

Antworten auf die digitale Transformation in der Werbebranche

Wie Jung von Matt der Übergang von einer traditionellen Werbeagentur zu einer digitalen Marketingagentur gelingt

Die erfolgreichste Werbeagenturgruppe im deutschsprachigen Raum

Jung von Matt ist eine unabhängige Kreativagentur mit Hauptsitz in Deutschland. Die Agentur ist – was Auszeichnungen für Kreativität und Effizienz angeht – die erfolgreichste Gruppe im deutschsprachigen Raum. Sie bietet kontinuierlich kreative und wirksame Marketingkommunikation für alle Kanäle und Bereiche.

Die Kundenliste umfasst große Namen wie Adidas, BMW, Condor, Deutsche Post, EDEKA, MINI, Nikon, NIVEA, OBI, Tchibo, Thomas Cook Airlines, Vodafone und mehr. [Weitere Projekte](#) der Agentur anzeigen.

Ein Beispiel für ihren unkonventionellen Ansatz ist die Kampagne „The Next 100“ für den deutschen Automobilhersteller BMW. Für dieses Projekt nutzte Jung von Matt sogar eine Google-Technologie namens Google Spotlight Stories, um ein interaktives Virtual-Reality-Erlebnis zu schaffen. [Kampagnenvideo ansehen](#)

Unternehmensprofil

Kundenname:

Jung von Matt

Anzahl der Mitarbeiter:

870+

Standort und Hauptsitz:

Hamburg, Deutschland

Branche:

Werbung,
Markenkommunikation
und -entwicklung



„In der Agenturbranche ist es immer wichtig, so flexibel wie möglich zu sein und einfache, aber effektive Methoden für die Zusammenarbeit mit unseren Partnern anzubieten.“

Stephan Budach
IT-Leiter, Jung von Matt

Survival of the Fittest

Die Werbung ist eine harte Branche, in der ständige Preiskämpfe, knappe Deadlines und anspruchsvolle Kunden an der Tagesordnung sind. Der Markt war einer der ersten, der von der Digitalisierung betroffen war, da sich die Nachfrage von den Druckmedien hin zu digitalen Medien verlagerte. Flexible Start-ups drängten auf den Markt und veränderten ihn mit kleineren Teams, neuen Ideen und modernster Technologie. Etablierte Unternehmen, die diesen Trend nicht rechtzeitig erkannten oder zu spät handelten, wurden bald vom Markt verdrängt.

Jung von Matt, bis dahin eine traditionelle Werbeagentur, fand sich plötzlich inmitten dieser Veränderung wieder. Man stand einem wachsenden Druck durch die neuen Akteure sowie einer steigenden Nachfrage nach außergewöhnlichen, innovativen Projekten gegenüber, weshalb die Agentur die Art und Weise, wie sie ihre Geschäfte machte, verändern musste, um der Konkurrenz einen Schritt voraus zu bleiben. Bis zu diesem Punkt arbeiteten die Mitarbeiter in großen Account-Teams mit festem Jahresbudget. Vorhandene Kommunikationstools unterstützten lange Projektzyklen anstelle flexibler, schneller Veränderungen.

Die Macht der Kommunikation

Um relevant und wettbewerbsfähig zu bleiben, musste Jung von Matt führend im digitalen Bereich werden, insbesondere bei der Zusammenarbeit. Während die Agentur ihre Premium-Services beibehielt, musste sie zudem ihre Reaktion auf Kundenanfragen beschleunigen und innovatives Denken fördern. Die Teams erhielten mehr Freiheiten bei ihrer Kommunikation und der Art und Weise, wie sie an Projekten arbeiteten. Das stellte eine wichtige Änderung dar.

Bis zu diesem Zeitpunkt waren Produkte von Cisco ein strategischer Teil der Netzwerk- und Kommunikationsinfrastruktur von Jung von Matt.

