

SZENE



■ Rod Kommunikation holt Crossmedia Award

Bild 1 Klaus Kappeler, Maurus Zehnder, Melanie Winiger und Michael Benz

«Slow down. Take it easy.» heisst die Kampagne, die mit dem Crossmedia Award 2010 ausgezeichnet wurde. Realisiert wurde sie von der Rod Kommunikation AG im Auftrag des Schweizerischen Versicherungsverbands SVV. Den 2. Platz belegt «Felsenputzer – Wir tun alles» von der Spillmann/Felser/Leo Burnett AG für Schweiz Tourismus und den 3. Platz «Edi Manser – der Lottomillionär» von der Contexta Gruppe für die Swisslos Interkantonale Landeslotterie / Euro Millions. Bereits zum sechsten Mal hat Goldbach Media den Crossmedia Award vergeben. Dieses Mal wurden 28 Arbeiten eingereicht, etwas weniger als vergangenes Jahr. Dafür hat laut Jurypräsident Marco Taborelli die Qualität zugenommen. Erstmals haben alle eingereichten Kampagnen mit Social Media gearbeitet, während es letztes Jahr

erst rund die Hälfte waren. Verbesserungswürdig ist laut Marco Taborelli der Erfolgsnachweis, er sei nicht bei allen Kampagnen nachvollziehbar gewesen. Er appelliert an Agenturen und Auftraggeber, nicht einfach etwas zu machen, um auch dabei zu sein, sondern sich an kontrollierbaren Zielen zu orientieren. Klaus Kappeler, CEO der Goldbach Media AG, überreichte an der Award-Verleihung am 31. März den Hauptpreis im Wert von 10 000 Franken an die Vertreter von Rod Kommunikation, Art Director Maurus Zehnder und Beratungsgruppenleiter Michael Benz. Moderatorin Melanie Winiger führte durch die Award-Verleihung im Hürlimann Areal in Zürich. Die Preisträger kommen aus einem Kreis von sieben Nominierten. Zu diesen zählen auch die Kampagnen «Alles fährt Ski» von Jung von Matt/Limmat für Graubünden Ferien, «Migros. Ein M besser.» von Jung von Matt/Limmat für den Migros-Genossenschafts-Bund, «Love Life Stop Aids» von Euro RSCG für das Bundesamt für Gesundheit und

«Wohnzimmerkonzerte» von Jung von Matt/Limmat für die SRG. In einem Publikumsvoting zur beliebtesten Kampagne erkoren wurde «Academica – Studentenkonto eröffnen und abheben» von der Agentur Streuplan AG für Credit Suisse. Hier zeigt sich, dass bei einem Publikumsvoting andere Kriterien zählen als bei einer Expertenjury. www.crossmediaaward.ch

■ 4. Dienstleistungsmarketing-Symposium from4to7

Bild 2 Prof. Dr. Uta Jüttner und Moderator Daniel Hanimann

Das 4. Dienstleistungsmarketing-Symposium from4to7 zum Thema «Erfolgsfaktor Service Excellence» erntete am 22. März im Hotel Schweizerhof in Luzern einen Grosse Erfolg. So viele Gäste wie noch nie verfolgten die spannenden Referate und nutzten die Networking-Möglichkeiten. Daniel Hanimann, bekannt als TV-Moderator, konnte über 220 Entscheidungsträger von Unternehmen

zum Symposium begrüßen. Zum Start thematisierte Prof. Dr. Uta Jüttner, Hochschule Luzern Wirtschaft, die theoretischen Grundlagen mit viel Witz und Engagement. Dr. Axel Jockwer, HolidayCheck AG, erläuterte eindrücklich und überzeugend die eigene Service-Excellence-Strategie sowie die dafür definierten Ziele, Massnahmen und Instrumente. Dienstleistungsmarketing hat nicht nur mit kühnen Konzepten und Strategien zu tun, dies zeigte der Entertainer Michel Gammenthaler auf unterhaltsame Weise. Als weitere Best-Practice-Referenten überzeugten Bernard Kobler, Luzerner Kantonalbank, und Patrick Graf, Flughafen Zürich AG. Nebst Wissensvermittlung stand bei from4to7 auch eine Portion Spannung auf dem Programm. Am Networking-Apéro wurden als krönender Abschluss unter den Teilnehmenden exklusive Schärhorn-Skis verlost, die der glückliche Gewinner gleich begeistert in Empfang nehmen konnte. Bilder, ein Kurzfilm sowie die Kontakte für die Referate unter www.from4to7.ch

Anzeige