

PRESSEMITTEILUNG

München/Frankfurt, 25. September 2008

Marketingstrategen von Bugaboo, Fiat und mobilkom austria als „CMO of the Year“ ausgezeichnet

Internationale Jury kürt Champions League von Europas Marketing / Kundenorientierung als wichtigste Voraussetzung für erfolgreiches Marketing

Madeleen Klaasen, Luca de Meo und Dr. Hannes Ametsreiter heißen die diesjährigen Sieger des „CMO of the Year 2008“-Award. Die internationale Strategieberatung Booz & Company wählte die drei herausragenden Marketingchefs gemeinsam mit einer internationalen Jury aus insgesamt 38 Nominierten. Die Preisträger erhielten ihre Auszeichnung im Rahmen einer exklusiven Gala in Frankfurt. Der Preis ist bereits im dritten Jahr seines Bestehens die wichtigste Auszeichnung für europäische Marketingverantwortliche. Er unterstreicht die wachsende Bedeutung von strategisch ausgerichtetem Marketing sowie innovativer Marketingkommunikation. Gregor Harter, Jury-Mitglied und Geschäftsführer von Booz & Company: „Die drei Gewinner sind internationaler Benchmark für herausragendes strategisches Marketingmanagement und Kundenorientierung. Ihr Beitrag zum Unternehmenserfolg belegt die essentielle Bedeutung von Marketing nachdrücklich.“

Jeder der drei Preisträger steht für eine ungewöhnlich erfolgreiche Marketingstrategie und deren konsequente Umsetzung. Innerhalb kürzester Zeit verwandelte die **Niederländerin Klaasen** den Bugaboo-Kinderwagen mit Hilfe von kreativen und innovativen Marketingmethoden mit Kultcharakter von einer Designstudie zu einer starken Mobility Brand. Diese spricht trendbewusste Eltern auf der ganzen Welt an. Der **Italiener de Meo** verjüngte im Zuge einer Modelloffensive die Traditionsmarke Fiat. Mit einer innovativen und in weiten Teilen digitalen Marketingstrategie schuf er die Grundlage für den eindrucksvollen Turnaround des italienischen Automobilkonzerns. Der **Österreicher Ametsreiter** schließlich verantwortet das Marketing sowohl bei der mobilkom austria als auch der Telekom Austria, richtete beide Unternehmen und deren Produktportfolio konsequenter als einheimische und europäische Wettbewerber an den Bedürfnissen der Kunden aus. So konnte er in einem gesättigten Markt erhebliche Marktanteile hinzugewinnen.

Aus 38 Nominierten wählte eine hochkarätige, international besetzte Jury die Preisträger in einem vierstufigen Verfahren aus.

Mitglieder der Jury waren:

- **Hugh Burkitt**, CEO der Marketing Society
- **Jürgen Gallmann**, Managing Director Avaya Deutschland
- **Markus Gotta**, Mitglied des Executive Board, Deutscher Fachverlag
- **Dr. Olaf Göttgens**, Vice President Brand Communications Daimler AG

- **Karen Halpert**, Vice President Marketing von MasterCard Europe
- **Matthias Hanssen**, International Director Brand, Advertising & Olympic Marketing, General Electric
- **Hermann-Josef Knipper**, Stellvertretender Chefredakteur, Handelsblatt
- **Ewald Manz**, Senior Client Partner, Korn/Ferry International
- **Massimiliano Magrini**, GM, Google Italien
- **Prof. Laurent Maruani**, Professor an der HEC Graduate School of Management
- **Helmut Sendlmeier**, Chairman & CEO McCann Worldgroup GSA

Neben Strategie und Organisation bewertete die Jury weitere Kategorien wie Marken- und Marketingkommunikation, Produkt- und Preisgestaltung sowie Kundenbeziehungen.

Neben den drei Preisträgern schafften es fünf weitere Kandidaten auf die Shortlist:

- **Elizabeth Chambers**, Chief Marketing Officer, **Barclaycard**
- **Jan Hillesland**, Vice President Group Sales & Marketing, **Carlsberg**
- **Mads Nipper**, Executive Vice President Markets and Products, **Lego**
- **Gerhard R. Schöps**, Chief Marketing Officer Western Division, **McDonald's** sowie
- **Astrid Schulte**, Geschäftsführerin, **Bellybutton**

