



Bern, 10. September 2018

Medieninformation

Swiss Agro Forum 2018

140 Personen aus der Agrar- und Landwirtschaftsbranche nahmen am vergangenen Freitag, 7. September 2018, im Feusi Bildungszentrum in Bern am Swiss Agro Forum teil. Die drei Referenten Marc Lüthi, Hugo Wetzel und Urs Kessler erzählten aus ihrem Praxisalltag rund um das Thema «Erfolgreicher Marketing-Mix» und stellten sich den Fragen des Publikums. In der Diskussionsrunde mit drei Experten wurde das Thema «Kosten und Nutzen von Social Media Kommunikation» beleuchtet.

Bevor das erste Referat startete, begrüßte OK-Präsident Matthias Zurflüh die Teilnehmenden und vermittelte in einem kurzen Theorie-Update, dass heute im Marketing-Mix neben den bekannten vier P (Place, Price, Product und Promotion) auch die drei P von Process, Physical evidence und People berücksichtigt werden müssen, um Dienstleistungen zu vermarkten. Marc Lüthi, CEO SCB Eishockey AG, erklärte anschliessend in seinem Referat, dass Marketing aus dem Herzen kommen müsse und ganz viel Praxis beinhalte. Er erläuterte dem Publikum, wie er den Verein 1998 vor dem Konkurs bewahrte und wieder zum Erfolg führte. Ein Element dabei war beispielsweise die Einführung der Kindertickets. Das war vor 20 Jahren, mittlerweile sind diese damaligen Kinder erwachsen, aber immer noch mit dem Club verbunden. Sprich, der eine oder andere ist in der Zwischenzeit selber in einer Funktion, wo er über Sponsoringgelder entscheiden kann. Davon profitiert nun der SCB. Lüthi erklärte zudem: «Die Zuschauer kommen ins Stadion, weil sie gutes Hockey sehen, essen und trinken wollen. Danach gehen sie wieder nach Hause». Deshalb setze man den Fokus beim SCB seit 2001 auf Hockey und Gastronomie. Mittlerweile gehören 16 verschiedene Gastro-Betriebe zum Unternehmen. Der SCB-Chef ergänzte sein Referat mit einigen persönlichen Geschichten aus seinem Arbeitsalltag und erzählte beispielsweise von seinen Ausflügen in die Kabine der ersten Mannschaft. Diese Anekdoten sorgten für den einen oder anderen Lacher im Publikum.

Nachhaltige Ski-WM

Hugo Wetzel, Executive President Ski-WM St. Moritz 2017, unterhielt die Teilnehmenden in der Folge mit seinen Erzählungen rund um die Entstehung und Organisation des Grossanlasses. Er erklärte dem Publikum, dass für ihn die Visualisierung dabei ein zentrales Element gewesen sei: «Ich bin überzeugt, dass ich nur durch Bilder gut führen kann». Jedes einzelne OK-Mitglied müsse für sein Fachgebiet ein Bild haben und alle Bilder zusammen würden das Gesamtbild ergeben. Wenn jeder eine klare Vorstellung von seinem Bereich habe, könnten Kleinigkeiten und wichtige Details im Voraus erkannt und in der Planung berücksichtigt werden. Gemäss Wetzel ging es bei dem Grossanlass darum, Emotionen zu transportieren. Nur durch die erfolgreiche Vermittlung von Emotionen sei es gelungen, eine solch grossartige Stimmung wie an der Ski-WM in St. Moritz zu erzielen. Ein weiteres wichtiges Thema war für ihn NIV – Nachhaltigkeit, Innovation, Vermächtnis. «Der heutigen Generation nutzen und der nächsten nicht schaden», daran habe man sich bei der Organisation des Anlasses orientiert und gehalten. «Alles was für die Ski-WM gebaut wurde, wird heute noch genutzt,» verkündete Wetzel mit Stolz und stellte sich in der Folge den Fragen des Publikums.

