

WICHTIGE TERMINE 2021



Delegiertenversammlung,
Zürich

SCHWERPUNKTE 2020

COMMUNITY PLATTFORM:

Vernetzung
von Kontakten und
Know-how.

WEST-CH:

Stärkung von Präsenz
und Vernetzung
mit Club Léman.

suxxess.org:

Neue Prüfungsorganisation
erfolgreich gestartet.

EIN EREIGNISREICHES JAHR

JAHRESBERICHT 2020

Das Verbandsjahr 2020 war mit einigen Highlights verbunden. Es konnten grosse, für den Verband und die Mitglieder sehr wichtige Ziele erreicht und zahlreiche Projekte realisiert werden, einige verzögerten sich aufgrund der COVID-19-Pandemie. Abgesagte Events, rückläufige Mitgliederzahlen und – damit verbunden – eine tiefe Wachstumsrate waren die Folgen. Dennoch konnten auch positive Entwicklungen verzeichnet werden:

SWISS ● MARKETING

NEUE ADRESSE

Swiss Marketing
Langwiesstrasse 30
8050 Zürich
+41 44 914 44 44
swissmarketing.ch

Vorstand

Andreas Balazs, Präsident
Recht/IT

Beat Schlumpf
Bildung

Dietger Löffler
Clubs

Gabriela Lenherr
Finanz- und Rechnungswesen

Katharina Aeschlimann
PR/Kommunikation

Martin Zenklusen
Karrieremanagement

Natascia Valenta
Sponsoring/Partnerschaften

Simon Albisser
Nationale Anlässe, Wachstum

Sophie Favez
Beauftragte Westschweiz

Geschäftsführung

Andreas Wild

Das vom Bund in der ersten Jahreshälfte angeordnete Versammlungsverbot animierte viele unserer regionalen Clubs, erste Online-Events, Referate und Webinare zu veranstalten, die bei den Mitgliedern grossen Anklang fanden.

Aufgrund der schwierigen Rahmenbedingungen war es wichtig, weiterhin ein straffes Kostenmanagement zu führen, um dem für die Jahre 2020 und 2021 erwarteten Mitgliederrückgang und den damit ausbleibenden Mitgliederbeiträgen entgegenzuwirken. Beträchtliche Kosteneinsparungen wurden bereits durch den Umzug der Geschäftsstelle erzielt, sodass das Geld für diverse andere Projekte eingesetzt werden konnte.

Eines dieser Projekte ist die Swiss Marketing Community Plattform. Das Ziel dieser Plattform ist es, die Mitglieder überregional miteinander zu vernetzen und ihnen die Möglichkeit zu bieten, wertvolle Kontakte – vielleicht auch Geschäftsbeziehungen – datenschutzkonform zu knüpfen, sich in Gruppen zusammenzufinden und so ihr Netzwerk und Know-how zu erweitern. Ein weiteres zeitaufwendiges, aber sehr erfolgreiches Projekt des letzten Jahres war die Gründung der neuen Prüfungsorganisation *suxcess.org ag*, welche eine 100-prozentige Tochtergesellschaft von Swiss Marketing ist. Im Juni 2020 startete das dreiköpfige Team unter Führung von Andreas Wild mit dem Aufbau der neuen Firma. In der Übergangsphase haben die alte Prüfungsorganisation *examen.ch* und *suxcess.org* die Organisation der Marketing- und Verkaufsprüfungen auf Fachstufe gemeinsam bestritten. Ab 2021 übernimmt *suxcess.org* die Organisation der Prüfungen vollständig.

Etwas schwieriger gestaltete sich die Durchführung der Strategiekommis-sions-Sitzung und der Delegiertenversammlung. Sie konnten aufgrund der Corona-

Pandemie erst im September bzw. Oktober abgehalten werden. An der DV wurden vier neue Vorstände in den Zentralvorstand gewählt: Katharina Aeschlimann, Simon Albisser, Sophie Favez und Beat Schlumpf. In der Westschweiz fanden im Verbandsjahr 2020 viele Veränderungen statt: Im Juli 2020 wurde unter der Leitung von Sophie Favez ein Büro in der Romandie gegründet, mit dem Ziel, eine Repräsentantin für die Westschweizer Clubs und die Mitglieder aus der Region zu stellen. Ebenfalls wurde ein neuer regionaler Club gegründet, der bereits Ende Jahr über 30 Mitglieder zählte. Der Club Léman startet per 1. Januar 2021 ins aktive Verbandsleben.

