



Ihr zuverlässiger Partner für Video | Multimedia | Digital Signage

Permaplay Media Solutions GmbH

Aschmattstraße 8 D-76532 Baden-Baden | Tel. +49 (0) 7221 7022220 | Fax. +49 (0) 7221 7022229 | Email info@permaplay.de

Für die Zukunft strategisch und technologisch hervorragend aufgestellt

Das POS-Medienunternehmen Permaplay Media Solutions in Baden-Baden verstärkt seine Aktivitäten und hat mit Findaria Sunardi eine dynamische und kompetente Managerin an Bord geholt. Zusammen mit Geschäftsführer Werner Vogt wird sie den künftigen Kurs von Permaplay gestalten. Wir sprachen mit ihr über ihr neues Tätigkeitsfeld und über die Frage, welche Erfolgsfaktoren der Offline- und Online-Kommunikation für die Effizienz der Marketing-Kommunikation im BtoB-Markt am wichtigsten sind.

In ihrer Masterarbeit im Studiengang „Elektronische Medien / Medienwirtschaft“ an der Hochschule der Medien in Stuttgart trifft Findaria Sunardi den Nagel auf den Kopf: „In Zukunft wird die Offline- mit der Online-Kommunikation perfekt verbunden sein müssen. Das aktive Zusammenspiel zwischen online und offline liefert erst die ganze Kraft, die in moderner POS-Medienkommunikation liegt.“

Die junge Managerin ist bereits seit 2015 als Werkstudentin bei Permaplay aktiv, seit Anfang dieses Jahres kümmert sie sich um die Bereiche Marketing und Vertrieb. Werner Vogt: „Mit Frau Sunardi haben wir eine Idealbesetzung gefunden, weil sie bereits in ihrer Masterarbeit die ganzen Themenbereiche von Permaplay erforscht und analysiert hat und damit ein hohes Knowhow mitbringt. Selbstverständlich war auch ihre Zeit als Werkstudentin bei uns für beide Seiten hilfreich, um ihre Potentiale zu erkennen. Kein Wunder also, dass wir sie direkt nach dem erfolgreichen Abschluss als Master für Elektronische Medien / Medienwirtschaft

bei uns fest angestellt haben. Und die ersten Monate zeigen, dass diese Entscheidung goldrichtig war.“

Frau Sunardi, was genau begeistert Sie bei Ihrer Arbeit bei Permaplay Media Solutions?

Findaria Sunardi: „Ganz besonders interessant in diesem Beruf ist die Mischung von Kreativität, Eigenverantwortung und Kommunikation sowie die Interaktion mit vielen Menschen im Bereich des digitalen POS-Marketing. Es passt selbstverständlich auch von der fachlichen Seite her – Permaplay ist genau in dem Bereich aktiv, in dem ich meine Masterarbeit erstellt habe.“



Ich schätze es auch sehr, dass sich Permaplay und damit meine Arbeit nicht nur auf den deutschen Inlandsmarkt beschränkt, sondern eine starke internationale Ausrichtung auf europäischer und asiatischer Ebene aufweist. Und last but not least freue ich mich darauf, die POS-Landschaft in Zukunft mit entsprechenden Konzepten und Dienstleistungen ein wenig mitgestalten zu können.“

Für welchen Bereich sind Sie in Zukunft bei Permaplay Media Solutions verantwortlich?

Findaria Sunardi: „Mein Tätigkeitsfeld umfasst die klassischen Bereiche des Marketings und des Vertriebs. Permaplay als BtoB-Unternehmen setzt da natürlich andere Schwerpunkte als eine consumer-orientierte Firma. Unsere Arbeit ist ganz besonders von großem Vertrauen zu den Kunden geprägt.“

Durch die jahrzehntelange Erfahrung von Herrn Vogt in diesem Bereich habe ich das Glück, bestehendes Vertrauen bei unseren Partnern nutzen zu können und gleichzeitig die Verpflichtung, dieses Vertrauensverhältnis weiter zu intensivieren. Vertriebsseitig wollen wir auf der einen Seite unser bestehendes Geschäft in ausgesuchten europäischen Ländern verstärken, auf der anderen Seite suchen wir neue Potentiale in anderen Ländern.“

So rechnen wir damit, dass es in Zukunft nicht nur – wie heute – darum geht, dem Kunden umfangreiche Informationen und Kaufanreize zu Produkten zu geben, sondern die Menschen in eine POS-Erlebniswelt zu entführen. Dabei werden Technologien wie Virtual und Augmented Reality eine Rolle spielen, das Internet of Things und Künstliche Intelligenz. Permaplay beschäftigt sich sehr intensiv damit, wie diese Dinge für unsere Kunden zukünftig zu einer verkaufsaktivierenden Strategie verknüpft werden können.“

In diesen Zusammenhang passend beendete Findaria Sunardi ihre Masterarbeit mit folgendem Passus: „Der Kommunikationswettbewerb am POS birgt die große Gefahr des „Information Overload“. Wenn die Konsumenten zu viel Content wahrnehmen und verarbeiten müssen, werden sie auf Grund von Überforderung gar keine werblichen Inhalte mehr zulassen.“



Welche Trends sehen Sie aktuell und in naher Zukunft generell bei „Medien am POS“?

Findaria Sunardi: „Auch wenn heute noch die Standalone-Bildschirme am POS überwiegen, so geht es doch in naher Zukunft in die Richtung interaktiver und vernetzter Geräte. Die Digitalisierung am POS nimmt massiv zu und damit auch die Möglichkeiten für POS-Medien.“

Daher ist die Mischung von Online- mit Offline-Kommunikation so wichtig, um die Glaubwürdigkeit zu erhalten und letztlich um Verkaufstätigkeiten seitens der Consumer zu ermöglichen. Denn um letzteres wird es auch in Zukunft ebenso gehen wie heute.“