Speziell für die Kundenkommunikation mit vertraulichen Informationen war WebEx das Tool der Wahl. Mit der neuen Firmenmatrix benötigte die Agentur ein eher auf die Projekte fokussiertes Tool.

Wie wäre es möglich, die Kommunikation über verschiedene Abteilungen hinweg zu begünstigen? Den einfachen Zugriff auf alle projektbezogenen Informationen zu erlauben? End-to-End-Security zu bieten? Wie könnte man externe Teilnehmer spontan in Meetings integrieren?

Nach Abwägung all dieser Anforderungen und dem Vergleich verschiedener Optionen, entschied Jung von Matt, dass die beste Lösung zur Unterstützung seines Wachstums und seiner Flexibilität der Cisco Spark-Service sei.

Heute befähigt dieser Service die Projektteams von Jung von Matt, mit sogenannten Spark-Spaces zu arbeiten – für Messaging, Videoanrufe und das unkomplizierte Teilen von Inhalten. In diesen Umgebungen können Teammitglieder, Experten und sogar externe Personen auf einfachste Weise zu einem Meeting oder einer Konversation hinzugefügt werden. Durch diese Art des Arbeitens ermöglicht Cisco Spark einen weniger formalen und flexibleren Konversationsstil, der einfach an die jeweiligen Projektanforderungen angepasst werden kann. Anstelle des Instant Messaging werden alle Konversationen und Dateien in dynamischen, stets verfügbaren Spaces (virtuellen Projekträumen) gespeichert und neue Teammitglieder können mit wenigen Klicks auf den neuesten Stand gebracht werden.

Individuelle Arbeitsmethoden und Geräte werden unterstützt, damit die Teammitglieder von zu Hause aus oder von unterwegs arbeiten können. Alle diese Funktionen helfen Jung von Matt dabei, bei der Abgabe von Geboten oder der Arbeit an neuen Accounts oder Projekten Zeit zu sparen. In kleinen Teams und mit Zugang zu mehr Informationen können sie gleichzeitig an verschiedenen Projekten arbeiten. Cisco Spark unterstützt die neue Arbeitsweise der Agentur sowie ihre Geschäftstransformation auf leistungsstarke, produktive und robuste Weise.

Veränderung ist die einzige Konstante

Jung von Matt steckt noch mitten in der Transformation seiner Geschäfte und ist dabei, die optimale Arbeitsweise für einen zunehmend digitalen Markt zu finden. Da eines der Kernziele eine effektivere Zusammenarbeit ist, fungiert Cisco als Partner, der diese Vision unterstützt. Wir bieten eine Lösung, die nicht nur als Kommunikationskatalysator, sondern auch als technologisches Verbindungsstück zur bestehenden Infrastruktur fungiert und bauen so eine Brücke zwischen vorhandenen Komponenten der Kommunikationsarchitektur.

Heute plant Jung von Matt, Jabber und den Cisco Unified Communications Manager (CallManager) in Cisco Spark zu integrieren. In Zusammenarbeit mit Cisco plant die Agentur auch seine am Standort bestehende Cloud-Infrastruktur als Speicher-Back-End zu nutzen. Die Agentur freut sich außerdem darüber, in naher Zukunft die Bot-Integration von Cisco Spark für weitere Prozessoptimierungen und automatisierte Interaktivität zu nutzen, wie z. B. die SAP-Plattform.

Zum Zwecke eines nahtlosen Anwendererlebnisses und zur Unterstützung innovativer Teamarbeit und Meetings, zieht die Agentur zudem die Investition in das Cisco Spark Board in Erwägung.

„Wir haben andere Lösungen betrachtet, aber letztendlich unterstützt Cisco Spark unsere Kommunikationsvision am besten, wenn es darum geht, E-Mails hinter uns zu lassen, unsere vorhandene Infrastruktur zu nutzen und Prozessabläufe zu automatisieren.“

Stephan Budach

IT-Leiter, Jung von Matt