

PROMARCA

Preis des Markenartikels

COSMOPOLITAN
COSMETICS
SWITZERLAND

VALSER®

Z
ZWEIFEL

Ovomaltine

VARTA
CONSUMER BATTERIES

rivella®

Trisa®
OF SWITZERLAND

PHILIPS

Soda
Club

SCHIESSER
.....

VIALA

sibonet
ESTABLISHED 1939

Ragusa

Wernli

Suchard
Chocolaterie depuis 1818

RIMUSS

Gesal

Brise®

3M Innovation



MAÎTRE CHOCOLATIER SUISSE
DEPUIS 1845



Einleitung

Der Markenartikel bietet dem Verbraucher einen Bezugspunkt, der es ihm vereinfacht, die Wahl zwischen verschiedenen Produkten zu treffen.

Aus der Geschichte der Marken ergeben sich zwei Perioden mit unterschiedlicher Grunddefinition eines Markenartikels. In der ersten statischen Phase prägte die persönliche Identität des Unternehmers das Erscheinungsbild des Markenproduktes.

Die heutige dynamische Phase ist von den Arbeiten Hans Domizlaffs nicht zu trennen. Er war es, der die theoretischen Erkenntnisse und praktischen Erfahrungen von 1921 bis 1971 für die Psychologie des Marktes, der Kommunikation und menschlicher Organisationsformen ermittelte.

Somit wurde die Identität des Unternehmers durch diejenige einer bewusst gestalteten Marke abgelöst. Zusätzlich zu den von Mellerowicz benannten Parametern ist mit den Erkenntnissen von Domizlaff die Forderung aufgetreten, den Zeitgeist aktuell widerspiegeln zu können.

Die Marktmechanismen sind vielfältig und komplex. Die Erweiterung und Vertiefung der Kenntnisse rund um das Thema «Marke/Markenartikel» ist somit hilfreich für alle Marktbeteiligten, die Komplexität zu reduzieren und wirtschaftlich zu handeln.

Mit dem vergebenen Förderpreis «Preis des Markenartikels» unterstützt der Schweizerische Markenartikelverband Promarca den wissenschaftlichen Nachwuchs.

Wir wollen damit den Wissensaustausch fördern und den Stellenwert des Markenartikels in Wirtschaft und Gesellschaft steigern.

Preise

Der Promarca-Förderpreis wird für **Diplomarbeiten** vergeben und würdigt hervorragende Arbeiten entsprechend.

Die Gewinne sind zweckgebunden und sollen dem Ausbau der fachlichen und/oder sozialen Kompetenz des Prämierten dienen, z. B. durch Teilnahme an Weiterbildungskursen.

Der Promarca-Förderpreis wird in den folgenden zwei Kategorien verliehen, mit je drei Preisen:

Universitäten	1. Preis:	5'000 Franken
	2. Preis:	3'000 Franken
	3. Preis:	1'000 Franken

Fachhochschulen	1. Preis:	5'000 Franken
	2. Preis:	3'000 Franken
	3. Preis:	1'000 Franken

Teilnahmevoraussetzungen

Teilnahmeberechtigt sind Studentinnen und Studenten an den Universitäten und Fachhochschulen.

Berücksichtigt werden Diplomarbeiten, die dazu beitragen, die Kenntnisse (Marketing, Verkauf, Werbung, Recht, Finanzen) im Bereich «Marken/Markenartikel» zu vertiefen und zu erweitern. Dabei muss der Tätigkeitsbereich der Promarca-Mitglieder im Focus stehen, d.h. die Konsumgüter.

Die Arbeiten müssen **zwischen dem 1. Januar 2003 und 31. März 2004 abgeschlossen worden sein bzw. werden** und in deutscher, französischer oder englischer Sprache verfasst sein.

Auswahlverfahren

Die Preisträger werden in einem **zweistufigen Beurteilungsverfahren** ermittelt. Nach der ersten Vorauswahl der eingereichten Kurzfassungen der Arbeiten werden die in die engere Auswahl gelangenden Kandidatinnen und Kandidaten gebeten, ihre komplette Arbeit einzureichen. Danach fällt die Entscheidung auf Basis der Bewertung ausgewählter Kriterien.

Jury

Kompetente Vertreter aus Industrie, Wissenschaft, Beratung und Werbung.

Preisverleihung

Im Rahmen der Promarca-Veranstaltung «Forum Interlaken» findet im November 2004 die Preisverleihung statt.

Veröffentlichung der Arbeiten

Die Gewinner des Preises werden im Rahmen des «Forum Interlaken» im November 2004 den Teilnehmern und der Presse ihre Arbeiten persönlich präsentieren. Die PreisträgerInnen erklären sich mit der Veröffentlichung einverstanden und – unabhängig von den bestehenden Urheberrechten – an einer eventuellen Sonderveröffentlichung mitzuwirken.

Hakle®



Vitakraft
gibt Lebenskraft · l'énergie

Mit Liebe
filtrieren



Feines aus Luzern



Ricola

L'ORÉAL
PARIS



Bewerbung

Im ersten Schritt ist vom Autor/von der Autorin eine **Kurzfassung der Arbeit** (max. 10 Seiten) mit den wesentlichen inhaltlichen Elementen (Ausgangssituation, Zielsetzung der Arbeit, Ergebnisse, Schlussfolgerungen), eine Inhaltsangabe sowie ein tabellarischer Lebenslauf (inkl. Kontaktadresse, Telefon, Email) einzureichen.

Kommt die Arbeit in die engere Auswahl, ist innert vier Wochen nach Benachrichtigung durch die Jury die **vollständige Arbeit** einzureichen.

Es sind sowohl für die erste als auch die zweite Auswahlrunde jeweils **10 ausgedruckte Exemplare** einzusenden.

Jeder Teilnehmer wird nach Ablauf der einzelnen Runden über den Stand informiert, ohne jedoch Details zu den Einzelbewertungen zu erfahren.

Einsendeschluss

Die Kurzversionen der Arbeiten müssen am **1. Mai 2004** bei unten stehender Adresse eingetroffen sein.

Innert vier Wochen nach Benachrichtigung durch die Jury (Anfang Juni 2004) ist die vollständige Arbeit einzureichen.

Veranstalter und Organisator

PROMARCA

Schweizerischer Markenartikelverband
Spitalgasse 9
3011 Bern
Telefon 031 312 55 65
Telefax 031 312 34 44
Email: info@promarca.ch