«Das Potenzial wird unterschätzt»

Soziale Medien Seit Anfang Juli tummelt sich die Digitalagentur Leeway auf dem Platz Biel. Die beiden Multimedia-Spezialisten erklären, wie sich Werbung und Kommunikation auch in der Krise machen lässt.

Manuela Schnyder

Dean Shirley und Florin Rüdisühli zeigen in ihren Workshops Tipps und Hacks, wie man auf den sozialen Kanälen Interesse weckt. ZVG

Die Budgets sind bei vielen Unternehmen durch die Coronakrise eingebrochen. Gespart wird überall dort, wo die Ausgaben nicht zwingend notwendig sind. Und das ist oft auch bei den Werbe- und Marketingmassnahmen: «Dabei ist es gerade in einer Krise wichtig, mit seinem Publikum in Kontakt zu bleiben, sie über angepasste Angebote zu informieren oder mit Medieninhalten und Diskussionsanregungen auf dem Markt präsent zu bleiben», sagt Florin Rüdisühli. Und das müsse nicht mal viel kosten, gerade wenn man das über die Sozialen Medien tue. Der Bieler Multimediaexperte hat seit Anfang Juli zusammen mit Dean Shirley eine eigene Digitalagentur namens Leeway gegründet. Mit ihrem Geschäftsmodell wollen die beiden Unternehmen helfen, wirksam über die digitalen und sozialen Kanäle zu kommunizieren: «In solchen Ausnahmesituationen ist das für viele Unternehmer eine besondere Herausforderung», erklärt Rüdisühli.

Das Verkaufspotenzial über die sozialen Kanäle ist laut Rüdisühli riesig und wird oft unterschätzt: «Jeder fünfte Klick auf einer Unternehmens-Website kommt über Facebook und mehr als die Hälfte aller Konsumenten recherchieren Produkte und Dienstleistungen über die Sozialen Medien», betont er. Dabei sind es längst nicht mehr nur die Jugendlichen, die sich dort tummeln. Die ersten Digital Natives sind inzwischen 40-jährig. Gerade kleinere Unternehmen hätten oft nicht die Zeit, sich mit dem Thema zu beschäftigen und verspielten sich so grosse Chancen.

Ein eingespieltes Team

Die beiden Multimedia-Spezialisten waren bereits während des Studiums gemeinsam Mitinhaber einer Berner Agentur und haben mit dieser nationale und internationale Kampagnen betreut. Zu ihrem Kundenstamm gehörten beispielsweise Coop, Suva oder die englische Fast-Food-Kette Leon. Für Intersport waren die beiden unter anderem in Berlin unterwegs und machten die Shootings für die drei Kampagnen-Videos zum Thema Yoga, Fitness & Running. Und gemeinsam haben die beiden auch das Fahrradfestival Hallo-Velo! in Bern werbemässig begleitet, also die Website betreut, die Animationen in den Bussen produziert, Werbung in den sozialen Medien geschaltet, Plakate und Flyer verteilt oder die Live-Berichterstattung umgesetzt. «Wir haben uns im Studium wie auch bei der ehemaligen Agentur immer super ergänzt und hatten damit Erfolg, weshalb wir uns nun zutrauen, alleine weiterzumachen», sagt Rüdisühli.

Während der Bieler vor allem die strategische Umsetzung von Kommunikations- und Social Media-Kampagnen entwickelt, ist der Zürcher Dean Shirley der kreative Kopf, der die Inhalte produziert, also die Fotos schiesst, Logos zeichnet und Videos und Filme dreht. Der Name Leeway bedeutet Spielraum: «Soll heissen, die Dinge vielleicht auch mal anders anzupacken, als man das normalerweise tun würde», sagt der Bieler zu ihrem Credo.

Influencer mit an Bord

Und wie bedient man nun die Sozialen Medien professionell? «Es braucht drei Zutaten», sagt Florin Rüdisühli. Das eine seien die Inhalte. So wollten die Leute nicht mehr mit aggressiven Push-Nachrichten, Newslettern und Rabatten zugemüllt, sondern vielmehr informiert, unterhalten und inspiriert werden. Zum Beispiel, indem man seinem Publikum etwas beibringt.

