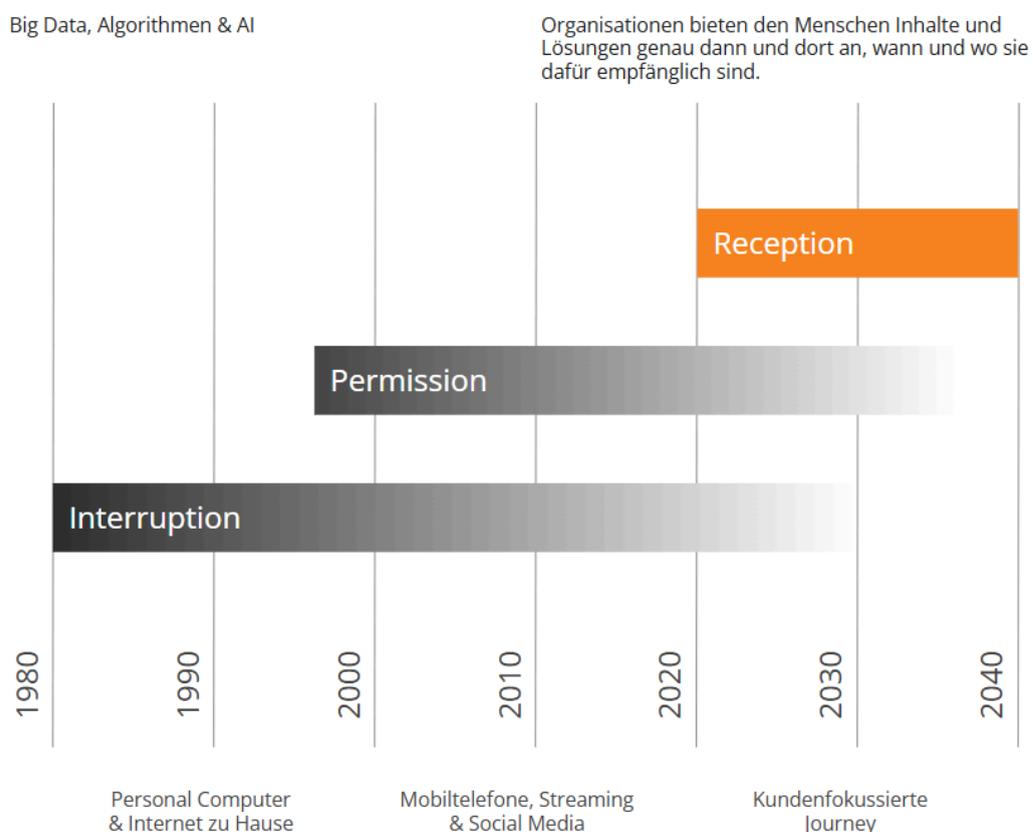


Medienmitteilung (detailliert)

Marketing-Disruption: Schweizer Agentur publiziert erste Fallstudie zum Thema Reception Marketing im Buch “Essentials of Modern Marketing” von **Prof. Philip Kotler**.



Zürich, 12.12.2024: Fallstudie zeigt signifikante Verbesserung von Online-Marketingmassnahmen durch Reception-Marketing-Strategien und den Einsatz der Schweizer Martech Software “Content Catalog”.

Eine neue Fallstudie von Brain & Heart Communication in Zusammenarbeit mit der Schweizer Berghilfe zeigt, wie der Einsatz der innovativen Zürcher Marketing-Software „Content Catalog“ (contentcatalog.app) die Leistung von bezahlten Online-Marketingmassnahmen signifikant verbessern kann. Die Studie wurde von Peter Erni, CEO von Brain & Heart Communication und CPO der Julith Group AG, verfasst und wird unter der Herausgeberschaft von Prof. Philip Kotler bei Kotler Impact veröffentlicht.

In der Fallstudie wird das Konzept des „Reception Marketing“ vorgestellt, eine sich anbahnende Marketingdisruption, die es ermöglicht, Inhalte gezielt an empfängliche Zielgruppen auszuspielen. Dieser

Ansatz nutzt Big Data, Algorithmen und Künstliche Intelligenz (KI), um den nächsten Schritt in der Entwicklung von Interruption Marketing und Permission Marketing zu gehen.

Herausforderungen und Lösungen im modernen Digital Marketing

Viele Unternehmen sind trotz ihrer Investitionen in Content Marketing nicht ausreichend auf die Anforderungen von Reception Marketing vorbereitet. Die Fallstudie zeigt, dass veraltete Digital-Marketing-Muster und fehlende Tools oft die Hauptursachen für ineffiziente Marketingmassnahmen sind. Hier setzt die „Content Catalog“-Software an, die Unternehmen dabei unterstützt, Inhalte effizient zu erstellen, zu kuratieren, zu organisieren und zu distribuieren.

