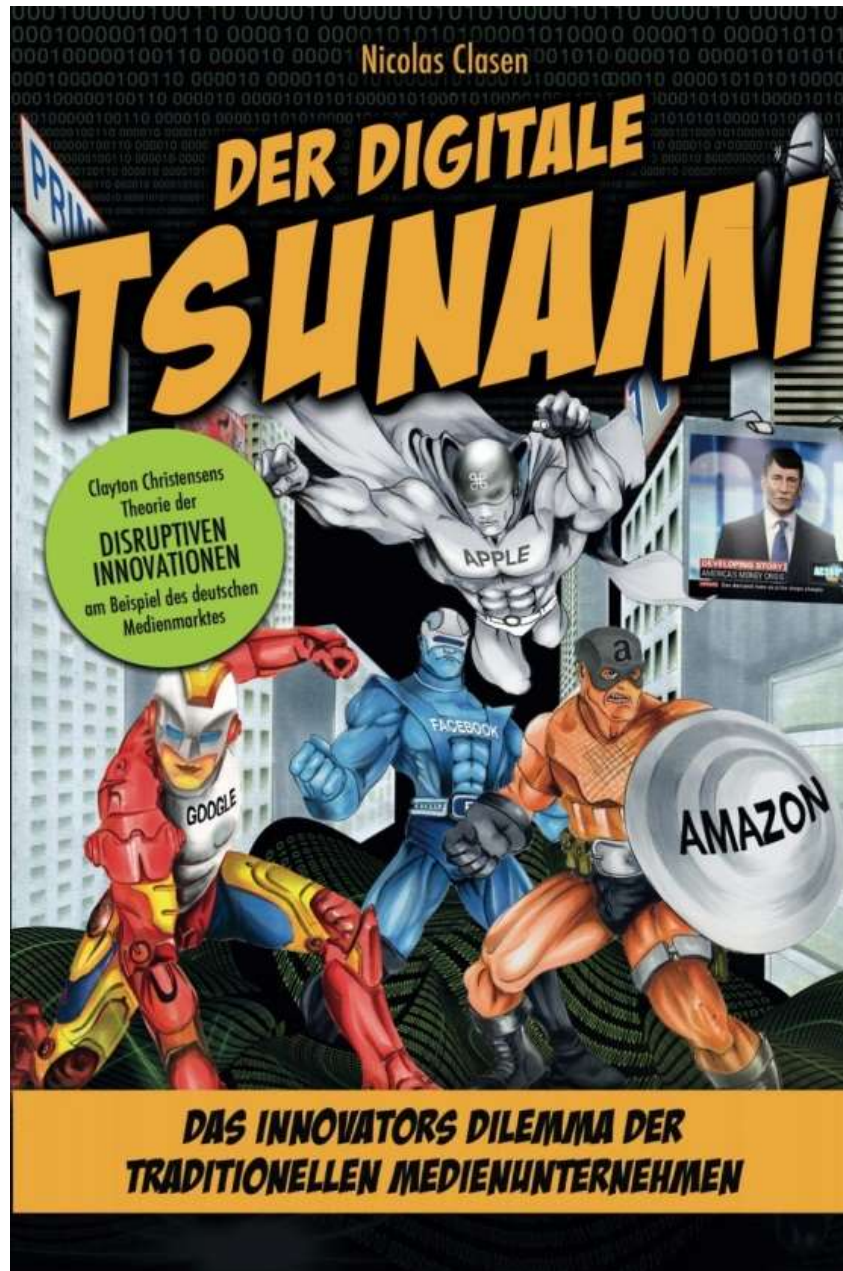


Medientag Innsbruck 2015

# 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

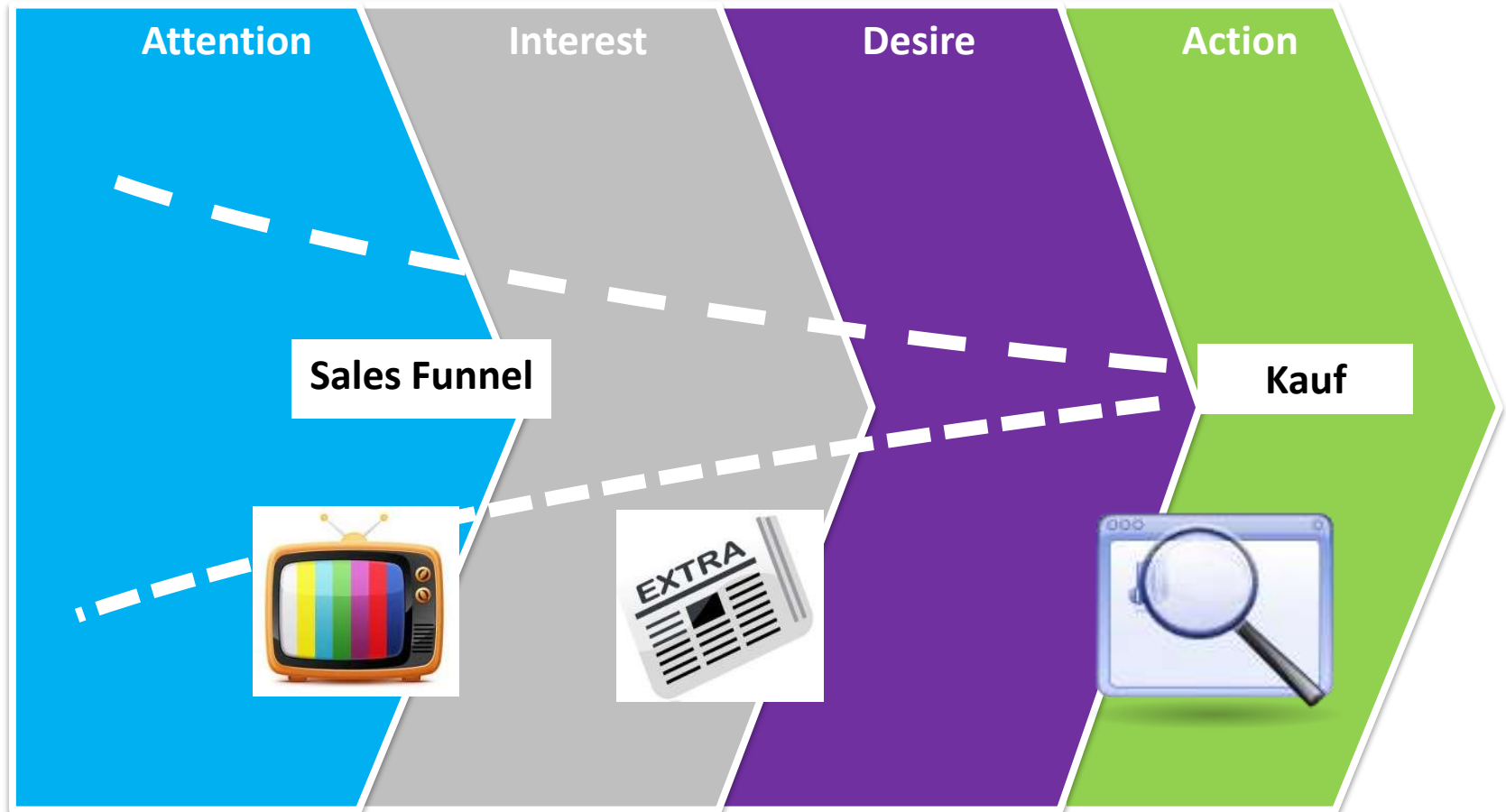


Quelle: ZAW, PWC German Entertainment Outlook