Trotz der aktuellen Unsicherheiten blicken wir optimistisch in die Zukunft. Der ausserordentliche Einsatz unserer regionalen Clubs, der Geschäftsstelle und des Zentralvorstands in diesem schwierigen Jahr hat ein weiteres Mal bewiesen, dass wir auch in turbulenten Zeiten auf ihre Unterstützung zählen können.

Wir bedanken uns bei allen Mitgliedern, Prüfungsexpert*innen, Partnern und Sponsoren von Swiss Marketing für ihr Engagement und freuen uns auf ein weiteres erfolgreiches Verbandsjahr.

Freundlich grüssen euch

Andreas Balazs
Präsident ZV

Andreas Wild
Geschäftsführer



GOLDBACH

COUVERTIC



cube media



Aufbruch trotz angespannter Finanzsituation

Mit den beträchtlichen Einsparungen, die durch den Umzug erwirkt wurden, hat die Geschäftsstelle vielversprechende Projekte finanziert. Eines dieser Projekte war die Swiss Marketing Community Plattform, die Anfang September live ging.

Ein weiteres wichtiges Projekt war die Überprüfung der aktuellen Mitgliedschaftsmodelle und die Abschaffung der Direktmitgliedschaft, die im Zuge eines an der DV 2019 angenommenen Antrags eingeleitet wurde. Zusammen mit der Projektgruppe wurde ein Vorschlag für die Delegiertenversammlung 2020 erarbeitet, nach dem aktuelle Direktmitglieder auf die Clubs umverteilt werden sollen. Um die Geschäftsstelle finanziell zu entlasten, werden die Mitgliederbeiträge bis Ende 2022 mit einem von der DV einstimmig angenommenen, angepassten Verteilerschlüssel an die Clubs ausbezahlt. Die Umverteilung wird 2021 im ersten Quartal vorgenommen.

Für den Verband war es ebenfalls ein zentrales Anliegen, die Präsenz in der Westschweiz zu stärken. Das in der Westschweiz eröffnete Büro ist daher auch mit Bildungsinstituten sowie potenziellen Partnern und Sponsoren aus der Region aktiv in Kontakt. Gemeinsam mit Andreas Wild konnten durch diesen Einsatz eine bereits im Herbst 2019 begonnene Verhandlung mit dem PME Magazin in trockene Tücher gebracht und PME als Verbandszeitschrift für die Westschweiz gewonnen werden.

Bis auf Weiteres verschoben ist die Suche nach einem neuen marktkonformen und Mehrwert bietenden Swiss Marketing Award. Erste Ideen und Vorschläge für potenzielle Aktivitäten, die mit einem Preis ausgezeichnet werden sollen, wurden bereits zusammengetragen; Inhalt und Konzept sind noch in Arbeit.

Seit der Delegiertenversammlung 2020 zählt der Verband insgesamt neun Zentralvorstandsmitglieder. Neu dabei sind Katharina Aeschlimann (Club Schaffhausen), Simon Albisser (Club Luzern), Sophie Favez (Club Léman) und Beat Schlumpf (Club Bern). Walter Steiner, der das Ressort Kommunikation geleitet hatte, hat sein Amt Ende Juni abgelegt. Durch seine Initiative wurden wertvolle Kooperationen zwischen Swiss Marketing und den tonangebenden Printmedien der Schweizer Marketing- und Verkaufsbranche geschlossen. Wir danken ihm herzlich für seinen jahrelangen Einsatz.

Grosses Engagement der Clubs und erste Erfolge

Für die regionalen Clubs war das Jahr 2020 ein Jahr mit Hindernissen. Zahlreiche Events konnten nicht abgehalten werden, was natürlich auch einen erheblichen Einfluss sowohl auf die Mitgliederzahlen als auch auf das Clubleben hatte.

Entsprechend wurden die ersten Webinare und Online-Events unserer regionalen Clubs mit grosser Begeisterung aufgenommen. Gerne möchten wir uns an dieser Stelle bei allen Clubvorständen für die «Extra-Meile», die sie für die Mitglieder gegangen sind, bedanken. Wir sind stolz auf die Arbeit, die unsere Clubs geleistet haben.

In den regionalen Clubs der Westschweiz herrschte indes eine angespannte Stimmung. Diese konnte trotz mehrfacher Gespräche zwischen dem Zentralvorstand, dem Geschäftsführer und den Clubvorständen leider nicht gelöst werden. Daher mussten wir im Berichtsjahr die Austritte der Clubs Fribourg, Neuchâtel, Vaud und Transjura zur Kenntnis nehmen. Ebenfalls aus dem Zentralverband ausgetreten ist der Club Mittelland.

