

Marketing Communication Service metapeople

Maria Uebbing

Communication Manager

maria.uebbing@metapeople.com

Pressemitteilung / Interview

Duisburg, 21. September 2018

Automatisierung im Digitalmarketing: „Agenturen müssen sich jetzt neu aufstellen“

Die Digitalmarketing-Branche befindet sich im Zuge der fortschreitenden Automatisierung in einem tiefgreifenden Wandel. Das ist ein Ergebnis der Studie „Automatisierung im digitalen Marketing – Geschäftsmodelltransformation als Chance für Agenturen“, die Google gemeinsam mit der Universität Lübeck durchgeführt hat und deren Ergebnisse auf dem diesjährigen Digital Day der metapeople GmbH am Vortag der DMEXCO erstmalig der Öffentlichkeit präsentiert wurden. metapeople, Teil der internationalen Agenturgruppe Artefact, war maßgeblich an der Studie beteiligt. Zentrale Fragen der Untersuchung: Wie verändert die zunehmende Automatisierung das Digitalmarketing der Zukunft? Wird sie Agenturen überflüssig machen? Jan Brockmann, Managing Director von metapeople, ist sich sicher: Agenturen werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen – aber welche genau?

1. Frage: Zu welchen zentralen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie von Google und der Universität Lübeck?

Jan Brockmann: Die Branche befindet sich in einem Stadium der Transformation, das ist überall spürbar. Durch die zunehmende Automatisierung fallen frühere Kernaufgaben weg, weil die Kunden diese selbst übernehmen können. Wir und viele der Befragten sehen diese Entwicklung aber grundsätzlich sehr positiv.

2. F: Was ist schon heute möglich – ist die vollautomatische Kampagne bereits Realität?

JB: Die technologische Entwicklung ist weit fortgeschritten und automatisierte Kampagnen sind heute bereits möglich. Jedoch wissen wir, und die vorliegende Studie bestätigt dies, dass die Ergebnisqualität von automatisierten Kampagnen noch nicht so hoch ist, wie sie sein könnte. Bei der Nutzung von Automatisierung lernen wir jeden Tag die Grenzen der Technologie kennen und testen sie aus. Wir können schon jetzt auf einen großen Erfahrungsschatz zurückgreifen, daraus unsere Schlüsse ziehen und so dem optimalen Ergebnis wieder einen Schritt näher kommen.

3. F: Welche Auswirkungen hat die zunehmende Automatisierung auf das Geschäftsmodell von Agenturen?

JB: Agenturen, die weiterhin als reine Dienstleister agieren, werden zukünftig aus dem Markt verdrängt werden. Darauf haben wir schon beim Launch der Google Marketing Platform im Juli

hingewiesen: Lediglich Kampagnen, Tracking und Daten neu aufzusetzen, wird nicht ausreichen, um Unternehmen einen echten Mehrwert zu bieten. Vielmehr wird Consultancy in den Fokus rücken.

4. F: Macht die Automatisierung den Menschen überflüssig?

JB: Nein. Die Automatisierung braucht den Menschen.

Zwar stimmt es, dass sich Berufsbilder, wie das des Kampagnenmanagers, verändern werden, weil Kunden einen Teil der Aufgaben selbst erledigen können. Doch fehlt vielen dazu das nötige Wissen. Hier sind wir durch unsere Erfahrung im Vorteil und können diese Kompetenz nutzen, um Unternehmen beratend zur Seite zu stehen und so dafür zu sorgen, dass diese erfolgreiche Kampagnen fahren. Außerdem ist die Basis für Automatisierung eine hohe Datenqualität – diese Daten in perfekt aufbereiteter Form zur Verfügung zu stellen und die nötigen Automatisierungsstrukturen bereitzustellen, wird weiterhin Aufgabe von Menschen und damit der Agenturen sein.

5. F: Wie müssen sich Agenturen zukünftig intern aufstellen, um diese neuen Anforderungen erfüllen zu können?

JB: Als Agentur tragen wir die Verantwortung für unsere Mitarbeiter. Sie sind das Fundament für die Transformation. Wir haben die Aufgabe, ihnen die notwendigen Fähigkeiten zu vermitteln und sie in die Lage zu versetzen, den technologischen Wandel mitzugestalten und sich dabei stets weiterzuentwickeln. So müssen beispielsweise Learnings aus der Vergangenheit in die Entwicklung von Algorithmen einfließen, die es unseren Mitarbeitern ermöglichen, auch in Zukunft die bestmöglichen Ergebnisse für unsere Kunden zu erzielen.

Über die metapeople GmbH | www.metapeople.com

Als Agentur für effektives Digital-Marketing bietet die metapeople GmbH als Teil von Artefact (vormals Netbooster) mit seinen weltweit mehr als 25 Standorten seit über 19 Jahren erstklassige Lösungen in den Bereichen Affiliate, Display Media, SEA, SEO, Social Media, Data & Analytics, Artificial Intelligence sowie Consulting und Tracking an. Durch den Zusammenschluss mit Artefact wurden die Kernkompetenzen von metapeople weiter gestärkt und der Fokus auf Artificial Intelligence weiter ausgebaut. Hand in Hand mit Artefact bietet metapeople ihren Kunden beste Qualität und realisiert für diese eine weltweit nahtlose Betreuung.

Über Artefact | artefact.com

Artefact (zuvor Artefact-Netbooster) ist eine börsennotierte Marketingagentur (Alternext Paris, ALBNT), die Marketers und Techniker perfekt vereint. Um die Customer Experience von morgen durch moderne Technologien neu zu erfinden, arbeitet die Agentur mit den größten globalen Marken zusammen. Das Unternehmen hat mehr als 25 Niederlassungen mit 1000+ Mitarbeitern und bietet die Serviceangebote Daten-Consulting, Expertise im Digitalmarketing und Technologieentwicklung (Big Data und Artificial Intelligence) an. Artefact wurde zur innovativsten Agentur 2017 gewählt. Mehr als 600 Kunden vertrauen auf die fundierte Marketingerfahrung der Agentur, darunter mehr als 100 Blue Chips wie AccorHotels, Orange, Carrefour, Emirates, Deutsche Telekom und Monoprix. Gegründet wurde Artefact von drei Absolventen der Universität Polytechnique (Guillaume de Roquemaurel, Vincent Luciani and Philippe Rolet). Seit der Gründung im Jahr 2015 ist Artefact schnell und stetig gewachsen. Im September 2017 fusionierte die Agentur mit der französischen Digital Marketing Agentur NetBooster Group.

Pressekontakte:

metapeople GmbH

Maria Uebbing
Philosophenweg 21
47051 Duisburg
Tel.: +49 203 41050-157
Fax: +49 203 41050-281
E-Mail: maria.uebbing@metapeople.com

Sputnik GmbH

Philipp Laufenberg
Marie-Curie-Straße 5
53359 Rheinbach
Tel.: +49 228 304126-32
Fax: +49 228 304126 39
E-Mail: laufenberg@sputnik-agentur.de