# Thesen

# Data Driven Advertising ist der disruptive Treiber im Werbemarkt

# Online als zusätzlicher Abverkaufskanal

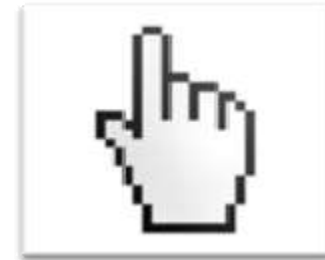


# Data: Die sich selbst definierende Zielgruppe

OFFLINE



ONLINE



Ex-Post Befragung



One-Way

Optimierung in Echtzeit



Rückkanal

# KPI: Neue Verteilung des Investitionsrisikos

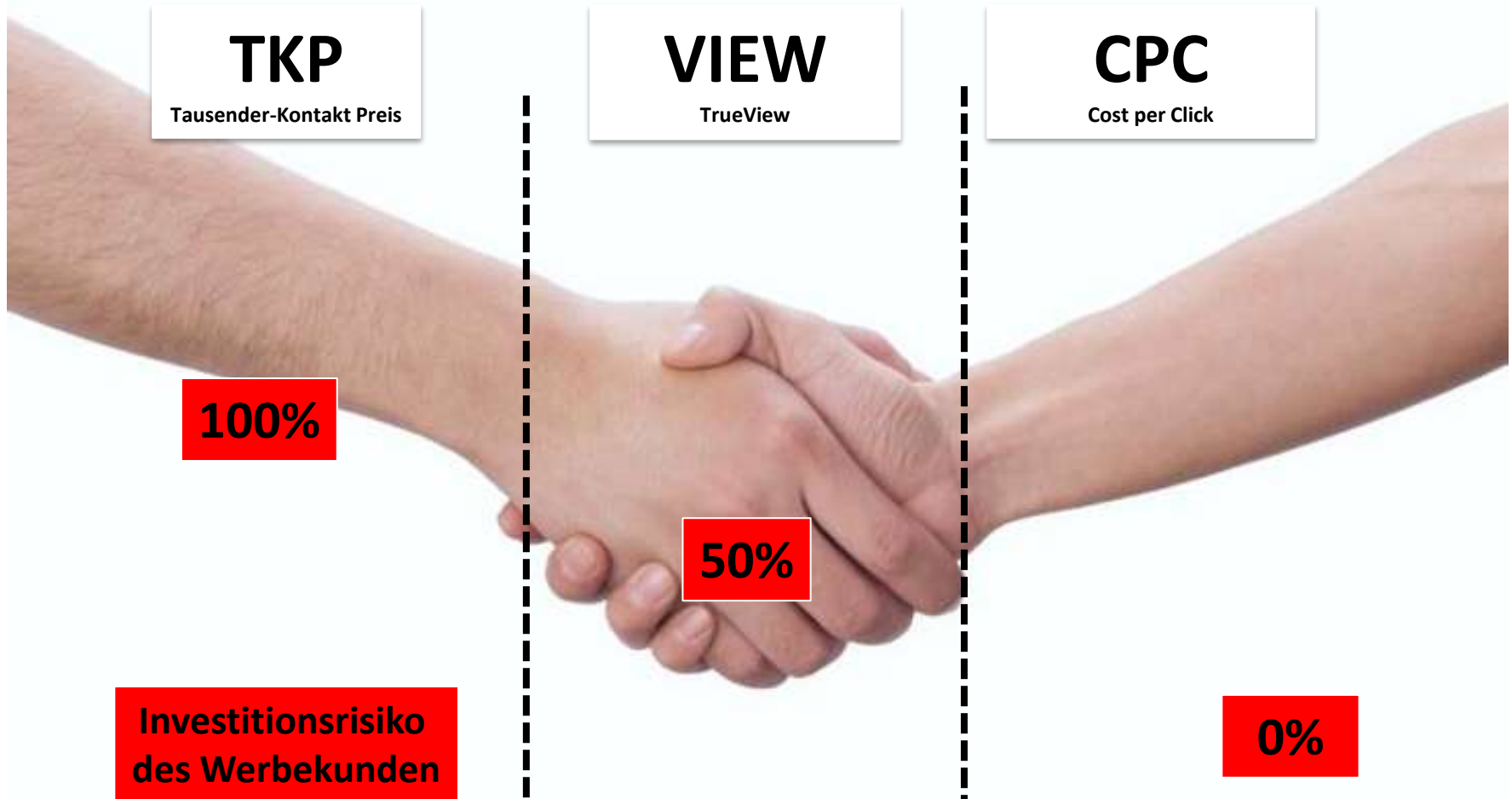




