

IAB Switzerland

Fit für die Zukunft: Credit Suisse verstärkt ihr Know-how im Digital Marketing

Die IAB Switzerland Association, der Branchenverband für Digital Marketing, führt für Mitarbeitende aller Marketing-Abteilungen der Grossbank Credit Suisse in der Schweiz ein massgeschneidertes Weiterbildungsprogramm durch. Die Bank zeigt damit, dass sie als innovatives Unternehmen die Zeichen der Zeit erkannt hat – die digitale Transformation wird nicht nur propagiert, sondern auch umgesetzt. Die Mitarbeitenden sollen noch stärker dafür sensibilisiert werden, bei künftigen Projekten und Kampagnen die Themenpalette des Digital Marketing miteinzubeziehen. Tarkan Özküp, Head of Marketing Switzerland der Credit Suisse, schildert seine Erwartungen an das Ausbildungsprogramm.

Interview: IAB

Herr Özküp, welche Rolle spielt Digital Marketing in Ihrem beruflichen Alltag?

Digital Marketing spielt eine äusserst wichtige Rolle. Ich denke, man kann seine Bedeutung in der Welt des Marketings von heute nicht genug betonen. Die technologische Entwicklung und der Einfluss der digitalen Medien auf das Kommunikationsverhalten von Kunden und anderen Zielgruppen verlangen auch im Marketing mehr denn je eine Herangehensweise, die Offline- und Onlinekonzepte effizient aufeinander abstimmt.

Was hat Sie zu der Entscheidung bewogen, für Mitarbeiter verschiedener Marketingteams ein Ausbildungsprogramm im Digital Marketing auszuschreiben?

Da die Zielgruppen unserer Bank, sei es im Retail oder im Private Banking, zunehmend digitale Plattformen für ihre Geschäftsaktivitäten oder privat nutzen, müssen wir auch

unsere Marketingmassnahmen heute konsequenter auf die digitale Welt ausrichten. Dazu braucht es immer mehr Wissen im Digital Marketing, und zwar nicht nur in einem kleinen Kreis von Onlinespezialisten, sondern bei allen Marketingmitarbeitenden. Denn der Einsatz von digitalen Medien sollte ein wesentlicher Bestandteil fast aller Marketingmassnahmen sein. Allen unseren Marketingmitarbeitenden wollen wir so wertvolles Know-how vermitteln, das sie zu einer ganzheitlichen Betrachtung befähigt und das sie in ihrer täglichen Arbeit entsprechend umsetzen können.

Sie sind Leiter Marketing Private Banking & Wealth Management Schweiz mit 150 Mitarbeitern in der Schweiz. Wer wurde für das Ausbildungsprogramm ausgewählt?

Grundsätzlich werden alle unsere Marketingmitarbeitenden von diesem Ausbildungs-

programm profitieren. Für das Ausbildungsprogramm haben wir indessen einzelne Personen aus den Marketingteams ausgewählt, die eine besondere Affinität zu den digitalen Medien und in ihren bisherigen Projekten Potenzial bewiesen haben. Diese Mitarbeitenden werden direkt in den Genuss der Ausbildung kommen. Ihre wichtige Aufgabe besteht darin, ihr erworbenes Wissen aktiv in ihre Teams einzubringen und Projekte voranzutreiben, bei denen digitales Know-how von zentraler Bedeutung ist.

Welche Erwartungen verknüpfen Sie mit dem Ausbildungsprogramm?

Dieses Programm soll uns darin unterstützen, unsere digitale Strategie im Marketing konsequent und effizient umzusetzen. Wir wollen in der Abstimmung von Offline- und Online-Marketingkonzepten einen grossen Schritt vorankommen. Unser Anspruch ist es,

Die IAB wird von folgenden Partnern aktiv unterstützt:














Tarkan Özküp, Head of Marketing Switzerland bei der Credit Suisse AG.

Konzepte zu entwickeln, welche die heutigen und zukünftigen Möglichkeiten des Digital Marketing ausschöpfen und für unsere Kunden und weitere Zielgruppen einen echten Mehrwert bieten.

Sollen künftige Projekte nun verstärkt mit dem digitalen Know-how der eigenen Mitarbeiter umgesetzt werden, oder werden Spezialthemen auch weiterhin eher an externe Dienstleister vergeben?

Ich bin persönlich davon überzeugt, dass eine globale Bank wie die unsere selbst über eine hohe Kompetenz im Digital Marketing verfügen muss. Nur so können wir im Sinne un-

serer Strategie handeln und unsere Marketingmassnahmen mit klarem Fokus und dem nötigen Weitblick führen und umsetzen. Wenn wir aber unverzichtbares Wissen dazu aus der Hand geben, kann man die gesteckten Ziele nur bedingt erreichen. Selbstverständlich werden wir auch weiterhin auf die Expertise und die Dienstleistungen externer Spezialisten angewiesen sein, die mit ihrer langjährigen Erfahrung spezifisches Know-how sicherstellen können.

Das Ausbildungsprogramm wird von der IAB Switzerland durchgeführt. Welche Faktoren waren für die Wahl ausschlaggebend?

Digital-Marketing-Grundausbildung oder Inhouse-Training bei der IAB Academy

Die Zukunft ist digital! Sind Sie dafür gerüstet? Das Kursprogramm der IAB Academy richtet sich an Neueinsteiger und Fortgeschrittene: In den Diplomlehrgängen erhalten Sie in sechs Modulen (verteilt auf sechs Wochen) von den Profis der IAB Switzerland einen Überblick über die wichtigsten Trends und Themen des Digital Marketing. Führungskräfte mit geringem Zeitbudget können sich an vier Vormittagen weiterbilden, und für künftige Suchmaschinenprofis bieten wir ein vier-tägiges Intensivseminar.

Weitere Informationen finden Sie unter www.iab-academy.ch.

Als global tätige Bank war es uns wichtig, dass unser Ausbildungspartner über die nötigen Kontakte zu den national und international anerkanntesten Experten im Digital Marketing verfügen. Wir wollten die besten Ausbildungskräfte für uns gewinnen. Ein weiterer, sehr wichtiger Aspekt war der Bezug zur Praxis: Jede Theorie ist nur so gut, wie sie für die Praxis relevant und umsetzbar ist. Wir wollen das erworbene Wissen in unserer täglichen Arbeit effizient einsetzen können. Wir sind überzeugt, dass wir mit der IAB Switzerland den richtigen Partner gefunden haben.

Sehen Sie das Ausbildungsprogramm im Digital Marketing als einmaliges Projekt oder als «Work in Progress»?

Die digitale Welt prägt und bestimmt bereits heute unser Leben in beträchtlichem Masse. Wenn wir nur schon auf die letzten fünf bis zehn Jahre zurückblicken, sehen wir, dass der technologische Fortschritt eine «Digitalisierung» eingeleitet hat, die unser Leben, aber auch unser Kommunikationsverhalten tiefgreifend verändert hat. Die Digitalisierung wird rasant voranschreiten, und ich glaube, dass unsere Zukunft noch grössere Veränderungen auf diesem Gebiet erfahren wird. Die Herausforderungen im Marketing, und namentlich im Digital Marketing, werden deutlich zunehmen. Unser Ausbildungsprogramm im Digital Marketing sehe ich demnach vielmehr als eine Massnahme innerhalb eines langfristigen Engagements zur «digitalen Transformation» unserer Marketingorganisation. 