

Inhouse oder Outsourcing:

# Wann Sie Marketingaufgaben intern, wann extern ansiedeln

*Marketing intern abbilden oder auslagern? Was ist effizienter und welche Kompetenzen baut man besser intern auf? Fragen, die sich jedes werbetreibende Unternehmen stellt und die immer wieder neu überdacht werden sollten.*

VON CHRISTINA ROSE

Ob man Marketingaufgaben inhouse verteilt oder outsourct, richtet sich auch danach, wie viel Know-how inhouse bereits besteht und welches Tech-Stack vorhanden ist. Marie-Claire Raden, Gründerin und Geschäftsführerin von Tectumedia, erklärt, wo welche Marketing-Bereiche am besten verortet werden sollten und was man vor einer Auslagerung bedenken sollte:

## 1. Inhouse abbilden

Inhouse sollten grundsätzlich die Leistungen abgebildet werden, die zu einem besseren Verständnis des Kerngeschäfts beitragen. Hier folgt eine Auswahl der Bereiche, für die eine interne Verortung effizienter ist:

- **Business Intelligence:** Da hier die geschäftsrelevanten Informationen verarbeitet werden, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen, bildet er die Grundlage für Marketing und Produktentwicklungen.



Marie-Claire Raden, Gründerin und Geschäftsführerin Tectumedia

- **CRM:** Durch das umfangreiche Verständnis des Kundenverhaltens kann eine nutzerzentrierte Strategie entwickelt werden – und diese ist nicht nur für Newsletter-Marketing wichtig, sondern essentiell für das gesamte Marketing.

- **Organic Social Media:** Ein Community Management mit persönlicher Kontaktpflege auf den unterschiedlichen Social-Media-Kanälen wie Facebook, Twitter, LinkedIn und Co. bildet die Grundlage für ein effektives Online-Marketing – davon profitieren Werbetreibende.

## 2. Externe Experten zu Rate ziehen

Eine ausgewogene Mischung aus intern und extern kann Ressourcen optimieren. Daher verzichten die meisten Unternehmen, trotz firmeninterner Kompetenzen, nicht auf Experten von außerhalb. Folgende Aufgaben können an Externe ausgelagert werden:

- **Strategische Beratung:** Hier verfügen Agenturen über einen umfangreichen Erfahrungsschatz, beispielsweise wenn es um die Entwicklung von Werbemitteln für eine Kampagne geht. Zu einer Optimierung zählt auch die richtige Auswahl von Tracking- und Reporting-Tools.

- Agenturen verfügen meist über eine leistungsfähige **technologische Infrastruktur** (AdTech Suites), die sich inhouse kaum kosteneffizient umsetzen lässt. Zudem liegen bei ihnen die technischen Voraussetzungen in Form von DSPs (der Schnittstelle für Display-Anzeigen) oder Adservern.

- Bei guter Auftragslage und zeitgleich knappen **personellen Res-**

**ourcen** unterstützen Externe bei der Entzerrung des Termindrucks.

- **Technisches Wissen:** Gerade für den Bereich Suchmaschinenoptimierung und -werbung ändern sich die Best-Practices sehr schnell.

- **Contenterstellung:** Agenturen behalten die Content-Strategie im Auge und sichern die Produktion professioneller Inhalte.

- Agenturen haben oft **engere Beziehungen zu Publishern**, was Konditionen und Optimierungsmöglichkeiten mit sich bringt.

- **Graphische Aufgaben und Webdesign:** Für einen gelungenen, einheitlichen Außenauftritt müssen Profis engagiert werden.

- Technologien wie programmatischer **Media-Einkauf** stehen zur Verfügung.

Welche Bereiche intern abgedeckt und welche ausgelagert werden sollten, hängt maßgeblich von den Ressourcen des Unternehmens ab – ob personell oder finanziell betrachtet. Um Marketingaufgaben intern verwalten zu können und dafür die verantwortlichen Mitarbeiter regelmäßig auf diesem Fachgebiet weiterzubilden, bedarf es eines ausreichenden finanziellen Backgrounds.

Für einen unbefangenen Blick von außen und das Fachwissen im Bereich Online-Marketing hilft, sich Expertenrat zu holen, den man in Agenturen findet – so haben Verantwortliche intern mehr Zeit für ihre Kernbereiche.

Das Allerwichtigste bei Aufgaben-Splitting ist: die offene und partnerschaftliche Absprache zwischen inhouse und extern.

[tectumedia.de](http://tectumedia.de)

## BUSINESS GUIDE

acxiom™

BS/PAYONE

ARUMEDIA®

euro.message

e-mail | mobile | social crm | analytics | consultancy

→ Mehr über die Angebote dieser Unternehmen unter: [ONEtoONE.de/businessguide](http://ONEtoONE.de/businessguide)