

Marken müssen Zuversicht ausstrahlen

Der Schweizer Markenkongresses zeigte als Web-Version die Rolle der Markenführung in der Corona Krise auf. Konsequenter digital und solidarischer waren die Attribute, die in der Krise siegten. Jetzt sind Transparenz und viel Zuversicht für die Zukunft zuoberst auf der Agenda.

Zürich – Die Krise gab den Menschen neue Verhaltensregeln mit auf den Weg. Abstand halten, Hände waschen, Homeoffice & Co waren für alle zur neuen Normalität geworden. Doch welche Verhaltensregeln gelten für Marken und Unternehmen in und nach der Krise? Ansätze dazu zeigte der Auftakt des Schweizer Marken Kongresses, der erstmals auf der virtuellen Bühne stattfand.

«Die letzten Wochen waren wie ein gesellschaftliches Experiment», sagt Roman Hirsbrunner, CEO von Jung von Matt Limmat. «Niemand wusste, was da auf uns zukommt.» Die Digitalisierung und Disruption haben in der Krise eine völlig neue Bedeutung erhalten. Das Spielfeld für Marken hat sich in der Krise verändert. Es gab nur ein Thema - Corona. Noch nie war Werbung so günstig und dennoch haben viele Firmen aufgehört zu kommunizieren. Ein großer Fehler, wie Hirsbrunner meint, denn «wer schweigt, verliert». In den ersten Wochen im Lockdown haben jene Marken berührt, die Solidarität und Emotion auslösten. Jetzt sind jene Marken Gewinner, die Zuversicht auf Normalität geben und Service bieten.

Corona als Gamechanger

Der Zukunftsforscher Dietmar Dahmen sieht in der Krise eine große Chance für Veränderung. «Jetzt haben Sie die Möglichkeit neue Wege zu denken und auszuprobieren», so Dahmen. Die Krise war der Brandbeschleuniger für jene Trends, die es bereits gab. Nachhaltigkeit, Digitalisierung, die Stärkung von Premium und ein neues Bewusstsein für lokales Agieren zählen dazu.

Hybride Unternehmensmodelle

Selbst der Online-Handel hatte zu Beginn der Krise mit Einbrüchen zu kämpfen. Für About You Gründer Tarek Müller geht der Trend hin zu hybriden Modellen. Online und Offline wird die Devise lauten. «Viele Kunden haben den Online-Einkauf für sich zum ersten Mal entdeckt.» Der Online-Textil-Händler About You generiert 80% seiner Umsätze über das Smartphone. Dennoch sollten Unternehmen das Beste aus beiden Welten vereinen, so Müller. «Die Inspiration passiert online. Die echte Markenbindung hingegen funktioniert offline besser», ist er überzeugt. Sein Tipp an Unternehmen lautet: «Die Digitalisierung ist ein ständiger Prozess, der nie zu Ende ist.» Aber es gebe keinen Königsweg, wie man digital erfolgreich ist.

Corona als Turbo der Digitalisierung

Mit welcher Perspektive Unternehmen auf Sicht fahren, in einer Zeit, die unvorhersehbar ist, darüber sprachen Thomas Amstutz von Feldschlösschen und Oliver Pabst von Mammut. «Es gibt kein Zurück mehr in alte Muster», ist Thomas Amstutz von Feldschlösschen überzeugt. Für die Biermarke war die Krise der Anfang eines Tests, der jetzt fortgeführt werden müsse. Dazu zähle etwa Homeoffice, ein Mehr an digitaler Kommunikation oder auch ein Ausbau an alkoholfreiem Bier, das in der Krise mehr denn je gefragt war. «Eine Marke muss Zuversicht ausstrahlen. Und muss ein gutes Gefühl geben», so Amstutz.

Auch Mammut sah in der Krise die einmalige Chance neue Wege zu gehen und schickte seine Kunden zur digitalen Ostereiersuche auf den Eiger. «Im eCommerce sind wir um 80% gewachsen», so Oliver Pabst. Nur drei Wochen nach der Öffnung sei man im Schweizer Markt wieder auf Budgetkurs. Der Trend zur Natur, zur Nachhaltigkeit sei ungebrochen und wurde durch Corona sogar verstärkt. Neu hingegen sei die radikale Transparenz, der sich Marken in Zukunft vermehrt stellen müssen. «Trotz Abstand sind wir alle digital näher gerückt. Marken werden sich immer mehr auch den gesellschaftspolitischen Fragen stellen müssen. Das ist auch eine Konsequenz der Krise», so Pabst.

Live im Dolder Grand in Zürich

Der Schweizer Markenkongress live vor Ort wird am 26. Oktober 2020 im Dolder Grand in Zürich stattfinden. Unter dem Motto «Local Heroes, global Player» werden 30 Experten von nationalen und internationalen Erfolgsmarken auf der Bühne erwartet.

Veranstalter sind das ESB Marketing Netzwerk, die htp St.Gallen und die Universität St.Gallen.

Informationen unter: <https://marken-kongress.ch>

Rückfragehinweis:

Peter Schappacher

ESB Marketing Netzwerk

Bruneggstr. 9, 9001 St.Gallen

www.marken-kongress.ch

presse@esb-online.com

Tel. +41 (0) 71223 78 82