

# Neue Trends im Internet nach dem web 2.0-Hype: Kundenbindung und innovative Werbeformen

*Münchener Kreis, 26.02.2007*

*Andreas Buchner*

**COMMUNICATIO**

---

# Die Communicatio GmbH

Das MedienMarkenHaus

**Gründung:** 1997 (bis 2002 als guru netservices GmbH)

**Gesellschafter:** 100% Hylas Holdings GmbH (Privatkapital)

**Marken:**



lesenswert.de

Leih  
ABC

 Grünkauf  
grünleben

[netsafe]

## COMMUNICATIO

# Das Internet und seine Missverständnisse

Das MedienMarkenHaus

- nicht jede Plattform führt zur Monopolisierung:



- **Technologie** wird überschätzt
- **Nutzerführung** wird unterschätzt
- Nutzer zu bekommen ist nicht schwer, ...
  - ... sie zu halten dagegen sehr ...
  - ... und an ihnen etwas zu verdienen!

**rechtliche  
Probleme!**

**COMMUNICATIO**

# Kundenbindung

Das MedienMarkenHaus

1. Achtung: **Alles nur einen Klick entfernt!**
2. Nur **individuelle Modelle** haben Erfolg
3. **Usability** und **Nutzerführung** beachten – nicht zumüllen!
4. Adäquate **Kundenansprache**
5. **Geschäftsmodell** entscheidend

## **Marken der Communicatio GmbH:**

- fast alle Plattformen **auch ohne Registrierung** nutzbar
- **guru.de**: einfach, Nutzerbefragungen
- **Grünkauf**: Emotionalität, umfassendes System

# COMMUNICATIO

# innovative Werbeformen

Das MedienMarkenHaus

**Ziel:** Umsatz mit einem Nutzer – auch ohne Zahlung durch ihn!

## **Es gibt mehr als Banner und Abos:**

- integrierte Pakete
- Leistung gegen Werbung - ABER:
  - klares Darstellen des Aufwand-Leistungs-Verhältnisses und zeitliche Freiheit

## **Marken der Communicatio GmbH:**

- gurubox®
- lesenswert: Verlagspakete
- Grünkauf: integrierte Angebote

# COMMUNICATIO

## Trends im Internet-Servicebereich

Das MedienMarkenHaus

1. Nicht mehr ein Trend, sondern **viele Trends**
2. **Technologie** wird weiter an Bedeutung abnehmen
3. **Geschäftsmodelle** werden weiter an Bedeutung zunehmen
4. Klassische Online-Werbung wie Banner wird eine geringere Rolle spielen zugunsten **speziell zugeschnittener Modelle**
5. **Starke Marken** werden immer entscheidender

COMMUNICATIO

---



# Wünsche an den Münchner Kreis

Das MedienMarkenHaus

1. **Zukunftsthemen** aufgreifen, *bevor* sie im SPIEGEL stehen
2. **Potentiale** der Mitglieder ausschöpfen
3. Statt großer Firmen und „Rockstars“ *auch* **kleine** innovative einladen
4. Mehr **Diskussionen** über Geschäftsmodelle

COMMUNICATIO

