

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?

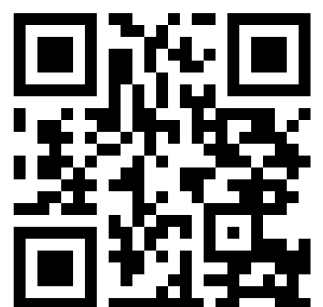
32
Seiten voll
Stoff

**> 15.000
MARTECH-TOOLS
MACHEN
DIE AUSWAHL SCHWER**

100%

Hersteller-neutrale
Auswahlberater

Hier geht es zum Portal
www.CRM-TECH.WORLD



INHALT + Editorial + Impressum



unsere **PODCASTS**



ZU DEN PODCASTS:



[@1A RELATIONS](#)



Editorial: Willkommen an Bord

Dieses Mal dreht sich alles um den Aufbau einer klaren, zukunftsfähigen 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 | 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.

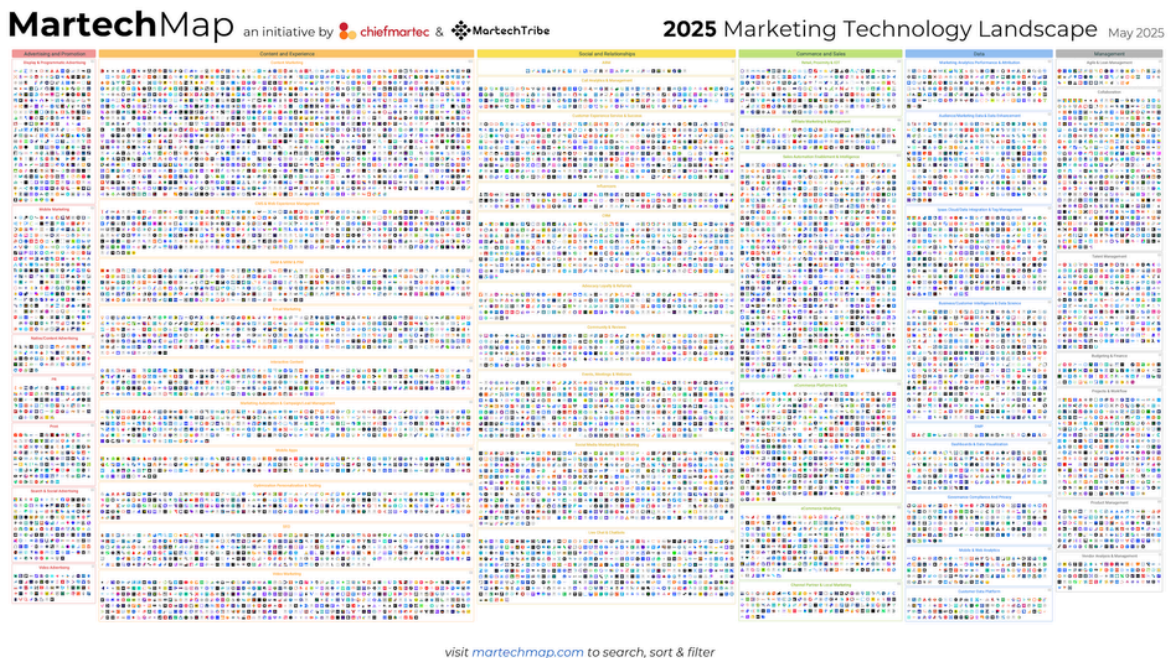
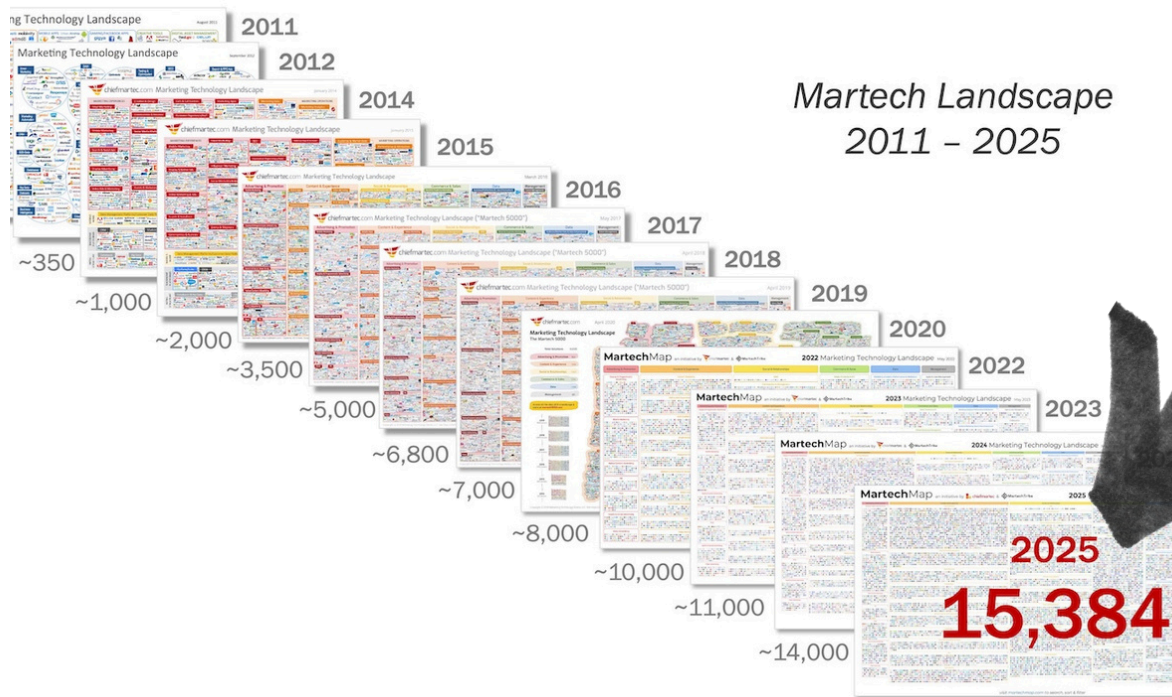
b) Digitale Sichtbarkeit: NordFlux unterstützt Unternehmen mit viel technischem Know-how (z. B. Optimierungen für ChatGPT und/oder Google) dabei, ihre Sichtbarkeit und Reichweite zu erhöhen, neue Kunden zu gewinnen und somit digitale Markt- bzw. Kundenpotenziale erfolgreich zu erschließen.

