MARKETING

MARKTORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG
UND INNOVATIVES MARKETING

CLUB GRAZ 2021

PROGRAMM: **Luftverkehr** Flughafen Wien AG +++ **Gütesiegel** AMA +++ **Coronakrise** Apothekenmanagement +++ **Bio-Marketing** Sonnentor +++ **Made in Austria** MAM +++ **Revenue Management** Austrian Airlines +++

09/2021: **Innovative Werbung** Humanic Franz
10/2021: **Grazer Wirtschaftsgespräche** Zukunft des Handels
11/2021: **Non-Profit Marketing** Caritas – Schenken mit Sinn

INSTITUT FÜR MARKETING

MARKETING
CLUB GRAZ
Est. 1982

Marketing wirkt — persönlich besser als digital

Univ.-Prof. Dr. Thomas Foscht

Liebe Mitglieder und Freunde des Marketing Club Graz,

auch in Zeiten der Pandemie hat der Marketing Club Graz aktuelle Themen der marktorientierten Unternehmensführung in verschiedenen Sektoren und Branchen durch Online-Veranstaltungen präsentiert.

Aufgrund der aktuellen Entwicklungen haben wir unsere drei Herbst-Termine nun wieder in Präsenz geplant und dürfen Ihnen, neben einem Rückblick auf das erste Halbjahr, auch diese in unserem Folder ankündigen.

Passend zu unserer Planung kam Franz zurück und beschert uns somit im September einen Clubabend zur Auferstehung der Humanic-Kultwerbung. Ein weiteres aktuelles Thema werden wir mit einer Podiumsdiskussion zu den Mega-Trends im Handel im Oktober aufgreifen, bevor wir uns passend zur Weihnachtszeit mit der Caritas auf die Suche nach sinnvollen Geschenkideen machen.

Ich bedanke mich im Namen des Vorstandes und des Marketing Club Graz-Teams für Ihr Interesse und bin zuversichtlich, dass wir im Herbst tatsächlich zu unseren üblichen Formaten zurückkehren können. Ich freue mich auf ein persönliches Wiedersehen und interessante Gespräche.

Herzlichst, Ihr

Univ.-Prof. Dr. Thomas Foscht
Präsident des Marketing Club Graz

Eine Branche auf dem Weg zum Neustart — Die Flughafen Wien AG

328. Clubabend /
9. Online-Clubabend
25. Jänner 2021

Als Entwicklerin, Errichterin und Komplettbetreiberin des Flughafen Wien umfasst die Dienstleistungspalette der Flughafen Wien AG neben dem operativen Flughafenbetrieb, Bodenabfertigungsdienste, Sicherheitsdienstleistungen, Infrastrukturangebote und zahlreiche kommerzielle Aktivitäten.

Erstmals in seiner Geschichte knackte der Flughafen Wien 2019 die 30 Millionen-Marke und zählte mit 31.662.189 Passagieren um 17,1 Prozent mehr Reisende als im Jahr 2018. Mit einem Nettoergebnis von 175 Millionen Euro schlitterte man vom erfolgreichsten Jahr seit Bestehen des Flughafens in die Krise.

In seinem Vortrag erläuterte Mag. Andreas Ladich neben der Rolle der Flughafen Wien AG als Betreiberin des Flughafen Wien, insbesondere Strukturen, Aspekte und Herausforderungen im Bereich Marketing und Werbung. Zudem durften wir erfahren, welche Erwartungen die Branche für die nächsten Monate hatte und wie sich der Weg zum Neustart gestalten wird.

Referent:
Mag. (FH) Andreas Ladich, Leiter Werbung und Marketing, Flughafen Wien AG

Moderator:
Mag. Karl-Heinz Krois, National Manager Projects Logistics, Kühne + Nagel Ges.m.b.H.

Der Marketing Club Graz hob im Rahmen des 328. Clubabends mit der Flughafen Wien AG ab.

