

# DAS RELATIONSHIP MAGAZIN

AUSGABE 10/2025



—  
**Das kleine 1 mal 1 zur Konstruktion  
einer modernen IT-Landscape (IT-Stack)**  
—

**Die wichtigsten Grundlagen für alle,  
die vor der Tool-Auswahl stehen**

Welche Tools stehen in den sechs Haupt- und  
50 Subkategorien zur Wahl?

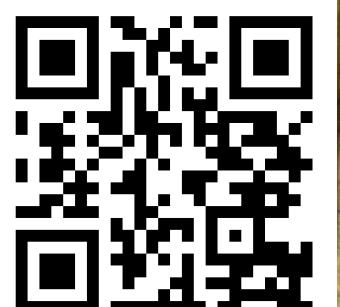
Wie kombiniert man Software-Tools zu einer  
optimalen IT-Landschaft?  
—

**100%**  
Hersteller-neutrale  
Auswahlberater

**32**  
Seiten voll  
Stoff

> 15.000  
MARTECH-TOOLS  
MACHEN  
DIE AUSWAHL SCHWER

Hier geht es zum Portal  
[www.CRM-TECH.WORLD](http://www.CRM-TECH.WORLD)



# INHALT + Editorial + Impressum



## unsere **PODCASTS**



ZU DEN PODCASTS:

## Editorial: Willkommen an Bord

Dieses Mal dreht sich alles um den Aufbau einer klaren, zukunftsähigen IT-Landschaft. In einer Welt von mehr als 15.000 MarTech-Tools braucht es Übersicht, Strategie und den Mut zur Reduktion. Denn Technologie ist kein Selbstzweck – sie entfaltet ihren Wert erst, wenn sie mit Führungs-Kultur, Prozessen und Menschen harmoniert.

**Happy User = Happy Customer**

Viel Spaß beim Lesen und viele schöne Happy MarTech-Days wünscht Georg Blum

### Inhaltsverzeichnis:

- Seite 4 ff:** Intro, erste Praxisbeispiele von IT-Landscapes, Inventur bzw. Bestandsaufnahme
- Seite 8 ff:** 1. Kategorie **Advertising & Promotion**
- Seite 10 ff:** 2. Kategorie **Content & Experience**
- Seite 12 ff:** 3. Kategorie **Social & Relationship**
- Seite 14 ff:** 4. Kategorie **Commerce & Sales**
- Seite 17 ff:** 5. Kategorie **Data**
- Seite 20 ff:** 6. Kategorie **Management**
- Seite 25 ff:** Das kleine 1 Mal 1 der
  - IT-Stack Konstruktion
  - Anforderungsdefinition
  - Herausforderungen **und**
  - viele Praxis-Beispiele für MarTech bzw. IT-Stacks

### IMPRESSUM

**1A Relations GmbH** Am Kieckelberg 10, 23999 Insel Poel  
**Herausgeber, Chefredakteur, Schlussredaktion,** Georg Blum, **Leitung/Herstellung/Vertrieb** Patricia Milite **Art Direction, Grafik und Bildredaktion** Patricia Milite, Bayan Yahya

**Foto-Nachweis/Grafik- und Bildquellen:** **1A Relations GmbH** | [www.chiefmartech.com](http://www.chiefmartech.com) | [canva.com](http://canva.com)

**Leserservice** Georg Blum **RELATIONSHIP** – Das Magazin ist im Titelschutzanzeiger registriert und damit geschützt.

©2025 Georg Blum, 1A Relations GmbH Copyright: Alle Inhalte sind, wenn nicht anders erwähnt, Eigentum der 1A Relations. Eine Kopie oder Verbreitung – unabhängig des Mediums – ohne Genehmigung ist untersagt.

# VERSTÄRKUNG: Neu an Bord der 1A Relations GmbH

Die 1A Relations GmbH erweitert ihr Team um **zwei neue Partner**. Für unsere Kunden bedeutet das **mehr Kapazität, zusätzliche Schwerpunkte und noch mehr Kompetenz** für nachhaltigen Erfolg und Loyalität.