Die zweite Zutat ist zielgerichtete Werbung. So kann man heute genau definieren, wer, wann und wie lange eine bestimmte Werbung sehen soll. Zum Beispiel nur die Freunde von Menschen, die im nächsten Monat Geburtstag haben und deshalb vielleicht ein Geschenk suchen. Oder nur die Leute, die ein Produkt in den Warenkorb gelegt, es aber nicht gekauft haben. «Diese Leute anzusprechen ist viel effektiver und günstiger, als einfach über das Fernsehen oder Plakate mit viel Streuverlust etwas rauszuhauen.»Und wenn es nicht vorher scheitert, dann scheitert es meistens am dritten Punkt, wie Rüdisühli sagt. Nämlich, mit den Followern regelmässig in Kontakt zu treten und einen Dialog aufzubauen: «Es bringt nichts, einfach nur da zu sein. Man muss den Zielgruppen einen Mehrwert bieten, ihr Feedback einholen und Gespräche führen», sagt er. Das sei dann wie ein Kundenservice, einfach über Instagram. Wie das aber genau geht, wollen Rüdisühli und Shirley mit einem Workshop den Unternehmern in der Region beibringen: «Wir haben etliche Tipps und Tricks und geben in einem halben Tag alle Infos und Tools an die Hand, die man für einen erfolgreichen Start in den Sozialen Medien benötigt.» Mit an Bord bei diesen Workshops sind auch die Artworth Brothers aus Biel (das BT berichtete). Die Influencer haben sich mit ihren kopflosen Fotos schnell auf Instagram einen Namen gemacht und arbeiten seit Längerem für Prestige-Marken wie etwa Titoni, Jaguar oder das Dolder Grand Hotel. Zusammen könnten sie die strategischen und konzeptionellen Grundlagen vermitteln und an einem Beispiel aufzeigen, wie man das in der Praxis umsetzt. «Solche Einsichten können nicht viele bieten», sagt Rüdisühli.

Zu den Angeboten

- Die **Digitalagentur Leeway** mit Standorten in Biel und Zürich gibt es **seit dem 1. Juli** und wird von Florin Rüdisühli und Dean Shirley betrieben.
- Das Team konzipiert und realisiert die **Kommunikation** für Unternehmen und Events, kreiert **multimediale Inhalte** für alle relevanten Kanäle und **baut** dort **Publikum auf**, bewirbt auf den sozialen Medien Inhalte und **platziert Produkte**.
- Derzeit bieten sie halbtätige **Social-Media-Workshops** für Teams und Einzelpersonen an. Die nächsten Workshops finden am 19. und 25. August statt. *msd*

BÖRSENTIPP

Von PMIs, Bilanzzahlen und dem Virus

Mehmet Manaz
Anlageberater
Raiffeisenbank Bielersee, Biel

Der Einkaufsmanagerindex – auch PMI genannt – wird monatlich für verschiedene Branchen der wichtigsten Industrieländer aktualisiert. Die Chefeinkäufer der Unternehmen geben dabei eine Einschätzung ab, wie sich die Geschäfts- und Branchenbedingungen gegenüber dem jeweiligen Vormonat verändert haben. Aufgrund ihrer qualitativen Methodik sind PMIs jedoch kein «harter», sondern ein «weicher» Indikator. Sie sollten daher nicht absolut, sondern vielmehr relativ interpretiert werden. Zudem handelt es sich beim PMI um einen Vorlaufindikator, der primär Erwartungen über die zukünftige Aktivität verarbeitet: Hat etwa die Konjunktur ihre Talsohle erreicht, so können die PMIs getrieben von dem Gedanken der Befragten, es könne nur besser kommen, bereits wieder kräftig anziehen. Ein wesentlicher Teil der Erholung bei den PMIs ist wohl auf dieses Charakteristikum zurückzuführen.

Die Berichtssaison läuft seit gut drei Wochen auf Hochtouren und eines steht bereits fest: Es gibt sowohl Krisengewinner als auch Krisenverlierer. Und es gibt Unternehmen, die irgendwo dazwischen liegen. Zu den Gewinnern gehört die Pharmaindustrie. So ist etwa Roche verhältnismässig gut durch die Krise gekommen. Zu den grossen Verlierern gehört– neben der Tourismusbranche – das Luxusgütersegment. So führte der Lockdown etwa bei Swatch zu einem Umsatzrückgang von 46 Prozent. Der dritten Kategorie gehören Unternehmen wie die Ems-Chemie, Temenos oder Huber+Suhner an: Ihnen ist gemein, dass das Geschäftsergebnis zwar nicht berauschend, aber besser als befürchtet ausgefallen ist.

