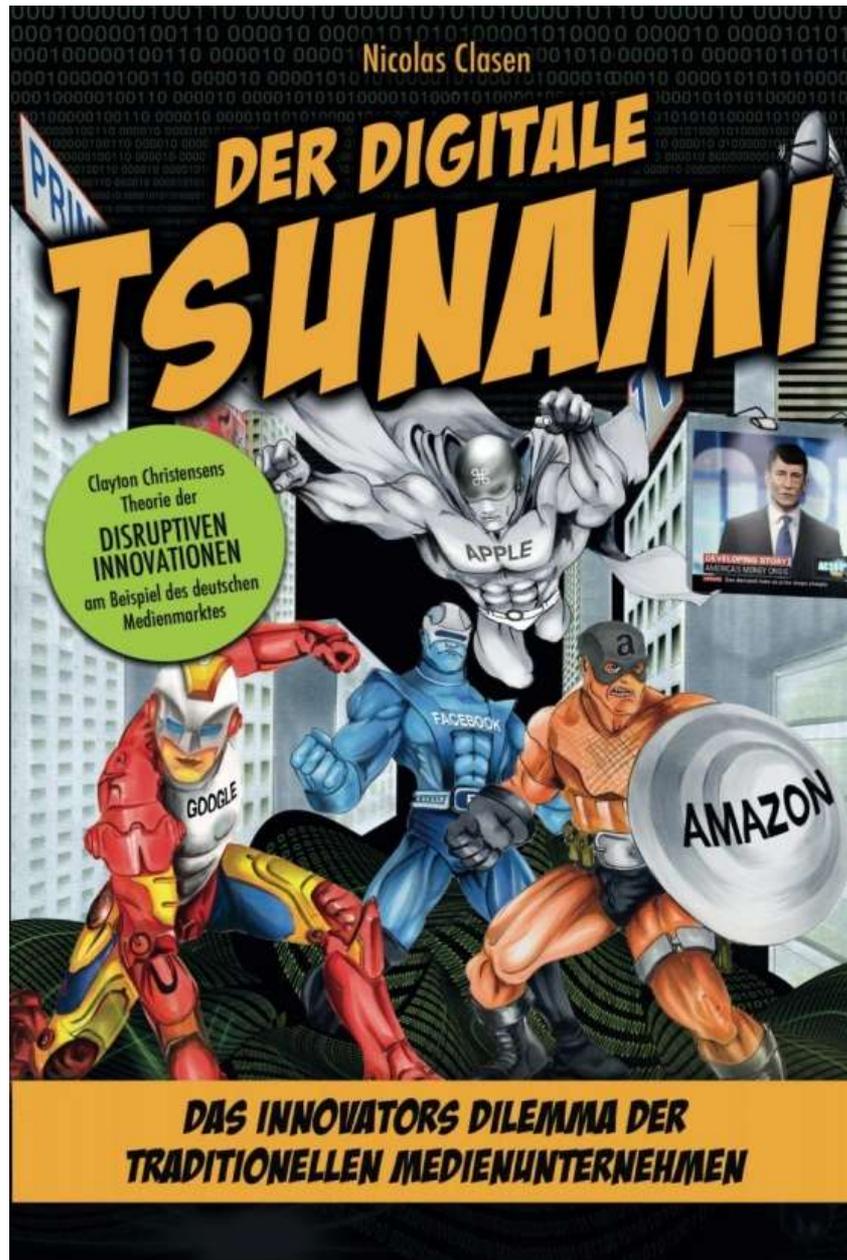


Medientag Innsbruck 2015

Der digitale Tsunami

Nicolas Clasen, Autor & Partner CMClab
Innsbruck, den 11. November 2015



Thesen

Die große Disruption auf dem Werbemarkt kommt erst noch.

