

Jahresbericht 2022

20 regionale Clubs / nationaler Club «Top Sellers» wieder aktiv / 27. Mai Int. Marketing Tag / erfolgreiche Prüfungsorganisationen durch [sucess.org](https://www.sucess.org) / Bildungskompetenz und Förderung des Lifelong Learnings – [campus.swiss](https://www.campus.swiss) / Zusammenarbeit mit European Marketing Confederation (EMC) in der Personenzertifizierung – mit der Lancierung des Senior Marketing Professional (SMP) – finanzielle Stabilität weiter gestärkt



JETZT
INFORMIEREN

Vorwort



Andreas Balazs, Präsident Zentralvorstand

Geschätzte Kolleginnen und Kollegen

Im Jahr 2022 wurde der Startschuss zur gemeinsamen Gestaltung der Zukunft des Verbands gegeben. Im Rahmen von drei Workshops, die auf grosses Interesse und rege Beteiligung der regionalen Clubs stiessen, diskutierten Clubmitglieder, der Zentralvorstand und die Repräsentanten der Geschäftsstelle intensiv miteinander. Es zeigte sich, wieviel Engagement erforderlich ist, um gemeinsam eine neue Richtung einzuschlagen. Alle Beteiligten waren sich darüber einig: Swiss Marketing wird den Mehrwert für Mitglieder national wie auch regional ausbauen.

Hervorzuheben ist darüber hinaus die finanzielle Stabilisierung des nationalen Verbands. Dieses Ziel wurde durch verschiedene Massnahmen sowie die straffe Führung der Finanzen erreicht. Zudem freut es mich sehr, dass der Club «Top Sellers» wieder aktiv betrieben wird.

Auf ein erfolgreiches Jahr 2023

Geschäftsstelle

Im Gustav-Ammann-Park in Oerlikon ist das Verbandsmanagement von Swiss Marketing beheimatet. Unter der Leitung von Andreas Wild unterstützen die Teammitglieder Cesare Anecchiarico und Alina Osterwalder die 20 Clubs und stehen mit Rat und Tat zur Verfügung. Sie setzen verschiedene überregionale Projekte um und vertreten Swiss Marketing in den sozialen Medien.

Die Geschäftsstelle ist darüber hinaus für den intensiven Austausch mit den Medien, Sponsoren und Partnern verantwortlich. Dazu zählen ASW, Schweizer Medien, Leading Swiss Agencies, IGEM, Swiss LiveCom Association, KS/CS, pr Suisse, SVIK, SDV, Promarca, SWA – um nur einige zu nennen. Die Kommunikation und die Pflege des Netzwerks sind unabdingbar, um die Branche zu stärken.



Von links nach rechts:

Alina Osterwalder, Administration

Andreas Wild, Geschäftsführer

Cesare Anecchiarico, Marketing & Kommunikation

Swiss Marketing & EMC organisatorische Kooperation

Die European Marketing Confederation (EMC) ist eine der grössten Marketing-Mitgliedsorganisationen Europas und vertritt Marketing-, Vertriebs- und Kommunikationsverbände verschiedener Länder. Swiss Marketing repräsentiert die Schweiz innerhalb der Organisation. Die Zielsetzung ist der Austausch untereinander und die Harmonisierung von Verfahren in den relevanten Bereichen.

Stärkung der Zusammenarbeit mit EMC

Swiss Marketing, als Mitglied des EMC und vertreten im Vorstand durch den Verbandspräsidenten, Andreas Balazs, setzt sich für Kommunikations- und Verkaufsberufe und verschiedene neue Berufsbilder in den Bereichen Marketing und Verkauf zukunftsorientiert und länderübergreifend ein. Das duale Bildungssystem der Schweiz wird international häufig als gutes Beispiel genannt, das dank seiner Durchlässigkeit ein Maximum an Möglichkeiten für Entwicklung und Veränderung bietet. Im Jahr 2022 wurde in verschiedenen Fachartikeln verstärkt darauf hingewiesen, um den Bekanntheitsgrad zu steigern.

