



© medianet/Katharina Schiffl

Antlanger-Winter: Die Grundlage für die Messung, wie sie heute möglich ist, ist die *Fragmentierung* der Kommunikationsmöglichkeiten, gepaart mit der Digitalen Transformation, wo ich sehr viele Daten sammeln und strukturiert verwenden kann.

Nur: Diese sind so nicht fusionierbar und genau darauf nimmt unser Loop-Room Rücksicht, denn wir sagen: Man kann in unserer Zeit nicht mit einer rein linearen Arbeitsweise bzw. linearen Bewertungsmodellen den maximalen Output ausschöpfen.

medianet: Sondern?

Antlanger-Winter: Man muss lernen, eine Arbeitsweise zu implementieren, die es einem ermöglicht, viele Datenstreams in einem interdisziplinären Team verarbeitbar zu machen, da man sonst nicht das Optimum herausholen kann.

medianet: Was kann der Loop-Room von Mindshare in so einer Situation leisten?

Antlanger-Winter: Der Loop-Room ist eine Arbeitsweise, enabled durch einen Datenraum, wo es darum geht, alle möglichen Stakeholder einer Kampagne zusammenkommen zu lassen. Und das gestützt durch die Daten und die Datenvisualisierung,

”

Bei Verallgemeinerungen wie ‚Digital‘ oder ‚Internet‘ muss man sehr vorsichtig sein. Im Jahr 2018 sind de facto alle Lebensbereiche von der Transformation betroffen.

“

um neue Insights zu finden. Auch dank der verschiedenen Experten innerhalb der Stakeholder, um am Ende Entscheidungen zu treffen, und diese sofort umzusetzen.

Dabei werden die ganzen linearen Prozesse in ein Zentrum zusammengefasst und gleichzeitig buchstäblich visuell an die Wand geworfen. Durch die verschiedenen Datenaspekte Paid, Owned und Earned schafft man eine Gleichzeitigkeit in der Verfügbarkeit der Daten, sodass man validere Bewertung erhält, als in einer rein linearen Betrachtungsweise.

medianet: Wie sieht das in einem konkreten Beispiel aus?

Antlanger-Winter: Einer unserer ersten Partner war derstandard.at, wo wir zum Beispiel während eines Fußballspiels die KPIs gesteigert haben – wobei die Event- und Live-Anwendung die Königsdisziplin des Loop-Rooms ist, aber nicht die wichtigste.

medianet: Und die wäre ...?

Antlanger-Winter: ... das ist die Begleitung von Kampagnen. Dafür muss ich als Kunde anerkennen, dass ich während der Kampagne verschiedene Experten zusammenbringen muss, die Adaptierungen vornehmen, um den maximalen Output zu erreichen.

medianet: Wo kann man den Loop-Room noch einsetzen?

Antlanger-Winter: Die dritte und ebenso wichtige Säule ist der Strategie-Bereich, für den sich der Loop-Room ebenfalls sehr gut eignet.

medianet: Welche Rolle werden aus Ihrer Sicht künftig die einzelnen Mediengattungen, die ja immer mehr miteinander verschmelzen, spielen – siehe TV, YouTube und Co.?

Antlanger-Winter: Genau darum geht es im Loop-Room – der nicht nur digital ist, auch wenn man das aufgrund des optischen Aufbaus auf den ersten Blick meinen möchte. Es geht in Wahr-