

Jahresbericht

2017



Delegiertenversammlung 2018

Freitag, 22. Juni 2018

Lavaterhaus, Zürich



Inhalt

Organisation Swiss Marketing	— 03
Vorwort des Präsidenten	— 04

Bericht aus der Geschäftsstelle — 07

Geschäftsstelle, Allgemeines	— 07
IT erneuert	— 08
Der Personalbestand 2017	— 08

Berichte aus dem Zentralvorstand — 09

Ressort Bildung	— 09
Ressort Clubs	— 10
Ressort PR/Kommunikation	— 11
Ressort Finanz- und Rechnungswesen	— 12
Ressort Recht	— 13
Mitgliederentwicklung	— 14

Erfolgsrechnung und Budget — 15

Organisation Swiss Marketing



Uwe Tännler
Präsident



Andreas Balazs
Vizepräsident



Tanja Levine
Ressort Referenten-
plattform & Netzwerke
der Clubs



Prof. Dr. Peter Petrin
Ressort Bildung



Dietger Löffler
Ressort Clubs



Dr. Walter Steiner
Ressort PR/
Kommunikation



André Mettler
Ressort Finanz- und
Rechnungswesen



Jon Turnes
Ressort Recht



Marcel Weibel
Geschäftsführer

Vorwort des Präsidenten

Das war's

Das sind die entscheidenden Momente im Leben: Wenn man kommt und wenn man geht. Eine optimale Dauer zwischen diesen Momenten gibt es nicht. Für mich sind es 20 Jahre. Nach acht Jahren als Präsident Network Limmattal und zwölf Jahren als Zentralpräsident unseres tollen Berufsverbands ist es Zeit, Platz zu machen, innezuhalten und Neues anzupacken.

Diese Jahre im Dienste der Förderung der dualen Bildung, des Wissenstransfers, des Auf- und Ausbaus von Partnerschaften, Netzwerken und Dienstleistungen, der Qualitätsförderung in Marketing und Verkauf sowie weiterer Verbandsziele haben mein Leben verändert. Auf der persönlichen Ebene, wo viele neue Freundschaften und bereichernde Kontakte entstanden sind, und auf der beruflichen Ebene, wo das Verbandspräsidium vielseitige Herausforderungen mit sich brachte und tolle Türen öffnete.



Uwe Tännler
Präsident Swiss Marketing

Den Rückblick auf die Highlights möchte ich auch als Ausblick in die Zukunft verstanden wissen:

- Stetiger Anstieg der Mitgliederzahlen im Verband, in den Clubs, in den Weiterbildungsabschlüssen, an den Events etc.
- Stärkung der Marke Swiss Marketing in der Schweiz und über die Grenzen hinaus
- Engagement von Swiss Marketing als initiativer, kompetenter und loyaler Partner in der dualen Bildungslandschaft der Schweiz mit über 750 Expertinnen und Experten

Als Träger des Marketing-Tags hat der Verband zudem ein Kommunikationsfenster geöffnet, das auch Meinungsmacher und Entscheidungsträger ausserhalb der Marketing-Community anspricht.

Auch die internationale Ausrichtung lag und liegt mir am Herzen. Swiss Marketing wurde international gestärkt, nicht zuletzt durch die europäische Anerkennung der Schweizer Abschlüsse mit dem EMC-Zertifikat.

Auf das Erreichte dürfen wir stolz sein. Diesen Stolz verbinde ich mit dem herzlichen Dank an die aktiven Mitglieder, die Prüfungskommissionen, die Experten, unsere treuen Partner und alle, welche Swiss Marketing auch zukünftig unterstützen werden.

Einen ganz besonderen Dank möchte ich meinem langjährigen Kollegium im Zentralvorstand aussprechen. Scheiden tut weh. Zudem werden mit mir tolle Menschen aus dem Gremium ausscheiden: Es sind dies Tanja Levin (Romandie), Prof. Dr. Peter Petrin (Vizepräsident), Jon Turnes (Recht) und André Mettler (F/RW). Wir waren über zwölf Jahre ein SUPERTOLLES-MITEINANDER-TEAM. Friends, I will miss you.

Mein Weg ist hier aber nicht zu Ende, er geht auf europäischer Ebene weiter. Ich freue mich auf die neuen Aufgaben als Chairman der European Marketing Confederation (EMC). Die Harmonisierung unserer Abschlüsse in Europa ist dabei eine grosse Herausforderung. Erfahrungsaustausch, Wissenstransfer und Networking werden auch international die Pfeiler des Erfolgs sein – davon bin ich überzeugt.

