

MARKE DES MONATS: FAIRTRADE MAX HAVELAAR

# Kapselförmiger Meilenstein

VON STEFAN VOGLER

## DER AUTOR



Stefan Vogler berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke. [www.markenexperte.ch](http://www.markenexperte.ch)

Marke des Monats im Oktober 2013:



[www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)

Nespresso sorgt häufig auch für kämpferische Schlagzeilen. Je rasanter die genialen Kapseln Markt für Markt erschliessen, desto härter gestaltet sich das Buhlen um die Gunst der Kaffeegeniesser. In den letzten Jahren folgte ein Konkurrent dem andern. Die Attacken auf den lukrativen Markt des kultivierten Kapselgenusses wurden stets gekontert: Nespresso lässt sich als Pionier den Platz an der smarten Clooneysonne nicht kampflos streitig machen. Aber es scheint, als ob die juristischen Scharmützel einer der wertvollsten Marken unseres Landes nichts anhaben können. Der von

Interbrand berechnete Markenwert liegt 2013 bei stolzen 2,2 Milliarden US-Dollar und wuchs in einem Jahr um satte 14 Prozent!

Bei so viel Erfolg könnte Nespresso arrogant über die zunehmende Schar kritischer Konsumenten hinwegsehen. Dass Hochmut bekanntlich vor dem Fall kommt, haben die globalen Kaffeehändler zu Vevey kapiert und einen besonderen Coup gelandet: «Fairtrade Max Havelaar verbündet sich mit dem Kapselkaffeehersteller Nespresso. Zehn Prozent der Produktion sollen auf Fairtrade umgestellt werden.» Dass Nadja Lang im IN/OUT-Ranking

der Zeitschrift BILANZ den 100-prozentigen-Spitzenplatz im grünen Bereich erhielt, erstaunt nicht. Und weil sich die Fairtrade-Marketingprofis mindestens so fest um Nespresso bemüht haben wie umgekehrt, ist Fairtrade Max Havelaar «Marke des Monats».

Die Fairtrade-Leute sind dem Birkenstock-sandalenimage längst entwachsen und verhandeln heute auf Augenhöhe mit Global Players wie Nestlé. Beseelt von der Vision eines fairen Handels, der den Kaffeebauern vor Ort eine Verbesserung der Lebensbedingungen aus eigener Kraft ermöglicht, arbeitet die Max Havelaar

Stiftung höchst professionell. Im Dienst der Sache holen Sie die Marketingmultis ins Fairtrade-Boot und verfolgen ihr Ziel hartnäckig, aber charmant. Welcher Meilenstein die neue Partnerschaft mit Nespresso war respektive sein wird, zeigt das Statement von Nadja Lang: «Wir kommen damit unserer Vision, dass Fairtrade selbstverständlich wird, ein Stück näher.»

Verrückt, aber schön: Die Marke Fairtrade Max Havelaar wird dann am wertvollsten sein, wenn sie abgeschafft werden kann, weil der faire Handel global Realität wurde. Es gibt aber noch viel zu tun. Achten Sie auf die nächsten Meilensteine des begehrten Labels.

What else?

Publireportage

## 9. AWARD CORPORATE COMMUNICATIONS®

# Ausgezeichnete Kommunikation

Zum neunten Mal hat die Jury des nationalen Award Corporate Communications die innovativsten Kommunikationskonzepte ausgezeichnet. Gewonnen hat die Agentur BSSM mit einem Projekt für die Basellandschaftliche Kantonalbank. Der Kategorienpreis Award Social Media ging an die Namics.

TEXT PETER BLATTNER

Der diesjährige Award Corporate Communications prämiert das Projekt rund um die Lancierung des neuen Leitbildes «Erfolgreich mitgestalten» der Basellandschaftlichen Kantonalbank. Durch die Nutzung von internen und externen Kanälen, dem Einsatz eines breiten Spektrums von Kommunikationstools und der konsequenten Umsetzung der Zielvorgabe konnte das Siegerprojekt die Jury von seiner Nachhaltigkeit und Ganzheitlichkeit überzeugen.

Die Fachjury sieht die Award-Vergabe in einem grösseren Kontext: «Erstmals wurden dieses Jahr

gleich drei Projekte aus dem Bankensektor eingereicht. Dies zeigt, dass sich diese Branche weiter öffnet und kommunikativer stärker aktiv ist. Somit ist der Gewinn des Award-CCs durch das Projekt der BLKB nur ein weiterer Schritt in dieser fortlaufenden Entwicklung», meint Juror Urs Frei, Mitglied des Harbour Club und Chief Communications Officer von Schweizer Organisationen.

Weitere Nominierte dieses Jahr waren: Coca-Cola Schweiz mit «In Coca-Cola steckt mehr Schweiz als man denkt», die Helsana-Gruppe mit «Helsana-Family», die Notenstein Privatbank AG mit «Denken in Szenarien» sowie aus der



Das Team der Agentur Bi-Com, Initiativ und Veranstalter des Award Corporate Communications: Roland Bieri, Inhaber, Christine Bieri, Events, und Daniel Bieri, Online Marketing.

Foto: zVg

Romandie die Organisation Vanksen VKGP mit dem Projekt «Mission GE: SIG Les Services Industriels de Genève».

### Social Media Award für Swisscom

Bereits zum dritten Mal wurde dieses Jahr im Rahmen des Award-CC der Award Social Media verliehen. In einer ersten Phase konnte das Publikum auf

Facebook aus 22 Kampagnen sechs Favoriten auswählen. Aus diesen sechs Finalisten entschied sich eine erstmals einberufene, hochkarätige Fachjury für das Konzept von Namics für die Swisscom.

Dieser Entscheid war jedoch äusserst knapp. Auf dem zweiten Platz folgt Freestyle TV, ein Ein-Mann-Projekt aus dem Kanton Bern.

Showhighlight und entspannte Atmosphäre Nebst der Verleihung der Awards standen der gemütliche Austausch zwischen Exponenten der Kommunikationsbranche, sowie eine unterhaltsame Preisgala im Mittelpunkt des Abends. So verzauberte der Luzerner Klangkünstler Jan Siegwart das Publikum mit seiner Show.

«Wir möchten uns bei all unseren Sponsoren, den Bewerbern, den Nominierten und dem Publikum für einen tollen Abend bedanken und gratulieren den Preisträgern ganz herzlich», fasst Initiator Roland Bieri den 9. Award Corporate Communication zusammen.

Im nächsten Jahr feiert der Award-CC seinen 10. Geburtstag, mit vielen Neuheiten und Aktivitäten rund um das Jubiläum. Die Preisverleihung findet am 11. September 2014 statt.

[www.award-cc.com](http://www.award-cc.com)