Podiumsgespräch mit Experten

In der Diskussionsrunde zum Thema «Kosten und Nutzen von Social Media Kommunikation» gab Valeria Mella, Bloggerin von littlecity.ch, einen Einblick in ihre Tätigkeiten auf den verschiedenen Social Media-Kanälen. Thomas Schräml, Inhaber von Schräml Consulting, wies darauf hin, dass der Ressourceneinsatz bei Social Media über die finanziellen Mittel hinausgehe und man deshalb am besten step by step vorgehen solle, statt alles auf einmal zu starten. Manuela Byland, Marketingverantwortliche von Hotelplan, führte aus, dass Social Media immer mehr zum Servicekanal werden, wo die Kunden direkt ihre Fragen stellen, Buchungen tätigen oder Reklamationen anbringen können.

Anders als alle anderen

Nach dem Stehlunch führte Urs Kessler, CEO der Jungfraubahnen, durch eine spannende Präsentation der Marketingaktivitäten seiner Bergbahnen. Um erfolgreich zu sein, müsse das Produkt stimmen und es brauche eine glasklare Positionierung, liess er die Teilnehmenden wissen. Kessler führt seine Marke nach dem Motto der 4 A: «Anders als alle anderen». So hat er beispielsweise in den asiatischen Markt investiert und ein Vertreternetz aufgebaut, als alle



anderen sich während der Asienkrise zurückzogen. Heute profitiert das Unternehmen von dieser Basis bei den asiatischen Touristen. Kessler hat konkrete Visionen für seine Destinationen wie beispielsweise Harder Kulm (Top of Interlaken), Grindelwald-First (Top of Adventure) oder Jungfrauoch (Top of Europe). Der erfolgreiche CEO erzählte, dass man im Marketing manchmal einfach entscheiden müsse: «Wenn ich zehn Entscheide fälle, sind vielleicht zwei davon falsch. Aber ich kann es mir nicht leisten, auf die acht richtigen zu verzichten.» Nachdem er die langjährige Entstehungsgeschichte des V-Bahn-Projekt erläutert hatte, beantwortete er die offenen Fragen der Anwesenden.

2019 mit Franz Julen

Erstmals fanden am Swiss Agro Forum am Nachmittag fünf Workshops statt (bisher vier). Themen waren „Virtual Reality als Verkaufsargument“, „Do's and Dont's der Social Media Kommunikation“, „Vom Produkt zum Angebot“, „Prozesse optimieren – Kunden begeistern“ und „Digitales Marketing“. Neben den Workshops hatten die Teilnehmenden erneut in den Pausen, während dem Stehlunch und beim abschliessenden Apéro Gelegenheit, ihr Netzwerk zu pflegen und auszubauen. Matthias Zurflüh, OK-Präsident des Swiss Agro Forums zeigte sich nach dem Anlass äusserst zufrieden: «Es freut mich sehr, dass es uns erneut gelungen ist, den Teilnehmenden ein attraktives Programm mit hochkarätigen Referenten zu bieten. Die Feedbacks, welche ich bis jetzt erhalten habe, waren durchwegs positiv. Die lobenden Worte zeigen mir, dass wir mit der Veranstaltung die Erwartungen des Publikums erfüllt haben.» Für das nächste Jahr konnte Zurflüh bereits Franz Julen als Referent gewinnen. Der Verwaltungsratspräsident der Valora Holding AG, Verwaltungsrat der Zermatt Bergbahnen, Beirats-Mitglied von Aldi-Süd und ehemaliger CEO von Intersport wird am 13. September 2019 zum Thema «Change-Management» referieren.

Über das Swiss Agro Forum

Das Swiss Agro Forum ist eine jährlich stattfindende, öffentliche Veranstaltung für Führungspersönlichkeiten der Agrar- und Lebensmittelbranche. Es entstand aus einem Jubiläumsanlass der Agrokaufleute im Jahr 2012, welcher die Nachfrage nach einer entsprechenden Plattform zum gegenseitigen Austausch, zur Pflege des persönlichen Netzwerks und zur individuellen Weiterbildung aufgezeigt hat. Der Anlass nimmt immer wieder aktuelle Themen auf, um sich differenziert und praxisbezogen damit auseinanderzusetzen.

Für weitere Informationen und Bildmaterial:

Tasari Atelier, Cornelia Krämer
Tel. 079 697 14 56 / c.kraemer@tasari-atelier.ch
www.swissagroforum.ch