

Zwei touristische Projekte gewinnen «Marketing Trophy»

Am Marketing Tag 2019 im KKL Luzern gingen zwei der drei Hauptauszeichnungen in die Tourismus-Branche.



Rund 1000 Personen besuchen den diesjährigen Marketing Tag und feierten die «Marketing Trophy»-Gewinner 2019.

Bild: www.swissmarketingforum.ch

Der Marketing Tag, veranstaltet vom Swiss Marketing Forum, zeichnete am vergangenen Dienstag im Luzerner KKL bereits zum 41. Mal aussergewöhnliche Marketingleistungen mit der «Marketing Trophy» aus.

Die 14-köpfige Jury bewertete dazu Marketingleistungen von Klein-, Mittel- und Grossunternehmen. Non-Profit-Organisationen wurden ebenfalls in den drei Kategorien ausgezeichnet. Zusätzlich wurde ein Publikumspreis und ein Sonderpreis für Projekte, die durch hervorragende Ideen oder innovative Teilaspekte aufgefallen sind, vergeben. Diese Preise waren nicht an einzelne Kategorien gebunden.

Nominierte und Gewinner wurden im Rahmen der prominenten Veranstaltung den rund 1000 Teilnehmenden präsentiert.

[IMG 2]

Zu den Gewinnern eines sogenannten Marketing-«Oskar» gehörten in diesem Jahr auch zwei touristische Unternehmen. So freute sich Pascal Jenni, Tourismusdirektor von Arosa über die «Marketing Trophy» in der Kategorie Kleinunternehmen.

Ausgezeichnet wurde die Destination für das Projekt Arosa Bärenland, das mit dem Projektpartner Vier Pfoten realisiert wurde. Die Jury hob die immense Medienpräsenz, sowie die erfolgreichen Eintritte und gesteigerten Logiernächte hervor.

[IMG 3]

In der Kategorie Mittelunternehmen durfte [Reto Gurtner \(https://www.htr.ch/story/milestone-excellence-in-tourism-13736.html\)](https://www.htr.ch/story/milestone-excellence-in-tourism-13736.html), Gründer und Geschäftsführer der Weisse Arena Gruppe sowie Gewinner eines «Milestone» für sein Lebenswerk, den Preis entgegennehmen.

Das Unternehmen erhielt für das Projekt Inside Laax die «Marketing Trophy». Die App der Agentur Inside Labs erwirtschaftete mit Dynamic Pricing in der Saison 2017/18 einen Umsatz von 4,4 Mio. Franken und ist von über 130'000 Nutzern abonniert.

ABB Asea Brown Boveri Ltd. erhielt für das Projekt ABB und die Formel E die «Marketing Trophy» in der Kategorie Grossunternehmen. Der Sonderpreis ging an Session Basel AG für das Projekt Baloise Session. Die Migros gewann mit dem Projekt M-Budget Moblie den Publikumspreis.

Die «Trophy»-Gewinner dürfen unter anderem während einem ganzen Jahr das «Trophy»-Sieger-Label für Werbezwecke verwenden und erhalten Medienleistungen im Wert von 10'000 Franken. Der Sonderpreis-Sieger darf sich über Beratungsdienstleistungen im Wert von 10'000 Franken freuen. (htr)

Publiziert am Mittwoch, 13. März 2019