

Von Online zu Crossmedia

Die Online-Marketing-Agentur Adisfaction will sich noch stärker als Full-Service-Anbieter positionieren und hat sich dazu einen zweiten Geschäftsführer an Bord geholt.



Hendrik van Dyck (l.) und Daniel Hünebeck.

Seit fünf Jahren ist die in Deutschland gegründete Online-Marketing-Agentur Adisfaction in Zürich vertreten. Als Mediaspezialist gestartet, hat sich Adisfaction mittlerweile zu einem Full-Service-Anbieter im Online-Marketing entwickelt, der neben Mediaplanung und -einkauf Bereiche wie Online-PR, E-Mail-Marketing, Online-Monitoring und Social-Media-Marketing abdeckt. Diese Position soll nun mit dem Ausbau der Geschäftsleitung gestärkt werden. Ab sofort ist Hendrik van Dyck neben dem bisherigen Geschäftsführer Daniel Hünebeck für die Geschicke der Agentur verantwortlich. Van Dyck war unter anderem beim Onlineshop Euronics in Deutschland, danach bei Tele 2 Schweiz und

schliesslich bei Ringier für den Verkauf von Onlinewerbung für das Newsportal Blick.ch zuständig und hat zuletzt bei der Schlierener Mediaagentur Mediaaxis den Onlinebereich geführt.

Mit Van Dyck kommt ein Crossmedia-Spezialist zu Adisfaction, der nicht nur Erfahrung im Online-Marketing und E-Commerce mitbringt, sondern auch viele medienübergreifende Konzepte entwickelt hat. «Ich begreife Online nicht als getrenntes Medium, sondern will Schnittstellen zu anderen Mediengattungen schaffen», so Van Dyck. Dies tut er unter anderem, indem er Reichweitenstrategien vom TV im Onlinevideobereich weiter spannt – ein Thema, das mit dem zeitversetzten TV-Konsum an Bedeutung gewinnt.

Im Sinne der Verzahnung verschiedener Kanäle sind die Online-Marketing-Experten von Adisfaction darüber hinaus eine strategische Zusammenarbeit mit Condor Films eingegangen, mit denen sie seit dem Umzug ins Zürcher Seefeld vor fünf Monaten unter einem Dach vereint sind. Während Condor Films Unterstützung in der Onlinevermarktung erhält, nutzt Adisfaction die audiovisuelle Kompetenz für Video- und Webproduktionen, beispielsweise für die Vertonung eines flash-animierten Prerolls.

Allen Crossmedia-Konzepten zum Trotz gehen bei Adisfaction viele Anfragen für Suchmaschinenoptimierung ein. «Wer hätte vor ein paar Jahren gedacht, dass wir 2012 noch mit – in Anführungszeichen – so etwas Langweiligem wie Suchmaschinenmarketing beschäftigt sein werden», meint Hünebeck. «Jeder hätte gedacht, wir würden nur noch Social-Media-Konzepte erstellen.»

Die Basics dürfen eben nicht vernachlässigt werden, betont der Betriebswirt. Auch das fast schon für tot erklärte E-Mail-Marketing erfreue sich wieder grosser Beliebtheit. Zu Recht, meint Hünebeck, sofern das Potential des Kanals erkannt werde. Schliesslich ist E-Mail-Marketing mehr als ein Newsletter-Versand.

IN KÜRZE

Adisfaction ist eine Full-Service-Agentur mit Schwerpunkt Online-Marketing. Zu ihren Dienstleistungen gehören Beratung, Mediaplanung und -einkauf, Content-Marketing/Online-PR, Kreation, B2B-Marketing, Performance-Marketing, E-Mail-Marketing, Online-Monitoring, Affiliate-Marketing und Social-Media-Marketing. Adisfaction ist inhabergeführt. Ein zwölfköpfiges Team steht in Zürich für Kunden wie die Bank Vontobel, den Flughafen Zürich, Travel.ch oder die UBS im Einsatz.

imp



SCHWEIZERISCHER
MARKETING-TAG
MIT VERLEIHUNG DER MARKETING-TROPHY

05.03.2013

Kultur- und Kongresszentrum Luzern

« Von Jägern und Treibern »

NAMHAFT REFERENTEN, PACKENDE REFERATE

- PROF. HERMANN SIMON:** Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia /
- CHESTER ELTON:** Developing a Marketing Culture of Selling /
- DOUGLAS STEPHENS:** The Future of Consumerism /
- JOLLY KUNJAPPU:** Die Veränderungen meistern – Gemeinsam zu mehr Erfolg /
- SUSANNE WILLE:** Moderation /

JETZT ANMELDEN!

marketingtag.ch

EARLY BIRD BIS 31.12.2012

Presenting Partner



Hauptsponsoren



Träger

