



SWA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
 Union: Svizzera Pubblicità
ASA Association Suisse des Annonceurs
 Association of Swiss Advertisers

«Müssen wir wirklich digital?»

SWA-JAHRESMEETING Beim diesjährigen SWA-Jahresmeeting lag der Fokus auf der Disruption in der Werbe- und Medienwelt im Zuge der Digitalisierung. Auch das neue Joint-Venture Admeira wurde kontrovers diskutiert.

VON SIMON WOLANIN

■ Gut gelaunt begrüßte Präsident Roger Harlacher 350 Gäste am Dienstagnachmittag am Jahresmeeting und ganz besonders die 14 neuen SWA-Mitglieder seit der letzten GV. So gab es spontanen Applaus für: Banque Pictet, Group Mutuel, Swiss Recycling, BRACK, CH, Automobil Club der Schweiz, Amplifon, Swissquote, Schweizer Obstverband, FRANKE, Dabso, Les Ambassadeurs, Parship, Brita und Continental Suisse. Harlacher erläuterte weiter die fünf wichtigsten Aufgaben des SWA – Kampf für Werbefreiheit und Medientransparenz, realistische Mediaforschung, europakompatible Preise und Erweiterung des Fachwissens der Mitglieder.

Die Digital-Offensive von Tamedia

Damit übergab er das Wort an den Tagungsmoderator Matthias Ackert, Chefredaktor und Verleger von «Persönlich». Dieser stellte als ersten Redner Christoph Tonini, CEO der Tamedia AG, vor, der sich über das Jahr 2015 als bestes Geschäftsjahr seines Unternehmens erfreuen durfte. Er legte dar, wie ein privates Unternehmen durch ständige Anpassung und Verbesserung bestens mit der Disruption zurechtkommt.

«Ihre Mediapläne sehen doch noch aus wie die im Vorjahr!»

Thomas Koch, «Mr. Media» aus Deutschland und Doyen der deut-

schen Mediawelt, meinte in seinem Vortrag «The end of media as we know it»: «Wir reden heute über Disruption – und das wird auch mal Zeit. Unsere Welt ist im Umbruch. Nur leider die Werbung noch nicht so ganz. Und erst recht nicht die Mediastrategien. Hand aufs Herz: Ihre Mediapläne sehen doch noch aus wie die im Vorjahr!» Koch weiter: «Wir brauchen dringend eine Diskussion – nach dem Motto: «Ist das digital oder kann das weg? Müssen wir wirklich digital?»

Dass die Zukunft schon heute Zukunft hat, zeigte Konstanze Kossack von der Hamburger Innovationsberatungs-Agentur Futurecandy in ihrem Vortrag «Digital

Transformation». Und dies, obwohl die Frage «Quo vadis digitale?» gemäss ihrer Erfahrung in 60 % der deutschen Chefetagen noch nicht verinnerlicht wird. Zwar sagen alle: Klar, das kommt – aber dabei bleibt es meistens.

Beim anschliessenden Roundtable-Gespräch mit Matthias Ackert (persönlich), Christoph Tonini (Tamedia), Martin Schneider (Publisuisse) und Thomas Schwetje (Coop Schweiz) ging es – wie nicht anders zu erwarten – um die Disruption in der Kommunikation und das geplante Joint Venture von SRG/Ringier/Swisscom («Admeira»). Die Diskussion wurde leidenschaftlich geführt und sorgte für einige Emotionen.



Drei neue Vorstandsmitglieder gewählt

Unmittelbar vor dem Jahresmeeting fand die 67. Generalversammlung des Verbandes statt. Dabei wurde Andreas Schönenberger, CEO der SIGVARIS, für eine weitere Amtsperiode von drei Jahren als Vorstandsmitglied bestätigt. Neu in den Vorstand gewählt wurden Herr Roman Reichelt, Leiter Marketing-Kommunikation, beim Migros-Genossenschaftsbund, Herr Thomas Schwetje, Leiter Marketing/Services bei Coop Schweiz, und Herr Marc Werner, COO und Mitglied der Konzernleitung Swisscom.

Mehr Infos rund um den Event auf der SWA-Website

Das SWA-Jahresmeeting wurde multimedial begleitet. Mehr Infos mit einer Foto-Galerie, Videos mit Highlights und Interviews, einen ausführlichen Live-Blog zur Veranstaltung sowie alle Referate zum Download gibt es auf der SWA-Website: www.swa-asa.ch/de/events. ■

BILD 1: Beat Obermayr, UBS; Stefan Erhart, Swiss Life; Raffaello Giorgio, Publisuisse SA (von links).

BILD 2: Tim Alexander und Karin Stöckli, Swisscom (Schweiz) AG.

BILD 3: Ralph Trossmann, Post CH; Jean-Michel Stampfli, ArgYou (von links).

BILD 4: Tanja Ruppen, Boehringer Ingelheim (Schweiz) GmbH; Gülbin Erogul, Pep Consulting (von links).

BILD 5: Philipp Wetzel, AMAG Automobil und Motoren; Peter Kaiser, Kaiser Promotion (von links).

BILD 6: Vor dem Jahresmeeting begrüßte Präsident Roger Harlacher die Teilnehmer der 67. Generalversammlung des Schweizerischen Werbe-Auftraggeberverbandes.

BILD 7: Das neue SWA-Vorstandsmitglied Roman Reichelt, Migros-Genossenschaftsbund; Tarkan Özküp, Credit Suisse; Martin Schneider, Admeira; Roland Ehrler, Direktor SWA; Geri Aebi, Wirz Gruppe.

BILD 8: In dem Roundtable-Gespräch ging es um das neue Joint-Venture Admeira von Ringier, SRG und Swisscom. Es diskutierten Christoph Tonini (Tamedia), Thomas Schwetje (Coop), Moderator Matthias Ackeret (Persönlich) und Martin Schneider (Admeira) (von links).

BILD 9: Tobias Zehnder, Webrepublic; Sandra Ulrich, Aduno Gruppe; Axel Liebe, Cashgate AG (von links).

BILD 10: Christoph Tonini von Tamedia schilderte die erfolgreiche Online-Strategie des Schweizer Verlages. Das Vorzeigebeispiel ist die Pendlerzeitung 20 Minuten, die 60 Prozent der Schweizer Bevölkerung erreicht.

BILD 11: Thomas Koch kritisierte die Mediaagenturen scharf und rief die Unternehmen dazu auf, sich grundsätzlich die Frage zu stellen, welche digitalen Massnahmen wirklich nötig sind.

BILD 12: Constanze Kossack von der Hamburger Innovationsberatungs-Agentur Futurecandy zeigte künftige Arbeitstechnologien und Möglichkeiten auf, die sich bereits heute einsetzen lassen.

BILD 13: Das Motto des Jahresmeetings war «Communications in the Age of Disruption». SWA-Präsident Roger Harlacher meinte in seiner Eröffnungsrede: «Clever Data und Clever Communication sind wichtiger als Big Data. Daraus entsteht oft Clever Business. Und Clever Business ist heute meistens intensiv mit Clever Communication verbunden.»

BILD 14: Das Jahresmeeting fand im Stage One in Zürich statt und verzeichnete mit 350 Gästen einen neuen Teilnehmerrekord.

BILD 15: Lumi Berisha und Alfred Hubli, Brita-Wasserfilter-Systeme.

BILD 16: Roland Ehrler, Direktor SWA; Karin Stöckli, Swisscom.

BILD 17: Dilek Erdogan und Andrey Svoboda, Media Focus Schweiz.

BILD 18: Mike De Bever, Hug; Pascal Remmert, Dr. Oetker (von links).