

„/answers“ oder zurück ins Licht auf allen Kanälen

von Linda Holz (Virtual Identity)

Wer heute im Zug sitzt, sieht kaum noch Menschen, die die Zeit ungenutzt verstreichen lassen: Sie beschäftigen sich mit ihrem iPad oder tippen auf den Tasten ihrer Smart-Phones. Internetfähige mobile Endgeräte, die man immer und überall nutzen kann, gewinnen zunehmend an Bedeutung. Dementsprechend entwickeln sich auch die medialen Möglichkeiten und Herausforderungen rasant weiter. Das war ein wesentlicher Grund für die Siemens AG, sich dieser Entwicklung anzupassen und entsprechend über neue Wege in der Kommunikation der Marke nachzudenken.

Das Projekt:

Siemens hat im Februar ein neues Online-Magazin gestartet, das sich konsequent dem Konzept des Storytelling verschreibt und seine Inhalte gleichberechtigt über mehrere digitale Kanäle vernetzt. Unter dem Titel „/answers“ porträtieren renommierte, unabhängige Autoren und Filmemacher Menschen aus aller Welt, die – wissentlich oder nicht – von nachhaltiger Siemens-Technologie profitieren.

Die Herausforderungen des Projekts:

- Wie können wir Geschichten aus aller Welt erzählen und langfristig unterhaltsam bleiben?
- Wie finden wir in der vielfältigen digitalen Welt überhaupt Gehör?
- Wie können wir das Format effizient international und auch über Mobile Devices verfügbar machen?

Unser Kunde Siemens hat bereits 2007 ein komplett neues Webdesign für seine Corporate Website eingeführt. Schon damals stellte die Seite einen großen Gestaltungsraum innerhalb der so genannten Feature-Fläche für mediale Inhalte zur Verfügung. Hier findet seit Februar 2011 mit „/answers“ ein neuartiges digitales Multi-Kanal-Magazin Platz (<http://www.siemens.com/entry/cc/da>). Um in Sachen Social Media am Ball zu bleiben, gibt es zwei wesentliche Stellschrauben: Es müssen Inhalte sowohl für das klassische desktop-basierte Internet als auch für das mobile Internet geschaffen werden, die so spannend und relevant sind, dass sie ihren Weg „von selbst“ ins Social Web finden, Stichwort „Sharing“. Die zweite Stellschraube: die Inhalte über mehrere digitale Kanäle sowie Mobile Devices sinnvoll vernetzen.

Ziel: Digitales Storytelling

Unser Ziel war es also, gemeinsam mit Siemens ein langfristiges konzipiertes Storytelling zu schaffen und damit einen offenen Dialog mit der Zielgruppe zu ermöglichen. Diese besteht hauptsächlich aus B2B-Entscheidern. Aber auch Multiplikatoren und Journalisten, Job-Suchende und Influencer wie Blogger und Networker möchten wir mit /answers adressieren. Der Fokus des Storytelling: echte Geschichten, die aus dem Leben gegriffen sind. Technologie- und Produktwerbung tritt dabei ganz klar und bewusst in den Hintergrund. Somit wird die Marke emotionalisiert und der oft versteckte Beitrag von Siemens sichtbar gemacht. Unsere Aufgabe als Agentur war es dabei, die Produktion einzelner Stories zu koordinieren und Siemens bei der Vernetzung der Inhalte über alle Kanäle hinweg zu unterstützen. „Wir verfassen als Agentur keine einzige Story selbst, sondern konzentrieren uns darauf, ein weltweites Netzwerk von renommierten Autoren und Filmemachern zu etablieren“, erklärt Ralf Heller, Gründer und CEO von Virtual Identity. „Und die Autoren behalten die kreative Verantwortung. Sie finden die Protagonisten und erzählen die



Linda Holz ist seit Juni 2011 Pressesprecherin der Virtual Identity AG. Dort verantwortet sie die Entwicklung und Implementierung aller Kommunikationsmaßnahmen sowie PR- und Social Media-Strategien. Vor ihrer Tätigkeit bei Virtual Identity war sie Account Managerin bei der PR-Agentur

Lewis PR, wo sie Unternehmen aus dem IT- und Telekommunikationssektor international betreute.

Geschichte aus ihrer Perspektive. Wir hoffen durch die so entstehende Varianz, nachhaltig das Gehör der Zielgruppe zu finden.“



Night Shoot

Umsetzung: Social Media und Crowdsourcing

Die Geschichten auf /answers kommen ausschließlich von renommierten und unabhängigen Filmregisseuren und Autoren. Sie porträtieren Menschen aus aller Welt, deren Alltag sich durch Siemens-Technologie verbessert hat. Dabei ist Siemens nur der versteckte Held hinter der persönlichen Geschichte der Protagonisten, die oft gar nichts über den Beitrag von Siemens wissen.

Die Technologie rückt also in den Hintergrund und der Mensch in den Vordergrund, wie etwa Bruce Callaghan: Durbans Strand war ein dunkler Ort, ebenso wie Bruce's Leben. Entlang der neu erleuchteten Promenade fand er zurück ins Licht, auf einem Skateboard.



Bruce contemplates his next move

Siemens tritt nur am Ende der Geschichte textuell auf und verweist kurz auf seinen Beitrag. Die Geschichten sind über alle digitalen Kanäle vernetzt. Dazu gehören die Siemens-Website, Facebook, YouTube und Twitter sowie Mobile Apps. Und da sich das mobile Internet schon lange nicht mehr nur auf browser-basiertes Web beschränkt, haben Siemens und Virtual Identity auch eine Version von /answers für iPad konzipiert. Versionen für iPhone und Android sind in Vorbereitung.

„Es war uns wichtig, relevante digitale Kanäle gleichberechtigt neben unserer Corporate Website siemens.com zu etablieren“, erklärt Tobias Denney, Editor in Chief bei Siemens Corporate Communications. „Crowdsourcing, Content Curation und Lean Publishing sind Ideen, die uns bei der Weiterentwicklung des noch jungen Magazins beschäftigen.“ So wurde eine Crowdsourcing-Idee bereits umgesetzt und damit das Thema „usergenerierter Content“ klar in den Mittelpunkt gerückt. Gemeinsam mit der Crowdsourcing-Plattform Zoopla, auf der Kreative ihre eigenen Werbekampagnen und Videos kreieren können, haben wir mit Siemens zu einem Wettbewerb aufgerufen: Unter dem Motto

„Changing Your City For The Better“ wurden über 100 kreative Filmbeiträge eingereicht, die inspirierende, frische Perspektiven auf urbanes Leben im 21. Jahrhundert zutage förderten. Der Gewinner-Beitrag ging bereits im November in /answers live (siemens.com/answers/dasgehtbesser). Die Stimme der „Crowd“ soll auch künftig als immer wiederkehrendes Element in /answers integriert werden.



/answers auf Facebook

Impressum

Herausgeber: Madlen Brückner (V.i.S.d.P.) Vertretungsberechtigter: Lars Dörfler
 Redaktion: Hannah Engel, Theresa Schulz
 Steuernummer: 37/171/21334
 scm/ prismus communications GmbH | Weichselstraße 6 | 10247 Berlin
 T: +49(0)30 47 98 97 89 | F: +49(0)30 47 98 98 00
 E: info@scmonline.de | W: www.scmonline.de