Eine starke Gemeinschaft

Gegenwärtig sind nationale Marketing-Organisationen aus insgesamt elf Ländern Mitglieder der EMC.

Die Länder und ihre Organisationen:

- Schweiz: Swiss Marketing
- Österreich: Austrian Marketing Confederation AMC
- Vereinigtes Königreich: Chartered Institute of Marketing CIM
- Deutschland: Deutscher Marketing Verband DMV
- Litauen: The Lithuanian Marketing Association LiMA
- Irland: Marketing Institute Ireland MII
- Niederlande: Nederlands Instituut voor Marketing NIMA
- Slowenien: Drustvo za Marketing Slovenje DMS
- Portugal: Associacao Portuguesa dos Profissionais de Marketing APPM
- Spanien: Asociacion de Marketing de España AMKT
- Ukraine: Ukrainian Marketing Association UMA

Alle weiteren Informationen unter: www.emc.be

Die Ausbildungen in der Schweiz werden auf europäischer Ebene wie folgt eingestuft:

EQR Niveau	EMC-Zertifikat	Eidg. Abschluss
7 (Master)	Marketing Director	Dipl. Marketingleiter/in
6 (Bachelor)	Sales Director	Dipl. Verkaufsleiter/in
6	Marketing Manager	Dipl. Marketingmanager/ in HF
5	Junior Marketing Manager	Marketingfachleute mit eidg. FA
5	Junior Sales Manager	Verkaufsfachleute mit eidg. FA

www.swissmarketing.ch/education/

Siehe unter «Schweizer Ausbildungen weltweit anerkannt»

Und was bringt das?

Die Vergleichbarkeit von Schweizer Abschlüssen auf europäischer Ebene führt automatisch auch zu einer besseren Anerkennung. Ein Beispiel: Heidi Musterfrau hat die Ausbildung für Marketing Fachleute mit eidg. FA abgeschlossen und ihr Diplom erhalten. Eidgenössische Fachausweise sind im NQR bzw. EQR auf Stufe auf Stufe 5 angesiedelt. Heidi Musterfrau kann nun bei Swiss Marketing ihr EMC-Zertifikat beantragen, welches sie als «Junior Marketing Manager» ausweist. Ihr Abschluss lässt sich nun international vergleichen und anerkennen.

Internationaler Marketing-Tag am 27. Mai



Der 27. Mai wurde auf der Grundlage des einstimmigen Beschlusses der EMC zum «Internationalen Tag des Marketings» erkoren. Das Ziel dieses Tages ist es, die Bedeutung des Marketings für Wirtschaft und Gesellschaft ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Marketingschaffende dürfen selbstbewusst auf den Wert ihrer Arbeit blicken und feiern ihren Tag in Zukunft weltweit gemeinsam mit Partnern und Kollegen. Swiss Marketing wird mit verschiedenen Aktionen für Aufmerksamkeit sorgen.



Die Clubs – unser Netzwerk

Swiss Marketing ist mit 20 Clubs in allen Regionen der Schweiz präsent. Im vergangenen Jahr fanden über 100 Events in der ganzen Schweiz statt – live oder online. Mit der Gründung der beiden Clubs «Léman» und «Arc», stieg die Anzahl der Mitglieder auf beachtliche 80 Personen in der Westschweiz.

Die Club-Veranstaltungen setzen sich aus Webinaren, Firmenbesichtigungen oder Fachvorträgen zusammen. Das Networking wird bei den Live-Events gross geschrieben. Der hohe Zuspruch belegt, dass gerade dieser Mix sehr geschätzt wird.

Erfreulicherweise wurde im Jahr 2022 der Club «Top Sellers» wieder aktiv. Hubert Boog wurde zum neuen Präsidenten gewählt und wird im Vorstand von Maurizio Tondolo und Thomas Schärer unterstützt. Gemeinsam bilden sie ein überaus motiviertes Team. Es ist offensichtlich, dass der Aufbau von Fachwissen der Komplexität des «modernen Verkaufens» zudient. Im Club «Top Sellers» wird den Mitgliedern dieses Fachwissen mit dem Ziel vermittelt, die Kompetenz und Effizienz der Verkäuferinnen und Verkäufer zu steigern.

