

Schweizer Markenkongress ehrt herausragende Markenarbeit

Beim Schweizer Markenkongress wurden herausragende Leistungen aus Wirtschaft und Wissenschaft gewürdigt. Marc Gläser, CEO und treibende Kraft bei Stöckli Ski, wurde für die aussergewöhnliche Markenführung ausgezeichnet. Prof. Dr. Johanna Gollnhofer von der HSG erhielt den Award für ihre richtungsweisende Forschung zur Konsumkultur.

Zürich - Wie wird eine Marke im internationalen Spitzensport erfolgreich und gleichzeitig tief in der Schweiz verwurzelt? Und was verrät das Chaos in unseren Wohnungen über uns als Konsumenten? Am Schweizer Markenkongress wurden die jährlichen Marken-Awards der «Swiss Academy of Marketing Science» verliehen.

Den «**Marketing Thought Leader Award 2025**» erhielt Marc Gläser von der Stöckli Swiss Sports AG. Unter der Führung von Marc Gläser hat sich Stöckli von einer regionalen Marke mit einem sehr breiten Sortiment zu einem international anerkannten Spezialisten für Premium-Ski entwickelt. Das Unternehmen aus Malters in der Zentralschweiz steht für Qualität, Handarbeit und sportlichen Erfolg. „Wer auf einem Stöckli-Ski steht, fährt nicht nur auf einem Stück Schweizer Ingenieurskunst, sondern auch auf einem klaren Markenversprechen“, sagte Marc Gläser, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei der Preisverleihung.

In den vergangenen Jahren hat Gläser die Marke durch drei zentrale Phasen geführt: von einer Restrukturierung über eine konsequente Transformation bis hin zur klaren Exzellenzstrategie. Stöckli fokussiert sich heute ausschliesslich auf den Skibereich und verfolgt das Ziel, «die beste Skisportmarke der Welt» zu werden. Innovationen bei Produkt und Kundenservice - etwa individuell angepasste Ski oder eine enge Verzahnung von Direktvertrieb und Fachhandel - stehen ebenso im Zentrum wie der konsequente Aufbau einer sportlich geprägten Unternehmenskultur. Die Jury überzeugte vor allem die klare Positionierung sowie die enge Zusammenarbeit mit Athleten wie Marco Odermatt, als prominentes Aushängeschild der Marke.

Mit dem «**Rigor & Relevance Research Award 2025**» wurde Prof. Dr. Johanna Gollnhofer von der Universität St. Gallen ausgezeichnet. Ihre aktuelle Studie zeigt, wie Menschen mit materieller Überfülle umgehen und was Besitz für Identität und Ordnung bedeutet. Die Konsumforscherin analysiert unter anderem, welche psychologischen und gesellschaftlichen Mechanismen sich hinter vollen Schränken, ungenutzten Geräten oder überquellenden Regalen verbergen. Ihre Arbeit liefert damit wertvolle Einsichten für Unternehmen, die das Konsumverhalten von morgen verstehen und gestalten wollen.

Weitere Informationen unter: <https://www.marken-kongress.ch/>

Über den Schweizer Markenkongress:

Der Schweizer Markenkongress gilt als führende Plattform für Markenführung im deutschsprachigen Raum. Jedes Jahr treffen sich rund 700 Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Wissenschaft und Agenturen im Dolder Grand Hotel in Zürich, um über aktuelle Entwicklungen, Trends und Best Practices im Markenmanagement zu diskutieren. Neben hochkarätigen Vorträgen und Panels bilden die Verleihung der Awards einen Höhepunkt der Veranstaltung.

Presseinformation:

MMag. Gabriele Griessenböck
+41 76 834 5006
griessenboeck@esb-online.com