Das ist unser aktuelles Team:



Georg Blum



Michael Geiger



Patricia Sümbül



Bayan Yahya



Ich freue mich besonders, mit Michael Späth einen langjährigen Freund an Bord begrüßen zu dürfen. Wir kennen uns seit über 20 Jahren.

Beruflich bringt Michael Späth eine beeindruckende Vita mit: Er ist Arzt und Diplom-Kaufmann, d. h. Experte für das Marketing und den Vertrieb von Investitions- und Verbrauchsgütern für Krankenhaus- und Out-of-Hospital-Märkte, insbesondere in den Bereichen Intensivmedizin, Anästhesie, Respiratory Care und Kardiologie, und das weltweit. Er verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in internationalen Managementfunktionen bei Philips, Schwarzer Cardiotek und PARI.



Die NordFlux UG aus Wismar steht für digitale Effizienz und Wachstum. Das Start-up entwickelt praxisnahe Lösungen für den Mittelstand. Das sind z.B.

**a) Prozessautomatisierung:** Mithilfe von Software werden wiederkehrende Aufgaben zu jeder Zeit perfekt und rechtzeitig ausgeführt. So gewinnen Unternehmen wertvolle Zeit, senken Kosten und steigern ihre Wettbewerbsfähigkeit.

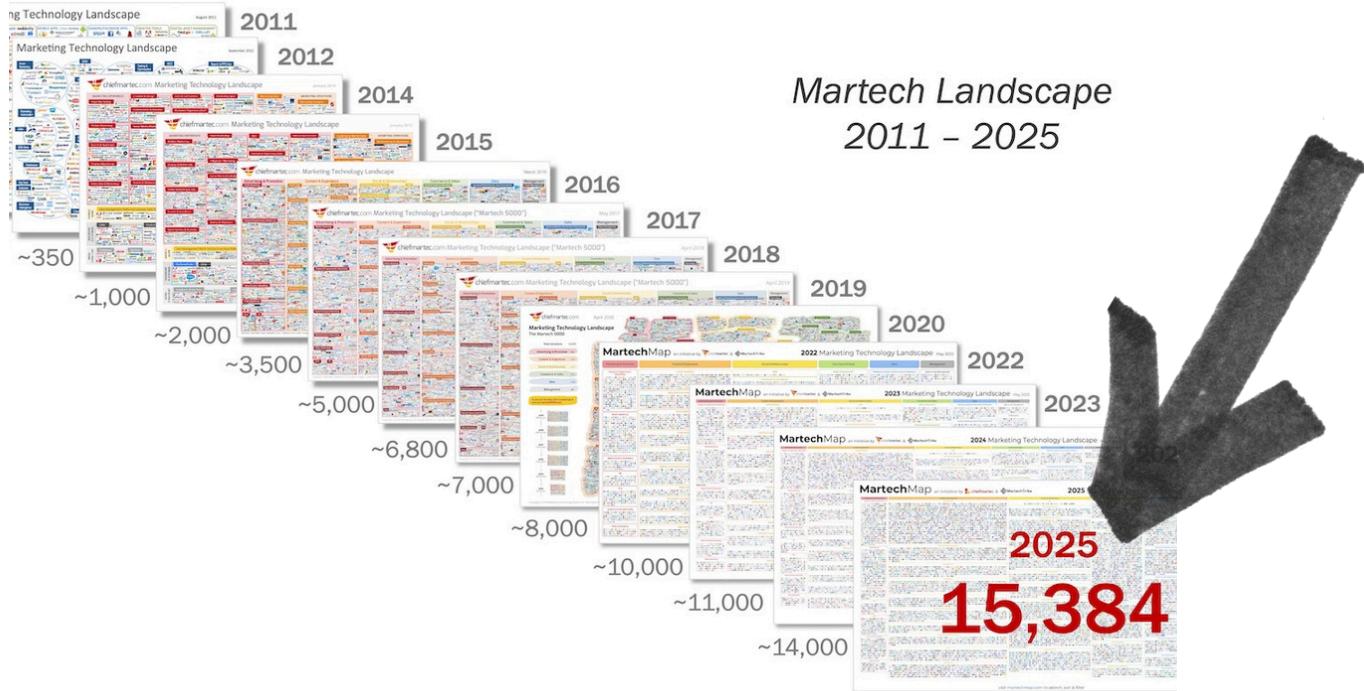
**b) Digitale Sichtbarkeit:** NordFlux unterstützt Unternehmen mit viel technischem Know-how (z. B. Optimierungen für ChatGPT und/oder Google) dabei, ihre Sichtbarkeit und Reichweite zu erhöhen, neue Kunden zu gewinnen und somit digitale Markt- bzw. Kundenpotenziale erfolgreich zu erschließen.

