

Per Mausklick den Preis bestimmen

Online-Marketing Eine neue Internet-Kampagne von Denner kommt bei den Experten schlecht weg

VON THOMAS SCHLITTLER

«Der Kunde bestimmt den Preis.» Mit diesem Versprechen versucht Denner im Internet, die Gunst der Konsumenten für sich zu gewinnen. Während einer Woche kann die Internetgemeinde bei drei Produkten aus dem Denner-Sortiment den Preis für die Folgewoche senken. In der ersten Woche stellen sich eine Packung Nescafé Gold, 24 Halbliter-Dosen Heineken-Bier und ein spanischer Wein dem Preisvoting der

«Weil jeder Kunde nur einmal abstimmen kann, muss er die Aktion teilen, um weitere Teilnehmer zu mobilisieren.»

Paloma Martino, Sprecherin Denner

Konsumenten. Mit jedem Klick sinkt der Preis – allerdings ist die Preisreduktion begrenzt: «Wir dürfen nicht unter den Einstandspreis gehen», sagt Denner-Sprecherin Paloma Martino.

Der Discounter lanciert die Aktion nicht aus Nächstenliebe. Denner erhofft sich neuen Schwung für Social-Media-Plattformen wie Facebook: «Weil jeder Kunde nur einmal abstimmen kann, muss er die Aktion mit Freunden und Bekannten teilen, um weitere Teilnehmer zu mobilisieren», so Martino. Denn je mehr Leute abstimmen, desto günstiger wird der Artikel. Das Unternehmen ist überzeugt, dass die Aktion erfolgreich sein wird: «Weil jeder selber etwas bewirken kann, erhoffen wir uns eine hohe Teilnahme.»

Geringer Eigennutzen bemängelt

Online-Marketing-Experten sind weniger euphorisch: «Ich glaube nicht, dass die Aktion grosse virale Effekte auslösen wird», sagt Jörg Eugster, Dozent an verschiedenen Fachhochschulen. Von viralen Effekten spricht man, wenn Informationen über ein Produkt oder eine Dienstleistung innerhalb kürzester Zeit – ähnlich einem biologischen Vi-



Marketing und Verkauf übers Internet: Längst nicht jede Idee ist ein Volltreffer.

SHUTTERSTOCK

rus – von Mensch zu Mensch weitergetragen werden. Eugster begründet seine Skepsis mit dem in Aussicht gestellten Nutzen: «Die Erfahrung zeigt, dass virale Effekte ausbleiben, wenn der Eigennutzen für die Konsumenten zu klein ist.» Bei einem Discount von wenigen Franken sei das wahrscheinlich der Fall. Als Kampagne findet Eugster die Idee trotzdem originell: «Die Aktion erzeugt sicher mindestens so viel Aufmerksamkeit wie eine Werbekampagne auf Plakate.»

Simon Künzler führt das Online-Marketing-Unternehmen Xeit. Auch er attestiert Denner einen interessanten Ansatz mit einem guten Mechanismus, um neue E-Mail-Adressen zu gewinnen. Er bemängelt aber eben-

falls die fehlende Viralität: «Die Teilnahme eines Users findet keine Verbreitung über Social Media.» Zudem kommt Künzler die Kampagne be-

«Die Erfahrung zeigt, dass virale Effekte ausbleiben, wenn der Eigennutzen für die Konsumenten zu klein ist.»

Jörg Eugster, Experte Online-Marketing

kannt vor: LeShop, eine andere Migros-Tochter, habe das vor ein paar Jahren via Facebook App auch schon gemacht.

Des Weiteren bezweifelt Künzler den Kundennutzen: «Es stellt sich die Frage, ob diese Aktionen nicht sowie so schon geplant gewesen wären.» Früher habe man solche Aktionen tendenziell dem Viralen Marketing zugeordnet. «Heute nennt sich alles ein bisschen sozial», so der Experte.

Social-Media-Kanäle eignen sich grundsätzlich als Marketinginstrument – als Verkaufskanal konnten sie sich in der Schweiz bisher aber überhaupt nicht etablieren. Eine Studie von PricewaterhouseCoopers (PWC) zeigt, dass 24 Prozent der Befragten zwar einmal pro Woche im Web einkaufen, in der Regel aber in herkömmlichen Online-Shops. Nur gerade fünf Prozent bestellen über Social-Media-Seiten, so die Studie.

Mit Brauchtum gegen die Krise

Während der Schweizer Fremdenverkehr weiter mit den Folgen des starken Frankens kämpft, versuchen die Ferienvermarkter von Schweiz Tourismus Gäste mit Brauchtum und Traditionen anzulocken.

Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid will das «Echte und Unaus-tauschbare» hervorheben. Die Reiseexperten nehmen nach dem schlechten Tourismusjahr 2012 und einer mässigen Wintersaison 45,6 Millionen Franken in die Hand, um die Feriendestination im In- und Ausland attraktiv zu machen. Die Schweiz soll dennoch modern und nicht wie in einem kitschigen Zerrbild daherkommen. Mehr als 400 Ideen für Ferienaufenthalte hat Schweiz Tourismus zusammengestellt und weist auf über 600 Veranstaltungen hin. (SDA)

Nachrichten

Ems Neue Kunden und mehr Umsatz

Der Spezialchemiekonzern Ems hat in den ersten drei Monaten dieses Jahres seinen Umsatz um 3,1 Prozent auf 463 Millionen Franken steigern können. Dem Unternehmen gelang es nach eigenen Angaben, neue Kunden zu gewinnen und neue Lieferverträge abzuschliessen. Während der Umsatz in Asien und Nordamerika wuchs, war er in Europa rückläufig. Von der harzenden Konjunktur in Europa betroffen war in erster Linie die Spezialchemikaliensparte. (SDA)

Barry Callebaut Hohe Kosten für Expansion

Weil der weltgrösste Schokoladenkonzern Barry Callebaut mit Zusatzaufwendungen Produktionsengpässe ausbügeln musste, die wegen des schnellen Wachstums entstanden sind, ist der Halbjahresgewinn um 7,4 Prozent auf 116,4 Millionen Franken gesunken. Der Betriebsgewinn der Ende Februar abgeschlossenen ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2012/13 sank dabei um 2,1 Prozent auf 173,8 Millionen Franken. (SDA)

INSERAT

Dipl.-Ing. FUST
Und es funktioniert.

- Rundum-Vollservice mit Zufriedenheitsgarantie
- 5-Tage-Tiefpreisgarantie
- 30-Tage-Umtauschrecht
- Schneller Liefer- und Installationsservice
- Garantieerweiterungen
- Mieten statt kaufen
- Schneller Reparaturservice
- Testen vor dem Kaufen
- Haben wir nicht, gibts nicht
- Kompetente Bedarfsanalyse und Top-Beratung
- Alle Geräte im direkten Vergleich

Infos und Adressen:
0848 559 111 oder www.fust.ch

Top Angebote von V-ZUG

Preis-Hit
von der Nr. 1

1999.-

Aktionspreis

Inkl. «Beste Effizienz» Vorteil Fr. 100.-*

BESTE EFFIZIENZ FUST

A+++

Top Geschirrspüler

GS Adora 1255 FSL • Startvorwahl bis zu 24h • Sonderfunktion Warmwasseranschluss Art. Nr. 391055

4998.-

Setpreis nur

statt 5398.-

Sie sparen 400.-

Inkl. «Beste Effizienz» Vorteil Fr. 100.-*

BESTE EFFIZIENZ FUST

A+++

High-End Wärmepumpentrockner

Pust Oekoline Adora 699TW • Automatikprogramm: Supersoft trocken • Geringste Feuchtigkeitsabgabe • Sehr einfache Bedienung • Besonders schonend Art. Nr. 108951

Zypern droht ein Zahlungsstopp

Kein Aufatmen in Nikosia: Dem neuen Euro-Sorgenkind Zypern droht ein Zahlungsstopp am 18. April. Dies erklärte die Leiterin von Zyperns Rechnungshof, Rea Georgiou, gestern bei einer Anhörung vor dem parlamentarischen Finanzausschuss in Nikosia.

Laut Georgiou belaufen sich die bei Zyperns Notenbank deponierten Rücklagen der Republik Zypern auf 85 Millionen Euro. Den unmittelbaren Finanzbedarf des Staates bezifferte Georgiou auf 80 Millionen Euro, damit Zypern seinen laufenden Zahlungsverpflichtungen nachkommen könne. Andernfalls müsse Zypern ei-

nen Zahlungsstopp verhängen.

Zyperns Steuerbehörden hatten den Steuerpflichtigen zuletzt für die Zahlung von Steuern und Abgaben Fristverlängerungen eingeräumt. Dadurch sei, so Georgiou, im Monat April bei den Steuereinnahmen ein «schwarzes Loch» in Höhe von 160 Millionen Euro entstanden.

Das pleitebedrohte Zypern hatte bereits letztes Jahr einen Antrag auf die Gewährung eines Kredits vom EU-Rettungsmechanismus gestellt. Ein betreffendes Abkommen zwischen der Geldgeber-Troika aus EU, EZB und IWF ist jedoch noch nicht unterzeichnet. (FB)

Österreicher verhandlungsbereit

In Sachen Bankgeheimnis hat der österreichische Kanzler Werner Faymann gestern gegenüber der Tageszeitung «Die Presse» Verhandlungsbereitschaft signalisiert. Dies bestätigte das Büro des Regierungschefs.

Österreich müsse sich im Gleichschritt mit Luxemburg und der Schweiz an Verhandlungen über das Bankgeheimnis beteiligen, sagte Faymann. Österreich werde derzeit «völlig zu Unrecht in einem Atemzug genannt», wenn es um Steuerhinterziehung oder Geldwäsche gehe. «Schon deswegen werden wir Verhandlungs-

bereitschaft beweisen», so Faymann. Das Sparbuch der Grossmutter sei nicht betroffen von einer Datenoffenlegung. «Wir werden das nicht als Schuhlöffel verwenden, um alle persönlichen Daten an die Finanzministerin weiterzuleiten.»

Faymanns Ankündigung folgte nach einer Interview-Aussage des luxemburgischen Finanzministers Luc Frieden in der «Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung». Frieden hatte gesagt, den automatischen Informationsaustausch «nicht mehr so strikt» abzulehnen wie früher. (SDA)