Wir bedauern diese Entwicklung sehr, wünschen den ehemaligen Clubvorständen aber alles Gute für die Zukunft.

Umso erfreuter sehen wir der sehr positiven Entwicklung des neu gegründeten Clubs Swiss Marketing Léman entgegen. Der Club zählte noch vor dem offiziellen Gründungsdatum bereits über 30 Mitglieder und hielt seinen ersten Event im Januar 2021 ab.

Mit den ausgetretenen Clubs und der durch COVID-19 ausgelösten Wirtschaftskrise zählten wir per 01.01.2021 einen Mitgliederrückgang von 666 Personen. Das ist ein relativ tiefer Wert, wenn man die aktuelle wirtschaftliche Lage bedenkt. Dem Verband steht dennoch eine herausfordernde Zeit bevor. Wir sehen der Zukunft jedoch positiv entgegen, zumal viele unserer Projekte – darunter auch das Projekt Wachstum – und Engagements im Berichtsjahr 2021 erst zur Geltung kommen werden. An Ideen und aktiven Persönlichkeiten fehlt es dem Verband nicht.



NEWSLETTER:

45.24 %
Öffnungsrate
+10 %

4.72 %
Klickrate
+25 %

1191



331



561



Fokussierung auf Online-Kommunikation zahlt sich aus

2020 wurde ein neues Kommunikationskonzept auf die Beine gestellt, das einen holistischen Ansatz verfolgt, der die Print- und Online-Kommunikation strukturiert, aufeinander abgestimmt und zielgerichtet zum Einsatz bringt.

Die Online-Kommunikation hat während des Lock-downs im Frühling einen Aufschwung erlebt. Auch der Verband hat den Fokus verstärkt auf die Online-Kommunikationskanäle – allen voran Social-Media und Newsletter – gesetzt. Dieser Schritt hat sich gelohnt: Wir konnten eine Verdoppelung der Follower auf dem Swiss Marketing LinkedIn Profil sowie einen Interaktionsanstieg bei den Newslettern im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Die durchschnittliche Öffnungsrate der Newsletter ist um 10% angestiegen; die durchschnittliche „Call to action“-Klickrate hat im Vergleich zum letzten Jahr um ein Viertel zugenommen.

Eidg. Berufsprüfungen unter erschwerten Bedingungen

Im Verbandsjahr 2020 gestalteten sich sowohl die Aus- und Weiterbildung der Studierenden und Lernenden als auch die Durchführung der Prüfungen als schwierig. Eine Verschiebung der eidgenössischen Berufsprüfungen für Marketing- und Verkaufsleute auf Fach- und auf Leiterstufe auf das kommende Jahr kam jedoch nicht in Frage. Trotz erschwerten Bedingungen und einer unsicheren gesundheitspolitischen Lage konnten die Kandidat*innen dank des grossen Einsatzes der Prüfungskommissionen, Expert*innen und der Prüfungsorganisation suxcess.org die eidgenössische Prüfung im 2020 ablegen. Insgesamt haben 951

Personen die Marketing- und Verkaufsprüfungen auf Fachstufe und 272 Personen auf Leiterstufe abgelegt – davon waren 626 bzw. 176 Kandidat*innen erfolgreich.

Im Berichtsjahr 2020 stand die Revision des Rahmenlehrplans des Bildungsgangs „dipl. Marketingmanager*in HF“ im Vordergrund. Analog zur 2019 abgeschlossenen Revision der Marketing- und Verkaufslehrgänge auf Fach- und Leiterstufe ist das Ziel der Reform auch auf der Managerstufe ein Wechsel zu einer kompetenzorientierten Ausbildung und Prüfung. Damit können die Absolvent*innen dieses Lehrgangs ihre Fähigkeit beweisen, konkrete Arbeitssituationen in ihrer vollen Komplexität zu erfassen, zu analysieren und lösungsorientiert an die Herausforderungen heranzugehen.

Als führender Berufsverband ist Swiss Marketing stets bestrebt, die Marketing- und Verkaufsbranche in der Wirtschaft durch Qualität statt Quantität zu vertreten. Deshalb engagiert sich unser Verband stark in der Berufs- und Weiterbildung und verfolgt weitere innovative Projekte wie etwa das Personenzertifizierungs-Programm für Berufstätige, die der fortwährenden kompetenzorientierten Weiterbildung dienen.

