

„Willst Du mit mir gehn?“



„Der Flughafen ist für mich wie ein Spielplatz für aufmerksamkeitsstarke Werbeformen. Nur selten findet man eine so spitze Zielgruppe, die zudem auch Zeit zur Verfügung hat“, sagt Ulf Heyden © HBM

Menschen begrüßen und verabschieden sich, während sich eine Frau mit einem riesigen roten Koffer durch die Menge kämpft und mittendrin steht Ulf Heyden, Executive Director New Business bei *BurdaForward*, und analysiert ein Werbebanner, das an der Decke hängt. Es ist 9 Uhr morgens am Münchner Flughafen.

Im Rahmen unserer Interview-Reihe „Willst Du mit mir gehn?“ hole ich Ulf in der Ankunftshalle ab und begleite ihn in die Stadt. Am Flughafen wimmelt es nur so vor Reklame-Bannern. Autovermieter und Restaurants rangeln um die Aufmerksamkeit der Ankömmlinge. Auf einem Plakat wird ein halber Liter Bier für 2,75 € angepriesen.

Ulf nimmt diese Kampagnen viel aufmerksamer wahr als andere. Schließlich macht er hauptberuflich Werbung - genau genommen sorgt er dafür, dass die Werbung seiner Kunden auf den Online-Portalen von Hubert Burda Media ihre Zielgruppen erreicht. Er kommt gerade von den Native Advertising Days in Berlin zurück, wo die Zukunft der digitalen Werbung besprochen wurde. Den Tag hat er heute mit der Auswertung seiner Schlaf-App auf der Apple Watch gestartet. Die kürzlich gefangenen Pokemons auf seinem Handy hat er nach seinen drei Kindern benannt. „Die App Pokemon Go ist meine digitale Prokrastination beim Pendeln und Reisen“, gesteht er und zeigt mir dabei stolz die neusten

Tierchen auf seinem Handy. „Mich fasziniert der Gamification-Ansatz der App, also wie es den Machern von Ninantic immer wieder gelingt, die User zur täglichen Nutzung zu motivieren!“

„Der Flughafen ist für mich wie ein Spielplatz für aufmerksamkeitsstarke Werbeformen. Nur selten findet man eine so spitze Zielgruppe, die zudem auch Zeit zur Verfügung hat. Hier geben sich die Unternehmen mit aufwendigen Installationen richtig viel Mühe“, sagt er und zeigt auf ein Plakat eines Autovermieters. Darauf ist eine Giraffe zu sehen mit dem Spruch „Bei hohen Mieten bekomme ich so'n Hals“. Besonders Münchner verstehen die Zweideutigkeit dieser Aussage – Wohnungen sind hier sehr teuer.

Die Werbung, mit der sich Ulf im Arbeitsalltag beschäftigt, hängt hier aber nirgendwo und ist trotzdem allgegenwärtig. Sie befindet sich auf den Handys der Reisenden, die mit gesenktem Haupt - die Augen auf die Smartphones gerichtet - durch das Gebäude ziehen.

Neue Technologien brauchen Regeln

„Werbung nervt doch“, denke ich und bevor ich schaffe, es auszusprechen, kommt er mir zuvor: „Werbung darf nicht nerven. Durch unser Native Advertising setzen wir Werbung in einen Kontext mit den Inhalten, die die Leser interessieren. Werbung soll einen Mehrwert bieten und wie eine weitere gute Nachricht wirken. Das muss natürlich alles klar gekennzeichnet sein und es muss klare Regeln geben.“ Klare Regeln vermisst Ulf im Netz manchmal, sagt er. „Deswegen war die DSGVO höchst notwendig.“ Er stimme zwar nicht allem, was darin geregelt ist, zu, aber es sei sehr gut, dass der Wilde Westen im Netz eingedämmt wird. Neue Technologien brauchen Regeln.

„Was war denn das Letzte, das Du Dir gekauft hast, weil es Dir auf irgendeiner Seite angeboten wurde?“, will ich wissen. Er lächelt kurz: „Ich hatte vor einiger Zeit einen Bandscheibenvorfall. Mir wurde als Werbung im Stream eines sozialen Netzwerks ein T-Shirt angeboten, das die Körperhaltung korrigiert. Ich wusste nicht, dass es so etwas überhaupt gibt und es funktioniert sogar. Das zeigt, dass personalisierte, auf den Nutzer zugeschnittene Werbung extrem gut funktioniert. Auf unseren *BurdaForward*-Portalen wollen wir relevante Werbung anzeigen und dabei gleichzeitig die Privatsphäre der Nutzer respektieren. Daran arbeiten wir gerade.“

Mittlerweile sind wir in sein Auto gestiegen und fahren in die Stadt. „Ich setz' Dich in Bogenhausen ab und fahre weiter zu *BurdaForward* in der St.-Martin-Straße. Das liegt auf dem Weg“, sagt er und gibt Gas. Er ist oft unterwegs, fliegt regelmäßig von einer Stadt in die nächste und pendelt täglich rund 50 Minuten zur Arbeit. „Ich höre in der Woche 20 Stunden Podcasts – hauptsächlich zu den Themen Bitcoin und Blockchain, das fasziniert mich.“ Bei *BurdaForward* leitet Ulf die Arbeitsgruppe „BlockchainForward“.

Die Reise hat erst begonnen

Bevor mich Ulf absetzt, um zu seinem Büro weiterzufahren, stelle ich ihm eine letzte Frage: „Wie sieht Dein Job in 10 Jahren aus?“. „Vieles von dem, was ich heute mache, wird dann

bestimmt automatisiert passieren. Ich hätte aber Lust darauf, weiter digitale Strukturen und Modelle zu entwickeln, mit denen man Geld verdienen kann. Ich erinnere mich, wie ich Anfang der 80er Jahre auf meinem Sinclair ZX-81 Computer programmiert habe. Damals noch mit 1 KB Arbeitsspeicher. Damit könnte man heute noch nicht einmal eine Email befüllen. Die digitale Welt befindet sich aber immer noch in ihrer Geburtsphase.“ Die Tür geht zu und sein Auto verschwindet im Verkehr.

Ulfs eigentliche Reise hat gerade erst begonnen.

*Möchten Sie auch bei BurdaForward arbeiten? **Bewerben Sie sich!***

von **Saki Athanassios Danoglidis**
Senior Editor - Corporate Communications
Athanassios.Danoglidis@burda.com



Kategorie **Karriere**

Schlagwörter **Advertising, BurdaForward, Ulf Heyden, WDMMG, Willst du mit mir gehn**

Adresse (URL) **<https://www.burda.com/de/news/willst-du-mit-mir-gehn-ulf/>**