Foto: Flughafen Wien

Kleines Österreich — Gross in Bio
Eine heimische Erfolgsgeschichte

329. Clubabend /
10. Online-Clubabend
1. März 2021

Als staatliche Agentur und hundertprozentige Tochter der AMA-Behörde hat die AMA-Marketing GesmbH einen klaren gesetzlichen Auftrag: Die Sicherstellung und laufende Verbesserung der Qualität unserer Lebensmittel, die Förderung ihres Absatzes und faktenbasierte, objektive Information. Kennzeichnungssysteme, die Qualitätsprogrammen wie der AMA Biosiegel-Richtlinie folgen, sorgen für Orientierung auf den Märkten und unterstützen informierte Kaufentscheidungen.

Bio-Produkte haben in den letzten Jahren einen bedeutenden Platz in der Mitte der Gesellschaft erobert. Trotz oder sogar wegen der Krise konnten sich Bio-Lebensmittel auch im vergangenen Jahr besonders gut durchsetzen. Bio spricht eine besondere Zielgruppe an, die sich durch soziodemografische Merkmale nur ansatzweise kategorisieren lässt. Dennoch lassen sich klare Motive für den Kauf von Bio-Lebensmittel identifizieren.

Mag. Barbara Köcher-Schulz stellte die aktuelle Marktentwicklung bei Bio vor und präsentierte die Strategie der Bio-Marketingaktivitäten der AMA anhand von Marktforschungsdaten und Beispielen.

Referentin:
Mag. Barbara Köcher-Schulz, Leitung Produktmarketing biologische Lebensmittel, Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH

Moderator:
Mag. Christoph Holzer, Geschäftsführer,
SPAR Österreichische Warenhandels AG

◀ Der 329. Clubabend stand ganz im Zeichen des AMA Bio-Siegels.
Foto: AMA

Wir sind und bleiben da — Tag und Nacht, 365 Tage im Jahr

330. Clubabend / 11. Online-Clubabend
22. März 2021

Die öffentlichen Apotheken zählen in Krisenzeiten wie der jetzigen zur sogenannten „kritischen Infrastruktur“. Generell ist die Apotheke eine notwendige Anlaufstelle für viele von uns, in der Zeit von Schnelltests wahrscheinlich umso mehr. Obwohl Apotheken von den Schließungen im Lockdown nicht betroffen waren, wird vielfach übersehen, dass die Pandemie auch an ihnen nicht spurlos vorübergeht.

Dr. Gerhard Kobinger, Eigentümer der St. Franziskus Apotheke in Graz und Präsidiumsmitglied der Österreichischen Apothekerkammer, thematisierte in seinem Vortrag u.a. das frühzeitige Krisenmanagement der Apotheken, durch das die enormen Herausforderungen in wirtschaftlicher und logistischer Hinsicht bewältigt werden konnten. Außerdem erläuterte er, wie Apotheken gemäß des Slogans „Wir bleiben da. Für Sie.“ dem Wechsel zwischen Kundenansturm und -flaute, dem Ärger um Schutzmasken und auch den Herausforderungen der Digitalisierung im Gesundheitsbereich entgegentreten und den Imagegewinn durch ihre Schlüsselrolle in der Krise nutzen konnten.

Referent:
Dr. Gerhard Kobinger, Eigentümer, St. Franziskus Apotheke,
Präsident der Steirischen Apothekerkammer, Präsidiumsmitglied der Österreichischen Apothekerkammer

Moderator:
Dir. Mag. Andreas Jaklitsch, Landesgeschäftsführer,
Österreichisches Rotes Kreuz, Landesverband Steiermark

Das Krisenmanagement von Apotheken stand im Mittelpunkt des 11. Online-Clubabends.

Authentizität, Anders-Machen und Leidenschaft als würziges Erfolgsrezept

331. Clubabend /
12. Online-Clubabend
29. April 2021

Der Waltviertler Unternehmer Johannes Gutmann hat sich mit SONNENTOR für einen Weg abseits des Mainstreams entschieden und wahrscheinlich gerade deswegen das berufliche Glück gefunden. Als er mit seinen ersten Kräutern Bioläden belieferte, wurde er von vielen noch als „Spinner mit der Lederhose“ belächelt. Allerdings machten die Geschichten um den strahlenden Selbstvermarkter das Unternehmen bekannt und zunehmend interessant. Heute profitieren von seinem Erfolg nicht nur Fans in aller Welt, der Hersteller von Bio-Kräutern und Bio-Gewürzen beschäftigt mittlerweile 500 Mitarbeitende international, vertreibt seine Produkte in mehr als 50 Ländern und kooperiert mit Partnern rund um den Globus.

