

NICE to meet you...



DENNIS MITTELMANN

GESCHÄFTSFÜHRER, TRENDVIEW GMBH

WAS IST DEIN BACKGROUND?

Direkt nach meinem Linguistikstudium habe ich 2007 das Bau- und Wohnportal planungswelten.de gegründet. Als Geisteswissenschaftler lag das sicherlich nicht direkt auf der Hand, dennoch reizte mich nach der ganzen Theorie im Studium die Möglichkeit, etwas Praktisches umzusetzen. Und das dann noch online – perfekt! Mittlerweile läuft das Portal im elften Jahr und ich kümmere mich verstärkt als geschäftsführender Gesellschafter um unsere Digitalagentur Trendview und neue SaaS-Produkte.

WAS IST DEINE LIEBLINGS-PLATTFORM BZW. DEIN LIEBLINGS-TOOL UND WARUM?

Als Lieblings-Plattform halten sich Xing und Facebook die Waage. Für Marketing-News ist Facebook ideal. Xing ist für mich als Netzwerktool wichtiger und da wir viel in der doch eher traditionellen Bau-branchen unterwegs sind, ergeben sich immer wieder spannende Kontakte über diesen Kanal.

WAS IST DER NÄCHSTE HEISSE SCHEISS IM SOCIAL MEDIA-KOSMOS?

Puh... hier kommen ja täglich neue Trends. Momentan würde ich das Chatbot-Thema favor-

isieren. Sinnige und witzige Aktionen, die über personalisierte Messages, Bilder und Anwendungen laufen, zeigen auf, wo sich die Welt hinbewegt und wie uns KI sinnvoll unterstützen kann. Wenn es dann noch mit der Voice Search perfekt funktioniert, gibt es den nächsten Social Media-Schub in Verbindung mit KI.

DEIN GRÖSSTER SOCIAL MEDIA #FAIL?

Die Einschätzung im Jahr 2010, dass Facebook bald vom nächsten großen Social Media-Hype abgelöst werden würde. Bis jetzt sieht es ja immer noch nicht ganz danach aus – trotz Datenschutz & Co.

DEINE WICHTIGSTEN LEARNINGS AUS DEINER ERFAHRUNG ALS SOCIAL MEDIA-PROFESSIONAL?

Gute Daten, Authentizität und Ausprobieren – diese drei Punkte sind aus meiner Sicht entscheidend für eine gute Social Media-Strategie. Die schnelle Veränderung der Kanäle bringt es mit sich, stets aktuell und ehrlich zu sein und anhand der Daten zu entscheiden, wie man die nächsten Posts absetzt. Es gibt zwar eine Fahrtrichtung, aber die Kurven muss man selbst nehmen.

WAS LIEST DU GERADE?

Die Krupps – eine Biografie. Wenn man sich den ganzen Tag mit digitalem Marketing beschäftigt ist es spannend zu sehen, wie sich ein Stahlunternehmen von 1811 im Laufe der Zeit mit Marketing beschäftigt hat. Als Produktnamen einen Stahl mit dem Namen „Nirosta“ einzuführen und damit eine Produkteigenschaft zu beschreiben, war schon clever und witzig.

WO TRIFFT MAN DICH IN NÄCHSTER ZEIT?

Nach der OMR in Hamburg ist vor der dmexco im Herbst. Zwischendurch trifft man mich sicherlich in der Koblenzer Altstadt oder an irgendeinem Flughafen/Bahnhof in Deutschland.

DU MÖCHTEST AUCH GERN VON UNS INTERVIEWT WERDEN ODER JEMANDEN NOMINIEREN? PRIMA!

Schreib uns an magazin@socialhub.io!