

# Lieber die Professionistin holen

Marketing so nebenbei zu machen, hat noch selten Erfolg gezeitigt. Und: Warum zum Schmiedl gehen, wenn man zum Schmied gehen kann?

••• Von Helga Krémer



**M**an braucht die Leistung heute. Man braucht jemanden mit Erfahrung, vor Ort, maximal einsatzbereit, aber bitte: nur kurzfristig und unkompliziert. Was die Tätigkeit eines Interim-Managers definiert, beschreibt Susanne Stissen. medianet sprach mit der selbstständigen Unternehmensberaterin und Interim-Managerin für Marketing über das „Management auf Zeit“.

**medianet:** *Wie wird man Interim-Managerin für Marketing?*

**Susanne Stissen:** Interim Management Marketing deshalb, weil es viele KMU gibt, die sich keine eigene Marketingabteilung leisten wollen oder können, aber dringend professionelles Marketing brauchen. Und weil es auch in großen Unternehmen immer wieder Vakanzen in den Marketingabteilungen gibt, die überbrückt werden müssen. Wie durch Kündigungen, Krankheitsfälle, Sabbaticals oder Karenzen.

**medianet:** *Ist Interim-Management für Marketing der neue Trend? Nach Outsourcen von Human Resources ist nun das Marketing dran?*

**Stissen:** Interim-Management erlebt seit über 15 Jahren eine stetig steigende Nachfrage und wird im Angebot immer breiter. Begonnen hat das Ganze in der Restrukturierung und ist da auch schon recht gut etabliert. Interim-Management für Marketing ist vergleichsweise erst

kurz am Markt, und ich bin eine der Ersten, die das anbietet.

**medianet:** *Was sind die Vorteile?*

**Stissen:** Die Vorteile des Interim-Managements liegen in der kurzfristigen Verfügbarkeit eines erfahrenen Managers, der im Unternehmen wie im Team integriert ist und vor Ort mit anpackt – und zwar solange ihn das

”

*Interim-Management erlebt seit über 15 Jahren eine stetig steigende Nachfrage und wird im Angebot immer breiter. Begonnen hat das Ganze in der Restrukturierung und ist auch schon recht gut etabliert.*

“

Unternehmen braucht. Im Gegensatz zum Berater liefert der Interim-Manager klare Ergebnisse für vorab definierte Ziele. Die Unternehmen kaufen Wissen und eine flexible Arbeitskraft. Ohne langfristige Verpflichtungen, Kündigungsfristen oder Lohnnebenkosten.

**medianet:** *Ist Interim Management für das Marketing bei Großkonzernen genauso wie für KMU geeignet? Oder lässt sich's aufteilen in: Der Großkonzern ‚bucht‘ den Interim Manager als Karenz- oder Sabbatical-Vertretung, das KMU holt sich den Interim Manager für das komplette Projekt ins Haus?*

**Stissen:** Ja, so in etwa ist das, und so lebe ich auch mein Angebot. Ein Interim-Mandat kann man nicht akquirieren, das ergibt sich relativ plötzlich und genau so kurzfristig wie es sich ergibt, muss man verfügbar sein. Bei Palmers beispielsweise war das damals so.

KMU buchen mich entweder für in sich geschlossene Projekte oder als externe Marketing-Managerin, die das Unternehmen begleitet, weil die Kompetenz im Haus nicht ausreicht. Oft ergibt sich daraus auch ein Coaching für Mitarbeiter, oder ich helfe dabei, eine professionelle Marketingabteilung aufzubauen.

**medianet:** *Warum machen das nicht mehr Betriebe?*

**Stissen:** Oft haben Unternehmen Berührungängste oder schrecken davor zurück, mit einem ‚Manager auf Zeit‘ zusammenzuarbeiten, weil dieser ‚die DNA des Unternehmens nicht in sich trägt‘ oder nur als ‚Lückenbüßer‘ betrachtet wird. Ein Interim-Manager ist nie ausschließlich die Überbrückung eines kurzfristigen Personal-Engpasses, sondern er sorgt immer auch für Verbesserungen in den Abläufen, weil er darin

routiniert ist und den objektiven Blick mitbringt.

**medianet:** *Welche Marketing-Idee finden Sie besonders toll? Und warum?*

**Stissen:** Ein hervorragendes Beispiel dafür ist für mich Nike. Die stehen an 365 Tagen im Jahr mit ihren Konsumenten in Kontakt. Sie sind immer da. Auf allen Kanälen und mit einer klaren Story: Just do it.

Ein Beispiel für ein KMU in Wien mit ganz anderen Rahmenbedingungen ist für mich das Bürgerlokal Rinderwahn. Der ‚Rinderwahn‘ zieht sich wie ein roter Faden durch die Speisekarte, die Kommunikation auf Social Media, die Bierdeckel und geht bis zur Musik am WC.

## Susanne Stissen

### Zur Person

Susanne Stissen, Jahrgang 1967, ist seit über 25 Jahren in der Kommunikationsbranche tätig, zuletzt als Head of Marketing für Palmers. Seit 2012 selbstständige Unternehmensberaterin mit Mandaten in den Branchen Finanzdienstleistung, Handel, Konsumgüter, Investitionsgüter, Erwachsenenbildung und Tourismus.

### Executive Interim Managerin

Mit der Spezialisierung auf Marketing & Sales unterstützt Susanne Stissen Unternehmen, die einen Engpass haben, dabei, den roten Faden im Marketing gewinnbringend durchzuziehen – mit Fokus auf Unternehmensziele, fundierte Strategie und effiziente Kommunikationsmaßnahmen.

Infos: [www.susanne-stissen.com](http://www.susanne-stissen.com)

**4GAMECHANGER**  
FESTIVAL 2017

MEET

**FOREST WHITAKER**  
OSCARPREISTRÄGER

JETZT TICKET SICHERN UNTER: [4GAMECHANGER.COM](http://4GAMECHANGER.COM)

**ERSTE**  **SPARKASSE** 

22 – 25 APRIL  
MARXHALLE VIENNA – AUSTRIA

 ProSiebenSat.1  
PULS4

**A1**