Aktien Schweiz

SMI-Aktien

Titel	Vortag 23.7.	Schluss 24.7.	Ver. in%
ABB N	24.18	23.78	-1.7
Adecco N	46.84	45.77	-2.3
Alcon	57.16	55.10	-3.6
CS Group N	9.88	9.82	-0.5
Geberit N	509.20	506.20	-0.6
Givaudan N	3793.00	3768.00	-0.7
LafargeHolcim N	44.86	44.10	-1.7
Lonza N	568.20	563.20	-0.9
Nestlé N	111.28	109.48	-1.6
Novartis N	79.75	78.07	-2.1
Richemont C.F.	59.88	59.02	-1.4
Roche GS	328.10	318.90	-2.8
Sgs N	2470.00	2423.00	-1.9
Sika	205.50	203.00	-1.2
Swatch Group I	191.55	188.70	-1.5
Swiss Life N	351.30	348.50	-0.8
Swiss Re N	74.22	74.44	+0.3
Swisscom N	495.50	494.10	-0.3
UBS N	11.23	11.27	+0.4
Zurich Ins. N	350.10	347.70	-0.7

Börsenplatz: Virt-X

Übrige Schweizer Aktien

Titel	Vortag 23.7.	Schluss 24.7.	Ver. in%
Ascom N	10.68	10.46	-2.1
BC Jura I	54.50	55.50	+1.8
BEKB N	228.00	225.00	-1.3
BKW Energie N	89.20	87.80	-1.6
Comet N	148.00	143.20	-3.2
Feintool N	45.85	45.80	-0.1
Fischer N	888.50	876.50	-1.4
Jungfraubahn N	125.60	124.00	-1.3
Meyer Burger N	0.16	0.14	-9.4
Mikron N	5.28	5.10	-3.4
Straumann N	949.00	917.00	-3.4
Tornos N	4.26	4.30	+0.9
Valiant N	89.10	88.10	-1.1
Valora N	171.00	161.20	-5.7
Vifor Pharma	139.00	134.15	-3.5

Börsenplatz: Zürich

Nebenwerte mit Regionalbezug

Titel	Vortag 23.7.	Schluss 24.7.	Ver. in%
ASM	1.20	1.20	0.0
Bern. Oberl.-Bahn.	125.00	125.00	0.0
Cendres & Mét.	5300.00	5100.00	-3.8
Espace Real Est.	158.00	158.00	0.0
Landwirt. ZRA	5000.00	5000.00	0.0
Regiobank SO	3775.00	3775.00	0.0
SLK Bucheggbg.	5550.00	5550.00	0.0
Zuckerfabrik	25.00	25.00	0.0

Quelle: BEKB|BCBE (www.otc-x.ch)

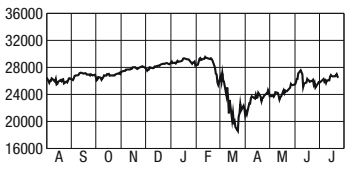
Gewinner / Verlierer

BC Jura I	+1.83	Meyer Burge	-9.39
UBS N	+0.36	Valora N	-5.73
Swiss Re N	+0.30	Alcon	-3.60
		Vifor Pharm	-3.49

Gewinner / Verlierer ermittelt aus allen am 24.07.2020 gehandelten Schweizer Aktien der Börsen Virt-X und Zürich mit einem Mindestumsatz von 100.000 CHF

