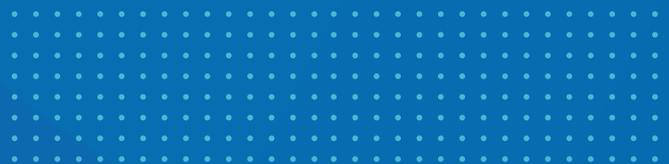




Lasst uns drüber reden. Aber lieber exklusiv.

Immer mehr Verlage entdecken neuartige, hochpreisige Abo-Modelle zur Teilnahme an exklusiven Communities und Live-Events – und setzen dazu auf die All-in-One-Lösung von doo.



Einleitung

Mit der Etablierung von Paid-Content-Modellen haben Medien-Unternehmen schon seit mehreren Jahren einen verlässlichen Weg gefunden, ihr Abo-Geschäftsmodell auch online zu monetarisieren. In jüngster Zeit nutzen viele ihre wieder erstarkte Marke zur Einführung zielgruppen-spezifischer Abo-Modelle, die Zugang zu exklusiven Communities sowie Online- und Live-Events gewährleisten. doo übernimmt dazu für führende Medienhäuser das Veranstaltungsmanagement.

Konferenzen und Tagungen sind für Verlage schon seit vielen Jahren eine wichtige Bühne, um ihre Medienmarken zu präsentieren und so deren Bekanntheit und Reichweite auch in einem exklusiven Rahmen zu steigern.

Dieses Format hat in den vergangenen Jahren noch mehr an Bedeutung gewonnen: In einer sich immer schneller drehenden Welt hat der Drang nach einem unmittelbaren, direkten und persönlichen Zugang zu Informationen nochmals deutlich zugenommen.

Dieser Boom von Live-Formaten ist nicht zuletzt auch der mittlerweile in der Medienwelt enorm starken Verbreitung von Podcasts zu verdanken. Die daraus entstandenen Live-Events der Podcast-Hosts waren wichtige Vorläufer der jetzt promoteten, hochkarätig besetzten Foren und Diskussionsrunden.



Besonderheiten, Zielgruppen und Meilensteine

Exklusive Diskussionen auf Events mit mehrfachem Mehrwert

Was macht diese medialen Live-Events so besonders und begehrenswert?



Die Diskussion von Experten auf einem Podium oder auf einer Art von Bühne schafft eine einzigartige Nähe für ein authentisches, persönliches Erlebnis.



Die Gäste erhalten einen unmittelbaren Zugang zu exklusiven Informationen, die nicht für jedermann verfügbar sind.



Die Teilnehmenden können ihr eigenes Netzwerk um hochkarätige Kontakte erweitern.



Wie jede Veranstaltung ist auch eine Live-Diskussion hochkarätiger Teilnehmer einfach einmalig – und damit eine Gelegenheit, die keiner verpassen will.



Zielgruppe: hochrangige Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft

Exklusive Inhalte, die es nur einmal gibt, in einem besonderen Rahmen und dazu noch Netzwerken mit Premium-Anspruch: Bei so viel Exklusivität liegt es auf der Hand, mit einem neuartigen Abo-Modell einen speziellen Vertriebskanal zu schaffen. Die adressierten Entscheidungsträger haben ein besonders hohes Interesse an den Vorteilen und sind bereit, dafür eine entsprechende Summe zu investieren.



Besonderheiten, Zielgruppen und Meilensteine

Themenbezogene Circles als Einstieg in Abo-Modelle

Vorreiter in der Promotion des Abo-Modells ist das Handelsblatt. Deren themenbezogene Circles waren ursprünglich als Social-Media-Communities geplant, in denen die Teilnehmenden zwischen zwei Events miteinander Kontakt halten konnten. Die Circles greifen wichtige gesellschaftliche Trends wie z. B. Gesundheit (Health), Transformation oder KI auf.



Angefeuert von der Pandemie und dem dadurch verstärkten Wunsch nach virtueller Vernetzung verfolgen die neuartigen Circles hochwertige Membership-Konzepte für Entscheidungsträger. Der Preis für das Abo-Modell und damit auch der Zugang zu exklusivem Content variiert je nach Branche **zwischen 2.000 und mehr als 6.500 Euro pro Jahr**. Das Highlight der Mitgliedschaft sind sogenannte Summits, also hochkarätige Treffen, bei denen Experten sich zu einem Thema austauschen.



TECH 2025 rund um KI, Deeptech und Robotik in Heilbronn als erster Meilenstein

Ein erstes prominentes Beispiel für einen solchen Summit ist die Technology Experience Convention Heilbronn (TECH) Ende Mai 2025 auf dem Campus der Schwarz Gruppe. Für Mitglieder des Handelsblatts KI Circle ist nicht nur der Zugang zum Event selbst, sondern auch der Zugang zu exklusivem Matchmaking zwischen den Teilnehmenden ein wesentlicher Mehrwert. Gerade für Unternehmen sind KI und alle damit verbundenen Trends eines der wichtigsten Wachstums-Themen überhaupt. Dementsprechend groß war der Zuspruch zur Teilnahme auf dem Event.



Besonderheiten, Zielgruppen und Meilensteine

All-in-One Lösungen von doo: Höchster Anspruch, perfekt integriert

Natürlich braucht es für diese Art von Events auch einen hochkarätigen Partner fürs Veranstaltungsmanagement. doo konnte hier mit seinem ganzheitlichen Konzept von der Integration des Subscription Managements über das segmentierte Einladungs- & Teilnehmermanagements bis hin zur Bereitstellung der Matchmakingplattform zur individuellen Terminvereinbarung überzeugen. Ein weiterer Vorteil ist das vereinfachte Networking über einen auf dem jeweiligen Badge eingebetteten QR-Code mit Zugang zum jeweiligen LinkedIn-Profil.

doo: verlässlicher Partner führender Medienhäuser und Verlage

Die Verlässlichkeit und die Innovationskraft von doo hat sich mittlerweile in der Branche herumgesprochen: Auch auf den exklusiven Konferenzen und Leserveranstaltungen der Süddeutschen Zeitung, der ZEIT oder von AXEL SPRINGER ist die smarte und modulare Event-Management-Software von doo der gemeinsame Nenner. Wir freuen uns darauf, auch diese sowie weitere Medien-Marken bei der Erschließung neuer Geschäftsmodelle zu begleiten.

Zusammenspiel

Perfekt aufeinander abgestimmte Bausteine



+

Flexibilität

Eine Plattform, die sich Ihren Anforderungen anpasst



+

Konsistenz

Ihr Corporate Design über alle Formate hinweg





LASSEN SIE SICH BERATEN UND
SPRECHEN SIE MIT UNSEREN
EXPERT*INNEN!



doo GmbH

Hultschiner Straße 8, 81677 München

+49 89 24 88 15 35 5

business@doo.net

doo.net