

«Wir machen den Brückenschlag zwischen Marketing und Architektur.»

Exklusives SMC-Interview mit Urs Bratschi, Inhaber Baukoma AG Kerzers, Initiant und Veranstalter des «Award für Marketing + Architektur».



And the winner is: Die prämierten Teilnehmer der vier Kategorien freuen sich über den Award. Ganz rechts: Initiant und Veranstalter Urs Bratschi.

Herr Bratschi, wie sind Sie auf die Idee für den «Award für Marketing und Architektur» gekommen?

Beim Gang durch Gewerbezone, Shoppingzentren, Geschäfte oder öffentliche Anlagen ist mir immer wieder aufgefallen, wie wenig Unternehmen mit ihren eigenen Gebäuden und Räumen als Marketing-Instrument kommunizieren. Diese verpassten Chancen der vielen Firmen, die Unternehmens- und Markenwerte dreidimensional, fühl- und fassbar zu machen, motivierten mich zur Kreation dieses Awards.

Damit bringen Sie zwei Disziplinen zusammen.

Ja, wir zeigen den beidseitigen Vorteil einer eigenständigen, profilierenden und damit einzigartigen Corporate Architecture, kurz CA, für die kommunikative Positionierung auf dem Markt und bei den Zielgruppen auf. Mit unserem Anlass bieten wir die Plattform für Wissenstransfer, bieten die Möglichkeit für gegenseitige Impulse und schaffen den Treffpunkt für Networking. Wir machen also den Brückenschlag zwischen den Disziplinen.

Architekten stehen dem Marketing eher kritisch gegenüber. Warum?

Das hat historische Gründe. Viele Architekten verstehen unter Marketing nur Werbung. Dann schwingt auch der negative Aspekt von aufdringlicher Werbung eine Rolle. Und weil früher Eigenwerbung für Architekten wie auch für Ärzte ein Tabu war, haben sie noch keinen vollen Zugang zur Handhabung dieser Disziplin. Wichtig ist mir, dass wir das hochwertige Marketing bei den Architekten ins rechte Licht rücken können.

... und umgekehrt: Wie steht das Marketing zum CA?

Marketingfachleute sind generell offene Menschen. Ich glaube aber, dass die meisten das Marketing-Instrument CA und seine fantastische Wirkung noch gar nicht entdeckt haben. CA wird bestimmt in Zukunft neben den klassischen Medien ebenfalls einen wichtigen Stellenwert innerhalb des Kommunikations-Mix bekommen. Ich meine, dass die Magnet-Wirkung, die von einer integrierten Architektur ausgeht, noch lange nicht ausgeschöpft ist. Erfolgreiches CA beginnt aber in der Auseinandersetzung mit dem Thema und verlangt unbedingt ein klares Briefing.

Was genau wird von der Jury prämiert?

Wir hatten total 42 Eingaben, von denen 17 Objekte für 4 Gruppen in die engere Wahl als Nominierte für die Preisverleihung im KKL kamen. Prämiert werden Bauten und Räume, die einen erkennbaren Bezug zur Firmenphilosophie sowie zum Marken- und Marktauftritt mittels einer kreativen und hochwertigen Architektursprache schaffen. Der Award ist also weder ein reiner Architektur- noch ein reiner Marketing-Preis. Die beiden Disziplinen werden komplementär zueinander betrachtet. Diese Haltung zeigt sich auch in der Zusammensetzung der Jury.

Deshalb ist Uwe Tännler in der Jury?

Richtig. Einerseits als Präsident vom SMC hat er die Aspekte des Marketing vertreten, andererseits mit seinem Know How in der Baubranche war er die ideale Person für die Jury. Er hat es gut verstanden, den Brückenschlag zwischen beiden Disziplinen zu schaffen. Zudem hat er für den Verband Swiss Marketing eine professionelle Visitenkarte hinterlegt.

Sind Sie mit dem Anlass zufrieden?

Zu diesem ersten Anlass kamen bereits über 500 Teilnehmer, die Mehrheit noch aus dem Bereich der Architektur und Baubranche generell. Ich denke aber, es ist nur eine Frage der Zeit, bis den Fachleuten aus Marketing und Kommunikation die grossen Chancen aus der Corporate Architecture bewusst werden. Die vielen, positiven Reaktionen der Presse haben uns überrascht. Sogar die Nachrichten-Sendung «10 vor 10» von SF DRS brachte einen längeren Beitrag über die Award-Verleihung. Wir sind mehr als zufrieden und schauen sehr positiv in die Zukunft.

Interviewpartner: Patrick Bernd Buchert

Der nächste «Award für Marketing + Architektur» wird am 23. April 2010 wieder im KKL in Luzern vergeben.



Faszinierendes Spiel mit Farben.



Marketingfachleute und Architekten beim Brückenschlag.



Die Windriders begeistern als optische Menschenflammen.



Sonderpreis für den Freitag Flagship Store in Zürich: Die ersten 4 Etagen sind Verkaufsräume.



Jury-Mitglied Uwe Tännler hält seine Laudatio.



SMC-Präsident Uwe Tännler mit Veranstalter Urs Bratschi.



Networking mit guten Aussichten.