

# Die Performerin

Stephanie Strobel ist Ansprechpartnerin für Quisma in der Schweiz. Für diese neue Agentur der Schweizer GroupM will sie als Head of Sales Switzerland im Verbund mit den anderen Agenturen das Performance-Marketing bei Kunden wie auch im Markt weiter vorantreiben.

**W**ir sehen es täglich bei unserem eigenen Medienverhalten: Aufgrund der Verschiebung von Informationsflüssen wird das Internet eine immer wichtigere Rolle spielen. Die gesamte Gesellschaft ist heute online, das Netz bietet ständig raffinierte Möglichkeiten – und erstmals in der Geschichte der Werbung ist Messbarkeit und Transparenz kein Wunsch mehr, sondern wird zur immer mehr perfektionierten Realität. Stephanie Strobel ist deshalb überzeugt: Online-Marketing hat noch grosses Potenzial.

Seit ein paar Wochen ist die frisch ernannte Head of Sales Switzerland für Quisma unterwegs, um Performance-orientiertes Marketing bei Kunden wie auch im Markt weiter voranzutreiben. Quisma ist die jüngste Spezialagentur im Verbund der GroupM. Im Zug ihrer internationalen Expansion hat die Online-Marketing-Agentur im September das erste Büro in der Schweiz eröffnet. Ebenso wie bereits an mehre-



ren Standorten in Deutschland sowie in Österreich sollen hier die Disziplinen Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, Affiliate-Marketing und mit QuismaX auch risikofreies Display-Advertising angeboten werden. «Für die GroupM ist die Gründung von Quisma Schweiz ein weiterer konsequenter Schritt zum Ausbau der digitalen Inhouse-Kompetenz rund um die Agenturen Maxus, Mediacom, Mediaedge:cia und Mindshare im Schweizer Markt», erklärt Volker Straube, CEO der GroupM Schweiz.

**Ganzheitlich aufklären**

Mit der neuen Dependance ist Quisma nun in allen relevanten deutschsprachigen Märkten Europas direkt vor Ort präsent, um sowohl den Kunden wie auch den Partneragenturen den «bestmöglichen persönlichen Support» zu bieten.

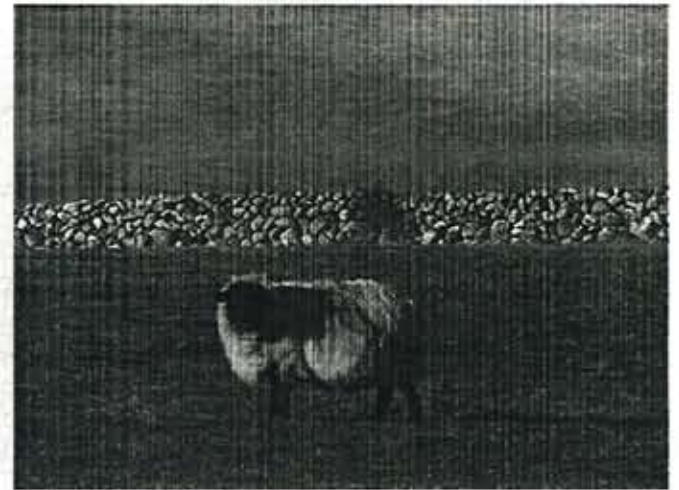
Für den Aufbau der Schweizer Niederlassung konnte mit Stephanie Strobel ein sehr erfahrener Online-Profi gewonnen werden. Ihre letzte Station war das europäische Marketing-Headquarter von Google in Dublin. Jetzt freut sich Stephanie Strobel einmal mehr, bei der Expansion eines erfolgreichen Unternehmens von Beginn weg dabei zu sein und die Verantwortung für den Ausbau übernehmen zu können. «Im Schweizer Markt ist Performance-Marketing vielleicht noch nicht so weit verbreitet wie in anderen Märkten. Meine wichtigste Rolle sehe ich deshalb, diesen Bereich weiter auszubauen», meint Strobel.

In einer ersten Phase will die neue Head of Sales bei Kunden zum Beispiel Workshops anbieten, wo Quisma nähere Informationen über die neuesten Entwicklungen vermittelt. «Wenn man Strategie-Konzepte für 2010 plant, sollte Performance-Marketing ein integrativer Teil innerhalb der gesamten Marketing-Botschaften sein, damit viele Aktionen sich auch gegenseitig befruchten können.» Strobel will deshalb auf Kundenseite das Verständnis und noch mehr Interesse für Performance-Marketing wecken sowie auf dem Markt gemeinsam mit den Kollegen ganzheitliche Kommunikationsaspekte anbieten. «Unser USP ist sicher die langjährige Erfahrung, welche die Kollegen in den verschiedenen Bereichen gesammelt haben. Dank der Zugehörigkeit zum GroupM-Mutterhaus ist es möglich, dass Quisma jetzt die Performance-Bereiche und die gesamte Mediaplanung aus einer Hand abdecken kann.» Entscheidend dabei: Gerade in Zeiten von geringeren Budgets werde es zunehmend wichtiger, dass den Kunden möglichst genaue Messwerte über ihre Kommunikationsmassnahmen aufgezeigt werden können.

