

34. Trend-Tagung der
Gesellschaft für Marketing

Ran an den Kunden

Google Forum Zürich, 25. März

Grössere Kundennähe bringe bessere Ergebnisse - diese These wurde unter dem Motto «Closer to the Customer» von diversen Experten untersucht. Die vorgestellten Fälle aus dem wahren Geschäftsleben waren äusserst vielfältig. Von Luxusgütern war die Rede, von Gastronomie und Versicherungen. Sex war ein grosses Thema, und selbstverständlich fehlten auch die Megathemen KI und Longevity nicht. Die 250 Teilnehmer der ausverkauften Veranstaltung erfuhren neuste Marketingtrends aus erster Hand. Marcus Schögel, Direktor des Instituts für Marketing der Universität St. Gallen, fasste die Erkenntnisse des Tages so zusammen: «Wir können nachweisen, dass Kundenorientierung wirklich etwas bringt.» *Markus Senn, Text und Fotos*

Das Quote: „Direkter menschlicher Kontakt wird zum Luxusgut – das lässt sich monetarisieren!“ Dominique von Matt, Präsident GfM

Stefan Brupbacher beim Efficiency Club

Mitten im Sturm

Kunsthaus Zürich, 2. April

Am Abend von Donald Trumps Zollentscheid sprach Stefan Brupbacher, Swissmem-Direktor, vor dem Efficiency Club. Die Schweiz ist der sechstgrösste ausländische Investor in den USA und erhebt selbst keinerlei Industriezölle. Für Brupbacher, der Zölle für bürokratischen Wahnsinn hält, war deshalb klar: «Die Schweiz hat gute Karten.» Wenige Stunden danach war klar: Die Zölle kommen! Indes: Ein paar Tage später war alles wieder anders. *Markus Senn, Text und Fotos*

Das Quote: „Der Westen verspielt gerade den letzten Rest seiner Glaubwürdigkeit.“ Stefan Brupbacher

34. gfm Trend-Tagung Closer to the Customer



Jean-Marc Grand (l.) und Dominique von Matt, beide Gesellschaft für Marketing (GfM).



Mathias Karsupke, Availabil; Bea Knecht, Zattoo.



Marcus Schögel, Universität St. Gallen; Josephine Chamoulaud, Smile Versicherung; Kevin Baxpehler, Remagine Ventures; Roman Malessa, F/A/Q Health (v.l.).



Elke Guhl, The Strategy Factory Switzerland; Bea Knecht, Zattoo; Veronika Elsener, Victorinox (v.l.).



Nina Ruge, Referentin; Leif Brandes, Universität Luzern.



34. Trend-Tagung

Closer to the Customer



Michel Péclard (l.), Gastronom; Caroline von Kretschmann, Hotel Europäischer Hof, Heidelberg; Torsten Müller-Otvös, CP Luxury Minds Consulting.



Kevin Bürchler (l.) und Christian Kälin (r.), beide SIP Medical Family Office; Dirk Schütz, BILANZ.

SIP-BILANZ Health & Longevity Conference 2025

No Nonsense

Hotel Park Hyatt, Zürich, 3. April

Als «No-Nonsense Conference» hatte Christian Kälin, der Gründer des SIP Medical Family Office und Co-Gastgeber, die erste Health & Longevity Conference Zürich angekündigt. Zahlreiche internationale Spezialisten aus den Bereichen Medizin, Finanzen und Justiz zeigten Wege zu einem erfüllten, gesunden und langen Leben auf. Longevity steht für das Streben nach lebenslanger körperlicher Gesundheit und geistigem Wohlbefinden. Bei einer immer älter werdenden Bevölkerung wird dies zu einem Megatrend mit entsprechend vielversprechenden Geschäftsmöglichkeiten. *Markus Senn, Text und Fotos*

Das Quote: „Gesundheit ist das absolute, ultimative Gut.“
Kevin Bürchler, CEO SIP Medical Family Office



Kai Zacharowski, Universitätsklinikum Frankfurt; Faye Mythen, Reborne Longevity; Oliver Neubert, Neoviva; George Gaitanos, «Chenot Palace Weggis» (v.l.).



Pietro Vernazza, Infektiologe und Forscher; Philipp Kruse, Kruse Law; Paul Robert Vogt, EurAsia Heart Foundation (v.l.).



Joanna Bensz (l.), Longevity Center; Daniel Moos, International Music Productions; Marcel Schirbach, MS Patent; Blaise Jacholkowski, Health Tech Consulting (v.l.).



Stefan Stefanovic, Genesis Longevity Consult; Marc Bernegger, Bernegger Ventures; Chris Moore, Nordic Laboratories; Blaise Jacholkowski, Health Tech Consulting (v.l.).

Mehr Fotos zu diesen und weiteren VIP-Anlässen: www.bilanz.ch/auftritt