

Die „Hamburger Crossmedia Initiative“ führender Agenturen anlässlich des Neptun Award 2011.

- ↩ Crossmedia heißt Abschied nehmen von standardisierten Kampagnen. Dynamik und Komplexität haben in der Kommunikation derart zugenommen, dass es eine One-fits-all-Lösung für eine Kommunikationsaufgabe nicht mehr gibt. Darüber hinaus ist eine ständige Optimierung auch während eines Flights notwendig.
- ↩ Jede Kampagne der Zukunft ist um die Dimension Echtzeit erweitert: Auch Kampagnen ohne Aktionen in den sozialen Medien können dort eine große Resonanz erzielen.
- ↩ Agenturen müssen das Spezialistenwissen aggregieren und die Erfahrung aus den verschiedenen Kampagnen mit verschiedenen Kunden bündeln, um ihrer Beraterrolle gerecht zu werden. Kunden müssen dies intern durch entsprechende Arbeitsorganisation und Prozesse widerspiegeln und bereit sein, die Arbeit der Agenturen angemessen zu honorieren.
- ↩ Die neue Kommunikationslandschaft verlangt nach immer mehr Spezialisten UND einer neuen Generation von Generalisten! Es braucht nicht nur deren Wissen, sondern auch eine neue Kultur der Zusammenarbeit unterschiedlicher Experten – übrigens auch auf Seite der Kunden und der Medien. Aus- und Weiterbildung ist zu einer ständigen Aufgabe geworden und hört nie auf.
- ↩ Eine allumfassende Crossmedia-Währung gibt es nicht und ist auch nicht in Sicht. Umso wichtiger wird es, dass sich der Kunde gemeinsam mit seiner Agentur auf Ziele einigt, an denen der Erfolg seiner Werbemaßnahmen festgemacht werden soll. Daher muss eine Messbarkeit über alle Medien hinweg gewährleistet werden. Was sich nicht messen lässt oder messen lassen will, wird es schwer haben.



BBS/Ministry.BBS

DDB Tribal Hamburg GmbH

deepblue networks AG

Grabarz und Partner Werbeagentur GmbH

Grimm Gallun Holtappels Werbeagentur GmbH & Co. KG

JWT Germany GmbH

kempertrautmann GmbH

KMF Werbung GmbH

Madaus, Licht + Vernier Werbeagentur

OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG

Pilot 1/0 GmbH & Co. KG

Scholz & Friends Group GmbH

SinnerSchrader

Tricolore Marketing

Hamburg, 25. Mai 2011