

acquisa, Mai 2011

DREI FRAGEN AN MICHAEL KOCH

»Vernetzung ist selbstverständlich«

Der ddp 2011 verzeichnete eine Rekordzahl von Einreichungen, vor allen bei digitalen Medienkategorien. Das Niveau der Einreichungen war hoch, erklärt der Jury-Vorsitzende Michael Koch, Executive Creative Director bei Gkk Dialoggroup. Dennoch schöpften viele Unternehmen die Möglichkeiten des Dialogmarketing noch nicht voll aus.

acquisa: Was war für Sie besonders erwähnenswert beim ddp 2011?

Michael Koch: Besonders gefreut hat mich die hohe Teilnahmequote. Mit 16 Prozent mehr Einreichungen insgesamt und einem Zuwachs von 31 Prozent in den neuen digitalen Medienkategorien haben sich die Maßnahmen ausgezahlt, die wir in diesem Jahr getroffen haben, um den ddp zu erneuern. Obwohl die Qualität der Einreichungen sehr hoch war, hat die Jury weniger Edelmetall vergeben. Damit ist jede Medaille und auch der gesamte Wettbewerb wertvoller geworden. Die stärkste Kategorie neben »Kundenbindung« war wie so oft die Kategorie »Dienstleistungen«.

acquisa: Dialog heißt heute auch Social Media. Welche Trends beobachten Sie hier beim ddp 2011? Koch: Natürlich kann man mit Social Media hervorragend Dialog führen. Allerdings genügt es hier nicht, die »Gefällt mir«-Klicks auf Facebook zu zählen. Die neu eingeführte Medienkategorie »Social Media«, die mit sehr vielen Einreichungen gut angenommen wurde, konnte mit einigen stark dialogischen Kampagnen punkten. Mit einigen Medaillen gehört sie auf Anhieb zu den stärksten Kategorien.

acquisa: Und wie sieht es bei der Integration unterschiedlicher Kanäle aus?

Koch: Hier ist natürlich die Einbeziehung der verschiedenen Social-Media-Kanäle zu nennen. Die meisten Kampagnen nutzen diese Möglichkeiten, auch wenn nicht immer ein eindeutiger Dialog zu sehen ist. Aber die Verbreitung und Vernetzung über verschiedene On- und Offline-Medien ist schon fast eine Selbstverständlichkeit. → www.gkk.de