

Als Unternehmen seine Botschaften und Leistungsversprechen in Soziale Netzwerke zu streuen, ist heutzutage längst gängige Praxis. Auf Seiten wie Facebook, Twitter, YouTube oder Instagram tummeln sich Internet-User, welche die Plattformen nicht nur zur Vernetzung nutzen, sondern auch, um sich über Diverses zu informieren. Zum Beispiel über Unternehmen, ihre Produkte und wie andere Kunden diese bewerten.

”

Aufgrund unserer Erfahrung haben wir einige Stärken in unserem Tool. Ungewünschter Content zum Beispiel wird automatisch rausgefiltert.

Bernd Löschenbrand
GF Bluforce Group

“

Besonders die jüngere Generation der Millennials zieht nicht etwa Google, sondern Social Media-Kanäle als bedeutende Informationsquelle heran. Laut der von YouTube publizierten Statistiken von 2016 gehört YouTube demnach zu den größten Suchmaschinen weltweit, nach Google und Facebook. Für Marketer heißt das, dass immens viel User Generated Content (UGC) zu ihren Produkten und Dienstleistungen im Netz kursiert, die nicht selten von reichweitenstarken Bloggern und Influencern verbreitet werden. Die Kehrseite der enormen Content-

Menge im Netz ist die daraus folgende Unübersichtlichkeit.

Gebündelter Content

Für Bernd Löschenbrand war es „absehbar“, dass es für Unternehmen zunehmend unmöglich wurde, den Überblick über Social Media Posts zu behalten. Was fehlte, war „eine Art Ordnungssystem, welches die Quellen und Profile anzapfen kann“. Damals, erinnert sich Löschenbrand, hätte es so ein System nur in den USA gegeben, im deutschsprachigen Raum jedoch gab es keine „nennenswerten Anbieter“. Der Gedanke führte 2013 zur Entwicklung des Tools Streamchartz, welches im Netz aufräumte. Die Funktion der Software ist, Inhalte aus den Sozialen Netzwerken mittels Hashtags und definierter Profildaten zu sammeln. Die Beiträge werden dann übersichtlich und chronologisch in einem Social Stream ausgegeben bzw. als „Social Wall“ dargestellt, so Löschenbrand. Die Social Wall lässt sich dabei sowohl auf Websites, TV-Screens und Event-Leinwänden als auch auf Outdoor- oder In-store-Screens darstellen.

Eineinhalb Jahre dauerte die Entwicklung der ersten Version von Streamchartz – „wir verbessern es aber laufend weiter“, so Bernd Löschenbrand. Streamchartz wurde sodann als standardisierte ASP-Software an andere Unternehmen und Agenturen verkauft.

Vielseitige Anwendung

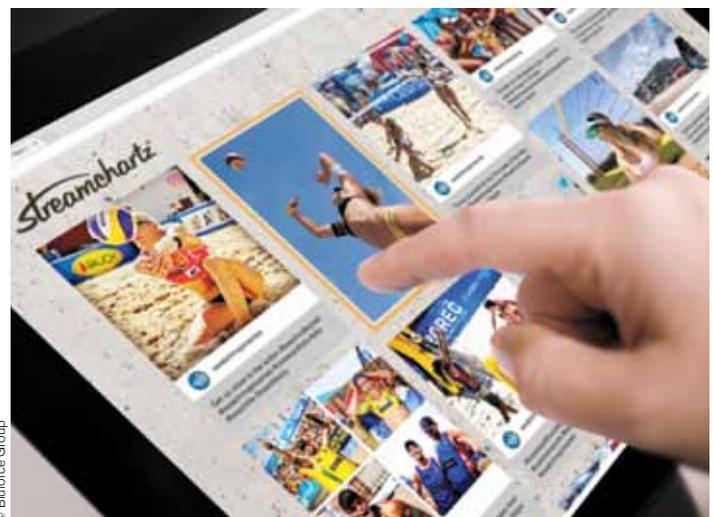
„So ein Tool entwickelt man in der Regel nicht selbst, deswegen wird es auch nachgefragt“ – Löschenbrand nennt als Beispiel die feratel-Gruppe aus Innsbruck, einen touristischen Gesamtlösungsanbieter, der Streamchartz in sein Vertriebsportfolio aufnahm und es an Tourismus-Destinationen weitervermittelte. Kunden kön-

nen die Social Wall dann auf ihrer Website einbetten, wo Beiträge der eigenen Social Media Community oder auch „Third Party Content“ gebündelt wird; die Listung wird dabei laufend aktualisiert. Das sorgt für eine „fortlaufende Bewegung“, und es gebe kein „statisches Konstrukt“ mehr, erklärt Löschenbrand die optische Aufbereitung.

Anpassbare Spam-Filter

Doch neben konstruktivem Content können auch unliebsame Postings ihren Weg auf die Social Wall finden; dieser „unerwünschte Content“ wird aber „automatisch rausgefiltert“, betont Bernd Löschenbrand. Bei jeder Version sei ein eigenes

„Streamchartz Spamshield“ integriert, welches u.a. politisch sensible oder pornografische Inhalte, sei es in Text oder Bild, erkennen kann und diese auf einer ständig wachsenden „Blacklist“ abspeichert. „Postings und Profile können aber auch manuell geblockt werden“, ergänzt Löschenbrand. Besonders auf Events würden Social Walls bereits eingesetzt. Das Networking kann unterstützt und Sponsoren sichtbar gemacht werden. Ein weiterer Vorteil ist, dass sich die Verweildauer der User auf der Unternehmensseite erhöhen kann, da alle Inhalte dort bereits gesammelt sind und der User nicht mehr auf Social-Media-Kanäle wechseln muss.



© Bluforce Group

Bluforce Group

Das Unternehmen

Die eigentümergeführte Bluforce Group mit Sitz in Salzburg setzt sich zusammen aus der 2011 gegründeten Bluforce MarkKom GmbH und ihrem 2016 gegründeten Tochterunternehmen, der Bluforce Media GmbH; die Agentur zählt mittlerweile 43 Mitarbeiter.

Mehr Infos auf www.bluforce.at und www.streamchartz.com

Mehr über das Tool

Streamchartz sammelt Inhalte aus Sozialen Netzwerken und bildet diese auf einer eigenen Social Wall ab, die Kunden auf ihrer Website einbetten können. Ein Spam-Shield filtert unpassende Beiträge automatisch heraus. Derzeit wird streamchartz u.a. von Lidl und Tourismus-Destinationen wie Mayrhofen und Salzburg Stadt verwendet.