ERFOLGSRECHNUNG 2020

FINANZBERICHT

ERFOLGSRECHNUNG	2020		2019	
	CHF	%	CHF	%
Mitgliederbeiträge	425'970.35		561'888.72	
Erträge Prüfungen	204'000.00		168'000.00	
Erträge Verband	116'590.94		152'377.84	
Übrige Erträge	150'550.84		144'329.45	
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	897'112.13	100.0	1'026'596.01	100.0
BETRIEBLICHER GESAMTERTRAG	897'112.13	100.0	1'026'596.01	100.0
Dienstleistungsaufwand	123'196.38		108'592.22	
Aufwand für Dienstleistungen	123'196.38	13.7	108'592.22	10.6
BRUTTOGEWINN I	773'915.75	86.3	918'003.79	89.4
Lohnaufwand	299'657.70		267'321.10	
Sozialversicherungsaufwand	42'671.00		37'691.00	
Übriger Personalaufwand	8'224.31		10'481.50	
Leistungen Dritter	79'051.93		92'891.29	
Personalaufwand	429'604.94	47.9	408'384.89	39.8
BRUTTOGEWINN II	344'310.81	38.4	509'618.90	49.6
Raumaufwand	33'415.99		27'220.82	
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	911.14		1'371.54	
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren, Bewilligungen	6'316.45		6'816.90	
Büromaterial/Druckkosten	6'538.57		3'335.21	
Telefon/Internet/Porti	6'330.95		13'981.61	
Buchführungs- und Beratungsaufwand	39'436.49		37'547.40	
Aufwand DV/Vorstand	11'318.07		25'524.08	
Beiträge und Zertifikate	38'413.52		27'281.55	
Übriger Verwaltungsaufwand	1'846.97		3'690.43	
Informatikaufwand	56'406.21		45'584.59	
Werbedrucksachen und Kommunikation	27'213.84		50'985.71	
Schweiz. Marketing Tag / Marketing Trophy	26'375.12		104'507.90	
Mitgliedergewinnung und Networking	53'004.95		9'619.48	
Sonstiger betrieblicher Aufwand	23'808.66		24'410.13	
Übriger betrieblicher Aufwand	331'336.93	36.9	381'877.35	37.2
BETRIEBSERGEBNIS VOR FINANZERFOLG, STEUERN, ABSCHREIBUNGEN UND WERTBERICHTIGUNGEN [EBITDA]	12'973.88	1.4	127'741.55	12.4

ERFOLGSRECHNUNG	2020		2019	
	CHF	%	CHF	%
Übertrag	12'973.88		127'741.55	
Abschreibungen mobile Sachanlagen	3'779.00		14'100.00	
Abschreibungen immaterielle Werte	22'780.00		36'024.00	
Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Positionen des Anlagevermögens	26'559.00	3.0	50'124.00	4.9
BETRIEBSERGEBNIS VOR FINANZERFOLG UND STEUERN (EBIT)	-13'585.12	-1.5	77'617.55	7.6
Finanzertrag	0.00		0.00	
Finanzaufwand	-2'710.44		-3'949.05	
Finanzerfolg	-2'710.44	-0.3	-3'949.05	-0.4
BETRIEBSERGEBNIS VOR STEUERN (EBT)	-16'295.56	-1.8	73'668.50	7.2
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Ertrag	49'230.10		441.45	
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Aufwand	-133.45		-15'554.85	
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Erfolg	49'096.65	5.5	-15'113.40	-1.5
JAHRESGEWINN VOR STEUERN	32'801.09	3.7	58'555.10	5.7
Direkte Steuern	0.00		-584.50	-0.1
JAHRESGEWINN	32'801.09	3.7	59'139.60	5.8

Gewinn trotz schwierigem Jahr

Im Verbandsjahr 2020 schliesst Swiss Marketing mit einem Jahresgewinn von CHF 32'801 ab. Dies entspricht knapp einem Drittel des für 2020 ursprünglich budgetierten Gewinns und ist im Kontext der Pandemie, die zahlreiche Event- und Projektausfälle sowie sinkende Mitgliederzahlen herbeigeführt hat, zu sehen. Dennoch ist der erwirtschaftete Gewinn unter den gegebenen Umständen sehr positiv zu bewerten. Mit den diversen neu gewonnenen Partnern und Sponsoren sowie vielversprechenden Prospects sind wir auf einem sehr guten Weg, die Lücke zu gegebener Zeit wieder zu schliessen.

32'801
Jahresgewinn 2020

Hier gehts zum
Revisionsbericht
2020