## Ihre Vorteile:

Eine herausragende Customer- bzw. User-Experience auf Basis von Zusammenarbeit, Effizienz und Effektivität!

Mehr unter: **Blum@1A-Relations.com** oder **+49 38425 429 099**

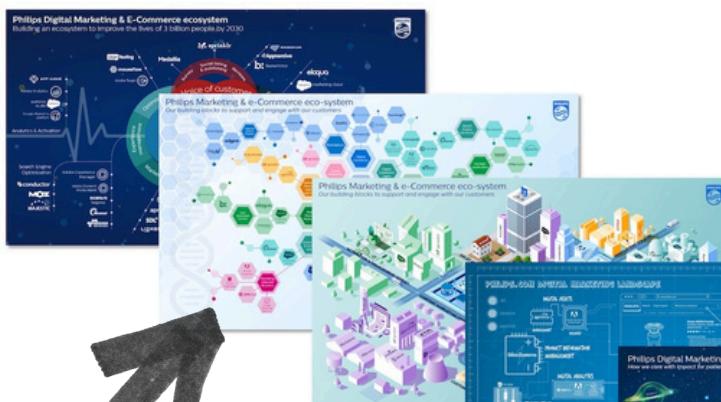
# Die Auswahl an Tools wird immer größer



# **Deshalb ist 100% Hersteller-neutrale Beratung immer wichtig!**

# Wie sieht Ihre zukünftige IT-Landscape aus?

So?



oder  
so?



Oder  
so?



Bei der unglaublichen Vielfalt -  
vor allem an neuen  
KI-Tools bzw. KI-Agenten - ist eine  
Neuordnung **Ihrer** IT-Landscape  
unausweichlich!



Im Folgenden stellen wir die  
6 Hauptkategorien und  
50 Sub-Kategorien vor:

# Die 6 Hauptkategorien der MarTech-Landscape:

 **Die 6 Hauptkategorien sowie ca. 50 Subkategorien der MarTech-Landscape sind:**

~  
15.000  
Tools

## Advertising & Promotion:

Alles rund um digitale Werbung,  
Programmatic Advertising & Social Media Ads

## Content & Experience:

Alles rund um CMS, SEO & Marketing Automation, Personalisierung,

## Social & Relationship

Alles rund um CRM, Community Management & Social Listening

## Commerce & Sales

Alles rund um E-Commerce-Plattformen, Vertriebs-automatisierung & Retail Tech

## Data

Alles rund um Marketing-Analytics, Datenmanagement, KI & Attribution

## Management

Alles rund um Workflow-Tools, Kollaboration & Projekt- & Vendor-Analysis-Management

## Zwei wichtige Hinweise:

**Wie schon oft in meinen Beiträgen erwähnt:** Die Einteilung und Zuordnung in der Landschaft findet nicht immer meine Zustimmung. Aber das macht an dieser Stelle nichts.

Als nützliches Werkzeug geht es anhand der Landscape-Kategorien zunächst darum, zu verstehen, welche Haupt- und Subkategorien es überhaupt gibt und aus welchen Kategorien man wählen kann.

