



stelle in Linz – herzlichen Glückwunsch dazu.

Philipp Pfaller: Danke. Richtig, wir starten gerade mit einem eCommerce-Team in Linz. Die Chance ergab sich durch thematische Umschichtungen im Portfolio eines Mitbewerbers. Wir verfügen dadurch über das größte Team Österreichs, das auf das Shop-System Magento spezialisiert ist. Das ermöglicht uns auch die Abwicklung sehr herausfordernder Projekte.

medianet: Wie erging es LimeSoda im vergangenen Jahr?

Pfaller: Es war ein sehr gutes Jahr und auch dieses Jahr wird in Ordnung sein (lacht). Alle unserer Geschäftsbereiche sind im Aufwind. Wir sind mehr als zufrieden.

medianet: Definieren Sie doch bitte all Ihre Geschäftsbereiche – ein großer ist Retail.

Bernd Pfeiffer: Genau. Wir haben die ineinander verzahnten Bereiche eCommerce, Webportale/Apps, Social Media Marketing sowie Online Marketing inkl. Suchmaschinenmarketing. Damit versorgen wir Unternehmen mit allem, was sie online für einen guten Auftritt und nachhaltigen Erfolg benötigen.

medianet: Wie tragen die einzelnen Geschäftsbereiche zu Ihrem Gesamt-Income bei? Herrscht hier eine Gleichwertigkeit, oder ist der eCommerce-Bereich, für welchen Sie ja am bekanntesten sind, am größten?

Pfaller: Das hängt davon ab, wen man fragt (lacht). Für man-



© LimeSoda

che sind wir in erster Linie eine Social Media-Agentur. Wir sind stolz darauf, kreative, wirtschaftliche und technische Themen gleichermaßen professionell betreuen zu können. eCommerce ist derzeit der größte Bereich, gleich gefolgt von Webportalen und Social Media. Diese drei Bereiche repräsentieren 90 Prozent unseres Geschäfts.

”

Was wir bemerken, ist, dass alle Bereiche immer spezieller werden: Für jedes Thema benötigt es heute einen Spezialisten.

Philipp Pfaller
Geschäftsführer
LimeSoda

“

Pfeiffer: Ich würde sagen, es herrscht hier auch eine Art Wechselwirkung. Wir können den direkten Erfolg von Social Media messen, da wir für viele Kunden sowohl eCommerce, als auch Social Media-Betreuung machen. Likes und Shares sind ganz nett, aber am Ende des Tages möchte man etwas erreichen oder verkaufen. Wir können direkt sehen, welche Auswirkungen der Social Media-Auftritt auf den Verkauf hat.

medianet: In zahlreichen Gesprächen bemerken wir, dass viele Unternehmen immer mehr interessiert an Details sind. Das Motto ‚Wachstum um jeden Preis‘ scheint nicht mehr aktuell zu sein – wie ist da Ihre Marktbeobachtung?

Pfaller: Dieses Motto stand zumindest in unserer Agentur nie hoch im Kurs. Wir haben immer schon viel mehr auf die Qualität geschaut und haben diese großen Marktbewegungen nie mitgemacht. Wir sind immer sehr konstant gewesen. Was wir bemerken, ist, dass alle Bereiche immer spezieller werden: Für jedes Thema benötigt es heute einen Spezialisten.

Klaus Feiler: Ja, richtig. Wir haben immer schon auf Qualität gesetzt und immer geschaut, ein System gut zu beherrschen. Wir haben nie die ganze Bandbreite angeboten. Wir haben auch gelernt ‚nein‘ zu sagen – wenn etwas nicht in unser Portfolio passt, dann nehmen wir den Auftrag auch nicht an.

medianet: Wer zählt denn zu Ihren Kunden?

Pfaller: Im eCommerce arbeiten wir beispielsweise für MAM Baby, Pagro, FreyWille oder Zgonc. Jüngere Webprojekte sind das Austria Wirtschaftsservice oder ACP. Und wir zeichnen in Österreich für die Social Media-Betreuung von Unternehmen wie Hofer, Samsung oder L'Oréal verantwortlich.

medianet: Sie bilden auch die Mitarbeiter jener Unternehmen aus, die Sie betreuen.

LimeSoda plant, baut und betreut Digitalauftritte. Die Geschichte der Agentur beginnt im Jahr 2002, als aus einer Rockband eine Webagentur wurde. Einige Jahre werken die Gründer zu dritt; heute zählt das Team mehr als 35 Online-Spezialisten, und im Herbst öffnet eine Dependence in Linz. **medianet** sprach mit Geschäftsführer Philipp Pfaller, Bernd Pfeiffer, Leitung Social Media, und Klaus Feiler, CTO.

medianet: Herr Pfaller, Herr Pfeiffer, Herr Feiler, Sie wachsen heuer weiter, mit einer Zweig-