

„Der Kreis schließt sich“

Markus Zimmer, Inhaber und Geschäftsführer der Agentur BuzzValue, im Interview zum zehnjährigen Jubiläum.

••• Von Nadja Riahi

WIEN. BuzzValue feiert sein erstes Jahrzehnt. Aus gegebenem Anlass sprach medianet mit Agenturchef Markus Zimmer über den Ursprung, Veränderungen, Social Media und Kundenanforderungen.

medianet: Aktuell sind Sie in einer Art „Same same but different“-Situation: vom Homeoffice zu Beginn des Unternehmens vor zehn Jahren wieder zum Homeoffice zurück. Was hat sich von damals auf heute verändert?

„

Der Effekt auf der Seite der Kunden war für uns sogar positiver Natur, denn der Faktor Information ist in der Krisenzeit ein immer wichtiger geworden.

Markus Zimmer
CEO BuzzValue

“

Markus Zimmer: Es ist so, dass sich der Kreis schließt. Ich war in den Anfangsjahren, als Einzelunternehmer, noch alleine im Homeoffice. Jetzt ist es so, dass wir aufgrund der Corona-Situation die meiste Zeit wieder im Homeoffice sind. Das ist aber auch schon das einzige, das gleich geblieben ist.



© Buzz Value

In der Zwischenzeit hat sich viel getan. Wir sind mittlerweile elf Leute, sind in ein größeres Büro gewechselt und schauen uns aktuell sogar wieder nach neuen Räumlichkeiten um.

Neben den internen Veränderungen hat sich in den letzten zehn Jahren auch am Markt einiges getan. Wir haben viele Kunden für unsere Arbeit begeistern können, viele Projekte absolviert, Millionen Beiträge erhoben und analysiert.

medianet: Gibt es Unterschiede bei den Plattformen, die Sie beobachten?

Zimmer: Vor zehn Jahren waren wir hauptsächlich auf Plattformen wie parents.at und geizhals.at aktiv, also meist noch auf klassischen Online-Foren.

Jetzt mittlerweile analysieren wir hauptsächlich Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn und viele mehr.

medianet: Der Auslöser für die erneute Arbeit im Homeoffice war die Covid-19-Pandemie. Welche Auswirkungen hatte die aktuelle Situation auf BuzzValue?

Zimmer: Da wir digitales Business machen, war die Umstel-

lung auf das Homeoffice für uns zum Glück nicht allzu schwer. Wo wir recherchieren und analysieren, ist für uns in Wirklichkeit gar nicht so entscheidend.

Wir haben uns während der Krise IT-mäßig besser aufgestellt, um noch effizienter und professioneller agieren zu können.

Der Effekt aufseiten der Kunden war für uns sogar positiver Natur, denn der Faktor Information ist in der Krisenzeit ein immer wichtiger geworden. Unternehmen wollen ganz speziell während Krisen noch mehr wissen, was Leute über sie denken und in den Sozialen Medien schreiben.

medianet: Im Zuge der voranschreitenden Digitalisierung verändern sich die Kommunikationswege rasant. Neue Plattformen schießen gefühlt wie Schwammerl aus der Erde. Wie bleiben Sie up to date?

Zimmer: Für uns ist der entscheidende Faktor hinsichtlich der Relevanz einer Plattform die User-Aktivität. Sobald wir sehen, dass auf gewissen Plattformen User zu Unternehmen und Marken aktiv kommentieren, nehmen wir sie in unsere Beobachtung und Analyse mit auf. Das Gleiche gilt auch umgekehrt. Auf diese Weise erkennen wir neue Trends sehr schnell. Natürlich erfahren wir auch aus den Gesprächen mit unseren Kunden sehr viel. Auch für uns gilt, dass wir uns und unsere Services laufend hinterfragen müssen.

medianet: BuzzValue ist auch für die Analyse der erhobenen Daten zuständig ...

Zimmer: Ja, genau, das machen alles wir. Speziell die qualitati-