**Und evtl. noch wichtiger:** Wie baue ich für mein Unternehmen die ganz individuelle Landscape aus den Tools zusammen, die am besten zu meinen Anforderungen und meinem Business Model passen.

→ siehe dazu ab Seite 25 ff einen passenden Artikel



# Kategorie 1: Advertising & Promotion



Advertising & Promotion – Alles rund um digitale Werbung, Programmatic Advertising & Social Media Ad

## 1. Display & Programmatic Advertising

a) **Display Advertising** umfasst alle onlinebasierten Werbemaßnahmen mit grafischen Elementen wie Bannerwerbung. Es ist eine der verbreitetsten Werbeformen im Internet.

b) **Programmatic Advertising** beschreibt den automatisierten, datenbasierten Kauf und Verkauf von Werbeflächen in Echtzeit. Anhand von Nutzerdaten werden zielgerichtete Anzeigen ausgeliefert. Dies geschieht in einem Auktionsverfahren, bei dem der höchstbietende Werbetreibende die Werbefläche erhält.

2. Mobile Marketing Mobile Marketing umfasst Marketingaktivitäten, die speziell auf Mobilgeräte ausgerichtet sind. Dazu gehören beispielsweise mobile Spiele, Videos, standortbezogene Werbung oder transaktionsbezogene Dienste wie mobiles Einkaufen und Bezahlen.

Ziel ist es, Nutzer direkt auf ihren mobilen Endgeräten anzusprechen und zur Interaktion oder zum Kauf zu bewegen.

## 3. Native/Content Advertising Native

Advertising bezeichnet Werbeformate, die optisch und inhaltlich an das redaktionelle Umfeld angepasst sind. Ziel ist es, Werbung so natürlich wie möglich erscheinen zu lassen, sodass sie nicht sofort als solche erkannt wird.

4. PR (Public Relations) Public Relations dienen der strategischen Kommunikation von Unternehmen, um deren Interessen in der öffentlichen Wahrnehmung zu positionieren. Dazu zählen Pressearbeit, Social-Media-Kommunikation, Corporate Blogs sowie der gezielte Dialog mit Journalisten und Influencern.

5. Print Printwerbung (wahrscheinlich die einfachste Kategorie) umfasst alle gedruckten Werbematerialien wie Anzeigen, Plakate, Beilagen, Prospekte oder Kataloge. Diese Art der Werbung setzt ausschließlich auf visuelle Kommunikation.

# Kategorie 1: Advertising & Promotion



Advertising & Promotion – Alles rund um digitale Werbung, Programmatic Advertising & Social Media Ad

## 6. Search & Social Advertising

- a) **Search Engine Advertising (SEA)** bezeichnet bezahlte Anzeigen innerhalb von Suchmaschinen. Werbetreibende buchen Anzeigen, die prominent in den Suchergebnissen erscheinen.
- b) **Social Advertising** ist Werbung in sozialen Netzwerken wie Facebook, LinkedIn oder Instagram. Aufgrund der umfangreichen Nutzerdaten können gezielte Werbekampagnen mit minimalen Streuverlusten umgesetzt werden.

**7. Video Advertising:** Video Advertising umfasst die Platzierung von Werbevideos auf Websites, in sozialen Medien oder als Anzeigen in Videoplattformen. Dies kann vor, während oder nach redaktionellen Videoinhalten geschehen (z. B. Pre-Roll-Ads auf YouTube).

