

„Machen wir so!“

Veröffentlicht: Oktober 2019 | www.crossmedia.de

Quelle: W&V

Im Themenheft Mediaplanung der W&V erklären Kathrin Floß und Markus Biermann von CROSSMEDIA, wie sich der Beruf des Mediaplaners in den vergangenen Jahren verändert hat und welchen neuen Herausforderungen es sich zu stellen gilt:

Der Beruf des Mediaplaners hat sich in den vergangenen Jahren sehr verändert. W&V zeigt, welche Skills nötig sind und was man verdient.

[...]

Jüngere Leute haben eben eine andere Definition von Media. Für ihre Generation ist alles Media. Sie verstehen oft gar nicht, dass Menschen, die als Jugendliche noch mit einem Schnurtelefon telefoniert haben, einzelne Kanäle unterscheiden.

Auch Aussenwerbung wird immer digitaler

Und ja, bis vor zwei Jahren konnten Mediaplaner diese unterschiedlichen Disziplinen nur schwer zusammen planen. Out-of-Home integriert zu planen ist sogar erst seit Kurzem möglich. Denn auch OoH wird immer digitaler. Die Vermarkter haben gerade in den vergangenen Jahren viele neue digitale OoH-Lösungen mit Bewegtbild entwickelt. Dies ist wahrscheinlich eines der deutlichsten Beispiele, wie viel sich bei der Mediaplanung verändert hat. Aber auch die Social-Media-Kanäle, nicht zuletzt Snapchat und Tiktok, rollen die Mediaplanung auf.

[...]

Der Mediaplaner muss immer am Ball bleiben, vielleicht auch in der Freizeit mal die eine oder andere App ausprobieren. [...] Doch es sind nicht nur die technischen Möglichkeiten, die sich ändern. Auch bei der Organisationsform in den Agenturen hat sich viel getan: „Bis 2014 hatten wir getrennte Bereiche für die Onlineplanung und den klassischen Bereich“, erzählt Katrin Floß, Unit-Direktorin Mediaplanung bei Crossmedia. „Heute wird von den Mediaplanern erwartet, dass sie sich hybrid aufstellen.“

[...]

Der Mediaplaner – ein hybrider Allrounder und Kundenverstehrer

Mediaplaner müssen also ein gesundes Grundwissen über alle Kanäle haben. Sie müssen verstehen, wie die Kanäle funktionieren und wie die Zielgruppe tickt, die dort agiert. Planerisch können sie heute nicht mehr alle Kanäle bis in die tiefste Tiefe kennen. Das war vielleicht vor 20 Jahren möglich, als es nur ARD und ZDF gab. Wichtiger ist heute daher, dass Mediaplaner ein grundsätzliches Interesse an verschiedenen Kanälen und zugleich Interesse am Konsumenten haben. Denn nur so können Mediaplaner den Kunden ganzheitlich beraten. Übrigens: Die meisten Agenturen sprechen lieber von Mediaberater. Viele Agenturler finden sogar, dass der Name

„Machen wir so!“

Veröffentlicht: Oktober 2019 | www.crossmedia.de

Quelle: W&V

Mediaplaner dem Job gar nicht mehr gerecht wird – und sich auch viel uncooler anhört, als der Job eigentlich ist. Das zeigt ganz klar, dass sich auch bei den Anforderungen einiges geändert hat: Im Vergleich zu vor zehn Jahren achten Agenturen heute viel stärker auf die Personal Skills. [...] Früher waren Spezialisten gesucht. Heute geht der Trend zum Generalisten. [...]

Mediaplanung braucht drei Typen

„Kreativität oder analytisches Denken? Die Mischung macht’s. Das ideale Team besteht aus drei Typen von Mediaberatern: Einer, der sich ganz tief eingräbt in Marktforschungsdaten, Zielgruppendaten und GRPs. Einer, der auch mal über den Tellerrand hinausdenkt und kreative Lösungen erstellt. Und als Dritten braucht man eine ‚Rampensau‘ im Team, die sich gern vor den Kunden stellt und verkauft.“ Katrin Floß, Unit-Direktorin Mediaplanung bei Crossmedia.

[...]

Ausbildung zum Mediaplaner ist nicht geregelt

Aktuell ist Mediaplanung nur ein ganz kleiner Teil etwa im BWL-Studium. [...] Da es keine staatlich organisierte Ausbildung gibt, greifen die Agenturen zur Selbsthilfe. Crossmedia beispielsweise bildet auch aus. Die Ausbildung ist ein Herzensanliegen des Agenturinhabers Markus Biermann, der der Meinung ist: „Bei aller Digitalisierung, die Materie Media ist eine Disziplin mit Hand, Herz und Verstand.“ Wer bei Crossmedia eine Ausbildung macht, durchläuft mehrere Stationen, darunter auch das Controlling oder die Unternehmenskommunikation. Die Hauptausbildungsstätte ist natürlich eine Mediaberatungsunit. Für die Ausbildung können sich Absolventen mit Mittlerer Reife oder Abitur bewerben. Hochschulabsolventen starten mit einem Traineeprogramm. Ist der Berufseinstieg erfolgreich gelaufen, öffnen sich später viele weitere Möglichkeiten.

Das gesamte Interview mit Markus Biermann, Katrin Floß und weiteren Experten finden Sie in der W&V – Ausgabe 10_2/2019.