Die Fallstudie veranschaulicht am Beispiel der Schweizer Berghilfe, wie die „Content Catalog“-Software erfolgreich zur Optimierung von Owned Assets eingesetzt wird. Durch den Einsatz dieser Software kann die Schweizer Berghilfe ihre Marketingbotschaften automatisiert auf Social Media Plattformen wie Meta (Facebook und Instagram) ausspielen und somit eine deutliche Verbesserung der Kampagnenleistung erzielen.

Beeindruckende Ergebnisse

Nach einem Jahr Einsatz der „Content Catalog“-Software verzeichnete die Schweizer Berghilfe beeindruckende Erfolge:

1. **Verdopplung der Online-Spenden:** Die Spendenbereitschaft online hat sich im Vergleich zu den Vorjahren verdoppelt.
2. **Effiziente Brand Awareness Ads:** Die Kampagnen generierten 1000 Impressions zu einem durchschnittlichen Preis von nur CHF 0.45, was um den Faktor 10 besser ist als gängige Benchmarks.
3. **Gesteigerter Traffic:** Die Traffic Ads führten zu zielgruppenspezifischem Traffic auf der Website der Schweizer Berghilfe zu einem durchschnittlichen Preis von nur CHF 0.06, ebenfalls deutlich unter dem Branchenbenchmark.

Diese Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung einer datengestützten und strategischen Herangehensweise im digitalen Marketing und zeigen das Potenzial, das in der Kombination von Reception Marketing und fortschrittlicher Technologie wie dem „Content Catalog“ liegt.

Zukunftsperspektiven

Die Fallstudie beleuchtet auch die zukünftigen Herausforderungen und Chancen, die Reception Marketing für Unternehmen mit sich bringt. Unternehmen, die sich auf diese neue Marketingstrategie einlassen, können nicht nur ihre Effizienz steigern, sondern auch ihre Wettbewerbsfähigkeit in einem zunehmend datengesteuerten Marktumfeld sichern.

Über Brain & Heart Communication

Brain & Heart Communication ist eine führende Schweizer Boutique Marketingagentur in den Bereichen strategisches Content Marketing und Social Media Performance Marketing, die sich auf innovative, datengetriebene Marketinglösungen spezialisiert hat. Mit einem starken Fokus auf die Optimierung von Inhalten und der Nutzung modernster Technologien hilft die Agentur ihren Kunden, ihre Marketingziele zu erreichen und nachhaltiges Wachstum zu fördern.

- [Download Case Study DE](#)
- [Buch bei Amazon.com](#)
- [Kotler Impact](#)
- [Blogartikel zur Fallstudie](#)
- [Download Grafiken](#)
- [Download weiteres Bildmaterial](#)
- [Download Porträts](#)

Kontakt:

Peter Erni
CEO, Brain & Heart Communication
Mobile: +41 79 605 93 81
E-Mail: peter@b-h.ch
Website: <https://b-h.ch/>

Peter Erni
CPO, Julith Group AG
E-Mail: peter@contentcatalog.app
Website: <https://contentcatalog.app/>

Hintergrundinformationen zu Peter Erni

Peter Erni hat sich in den letzten 15 Jahren in der Schweiz einen Namen als Pionier, Vordenker und Experte in den Bereichen strategisches Content Marketing und Social Media Performance Marketing gemacht.



[Download Porträts](#)

Mit seiner Agentur und als Dozent an fünf CAS-Lehrgängen hat er viele Unternehmen, Marketer und angehende Marketer massgeblich beeinflusst. So ist es nicht verwunderlich, dass er nun auch den neuen Marketingtrend des Reception Marketing aktiv mitgestaltet. Seine Geschichte ist eine Roadmap für alle, welche die digitale Transformation nicht nur überstehen, sondern aktiv daran teilhaben wollen.

Zurich, 28.11.2024

In der pulsierenden Stadt Zürich, wo der altherwürdige Charme der Kopfsteinpflasterstrassen auf die klaren Linien der modernen Architektur trifft, ist Peter Erni als Pionier, Vordenker und Experte in der Welt des digitalen Marketings bekannt. Als CEO von Brain & Heart Communication und Mitbegründer der Julith Group AG hat sich Peter ein Umfeld geschaffen, in dem oft über den Tellerrand geschaut wird und die neuesten Entwicklungen im Hinblick auf die Relevanz von Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen betrachtet werden.

Das Fundament für digitalen Erfolg legen

Peters Reise begann am Gymnasium Immensee, wo er besonders vom selbstorientierten Lernen geprägt wurde. An der Universität St. Gallen (HSG), schärfte er im Grundstudium seinen Geschäftssinn. Seine

Leidenschaft für Kreativität führte ihn zum Studium der "Neuen Medienkunst" an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), wo er 2010 eine für damals aufregende Masterarbeit über "Social Media Kommunikation" schrieb. Dies war eine Zeit, in der Social Media die Art und Weise, wie die Welt kommuniziert, mit zunehmender Geschwindigkeit umgestaltete. Peter hat die Relevanz früh erkannt und war an vorderster Front dabei.