SONNENTOR Gründer Johannes Gutmann sprach mit Lissi Stoimaier, Chefredakteurin des Business Monats und der Steirerin, über sein Lebenswerk und erzählte von den Anfängen seiner Selbstständigkeit, warum er der Kümmel unter den Gewürzen ist und wie es gelingt, tiefempfundene Werte, erfolgreiches Wirtschaften, sowie nachhaltige Entwicklung zu verbinden.

Referent:
Johannes Gutmann, Geschäftsführer,
SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH

Moderatorin:
Lissi Stoimaier, Chef-Redakteurin, Business Monat und Die Steirerin

◀
Im April tauchten wir mit Johannes Gutmann ein, in inspirierende Geschichten über Freude, Mut und Bauchgefühl

DER MARKETING CLUB GRAZ

Clubziele

Der Marketing Club Graz, der 1982 gegründet wurde, versteht sich als unabhängige Dialogplattform für den kreativen Gedanken- und Erfahrungsaustausch von Menschen, die Verantwortung in Unternehmen und Märkten tragen.

Der Club sieht seine zentrale Aufgabe darin, sowohl bei den Mitgliedern als auch in der Öffentlichkeit das Bewusstsein für Marketing zu vertiefen, aktuelle Trends im Marketing aufzugreifen und hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu analysieren.

Der Club bietet auf Basis einer Symbiose zwischen Wissenschaft und Praxis seinen Mitgliedern entsprechende aktuelle Erkenntnisse, Wissen, Produkte und Dienstleistungen zur Professionalisierung ihrer Tätigkeiten an.

VORSTAND

Univ.-Prof. Dr. Thomas Foscht Karl-Franzens-Universität Graz (Präsident)

Vorstandsvorsitzender Mag. Markus Mair Styria Media Group AG (Vizepräsident)

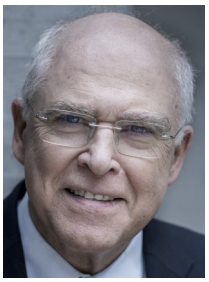
Gen.-Dir. MMag. Martin Schaller Raiffeisen-Landesbank Steiermark AG (Kassier)

Mag. Gerald Auer Vogl & Co Autoverkaufsgesellschaft m.b.H.

Dr. Oliver Kröpfl Steiermärkische Bank und Sparkassen AG

Mag. Christoph Holzer Spar Österreichische Warenhandels AG

Foto: Jungwirth/Spar



Senator Prof. Dr. h.c. Helmut List AVL List GmbH

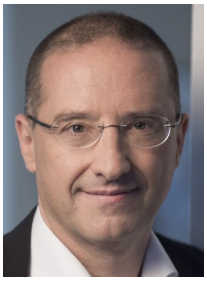
Gen.-Dir. Mag. Klaus Scheitegel Grazer Wechselseitige Versicherung AG

Mag. Doris Stiksl, MSc proHolz Steiermark

FACHBEIRAT

Dir. Dr.
Karl-Heinz
Dernoscheg, MBA
WKO Steiermark

Exptkfm. Mag.
Gerhard Ehmann
Anton Paar GmbH



Mag.
Harald Gutschi
Unito Versand &
Dienstleistungen
GmbH

Dir. Mag.
Andreas Jaklitsch
Rotes Kreuz
Steiermark

Carina Hödl, MSc
Niceshops GmbH

Honorarkonsul
Dipl.-Ing.
Michael Ksela
Scoop & Spoon
GmbH

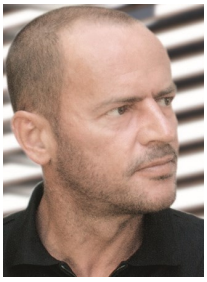
Mag.
Peter Maderl
m(Research
Marktforschung
Merchandising
Consulting GmbH

