



Pressemitteilung

Zürich, 28. Oktober 2020

ifolor doppelt ausgezeichnet

Der Schweizer Fotoproduktmarktführer hat gleich zweifachen Grund zur Freude: Gestern durfte CEO Hannes Schwarz den renommierten «gfm Marketingpreis 2020» entgegennehmen. Noch am gleichen Abend wurde ifolor von «Kassensturz» als Fotobuch-Testsieger gekürt.

Die Schweizerische Gesellschaft für Marketing überreichte gestern Abend ifolor CEO Hannes Schwarz in Zürich den «gfm Marketingpreis 2020». Mit diesem werden Unternehmen gewürdigt, die sich durch herausragende Marketingleistungen auszeichnen. Bewertet werden erfolgreiche unternehmerische Resultate, die in hohem Ausmass innovativen Marketingstrategien und effektiven Massnahmen zuzuschreiben sind.

Kontinuierliche Verbesserung des Kundenerlebnisses

Die Jury begründete ihr Urteil mit der erfolgreichen Umstellung von einem analogen auf ein digitales Business-Modell. ifolor habe früh erkannt, dass eine herausragende User Experience auf der Website und auf mobilen Geräten alle Aktivitäten der Kunden umfassen müsse: Vom Auswählen der Produkte über das Hochladen der Bilder, die Bezahlung, die Lieferung und die Nachbestellungen. Kundinnen und Kunden sollen Spass am Bestellprozess haben. Prof. Stefan Michel, Präsident des Stiftungsrates: «ifolor ist ein Paradebeispiel für eine gelungene digitale Transformation dank langfristiger marktorientierter Unternehmensführung. Die Verantwortlichen verbessern das Kundenerlebnis kontinuierlich. Ihre Marktpenetration und -bearbeitung sind konsistent und konsequent.» Hannes Schwarz nahm den Preis mit einem Strahlen entgegen: «Meine Laufbahn im Familienunternehmen startete im Performance-Marketing, deshalb hat dieser Preis eine besondere Bedeutung für mich. Menschen vertrauen uns ihre schönsten Momente an und unsere Aufgabe ist es, diese Emotionalität während des gesamten Bestellprozesses zu zelebrieren. Es ehrt uns, dass unsere Bestrebungen von der gfm honoriert und wir in die illustre Runde der Gewinner dieses Preises aufgenommen werden.»

Kassensturz kürt ifolor zum Fotobuch-Testsieger

Zwei Stunden nach der gfm-Preisübergabe gab es erneut Anlass zur Freude. In einem gemeinschaftlichem Fotobuchtest der «Fédération Romande des Consommateurs», dem Westschweizer Konsumentenmagazin «À Bon Entendeur» und der SRF-Sendung «Kassensturz», ging ifolor als grosser Sieger hervor. Das Fotobuch Premium Fotopapier des Ostschweizer Familienunternehmens setzte sich gegen neun Konkurrenten aus der Schweiz, Deutschland und Belgien durch: Mit 8.6/10 Punkten realisiert ifolor ein Glanzresultat. Die Bildqualität erhielt die höchste Bewertung im Teilnehmerfeld, Bildwiedergabe, Farbwiedergabe und Kontraste sowie die Buchqualität und das Bestellverfahren wurden ebenfalls als sehr gut bewertet. Hier geht's zum Fotobuchtest-Beitrag in der Sendung «Kassensturz».

ifolor macht unvergessliche Momente in personalisierten Fotoprodukten wiedererlebbar. Unser Angebot umfasst hochwertige Produkte wie Fotobücher Fotokalender, Fotogrusskarten, Wanddekorationen, Fotogeschenke und Fotos. Als 1961 gegründetes Familienunternehmen verknüpfen wir Tradition mit Innovation und haben seit 2012 einen klimaneutralen Geschäftsbetrieb. ifolor ist in fünfzehn Ländern aktiv, beschäftigt rund 250 Mitarbeitende und erzielt jährlich mehr als 100 Mio. CHF Umsatz. Unsere beliebten Fotoprodukte fertigen wir am Schweizer Hauptsitz in Kreuzlingen und im finnischen Kerava.

www.ifolor.ch

Medienkontakt

Ifolor AG
Michel Nellen
Sonnenwiesenstrasse 2
8280 Kreuzlingen
Tel.: +41 (0)71 686 54 95
E-Mail: pr@ifolor.ch