



## E-Interview mit Stephan A. Nobs zum Virtual Roundtable: Perspektiven, Lösungsansätze sowie Rahmenbedingungen zur Unterstützung der Herausforderungen in Marketing & Kommunikation



<b>Titel des Interviews:</b>	Perspektiven, Lösungsansätze sowie Rahmenbedingungen zur Unterstützung der Herausforderungen in Marketing & Kommunikation
<b>Name:</b>	Stephan A. Nobs
<b>Funktion/Bereich:</b>	Geschäftsführer
<b>Organisation:</b>	Assetlink 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 Nobs,

**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:**



Eine Folge dieser Herausforderungen ist sich die Marketingorganisationen zur Zeit insgesamt im Umbruch befinden, welches sich in ständigen Reorganisationen niederschlägt. Die Unternehmen suchen zur Zeit verzweifelt nach der optimalen Struktur. Solche Strukturwandel bringen zusätzlich Unruhe ins Unternehmen und lenken von der optimalen Marktbearbeitung ab, welche in den heutigen Märkten auch so schon herausfordernd genug ist. In diesem ganzen Zusammenhang suchen Unternehmen nach einem technischen Skelett, welches die externen Herausforderungen von seiten des Marktes und die internen organisatorischen Umwälzungen entsprechend sichern kann. Wir beobachten eine ähnliche Entwicklung wie sie in den 80er und 90er Jahren bei der Produktionsplanung und –steuerung und im Finanzwesen stattgefunden hat. Dabei geht es nicht nur darum, ein paar Tools zu installieren, sondern eine stabile Marketingplattform einzurichten, von welcher aus das Marketing neu aufgesetzt und langfristig gesteuert werden kann. Marketing Operations Management Systeme bieten dafür wirksame Lösungen, welche das Unternehmen unterstützen bei der Marketingplanung, der Ausführung der Marketing Projekte, der Ablage und Wiederverwendung der Marketing Assets und in der Analyse des Marketing. Das Schaffen von Transparenz und Verbindlichkeit steht dabei mit im Vordergrund der Zielsetzungen. Nur dann können entsprechend wirksame Optimierungen in der Marktbearbeitung wie auch bei der internen Organisationsstruktur erzielt werden.

**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:**



Die Zunahme an Kanälen für die Bearbeitung der verschiedenen Anspruchsgruppen, Komplexität der Zielgruppen sowie die technischen Möglichkeiten, welche das Internet bietet, führen schon seit Jahren zu einer Verschiebung im Kommunikationsmix hin zu den neuen Medien. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren klar weiter verstärken. Es ist auch damit zu rechnen, dass selbst der Kern der Markenführung immer stärker durch die neuen Medien wahr genommen werden wird. Bereits gibt es viele Unternehmen, welche ihre Positionierung über die neuen Medien steuern und nicht mehr über die klassischen Above-the-line Aktivitäten. Allerdings dauern solche Veränderungen länger als allgemein prognostiziert wird. Marketing



Operations Management Systeme bieten dabei wirksame Lösungen bei der Erstellung, Abnahme, Ablage, Verwaltung, Anpassungen und Archivierung an.

**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 Nach-frage wahr, Organisation und Prozesse in Marketing & Kommunikation effektiv anzupassen?**

**Antwort:**

Es ist mitunter die Aufgabe und Verantwortung von Systemanbietern wie Assetlink, sicher zu stellen, dass den Unternehmen nicht nur Tools verkauft werden, sondern dass das Change Management ein integraler Bestandteil des Angebots darstellt. Dabei ist entscheidend, dass sowohl die Implementierungsmethodik wie auch der gesamte Change Prozess auf die verschiedenen Zielgruppen im Marketing ausgerichtet sind. Viele Unternehmen betrachten den Einsatz von Marketingsystemen immer noch als ein blosses Einsetzen eines Tools und richten zu wenig Augenmerk auf die positiven weiterreichenden Auswirkungen eines MOM Systems auf die gesamte Unternehmenssteuerung und den langfristigen Unternehmenserfolg.

**Frage 4:**

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

**Antwort:**

Entscheidend für eine erfolgreiche Einführung von Marketing Operations Management Systemen sind das Commitment des Projektes durch die Geschäftsleitung sowie die Bereitschaft des Unternehmens sich auf Veränderungen/Optimierungen in den Marketingprozessen einzulassen und diesen Veränderungsprozess aktiv zu unterstützen und durchzusetzen. Weiter ist es unabdingbar und für den Projekterfolg entscheidend, dass die Projektmitarbeiter des Systemanbieters ebenfalls über fundiertes und praktisches Marketing Know how und Erfahrung verfügen.

**Vielen Dank für das Interview!**