Indizes

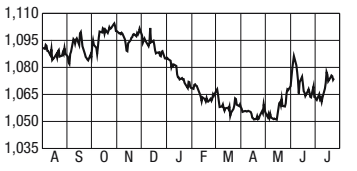
Dow Jones Industrial 26469.89 -0.68%



	Vortag	24.7.	2020 in%
SMI	10383.4	10214.2	-3.8
SPI	12871.0	12646.7	-1.5
Dow Jones Ind.	26652.3	26469.9	-7.2
S&P 500	3235.7	3215.6	-0.5
Nasdaq Comp.	10461.4	10363.2	+15.5
Stoxx 50	3064.3	3009.9	-11.6
Euro Stoxx 50	3371.7	3310.9	-11.6
London FTSE 100	6213.6	6124.1	-18.8
Frankfurt DAX	13103.4	12838.1	-3.1
Paris CAC 40	5033.8	4956.4	-17.1
Amsterdam AEX	576.7	564.0	-6.7
Mailand FTSE MIB	20454.5	20075.3	-14.6
Madrid Ibex 35	7384.9	7294.7	-23.6
Wien ATX	2296.9	2257.4	-29.2
Moskau (RTS)	1261.6	1256.0	-18.9
Tokio (Nikkei)	22751.6	geschl.	-3.8
HongKong	25263.0	24705.3	-12.4
Sydney	6213.9	6148.0	-9.6
Shanghai Comp.	3325.4	3196.8	+4.8
Singapur Str. Times	2619.1	2575.6	-20.1
Toronto (TSX)	16018.7	15978.2	-6.4

Devisen

Franken in Euro 1.0739 +0.13%



Zürich, 22 Uhr	Mittelkurse 23.7.	24.7.
USA (US-Dollar)	0.9268	0.9235
Euro	1.0736	1.0728
Kanada (Kan.Dollar)	0.6913	0.6877
England (Pfund)	1.1795	1.1782
Schweden	0.1041	0.1038
Dänemark	0.1438	0.1437
Norwegen	0.1009	0.1002
Japan (Yen)	0.8650	0.8687
Australien	0.6598	0.6549

REKLAME

BONHÔTE
Tél. +41 32 722 10 00 info@bonhote.ch www.bonhote.ch

	letzter Kurs	%1.1.20
B.Sel.- Global Em. Multi-Fonds (CHF)	139.88	-5.4
B.Sel.- Oblig. HR Multi-Fonds (CHF)	94.43	-5.6
B.Strategies - Monde (CHF)	139.78	-10.9
B.Impact Fund Class I (CHF)	101.04	-1.7
Bonhôte-Immobilier (CHF)	139.6	-4.5

Alle Angaben ohne Gewähr
Quelle: www.aid-net.de

Rohstoffe

		Preis
Aluminium (LME)	($/t)	1654.50
Blei (LME)	($/t)	1808.00
Kupfer (LME)	($/t)	6412.50
Nickel (LME)	($/t)	13430.00
Kakao (London)	GBP/t	1546.00
Kaffee (Nybot)	US-Cent/lb	107.50
Zucker Nr.11 (ICE)	US-Cent/lb	10.80
Rohöl (Nymex)	($/Barrel)	41.29

Edelmetalle

	Ankauf	Verkauf
Gold ($/Unze)	1874.35	1905.40
Gold (Fr/kg)	55733.00	56380.00
Silber ($/Unze)	22.20	22.88
Silber (Fr/kg)	659.30	672.60
Platin ($/Unze)	882.50	926.50
Platin (Fr/kg)	26241.00	27257.00
Palladium ($/Unze)	2118.00	2226.50
Palladium (Fr/kg)	62914.00	65921.00

Zinsen

	Zins in %
Drei Monats Libor Zins	-0.70
Staatsanleihen Eidg., 10-jährig	-0.49
EZB-Leitzins	0.00

Digital

	Preis
Bitcoin in USD	9536.40
Ethereum in EUR	243.85

Deutliches Minus zum Wochenschluss

Börse Der Schweizer Aktienmarkt hat die gestrige Sitzung im tiefroten Bereich beendet. Der SMI als wichtigster Schweizer Aktienindex verlor phasenweise über 200 Punkte, erholte sich aber zum Schluss hin wieder etwas. Händler sprachen von Gewinnmitnahmen auf breiter Front.

Der SMI verlor zum Handelsschluss 1,61 Prozent auf 10 214,21 Punkte, im Tagestief am Nachmittag war er bis auf 10 181 Punkte gefallen. Auf Wochensicht entspricht der Schlusstand einem Rückgang von 1,9 Prozent. Viele Investoren stufen den Kursrückgang der letzten Tage als gesunde Korrektur nach dem phasenweise etwas gar steilen Anstieg ein. Der SLI, in dem die 30 wichtigsten Aktien enthalten sind, büsste zu Handelsschluss 1,57 Prozent auf 1553,05 Punkte und der SPI 1,69 Prozent auf 12 653,08 Zähler ein. Von den 30 SLI-Werten schlossen bis auf zwei alle tiefer. *awp*