Informationen zur jeweiligen Organisation und den Aktivitäten sind zu finden unter:

www.swissmarketing.ch/networking/clubs



Die Mitglieder des Clubs Zürich NORD besuchen den Erbauer des Böögg's, Lukas Meier



Marketing Arena in Schaffhausen unter der Moderation von Stefan Klapproth



Die Teilnehmenden eines Austauschs zum Thema «Gender-Sprache» lassen den Abend gemeinsam ausklingen.

Organisation für eidgenössische Prüfung



Die seit Juni 2020 existierende Firma **suxxess.org AG** hat sich in der Prüfungsorganisation der Marketing- und Verkaufsfachprüfungen im 2022 etabliert.

Die Prüfungen für Marketing- und Verkaufsfachleute bzw. Marketing- und Verkaufsleiter*innen konnten ohne Zwischenfälle durchgeführt werden. Bei der Durchführung bewährte sich die gesammelte Erfahrung, denn der Ablauf funktionierte nicht nur bestens, es konnte auch mehr Qualität in die Organisation einfließen. Aber nicht nur operativ, sondern auch finanziell war die **suxxess.org AG** erfolgreich. Der im Jahr 2021 erwirtschaftete Gewinn macht sich 2022 für Swiss Marketing in Form einer Dividende positiv bemerkbar.

MFL / VFL: Die schriftlichen Prüfungen fanden an drei Standorten statt: Für die Romandie in Lausanne, für das Tessin in Manno und für die Deutschschweiz in St. Gallen. Die mündlichen Prüfungen wurden an den Kantonsschulen Alpenquai und Reussbühl, beide in Luzern, durchgeführt.

ML / VL: Die schriftliche Prüfung fand an der Messe in Basel statt und die mündlichen Prüfungen wurden an der Kantonschule Alpenquai in Luzern abgehalten.

Organisation

Insgesamt wirkten an der eidgenössischen Berufsprüfung für Marketing- und Verkaufsfachleute rund 450 Personen mit. Dazu gehören rund 40 Prüfungsaufsichten und -helfer, 350 Prüfungsexperten, Prüfungsvorstände und -autoren, das Prüfungssekretariat, das Leitungsteam und viele weitere Personen.

Ausbildung	Anmeldungen	Abschlüsse
Marketingfachleute	570	386
Verkaufsfachleute	469	272
Marketingleiter*innen	50	34
Verkaufsleiter*innen	278	116

Bildungskompetenz

campus⁺
.swiss



Im Jahr 2022 gründete Swiss Marketing ein Unternehmen in Form einer AG – die Tochtergesellschaft campus.swiss. Unter der Leitung der Geschäftsführerin Bettina Wertli wird campus.swiss als themenführende Kompetenzplattform verschiedene Bildungsangebote, insbesondere zur Förderung von «Lifelong Learning», erbringen. Als Bildungspartner der Wirtschaft werden top-aktuelle Praxisthemen gezielt vermittelt sowie branchenrelevante Kompetenzen gefördert und zertifiziert. Das Kursprogramm soll die Leistungen anderer Bildungsanbieter ergänzen.



Premium Speaker unterstützen die Organisation dabei, an bedürfnisorientierten Veranstaltungen selektive und auf die Zielgruppe abgestimmte Kompetenzen herauszuarbeiten. Dabei werden nationale, internationale und globale Aufgabengebiete einbezogen.

campus.swiss: Die drei Säulen der Bildung

1 Wir prüfen die Prüfenden

Campus.swiss ist die **Ausbildungsorganisation aller Prüfungsexperten im Bereich der Berufs- und höheren Fachprüfungen in Marketing und Verkauf**. Ein exklusives Programm bereitet die Prüfungsexpert:innen der Ausbildungslehrgänge für Marketing- und Verkaufsfachleute sowie Marketing- und Verkaufsleiter:innen auf ihre Aufgaben vor.