Von "test and learn" bis hin zu wegweisenden Social-Media-Strategien

2012 übernahm Peter bei Mammut die Rolle eines der ersten professionellen Social-Media-Manager der Schweiz. Seine innovativen Strategien und sein scharfes Verständnis für digitale Trends setzten neue Standards in der Branche. Das war 2013 noch so spektakulär, dass sogar die BZ Berner Zeitung einen Artikel unter dem Titel "[Der Mann mit dem Draht zur Web-Familie](#)" schrieb. 2016 trat er Brain & Heart Communication als Partner bei und übernahm kurze Zeit später als Geschäftsführer die Geschicke der Zürcher Boutique Agentur. Sein Führungsstil und seine Vision prägten die Mitarbeitenden der Agentur und deren Kunden genauso wie seine Studierenden an den fünf CAS-Lehrgängen, an denen er unterrichtet.

Das digitale Marketing-Potenzial entfesselt

Peters Leidenschaft für das Lehren führte ihn dazu, sein Fachwissen an renommierten Institutionen wie HWZ, ZHAW, BFH und HSLU zu teilen. Er war nicht nur Dozent, sondern auch Mentor, der angehende Marketingspezialist:innen inspirierte, kreativ und strategisch über digitales Marketing nachzudenken. Seine Kurse waren eine Mischung aus Theorie und praktischer Anwendung und spiegelten seinen kritischen Enthusiasmus für die digitale Transformation der Gesellschaft und den damit verbundenen Fachgebieten Social Media und Content Marketing in Verbindung mit einem "Growth Mindset" wider.

Die digitale Transformation aktiv mitgestalten

Trotz seines vollen Terminkalenders fand Peter Zeit für Innovation. Inspiriert von seiner umfangreichen Erfahrung im strategischen Content Marketing und Social Media Performance Marketing initialisierte er die Entwicklung der Marketing Technology Software [contentcatalog.app](#). Diese Plattform war ein Wendepunkt, der Marketern ein umfassendes Tool zur Verwaltung, Optimierung und Distribuierung ihrer Marketingbotschaften bot. Es ist das Werkzeug, das Marketingteams die Umsetzung von Reception-Marketing-Strategien erlaubt und somit den Einsatz von Big Data, Algorithmen und KI auf ein neues Level hebt.

Mit einem Growth Mindset Resilienz fördern und Veränderungen als willkommene Abenteuer begrüßen

Peters Führungsstil war empathisch und dynamisch. Er lebte nach den Prinzipien aus Carol Dwecks Buch "Mindset". Er förderte die Kultur des konstanten Lernens und der Resilienz. In Kombination mit den Projektmanagementansätzen von David Allens "Getting Things Done", konnte er seine vielfältigen Rollen ausbalancieren, während sein Vertrauen in sein starkes Team sicherstellte, dass er sich auf strategisches Wachstum und neue Trends konzentrieren konnte.

Aufkommende Trends im digitalen Marketing

Trotz der vielen Jahre des konstanten Wandels behielt Peter immer seine Begeisterung bei und bewahrte sein intrinsisches Interesse an seinen Fachgebieten. Digitale Trends zu evaluieren und deren Praxisbezug zu überprüfen, entwickelte sich zu einer Leidenschaft. Bei all seinem Tun und seinen Analysen stellte er sich jeweils die von ihm entwickelten 4-R Fragen: ist es "Business Relevant", ist es "Audience Relevant", ist es

“Channel Relevant“ und hat es “Contextual Relevance“. Reception Marketing zeichnete sich für ihn als nächster relevanter Marketingtrend am Horizont deutlich ab. Denn der Reception-Marketing-Ansatz kombinierte die Kernprinzipien des Pull-Marketings mit innovativen digitalen Push-Marketingstrategien, unter Nutzung von Big Data, Social-Media-Algorithmen und KI.

Begeisterungsfähigkeit gepaart mit Zielstrebigkeit, Resilienz und Ausdauer

Peter hat in den letzten 15 Jahren nicht nur die Schweizer Marketinglandschaft geprägt, sondern auch eine neue Generation von Marketern inspiriert und geschult. Seine Arbeit hat gezeigt, wie wichtig es ist, sich ständig weiterzuentwickeln und die Chancen der digitalen Transformation aktiv zu nutzen. Mit seiner innovativen Denkweise und seiner Leidenschaft für strategisches Content Marketing und Social Media Performance Marketing hat er nicht nur den Status quo herausgefordert, sondern auch neue Standards gesetzt. Sein Engagement für die Entwicklung neuer Marketingtrends wie dem Reception Marketing macht seine Begeisterung sowie seinen Einfluss für diese Themen deutlich. Sein Weg ist ein Beispiel dafür, wie man mit einem "Growth Mindset" nicht nur erfolgreich sein, sondern auch nachhaltig Einfluss nehmen kann.

LinkedIn Profile: <https://www.linkedin.com/in/pgart/>

B&H Author Profile: <https://b-h.ch/author/peter-erni/>