

Ex-Migros-CEO Bolliger erhält Marketing Science Award

Herbert Bolliger hat den „Swiss Academy of Marketing Science Award“ erhalten. Der Preis wurde ihm für seine Verdienste als Bindeglied zwischen der akademischen und praxisorientierten Marketing-Welt verliehen. Der „Rigour & Relevance Research Award“ ging in diesem Jahr an Dr. Jessica Müller-Stewens. Die beiden Awards wurden in diesem Jahr zum vierten Mal im Rahmen des ausverkauften SCHWEIZER MARKENKONGRESS in Zürich vergeben.

Zürich - Mit dem „**Swiss Academy of Marketing Science Award**“ wird ein Praktiker geehrt, der die Idee des Marketings in der Praxis stärkt sowie die Marketingausbildung und -forschung an den Schweizer Universitäten fördert. Die Jury aus Professoren unter der Leitung von Prof. Dr. Torsten Tomczak befand, dass der ehemalige Präsident des Migros Genossenschafts Bundes Herbert Bolliger ein würdiger Gewinner sei. «Mit dem Thema Big Data stehen wir noch am Anfang. Letztendlich müssen die wissenschaftlichen Analysen auch praktisch umgesetzt werden. Die Datentöpfe sind voll, müssen aber noch verknüpft werden», so Bolliger über die nächsten Schritte der Zusammenarbeit zwischen Forschung und Praxis im Marketingumfeld.

Herbert Bolliger ist bekannt als charismatische Führungsperson der Schweizer Wirtschaft. Er steuerte die Migros durch wirtschaftlich schwierige Zeiten. Beispielsweise der Markteintritt von Aldi und Lidl in der Schweiz, der Einkaufstourismus der Schweizer im nahen Ausland und die zunehmende Digitalisierung des Einzelhandels. In seine Ägide fielen auch die Akquisitionen von Denner und Digitec Galaxus. Herbert Bolliger konnte auch nachhaltigen Einfluss auf die wissenschaftliche Landschaft nehmen. Dies insbesondere durch die intensive Zusammenarbeit zwischen der Migros und der Universität St. Gallen.

Der «**Rigour & Relevance Research Award**» wurde für eine Forschungsarbeit verliehen, die in der Scientific Community auf höchste Anerkennung stiess und einen wesentlichen Beitrag zur Lösung aktueller und relevanter Probleme in der Praxis leistete. Über die Preisvergabe entschied eine zehnköpfige Jury von Marketingmanagern. In diesem Jahr ging der Award an Dr. Jessica Müller-Stewens, Universität St. Gallen. Sie wurde für die Forschungsarbeit «Gamified Information Presentation and Consumer Adoption of Product Innovations» ausgezeichnet. Sie zeigte sich erfreut über die Ehrung und fasste ihre Erkenntnisse zusammen: «Wenn man Informationen über Innovationen in Spiele integriert, fällt es den Leuten leichter die Vorteile zu erkennen.» Der erste Schritt sei eine Tracking-Software zur Erfolgsmessung. Nur wenn Spaß am Spiel und ein Match zum Produkt kreiert werde, könne die Innovation erfolgreich vermittelt werden.

Über den SCHWEIZER MARKENKONGRESS:

*Der Branchentreff SCHWEIZER MARKENKONGRESS vereinte am 19. Juni 2018 über 450 Schweizer Marken-Entscheider in Zürich. Die Experten der Branche präsentierten einen Mix aus Panel-Diskussionen, Key-Note-Referaten und Best-Practice-Beispielen, darunter **Amazon, Digitec Galaxus, FC Bayern München, Babel, Vontobel, Post Schweiz, Cailler, UBS, Swisscom, AXA, SRF, Lidl Schweiz.***

2048 Zeichen (mit Leerzeichen), 266 Wörter (inkl. Titel), Belegexemplar erbeten

| | | |
|---|--|---|
| Das Programm 2018 Zur Homepage | Kontakt: ESB Marketing Netzwerk Janis Schulze Brunneggstr.9 CH-9001 St.Gallen | Tel.: +41 (0) 41 71 223 78 82 E-Mail: presse@esb-online.com Web: www.esb-online.com |
|---|--|---|