Kontext trifft Wirkung: Bring! Labs feiert 10 Jahre Innovation und blickt in die digitale Zukunft

Anlässlich seines 10-jährigen Bestehens feierte Bring! Labs nicht nur ein umfassendes Rebranding, sondern präsentierte am Branchen-Event «Kontext trifft Wirkung» zukunftsweisende Einblicke in Mobile Advertising. Mehr dazu erfahren Sie auch im exklusiven m&k Video.

Beat Hürlimann - 15. September 2025

medienjobs.ch
Die aktuellen Jobangebote:
Kanton Zürich
Junior Kommunikations- und Social-Media Manager/in 40–80%
Kanton Zürich / Zürich
Fachspezialist:in Marketing und Kommunikation 60–80%
Zürcher Hochschule der Künste / Zürich
PRFACT
Junior PR-Consultant (m/w/x), 80–100%
PRfact AG / Zürich
Weitere Jobangebote

Ein Jahrzehnt Innovation und Wandel: Bring! Labs feiert Jubiläum und Rebranding

Bring! Labs, ein Schweizer Mobile-Technologieunternehmen, feierte kürzlich sein 10-jähriges Bestehen. Bekannt durch seine erfolgreichen Anwendungen wie die **Bring! App**, die seit über einem Jahrzehnt in der Schweiz und ganz Europa genutzt wird, sowie die **Profital App**, arbeitet Bring! Labs seit Jahren eng mit Werbepartnern aus dem Handel und der Konsumgüterindustrie zusammen.

Das Jubiläum wurde am 28. August im exklusiven Rahmen des SOHO Zurich gefeiert, wo sich die Branche zum Austausch und zur Diskussion neuer Denkanstösse traf. Unter dem Leitthema «**Kontext trifft Wirkung»** bot der Vormittag intensive Gespräche und einen gemeinsamen Blick auf die vergangenen zehn Jahre sowie in die Zukunft.

Raphael Thommen, CEO Bring! Labs AG

Juan-Pablo Schmid, CCO Bring! Labs AG

Passend zum Jubiläum und dem Wechsel in der Geschäftsführung hat Bring! Labs ein **umfassendes Rebranding** durchgeführt. Nach einem Jahrzehnt und neuen ambitionierten Plänen war es höchste Zeit für diesen Schritt. Zuvor traten die B2C-Brands Bring! und Profital zusammen auf, was in der Werbebranche nicht immer klar verstanden wurde. Das Rebranding ist ein konsequenter Schritt, um Bring! Labs als eigenständige Marke zu etablieren und in die Welt zu tragen. Dies umfasst eine **vollständige visuelle Neugestaltung**, eine neue Webseite und einen überarbeiteten Auftritt bei Events und Messen – alles **komplett inhouse entwickelt**.

«Kontext trifft Wirkung»: Wissenschaftliche Erkenntnisse und Branchen-Perspektiven

Ein Höhepunkt des Events war die Keynote des Neuromarketing-Experten **Philipp Zutt**. Unter dem Titel „**Wie Angebote im Gehirn zünden – und warum der Kontext matchentscheidend ist**" lieferte Zutt neuropsychologische Erkenntnisse, die er anhand eines praktischen Pralinentests erlebbar machte. Er betonte, dass Kaufentscheidungen mehrheitlich emotional getroffen werden und der **Kontext einen unglaublichen Einfluss auf diese Emotionen** hat. Faktoren wie Saisonalität, Wetter, die Plattform selbst, umgebende Marken und der Standort beeinflussen unsere Stimmung und unser Konsumverhalten massgeblich. Für Brands bedeutet dies, den Kontext stärker zu nutzen und diesen auch emotional zu verstehen, um im richtigen Moment optimal zu wirken.

Philipp Zutt

Bring! Labs nutzt hierfür seine Stärke in der Datenanalyse. Das Unternehmen kann mit einer Fülle an Daten arbeiten, sowohl auf Gesamt- als auch auf Retailer-Ebene. Durch die Kopplung dieser Daten mit Kontextinformationen, beispielsweise Wetterdaten, können **spannende Erkenntnisse über das Kaufverhalten** gewonnen werden, die für Werbetreibende von grossem Interesse sind. Diese Fähigkeit, den Kontext zu verknüpfen, ist ein Alleinstellungsmerkmal von Bring! Labs.