Dem neuen Präsidenten mit seinem Vorstands-Team und unserem Geschäftsführer Marcel Weibel wünsche ich nur das Beste und mindestens denselben Spass, den ich über all die Jahre erleben durfte. Eines ist sicher: Ich werde auch in Zukunft – wenigstens mit einem Auge – beobachten, was sich bei Swiss Marketing tut.

Deshalb: Das war's ... noch nicht ganz.

Kollegiale Grüsse

Uwe Tännler

Präsident Swiss Marketing

Chairman European Marketing Confederation



Bericht aus der Geschäftsstelle

1.1 Geschäftsstelle, Allgemeines

Seit nunmehr 20 Jahren bin ich Mitglied von Swiss Marketing. In dieser Zeit war ich in verschiedenen Funktionen für den Verband tätig. Nach einigen Jahren als Leiter Marketing und Kommunikation in einem Kaderverband bin ich seit Februar 2017 als Geschäftsführer für Swiss Marketing verantwortlich.

Die Aufgaben und Herausforderungen auf der Geschäftsstelle sind in den letzten Jahren enorm gestiegen. Die grösste Herausforderung ist der Wandel in der Verbandslandschaft. So wie sich politische Systeme und ihre Rahmenbedingungen ändern, so wandelt sich auch das Verbandswesen. Die tradierten Verbandsleistungen müssen an die sich verändernden Rahmenbedingungen und an die geänderten Erwartungen der Club-Mitglieder angepasst werden. Man muss Gutes vertiefen und gleichzeitig Neues wagen.

Swiss Marketing soll weiterhin die Karrieren fördern, das neuste Fachwissen vermitteln, die Ausbildung fördern und fördern – vor allem das duale Bildungssystem. Unser Verband soll die

Netzwerke stärken, dem Erfahrungs- und Wissenstransfer auf Führungs- und Fachebene eine professionelle Plattform bieten und die regionalen Clubs stärken. Dadurch werden die Interessen der Marketer und Verkäufer in der Schweiz gewahrt und gefestigt.

Wir wollen ein aktiver und agiler Verband sein, von dem alle Mitglieder profitieren. Vor allem dem Nachwuchs ist bewusst zu machen, dass ein Milizsystem wichtig für die Wirtschaft ist. Es geht darum, junge Menschen von einem Engagement im Verband zu überzeugen, besser noch: sie dafür zu begeistern. Eine Mitgliedschaft bei Swiss Marketing gehört für jeden Profi in Marketing und Verkauf zum guten Ton. Wir müssen immer auch ins Bewusstsein rufen, wie wichtig eine Mitgliedschaft bei Swiss Marketing für die persönliche Karriere ist.

Im vergangen Vereinsjahr konnten wir die Mitgliederzahlen stabil halten. Für die nächste Zeit peilen wir ein nachhaltiges Wachstum an. Gelingen wird uns dies jedoch nur, wenn wir alle unsere Anspruchsgruppen miteinbeziehen und alle an einem Strang ziehen. Unsere Chancen stehen gut, weil wir als Berufsverband jährlich über

1'000 Nachwuchstalente durch die Prüfungen begleiten, gemeinsam mit unseren Partnern aus den Ausbildungsinstituten.

Wir sind überzeugt, dass wir die Themenführung ausbauen müssen. Unabhängig von der Mitgliedschaft werden wir neue Produkte und Services lancieren, die den einzelnen Karriereschritten dienlich sind. Und selbstverständlich werden wir unseren Mitgliedern immer das aktuellste Marketingwissen anbieten. Wir werden die regionalen Clubs als Kompetenzzentren des Marketings und des Erfahrungsaustauschs vor Ort bewerben und die Kontakte zwischen den Führungskräften verschiedener Unternehmen auf Verbandsebene fördern.

1.2 IT erneuert

Um mit der rasanten Digitalisierung Schritt zu halten, war eine Erneuerung der IT notwendig. Dazu gehört der CMS-Wechsel mit dem neuen Webauftritt und der Datenbank. Wir sind dadurch in der Lage, neue Kontakte effizienter zu administrieren und zu bewirtschaften und genauere Analysen bzw. Prognosen zu erstellen. Mein ausdrücklicher Dank gilt hier unseren Partnern Creativ Software AG, insyma AG, Diction AG, Linkgroup AG und Dinotronic AG.

