



Die Online-Marketing-Agentur Pulpmedia begleitet Unternehmen wie Burgerista oder die Energie AG. Mitte des Jahres hat man sich neu aufgestellt und kann nun auch bei großen Pitches erfolgreich mitspielen. Mit **medianet** sprachen die beiden CEOs Paul Lanzerstorfer und Robert Bogner über Insights aus der Onlinebranche und natürlich über ihre Umstrukturierung.

medianet: Herr Lanzerstorfer, Herr Bogner, seit August des Jahres setzt Pulpmedia auf eine völlig neue Struktur.

Paul Lanzerstorfer: Richtig. Wir haben Business Units geschaffen: Media, Content Marketing, Video Marketing, Inbound Marketing, und eine eigene Unit für digitale Kampagnen; diese unterstützt die restlichen Units übergreifend. Jede Unit steht für sich selbst, kein Mitarbeiter ist in mehreren Units tätig. Im Zuge dieser Umstellung haben wir auch das komplette Unternehmen ausgebaut und sieben neue Personen eingestellt – jetzt umfasst Pulpmedia 45 Mitarbeiter.

medianet: Wie kam es zu dieser Umstellung? Weshalb Units?

Robert Bogner: In den neuen Units können sich die Mitarbeiter in einem Bereich spezialisieren und gleichzeitig weiterbilden. Für das Unternehmen bedeutet das mehr Effizienz und eine Verbesserung unserer Dienstleistungen.

Lanzerstorfer: Das war das wohl größte interne Projekt, seit es uns gibt. Dank der jetzigen Größe können wir nun auch an großen Pitches teilnehmen, die wir vor zwei Jahren nicht hätten bewerkstelligen können.

medianet: Pulpmedia wird ja richtig erwachsen.

Bogner: Ja, (lacht) das Gefühl haben wir nach zwölf Jahren auch. Das Baby kommt in die Pubertät.

medianet: Viele Unternehmen sind erst jetzt im digitalen Marketing angekommen – wie sehen Sie diese Entwicklung?

Lanzerstorfer: Das ist schwer einzuschätzen. Im B2C-Bereich funktioniert das ganze Thema Online schon sehr gut. Im B2B-Bereich hingegen ist gerade die Marketing-Automatisierung erst ein Thema.

medianet: Welche Trends sehen Sie in den nächsten Jahren auf uns zukommen?

Bogner: Stark sind momentan die Themen ‚Bewegtbild‘, ‚Marketing-Automatisierung‘, ‚Big Data‘, ‚Customer Journey‘. Ein großer Trend, der unserer Meinung sicher noch länger bestehen wird, ist Inbound Marketing. Und natürlich beobachten wir auch den Voice-Bereich – also alles, was mit Spracheingabe zu

stimmt. Tag konnte uns jeder über den Facebook Messenger ein Getränk aus dem Automaten ausgeben.

medianet: Tatsächlich greifen immer mehr Konsumenten zu Postings mit Bild und Sprache, statt zum Text.

Lanzerstorfer: Jede Plattform hat ihre eigenen Spielregeln. Man muss sich doch nur einmal die Stories ansehen. Ange-



© Pulpmedia/Florian Schwarz

„
Ein großer Trend, der unserer Meinung sicher noch länger bestehen wird, ist Inbound Marketing.“

Robert Bogner
CEO Pulpmedia

tun hat. Das erscheint momentan natürlich noch etwas weit weg, aber auch dieses Thema wird noch sehr viel größer werden.

Lanzerstorfer: Wie schnell sich die Entwicklungen in diesem Bereich vollziehen, merkt man nicht zuletzt an den Unterschieden zwischen Siri und Alexa. Amazon hat hier besser gearbeitet und Apple überholt.

medianet: Gerade in diesem Bereich hat Pulpmedia ja auch schon Entdeckergeist gezeigt.

Bogner: Wir haben für das Fiftteen Seconds Festival einen Getränkeautomaten mit Alexa-Steuerung entwickelt. Per Spracheingabe konnte man sich so ein Bier oder ein Makava bestellen. Wir haben dann noch etwas weiter getüftelt und den Automaten zusätzlich mit einem Chatbot verknüpft. An einem be-

fangen hat das mit den Stories in Snapchat – und man kann es finden wie man will, aber es war ein genialer Schachzug von Instagram, ebenfalls Stories einzuführen. Man dreht Videos, stellt diese als Story online und nach 24 Stunden verschwinden diese. Zu sehen ist eine Art Live-Dokumentation. Natürlich kann man auf diesen Zug auch mit Kunden aufspringen – allerdings ist das eine große Herausforderung.

medianet: Was für eine Herausforderung sprechen Sie an?

Lanzerstorfer: Große Freigabeprozesse sind natürlich schwer. Die Stories leben davon, dass Postings, Bilder, Videos sofort hochgeladen und an die Community geteilt werden. Arbeitet man mit Influencern zusammen, funktioniert das super. Zwischen