

Nicht dein Job: Brack Business lanciert erstmals Imagekampagne



Mägenwil, 14. Oktober 2026 – Brack Business, die Geschäftskunden-Sparte des Online-Händlers Brack, lanciert ihre erste nationale Imagekampagne. Das Ziel: mit humorvollem Kunden-Insights Bekanntheit von Marke und Leistungsangebot bei ausgewählten Zielgruppen ausbauen.

Brack Business fokussiert sich auf die fünf strategischen Zielgruppen Start-ups, Schulen, Behörden, KMU und Grossunternehmen. Im Mittelpunkt steht, dass man oft unfreiwillig mit Dingen wie Lizenzen-Verlängerungen oder dem Vergleichen von Bürostuhl-Angeboten abgelenkt wird vom eigentlichen Job. Auf den Punkt gebracht durch Job-Titel, die keiner haben will.

Sie stehen für Aufgaben, die zeitaufwändig und komplex sind – und meist nicht der Grund waren, weshalb man seinen Beruf ursprünglich gewählt hat. Dem «Chief Kaffeekapsel Officer», der «Head of Bürostuhl-Evaluation» und der «Lehrerin für Papierbestellung» sagt Brack Business: «Nicht dein Job. Unser Job.»



Jobtitel als Eyecatcher

«Niemand wollte Lehrerin werden, um Materiallisten abzutippen, niemand gründet ein Start-up, um Kabelkanäle auszuwählen», so Roman Reichelt, Chief Marketing & Communications Officer bei Brack.Alltron, «und da setzt die Value Proposition von Brack Business an. Wir haben spezialisierte Angebote, Sortimente, IT-Anbindungen und Sonderkonditionen für Firmen – so geben wir den Kund:innen Zeit für die wirklich wichtigen Aufgaben zurück.» Die Kampagne wurde inhouse mit der Unterstützung von Kreativ-Freelancer Lorenz Clormann entwickelt.

Mit einem auf B2B fokussierten Mediamix aus Fachmedien, digitalen Kanälen und zielgruppenspezifischen Formaten setzt man auf langfristigen Markenaufbau. Die Strategie folgt der Überzeugung, dass nachhaltige Sichtbarkeit und eine klare Positionierung langfristig erfolgreicher sind als kurzfristige Kommunikationsimpulse.



Steigende Anforderungen an Beschaffungsverantwortliche

«Beschaffungsverantwortliche stehen heute unter wachsendem Druck», sagt Ousama Ouso Atrache, Head of B2B Sales bei Brack.Alltron und Verantwortlicher Brack Business, «Prozesse müssen effizient gestaltet, Budgets eingehalten und Lieferketten zuverlässig abgesichert werden.» Gleichzeitig zeigt sich, dass Unternehmen bei der Wahl ihrer Lieferanten nicht allein auf den Preis achten. Faktoren wie Verfügbarkeit, Prozesssicherheit, einfache Abläufe, Services und Dienstleistungen sowie persönliche Betreuung gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Neue Partnerschaften

Zusätzlich zur Kampagne setzt Brack Business auf neue Partnerschaften: mit dem Swiss Venture Club (SVC), den Swiss Startup Nights und dem Business Netzwerk Ladies Drive. Denn Beschaffung ist Vertrauenssache. Die Kundinnen und Kunden sollen Brack Business dort erleben, wo sie sich austauschen, vernetzen und weiterentwickeln. «Damit zeigen wir, wofür wir stehen: einfache Beschaffungsprozesse, hohe Verlässlichkeit und persönliche Betreuung», sagt Ousama Ouso Atrache, Head of B2B Sales bei Brack.Alltron und Verantwortlicher Brack Business.

- Über die Partnerschaft mit dem SVC unterstützt Brack Business gezielt kleine und mittlere Unternehmen. An Events des Vereins in der Deutsch- und Westschweiz ist man vor Ort und kommt direkt mit Unternehmerinnen und Unternehmern ins Gespräch.
- Um auch junge Unternehmen von Anfang an zu begleiten, ist Brack Business zudem eine Kooperation mit den Swiss Startup Nights eingegangen. Brack Business versteht sich deshalb als Partner, der mit seinen Start-up-Kundinnen und -Kunden mitwächst: vom ersten Arbeitsplatz bis zur Ausstattung eines ganzen Teams, unkompliziert und individuell.
- Zudem ist Brack Business neu Hauptpartner der Business Sisterhood Swiss Ladies Drive und an diversen Touchpoints des Netzwerks präsent, von Events bis zum Female Innovation Forum als Sponsor des **Innovator of the Year Award**.

Allen drei Partnerschaften ist gemeinsam, dass sie das Kampagnenversprechen von «Nicht dein Job. Unser Job» erlebbar machen: Brack Business optimiert mit Unternehmen die Beschaffungsprozesse, damit diese sich auf das konzentrieren können, was sie wirklich weiterbringt.



Media Kit: Brack Business lanciert erstmals Imagekampagne

newsroom.brackalltron.ch

Über Brack.Alltron

Brack.Alltron – gemeinsam gestalten wir den Handel von morgen

Brack.Alltron besteht aus den Marken Alltron, Brack, Brack Business, DayDeal und Jamei sowie aus dem Logistikdienstleister Brack.Alltron Logistik. Die Unternehmensgruppe umfasst heute 1292 Mitarbeitende und hat 2025 einen Umsatz von 1,16 Milliarden Schweizer Franken erzielt.

brackalltron.ch

Kontakt für Medienanfragen zu dieser Mitteilung

Lukas Keller

Lead PR & Newsroom

publicrelations@brackalltron.ch

[056 200 69 58](tel:0562006958)

Link kopieren

<https://newsroom.brackalltron.ch/273273-nicht-dein-job-brack-business-lanciert-erstmal-imagekampagne/>