Der Personalbestand 2017

- Marcel Weibel (100%),
seit 1. Januar 2017
- Gregorio Ingiustria (100%),
seit 1. November 2017
- Peter Keller (100%)
bis 31. März 2017
- Jeanine Zimmermann (80%),
bis 31. Mai 2017
- Anne-Kathrin Hübner (100%),
bis 30. September 2017

Marcel Weibel
Geschäftsführer Swiss Marketing



Berichte aus dem Zentralvorstand

2.1 Ressort Bildung Nachfolgeregelung

Nachdem die DV 2017 einen neuen Leiter des Ressorts Bildung und Forschung gewählt hatte, fand im Berichtsjahr die Übernahme Peter Petrins Aufgaben und Funktionen durch Andreas Balazs statt.

Berufs- und höhere Fachprüfungen

Die Reform der Berufs- und höheren Fachprüfungen, von denen wir (Mit-)Träger sind, ist voll im Gange. Bereits 2019 werden die Berufsprüfungen für Marketing- und Verkaufsfachleute als auch die höheren Fachprüfungen für Marketingleiter/-innen und Verkaufsleiter/-innen mit eidgenössischem Diplom nach neuen und aktuellsten Reglementen durchgeführt.

Per 1. Februar 2018 konnten wir das Präsidium der Prüfungskommission für Marketingleiter/-innen von der GFM übernehmen. Als neue Präsidentin der Kommission delegiert Swiss Marketing Ibi Bertschi, welche seit geraumer Zeit auch Mitglied der Prüfungskommission ist. Als neuen Delegierten in der Kommission begrüessen wir Jan Vonderlinn, welcher Danilo D'Emilio nach dessen Rücktritt ersetzt. Ebenfalls haben wir Roger Bähler als neu gewähltes Mitglied der Prüfungskommission für Verkaufsfachleute begrüsst.

Höhere Fachschule für Marketing und Kommunikation (HFMK)

Höhere Fachschulen für Marketing und Kommunikation sollen breit qualifizierte Marketingführungs-kräfte mit ausgesprochen generalistischen Fähigkeiten hervorbringen. Diese Weiterbildung positioniert sich daher zwischen den Fachweiterbildungen der Marketing- und Verkaufsfachleute mit eidgenössischem Fachausweis und den Programmen von Hochschulen. Wir freuen uns, dass diese Weiterbildung auch im Berichtsjahr wieder mehr Personen angezogen hat als je zuvor.

Konferenz der Berufs- und höheren Fachprüfungen – Dualstark

Dualstark engagiert sich für die Positionierung und Stärkung der dualen höheren Berufsbildung – insbesondere der eidgenössischen Abschlüsse. Mitglieder sind 15 Wirtschafts- und Berufsverbände, die jährlich über 8'000 Prüfungsabsolventinnen und -absolventen verzeichnen. Swiss Marketing ist im Vorstand vertreten. Bedauerlicherweise hat Dualstark – unverschuldet – nicht den gewünschten bildungspolitischen Einfluss. Er ist aber auf alle Fälle stärker, als wenn wir allein agieren würden. Zudem bildet Dualstark eine wertvolle Austauschplattform für alle Fragen rund um die höhere Berufsbildung.

Europäische Zertifikate

Da die Europa-Zertifikate bis auf Weiteres grosse Bedeutung für die Mobilität unserer Berufsleute haben, engagieren wir uns weiterhin im Professional Qualifications Committee (PQC) der European Marketing Confederation (EMC). Es ist die Basis dafür, dass wir den Absolventinnen und Absolventen unserer Berufs- und höheren Fachprüfungen wie auch unserer höheren Fachschulen die europäischen Zertifikate anbieten können. Dank dieser Zertifikate werden unsere schweizerischen Abschlüsse im In- und Ausland verständlich. Mit der Wahl unseres Präsidenten, Uwe Tännler, zum Präsidenten der EMC haben wir noch mehr Gewicht in dieser für uns so wichtigen Organisation.

Andreas Balazs
Vizepräsident Zentralvorstand

Prof. Dr. Peter Petrin
Mitglied Zentralvorstand

Ressort Bildung



2.2 Ressort Clubs

Die Clubs bleiben die Basis für gute Bildungsarbeit in Marketing und Verkauf! In 26 regionalen Clubs und zwei überregionalen Clubs haben sich im Berichtsjahr 2'165 Mitglieder engagiert. Sie konnten insgesamt über 265 spannende Anlässe auf Club-Ebene besuchen.