Hier geht es zum  
ganzen Beitrag :



# WAS WIR SONST NOCH SO MACHEN



## KONTAKT:



+49 38425 429 099



[info@1a-relations.com](mailto:info@1a-relations.com)



[www.CRM-TECH.WORLD](http://www.CRM-TECH.WORLD)  
[www.1A-Relations.com](http://www.1A-Relations.com)

Jetzt kostenlos  
30-Minuten-Beratungstermin vereinbaren



## HIER NOCH EIN BLICK AUF UNSERE REFERENZEN

### Ausgewählte Referenzen (nach Branchen)

Dienstleister	Industrie	Handel/eCommerce	Verlage/Medien
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1&amp;1 Internet</li> <li>• 11880</li> <li>• CURRENTA</li> <li>• eBay</li> <li>• Deutsche Post</li> <li>• FC Union Berlin</li> <li>• Glöckle Direkt</li> <li>• HDI Gerling</li> <li>• HUK Coburg</li> <li>• Kabel BW</li> <li>• Landesmesse Stuttgart</li> <li>• Loyalty Partner/Payback</li> <li>• Motel One</li> <li>• Pawlik Consultants</li> <li>• Schwenninger BKK</li> <li>• Studienkreis</li> <li>• SüdWestMetall</li> <li>• VfB Stuttgart</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3M</li> <li>• Baader Planetarien</li> <li>• Baden Baden Cosmetics</li> <li>• Berentzen Gruppe</li> <li>• Bernhard Schulte Group</li> <li>• Ensinger Kunststoffe</li> <li>• Festo</li> <li>• Festool Elektrowerkzeuge</li> <li>• Gropper Molkerei</li> <li>• Kone Aufzüge</li> <li>• Knorr Bremse</li> <li>• MEA-Baustoffe</li> <li>• Motorenwerke Hatz</li> <li>• Rothenberger Werkzeuge</li> <li>• Securiton</li> <li>• WIKA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apollo Optik</li> <li>• Blässinger</li> <li>• Gehe Pharmahandel</li> <li>• Gustav Baehr</li> <li>• Hugo Boss Retail</li> <li>• MDM Münzhandel</li> <li>• Mister Spex</li> <li>• Otto Multi-Channel Retail</li> <li>• RAJAPACK</li> <li>• Staples</li> <li>• Thalia Holding</li> <li>• Udo Bär</li> <li>• Viking + Office Depot</li> <li>• Walser Automotive</li> <li>• WMF</li> <li>• Wöhrl Modehaus</li> <li>• ZG Raiffeisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augsburger Allgemeine</li> <li>• Bauer Media Group</li> <li>• Behr's</li> <li>• ePA-cc</li> <li>• Eugen Ulmer</li> <li>• Gruner&amp;Jahr</li> <li>• Hans Soldan</li> <li>• Haufe Lexware</li> <li>• Klett Gruppe</li> <li>• Landwirt Agrar Medien</li> <li>• Oldenbourg Verlag</li> <li>• Öko-Test</li> <li>• Schlütersche Mediengruppe</li> <li>• Verlag f. d. dt. Wirtschaft</li> <li>• Verlagsgruppe Oettinger</li> <li>• WEKA Media</li> <li>• Werkzeugforum.de</li> </ul>

In Summe über 250 Projekte bei über 100 Kunden,  
davon ca. 50 % B2B/B2B2C bzw. ca. 50 % B2C

# Alles, was Du über Relationship Management und MarTech wissen musst

**DAS RELATIONSHIP MAGAZIN**

SONDERAUSGABE ZUM:  
MarTech STRATEGIE CAMP

MARKETING, VERTRIEB, CRM CX = KUNDENMANAGEMENT "NEU GEDACHT"!

14. NOVEMBER 2024 ALS ONLINE-BARCAMP

1 TAG ÜBER MARKETING TECHNOLOGIE - ALLES, WAS DU DAZU WISSEN MUßT

WAS IST EIN BARCAMP? WAS SIND VORTEILE EINES BARCAMP-FORMATS?

MARTECH IM DETAIL + LEADERSHIP-THEMEN: WARUM DU ALS CHEF DEIN GANZES TEAM MITNEHMEN SOLLETEST?

Diese Sonderausgabe ist ein Service des Fachportals CRM-TECH.WORLD und der 1A Relations GmbH

AUSGABE 09/2024

JETZT TICKET SICHERN UND PROFITIEREN!

