

Zukunftsweisend

Dr. Yasmin Merz ist neue Professorin für Digital Media und Digital Marketing

Die Digitalisierung wirkt sich nun seit mehr als zwanzig Jahren intensiv auf Unternehmen sämtlicher Branchen und deren unterschiedliche Funktionsbereiche aus. Aktuelle Trend-Themen wie Artificial Intelligence, Marketing Automation, Content Marketing und Programmatic Advertising zeigen die besondere Relevanz der Digitalisierung für die Bereiche Marketing und Vertrieb.

Das Thema Digitalisierung in all seinen Facetten hat mich in meiner bisherigen beruflichen Laufbahn maßgeblich begleitet. Eine der ersten Branchen, die von der Digitalisierung erfasst wurde, ist die Medienbranche, in der ich fast 10 Jahre gearbeitet habe. Dort habe ich zunächst mit der Peoplezeitschrift InTouch die Vermarktung einer kleinen, noch jungen Medienmarke auf- und ausgebaut und danach mit BUNTE eine große und etablierte Medienmarke verantwortet. Die Auswirkungen der Digitalisierung waren schon damals und sind bis heute deutlich zu spüren. Die Reichweiten der klassischen Medien schrumpfen, während die Zugriffe auf die digitalen Angebote kontinuierlich wachsen. Die Vernetzung zwischen klassischen und digitalen Medien gewinnt an Bedeutung, und die Angebote für Leser und Werbetreibende werden infolgedessen zunehmend crossmedial gestaltet, was die tägliche Arbeit in der Medienvermarktung nicht nur herausfordernd, sondern auch reizvoll machte.

Um diesem Thema nicht nur in der Praxis, sondern auch wissenschaftlich zu begegnen, habe ich im Rahmen meiner Dissertation untersucht, inwieweit der Online-Ableger eines Print-Titels den Print-Titel kannibalisiert. Eine Fragestellung, die Medienhäuser auch aktuell noch bewegt.

Die explosionsartige Entwicklung der Anzahl der Kommunikationskanäle führt zu immer vielfältigeren und kreativeren Kommunikationsmöglichkeiten für Werbetreibende. Um sich aus der Masse an Informationen abzuheben, gewinnt Content Marketing in der Vermarktung von Produkten kontinuierlich an Bedeutung. Bei einem jungen Wachstumsunternehmen im eHealth Bereich habe ich Kommunikationskonzepte für Pharmaunternehmen basierend auf Content Marketing entwickelt und vermarktet.

Im Rahmen meiner letzten Tätigkeit durfte ich die digitale Entwicklung des Pharmaunternehmens Hexal in Holzkirchen mitgestalten. Das war zum einen die Einführung digitaler Tools zur Effizienzsteigerung für den in der Pharmabranche sehr wichtigen Außendienst und zum anderen die Neugestaltung und der Ausbau digitaler Kommunikationskanäle wie der Internetauftritt und die Entwicklung neuer Apps



Foto: Anne-Sophie Stolz

für Patienten, Ärzte und Apotheker, die wichtigsten Zielgruppen von Pharmaunternehmen.

Als Professorin für Digital Media und Digital Marketing im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft/Media Management und Werbepsychologie darf ich diese hoch aktuellen, dynamischen und zukunftsweisenden Themen und Fragestellungen in Forschung und Lehre betreuen und vertiefen. Neben der Fortführung und dem Ausbau der bisherigen Forschung zu den Themen Digitalisierung von Medien werde ich die Themen Artificial Intelligence und die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen in Marketing und Vertrieb, die Akzeptanz von neuen Technologien wie Sprachassistenten oder Location Based Services und Digital Marketing im Bereich Healthcare als Forschungsschwerpunkte ausbauen.

Für mich bedeutet der Umzug von Bayern nach Baden-Württemberg neben der großartigen neuen Herausforderung in Forschung und Lehre für die Hochschule Pforzheim sowie in dem spannenden Feld von Digitalem Marketing und digitalen Medien tätig sein zu dürfen, vor allem auch, gemeinsam mit meinem Mann und unseren beiden Kindern ein Stück Richtung Heimat zurückzukehren. Auf die Zusammenarbeit mit Ihnen freue mich sehr und stehe für Fragen, Anregungen und Kooperationen jederzeit gerne zur Verfügung. ■