▶ Exklusiv für Prüfungsexperten

2 Zertifiziertes Lifelong Learning

Für alle, die sich fokussiert weiterbilden, bietet campus.swiss ein grosses Bildungs- und Zertifizierungsangebot. **Hierbei wird auf bewährte Partnerschaften und die enge Zusammenarbeit mit Bildungsanbietern gesetzt. Es werden weiterhin Anbieter der Programme in der höheren Berufsbildung auf Augenhöhe unterstützt.**

▶ Exklusiv für Fachleute, Entscheidende und Weiterdenkende

3 Bildungspartner der Wirtschaft

campus.swiss AG ist exklusiver Bildungspartner der Wirtschaft und bildet praxisrelevant und massgeschneidert aus. Dabei liegt ein besonderer **Fokus auf der Qualität** der angebotenen Dienstleistungen.

▶ Bildungsangebote und Zertifizierungen für Unternehmen

Kursangebote

Abhängig vom Thema werden die Kurse live oder online durchgeführt.

Marketing & Kommunikation:

Ganzheitliche Marktleistungen & Marktbearbeitung

Selbst- & Projektmanagement:

Selbstorganisation, Resilienz, agile Methoden & Projektmanagement

Megatrends & Innovation:

Wie Trends die Zukunft prägen und Unternehmen davon profitieren

Management & Leadership:

Holistische Unternehmensführung, agiles & innovatives Management

Sales & Consulting:

Analog & digital über den gesamten Customer Lifecycle

Ökonomie & Finanzen:

Globale Wirtschaft, Finanzen, Verantwortung & Nachhaltigkeit

«One Swiss Marketing»

Die Strategie:

Direktmitgliedschaften werden bei Swiss Marketing seit 2021 nicht mehr angeboten. Das hat den Anstoss gegeben, die Strategie des Verbands anzupassen. Unter dem Motto «einer für alle, alle für einen» wurden drei Strategie-Workshops zu Beginn des Jahres 2022 initiiert, um gemeinsam die Zukunft des Verbands zu gestalten. Die Ziele waren dabei klar. Swiss Marketing will sich für die Zukunft noch besser aufstellen, mehr Erträge erwirtschaften. In den Workshops beteiligten sich Mitglieder aus allen Regionen und Clubs. Ausserdem waren Mitarbeitende aus allen Gremien wie der Geschäftsstelle, Suxsess, Campus.Swiss und den Prüfungskommissionen anwesend.

Nummer eins für Netzwerk – lebenslanges Lehren und Lernen – Prüfen & (Re-) Zertifizieren

Auftrag und Vision:

Swiss Marketing ist das führende Ökosystem für das lebenslange Lernen & Lehren, Prüfen & (Re-) Zertifizieren sowie Vernetzen seiner Mitglieder. Als Berufs- und Fachverband repräsentieren wir alle Marketing- und Verkaufsberufe.

Ziele der Strategiearbeit 2023 bis 2026:

- Konsequenterer Ausrichtung am Kunden – insbesondere an jungen Kund:innen
- Herausarbeiten von überbezeugendem Mehrwert für alle Anspruchsgruppen
- Eine einfach verständliche, verbindliche & zukunftsfähige Organisation schaffen
- Förderung der Fach- und Sozialkompetenz der Mitglieder
- Mehr Effektivität und Effizienz bei Organisation & Struktur durch Synergien

- Schaffen von Strukturen, die die lokalen Clubs stimulieren und deren Kräfte bündeln
- Klare Positionierung gemäss erarbeitetem Strategiepaket
- Vereinfachung und Optimierung von Zusammenarbeit & Kommunikation zwischen lokalen Verbänden, Zentrale und Partnern
- Aktualisierte, zukunftsweisende Statuten
- Klares Regelwerk für Geldflüsse zwischen Clubs und Geschäftsstelle

