

Hauptzeilen Woche

Motorrad-Pressenetzwerk setzt auf Motorrad

Motorradonline.de mehr Schub zu ver-
steigt die Motor-Pressenetzwerk
Prozent bei 1000PS ein. Das Wiener
schmen betreibt in Österreich und
hland das Video-Portal Motorrad-
com sowie Gebrauchtbörsen für Mo-
händler (1000PS). Die Site finanziert
kostenpflichtige Einträge der Händ-
Anzeigen. „Schrittweise“ strebt die
Presse die Mehrheitsbeteiligung an.

studIVZ will Umsatz verdreifachen

Die 2008 will studIVZ-Geschäftsführer
Kieck die Zahl der Community-Mit-
auf 14 Millionen verdoppeln und
Umsatz mindestens verdrei-, wenn nicht
fachen. Dazu ändert das Soziale Netz-
e Strategie: Die Expansion ins Aus-
rd auf Eis gelegt, stattdessen öffnet
studIVZ für externe Entwickler und baut
e-Merke „oberhalb von studIVZ“ auf.

Web.de mit Web.deTV

Das Video-Internet-Portal Web.de bietet in
Video-Community einen eigenen TV-
nt. Noch speist sich Web.deTV über-
d aus Material anderer Web.de-Char-
nachrichten, Unterhaltung, Kino-Trä-
mes). Videos aus dem Music-Channel
inzukommen, ebenfalls für 2008 ist
wegbild-Angebot für Sport geplant.

Amazon mp3 für die Welt

Das Handels-Primus Amazon will den
f von Musik im MP3-Format auch jen-
er USA anbieten. Amazon mp3 hat alle
großen Musik-Labels im Angebot und ist
e günstiger als iTunes. Mehr noch: Ist
beistell der bei iTunes gekauften Musik
Apples iPods abspielbar, haben die
3 Millionen Amazon mp3-Songs kei-
perschutz, können so auf allen Mu-
ern abgespielt und kopiert werden.

AOL startet MP3-Verkauf

Deutschland startet mit dem Verkauf
MP3-Dateien. Den Anfang machen Titel
ependent Labels Kontor und Edel
LMI und ZebraLution werden folgen.
se Partner entfallen die Beschränkun-
s Digital Right Managements (DRM),
gebot soll ausgebaut werden.

Belboon wird mobil

Der Berliner Mobile-Spezialist Yoc weitet seinen Geschäftsbereich Affiliate Marketing aus. Die Plattform Belboon beliefert ab sofort auch Handys.

Noch im ersten Quartal startet Yoc in Asien seine erweiterte Plattform für mobiles Affiliate Marketing. Das neue Angebot ergänzt als zusätzlicher Marketing- und Vertriebskanal das im September 2005 online gegangene Belboon. Auch Deutschland soll in Kürze folgen.

Den gesamten Bereich verantwortet Manuel Kester, Director Affiliate Marketing bei Yoc. Ausgewählte Werbung-treibende testen derzeit das Angebot. „Im Februar werden wir die Mobile-Affiliate-Marketing-Funktion dann für alle Nutzer des Belboon-Netzwerks öffentlich zugänglich machen“, so Kester. Damit sei Belboon das erste Netzwerk weltweit, das standardisiert die mobile Affiliate-Technik bedienen könne.

Momentan sind nach Angaben von Yoc 15 000 Affiliates (Seitenbetreiber) und 250 Händler (Merchants) registriert. Die Plattformbetreiber wickeln monatlich rund

Trend Der Mobile-Affiliate-Markt verspricht gute Wachstumsaussichten.



500 Millionen AdImpressions und rund zwölf Millionen AdClicks ab. Laut Kester wird es künftig ein eigenes Team geben, das sich primär mit der Akquise mobiler Reichweiten für die Belboon-Kunden befassen wird. Bestehende Online-Partnerprogramme lassen sich kurzfristig um den mobilen Kanal erweitern.

Als Werbemittel werden neben klassischen Text-Links auch grafische Anzeigenformate ausgeliefert.

Die Nutzung des mobilen Internets ist in Deutschland verglichen mit dem stationären Internet noch auf niedrigem Niveau. Die Wachstumsprognosen sind jedoch aufgrund der zunehmenden Verbreitung von Mobiltelefonen mit Datenflattrates mehr als gut. Deshalb will sich Yoc als „First Mover“ in diesem Bereich mit seinen Partnerprogrammen positionieren. Hohe Umsatzpotenziale verspricht sich Yoc insbesondere aus der Kombination aus Online- und Mobile-Affiliate-Marketing. Für das Jahr 2007 rechnet der Online-Vermarkterkreis bereits mit 210 Millionen Euro Umsatz. ks

Extrovertierte Teens als Zielgruppe

Piczo.com / Sevenload - Doppelt wirbt besser. Nach diesem Motto schließt die Selbstdarstellungsplattform für Teenager (Zielgruppe: 13- bis 17-jährige) Piczo.com mit Sevenload eine Partnerschaft. Haben die über eine Million Unique User (internet facts) von Piczo die Möglichkeit, sich auf der Plattform via einer eigenen Website selbst darzustellen oder sich auszutauschen, bietet die Medienplattform Sevenload wiederum die Möglichkeit, Fotos und Videos online zu stellen.

Nun sollen die nutzer-generierten Inhalte der Beiden über die verschiedenen Plattformen hinweg enger verzahnt werden. Beispiel: Piczo-Mitglieder bekommen Zugang zu den Sevenload-Inhalten und können diesen problemlos in

ihre eigenen Profile und Universen auf Piczo einbinden. Die engagierte und aktive Nutzerschaft von Piczo wiederum soll natürlich auch Content für Sevenload kreieren und diesen dort problemlos einstellen können. Dazu werden derzeit auf beiden Portalen die entsprechenden Schnittstellen programmiert.

Ziel der Aktivitäten ist natürlich, den Unternehmen neue Möglichkeiten zur Werbung an die Hand zu geben, die weit über die „klassische“ Onlinewerbung via Banner hinausgehen. Vermarktet werden beide Angebote übrigens von Tomorrow Focus.

Express yourself

Piczo.com bietet Teenagern eine Spielwiese zur Selbstdarstellung – und forciert nun auch die Vermarktung.