All diese Möglichkeiten rund um die «faszinierende Welt der Computer» wusste Stephanie Strobel bereits in den Pionierjahren des Internets zu nutzen. Nach dem Abitur in Deutschland reiste sie für sechs Monate quer durch Australien. Dort hatte sie 1997 ihre erste E-Mail-Adresse bei Hotmail. «Das war meine erste Begegnung mit dem World Wide Web – und ideal, um von Australien aus dank den eben aufgekomenen Internetcafés mit meinen Leuten zuhause in Kontakt zu bleiben.» Zurück in der Heimat startete sie kurz mit einem Studium an der Angell Akademie für Tourismus in Freiburg. Das Fernweh liess sich trotz dieses Fachs aber nicht vollständig bändigen und so reiste Strobel für weitere zwei Jahre nach England. An der University of Brighton studierte sie MWL mit Schwerpunkt Marketing und Touristik. An der kleinen, aber feinen Universität schätzte sie, dass hier sehr praxisbezogen mit konkreten Projekten gearbeitet wurde. «Es gab viele Präsentationen und Case-Studies.» Für ihre eigene Abschlussarbeit wählte Stephanie Strobel die Recherche, «ob Tourismus eine Möglichkeit sein kann, Forschung in der Antark-



Fotografieren als Ausgleich zum Netzwerken: Stephanie Strobels Studienort Brighton und ihr liebstes Sujet aus Dublin, wo es nicht nur Google gibt.



tis zu finanzieren». Nachträglich sollten sich ihre Thesen als ein ziemlich genauer Blick in die Zukunft erweisen. Zusammengetragen konnte sie viele Resultate bereits dank den Methoden des Internets.

Weil 2002 jobtechnisch kein leichtes Jahr wurde, kehrte Strobel nach Studienabschluss wieder für drei Jahre nach Deutschland zurück. In Hamburg konnte sie in einer Agentur erste Erfahrungen mit Online-Marketing sammeln. Dann wechselte sie in eine PR-Agentur. Nach einer Zusatzausbildung im Bereich Strategie und Customer Relationship Management durfte sie das Wissen in der Praxis mit grossen Marken wie Unilever und Knorr erweitern. In diese Zeit fallen auch ihre ersten Gehversuche mit Adwords-Kampagnen.

**Bei Google gefunden**

Fasziniert von diesen neuen Möglichkeiten, hat sie ihren Lebenslauf mit Bewerbungsbrief auch einmal an Google geschickt. Zuerst passierte nichts, doch nach sechs Monaten haben sich die grösste Suchmaschine der Welt und die neugierige Marketingfrau gefunden. Stephanie Strobel durfte wieder einmal Hals über Kopf ihre Koffer packen und zügelte nach Dublin. Im europäischen Headquarter von Google wurde sie verantwortlich für den Aufbau und die Weiterentwicklung der Abteilung Adwords. Hier konnte sie die neuen Methoden zuerst von Grund auf kennen lernen. Später wurde Strobel als Teamlead für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständig. Die Arbeit inmitten der jungen Google-Community mit den neugierigsten und besten Spezialisten aus aller Welt brachte in den insgesamt vier Jahren bei Google für Stephanie Strobel sicher den entscheidenden Kick in ihrem beruflichen Weiterkommen. Der Austausch direkt im Herzen des Online-Marketings brachte sie auch in Kontakt mit vielen Agenturen und schliesslich mit den Verantwortlichen der GroupM.

Zuerst hat man gemeinsam Projekte entwickelt. Später hat es sie gereizt, nicht mehr nur zu beraten, sondern auch selber Verantwortung übernehmen zu können. «Quisma als Teil der GroupM arbeitet mit vielen führenden Unternehmen zusammen. Das hat für mich tolle Möglichkeiten eröffnet», meint Strobel zu ihrem Wechsel in die Agentur. Mehr als bei ihrem Job bei Google dreht sich ihr Leben jetzt um ganzheitliche Kommunikation mit verschiedenen Leistungsbereichen. Für den Wechsel zu Quisma habe sie deshalb nicht lange überlegen müssen. Und für den Wechsel vom World Wide Dublin in die kleine Schweiz? «Zürich bietet alles und ist so gelegen, dass man sofort überall hinkommt», lacht Stephanie Strobel. Und freut sich bereits auf das Skifahren, den See direkt vor ihrem Büro, die vielen und auch weltmännischen Kulturangebote in der Stadt sowie eine Wohnung im dörflichen Höngg.

Andreas Panzeri



Angebot und Standorte sind auf der Website von Quisma zu finden.