In drei Strategie-Workshops wurden Vorschläge zu vier Arbeitspaketen erarbeitet, die somit abgeschlossen wurden und Ergebnisse vorliegen:

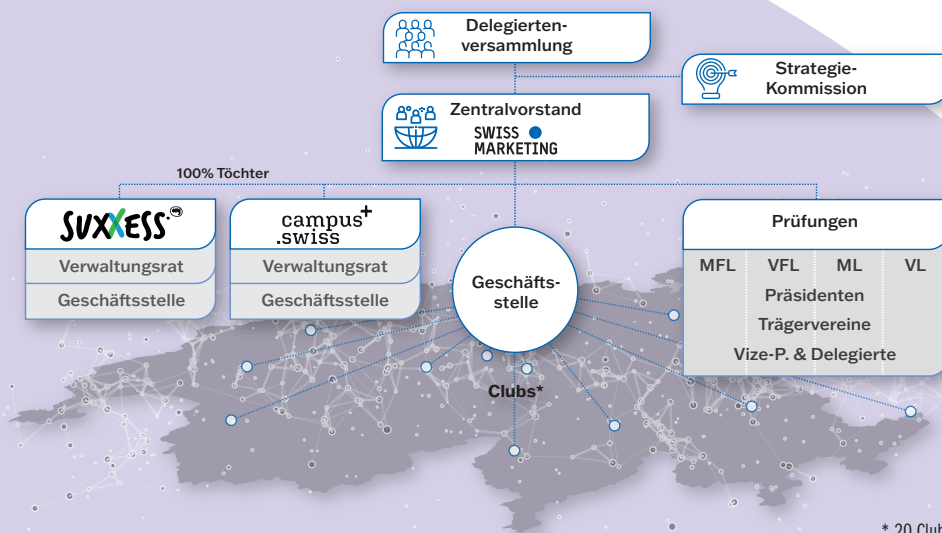
- ✓ Arbeitspaket 1: Service-Angebote
- ✓ Arbeitspaket 2: Mitgliedschaftsmodell
- ✓ Arbeitspaket 3: Mitglieder Management, Akquisition & Marktbearbeitung
- ✓ Arbeitspaket 4: Kommunikation & Events

Gestaltung der strategischen Richtung weiterhin im Fokus

Weitere Themen sind die Aufarbeitung der Workshop-Ergebnisse und die Umsetzung der folgenden Arbeitspakete:

- Arbeitspaket 5: Finanzielle Führung
- Arbeitspaket 6: Organisation
- Arbeitspaket 7: Statuten

Struktur und Aufbau von Swiss Marketing:



* 20 Clubs

Finanzbericht 2022

ERFOLGSRECHNUNG	2022		2021	
	CHF	%	CHF	%
Mitgliederbeiträge	301'134		358'899	
Erträge Prüfungen	197'765		213'752	
Erträge Verband	203'304		300'195	
Übrige Erträge	158'481		200'027	
Eriösminderungen	-50'274		-27'317	
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	810'409	100.0	1'045'556	100.0
BETRIEBLICHER GESAMTERTRAG	810'409	100.0	1'045'556	100.0
Dienstleistungsaufwand	45'404		49'531	
Aufwand für Dienstleistungen	45'404	5.6	49'531	4.7
BRUTTOGEWINN I	765'006	94.4	996'025	95.3
Lohnaufwand	322'999		311'394	
Sozialversicherungsaufwand	64'351		47'851	
Übriger Personalaufwand	2'076		7'551	
Leistungen Dritter	38'592		78'910	
Personalaufwand	428'018	52.8	445'706	42.6
BRUTTOGEWINN II	336'988	41.6	550'319	52.6
Raumaufwand	17'999		20'042	
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	1'955		53	
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren, Bewilligungen	5'091		5'311	
Büromaterial/Druckkosten	4'316		3'663	
Telefon/Internet/Porti	4'482		5'050	
Buchführungs- und Beratungsaufwand	29'395		35'076	
Aufwand DV/Vorstand/Strategiekommission	19'908		26'875	
Beiträge und Zertifikate	57'868		50'209	
Übriger Verwaltungsaufwand	910		675	
Informatikaufwand	38'334		94'615	
Werbedrucksachen und Kommunikation	37'358		30'859	
Konzeption Marketinganlässe national	0.00		44'663	
Mitgliedergewinnung und Networking	91'437		41'623	
Projekt «Campus»	12'104		74'031	
Sonstiger betrieblicher Aufwand	4'107		14'196	
Übriger betrieblicher Aufwand	325'263	40.1	446'941	42.7
BETRIEBSERGEBNIS VOR FINANZERFOLG, STEUERN, ABSCHREIBUNGEN UND WERTBERICHTIGUNGEN (EBITDA)	11'724	1.4	103'378	9.9