Die anschliessende Podiumsdiskussion brachte drei unterschiedliche Branchen-Sichtweisen zusammen: **Žanet Žabarac** (Leiterin Marketing bei Dosenbach) beleuchtete die **Retailer-Perspektive**, **Stephanie Dirscherl** (Managing Director von EssenceMediacom Switzerland) die **Agentur-Sicht** und **Juan-Pablo Schmid** (CCO von Bring! Labs) die **Publisher-Seite**. Die Moderatorin und Chefredakteurin des Business Magazins m&k, **Anna Kohler**, führte charmant und souverän durch die verschiedenen Aspekte des **Contextual Advertising**.

Anzeige

Die Stärke von Bring! Labs: Kontextuelle Relevanz in der Shopper Journey

Bring! Labs positioniert sich gezielt im **entscheidenden Moment der Einkaufsplanung**. Nutzer:innen, die planen, sich inspirieren lassen und Angebote entdecken, sind kurz vor dem Kauf und entscheiden sich nicht nur für eine Plattform, sondern auch für das, was sie schlussendlich kaufen. Bring! Labs begleitet diese Nutzer:innen entlang ihrer gesamten Shopper Journey, vom Planungsstadium bis zum Produkt im Einkaufswagen.

Der **einzigartige Vorteil (USP)** von Bring! Labs liegt darin, Nutzer:innen zu erreichen, die noch keinen festen „Lieblingsladen" oder eine spezifische Lieblingsmarke haben. Diese **kanalagnostischen Nutzer:innen** lassen sich auf ihrer Einkaufsreise inspirieren und entscheiden spontan, was und wo sie kaufen. Im Gegensatz dazu sprechen traditionelle Retailer-Apps oft bereits klar definierte Zielgruppen an.

Die Plattform verzeichnet eine beeindruckende Reichweite: In der Schweiz erreicht Bring! Labs mit rund **800.000 monatlich aktiven User:innen** 10 bis 15 Prozent der Bevölkerung. Die Nutzung ist dabei ausserordentlich intensiv: Bring! App-Nutzer:innen verzeichnen durchschnittlich **zehn Sessions pro Monat**, die sich auf dedizierte Planungssessions und grosse Wocheneinkäufe verteilen.

Die Effektivität kontextueller Werbung bei Bring! Labs zeigt sich in **sehr hohen Conversion Rates und guten Store Visit Rates**. Dies liegt daran, dass Nutzer:innen in der Planungsphase sehr offen für unterstützende Werbung sind, die ihnen hilft, effizient zu planen. Das Feedback der Nutzer:innen, die eine „App ohne Werbung" schätzen, unterstreicht, dass die Werbung als hilfreich und nicht als störend wahrgenommen wird.

Bring! Labs bietet vielfältige **Kooperationsmöglichkeiten entlang des gesamten Shopper Funnels**. Dies reicht von Inspirationsformaten wie Rezepten und Branding-Formaten bis hin zu Non-Food-Angeboten, da Bedürfnisse über Essen und Trinken hinausgehen – sei es ein neuer Staubsauger, Gartenartikel oder schöne Blumen. Das Ziel ist immer, Nutzer:innen zu unterstützen und nicht zu unterbrechen.

Digitale Transformation als Rückenwind: Erfolge und Ausblick auf die nächsten 10 Jahre

Blickt man zehn Jahre zurück, so dominierte im Werbemarkt, insbesondere im Konsumgüterbereich, noch stark die Printwerbung. Bring! Labs konnte jedoch massiv von der **digitalen Transformation** profitieren. Krisen wie die Corona-Pandemie haben einen enormen Digitalisierungsschub ausgelöst, der der Plattform nachhaltig „Rückenwind" verliehen hat. Diese Entwicklung bestätigt die Relevanz und das Wachstum von Bring! Labs, das sich heute als ein bedeutender Akteur im digitalen Markt etabliert hat.

Mit den Erkenntnissen aus dem Jubiläumsevent und einem klaren Blick auf die Bedeutung des Kontextes blickt Bring! Labs optimistisch und ambitioniert auf die nächsten zehn Jahre.