

Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA

«Communications in the age of disruption» – erfolgreiches SWA-Jahresmeeting 2016

Mit mehr Mitgliedern und mehr Gästen als je zuvor fand am 22. März 2016 das «Spitzentreffen im Schweizer Werbemarkt» statt.

Text und Bilder: **SWA-ASA**



Entsprechend gut gelaunt begrüßte Präsident Roger Harlacher rund 300 Gäste am Dienstagnachmittag am Jahresmeeting und ganz besonders die vierzehn neuen SWA-Mitglieder, die seit der letzten GV hinzugekommen waren. So gab es spontanen Applaus für: Banque Pictet, Group Mutuel,

Swiss Recycling, Brack.ch AG, Automobil Club der Schweiz, Amplifon, Swissquote, Schweizer Obstverband, Franke, Dabso, Les Ambassadeurs, Parship, Brita und Continental Suisse. Harlacher erläuterte weiter die wichtigsten Aufgaben des SWA – Kampf für Werbefreiheit und Medientransparenz, rea-

listische Mediaforschung, europakompatible Preise und Erweiterung des Fachwissens der Mitglieder – und kam dann zum Thema des Tages.

«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», meinte Harlacher und zeigte am Beispiel von Uber, wie die Taxinutzung disruptiert wurde. Erst im Jahr 2010 im Silicon Valley gegründet, ist Uber heute in 68 Ländern und 370 Städten aktiv und sehr erfolgreich.

Damit übergab er das Wort an den Tagungsmoderator Matthias Ackeret, den 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 freuen darf. Er legte dar, wie ein privates Unternehmen durch ständige Anpassung und Verbesserung bestens mit der Disruption zurechtkommt: 2004 bestand Tamedia noch vor allem aus dem *Tages-Anzeiger*, der drittgrössten Tageszeitung der Schweiz. Heute bilden



ANZEIGE

IHR PARTNER FÜR PRINT UND ONLINE

COVER AD LINE®

DER UNABHÄNGIGE MEDIAVERMARKTER

die Medien *Tages-Anzeiger*, *20 Minuten*, Newsnet National und Tamedia Classifieds, local.ch, search.ch, ricardo.ch, homegate.ch, tutti.ch und so weiter ein reichweitenstarkes Portfolio. Letztes Highlight war die erfolgreiche Lancierung der 12-App im Herbst 2015: täglich die zwölf besten Artikel aus den Tamedia-Medien, vereint in einer App.

Thomas Koch, «Mr. Media» und Doyen der deutschen Mediawelt, meinte in seinem Vortrag zum Thema «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 Mediastategien. Hand aufs Herz: Ihre Mediapläne sehen doch noch aus wie die vom Vorjahr!». Koch beklagte, dass die Medien angesichts des Zusammenbruchs ihres gewohnten Gefüges nur noch aufeinander eindröchen und jeder ins Geschäftsmodell der anderen einbreche, und gab zu bedenken: «Wir brauchen dringend eine Diskussion nach dem Motto: Ist das digital, oder kann das weg? Müssen wir wirklich digital? Am besten führen wir dazu die Diskussion, bevor die Digitalisierung und ihre Algorithmen in blinder Wut alles Wertvolle vernichten, was wir womöglich erhalten wollten und sollten.»

Dass die Zukunft schon heute Zukunft hat, zeigte Konstanze Kossack von der Hamburger Innovationsberatungs-Agentur Futurecandy in ihrem Vortrag mit dem Titel «Digital Transformation». Und dies, obwohl die Frage «Quo vadis, digitale Welt?» gemäss

«Die Zukunft hat schon heute Zukunft.»

ihrer Erfahrung in sechzig Prozent der deutschen Chefetagen noch nicht verinnerlicht werde. Zwar sagten alle: «Klar, das kommt», aber dabei bleibe es meistens. Dass es tatsächlich geht, zeigt eine digitale Edeka-Werbung der Beratungsagentur, die in zwei Tagen 4,3 Millionen Klicks verzeichnete. Bekannt wurde das Konzept des Unternehmens auch durch den Auftritt von Vodafone, das Cebit Oculus Project, welches zur Hauptsache aus einem Virtual-Reality-LTE-Game für die Besucher bestand. Die Innovations-



berater widmen sich allen Fragen, bei denen es um die künftigen Arbeitstechnologien und die Möglichkeiten geht, die sich bereits heute einsetzen lassen. Von Smart Life über Connectivity bis zur New Technology Wave.