Georg Mayer-
Heinisch
MHG Beteiligung
und Consult
GmbH

Vorständin Mag.
Barbara Muhr
Messe Congress
Graz

Dipl.-Ing.
Thomas Riener
ams AG

Mag.
Thomas Spann
Kleine Zeitung
GmbH & Co KG



Mag.
Andreas Spreitzer
BrandBase by
Spreitzer

Dipl.-Ing.
Ana Topolic
Magna Internatio-
nal Europe GmbH

Komm.-Rat
Dipl.-Techn.
Erik Venningdorf
GRAWE Vermö-
gensverwaltung

Foto: Ralph König

Mag.
Michael Viet
Payer International
Technologies
GmbH

Dr.
Klaus Weikhard
Juwelier Uhren
Weikhard

Mag.
Alexander Zezula
Unternehmensbe-
ratung
eCommerce

Mit Babyprodukten auf Erfolgskurs — MAM, eine Weltmarke aus Österreich

332. Clubabend / 13. Online-Clubabend
31. Mai 2021

Seit über 45 Jahren entwickelt MAM in Zusammenarbeit mit Experten aus Wissenschaft und Forschung besonders hochwertige und sichere Babyprodukte, die attraktives, innovatives Design mit nachgewiesenen medizinischen Vorteilen verbinden. Heute ist MAM einer der weltweit führenden Hersteller für Premium-Babyprodukte. Eltern in 60 Ländern auf fünf Kontinenten kaufen jährlich 100 Millionen Produkte der Weltmarke, die in den eigenen Werken in Ungarn und Thailand hergestellt werden. Im Segment Schnuller oder Babyflaschen ist MAM u.a. in Ländern wie Österreich, den USA, Frankreich, Schweden oder Israel eine führende Love-Brand. Mehr als 900 Mitarbeitende weltweit tragen täglich zu diesem Erfolg bei.

Als Chief Operating Officer prägt Mag. Reisenbichler seit über zehn Jahren das Business Development und die globale Positionierung von MAM als österreichische Weltmarke und erläuterte, warum Vertrauen und Sicherheit bei MAM an erster Stelle stehen, man weltweit auf einen intensiven Dialog mit medizinischen Experten und Eltern setzt und wie man damit umgeht, dass die Käufer nicht die Verwender der Produkte sind.

Referentin:
Mag. Michaela Reisenbichler, Chief Operating Officer,
MAM Babyprodukte GmbH

Moderator:
Ing. Bernd Lierzer, MBA, Procurement Project Manager,
Magna Steyr

Der 13. Online-Marketing Clubabend präsentierte mit MAM eine österreichische Weltmarke.

