

Outsourcing-Trend erfasst die Marketingbranche

04.02.2005, 15:21 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: 21TORR

Stuttgart/Reutlingen, 1. Dezember 2004 – Der Trend zum Outsourcing macht vor der Marketingbranche nicht Halt – diese These vertritt Martin Cserba, Geschäftsführer der Multimedia-Kommunikationsagentur 21Torr (Reutlingen und Stuttgart). Während bislang überwiegend einzelne Aufgaben oder Kampagnen an eine Agentur ausgelagert wurden, werden künftig ganze Geschäftsprozesse und Geschäftsfelder von der Unternehmens- auf die Agenturseite übergehen, prognostiziert Martin Cserba. „Marketing-Outsourcing zeichnet sich dadurch aus, dass End-to-End-Prozesse von Kernfunktionen statt von einer firmeninternen Abteilung langfristig von einer externen Agentur oder eines definierten Agentur-Pools wahrgenommen werden. Wichtig ist aber, dass die Entwicklung der Marketing- und Kommunikationsstrategie stets ein Kernbereich im Unternehmen bleiben muss“, präzisiert der 21Torr-Chef.

21Torr Agency hat sich nach eigenen Angaben bereits darauf eingestellt, Marketingaufgaben ganzheitlich zu übernehmen, so dass der Kunde nur noch eine Strategie-, Steuerungs- und Kontrollfunktion innehat. Als besonders geeignet empfiehlt 21Torr das langfristige Outsourcing von integriertem Direkt- und Newsletter-Marketing, wie es die Agentur bereits für namhafte Kunden wie Hewlett-Packard übernommen hat.

Aufgrund der bisherigen eigenen Erfahrungen von 21Torr nennt Martin Cserba als wichtigste Erfolgsfaktoren für Marketing-Outsourcing:

1. Die Agentur darf nur Outsourcing-Aufgaben übernehmen, die direkt in ihre Kernkompetenzen fallen.
2. Die Einführung sollte phasenweise erfolgen, um während des Prozessübergangs vom Unternehmen auf die Agentur noch Korrekturen vornehmen zu können.
3. Die Unterstützung der Geschäftsprozesse durch die Informationstechnologie muss von Anbeginn an sichergestellt sein.
4. Marketing-Outsourcing erfordert professionelles Change Management, damit Mitarbeiter im Unternehmen und in der Agentur ihre neuen Rollen verinnerlichen.
5. Ein langfristiges Programm- und Projektmanagement muss Inhalte und Form der Kommunikation sowie die Analyse der Zielgruppenresonanz vom Start weg berücksichtigen.

Portrait

21Torr (www.21torr.com) ist seit 1994 als Dienstleistungsgruppe für Marketing-, Kommunikations- und Technologielösungen erfolgreich. Der Schwerpunkt der 21Torr Agency liegt auf der Unterstützung von Unternehmen beim Finden, Kennen und Binden ihrer Kunden und Interessenten. Durch medienübergreifende Konzepte – Web, E Mail, Voice, SMS/MMS, Direct Mail, Print – hilft 21Torr Agency nachweislich, Umsätze zu steigern und Kosten zu senken. Zu den Kunden zählen u.a. DaimlerChrysler, debitel, Hewlett-Packard, Märklin, Osram, Siemens mobile und s.Oliver. Zur 21Torr-Gruppe gehören neben der Agentur die Multimediafachgemeinschaft multimedia.de und die

Zentralplattform deutschsprachiger Webchats (webchat.de), die Community-Gesellschaft Metropolis AG sowie die Datingplattform Icony (I connect you). Die in Kundenprojekte integrierbaren Plattformen verschaffen 21Torr Agency einzigartige Vorteile als Multimedia-Kommunikationsagentur

News-ID: 40074 • Views: 2611 (Stand: 27.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/40074/Outsourcing-Trend-erfasst-die-Marketingbranche.html>