Beim anschliessenden Round-Table-Gespräch mit Matthias Ackeret («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 und Swisscom (Admeira). Dass sich das Medienrad der Zeit nicht zurückdrehen lässt und die gemeinsame Werbeplattform neue multi- und crossmediale Wege eröffnet, ist das eine. Dass eine solche Werbeallianz vermutlich auch Nachteile hat, weiss auch der SWA. Trotzdem begrüsst der Verband die innovativen Angebote und den Wettbewerb für die Werbeaufraggeber. Nicht von der Hand zu weisen sind aber auch die politischen Argumente von Tamedia-CEO Christoph Tonini. Er sagt, dass staatliche und halbstaatliche Unternehmen wie die gebührenfinanzierte SRG und die Swisscom nicht so einfach vollendete Tatsachen schaffen sollten. Die nächste gerichtliche Entscheidung dazu liegt inzwischen

beim Bundesverwaltungsgericht, nachdem Weko und Uvek dem Vorhaben bereits grünes Licht erteilt hatten.

Neue und bisherige Vorstandsmitglieder im SWA

Unmittelbar vor dem Jahresmeeting fand die 67. Generalversammlung des Verbandes statt. Dabei wurde Andreas Schönenberger, CEO der Sigvaris AG, für eine weitere Amtsperiode von drei Jahren als Vorstandsmitglied bestätigt. Neu in den Vorstand gewählt wurden Roman Reichelt, Leiter Marketing-Kommunikation beim Migros-Genossenschafts-Bund, Thomas Schwetje, Leiter Marketing/Services bei Coop Schweiz, und Marc Werner, COO und Mitglied der Konzernleitung der Swisscom. Die drei Herren ersetzen Oliver Schwegmann (L'Oréal), Marc Engelhard (Migros) und Jürg Pauli (Swisscom), die aus beruflichen und privaten Gründen von ihrem Amt zurücktreten. Zuletzt bedankte sich der Präsident beim ganzen Vorstand, bei Direktor Roland Ehrler und beim Team der Geschäftsstelle für den unermüdlichen Einsatz im vergangenen Jubiläumsjahr 2015. □

Geschäftsberichte-Symposium

Donnerstag, 9. Juni 2016,
13.00 bis 18.30 Uhr

Getit&G Dubrovnik Institute (GDI),
Rindlihaus/Zürich

Scheinwelt Reporting

- › Kapitalmarkt oder Gesellschaft?
- › Kurzfristige Rendite oder langfristige Performance?
- › Transparenz oder Image?

Wo stehen Sie?

Mehr dazu am Geschäftsberichte-Symposium 2016.
Mit Best Practice Sessions - Hands on Workshops
für Ihre Unternehmenspraxis.

Lassen Sie sich von Unternehmensführern und Reporting-Vordenkern aus Wissenschaft und Praxis inspirieren.

Anmeldung online: gb-symposium.ch



Geschäftsberichte
Symposium

www.gb-symposium.ch

AUSGEBEREN

Peter Bakker

Chairman & CEO, WBCO (World Business Council for Best Practice Development)

Dr. Andreas Burckhardt

ETH Zurich, Chair of the Reporting Group

Dr. Dominique Biedermann

Chairman, ETH Zurich

Prof. Dr. Axel P. Lehmann

Group Chief Operating Officer, WBCO

Prof. Dr. Timo Meynhardt

Lecturer in Wirtschaftsinformatik und Führung, WU, Leipzig
Executive Board of Management and Managing Director, Center for Leadership and Ethics in Business, Universität Witten/Herdecke

Prof. Dr. Peter Schneider

Chairman, WBCO & WBCO



ORGANISIERER

WBCO

getit&g

PLATZSPONSOREN

getit&g



WBCO

WISSENSCHAFTLICHE SPONSOREN

WU

WU

WU

COLOGISATOREN

WU

WBCO