Weitere Details zu den Preisträgern des Awards 2008

Madeleen Klaasen, Marketing Director Bugaboo, überzeugte durch die konsequente Implementierung einer unkonventionellen und konsequenten Marketing-Strategie sowie den erfolgreichen Markteintritt des Design-Kinderwagens. Sie positionierte Bugaboo als trendiges „must have“-Lifestyle-Produkt für junge Eltern, die besonderen Wert auf Funktionalität und Bewegungsfreiheit legen. Mit ihrer Premium-Preis-Strategie erreicht sie eine kaufkräftige und designbewusste Klientel. Klaasens Marketing-Kampagnen sind mutig und heben sich von klassischen Motiven ab. Productplacements in Erfolgsserien wie „Sex and the City“ oder der Einsatz von Testimonials wie Vicotria Beckham, Heidi Klum oder Gwen Stefani sorgten endgültig für den internationalen Durchbruch des jungen niederländischen Unternehmens. Diese unternehmerische Leistung beeindruckt und würdigt die Jury mit der Auszeichnung „CMO of the Year 2008“ für Madeleen Klaasen.

Luca de Meo, CMO der Fiat-Gruppe - und jetzt CEO von Alfa Romeo und Abarth - verjüngte die Traditionsmarke Fiat und ihren Außenauftritt konsequent während seiner Amtszeit als CEO. Mit der erfolgreichen Markteinführung des Fiat Grande Punto und Fiat Bravo schuf er die Grundlage für den beeindruckenden Turnaround des italienischen Automobilherstellers. Sein Meisterstück aber war die Marketing-Kampagne für die Wiederauflage des Klassikers Fiat 500 im vergangenen Jahr. De Meo verließ sich dabei nicht einfach auf den erfolgreichen Retro-Trend, sondern verstand es, die Marke Fiat hoch emotional aufzuladen. Dies gelang ihm mit unkonventionellen Maßnahmen, unter anderem indem er digitale Tools noch erfolgreicher und noch konsistenter als die Wettbewerber im Kundenmanagement einsetzte. 500 Tage vor dem Launch wurden Fans auf die „500 wants you“-Website eingeladen. Eine interaktive Multimediaplattform, die alle Kanäle nutzt: von Werbung und

Viralem Marketing bis hin zu Mode und Photographie sowie dem Aufruf an die Kunden ihre Wünsche für das neue Auto kundzutun. Diese Erfolgsgeschichte honoriert die Jury mit der Auszeichnung „CMO of the Year 2008“ für Luca de Meo.

Dr. Hannes Ametsreiter verantwortet in Personalunion das Marketing, den Vertrieb und den Bereich Kundenservice des Mobilfunkanbieters mobilkom austria und deren Festnetzweschwester Telekom Austria. Dabei leistet er als Marketingvorstand einen erheblichen Beitrag zur äußerst erfolgreichen Unternehmens- und Marken-Strategie, Marktposition und Organisation von mobilkom austria. Auf der Produktseite forcierte er innerhalb der Holding das Zusammenwachsen von Festnetz und Mobilfunk, die Entwicklung von IPTV-Angeboten und den Marktstart der Discountmarke bob. Wachsende Erlöse erzielte Ametsreiter auch durch die schnelle Expansion nach Osteuropa. Um seine Marketingstrategien zum Erfolg zu führen, baute er im Rahmen einer Neuorganisation die Barrieren zwischen Marketing-, Innovations- und Entwicklungsprozessen ab. Für diese herausragende Leistung zeichnet die Jury Dr. Hannes Ametsreiter mit dem Preis „CMO of the Year 2008“ aus.

Über Booz & Company:

Booz & Company ist mit mehr als 3300 Mitarbeitern in 58 Büros auf allen Kontinenten eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Zu den Klienten gehören erfolgreiche Unternehmen sowie Regierungen und Organisationen.

Unser Gründer Edwin Booz formulierte bereits 1914 die Grundlagen der Unternehmensberatung. Heute arbeiten wir weltweit eng mit unseren Klienten zusammen, um die Herausforderungen globaler Märkte zu meistern und nachhaltiges Wachstum zu schaffen. Dazu kombinieren wir einzigartiges Marktwissen sowie tiefe funktionale Expertise mit einem praxisnahen Ansatz. Unser einziges Ziel: unseren Klienten jederzeit den entscheidenden Vorteil zu schaffen – Essential Advantage.

*Informationen zu unserem Management-Magazin *strategy+business* finden Sie unter www.strategy-business.com*

Rückfragen und weitere Informationen:

Susanne Mathony

Director Marketing & Communications Europe

Tel. 089 / 54 52 5 550 oder 0170 / 22 38 550

Fax: 089 / 54 52 5 602

Email: susanne.mathony@booz.com

Internet: www.booz.com/de