



Immer auf dem Laufenden

Die digitale Welt hat für Journalisten viele Vorteile. Wo man früher noch auf die statische Umständlichkeit analoger Informationsquellen angewiesen war, ist man heute ständig auf dem Laufenden. Wenn man denn will. Denn es gibt sie immer noch, die Verweigerer des digitalisierten Lebens. Zugegeben, ich gehöre nicht dazu. Wie bei vielen Vertretern der Iphone-Generation beginnt mein Tag oft mit dem Blick aufs Handy. Manchmal noch gemütlich im Bett liegend setze ich mich freiwillig der schier unbegrenzten Nachrichtenflut aus. Was gibt es Neues? Was schreiben die Kollegen? Was die Konkurrenz? Wer folgt mir jetzt auf Twitter? Was präsentiert mir Facebook in meinem Newsfeed? Doch die Vorteile der „neuen“ Medienwelt bergen immer auch die Gefahr, sich in dem Überfluss an News zu verlieren. Von allem ein bisschen lesen, aber nichts richtig mitkriegen – schnell ist man in diese Falle getappt. Zudem kann die Neigung nach immer mehr News, Tweets und Likes auch schnell zur Sucht werden. Man stelle sich einfach mal vor, wie es wäre, wenn man von jetzt auf gleich völlig vom Netz abgekoppelt wäre. Einfach mal offline. Geht das überhaupt? Würde ich das aushalten? Wenn nicht, hätte ich ein Problem. Denn trotz aller Vorzüge der digitalen Welt, gibt es auch noch andere, wichtigere Dinge im Leben. Daran erinnern mich nicht zuletzt die Menschen, die mir wichtig sind. Oft auch direkt nach dem frühmorgendlichen Blick aufs Handy.

„Keine Angst vor Social Media“

Sven Clement und Jerry Weyer bringen Unternehmen die Vorzüge von sozialen Medien nahe

VON CHRISTOPH BUMB

Bisher sind sie vor allem als inter-netaffine Politiker der Piratenpartei in Erscheinung getreten. Jetzt haben Sven Clement und Jerry Weyer aus ihrer Neigung einen Beruf gemacht. Seit einigen Monaten beraten sie Unternehmen in Sachen Social Media. Dabei geht es längst um mehr als nur um Likes, Tweets und Hashtags – eine ausgeklügelte digitale Kommunikationsstrategie ist Gold wert, und das nicht nur für die beiden daran mitverdienenden Jungunternehmer. Laut Clement und Weyer können die sozialen Medien jedem um Aufmerksamkeit buhlenden Unternehmen ganz neue Perspektiven eröffnen.

„Berater für digitale Kommunikation“ nennen sich Sven Clement und Jerry Weyer. Ihre Firma „Clement & Weyer“ haben sie gegründet, um ihr Wissen über den Umgang mit sozialen Medien an interessierte Unternehmen weiterzugeben. Dabei geht es nicht nur um soziale Medien im engeren Sinn. Die beiden Jungunternehmer, die sich schon mal selbstironisch als „bekennende Twitter-Junkies“ bezeichnen, haben die ganze Palette digitaler Kommunikation im Angebot.

Das Kerngeschäft ist allerdings laut Weyer schon die Frage, wie man sich als Unternehmen oder Verein „professionell und originell“ auf den diversen sozialen Medien präsentiert. Dabei seien viele kleinere Unternehmen immer noch skeptisch, wenn es um den Umgang mit Facebook, Twitter und Co. geht. „Wir wollen den Unternehmen die Angst davor nehmen und ihnen zeigen, wie man in der digitalen Welt mit einer klaren



Jerry Weyer (links) und Sven Clement wollen ihren Kunden die Angst vor dem Umgang mit sozialen Medien nehmen. (FOTO: ANOUK ANTONY)

ren Strategie punkten kann“, sagt Weyer. Jeder könne von der Präsenz in den sozialen Medien profitieren. Natürlich gebe es aber unterschiedliche Anforderungen und Wege, je nachdem, ob es um einen kleinen Handwerkerbetrieb oder ein großes, international tätiges Unternehmen geht.