Mit dynamischer Preisgestaltung zum Erfolg auf ganzer Linie

333. Clubabend /
14. Online-Clubabend
21. Juni 2021

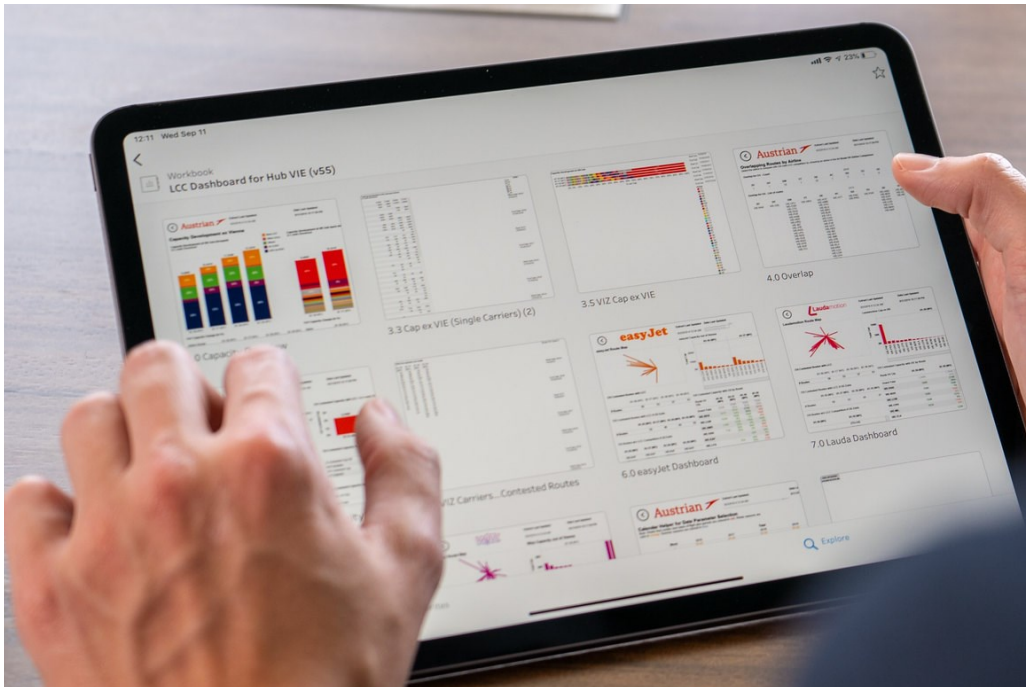
Austrian

Seit der Deregulierung in den 1980er Jahren und dem Aufkommen der Low-Cost- und Low-Fare-Carrier sind die Fluggesellschaften Vorreiter im Revenue Management. Einer der schwierigsten Bereich des Revenue Managements von Fluggesellschaften ist die Bestandskontrolle, d.h. wie viele Tickets von jeder Tarifart verkauft werden sollten, um den Umsatz zum maximieren. Die Airline-Industrie hat dazu viel in die Entwicklung ausgeklügelter Systeme zur Vorhersage der Nachfrage, zur Verwaltung der Verfügbarkeit von Beständen und zur Überwachung und Reaktion auf die Preise der Wettbewerber auf dem Markt investiert.

Thorsten Schmidt, Head of Revenue Steering Continental, gab in seinem Vortrag einen Überblick über die Aufgabe des Revenue Managements bei Austrian Airlines und erläuterte, wie genau diese Systeme eingesetzt werden, um Wettbewerbsvorteile und höhere Erträge zu erzielen.

Referent:
Thorsten Schmidt, M.A., MBA, Head of Revenue Steering Continental — Hub VIE, Austrian Airlines

Moderator:
Mag. Leonhard Kehl, Geschäftsführer,
Kehl Pricing Research & Consulting



◀ Mit Austrian Airlines startete der Marketing Club Graz in die Sommermonate.

COMING SOON

Franz ist zurück — Die Auferstehung der Kultwerbung

334. Clubabend
27. September 2021
Campus der Universität Graz

In den 70er-Jahren kreierte der Schuhhändler Humanic mit „Franz“ eine wahre Kultfigur. Mit dem Ende des Lockdowns feierte er jetzt sein Comeback. Die Kultfigur mag zwar nicht den gleichen Status wie Superstars haben, in Österreich kennt das Hand-Fuß-Logo mit Victory-Zeichen jedoch jedes Kind, das vor den 90ern geboren wurde.

Kein Wunder, schließlich sorgte „Franz“ 26 Jahre lang dank Künstlern wie Otto M. Zykan und der Poesie von Literaten wie Andreas Okopenko oder H.C. Artmann für jede Menge Gesprächs- und Diskussionsstoff. Insgesamt 70 kult-künstlerische TV-Spots entstanden so und bis heute ist der „Franz“-Bekanntheitsgrad von 98 Prozent unerreicht.

Doch dann verschwand Franz von der Bildfläche — bis heute. Nun ist er wieder in seinem ganzen avantgardistischen Glanz zurück und beantwortet erneut die Frage: „Ist ein Schuh ein Schuh?“

Michael Rumerstorfer, Vorstand der Leder und Schuh AG, beanwortet die Frage, warum „Franz“ genau jetzt zurück ist, wie das Unternehmen emotionale Einkaufserlebnisse hochhält und was es mit Mutsignalen im Schuhhandel auf sich hat.

