

NICE to meet you...



**ROUVEN
KASTEN**

DIGITALE KOMMUNIKATION GLS BANK

WAS IST DEIN BACKGROUND?

Eigentlich bin ich ja Elektriker, doch seit fast 20 Jahren lebe und arbeite ich mit dem Internet. Was mich von Anfang an begeistert hat war die Kommunikationsform. Das Internet hat es uns sehr einfach gemacht, mit Menschen der ganzen Welt in den direkten Dialog zu treten. Was für uns heute alltäglich ist, war damals eine Revolution und ich konnte live dabei sein. Das Ganze in den beruflichen Kontext zu stellen war für mich die logische Konsequenz nach Ausbildung und Zivildienst. Das Internet hat mir eine Chance gegeben, die ich sonst nie gehabt hätte, sonst würde ich heute vielleicht noch in einer Industriehalle arbeiten. Jetzt kommt mit dem aktuellen Arbeitgeber der ökosozialen GLS Bank ein Unternehmen dazu, für das es sich lohnt, in den digitalen Kanälen zu brennen.

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

Ich finde ja Twitter (trotz der Zeichenerweiterung) immer noch super, aber ich glaube, ich habe schon fast alles vom Brain Solis-Prisma ausprobiert. Netzwerke kommen und gehen - das haben wir alle schon mehr oder weniger schmerzlich erfahren. Aber Twitter mag ich seit zehn Jahren. In fast allen Netzwerken findet man mich als @gestalterhueette oder Rouven Kasten.

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

Videos funktionieren einfach sehr gut, da man sie als Konsument gut aufnehmen kann. Chatbots sind eine Chance, Kunden 24/7 zu betreuen, aber nur dann

wenn diese ihn wirklich bis zu einem Ziel führen können, das verlangt nach einer gesunden KI. Gerade bei uns im Bankensektor, wo es auf viele individuelle Beratungsfaktoren ankommt, bin ich noch sehr skeptisch. Influencer Marketing sollte sich dahingehend entwickeln, dass nicht jeder für Geld alles in die Kamera hält. Content, Produkt und Inhalt sollten wirklich aufeinander abgestimmt sein. Alle weiteren Tools und Automatismen müssen so programmierbar sein, dass der Kunde gar nicht merkt, von diesen gelenkt zu werden. Ich möchte mir das gerade als ethisch agierendes Unternehmen nicht vorwerfen lassen.

DEIN GRÖSSTER SOCIAL MEDIA #FAIL?

Nicht via Social Media, aber ich habe mir virtuell mal kräftig die Zunge verbrannt und daraus gelernt. Man darf nicht zu allem seinen Senf dazugeben. Manchmal muss man sich auch im Social Web auf die Zunge beißen, auch wenn es weh tut.

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

Nach vielen BarCamp-Besuchen, Bloggertreffen sowie der Mitgliedschaft im BVCM kann ich nur sagen: Es lohnt sich, Teil der Szene zu sein. Hier bekomme ich Impulse direkt von der Basis, den Kunden oder solchen, die es werden können. Der Austausch mit anderen Kollegen bestätigt, dass wir Social Media aktiv leben. Als reine Marketingmaßnahme funktioniert es nicht. Daher kann ich allen, die sich mit Kundendialog in digitalen Kanälen beschäftigen, nur empfehlen, den Job nicht nur vom Schreibtisch aus zu gestalten. Es bedarf einiges mehr an Arbeit, Zeit und Engagement. So funktioniert Social Media: mit Menschen und nicht nur mit Zielgruppen. Denn sonst ist es nicht „social“, sondern wieder nur Media.

WAS LIEST DU GERADE?

Tweets! Nee, im Ernst, ich lese wirklich wenig Bücher. Ich höre zum Beispiel viel lieber Podcasts oder gehe mit Feedly die guten alten RSS Feeds durch.

WO TRIFFT MAN DICH IN NÄCHSTER ZEIT?

Auf dem ein oder anderen BarCamp, sicher auch in Düsseldorf und Köln. Im Oktober geht es zum CommunityCamp und ich darf in diesem Jahr wieder auf dem KulturInvest-Kongress in Berlin sprechen. Da freue ich mich schon sehr darauf!