

## Hendrik Unger über Social Media, Facebook und Co.



Unsere Serie “Gespräche in der (SEO) Küche” geht weiter. Heute bei uns im Interview: Hendrik Unger, Social Media Experte, Gründer und YouTuber über erfolgreiches Social Media Marketing.

[Hendrik Unger](#) ist Experte für Social Media Marketing. Mit seinem Team berät der Geschäftsführer der [36grad Kreativagentur](#) Kunden in den Bereichen Marketing und Design. Dabei entwickelt er Online Marketing Strategien für den Erfolg in Social Media Netzwerken wie Facebook, YouTube, Google+ und Twitter.

Als Buchautor, Speaker und Fachdozent ist Hendrik Unger in ganz Deutschland unterwegs.

Was fasziniert Dich am Online-Marketing?

Jeden Tag genieße ich die Abwechslung, an neuen, spannenden Projekten arbeiten zu dürfen. Die Zusammenarbeit mit Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen und die Lösungssuche für täglich neue Problemstellungen macht den Reiz für mich aus.

Wie gehst Du bei deiner Arbeit vor – schaust Du dir erst die Konkurrenz an oder überlegst Du dir spontan etwas?

Meist sehe ich sofort, wo es klemmt und erarbeite dann mit meinem Team eine Lösung. Für die Steigerung des Marketing-Erfolgs reicht es nicht, nur besser als die Konkurrenz zu sein – vielmehr zählt das Gespür, genau dort aktiv zu sein, wo sich die Zielgruppe aufhält und dann mit einer qualitativen und adäquaten Kommunikation zu überzeugen.

Was ist mit langweiligen Themen? Wie macht man Social Media Marketing bspw. für Lagerhallen?

Aus der Not eine Tugend zu machen, das ist eine Herausforderungen aber es macht richtig Spaß. Dreht man den Spieß um und zeigt den USP eines langweiligen Produktes auf witzige und dennoch charmante Art und Weise, so kann selbst eine Lagerhalle viral vermarktet werden. Möchte man das platzsparende Volumen zeigen, könnte man mit der Community eine irre Wette abschließen: Wie viele Tennisbälle passen in eine Lagerhalle? Ein virales Beweisfilmchen produzieren und sharen – so etwas funktioniert immer ?

Kannst Du uns in aller Kürze skizzieren, worauf es bei der YouTube-Optimierung ankommt?

Genau das Bedürfnis zu decken, das die Community gerade hat. Aufkommende Suchvolumina sind ein gefundenes Fressen, um bei niedriger Konkurrenz den Platzhirsch zu markieren. Wer zuerst bei einem neuen Thema rankt, der befriedigt die Zielgruppe auch zuerst. Marken-Bekanntheit steigern und reichweitenstarkes Produktmarketing mit gut gemachten Videos. Darum geht`s ?

Wie siehst Du den Wert von Social Media, speziell Youtube, in der Zukunft?

Social Media ist ein Geschenk. Wir haben neben Telefon, Zeitung, Radio und TV ein neues

Kommunikationsmedium geschenkt bekommen. Weltweite, unbegrenzte Kommunikation. Heute ist es dank Social Media Networks wie Facebook viel einfacher geworden, auch über große Distanzen hinweg zu kommunizieren. Dazu kommt, dass man mit seiner Meinung oder Statusmeldung nicht mehr nur im kleinen Kreis sondern auch auf einer großen "Bühne" der Weltöffentlichkeit stehen kann. Es ist sehr einfach, den schnellen Kontakt zu den eigenen Freunden zu halten. Der Reiz liegt aber auch darin, über den eigenen Freundeskreis hinaus zu "socialn". Als Deutscher kann ich so z.B. in Echtzeit mitverfolgen, was ein Australier gerade zum Frühstück isst. Da Facebook und Instagram stark durch Fotos geprägt sind und Videos noch stärker emotionalisieren, hat the Godfather of Online-Video "YouTube" eine rosige Zukunft!