Aus der Nische in den Premiummarkt

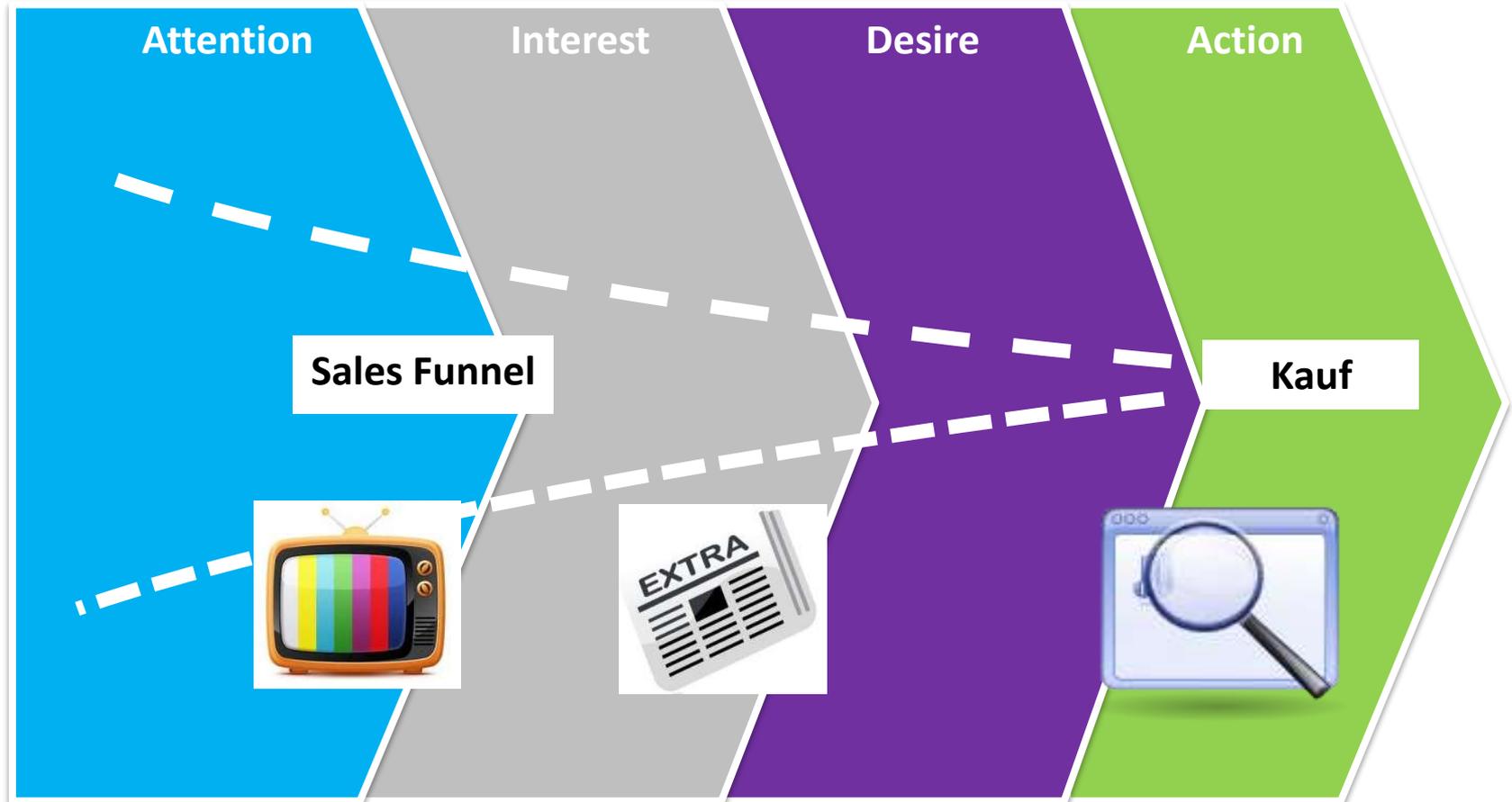


Quelle: ZAW, PWC German Entertainment Outlook

Thesen

Data Driven Advertising ist der disruptive Treiber im Werbemarkt

Online als zusätzlicher Abverkaufskanal