Herzlichsten Dank an alle Mitglieder, Delegierten, Vorstände und Präsidentinnen und Präsidenten für das unermüdliche Engagement zugunsten von Swiss Marketing und damit dem dualen Bildungssystem und der Weiterbildung in Marketing und Verkauf.

Weiterhin hatten die sieben grössten Clubs schon jeweils über 100 Mitglieder, was die Club-Arbeit natürlich einfacher macht. Das ist wohl auch der Grund dafür, dass in Basel und Bern die Vorbereitungen zu einem Zusammenschluss angelaufen sind, der Anfang 2018 dann auch erfolgte.

Des Weiteren konnten die neu gewählten Vorstände an der speziellen Fortbildung «Workshop für neue Vorstände» teilnehmen und darüber hinaus vom Seminar «Führung in NPO» profitieren. Ende Mai ergänzte ein Workshop für Wachstum das Fortbildungsangebot. Das Club-Führungshandbuch leistet weiterhin gute Dienste.

Auch die überregionalen Anlässe wie z. B. der Marketing-Tag in Luzern, die Marketing Arena Schaffhausen und der Seeländer Marketing-Event waren gut besucht.

Von Verbandsseite her können die Clubs seit Ende 2017 von der neuen Website profitieren, welche für jeden Club eine eigens zu gestaltende Unterseite bereithält. Hinterlegt wird derzeit ein neues CRM, welches das Club-Management nochmal vereinfachen wird. Ebenfalls existiert neuerdings ein einheitlicher Kalender, welcher alle von den Clubs eingetragenen Anlässe auführt.

Ein tolles Verbandsjahr, ein tolles Club-Jahr!

Hier auch ein Dankeschön an den Club Aarau-Olten für die Mithilfe bei der Organisation und Durchführung der Delegiertenversammlung im BallyHouse in Schönenwerd und für den Einsatz unseres Club-Coachs für Zürich und die Inner-schweiz, Alexander Brosi, und ein weiteres Dankeschön an die Geschäftsstelle für die Unterstützung bei allen Club-Anliegen.

Dietger Löffler
Mitglied Zentralvorstand
Ressort Clubs



2.3 Ressort PR/ Kommunikation

Am 9. November 2017 war es so weit: «Wir sind live!», meldete die Geschäftsstelle von Swiss Marketing. Der grösste Berufsverband in Marketing und Verkauf hat seit diesem Datum eine neue Website. Der neue Onlineauftritt wurde mit professioneller Unterstützung der Creativ Software AG (CRM-Integration), der Diction AG (Sprachen/Lektorat), der Linkgroup AG (Konzeption/Gestaltung) und der Insyma AG (Onlinemarketing und Webapplikationen) realisiert. Die Entwicklung der neuen Website sowie der Newsletters erwies sich erwartungsgemäss als anspruchsvoll, weil mehrere Spezialisten am Projekt beteiligt waren und weil es neben dem Dachverband auch die Interessen der Clubs, der Akteure im Bildungswesen und der verschiedenen Partnerkategorien zu berücksichtigen galt. Zudem sollte sich die Website in einem frischen, zukunftsweisen-den Design präsentieren und mit einer einfachen und intuitiven Menüführung sowie einem stets aktuellen Informationsangebot ausgestattet sein. All diese Anforderungen konnten vollumfänglich erfüllt werden. Sowohl häufige Benutzer als auch gelegentliche Besucher äusserten sich zur neuen Website sehr positiv.

Die verschiedenen Folder wurden im gleichen neuen Corporate Design wie die Website aktualisiert. Rege und inspirierend waren die zahlreichen Publikationen, die Swiss Marketing in Kooperation mit den etablierten Partnermedien initiierte oder fachlich begleitete. Zu diesen Me-

dien gehören die Handelszeitung, Ladies Drive, Marketing & Kommunikation, karriere.ch, PC Tipp und Computerworld, Persönlich, die Marketing Review St. Gallen, kmu.rundschau, seminar.inside, Context und Ticino Management.

Thematisch nahmen die neuen Berufsbilder der Marketing- und Verkaufsfachleute einen hohen Stellenwert ein. Die beachtete Anzeigenkampagne wurde unter anderem durch das Sujet «eidg. halbiert» erweitert. Es spielt auf die Tatsache an, dass Studierende unter gewissen Voraussetzungen vom Bund bis zu 50 % der Ausbildungskosten zurückfordern können.