JAHRESGEWINN
CHF 45'365

Hier geht's
zum
Revisionsbericht
2022

ERFOLGSRECHNUNG	2022		2021	
	CHF	%	CHF	%
Übertrag	11'724		103'378	
Abschreibungen mobile Sachanlagen	2'200		2'800	
Abschreibungen immaterielle Werte	0.00		24'068	
Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Positionen des Anlagevermögens	2'200	0.3	26'868	2.6
BETRIEBSERGEBNIS VOR FINANZERFOLG UND STEUERN (EBIT)	9'524	1.2	76'510	7.3
Finanzertrag	45'033		550	
Finanzaufwand	-1'018		-1'466	
Finanzerfolg	44'016	5.4	-916	-0.1
BETRIEBSERGEBNIS VOR STEUERN (EBT)	53'540	6.6	75'594	7.2
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Aufwand	-7'872		-3'540	
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Erfolg	-7'872	-1.0	-3'540	-0.3
JAHRESGEWINN VOR STEUERN	45'668	5.6	72'054	6.9
Direkte Steuern	303	0.0	226	0.0
JAHRESGEWINN	45'365	5.6	71'829	6.9

Vorstand

Der Zentralvorstand von Swiss Marketing trifft sich regelmässig und stellt die strategische Weiterentwicklung des Verbands sicher.

Der Zentralvorstand ist auf drei Jahre gewählt. Ihm kommen alle Befugnisse zu, die nicht in den Zuständigkeitsbereich der Delegiertenversammlung fallen oder welche nach Gesetz oder Statuten nicht anderen Organen vorbehalten sind.



Reihe oben; von links nach rechts:

Martin Zenklusen

Karrieremanagement

Andreas Wild

Geschäftsleitung

Dietger Löffler

Clubs

Gabriela Lenherr

Finanz und Rechnungswesen

Nataschia Valenta

Sponsoring/Partnerschaften

Andreas Balazs

Präsident, Recht/IT

Reihe unten; von links nach rechts:

Simon Albisser

Nationale Anlässe/Wachstum

Sophie Favez

Beauftragte Westschweiz

Katharina Aeschlimann-Mäder

PR/Kommunikation

Beat Schlumpf

Bildung

Partnerschaften

Gold

GOLDBACH

Silber

CSS

Bronze

KAISER

speaker
BOUTIQUE

GOESSLER

D&ERS

DINOTRONIC
IT aus Leidenschaft.

compendio
Bildungsmedien

DRUCK WERK
SCHAFFHAUSEN
#bestofmedien

TICINO MANAGEMENT

OPERA

Immensive

PME

ESB
MARKETING NETZWERK

diction
Korrektur, Lektorat, Übersetzung, Copywriting

HORIZONTSWISS

Marketing Review
St.Gallen



m&k

WERBEWOCHE
ONLINEPÖRTAL FÜR WERBUNG,
MARKETING UND KOMMUNIKATION

ÖKK

Kontakt

Swiss Marketing
Langwiesstrasse 30
8050 Zürich

+41 44 914 44 44
info@swissmarketing.ch
www.swissmarketing.ch



SWISS ●
MARKETING