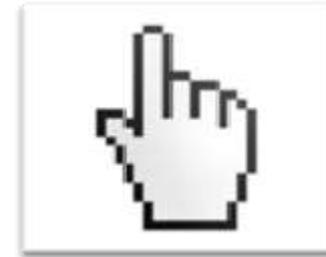


Data: Die sich selbst definierende Zielgruppe

OFFLINE



ONLINE



Ex-Post Befragung



One-Way

Optimierung in Echtzeit



Rückkanal

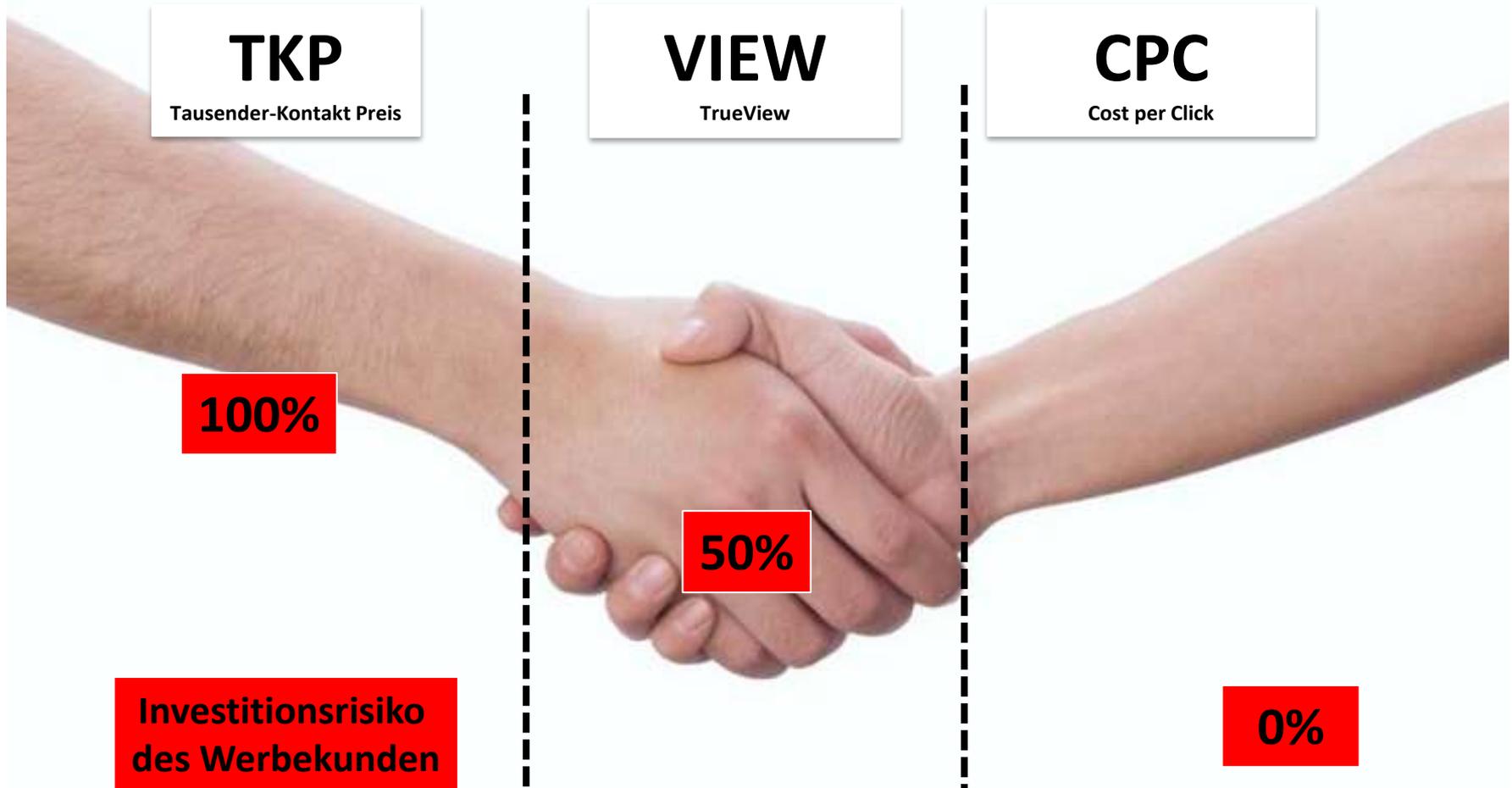
KPI: Neue Verteilung des Investitionsrisikos



