

# RUNDUM INNOVATIV KOMMUNIZIEREN –

GLEICHZEITIG  
KUNDEN UND USER ANSPRECHEN

*Strategisch kommunizieren heisst aus der Sicht eines Betreibers von Online-Communities, gleichzeitig gezielt auf die Bedürfnisse von Kunden und Usern einzugehen. Dazu gehört einerseits das Betreiben von attraktiven Plattformen und andererseits die Flexibilität, zielgerichtet auf die Bedürfnisse und Ansprüche von Kunden einzugehen. Das heisst konkret, unterschiedliche Kommunikationskanäle so zu nutzen, um beiden Parteien einen optimalen Auftritt zu ermöglichen. Dazu gehört die Bindung der User an kontinuierlich optimierte Plattformen und die massgeschneiderte Integration der Kunden.*

Allem voran geht daher also eine positive Brandpositionierung der Plattformen. Ziel ist es, die drei Plattformen students.ch, usgang.ch und partyguide.ch nicht nur plakativ durch Marken- und Logopräsenz zu positionieren, sondern die Visibilität und Glaubwürdigkeit der einzelnen Brands durch vielschichtige Kooperationen in einer 360-Grad-Strategie mit den Key Players der Branche auszubauen. Wir kommunizieren unsere Brands neben unseren eigenen Web-Plattformen über diverse Social Media, Live-Events, strategische Partnerschaften, Web TV Channels und animieren zu gezielter Mund-zu-Mund-Propaganda im Kunden- sowie Zielgruppenumfeld. Wir richten die Kommunikation nicht auf die breite Masse, sondern verfolgen die Strategie, die Interessen unserer Kunden fokussiert in ihrem Zielgruppensegment zu platzieren und thematisch glaubwürdig einzubetten.

## KOMMUNIKATION IN ECHTZEIT

Die grösste Herausforderung besteht bei unserer Firmenstruktur darin, die Amiado Group als Dach-Unternehmen einerseits sowie die drei von uns geführten Brands andererseits als starke Ei-

genmarken in der Branche zu platzieren. Kundenseitig tritt die Amiado Group geschlossen auf, während auf Userseite die einzelnen Plattformen in ihren jeweiligen Zielgruppen- und Userumgebungen positioniert werden. Durch ein abgestimmtes Timing und das zielgruppenkonforme Kommunizieren behalten die einzelnen Brands ihre Relevanz und Markenidentität. Dabei nutzen wir die Vorteile der Online-Kommunikation: Über unsere Homepages, Twitter Accounts und Facebook-Profile erreichen wir die klar abgegrenzten Interessengruppen in Echtzeit. Im Zeitalter der neuen Medien erreichen wir schnell – und wahlweise massen- oder zielorientiert – die Targets Kunden, Partner und User.

## OFFLINE-KOMMUNIKATION ALS CHANCE

Im Gegensatz zu klassischen Medienunternehmen, welchen sich durch die Online-Kommunikation neue Kommunikationswege erschliessen, ist für ein Online-Unternehmen der Schritt in die Offline-Öffentlichkeit auch mit Chancen verbunden. Es gilt, diese Möglichkeiten in Verbindung mit den digitalen Tätigkeiten sinnvoll zu seinen Gunsten zu nutzen. Für jeden unserer drei Brands streben wir regelmässige Präsenz durch strategische Medienpartnerschaften in den «klassischen» Medien Print und TV an. Mit eigeninitiierten Events und Aktionen sichern wir markengerechte Präsenz der drei Plattformen in der breiten Öffentlichkeit. Damit werden die Zielgruppen an Grossanlässen direkt angesprochen und die



Marken attraktiv und publikumswirksam inszeniert.

