

# Marketing 2.0

Bei Kommunikationsmaßnahmen des klassischen Marketings konsumiert der Kunde Informationen aus einer „Lean-Back-Haltung“. Er nimmt Informationen passiv auf. Im Web 2.0 werden Kunden selbst zu aktiven Teilnehmern und treten in eine „Move-Forward-Haltung“. Sie partizipieren mit ihrem Wissen und generieren selbst Werbeinhalte. Die Einseitigkeit des Produzenten-Konsumenten-Verhältnis wird aufgebrochen. Im Mittelpunkt steht ein authentischer und offener Dialog zwischen Produzenten und Konsumenten auf „Augenhöhe“. Kunden vernetzen sich, tauschen Meinungen und sprechen Empfehlungen aus. Sie werden Bestandteil der Unternehmenskommunikation, können an der Produkt- und Preisgestaltung teil haben und formen selbst das Image einer Marke mit. Als Marketing 2.0 wird hier das Agieren eines Produzenten auf dem globalen Markt im Internet mit den Ansätzen und Techniken des Web 2.0, bezeichnet.

## Thema des Vortrags

Der Vortrag beschäftigt sich mit der Frage, Produzenten mit Konsumenten auf „Augenhöhe“ mit ihren Kunden bzw. ihrer Zielgruppe mit Hilfe von Web 2.0-Tools kommunizieren können.

Die Zuhörer erhalten einen kurzen Abriss über den Wandel des Dorfmarktplatzes zum globalen, digitalen Marktplatz und lernen die Prinzipien von Mundpropaganda und viralen Marketing kennen. Es wird das geänderte Nutzungsverhalten im Web 2.0 an Hand von Schlüsselplattformen, wie Wikipedia, YouTube und Facebook vorgestellt. In einem kurzen Abriss werden die neuen technischen Möglichkeiten des Internets betrachtet.

Im speziellen werden neue Formen des Marketings vorgestellt:

Crowdsourcing

Crowdfunding

Open Source Advertising

Consumer Generated Advertising

Interaktives Live-Marketing

Open Innovation

Open Design

Open Pricing

Open Publishing

Mass Customization

Virales Marketing

## Zur Person



**Tino Kreßner** hat sein Medientechnik-Studium mit einer umfangreichen Arbeit zum Thema „Marketing 2.0“ abgeschlossen und studiert jetzt Master für Information & Communication Science. Während seines Studiums hat er sich bei diversen Kurzfilmproduktionen am Set zum Produzenten hochgearbeitet und gilt mit Filmtrip.de als Film 2.0-Pionier in Deutschland. Seit nunmehr neun Jahren konzeptioniert und realisiert er Webauftritte und –plattformen. Als Gründer und Geschäftsführer der Web & Video Kommunikationsagentur Hivex und der Werbeagentur <img>>medien ist er spezialisiert auf die Kommunikation im Social Web.

**Kontakt:** tino@weandx.de, 0178 4233363, www.weandx.de