



© Screenshots: jaimmastodon.org

erklärt gegenüber medianet: „Es gibt vereinzelt Fragen zur Lage von Twitter und wie man sich als Unternehmen mit einem aktiven Twitter-Account darauf vorbereiten soll. Noch gibt es kaum Unternehmen, die ihren Twitter-Account gelöscht haben. Aber das Vertrauen in die Plattform schwindet stark dahin. Das merkt man aktuell vor allem an den gesunkenen Werbeausgaben auf Twitter.“

Eine finale Entscheidung hätten viele noch nicht unternommen, es dauere noch, bis man Bilanz ziehen könnte, was definitiv an Elon Musk liegt: „Da der liebe Herr seine Meinung zur Ausrichtung der Plattform, zu Features

und Account-Sperren minütlich zu ändern scheint, und nun auch noch seine eigene Abwahl über eine Twitter-Poll in Aussicht stellt, wird man schlicht und ergreifend abwarten müssen. In einem halben Jahr wissen wir vermutlich mehr.“ Vorerst spiele Twitter im Werbeanzeigenbereich quasi keine Rolle, meint er weiters. Und wie sieht es in anderen Bereichen aus?

Wie es weitergeht

Auch ML Marketing betreut Twitter für die Kunden, vornehmlich im Sportbereich; man nutzt den Kurznachrichtendienst aber mehr als Informationsplattform für Medien, wie Alexander Fasching, Head of Operation, erklärt. „Sehr große Nervosität ist aber zum jetzigen Zeitpunkt nicht zu spüren“, sagt er. „Zurzeit haben wir – was

Entwicklung

Mastodon dürfte noch keine echte Alternative zu Twitter sein.

unsere Kundenkanäle betrifft – weder in der Tonalität noch bei den KPIs Veränderungen bemerkt. Natürlich bemerken wir, dass es bei Twitter-Usern eine gewisse Kritik an der derzeitigen Veränderung gibt.“ Es hängt aus seiner Sicht auch davon ab, wie das Unternehmen mit global relevanten Termen umginge und ob sich die Community dann von der Plattform abwendet.

Es gebe auch schon Anfragen zu Mastodon, das bestätigen Raimond und Fasching. Es heißt also: Zuwarten und Fasching. Es heißt also: Zuwarten. Kommunizieren ja, Werben derzeit eher nicht. Vergessen sollte man nicht, dass Twitter nicht der einzige US-Techgigant ist, der Probleme hat.

Immer der richtige (Bau-)Stoff

Der SK Rapid kann auf eine breite Basis bauen, so wie es auch die Firma Quester macht.

WIEN. Wer ein Haus oder gleich einen ganzen Büroturm bauen will und dazu Keramik braucht, könnte bei Helmut Kohlweiss landen. Er ist Key Account Manager im Bereich Fliese. So etwas braucht es auch in einer Fußballarena wie dem Allianz Stadion, der Heimstätte des SK Rapid.

Mit den Grün-Weißen haben die Baustofffirma Quester und somit auch Helmut Kohlweiss in den letzten zwei Jahrzehnten einiges miterleben dürfen, wie etwa Europacup-Sternstunden oder Meistertitel. Man ist schon lange im Businessclub mit dabei. „Wir waren schon im Hanappi Stadion dabei“, erinnert er sich, „das war schon lange nicht mehr up-to-date und somit auch der wenige Hundert Personen fassende VIP-Klub, der nicht mehr zum Stand der Zeit und Technik gepasst hat.“ Zur Erinnerung: Die ehemalige Heimstätte des SK Rapid wurde im Jahr 1977 eröffnet und ab 2001 ständig erweitert,

etwa mit den Dächern über der Ost- sowie der legendären Westtribüne. Es liegt aber auf der Hand, dass die Räumlichkeiten beim Abriss 2014 nicht mehr zeitgemäß waren.

Alle Stück'In

So wie es bei Quester alle Baustoffe gibt, spielt der neue Businessclub nun up to date alle Stück'In. „Alles ist größer geworden“, meint Kohlweiss, „es sind viel mehr Menschen da, die Vielfalt ist angewachsen. Die paar Hundert Leute im alten Stadion kannte man schnell, nun ergeben sich immer neue Bekanntschaften.“

Das schätzen auch Kunden. Unter Einhaltung aller Compliance-Regelungen nimmt Kohlweiss sie gerne mit und zeigt ihnen die einzigartige Stimmung im Stadion oder stellt den einen oder anderen VIP vor. „Es passt super zusammen. Wir laden unsere Kunden ein, und einige ha-



© Martina Berger

ben sich schon selber Saisonkarten gekauft“, weiß er. Neben den Spielen gibt es Events wie den Doppelpass, die Spielverlagerung oder das SK Rapid Branchenbuch. „Die Kommunikation ist im Stadion oder bei den Events einfach leichter“, meint Kohlweiss abschließend, „man spricht mit CEOs und Co., die man vielleicht sonst nie treffen würde. So fällt

das Vernetzen wirklich leicht.“ Das grün-weiße Trikot ist der Stoff, aus dem viele Kinder- und Erwachsenenträume sind – für alles, was nichts mit Fußball zu tun hat, gibt es den richtigen (Bau-)Stoff bei Quester. Passt zusammen.

www.quester.at/
www.skrapid.at