

„Wir wachsen jetzt“

Um die Dialogschmiede war es stets ruhig. Dennoch war man sehr aktiv und ist mittlerweile weit über die Landesgrenzen hinaus gewachsen.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. Die Dialogschmiede führt mit Standorten in Wien, Berlin und Zürich Echtzeit-Kommunikation über die Grenzen hinaus; seit 2013 ist sie Dialogagentur des Jahres (DMVÖ-Dialogmarketingpreis Columbus). Im Interview sprachen CEO Jürgen Polterauer und COO Werner Schediwy.

medianet: Herr Polterauer, Ihre Agentur Dialogschmiede steht für Realtime Behavioral Marketing. Erläutern Sie doch kurz, worum es sich dabei handelt.

Jürgen Polterauer: Wir waren eine der ersten Agenturen, die vor circa fünf Jahren in diesen Geschäftsbereich eingestiegen sind. Realtime Behavioral Marketing bedeutet grob gesagt, die Facetten menschlichen Verhaltens im Kontext des Konsums zu erforschen und zu dokumentieren. Wir betreuen hier zahlreiche Handelskunden. Wir setzen auf Technologiepartner wie beispielsweise IBM und besitzen verschiedene Zertifizierungen, um auf allen großen Plattformen Realtime Behavioral Marketing anbieten zu können.

medianet: Systeme wie IBM Watson sind allerdings gerade für größere Unternehmen gedacht ...

Polterauer: Das ist richtig. Das birgt für kleinere Unternehmen große Herausforderungen. Um eine solche Cloud zu betreuen, bedarf es der Analysten oder Experten im Journey Management. Es braucht eine große Menge von Daten, die eben in Echtzeit zur Verfügung gestellt werden. Viele Unternehmen können diesen Anforderungen allein organisatorisch nicht entsprechen. Neue Lösungen benötigen neue Skills, und das ist die Herausforderung. Wir haben selbst



© Dialogschmiede/Katharina Axmann Photography

Team

Klemens Huber, Wolfgang Martbauer, Veronika Geertsema-König, Jürgen Polterauer, Werner Schediwy, Christine Kainz.

Softwares und Lösungen entwickelt, die auf viele Automatisierungen setzen und somit vieles vereinfachen. Wir arbeiten sehr integriert, gründen Abteilungen in Unternehmen oder fungieren als externe Mitarbeiter; dadurch hat sich unser Tätigkeitsfeld natürlich geändert.

medianet: Die Dialogschmiede hat sich sogar stark verändert.

Polterauer: Wir haben uns gefragt, wie müssen wir sein, um mit dem, was wir tun, auch noch morgen gut abgedeckt zu sein. Das ist in Europa schon sehr einzigartig – Agenturen sind eher veränderungsresistent, solange der Rubel rollt. An uns sind viele Technikvertreter herangetreten und haben uns gefragt, ob wir nicht auch in anderen Ländern für sie tätig sein können. Wir sind also in den letzten zwei Jahren in Europa ganz schön herumgekommen und haben kleine Projekte umge-

setzt – in London haben wir zum Beispiel einen Innovationspreis für eine WhatsApp-Anwendung gewonnen.

medianet: Sie haben Ihr Geschäftsgebiet in die gesamte D-A-CH-Region ausgeweitet und Niederlassungen in Berlin und Zürich gegründet. Dabei war es um die Dialogschmiede immer etwas ruhiger.

Polterauer: Wir waren in der Öffentlichkeit immer stark zurückhaltend. Seit über zehn Jahren hat die Dialogschmiede ein gutes Wachstum, wir sind gut situiert im Markt, haben uns aber nie aggressiv verhalten. Wir wurden aber oft weiterempfohlen, und daraus resultierte u.a. die Gründung von Dialogschmiede Berlin im Frühjahr, und in Zürich haben wir die Aktiengesellschaft ‚Wissenberater AG‘ mit 51% übernommen. Was wir in Österreich erreicht haben, bauen wir in der D-A-CH-Region nun aus.

25

Erfahrung

Werner Schediwy, COO der Dialogschmiede, greift auf 25 Jahre strategische Marketing Erfahrung zurück.