

© LimeSoda

© LimeSoda

Die Agentur LimeSoda ist im Aufwind

Man eröffnete heuer einen neuen Standort, betreut große Kunden und sagt auch mal nein.

••• Von Gianna Schöneich

LimeSoda plant, baut und betreut Digitalauftritte. Die Geschichte der Agentur beginnt im Jahr 2002, als aus einer Rockband eine Webagentur wurde. Einige Jahre werken die Gründer zu dritt; heute zählt das Team mehr als 35 Online-Spezialisten, und im Herbst öffnet eine Dependence in Linz. **medianet** sprach mit Geschäftsführer Philipp Pfaller, Bernd Pfeiffer, Leitung Social Media, und Klaus Feiler, CTO.

medianet: Herr Pfaller, Herr Pfeiffer, Herr Feiler, Sie wachsen heuer weiter, mit einer Zweigstelle in Linz – herzlichen Glückwunsch dazu.

Philipp Pfaller: Danke. Richtig, wir starten gerade mit einem eCommerce-Team in Linz. Die Chance ergab sich durch thematische Umschichtungen im Portfolio eines Mitbewerbers. Wir verfügen dadurch über das größte Team Österreichs, das auf das Shop-System Magento spezialisiert ist. Das ermöglicht uns auch die Abwicklung sehr herausfordernder Projekte.

medianet: Wie erging es LimeSoda im vergangenen Jahr?

Pfaller: Es war ein sehr gutes Jahr und auch dieses Jahr wird in Ordnung sein (lacht). Alle unserer Geschäftsbereiche sind im Aufwind. Wir sind mehr als zufrieden.

medianet: Definieren Sie doch bitte all Ihre Geschäftsbereiche – ein großer ist Retail.



Bernd Pfeiffer: Genau. Wir haben die ineinander verzahnten Bereiche eCommerce, Webportale/Apps, Social Media Marketing sowie Online Marketing inkl. Suchmaschinenmarketing. Damit versorgen wir Unternehmen mit allem, was sie online für einen guten Auftritt und nachhaltigen Erfolg benötigen.

medianet: Wie tragen die einzelnen Geschäftsbereiche zu Ihrem Gesamt-Income bei? Herrscht hier eine Gleichwertigkeit, oder ist der eCommerce-Bereich, für welchen Sie ja am bekanntesten sind, am größten?

Pfaller: Das hängt davon ab, wen man fragt (lacht). Für manche sind wir in erster Linie eine Social Media-Agentur. Wir sind stolz darauf, kreative, wirtschaftliche und technische Themen gleichermaßen professionell betreuen zu können. eCommerce ist derzeit der größte Bereich, gleich gefolgt von Webportalen und Social Media. Diese drei Bereiche repräsentieren 90 Prozent unseres Geschäfts.

Pfeiffer: Ich würde sagen, es herrscht hier auch eine Art Wechselwirkung. Wir können den direkten Erfolg von Social Media messen, da wir für viele Kunden sowohl eCommerce, als auch Social Media-Betreuung machen. Likes und Shares sind ganz nett, aber am Ende des Tages möchte man etwas erreichen oder verkaufen. Wir können direkt sehen, welche Auswirkungen der Social Media-Auftritt auf den Verkauf hat.

medianet: *In zahlreichen Gesprächen bemerken wir, dass viele Unternehmen immer mehr interessiert an Details sind. Das Motto ‚Wachstum um jeden Preis‘ scheint nicht mehr aktuell zu sein – wie ist da Ihre Marktbeobachtung?*

Pfaller: Dieses Motto stand zumindest in unserer Agentur nie hoch im Kurs. Wir haben immer schon viel mehr auf die Qualität geschaut und haben diese großen Marktbewegungen nie mitgemacht. Wir sind immer sehr konstant gewesen. Was wir bemerken, ist, dass alle Bereiche immer spezieller werden: Für jedes Thema benötigt es heute einen Spezialisten.

