

## Wünsche gegen das Genörgel

### Das Stuttgarter Start-up WeWant ist eine Plattform, auf der Kunden ihre Verbesserungsvorschläge an Unternehmen richten können

„Ich will auf [www.dhl.de](http://www.dhl.de) sehen wann exakt mein Paket kommt“, verkündet ein Nutzer und wendet sich damit direkt an den Paketzulieferer. „Ich will Club-Mate bei Rewe kaufen können“, wünscht sich ein anderer. So kann Kommunikation über soziale Netzwerke auch ablaufen – seit es WeWant gibt. Auf der branchenübergreifenden Plattform, die Gründer aus Stuttgart entwickelt haben, können Kunden und Bürger Ideen sowie Verbesserungsvorschläge äußern – und diese direkt an Unternehmen oder an öffentliche Institutionen richten. Der Start war erfolgreich: Die Plattform ging im Februar diesen Jahres online und hat bereits rund 5.000 Nutzer.

Unternehmensgründer Oliver Klatt erläutert den Gedanken dahinter: „Auf vielen sozialen Netzwerken wie beispielsweise auf Twitter kritisieren Menschen ständig und nörgeln häufig sogar. Das entspricht jedoch nicht unserem Wesen, denn eigentlich denken Menschen positiver – auf WeWant haben sie die Möglichkeit, ihre optimistischen Gedanken zu äußern.“ Laut Klatt würde die Meinung von Bürgern oft zu wenig gehört. Mit WeWant wollte er eine Plattform schaffen, in der Menschen ihre Ideen aktiv einbringen können – zu Produkten und ebenfalls zu öffentlichen Dienstleistungen sowie politischen Vorhaben. Die Plattform ist also auch eine Art „Bürger-beteiligungskanal 2.0“.

Und die Möglichkeiten, Vorschläge zu äußern, sind vielseitig: In Kategorien wie Motor/Fahrzeuge und Mode/Lifestyle können Nutzer Wünsche einbringen, die ihnen bei der Ausübung ihrer Hobbies einfallen. Bereiche wie Weltgeschehen und Politik bieten hingegen Platz für ernsthaftere Gedanken, die sich um das Gemeinwohl drehen – wie beispielsweise der Wunsch nach „einem konkreten Hebammen-Rettungsplan“. „Mit vielen geäußerten Wants können Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen und somit die Welt ein Stück verbessert werden“, meint Klatt. Etwa 70 Prozent der geäußerten Ideen seien gute, konstruktive Vorschläge. Wenn Nutzern Wünsche gefallen, dann können sie diese mit sogenannten „Re-Wants“ verstärken. Eine besonders große Reichweite haben Ideen, die Lebensbereiche von vielen Menschen betreffen – etwa der Vorschlag an die Deutsche Bahn „W-LAN in allen Zügen und Bahnhöfen einzurichten“.

Aber nicht nur die Nutzer, sondern auch Unternehmen profitieren von der neuen Plattform. Im Zeitalter von Facebook, Twitter und Co. ist es für Firmen wichtig, auch im Social Web den Kontakt zu den Kunden zu suchen, denn die Kommunikation dort ist oft ein Schlüssel für eine erfolgreiche Beziehung. Doch auf vielen Social-Media-Plattformen bekommen Unternehmen kein direktes, konstruktives Feedback von ihren Nutzern. Das ist bei WeWant

anders: Durch die Meinungsäußerungen ihrer Kunden, können Firmen sozusagen immer ein Ohr am Markt haben und erfahren, was sie an ihren Produkten verbessern können.

Möglicherweise kommen sie dadurch sogar auf Ideen für neue Waren, die auch nach den Vorlieben ihrer Kunden produziert werden können. „Wenn Unternehmen auf die Vorschläge ihrer Nutzer reagieren, dann schafft das Kundenbindung und Transparenz – selbst wenn die Unternehmen nur begründen, warum ein Vorschlag nicht umgesetzt werden kann“, sagt Klatt. Idealerweise zeigen Firmen also eine Reaktion auf die Vorschläge ihrer Kunden – das war beispielsweise bei der Fitnessstudiokette Impuls der Fall. Ein Mitglied schlug der Firma vor, ein bestimmtes Trainingsprogramm einzuführen. Impuls prüfte diese

Möglichkeit und setzte zumindest Teile des Plans um. Vorschläge, die mit 20 und mehr „Re-Wants“ verstärkt wurden, werden von Klatt und seinem Team direkt an Firmen weitergeleitet. Wenn Unternehmen auch über Ideen mit weniger Reichweite informiert werden möchten, dann können sie eine kostenlose Kooperation mit WeWant eingehen. Sie erhalten dafür einen Zugang und können so alle Aktivitäten verfolgen. Zudem können Firmen auf WeWant mit Coupons und Umfragen zu Produkten auf spielerische Art mit ihren Kunden in Kontakt treten. Dafür müssen Firmen allerdings bezahlen – schließlich bekommen sie dadurch eine neue Möglichkeit Marktforschung zu betreiben.

*Friederike Gehlenborg*

## **WeWant**

Gründung: Februar 2014

Sitz: Stuttgart

Mitarbeiter: 6

Nutzer: derzeit rund 5.000

[www.wewant.com](http://www.wewant.com)

WeWant GmbH  
Theodor-Heuss-Straße 8  
70174 Stuttgart, Germany  
Telefon: +49 711 230 800 100  
E-Mail: [info@wewant.com](mailto:info@wewant.com)  
Internet: [www.wewant.com](http://www.wewant.com)

**Umfang:** ca. 4.000 Zeichen