

Markom

“
**If your
content
Marketing
is for
everybody,
it is for
nobody.**

Joe Pulizzi,
Autor

”



MARKE DES MONATS BY STEFAN VOGLER

Made with respect!

Ob jemand Switcher kennt oder nicht, ist eine Generationenfrage. Ich erinnere mich bestens an die bunten T-Shirts mit dem sympathischen gelben Wal-Symbol im Logo. In einer jahrzehntelangen Talundbergfahrt, vermochte die Marke die einst hohe Bekanntheit und Beliebtheit nie mehr zurückzuerobern. Vor neun Jahren segnete sie in einem Konkurs das Zeitliche. 2020 setzte sich der engagierte Unternehmer Marc Joss zum Ziel, den gelben Wal wieder zum Schwimmen zu bringen. Und wie: Diesen Dezember wird der erste von zehn in der ganzen Schweiz geplanten Shops in Winterthur eröffnet. Während Fashionretailer darben, soll Switcher weiterhin im gut laufenden Onlineshop, bei Digitec Galaxus, Brack, einigen Händlern und neu in eigenen Läden verkauft werden. Der Switcher CEO hat damit die Marketing-Binsenwahrheit, wonach eine Marke sicht- und erlebbar sein muss, mutig umgesetzt. Oder mindestens eingeleitet. Obwohl der Vorsprung an zertifiziert nachhaltigen Modemarken wie Patagonia oder hierzulande Nikin riesengross ist, scheint die aktuelle Kollektion anzukommen. Das kultige T-Shirt mit dem Namen 'Bob' gibt es schon 30 Jahre, heute in 20 Farben und 8 Grössen. Neben den gefütterten «Onesie»-Jacken (siehe Bild) sind bald auch zwei Regenjacken, made in China erhältlich. Das klingt wenig vertrauenswürdig bezüglich Nachhaltigkeit. Aber Joss legt als bekennender Gegner von billigen Fast Fashion Brands wie Shein oder Temu Wert auf die Feststellung, dass seine Regenjacken plastickfrei sind und möglichst nachhaltig produziert werden. Alles andere würde gegen die DNA von Switcher verstossen. Unabhängig von der Frage, ob die Marke schon Kultstatus erreicht hat, wie es der «Blick» jüngst titelte, wird sich zeigen, ob sie die Krux jeder Retromarke überwindet. Gelingt es, neben den älteren Zielgruppen in Zukunft vermehrt auch die fastfashionmüden Jungen zu erreichen? Ich möchte es Marc Joss gönnen, wenn er den Wal wieder richtig hoch zum Springen brächte. > *Stefan Vogler ist strategischer Berater für Branding, Marketing & Kommunikation, Dozent und Studiengangsleiter an der HWZ und als Verwaltungsrat tätig. > markenexperte.ch*



SWA

Direktor Roland Ehrler hört Ende 2026 auf

Der langjährige Direktor des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbands (SWA), Roland Ehrler wird sich auf eigenen Wunsch auf Ende 2026 aus dem operativen Geschäft zurückziehen und seinen Vor-Ruhestand antreten. Der SWA sucht deshalb ab sofort einen Nachfolger für den amtierenden Direktor.



PORTRÄT

Promarca-Chefin gibt Einblicke

Die Direktorin des Verbands Promarca stand Rede und Antwort. Herausgekommen ist ein berührendes Porträt einer Frau, die in ihrer Karriere nie den Lift genommen hat, sondern die Treppen. Keine Abkürzungen, sondern schrittweise Erfolge, die langfristig zu einer beeindruckenden Karriere geführt haben. Ab Seite 78