



Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA

«Always ON»: wieder ein Spitzentreffen im Werbemarkt!

Am 16. März trafen sich erneut über dreihundert Mitglieder und Freunde aus dem Schweizer Werbemarkt zum SWA-Jahresmeeting 2017 in Zürich. Im Vorfeld fand die Generalversammlung des Verbandes in gewohnt kurzer Art und Weise statt. Neu ergänzt Marc-André Heller von L'Oréal den Vorstand, der ansonsten in der bisherigen Besetzung weiteragiert.

Text: **SWA-ASA** Bilder: **SWA-ASA**



Referent Mike Schwede

Der SWA-Präsident, Roger Harlacher, führte ins Thema «Always ON communication anytime – anywhere» ein und ging dabei zuerst auf die aktuelle Arbeit des Verbandes ein. So zum Beispiel die Verhinderung neuer Werbeeinschränkungen im Fernsehen oder die politische Verhinderung technischer Innovationen, wie das TV-Targeting. Der SWA wünscht sich hierzu, dass ein Targeting rasch auf allen TV-Stationen möglich wird.

Zur Einstimmung auf das Thema des Events zeigte der Präsident das bereits etwas nostalgische

Video von Steve Jobs aus dem Jahr 2007 anlässlich der Präsentation des ersten iPhones, mit dem das neue Zeitalter der Smartphones begann. In der Folge veränderte sich in den letzten zehn Jahren die Mediennutzung dramatisch. Wie, wann, womit und vor allem wo können die Zielgruppen heute noch effizient mit Kommunikation erreicht werden? Das fragen sich viele Werbeauftraggeber. Dabei sind gerade die Millennials fast dauernd online und mit klassischer Werbung nur noch schwierig zu erreichen. Kein Wunder, bezeichnen die SWA-

Das Wichtigste zur Generalversammlung des SWA

Unmittelbar vor dem Jahresmeeting fand die 68. Generalversammlung des SWA statt. Einstimmig wurden Tarkan Özküp von Credit Suisse und Werner Bärtschi von Subaru für drei weitere Jahre als Vorstandsmitglieder bestätigt. Mit dem neu gewählten Marc-André Heller, Country Director von L'Oréal Suisse, ist nun wieder ein zweiter Vertreter aus der Romandie im Vorstand vertreten. Der SWA vertritt die Interessen der Werbeauftraggeber zielgerichtet und nachhaltig. Dank Kontinuität und breiter Verankerung konnte der Verband die Mitgliederzahl inzwischen auf über 180 Unternehmen ausbauen. Seit der letzten GV sind wieder zwölf neue Mitglieder zum Verband gestossen.

Neumitglieder seit März 2016:

- Andros Suisse
- Electrolux
- Savencia Fromage & Dairy Suisse
- V-Zug
- Aldi Suisse
- Hornbach
- Mammut Sports Group
- Vögele Shoes
- easy jet Switzerland
- MAN Truck & Bus, Schweiz
- Düring AG
- Energy 360 Grad

Der ausführliche Jahresbericht 2016 mit dem Thema «Alway ON» und exklusiven Gastautoren ist unter www.swa-asa.ch unter «Publikationen» in Deutsch und Französisch abrufbar.

Mitglieder laut jüngster Werbetrendumfrage die Komplexität der Kanäle als grösste Herausforderung. Hier gilt es für den SWA, aktiv zu werden mit Events wie diesem, Weiterbildungs-Workshops, Diskussionen in den Expertengruppen und dem Austausch zwischen den Mitgliedern und der Geschäftsstelle.

Eine gelungene Idee war die Wahl von Julia Graf als Moderatorin. Als Social Influencer mit erfolgreichem Youtube-Kanal vertrat die kanadisch-schweizerische Doppelbürgerin die Millennials gleich zweifach und wusste, worum es geht. Damit verliess sie für einmal ihr Studio, um für das Jahresmeeting auf die grosse Werbebühne zu treten.