# TrueView: Die Übersetzung des Klicks für Branding-Kampagnen



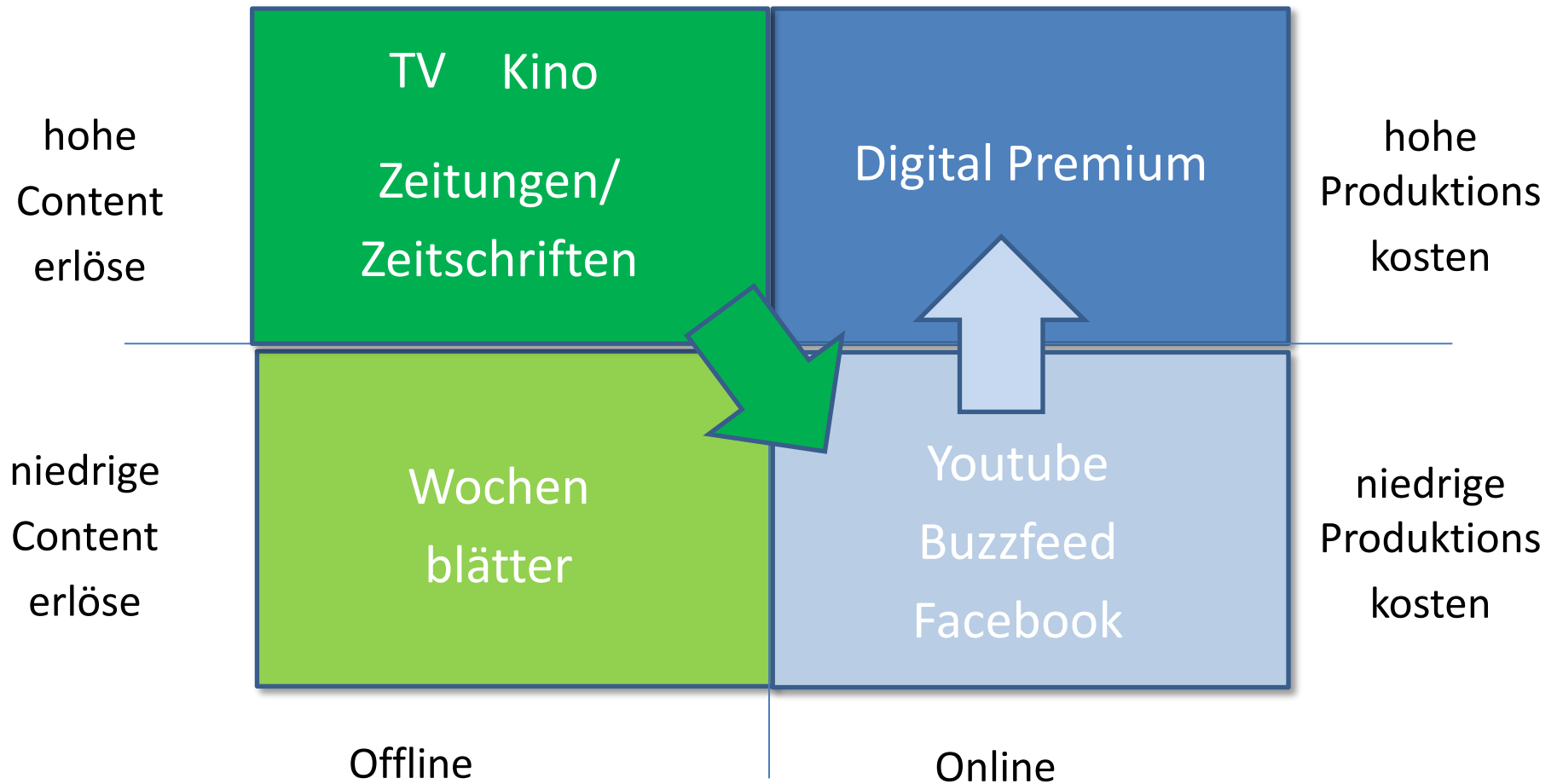
# Viewtime: Neue Verteilung des Investitionsrisikos



# 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**