Die Swiss Marketing Review, welche Swiss Marketing zusammen mit der Marketing Review St. Gallen der Universität St. Gallen herausgibt, befasste sich 2017 mit Themen wie Upside down (oder einfach nur digital?), Visual Communication, Customer-Insight-driven-Business-Transformation, Marketing und Vertrieb 4.0 und disruptives Handelsmarketing.

Dr. Walter Steiner
Mitglied Zentralvorstand
Ressort PR/Kommunikation



2.4 Ressort Finanz- und Rechnungswesen

Nichts ist so stetig, wie der Wandel. Dieses alte Sprichwort trifft auch auf Swiss Marketing zu und hat sich im 2017 wieder bestätigt.

Wir haben hart gearbeitet und einiges erreicht. Trotzdem hat es nicht gereicht, um einen positiven Abschluss zu bekommen. So müssen wir wiederum einen Verlust von CHF 43'520.96 ausweisen. Warum ist dieses Ergebnis entstanden?

Ein wesentlicher Punkt sind die sinkenden Mitgliederzahlen. Seit einigen Jahren ist der Mitgliederbestand rückläufig. Dies, obwohl wir viel Ressourcen in die Mitgliedererwerbungen gesteckt haben. Im 2017 mussten wir einen Umsatzrückgang von fast CHF 100'000 hinnehmen. Glücklicherweise konnten wir fast 2/3 von diesem Rückgang dank neuen Partnerschaften kompensieren.

Ein weiterer Aspekt für das schlechte Ergebnis sind wiederum die Rechtsberatungskosten. Die Streitfälle mit unserem ehemaligen Geschäftsführer und dem ehemaligen Vermieter beschäftigten uns immer noch und haben wiederum über CHF 35'000 an Anwaltskosten verursacht. Ohne diese beiden Einflussfaktoren hätten wir unser budgetiertes Ergebnis erreicht.

Im Jahr 2018 müssen wir dafür sorgen, dass wir den Weg zurück in die Gewinnzone finden. Durch die Bereinigung der Gerichtsfälle und konsequentes Kostenmanagement bei den übrigen Kosten. Weiter müssen wir dafür sorgen, dass die

Umsätze wieder steigen. Einerseits durch neue Mitglieder und andererseits durch neue Einnahmequellen.

In schwierigen Zeiten müssen wir zusammenhalten. Gemeinsam werden wir wieder zum Erfolg kommen!

André Mettler

Mitglied Zentralvorstand

Ressort Finanz- und Rechnungswesen



2.5 Ressort Recht

Für das Geschäftsjahr 2017 ist aus dem Ressort Recht Folgendes zu berichten:

1. Die gerichtliche Auseinandersetzung mit der Vermieterschaft, der Schweizerischen Mobiliar Versicherungsgesellschaft AG, am ehemaligen Sitz des Verbands in Olten über den Zeitpunkt der Kündigung und die Auslegung gewisser Klauseln im Mietvertrag ist nach wie vor im Gange. Der Streitwert liegt unverändert bei rund CHF 55'000.

2. In der Auseinandersetzung mit dem ehemaligen Verbandssekretär, Claude Dubois, zeichnete sich per Ende Jahr die Möglichkeit ab, dass doch noch eine aussergerichtliche Einigung gefunden werden kann (zum Zeitpunkt der Berichterstattung wurde diese Einigung schliesslich gefunden und ein entsprechender Vergleich unterzeichnet). Dies ist erfreulich.

Im Übrigen verliefen die Geschäfte ruhig. Abgesehen von den vorgenannten Punkten und den üblichen Tätigkeiten des Tagesgeschäfts (aus juristischer Sicht) war kein ausserordentliches Engagement aus dem Ressort Recht erforderlich.