Aus London angereist, stellte Julia Graf als erstes Matt Elek, CEO von Vice Media Inc.

Vertrauen erst erworben werden muss. Eine Generation, die anders angesprochen werden will. Mit einem Content, der zur Zielgruppe und zum Umfeld passt. Nur dann macht es Sinn, auch Marken in den Medien zu inkorporieren.

Der Schweizer Unternehmer, Strategie- und Kommunikationsberater Mike Schwede wunderte sich als zweiter Referent, dass heute nur 12 Prozent der Schweizer Werbeausgaben online eingesetzt werden. In Grossbritannien sind es bereits 51,9 Prozent. Auf die Frage von Julia Graf, welche Branchen denn vor allem mehr in die Onlinewerbung investieren sollten, sagte er: Alle! Er warnte davor, Content-Marketing als Zaubermittel für die Ansprache der Kunden zu sehen, denn die

Marketing Communications bei The Coca-Cola Company Westeuropa. Willeke führte aus, dass Coca-Cola eine Produktpalette bietet, die sich speziell an Heranwachsende richtet. Wie gewinnt man die Millennials als dauerhafte Kunden? Indem Unternehmen aus der globalen Marke eine lokale machen, spüren, wie individuell Teenager ticken, und alles tun, um an ihrem Sozialleben teilzunehmen. Mit vielen Beispielen führte er die Gäste in die digitale Welt von Coca-Cola: unter anderem mit Coke-TV, einem consumer-generated Wettbewerb für eine neue Fanta-Etikette oder Coke Freestyle, bei dem sich jeder sein persönliches Getränk nach dem eigenen Gusto mixen kann. Dabei macht Willeke aber auch klar, dass er nach wie vor



Referent Matt Elek (VICE Media).



Moderatorin und Social Media Influencer Julia Graf.



Roger Gerber (SBB), Remo Ruefli (Admeira), Matthias Glauser (Swiss Milk), Stefan Arnold (Swiss Milk).



Referent Michael Willeke (Coca-Cola).



SWA-Vorstand: Roland Ehrler (SWA), Andreas Schönenberger (SIGVARIS Management), Marc-André Heller (L'Oréal Suisse), Werner Bärtschi (Subaru Schweiz), Dr. Thomas Schwetje (Coop), Bernhard Christen (Swiss), Roger Harlacher (Zweifel Pomy-Chips), Tarkan Özküp (Credit Suisse). Nicht im Bild: Olivier Quillet (Nestlé Suisse), Roman Reichelt (Migros) und Marc Werner (Swisscom).

für Europa, den Mittleren Osten und Afrika, vor. Vice ist in zweiundzwanzig Jahren zum weltweit grössten Multichannel-Unternehmen für Jugendliche geworden – «the voice of the media generation» oder eben das Sprachrohr der Millennials, die für die nächsten zwanzig bis dreissig Jahre zur grössten Consumer-Community der Welt werden; dies einfach schon aus rein demografischen Gründen. Eine enorm kritische Generation, deren

Leute läsen nur wenig. Wichtig im Verdrängungswettbewerb sei es, sämtliche Homepages und Social Media der Unternehmen kurz, einfach, klar und verständlich zu halten. Und den Zugang zu persönlichen Kontakten zu vereinfachen: Die Menschen wollen mit Menschen reden, nicht mit Formularen auf Websites.

Das letzte Wort hatte der Werbeauftraggeber Michael Willeke, Director Integrated

ein Fan von Zeitungen ist, was vom Publikum – nach so vielen digitalen Inputs – spontan mit Applaus begrüsst wurde.

Nach dem fachlichen Teil gab es viel Applaus für die Referenten und die Moderatorin Julia Graf, bevor sich die illustre Gästeschar beim Stehdinner noch lange über das Tagungsthema und die aktuellen Herausforderungen im Werbemarkt unterhielten. □