

Magazin Über

NETZWIRTSCHAFT.NET
Faszination digitale Geschäftsentwicklung

Interview mit Paul Lanzerstorfer – Pulpmedia



Wer ist Paul Lanzerstorfer? Bitte stell Dich doch mal kurz vor.

Ich bin Geschäftsführer und Mitbegründer der [Pulpmedia GmbH](#), einer Online Marketing Agentur in Linz, Österreich. Dort lebe ich auch meine Leidenschaft für Online Marketing aus und darf immer wieder mal auf diversen Bühnen als Speaker mein Wissen und meine Ansichten dazu teilen.

Ich würde mich als weltoffenen Menschen und Humanisten beschreiben, habe in den USA und in Neuseeland gelebt und versuche stets, meinen Horizont nicht einzuschränken.

Außerdem bin ich ein Familienmensch und lebe mit meiner Frau und meinen beiden Kindern glücklich und zufrieden im Speckgürtel von Linz.

Damit wir Dich nicht nur aus beruflichem Blickwinkel kennenlernen, verrate uns doch auch einen kleinen Spleen von Dir.

Ich kann schlechte Bücher, Filme und Serien nicht abbrechen. Ich habe schon so viel Zeit damit verschwendet, ein Buch fertig zu lesen, das mir schon nach einem Kapitel nicht gefallen hat.

Elevator Pitch! Was macht Pulpmedia? Und vor allem: was macht ihr am besten, wo liegt Eure Superpower?

Wir bringen unsere Kunden auf die Screens ihrer Kunden. Dabei ist egal, in welcher Form das passiert, als Facebook Posting, YouTube Video oder Werbeanzeige. Unsere Superpower ist die Kombination aus [Content Marketing](#) und Performance Marketing. Wir erstellen nicht nur guten Content, wir sorgen auch dafür, dass er gesehen wird und die gewünschten Resultate erzielt.

Apropos Superpower: Welches „Best Practice“ in Deiner Branche hat Dich besonders fasziniert und warum?

Ich finde den Ansatz von Inbound Marketing sehr spannend. Mich hat das schlechte Bild, das Menschen von Werbung haben, immer fasziniert. Grund dafür ist, dass Werbung meistens störend daher kommt, also die Menschen stört und sie zwingt, die Werbung zu „konsumieren“.

Der Inbound Ansatz sorgt dafür, dass die Menschen von selber zur Marke kommen. Das kann nur dann funktionieren, wenn ich mich mit ihnen beschäftige, ihre Probleme und Anforderungen verstehe und ihnen Lösungen biete. Diese können wiederum in unterschiedlichen Formaten geboten werden.

Ich glaube aber nicht, dass ein Ansatz die anderen von heute auf morgen (oder überhaupt?) ersetzen wird. Aber Werbung muss an seinem Image arbeiten 😊

Ein internationales Beispiel, wer das sehr gut macht, ist Hubspot. Ist ja auch klar, die liefern selbst ein Produkt für Inbound Marketing. Aber ich hab' ihre Blogs <https://blog.hubspot.com/marketing> und <https://blog.hubspot.com/sales> schon lange gelesen, bevor wir das Produkt selbst verwendet haben.

Wenn Du Dir die Netzwirtschaft insgesamt, Euren Markt, Eure Firma, Deine Position ansiehst, was werden die Haupt-Herausforderungen in den nächsten Monaten oder Jahren sein?

Die Haupt-Herausforderung ist die Volatilität der Branche. Fast täglich kommen neue Metriken, Möglichkeiten oder gar neue Plattformen auf dem Markt. Online Marketer müssen den Überblick behalten und sollen diese Maßnahmen bestmöglich für den Kunden einsetzen.

Was hat Dich bisher am meisten „am Internet“ geärgert, was am meisten gefreut?

Geärgert hat mich das Bild, das die Öffentlichkeit vielfach davon hat. Zuerst war es eine „sinnlose Zeitverschwendung“, dann „nur was für die Nerds“ und jetzt quasi „die Wurzel allen Übels“.

Gefreut haben mich immer die Möglichkeiten und wie das Internet unseren Alltag vereinfacht. Ich kann heute Abend meine Lieblingsserie dann sehen, wann immer ich will. Wenn ich wissen will, wie eine

Schauspieler*in heißt, kann ich das einfach nachschauen und auch gleich herausfinden, in welchem Film ich die schon mal gesehen habe. Wenn ich was kaufen will, benötige ich nur wenige Klicks. Musik, Kommunikation, Fotos, Videotelefonie ... es ist wirklich eine großartige Zeit, um auf der Welt zu sein!

Gib uns doch bitte eine Empfehlung für...

...einen Blog / eine Newsseite / ein Fachmagazin (auch Print), mit dem/der Du Dich zu Fachthemen gerne informierst

Geht ein Podcast auch? [🎧 The GaryVee Audio Experience](#). Seine Art mag im ersten Moment vielleicht etwas verschrecken, aber er sagt sehr viel Wahres. Nicht nur über Online Marketing allgemein, auch bei Off-Topic-Fragen (z.B. Work-Life-Balance) finde ich seinen Input interessant.

...einen Artikel / ein Video / ..., den / das Du Deinen Kunden empfiehlst

Das variiert natürlich immer. Aber einen interessanten Artikel über Interaktion auf Facebook vs. Interaktion auf Instagram hab ich in letzter Zeit mehrfach empfohlen: [📖 Zum Artikel](#). Es ist ja so, dass in der Wahrnehmung vieler um Facebook kein Weg herum führt. Mich hat diese Einstellung schon immer gestört, deshalb finde ich es spannend, dass es jetzt auch Zahlen gibt, die das belegen.

...ein spannendes Buch, das Dich für Dein Business inspiriert hat

„Delivering Happiness“ von Tony Hsieh. Ich finde, dass die Unternehmenskultur ein ganz wichtiger Erfolgsfaktor ist. In dem Buch wird gut gezeigt, wie man daran arbeiten kann.

...das hilfreichste Tool / die hilfreichste [Software](#) für Deine Arbeit

Ohne [🎧 Trello](#) würde ich derzeit wohl im Chaos versinken. Das Tool ist einfach zu bedienen und aufgrund der vielen Schnittstellen auch super in den Arbeitsalltag zu integrieren.

Mit welchem Experten würdest Du am liebsten einmal einen Tag zusammenarbeiten und warum?

Den bereits oben erwähnten Gary Vaynerchuck, weil er unglaubliche Power hat, sich viel Wissen angeeignet hat und bereit ist, das auch zu teilen. Ich denke, ich könnte aus diesem Tag viel mitnehmen. Lernen kann man aber von jedem was. Auch wenn die Person kein „Experte“ ist.