Klaus Feiler: Ja, richtig. Wir haben immer schon auf Qualität gesetzt und immer geschaut, *ein* System gut zu beherrschen. Wir haben nie die ganze Bandbreite angeboten. Wir haben auch gelernt ‚nein‘ zu sagen – wenn etwas nicht in unser Portfolio passt, dann nehmen wir den Auftrag auch nicht an.

medianet: *Wer zählt denn zu Ihren Kunden?*

Pfaller: Im eCommerce arbeiten wir beispielsweise für MAM Baby, Pagro, FreyWille oder Zgonc. Jüngere Webprojekte sind das Austria Wirtschaftsservice oder ACP. Und wir zeichnen in Österreich für die Social Media-Betreuung von Unternehmen wie Hofer, Samsung oder L’Oréal verantwortlich.

medianet: *Sie bilden auch die Mitarbeiter jener Unternehmen aus, die Sie betreuen.*

Pfeiffer: Richtig. Wir glauben, dass die Digitalisierung in einem Unternehmen nur funktionieren kann, wenn die Prozesse innerhalb eines Unternehmens digital sind. Wir betreuen und stehen zur Seite. Schließlich bringt es nichts, wenn ein Unternehmen einen Webshop hat, sich intern aber niemand mit der Thematik auskennt. Die passiert in Trainings, in Consultings, und wir unterrichten diese Themen an mehreren österreichischen FHs und Universitäten.

medianet: *Es scheint so, als würden seit letztem Jahr die Agenturen wieder sehr stark wachsen. Auch die Medienbetriebe erholen sich. Merken Sie etwas von dieser besseren Stimmung?*

Pfaller: Unsere Themen waren und sind in Unternehmen

Ihr Kommentar zum Thema

Ihr Kommentar...

ziemlich unverzichtbar und daher nie Gegenstand von Sparmaßnahmen. Dadurch spüren wir Marktbewegungen weniger als Agenturen, die vor allem Werbung machen und Media-Budgets verwalten. Social Media war früher klein und wird nun immer größer, das kommt uns zugute. Wir spüren eine Renaissance des guten Designs. Das ist extrem wichtig. Ohne Vertrauen kein Geschäft, und das Design ist der wichtigste Faktor, ob wir einem Digitalauftritt vertrauen. Die Menschen zu erreichen, wird einfach immer schwieriger – teilweise machen einzelne Wörter den Unterschied aus. Wenn beispielsweise Produktfotos nicht gut sind, kann man dazu schreiben, was man will – das wird nicht angenommen.

Pfeiffer: Es gibt viele Faktoren, die berücksichtigt werden müssen. Es ist auch heute noch erschreckend, wie manche Unternehmen im Internet unterwegs sind. Gerade in puncto Sicherheit – wobei an dieser Stelle die Datenschutz-Grundverordnung auch einiges ändern wird. Da fehlt oft noch die *ganzheitliche* Sichtweise über Design, Marketing, Technik, Sicherheit und Usability.

medianet: *Man hat das Gefühl, dass immer mehr Apps auf den Markt kommen – dennoch kam es zu keiner Explosion an Apps am Markt.*

Feiler: Wir haben viele Anfragen in dieser Richtung – wenn man es dann aber analysiert, wird schnell klar, dass nur ein sehr kleiner Prozentsatz tatsächlich eine App benötigt. Oft erfüllt ja die mobil optimierte Website alle Anforderungen.

medianet: *Worauf ist LimeSoda momentan besonders stolz?*

Pfaller: Wir sind immer sehr stolz darauf, dass wir unsere Mitarbeiter gewinnen und halten können. Das ist unser größtes Kapital. Und dass Kunden im Kreativbereich bereit sind, mutige Schritte mit uns zu gehen. Darauf sind wir ebenso stolz wie auf unsere langjährigen Kundenbeziehungen.

Alle weiteren Informationen zu LimeSoda finden sich online unter: www.limesoda.com