

■ Giga

Videos locken Besucher

Mit Bewegtbild hat das Gaming-Portal seine Reichweite verdoppelt.

Die Strategie ist aufgegangen: Seit Januar hat **Giga**, das Portal für Gaming- und Technikinhalte, seine Reichweite mehr als verdoppelt. Waren es nach der **IVW** Top-100-Liste im Januar nur 4,3 Millionen Visits, kommt die Seite im Oktober auf 10,3 Millionen Besucher. Das entspricht dem Rang 78. Ähnliches gilt für die Unique User: Laut dem **AGOF**-Angebotsranking zählten diese im Januar nur 1,14 Millionen. Jetzt hat sich die Anzahl auf 2,34 Millionen verdoppelt, was die Seite auf Platz 91 von 694 hievt.

Das Fundament der Strategie bildet der Relaunch der Seite, in dessen Folge sich zunehmend mehr User auf der Seite tummelten. Weitaus wichtiger waren aber Webvideos. Zum einen begann Giga eigene Videos zu produzieren. Dadurch steigerten sich die **Youtube**-Video-

Views um 286 Prozent. Verweis-Traffic gab es auch von **Facebook**, **Twitter** und **Google+** – und zwar ganze 60 Prozent mehr: Seit die Giga-Redakteure verstärkt mit dem User in Interaktion treten, klicken diese offensichtlich auch lieber auf die Seite. „Giga setzt heute, genauso wie damals beim Start 1998 als erster interaktiver TV-Sender, auf enge Interaktion mit seinen Usern und Video-Inhalte. Uns war es wichtig, die Giga-Kernwerte zu erhalten und auf die User-Bedürfnisse im Zeitalter von Social Web, Youtube und mobiler Nutzung anzupassen“, so **Peggy Reichelt**, Vorstand des Unternehmens. In der neuen Strategie stehen alle Zeichen auf Mobile: Die neue Webseite ist für die mobile Nutzung optimiert, außerdem bietet das Unternehmen jeweils für **Apple** und **Android** verschiedene Apps an. Die User danken es: Die 449 000



Mobile Giga-User greifen gerne auch von unterwegs auf die Seite zu.

mobile Unique User bescherten dem Portal einen respektablen Platz 47 in den Top 50 der AGOF Mobile Facts. Außerdem hat sich das Portal auch thematisch breiter aufgestellt: Mit „Giga Software“ ergänzt seit August ein neuer Channel das Portfolio. Bis dahin gab es drei Themensparten: „Apple“, „Android“ und „Games“.

Das Unternehmen gibt es seit 15 Jahren. Als TV-Sender, zuletzt mit Fokus auf Gaming-Inhalte, war es wenig erfolgreich und zog deshalb 2009 mit seinen Inhalten komplett ins Netz um. *gb*

■ Futurest

ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSBERATUNG AUS EINER HAND

Die Innovationsberatung **Force Innovations** und die Unternehmensberatung **Kreutz & Partner** bündeln ihre Kräfte: Unter Beteiligung der Unternehmens-Spezialisten wird aus Force die Zukunfts- und Innovationsberatung **Futurest**. Der Vorteil für den geschäftsführenden Gesellschafter **Babak Zeini**: „Wir können nun die komplette Innovationswertschöpfungskette bedienen.“ Das neue Unternehmen will nicht nur

die Ideenentwicklung für Kunden begleiten, sondern auch die Umsetzung unterstützen. Zeinis Dienste sind gefragt: Zu den Referenzkunden gehören die **Deutsche Telekom**, die **EU** und Marken aus der Automobil- und Medienbranche. Die Nachfrage nach Trendanalyse und dem Innovationsmanagement ist deutlich gestiegen. Trends richtig einzuschätzen, ist dabei nicht so simpel. „Häufig ist gar nicht die Frage, ob ein Trend kommt

oder nicht. Die großen Themen treten ein – vielleicht nicht in der Geschwindigkeit oder Stärke wie ursprünglich gedacht“, erklärt Zeini. „Aber sie treten ein. Oft unterschätzen wir sie dann langfristig.“ Nach dem Hype folgt meist die Ernüchterung. Der tatsächliche Wachstumspfad wird dann gern verschlafen, was Beispiele wie Mobile oder soziale Netzwerke zeigen.

Ein anderes Problem bei Innovationsprojekten ist mangelnde Fehlerkultur. „Während der Entwicklungs- und Aufbauphase müssen Sie permanent intern und extern kommunizieren, um alle Teilnehmer am Ball und die Erwartungen im Griff zu halten“, empfiehlt Zeini. *rp*

Babak Zeini ist auch als Dozent an der Popakademie Mannheim tätig.