Letztes Jahr veranstaltete die Amiado Group mit Partnern zum zweiten Mal den «Swiss Nightlife Award» und ehrte herausragende, innovative und kreative Protagonisten des Schweizer Nachtlebens. Mit dem Event gelang es, usgang.ch und partyguide.ch als Referenzen im Schweizer Nachtleben zu etablieren. Die Branche hat sich mit einem jährlichen Umsatz von mehreren Milliarden Franken zu einem der wichtigsten Unterhaltungs-zweige der Schweiz entwickelt. So treffen sich Industrie und Szene aus dem Nightlife an einem Ort, und an den öffentlichen After-Partys mit internationalen Top-DJs teilen wir den Vibe unserer Marken mit den Web-Usern aus der Zielgruppe. Mit einer breitflächig präsenten Partnerschaft mit der Street Parade gelang es, die zwei Plattformen als Leader in der Nightlife- und Party-szene zu etablieren. Neben dem klassischen Auftritt als Partner

**OLIVER  
DIGGELMANN**

CEO Amiado Group und  
Mitglied der erweiterten  
Geschäftsleitung Axel  
Springer Schweiz.

Angehende Akademiker  
auf students.ch, urbane  
Trendsetter auf usgang.ch,  
die breite Masse auf party-  
guide.ch – die Plattformen  
der Amiado Group errei-  
chen in der Zielgruppe der  
18- bis 34-Jährigen rund  
eine halbe Million Unique  
Clients monatlich.

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



kommunizierten wir die Brands usgang.ch und partyguide.ch am Tag des Mega-Events über einer Million Party-Besuchern durch eine neuentwickelte iPhone Application zur Street Parade und Live-Fotocornern vor Ort.

#### **SICH NEU ERFINDEN**

Ein Neustart als «Lebenszeichen» – nach zwölf Jahren lancieren wir die Plattform partyguide.ch neu. Sich immer wieder neu zu erfinden, ist im Online-Business Pflicht. Durch den kompletten Relaunch des Freizeitportals reagieren wir auf die Bedürfnisse der User und bringen den Brand gleichzeitig gezielt bei Partnern und Kunden neu ins Gespräch. Das Online-Business ist schnelllebig, und man muss sich wandeln und anpassen. Wir tun dies bei partyguide.ch von A bis Z: vom Design über die Funktionalität bis hin zum brandeigenen Logo. Im gleichen Schritt wurden die komplette Kommunikationsschiene neu aufgesetzt, Partnerschaften erneuert und damit die Marke gestärkt. Facebook und Google als Big Player im Online-Business dominieren und prägen die Online-Welt entscheidend, weshalb wir in engem Austausch mit diesen Firmen unsere Angebote ständig anpassen, optimieren und Synergien nutzen.

#### **SERVICE-DIENSTLEISTUNGEN ZUR BRANDPLATZIERUNG**

Durch Innovationen die Brands ins Gespräch bringen heisst auch, das Service-Angebot ständig zu vergrössern. Im vergangenen Jahr haben wir die Dienstleistungen der Plattformen students.ch, usgang.ch und partyguide.ch sukzessive ausgebaut. Im Fokus stehen neu Service-Dienstleistungen, sowohl online wie auch offline. Damit realisieren wir mit den Schwergewichten in der Kommunikations- und Werbebranche Projekte und Kooperationen in den Bereichen Print und Online. Dazu gehört neben einer klassischen Partnerschaft in der gegenseitigen Vermarktung auch das gezielte Nutzen multimedialer Sektoren wie Re-

daktion, Fotografie und Web-TV. Unser Angebot umfasst Auftragsfotografie für Grossanlässe, Web-TV-Produktion und auch komplette technische Lösungen wie die Implementierung von Webtools und Mobile Applications.

Die Amiado Group ist auch darauf spezialisiert, die jugendliche Zielgruppe ihrer Mediennutzung gerecht – über Web und Web-TV, Mobile oder an Events – thematisch umfassend anzusprechen. Ob Shoperöffnung, Preisverleihung oder Apéro – wir halten die ausdrucksstarken Momente in Bild und Ton fest und schaffen durch rundum innovative Kommunikation die Brücke zwischen Kunden und Usern.