

# Erfolgreiches Marketing und Konsumverhalten

Unter Einhaltung aller Sicherheitsvorkehrungen bot der Marketing Club Österreich gleich vier Marketing Leader of the Year bei einem Event auf.



© Patrick Weichmann/Marketing Club Österreich

## Hochkarätig

Mario Stadler (Erste Bank und Sparkasse), Niko Pabst (MCÖ), Sarah Müller (kununu), Ulf Schöttl (Manner), Judith Zingerle (*Der Standard*), Andreas Ladich (Vorstand Marketing Club Österreich/ Flughafen Wien) sowie Moderator Bernhard Gily (Verlagsleiter medianet).

WIEN. Der Marketing Club Österreich lud am 12. Oktober zum Abendevent „Von den Besten lernen – ein Blick hinter die Marketingfolge der Marketing Leader 2019“. Judith Zingerle (*Der Standard*), Sarah Müller (kununu), Ulf Schöttl (Marketingleiter Manner) und Mario Strasser (Erste Bank und Sparkasse) sprachen über aktuelle Herausforderungen im Marketing in ihren jeweiligen Unternehmen.

Von traditionellen Markenhistorien bis hin zu modernen Erfolgsmessungstools drehte sich der jüngste Clubabend des Marketing Club Österreich und holte die ausgezeichneten Marketingleiter der Marketing Leader of the Year Awards 2019 auf

die Bühne. Den Anfang machten die Initiatoren des Awards, Maximilian Mondel, Gründer der Agentur Momentum Wien und Veranstalter der Jetzt Konferenzen, sowie Niko Pabst, Geschäftsführer des Marketing Club Österreich. „Werbepreise gibt es viele, aber wir möchten auch einmal die erfolgreichen Marketer würdigen. Immerhin sind sie es, die immer wieder den Kopf hinhalten und die Geldbörsen öffnen müssen“, so Mondel.

## Ist Erfolg immer messbar?

Grund genug, vier der insgesamt sechs Gewinner der Marketing Leader of the Year Awards 2019 näher zu ihren Strategien und Erfolgsgeheimnissen zu befra-

gen: „Für mich ist erfolgreiches Marketing das, was sich am Ende auch messbar erfolgreich auf das Konsumentenverhalten auswirkt“, eröffnet kununu-Geschäftsführerin Sarah Müller, Marketing Leader of the Year 2019 in der Kategorie Beratung, Bildung, IT & Institutionen, die Podiumsdiskussion.

„Und die Digitalisierung bringt den Vorteil mit sich, dass man auch viel mehr messen kann. Wir können in kürzester Zeit Dinge ausprobieren, beobachten und herausfinden, was bei der Zielgruppe ankommt und was nicht, und die Strategie dementsprechend verändern.“

Über hohe Zugriffsraten kann auch Judith Zingerle, Marke-

tingleiterin der Tageszeitung *Der Standard* und Marketing Leader of the Year 2019 in der Kategorie Medien, Kultur & Entertainment, berichten: „In Zeiten von Unsicherheit und Turbulenzen hat Qualitätsjournalismus mehr Bedeutung denn je zuvor. Die Menschen fragen sich, wo bekomme ich meine Informationen her und wie verlässlich sind diese. Uns ist es besonders wichtig, die Nachrichten jederzeit liefern zu können, sowohl als Zeitung wie auch online.“

Als ein wahrer Experte der „Retronovativen Markenführung“ zeigt sich Ulf Schöttl, Marketingleiter bei Manner und Marketing Leader of the Year 2019 in der Kategorie Industrie: