

31

→ ZEIT IST DIE NEUE WÄHRUNG

10 Thesen, wie Rainer Reichl, CEO von Reichl und Partner, die Mediaagentur der Zukunft sieht.

Alles werde letztendlich Social Media werden, prophezeit Reichl. Herkömmliche Werbeformen würden trotzdem weiter bestehen. Seine 10 Postulate für die Mediaagentur der Zukunft:

1. **Zusammenarbeit schlägt Briefings:** Firmen entwickeln Strategien, Konzepte und teilweise komplett neue Geschäftsmodelle in interdisziplinären Teams.
2. **Die Agentur der Zukunft ist eine Fusion aus Know-how in Marketing und Technologie:** Kreativität wird um die Nutzung technologischer Möglichkeiten und der

Analyse und zielgerichteten Verwendung von userzentrierten Daten erweitert.

3. **Die Bewertungsmaßstäbe für Agenturen werden neu definiert:** Es gilt zu beurteilen, welchen messbaren Nutzen eine Agentur für ein Unternehmen stiften kann.
4. **Kein Fortschritt ohne Experimente:** Ein Erfolgsfaktor von Marken wird die Bereitschaft sein, kalkuliertes Risiko in der Nutzung neuer Kommunikationsformen einzugehen.
5. **100% Sichtbarkeit ist das neue Dogma:** Derzeit wird nur ca. 50% der als geschaltet verrechneten Onlinewerbung

tatsächlich wahrgenommen.

6. **Zeit ist die neue Währung:** Aktuelle Studien zeigen, dass die Frequenz erheblich weniger relevant für das Lernen einer Markenbotschaft ist als optimale Betrachtungsdauer.
7. **Coopetition, also Kooperation mit dem Wettbewerb und zwischen Medien und Auftraggebern:** Die Agentur der Zukunft ist interaktiv mit den Medien vernetzt.
8. **Neue Technologien eröffnen neue Chancen für die Kreativität:** „Digital“ kann neue Markenerlebnisse schaffen. Es ist Aufgabe der Kreativen, sich mit Technologien

und deren kreativer Nutzung auseinanderzusetzen.

9. **Programmatische Kreativität schafft individuelle Markenerlebnisse:** In Zukunft muss für jeden User zu jedem Zeitpunkt die individuell richtige Botschaft kommuniziert werden.
10. **Der Marketingleiter der Zukunft ist ein Marketingtechnologie-Spezialist:** Die entscheidenden Chancen bieten die Technologiefelder der neuen Medien, der individualisierten Werbemittelproduktion, des Data Mining und der individualisierten Online-Schaltung.