



E-Interview mit Andreas Nilitschka zum Virtual Roundtable: Perspektiven, Lösungsansätze sowie Rahmenbedingungen zur Unterstützung der Herausforderungen in Marketing & Kommunikation



Titel des Interviews:	Perspektiven, Lösungsansätze sowie Rahmenbedingungen zur Unterstützung der Herausforderungen in Marketing & Kommunikation
Name:	Andreas Nilitschka
Funktion/Bereich:	CEO
Organisation:	n c ag

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

Im Trend der Multimedialisierung von Marketing und Unternehmenskommunikation stehen Unternehmen vor dem Problem, rasch anwachsende digitale Inhalte (Email, Text, Bild, Grafik, Animation, Audio-/Videokomponenten, Produktinformation, ...) zentral zu bewirtschaften, global/dezentral verfügbar zu machen und strukturiert zu distribuieren.

Aktuelle An- und Herausforderungen für das Management in Marketing & Kommunikation sind zudem:

- Verbesserung von Messbarkeit und Transparenz
- Kostensenkung („doing more with less“)
- Konsistente Umsetzung der Markenpolitik (Branding)
- Rasche und konsistente Bedienung verschiedener Medienkanäle mit Kommunikationsinhalten (Crossmedia-Publishing)
- Verkürzung der „time-to-market“
- Erhöhung der Produktivität in Marketing & Vertrieb
- Informationsarmut im Informationsüberfluss
- Erhöhung der Service- und Dienstleistungsqualität
- Effizientes Produktinformationsmanagement



Zweifellos können vorstehende An- und Herausforderungen in Marketing & Kommunikation durch intelligenten Technologie-Einsatz adressiert werden. Der Anbietermarkt stellt dazu aus unterschiedlichen Perspektiven adäquate Lösungskonzepte zur Verfügung (Digital Asset Management, Web-to-Print-Publishing, Crossmedia-Publishing, Produktinformations-Management/PIM, Marketing Operations Management, Enterprise Content Management).

Auf die unterschiedlichen Perspektiven und Lösungsansätze sowie Rahmenbedingungen zur Unterstützung der Herausforderungen in Marketing & Kommunikation gehen im Rahmen des folgenden Roundtables verschiedene Experten ein.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr

NetSkill-Team



Sehr geehrter Herr Nilitschka,

Frage 1:

In welcher Ausprägung (siehe vorstehenden An- und Herausforderungen) werden die aktuellen Bedürfnisse der Nachfrage aus Marketing & Kommunikation an Sie herangetragen und mit welchem Lösungskonzept begegnen Sie diesen bzw. welche Effekte erzielen Sie konkret?

Antwort:



Wir erhalten viele Anfragen bezüglich der Strukturierung von Daten und Vorhalten von Daten für Crossmediale Lösungen. Im Weiteren werden in den letzten 12 Monate immer häufiger Workflow Themen wichtig, da die eingesetzte Technologie für sich noch nicht einen reibungslosen Einbau in die bestehenden Publikationsprozesse sicherstellt. Grundsätzlich werden neben dem sehr wichtigen Kommunikationskanal Print, zunehmend Lösungen für eine saubere Einbindung und Pflege der Produkte und Dienstleistungsinformationen in bestehenden CMS-Lösungen gesucht. Wir können mit unseren Crossmedia Tools, welche wir seit Jahren genau auf diese Anforderungen ausrichten, sehr viele Bedürfnisse abdecken. Eine zunehmende Wichtigkeit erhält auch unser sehr grosses Knowhow im Bezug auf alle technologischen Aspekte einer Projekteinführung.

Frage 2:

Wie sehen Sie die Entwicklung der Medienobjekte bei der Nachfrage in Marketing & Kommunikation, wird das Bild weiterhin eine dominante Rolle einnehmen oder ist damit zu rechnen, dass das bewegte Bild, sprich Audio- und Video-Content, im Rahmen des Kommunikations-Mix vermehrt an Bedeutung gewinnen wird?

Antwort:



Das Bild ist nach wie vor eines der wichtigsten Medienobjekte. In gewissen Branchen hat aber die Nachfrage nach bewegten Audio und Video Inhalten stark zugenommen. So wird z.B. bei unsere Kunden aus der Touristikbranche immer mehr auf Video-Content gesetzt welcher in den Online Kanälen eingesetzt wird.

**Frage 3:**

Erfahrungsgemäss bedingt die erfolgreiche Transformation technologischer Potentiale in echte Wettbewerbsvorteile eine integrale Betrachtung von Mensch, Technik und Organisation bzw. von Strategie, Prozessen und Systemen. Wie nehmen Sie aktuell die Fähigkeit und Fertigkeit der Nachfrage wahr, Organisation und Prozesse in Marketing & Kommunikation effektiv anzupassen?

Antwort

Grundsätzlich ist eine Entscheidung die ganze Kommunikation einer Unternehmung Crossmedial, mit einer neuen Technologie zu unterhalten immer ein Management Entscheid, der auf der höchsten Ebene einer Unternehmung gefällt werden muss. Denn mit dem Einführen einer solchen Technologie, wird nicht lediglich eine weitere Software angeschafft. Im Gegenteil, man wird damit die ganze Art und Weise der Inhaltzubereitung, der Verteilung von Informationen, das Herstellen und Pflegen von Kommunikationsmitteln ändern. Es braucht dazu den Willen aller Beteiligten althergebrachtes in Frage zu stellen und komplett neu Weg zu gehen.

Frage 4:

Welches sind aus Ihrer Sicht die kritischen Erfolgsfaktoren im Hinblick auf eine erfolgreiche Projektumsetzung?

Antwort

Wie schon oben erwähnt, muss der Wille neue Wege zu gehen von der Geschäftsleitung einer Firma getragen werden. Bei der Einführung sprechen wir grundsätzlich mit allen, am Prozess beteiligten Abteilungen und Personen, in Workshops über die bestehenden Abläufe und zeigen die neue Arbeitsweisen auf. Aufgrund dieser Workshops wird für jeden Prozessteil ein neuer Workflow erstellt, welchen wir bereits zum besseren Verständnis der Projektbeteiligten mittels Webskins visualisieren. Mit diesem Vorgehen können wir auf der einen Seite alle Personen, die mit den neuen Tools arbeiten werden an die neue Technologie heranzuführen und ihnen gleichzeitig die Möglichkeit geben den Ablauf so weit als möglich mitzugestalten. Ein weiterer wichtiger Punkt einer erfolgreichen Einführung ist sicher das Prüfen der erstellten Abläufe und Prozesse mit einer Testproduktion, welche parallel zum bisherigen Verfahren läuft. Ebenfalls sehr wichtig ist eine Produktionsbegleitung in den ersten Wochen beim Auftraggeber. Das gibt allen die Sicherheit beim Arbeiten mit den teilweise ganz neuen Abläufen.

Vielen Dank für das Interview!