



Pressemitteilung

Webguerillas starten monatlichen Informationsdienst:

Der „World Trend Monitor“ zeigt Trends, sobald sie entstehen

Ob Mode, Produktinnovationen oder Marketing – welche Trends gerade aufkeimen und beste Chancen haben sich durchzusetzen, beschreiben die webguerillas ab 2. März in ihrem Informationsdienst „World Trend Monitor“. 12 Trendscouts in aller Welt durchforsten dafür ständig tausende Quellen im Web.

München, 02. März 2007 – Die webguerillas erweitern ihr „Trendscouting“-Repertoire: Am 2. März startet die Münchner Agentur für Sensation Marketing den Informationsdienst „World Trend Monitor“ (www.worldtrendmonitor.com). Monat für Monat stellt der Dienst seinen Lesern einen Schaukasten weltweit gesammelter Szene-Highlights, neuer Produkt- und Geschäftsideen, innovativer Aktionen und Einzelprodukten vor, die jeweils einen Trend begründen könnten. Diese werden kontinuierlich auf ihre Relevanz überprüft und auf ihr Potenzial, um sich international durchzusetzen. „Viele Trend- und Zukunftsforscher beschreiben komplexe Makrotrends, die jedoch für die tägliche Praxis nur bedingt von Nutzen sind. Der ‚World Trend Monitor‘ hingegen zeigt die ersten Keimlinge. In diesem Vorstadium sind Trends für Unternehmen weitaus interessanter, weil sie sich zunächst inspirieren lassen und dann rechtzeitig reagieren können“, sagt David Eicher, Geschäftsführer der webguerillas und der Agenturgruppe Robert & Horst, zu der die webguerillas gehören.

Der „World Trend Monitor“ (WTM) wird gespeist mit Produkt- und Konzeptinspirationen aus aller Welt. Gestartet wird mit den Rubriken „Fashion“, „Shopping“ und „Marketing“. „In diesen Geschäftsbereichen sind Unternehmen schnellen Veränderungen unterworfen. Sie müssen sehr wachsam sein, um Schritt mit den neuesten Entwicklungen halten zu können. Dabei ist der WTM eine wertvolle Unterstützung“, sagt Eicher. Weitere Rubriken, etwa „Gaming“ und „New Business“ (Geschäftsideen), sind in Planung.

Für den WTM arbeiten derzeit zwölf Scouts auf allen Kontinenten. Sie durchleuchten kontinuierlich Blogs, Foren, Trend- und Start Up-Sites, die sie als „Trend-Hotspots“ im Internet ausgemacht haben. Ihre Fundstücke stellen sie dann in ein webbasiertes Redaktionssystem. Am Agentursitz in München werden in einer monatlichen Redaktionskonferenz die am meisten versprechenden Trend-Keimlinge

ausgewählt. Dieser kontinuierliche Prozess soll dazu beitragen, dass die Bedeutung und das Ausmaß unterschiedlicher Trends rechtzeitig erkannt und definiert werden kann.

Die webguerillas haben sich das Ziel gesetzt, ihren Lesern pro Monat 30 bis 50 solcher Trend-Keimlinge vorzustellen. Diese werden als Printversion und als Online-Dokument (pdf) veröffentlicht sowie in einem Online-Archiv gesammelt. Darin können die Abonnenten nach Schlagworten recherchieren. Zum Start erscheint der WTM in Deutsch, in Kürze auch in englischer Sprache. Der WTM ist werbefrei.

Zur Zielgruppe des Informationsdienstes gehören Entscheider und Berater aus Marketingunternehmen und dem Groß- und Einzelhandel sowie PR-Manager, Journalisten und Trendsetter.

Der „World Trend Monitor“ basiert auf einem Abo-Modell. Ein Einzel-Abo (Standard) kostet pro Kategorie 79 Euro pro Monat (inkl. MwSt.). Frühbucher zahlen 69 Euro (bis 30. Juni). Zum Testen bieten die webguerillas ein 3-Monats-Abo für 99 Euro pro Monat an. Studenten zahlen 49 Euro im Monat. Ein Firmen-Jahresabo kostet 395 Euro im Monat. (Die Zahl der Leser ist hier unbegrenzt. Zudem stellen die webguerillas der Unternehmensleitung einmal im Jahr kostenlos die neuesten Trends vor.) Nähere Infos zum Abo-Modell bietet die Website www.worldtrendmonitor.com.

Die R&H Agenturgruppe in Kürze: Zur Robert & Horst Agenturgruppe (www.robertundhorst.de) gehören im Kern die Robert & Horst Marketing GmbH sowie die webguerillas GmbH. Die Werber sind spezialisiert auf crossmediale Kampagnen mit Online- und Offline-Maßnahmen, die auffallend und originell genug sind, um zugleich in den Zielgruppen virales Marketing (Mundpropaganda) auszulösen. Robert & Horst (R&H) verlässt gerne etablierte Werbepfade. Für Special Services wie virales Marketing im Internet oder Guerilla-Marketing gründete R&H im Jahr 2001 das Spin-off webguerillas (www.webguerillas.de). Die jüngsten internationalen Preise belegen den Erfolg der Full-Service-Agentur. Unter anderem wurde R&H 2006 für die Online-„Cash-Machine“ (Kunde: T-Online) mit dem W3-Award in Gold von der International Academy of Visual Arts ausgezeichnet, erhielt den Deutschen Dialogmarketingpreis in Gold, gewann eine Bronzemedaille bei den New York Festivals und landete auf der Shortlist der Cyberlions in Cannes. 2005 wurden Robert & Horst mit dem iF Designaward für den Online-„Handleser“ (Kunde: ebenfalls T-Online) ausgezeichnet. Weitere Kunden sind unter anderem Sixt, Saab, Henkel, Simyo, Lee Jeans, Buena Vista Home Entertainment, Logitech, Hudson, Experteer und die Bavaria Film-Gruppe. Mittlerweile arbeiten 33 Mitarbeiter an drei Standorten (München, Wiesbaden und Rheda-Wiedenbrück) für die Agenturgruppe. Die Agentur Robert & Horst wurde 1997 in München gegründet.

Für weitere Informationen steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Robert & Horst Agenturgruppe

Henriette zu Dohna, Presse und PR

Pestalozzistr. 13-15, 80469 München

Tel: +49-89-23 55 52-0

Mob: +49-176-24 06 69 41

Mail: hd@robertundhorst.de