Aufmerksamkeit als Währung

Generell gelte aber, dass man ohne eine digitale Kommunikationsstrategie ein bestimmtes, vor allem junges und dynamisches Publikum nicht ansprechen kann. „Es reicht heutzutage nicht, Anzeigen in der Zeitung zu schalten oder Plakate auf Busse zu kleben“, bringt es Weyer auf den Punkt. Um für die digitale Welt die richtige Sprache zu finden, biete man den Kunden vor allem „Hilfe zur Selbsthilfe“ an, ergänzt Clement. Dafür gebe man den Unternehmen als bezahlte Dienstleistung einen „Werkzeugkasten“ mit auf den Weg, mithilfe dessen sie eine

eigene Strategie verfolgen können. Das sei aktuell das Kernprodukt von „Clement & Weyer“. Bei größeren Kunden reiche das natürlich nicht aus. Man sei auch in der Lage, Kunden längerfristig beratend zur Seite zu stehen.

Die Kunst des richtigen Umgangs mit Social Media sei, diese Kanäle als Möglichkeit aufzufassen, Aufmerksamkeit zu generieren. „Aufmerksamkeit ist eine wertvolle Währung für ein Unternehmen“, erklärt Clement. Auf Facebook, Twitter oder Instagram könne man auch in Luxemburg Tausende Menschen ansprechen, die man sonst nicht erreiche. Diese Chance würden Werbe- und Marketingabteilungen noch immer nicht bzw. noch nicht genug wahrnehmen, sagen die beiden Digitalberater.

Hinzu komme die Möglichkeit, eine etwas „offensivere“ Kundenbetreuung zu betreiben. Seien es Fragen, Hinweise oder Beschwerden – über digitale Kanäle könne

man viel schneller und oft auch überzeugender mit Feedback umgehen, sagt Clement. „Digital ist immer direkt und unmittelbar, was auch für Unternehmen eine Chance ist, sich besser und offener nach außen zu verkaufen.“

Entdecke die Möglichkeiten

Die Potenziale der sozialen Medien gelten freilich auch für Politiker oder staatliche Verwaltungen. „Die Bürger erkennen es an, wenn man sie ernst nimmt und direkt auf Augenhöhe mit ihnen kommuniziert“, erklärt Clement auch mit Verweis auf seine eigene Erfahrung als Parteipolitiker. In diesem Sinn sieht der Präsident der Luxemburger Piratenpartei seinen neuen Beruf als Berater auch als komplementär zu seiner politischen Arbeit an. Interessenkonflikte könne man sehr einfach und effektiv ausschließen. „Als Unternehmer hat man immer die Möglichkeit, sich die Kunden auszusuchen“, sagt er.

Während des Interviews haben die beiden Twitterianer der ersten Stunde übrigens kein einziges Mal auf ihr Handy geblickt. Und damit unter Umständen eine halbe Ewigkeit digitaler Kommunikation im Land verpasst.

■ www.clement-weyer.lu



Digitalisiertes Leben

Die Vorstufe von Social Media: Internet „made in Luxemburg“

Ein Gespräch über Luxemburgs Internetbranche, klare Online-Strategien und den Unterschied zwischen gut gemacht und gut gemeint

INTERVIEW: CHRISTOPH BUMB

Ohne Internet und ein Mindestmaß an digitaler Kommunikation läuft heutzutage für Unternehmen, aber auch für Vereine, Ministerien oder sonstige staatliche Verwaltungen gar nichts mehr. Worauf kommt es bei einem professionellen Webauftritt an? Welche Fallen lauern in der großen weiten Welt des Internets? Und inwiefern haben soziale Medien das Geschäft verändert? Ein Gespräch mit Tom Turping, Managing Partner von „e-connect“, einer der führenden Webagenturen in Luxemburg.