Jon Turnes

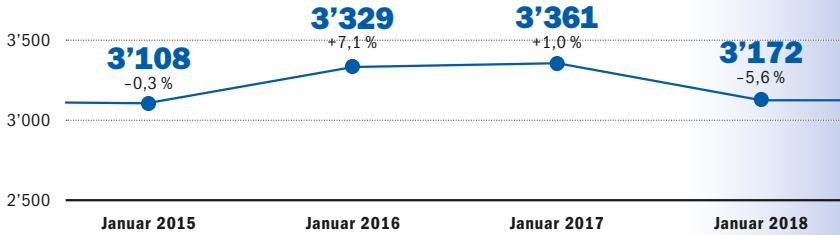
Mitglied Zentralvorstand

Ressort Recht

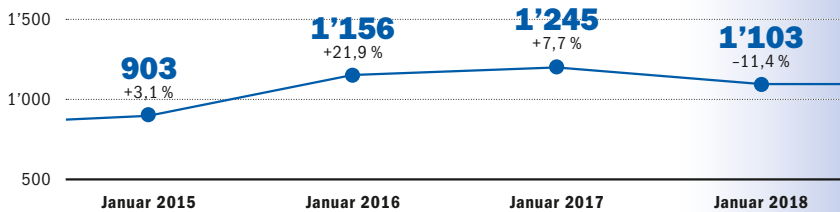


Mitgliederentwicklung

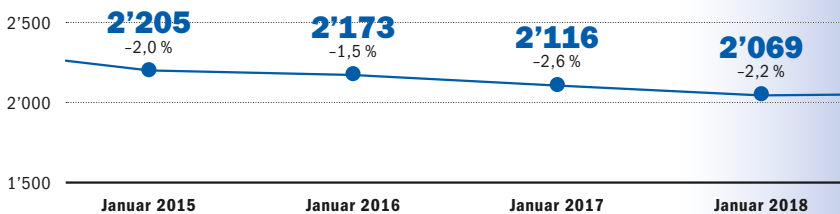
Mitglieder, total



Direktmitglieder, total



Clubmitglieder, total



Erfolgsrechnung 2017 und Budget 2017–2019

in CHF	Budget 2017	IST 2017	Budget 2018	Budget 2019
Mitgliederbeiträge	1'050'000	947'306	1'100'000	1'250'000
Anteil Mitgliederbeiträge an Swiss Marketing Clubs	-265'000	-269'705	-310'000	-330'000
Total Mitgliedererlöse	785'000	677'601	790'000	920'000
Erträge Prüfungen	80'000	233'390	75'000	120'000
Erträge Verband	270'000	154'584	235'000	270'000
Sonstige Einnahmen	150'000	146'947	45'000	140'000
Debitorenverlust	0	0	-15'000	-15'000
Total Dienstleistungsertrag	500'000	534'921	340'000	515'000
Total Betriebsertrag Lieferung und Leistung	1'285'000	1'212'522	1'130'000	1'435'000
Total direkter Aufwand	-70'000	-172'921	-80'000	-111'000
Bruttogewinn	1'215'000	1'039'601	1'050'000	1'324'000
Total Löhne und Gehälter	-210'000	-257'704	-232'000	-305'000
Total Sozialleistungen	-43'000	-38'252	-36'700	-48'500
Total übriger Personalaufwand	-45'000	-178'611	-193'000	-175'000
Total Personalaufwand	-298'000	-474'567	-461'700	-528'500
Total Raumaufwand	-60'000	-45'635	-32'000	-56'000
Total Unterhalt, Reparatur, Ersatz (URE)	-40'000	0	-3'500	0
Total Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	-8'000	-6'276	-5'462	-2'600
Total direkter Verwaltungsaufwand	-240'000	-259'806	-122'000	-184'000
Total übriger Verwaltungsaufwand	-170'000	-9'795	-92'000	-15'000
Total Informatikaufwand	-35'000	-24'516	-17'500	-16'000
Total Aufwand Werbung/Mitgliederabonnemente	-260'000	-174'658	-170'000	-220'000
Total sonstiger Betriebsaufwand	-30'000	-47'720	-47'500	-35'000
Total übriger Betriebsaufwand	-843'000	-568'406	-489'962	-528'600
Total Betriebs- und Personalaufwand	-1'141'000	-1'042'973	-951'662	-1'057'100
Betriebliches Ergebnis	74'000	-3'372	98'338	266'900
Total Abschreibungen und Wertberichtigung	-25'000	-46'195	-20'500	-95'000
Total Finanzerfolg	0	35'210	55'800	40'000
Total periodenfremder Aufwand und Ertrag	0	-28'984	0	-108'900
Total Steuern	-500	-179	-300	0
Jahresgewinn	48'500	-43'520	133'338	103'000

Swiss Marketing

Talacker 34
8001 Zürich

Geschäftsstelle:
+41 44 914 44 44
www.swissmarketing.ch