**DAS RELATIONSHIP MAGAZIN**

DIESES MAGAZIN IST EIN SERVICE VON CRM-TECH.WORLD

SPEZIELL FÜR GESCHÄFTSFÜHRER

VON REGELN ZU PRINZIPIEN: WIE TEAMS DURCH EIGENVERANTWORTUNG FLEXIBLER, ERFOLGREICHER UND KUNDENORIENTIERTER WERDEN

STRATEGIEZEIT: WANN IST DIE BESTE ZEIT ZUM BAUM SCHNEIDEN? U.A. MIT AMAZON-BEISPIEL

LEADERSHIP: DAS THEMA CRM AUS SICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Die FISH PHILOSOPHIE: EIN REVOLUTIONÄRER WEG ZU AUSSERGEWÖHNLICHER KUNDENORIENTIERUNG

FRUCHTBARE VERÄNDERUNG BRAUCHT VISION UND EINE SELBSTORGANISIERTE ORGANISATION

WER EINE NEUE SOFTWARE EINFÜHRT, DER STEHT IMMER VOR VERÄNDERUNGEN.

AUSGABE 10/2024

**DAS RELATIONSHIP MAGAZIN**

CRM-TECH.WORLD

PLUS SPECIAL FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

HEUTE GEHT ES UM GRUNDLAGEN ZU ...

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

ADRESSE-/DATENQUALITÄT

MARKETING AUTOMATION

BONUS 1: CRM - REIFEGRAD-CHECK Jetzt kostenlos teilnehmen und Feedback erhalten

BONUS 2: WAS HAT CRM MIT DER INSOLVENZSTATISTIK 2023 ZU TUN?

DIESES MAGAZIN IST EIN SERVICE DES FACHPORTALS CRM-TECH.WORLD

AUSGABE 05/2024

**DAS RELATIONSHIP MAGAZIN**

WIE ÜBERLISTET MAN DIE KI? EX-BVB-FUSSBALLER AMOROS ZEIGT ES

SOFTWARE-AUWAHL IST WIE A) NACH GOLDKLUMPEN SUCHEN? B) PUZZLEN - EIN VOLKSPORT?

DER SCHUSTER HAT DIE SCHLECHTESTEN SCHUHE, DER CRM-BERATER DIE SCHLECHTESTEN ADRESSEN.

DIGITALE TRANSFORMATION - DER BEGRIFF KOMMT LANGSAM AUS DER MODE

DIESES MAGAZIN IST EIN SERVICE DES FACHPORTALS CRM-TECH.WORLD

AUSGABE 07/2024

**DAS RELATIONSHIP MAGAZIN**

KI UND WISSENSCHAFTLICHES ARbeiten - 3 PROFESSOREN ZEIGEN FALLSTRICKE UND TIPPS

VERSCHENKEN SIE LEADS?

WAS HAT DER BIATHLON STADIONSPRECHER MIT INDIVIDUALISIERUNG UND PERSONALISIERUNG ZU TUN?

WANN WAR DEIN AUTO DAS LETZTE MAL IN DER AUTO-WASCHANLAGE?

DIESES MAGAZIN IST EIN SERVICE DES FACHPORTALS CRM-TECH.WORLD

AUSGABE 02/2024

**DAS RELATIONSHIP MAGAZIN**

OHNE GESCHEITE MOPS IST EIN LEBEN MÖGLICH, ABER SINNLOS.

BEST-OF-BREED ODER ALL-IN-ONE?

DIESES MAGAZIN IST EIN SERVICE DES FACHPORTALS CRM-TECH.WORLD

AUSGABE 01/2023

Alle unsere Magazine findest Du jetzt gesammelt auf der 1A Relations-Magazin-Seite.

Stöbere durch alle Ausgaben, entdecke spannende Artikel und bleib immer auf dem Laufenden:

<https://www.1a-relations.com/das-relationship-magazin/>

Hier der Barcode zum Online-Magazin



AUSGABE 06/2025