Ist Youtube nicht nur ein Kanal für Jugendliche und twentysomethings? Oder anders: Kann man B2B Marketing mit Youtube machen?

55jährige deutsche Nutzer sind die zur Zeit am stärksten wachsende Zielgruppe auf YouTube. Kein Wunder, denn es gibt bereits den passenden Content wie Kochshows, HowTo-Videos und Dokumentationen für eine breite Zielgruppen-Range. YouTube besteht nicht mehr nur aus Y-Titty – mittlerweile gibt's am YouTube Video-Buffer, besser gesagt an der Frischtheke, für jeden Geschmack etwas.

Viele YouTuber erzählen aus meiner Sicht oft nur Irgendetwas mehr oder weniger Langweiliges. Wieso bekommen die trotzdem hunderttausende von Klicks?

Ganz ehrlich? Stupide, aber dennoch närrisch vorgetragene Inhalte begeistern eine gelangweilte und zeitgleich hyperaktive Generation. Hier geht es nicht um tiefeschürfende Inhalte sondern um einen schnellen Zeitvertreib. Reißerisch, schnell und inhaltslos. Dennoch ein gern genommenes Mittel zur Beschäftigung. Die Droge der heutigen Jugend-Generation heißt Reizüberflutung und aufgekratzte YouTuber sind die neuen Dealer. Ich denk mir manchmal: Leute geht lieber auch mal raus in die Natur und habt in der echten Welt Spaß!

Youtuber ist mittlerweile sogar ein offizieller Beruf. Neben Youtube gibt es immer mehr Online Streaming Dienste à la Netflix, Maxdome, AmazonPrime usw. Wann wird das Fernsehen sterben?

YouTuber ist genauso ein Beruf, wie Paris Hilton "It-Girl" zum Beruf gemacht hat. Der Fame

kann schon morgen wieder vorbei sein. Doch es kommen immer neue Sternchen nach und die Fans stehen & bleiben in der ersten Reihe, am roten Teppich oder hängen vor der YouTube-Glotze. Natürlich hängen sich an den Aufenthaltsort der Zielgruppe auch direkt findige Werbetreibende dran. Genauso wie bei anderen Anbietern von interessanten Inhalten, wie z.B. Netflix und Co. Überall dort, wo Zuschauer zu erreichen sind, wird auch Werbung zu sehen sein. Hier komme ich mit meiner Arbeit ins Spiel. Die lineare TV-Landschaft hat schon jetzt den Stellenwert als Platzhirsch verloren und kämpft um Einschaltquoten mit Maxdome, YouTube und AmazonPrime. Wieder ein Beleg für den Satz: "Konkurrenz belebt die Wirtschaft und der Konsument profitiert."

Ist das ein Zug, den man jetzt besteigen sollte, um den Anschluss nicht zu verpassen?

First Mover auf YouTube kann man schon jetzt nicht mehr werden, denn der Zug ist hier schon abgefahren. Partizipieren sollte man als Unternehmen dennoch. Besser spät als nie. Nie war es so leicht, eine gewaltige Zielgruppenreichweite quasi über Nacht aufzubauen. Im Zeitalter von Viralität und Sharability gehen Inhalte in Lichtgeschwindigkeit um die Welt. Der Kraftstoff für PR-Arbeit, Branding und Bekanntheitssteigerung von Produkten und Marken.

Was kannst Du mit deiner Arbeit bewegen?

Ich bewege die Massen wie ein Dirigent sein Orchester und führe Menschen dorthin, wo Ihre Nachfrage befriedigt wird. Für diejenigen, die Aufmerksamkeit verdienen, Sorge ich für eine globale Reichweite im WWW. Zudem Sorge ich täglich dafür, einen winzigen Anteil des Internets etwas schöner und benutzerfreundlicher zu machen ?

Hendrik, vielen Dank für das Interview!