



E-Interview mit Wolfgang P. Ruth 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: | Wolfgang P. Ruth |
| Funktion/Bereich: | Senior Account Executive |
| Organisation: | Open Text |

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 Ruth,

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:



Digital Asset Management bildet die Grundlage für professionelle Medienübertragungen und ergänzt den Content Asset-Vorgang in jeder Phase. Mit Artesia DAM™ haben Unternehmen, die mit Rich Media Content arbeiten, die Möglichkeit, ihre operative Effizienz zu steigern, Kosten zu sparen, die Programmvierfalt zu erweitern und die Distribution zu rationalisieren.

Egal ob es darum geht, digitale Inhalte in Bild-/Filmarchiven abzulegen, die Post-Produktions-Workflows zu optimieren oder den Revisionsprozess, die Freigabe und die Distribution zu beschleunigen – Artesia gehört erwiesenermaßen zu den führenden Anbietern in diesem Bereich.

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 wird weiterhin eine wichtige Rolle spielen, allerdings wird nicht nur allein aufgrund der wesentlich komplexeren Probleme bei der Speicherung von Audio und Video diesem eine erhöhte Aufmerksamkeit zukommen müssen.

**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:

Die Belange der Marketing & Kommunikation in den Unternehmungen wurde lange Zeit als Stiefkind behandelt. Da jetzt alle anderen Abteilungen mehr oder weniger durchrationalisiert sind, unterliegen auch diese vermehrt dem Druck nach Berechenbarkeit und Produktivität und müssen sich daher auch Methoden bedienen, die dieses ermöglichen.

Frage 4:

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

Antwort:

- Unterstützung durch das Topmanagements
- Zentralisierung aller Assets in ein Repository
- Phasenbasiertes Vorgehen
- Klein starten, groß enden

Vielen Dank für das Interview!