Referent:
Mag. Michael Rumerstorfer, Vorstand, Leder & Schuh AG

Moderator:
Gerhard Kroell, Geschäftsführer, Madison Werbeagentur

HUMANIC
Frag Franz.

Am 27. September fragen wir Franz: „Ist ein Schuh ein Schuh?“

Grazer Wirtschaftsgespräche — Der Handel im Fokus

335. Clubabend
19. Oktober 2021
Campus der
Universität Graz

Es scheint so, als könne man mittlerweile alles online bestellen. Ein Klick hier, ein Klick da, und kurze Zeit später werden die neuen Sportschuhe, die neue Waschmaschine oder auch die im Kühlschrank fehlenden Zutaten für das Abendessen bequem nach Hause geliefert. Wobei die Covid-Krise in diesem Zusammenhang ein wahrer „Brandbeschleuniger" ist — 2020 stiegen die Ausgaben im Onlinehandel in Österreich auf ein Rekordniveau von 8 Milliarden Euro.

Damit einher geht die Ungewissheit, ob der Online-Handel dem stationären Handel den Rang ablaufen wird und zum weiteren Aussterben der österreichischen Innenstädte beiträgt. Wie sich die Zukunft des Handels tatsächlich entwickeln wird, hängt aber nicht nur von der Anzahl der verfügbaren Online-Shops ab, sondern vor allem davon, was die Verbraucher wollen.

Kurzvortrag:
Univ.-Prof. Dr. Thomas Foscht, Institut für Marketing,
Karl-Franzens-Universität Graz

Diskutanten:
Roland Fink, Geschäftsführer, niceshops GmbH,
Mag. Philipp Gady, Stv. Obmann Sparte Handel und WK-Vizepräsident, Wirtschaftskammer Steiermark
Mag. Harald Gutschi, Geschäftsführer, UNITO, Vizepräsident Handelsverband
Mag. Marc Schwingenschlögl, Geschäftsführer, heat-style Linhart

In Kooperation mit

Zentrum für
ENTREPRENEURSHIP
UND ANGEWANDTE BWL

KLEINE ZEITUNG

die siebente fakultät
Wissenschaft verstehen

COMING SOON

Schenken mit Sinn: Eine Ziege für Burundi

336. Clubabend
29. November 2021

Caritas &Du

Sind Sie auf der Suche nach einem originellen Geschenk? Wie wäre es mit einer Ziege, Mangos oder gar einem Esel?

Für viele Menschen ist Weihnachten die Zeit, um ihre Lieben mit einem Geschenk zu überraschen. Doch oft stellt sich die Frage, womit kann man jemandem, der wunschlos glücklich ist, alles hat oder es sich einfach selbst kaufen könnte, eine Freude bereiten.

Die Initiative „Schenken mit Sinn“ der Caritas bietet die Möglichkeit, einen sozialen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten und bedürftigen Menschen weltweit zu helfen: So kann ein Esel für hart arbeitende Frauen in Äthiopien erworben, obdachlosen Menschen in Österreich ein Schlafsack geschenkt oder Brennholz für armutsbetroffene Senioren in Weißrussland gespendet werden. Die Aktion wird österreichweit von Knittelfeld aus abgewickelt, womit auch Langzeitarbeitslose eine Beschäftigung finden.

Nehmen Sie den letzten Clubabend des Jahres 2021 zum Anlass, um mehr über kreative Ansätze im Fundraising und das Caritas Projekt zu erfahren.

Referent:
Mag. Christian Taucher, Kommunikation und Fundraising, Caritas der Diözese Graz-Seckau

Moderator:
MMag. Dr. Christian Lagger, MBA, Geschäftsführer, Krankenhaus der Elisabethinen Graz

▶ „Schenken mit Sinn“ macht doppelt Freude.

Marketing Club Graz, Elisabethstraße 50b, 8010 Graz
+43 (0) 316 380 7220 | office@marketing-club-graz.at | www.marketing-club-graz.at