



## Communiqué de presse

Freiburg, 26. Januar 2010

### **Eine gelungene Partnerschaft von Google und der Hochschule für Wirtschaft (HSW) Freiburg: Der Swiss Internet Marketing Day**

**Mehr als 270 Unternehmensverantwortliche und Studenten haben am 21. Januar 2010 am ersten *Swiss Internet Marketing Day* teilgenommen. In Zusammenarbeit mit Google organisierte die Hochschule für Wirtschaft (HSW) Freiburg dieses Event. Nach der Begrüssung durch Lucien Wuillemin folgten drei Workshops zum Thema: Nutzen des Internets im Marketingbereich eines Unternehmens.**

Diese Workshops zeigten die strategischen und wirtschaftlichen Herausforderungen der elektronischen Medien auf, erörterten die Vorteile des online Marketings für KMU's und unterstrichen letztlich die Wichtigkeit des Internets als Verkaufsmittel. Die Podiumsdiskussion war schliesslich die Gelegenheit, um die drei Themen des Tages mit dem Publikum eingehend zu diskutieren.

**Das E-Marketing (Internet Marketing)** kann als Einsatz des Internets hinsichtlich von Verkaufs- und Kommunikationsmassnahmen einer Unternehmung definiert werden. Martin Broderick, B2B Marketingverantwortlicher bei Google ([www.google.com](http://www.google.com)), erklärte die steigende strategische Bedeutung des Internets im Bereich der Online-Transaktionen und deren wachsenden Einfluss auf Kaufentscheide. Im Vergleich zu anderen Marketingtechniken können die Unternehmen anhand des Internetmarketings die Kosten reduzieren und ihre Verkaufperformance steigern. Brodrick erwähnte, dass das Internet ein ergänzendes Marketinginstrument sei und mit anderen traditionellen Techniken kombiniert werden sollte.

**Das Internet verbindet die KMU.** Zu diesem Thema referierten Reto Schneider und Dan Rauch von Medialeg ([www.medialeg.ch](http://www.medialeg.ch)). Diese zwei Spezialisten haben die Rolle und die Bedeutung der Social Medias hervorgehoben und dabei die verschiedenen Mittel, die den Benutzern zur Verfügung stehen, präsentiert. Die Social Medias sind heute unverzichtbar geworden, um die Tätigkeit der kleinen und mittleren Unternehmen zu fördern, insbesondere für diejenigen, die sich in abgelegenen und isolierten Region befinden.

**Das New Media Marketing** war das Thema des dritten Workshops von Jonas Lutz und Patrick Combeuf (Verantwortlicher e-business der SBB, [www.sbb.ch](http://www.sbb.ch)). Sie diskutierten die kritischen Punkte, die beim Gebrauch des Internets, als Teil des Marketingprozesses, berücksichtigt werden müssen. Als Beispiel dafür, erwähnten sie die neue technologische Anwendung, die es erlaubt, Bahntickets über den Computer oder das Mobiltelefon zu erwerben.

**Zum Abschluss dieses Events** führte Gregory Gerhardt (Mitbegründer von Amazee, [www.amazee.com](http://www.amazee.com)) die lebhafteste Podiumsdiskussion, die einen angeregten Austausch von Ideen unter den Teilnehmenden erlaubte. Diese erste Partnerschaft mit Google ist ein überzeugender Erfolg für die Hochschule für Wirtschaft Freiburg ([www.hsw-fr.ch](http://www.hsw-fr.ch)).

---

Kontakt:

Dr. Rico Baldegger, Direktor des Instituts für Entrepreneurship & KMU,  
HSW Freiburg – Mail: [rico.baldegger@hefr.ch](mailto:rico.baldegger@hefr.ch) – Fon: 026 429 63 78