

Datadriven Marketing: Stete Aufbruchstimmung

„Wir machen alles, was datengetrieben ist“, so Siegfried Stepke im ausführlichen **medianet**-Interview zum Thema Datadriven Marketing.



••• Von Laura Schott

Siegfried Stepke war mit seiner Agentur e-dialog einer der Ersten, die sich zunächst mit Online- und später mit Datadriven Marketing auseinandergesetzt haben.

Im Interview spricht er über die Entwicklungen der letzten 20 Jahre und darüber, warum Datadriven Marketing für ihn jeden Tag aufs Neue spannend ist.

medianet: Herr Stepke, datengetriebenes Marketing ist seit fast 20 Jahren Ihr Geschäft. Damals wurde gerade einmal der Google Chrome Browser entwickelt, die ersten Kampagnen online ausgespielt. Heute ist es der am schnellsten wachsende Bereich. Wie hat sich der Markt entwickelt?

Siegfried Stepke: Als Google damals zum ersten Mal zu den Mediaagenturen gegangen ist, wurden sie ausgelacht. Google hat nämlich gesagt: Ihr könnt bei uns werben, aber nur mit Text. Dass Werbung ohne Bilder funktionieren kann, war damals unvorstellbar. Tatsächlich ist genau das aber bis heute das Hauptgeschäft von Google. Wir haben von Anfang an auf Onlinekanäle gesetzt und gelernt, dass diese keine klassische Planung, sondern einen *dynamischen* Umgang erfordern. Und, dass ich laufend messen und optimieren kann und das auch tun muss, wenn ich Erfolg haben möchte. Heute sind wir bei programmatischer Werbung angekommen. Was hier sehr stark dazukommt, sind die Aspekte Automatisierung und Personali-