Ihre Vorteile:

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

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

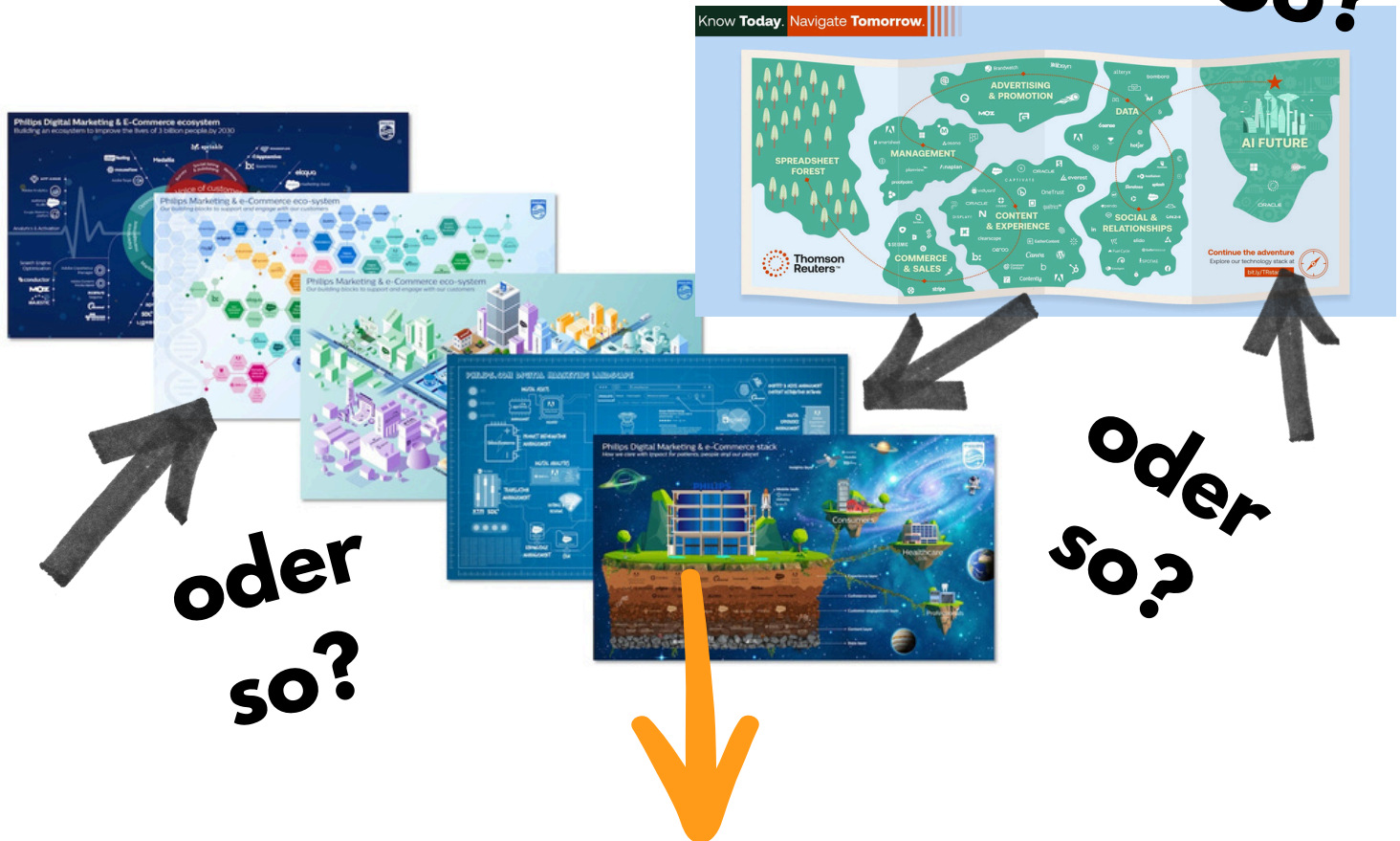
Die Auswahl an Tools wird immer größer



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

Wie sieht Ihre zukünftige IT-Landscape aus?

So?



**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:

→ 25.000 Tools

Advertising & Promotion:

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

Commerce & Sales

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

Content & Experience:

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

Data

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

Social & Relationship

Alles rund um CRM, Community Management & Social Listening

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

Adress- und Datenqualität, Data Migration	E-Mail-Marketing-Services	Leadership-Management bzw. Führungsinstrumente	Customer Experience-Management
Kundenwert-Analyse	Change-Mgt./ Organisations-Entwicklung	Kundenbindung	Kunden-Gewinnung/ Lead-Management
Vertriebs-steuerung	Zufriedenheits- und Feedback-Management	Dienstleister-suche und -steuerung	Projekt-management
Anforderungs-Management Software-Auswahl	Software-Einführung	Schulung- und Training (Personen/Teams, Software)	End-to-End-Prozess-Design
<div> <div>Grundlagen</div> <div>Strategisches CRM</div> <div>Operatives CRM</div> </div> <div> <div>Allg. Dienstleistungen</div> <div>UX-Management</div> </div>			

KONTAKT:



+49 38425 429 099



info@1a-relations.com



www.CRM-TECH.WORLD

www.1A-Relations.com

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

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



Hier der Barcode
zum
Online-Magazin

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/>



AUSGABE 06/2025