■ Warum braucht man als Unternehmen heutzutage einen professionellen Webauftritt?

Das Auftreten im Web ist für Unternehmen heutzutage überlebenswichtig. Wer im Internet nicht präsent und leicht auffindbar ist, hat ein Problem. Zudem ist es wichtig, um wettbewerbsfähig zu bleiben, neue Kunden zu gewinnen und seine Stammkundschaft

bei Laune zu halten. Dabei sollte man sich nicht nur auf die eigene Webseite beschränken, sondern kann die Präsenz auch auf andere Kanäle wie Facebook, Twitter oder Youtube ausbreiten um die Reichweite zu erhöhen.

■ Worauf kommt es dabei aus Ihrer Sicht vor allem an?

Man sollte eine klare Strategie ausarbeiten und diese dann auch langfristig verfolgen. Man sollte sich klare Ziele setzen, den Erfolg messen und eventuell die Strategie anpassen. Besonders wichtig ist der Service, den die Unternehmen Ihren Kunden online anbieten. Dieser darf dem Service des Offline-Geschäfts in nichts nachstehen. Online- und Offline-Botschaften müssen gewissermaßen miteinander verschmelzen.

■ Was sind die häufigsten Fehler, die ein Laie macht und ein Profi nicht?

Es geht im Grunde um den Unterschied zwischen gut gemacht

und gut gemeint. Viele Unternehmen unterschätzen die Komplexität und den damit verbundenen Arbeitsaufwand. Man muss auch an das „Danach“ denken. Wie viel Ressourcen sind nötig um eine dreisprachige Seite regelmäßig mit Inhalten zu pflegen? Wie kommen qualifizierte Besucher auf meine Seite, die sich auch wirklich für



Tom Turping von „e-connect“.

mein Produkt interessieren? Man muss auch nicht allen Modeerscheinungen im Internet folgen, ohne sich die nötigen strategischen Gedanken gemacht zu haben. Auch diese Überlegungen muss man von Anfang an in seinen Kostenplan mit einbeziehen. Man sollte seinen Webauftritt auch nicht alle paar Jahre komplett neu gestalten. Besser ist die kontinuierliche Weiterentwicklung. Das zeigen auch die Seiten der „Big Player“ der Branche wie etwa Google oder Amazon.

■ Inwiefern hat Social Media die Internetlandschaft verändert?

Die eigentliche Revolution kam durch das mobile Web. Heute hat jeder Facebook und Co. in seiner Hosentasche, die Informationsflut nimmt beachtlich zu. Inhalte müssen nicht mehr gesucht werden, sondern sie werden uns zugetragen. Dank erstellter Profile werden wir immer mehr zu gläsernen Bürgern und müssen lernen damit verantwortungsbewusst umzugehen. Die Politik ist hierfür ein Pa-

radebeispiel. Beim Thema Social Media sollte man deshalb ebenfalls eine klare Strategie verfolgen, sonst kann der Schuss sehr schnell nach hinten losgehen.

■ Wie gut ist der Standort Luxemburg in Sachen Webdesign und Online Marketing aufgestellt?

Luxemburg befindet sich hier in einer Wandlungsphase. Die Anzahl der bei uns ansässigen, international operierenden Firmen bringt eine steigende Qualität von Webdesign und Marketingstrategien mit sich. Luxemburg bleibt aber wegen seiner Mehrsprachigkeit ein fast einzigartiger Standort. Der Reifeprozess des Standorts Luxemburg ist sicher noch nicht abgeschlossen, die Mentalität der Marketingleiter ist aber im Begriff sich zu ändern. Die Botschaft scheint angekommen: Um heute als Unternehmen im Web erfolgreich zu sein muss in eine komplette digitale Strategie investiert werden.

■ www.e-connect.lu