindigkeit an Relevanz. Das Thema wird uns über die nächsten Jahre beschäftigen, egal welche Sichtweise man einnimmt. Die Herausforderung nebst der Lösung von Datenschutz relevanten Fragen wird sein, mit dem technologischen Fortschritt mit zu halten. Denn die Technologie - da sind sich alle einige - ist uns immer einen Schritt voraus.

"Message matters"

Julius van de Laar hatte das Privileg, beide Wahlkämpfe Barack Obamas mitzugestalten. In seinem beeindruckenden Referat zeigte er die wichtigsten Stationen der erfolgreichen Kampagnenführung auf und gab einen Einblick in die effektive Nutzung digitaler Kanäle und Social Media. Seine wohl wichtigste Botschaft war dennoch "Message matters". Kein noch so smarter Plan kann auf Authentizität und Inhalt verzichten, so die Überzeugung van de Laars.

Leo Burnett Schweiz: Ein Türstopper als Inseratefänger

Campaigning Summit: 30 Prozent mehr Teilnehmer

Publisuisse: "BMW - Mini 5Door" ist Spot des Monats Januar

EMPFEHLUNGEN

NEU KOMMENTIERT

Roger Köppel: "Ich habe nicht die Absicht, der classe politique beizutreten"

Tages-Anzeiger: 30-Prozent-Frauenquote stösst auf grosse Resonanz

Tages-Anzeiger: Ausländersort unter neuer Leitung

Tages-Anzeiger: "Die Männer sind in den letzten Jahren massiv bevorteilt worden."

Onlinekommentare: 4'000 Beiträge pro Tag

20 Minuten: "Als Oasis-Fan ist mir Publikumsbeschimpfung nicht fremd"

Löhne: Lohnt es sich für Frauen, in der Werbebranche zu arbeiten?

Robert Kisch: "Die Reaktionen sind oft höhnisch und verachtend"

STELLENMARKT

VERANSTALTUNGEN

Angebot: Junior Search Account Manager (m/w) 100% iProspect Switzerland AG – 8026 Zürich

Angebot: Praktikanten im Bereich Grafik Design Process Brand Evolution – 8045 Zürich

Angebot: Berater/in (100%) Source Associates AG – 8004 Zürich

Angebot: Mediaplaner/in Ad.X AG – 8702 Zollikon

Angebot: Consultant Display Advertising 100% Webrepublic AG – 8008 Zürich

Angebot: Projektmanager/in (100%) Wirz Corporate AG – 8045 Zürich

Angebot: Grafiker (w/m) Mammut Sports Group AG – 5703 Seon

Angebot: Leiter/in Online Marketing (100%) Bern - Biel - Solothurn

[alle Stellen »](#)

Die 5 meistgesehenen TV-Sendungen vom 02.03.2015

	Zeit	Titel	Rating*	MA%
1	19:58	METEO	331	38.6
2	19:30	TAGESSCHAU	267	34.5
3	20:06	1 GEGEN 100	220	22.3
4	21:50	10VOR10	181	20.5
5	21:04	PULS	169	18.1

Quelle: publisuisse, Mediapulse Fernsehpanel, D-CH, Overnight, Zielgruppe 15 - 59 inkl. Gästen, * in Tausend

[Weiter zu den Top TV-Quoten](#)

ERKLÄRFILME

explain.it



Big Data – in 3 Min. erklärt

FOTOGALERIE powered by amiadogroup.com



Generation Y Konferenz
GDI Gottlieb Duttweiler Institute



VIDEOBOX powered by amiadogroup.com



Cheers, es ist Weekend Time! - Uncle Charlie
»
Alle aktuellen Videos »



WW WHO IS WHO
PROMI-TIPP



Die Gewinner der Marketing-Trophies 2015 sind:

Kategorie Sonderpreis: Bagno Sasso Mobili und Abegglen

Management Consultants AG, Zürich für das Projekt Swiss Eco Tap

Kategorie KMU: Swiss Bankers Prepaid Services AG und Contexta AG, Bern für das Projekt Travel Cash - Das Reisegeld

Kategorie NPO: Schtifti Foundation und Kreienbühl und Vogler Werbeagentur, Zürich für das Projekt Gorilla.

Kategorie Grossunternehmen: CSS Versicherung und Contexta AG, Bern für das Projekt Ganzheitliches Marken- und Kundenerlebnismangement

Der Publikumspreis ging an Mazda (Suisse) AG und JWT/Fabrikant für das Projekt Voilà ma Suisse. (pd)

Twittern 2

Diesen Beitrag teilen

KOMMENTIEREN

Kommentar *

Kommentare werden zunächst moderiert und erst dann freigeschaltet. Anonyme, persönlichkeitsverletzende und unsachliche Kommentare werden nicht veröffentlicht.

Ihr Name *

Ihr korrekter Vor- und Nachname

E-Mail *

Ihre gültige E-Mail-Adresse

SPEICHERN

Werbung