TrueView: Die Übersetzung des Klicks für Branding-Kampagnen



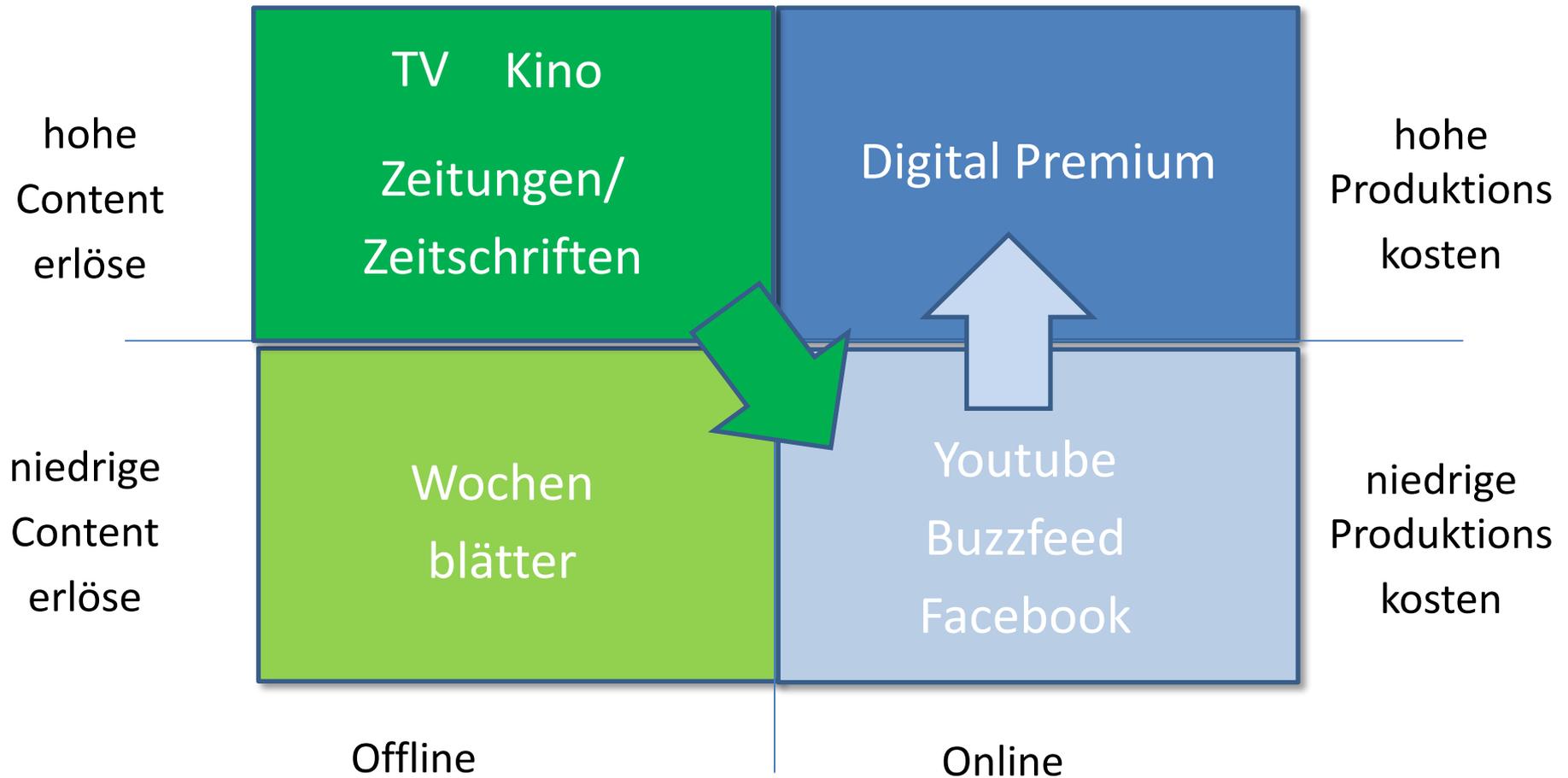
Viewtime: Neue Verteilung des Investitionsrisikos



Thesen

Die Qualität der Inhalte ist auch im Netz entscheidend.

Erlösen & Produktionskosten



Thesen

Medienunternehmen müssen sich auf Ihre Kernkompetenzen besinnen.



Thesen

Print wird es weiter geben. Schallplatten auch.

Thesen

Die große Disruption auf dem Werbemarkt kommt erst noch.

Data Driven Advertising ist der disruptive Treiber im Werbemarkt

Die Qualität der Inhalte ist auch im Netz entscheidend.

Medienunternehmen müssen sich auf Ihre Kernkompetenzen besinnen.

Print wird es weiter geben. Schallplatten auch.



@nicolasclasen