

Wachstum dank Nutzerfokus

Gratwanderung zwischen UX und Umsatz

Entwicklung von Nextpit.de

Oktober 2020

Agenda

- **Vorstellung**
- **Geschichte von AndroidPIT.de / NextPit.de**
- **Entwicklung der Plattform aus technischer Sicht**
- **Rolle der Datenanalyse bei Nutzerverhalten**
- **Rolle der Datenanalyse bei der Monetarisierung**
- **Zukünftige Herausforderungen einer Plattform - Gratwanderung zwischen UX und Umsatz**
- **Persönliches Fazit zum Thema**



Christian Niemann

Head of Finance and Business Intelligence

Seit 2013 bei [Androidpit.de/Nextpit.de](https://www.androidpit.de/)

Kontakt: christian@nextpit.com

Studium: Diplom Wirtschaftsingenieurwesen
Informations- und Kommunikationssysteme,
TU Berlin

Anstellung: Werkstudent BI → Head of BI → Financial
Controller und Head of BI → Head of Finance
und BI

Aufgabenbereich: Finanzen (Cash-Flow, Budgetplanung,
Tagesgeschäft), Datenanalyse (strategisch und
operativ, alle Bereiche), Produktentwicklung
(Website) und Sales / Websitemonetarisierung

Geschichte von AndroidPIT / NextPit

- Gegründet 2009
- Blog über Android Smartphones und App-Tests
- Aufbau eines App-Stores (den ersten unter Android mit Bezahlungsfunktion)
- Große Lesertests und starke Community
- Internationalisierung Anfang 2010
- Peak 2015 mit ca. 23,5 Millionen User pro Monat
- Gesellschaft von AndroidPIT mit weiteren Geschäftsfeldern neben der Website
- Internationale Redaktion nutzt Synergieeffekte
- Eigenentwicklung von Ad Formaten
- Strategische Partnerschaft mit 1&1 2018/2019
- Diversifizierung des Themengebietes → Neues Publikum
- Von AndroidPIT zu NextPit Juli 2020

Technische Entwicklung der Plattform

- Eigenentwicklung des CMS
- Starkes und großes IT Team
- Eigenentwicklung einer App und eines App Stores
- Dadurch extreme Individualisierung
- Starker Fokus auf Community und Produkt → Grundlage für extremes Wachstum und mittlerweile über 6 Millionen registrierte Nutzer
- Wenig Fokus auf Monetarisierung der Plattform → Aufbau der Plattform stand im Vordergrund
- Extremer Fokus auf SEO-Content als Wendepunkt der Plattformentwicklung → Großes organisches Wachstum, weniger intensive Community
- Zusätzlicher neuer Fokus auf Monetarisierung
- Stagnierende Entwicklung der Plattform
- Strat. Partnerschaft 2018/2019 als neuer Monetarisierungsansatz
- Strategische Neuausrichtung Ende 2019 (anhaltend und in der Umsetzung)

Rolle der Datenanalyse bei Nutzerverhalten

On Page

- ❖ **Standard KPI's**
 - *Time on Page, Engagement Rate, Page per Session usw.*
- ❖ **Zahlen im Kontext sehen**
 - *Thema, Jahreszeit, Marktentwicklung*
- ❖ **Userverhalten**
 - *Wann wird was geklickt und wie wird Content konsumiert*

SEO

- ❖ **Traffic Source / Zusammensetzung**
 - *Organisch, Direkt, Referral usw.*
- ❖ **Nutzerfluss**
 - *Einstiegsseite und "next content"*
- ❖ **KPI's**
 - *Content, Bounce Rate und Website Speed*

User

- ❖ **Registrierungen**
 - *Anzahl und Interaktionen*
- ❖ **Returning vs New User**
 - *Kommen User zurück und warum?*
- ❖ **Entwicklung Power User**
 - *Langzeitbetrachtung als Indikator für den Zustand der Community*

Rolle der Datenanalyse bei der Monetarisierung

Display Affiliate

- ❖ **Standard KPI's**
 - *eCPM, Clicks und CTR*
- ❖ **Verhältniss Als zu Pls**
 - *Langzeitbetrachtung*
- ❖ **Optimierung der Einstellungen**
 - *Je nach vorhandenen Ressourcen → Extremes Optimierungspotenzial durch "richtige" Einstellungen im Displaybereich*

Andere Formen

- ❖ **Paid Content (zB Advertorials)**
 - *Auswirkung auf Stimmung (intern und extern)*
- ❖ **Special Paid Content (zB Usertests)**
 - *Community basierte Kampagnen*
- ❖ **Strategische Partnerschaft / Sponsorship**
 - *Einfluss auf die Community und Editorial Team*

Kontext

- ❖ **Relation zu den Userdaten**
 - *Isolierte Betrachtung vermeiden*
- ❖ **Fortlaufende Optimierung**
 - *Markt ist extrem schnell → Es gibt keine Garantien und endgültige Lösung*
- ❖ **Interne Stakeholder integrieren**
 - *Editorial Team Bindeglied zum User → muss berücksichtigt werden*

Zukünftige Herausforderungen einer Plattform

Gratwanderung zwischen UX und Umsatz

- Grundlage ist zu wissen, wer man ist, was man erreichen will und wer die Nutzer sind
- Marktumfeld ist extrem wichtig bei der Beurteilung
- Daraus ergeben sich Ansatzpunkte / Optionen, wie man sein Geschäftsmodell aufbauen kann
- NextPit ist ein Tech-News-Publisher mit starkem Fokus auf Community → Das bestimmt teilweise unsere Optionen im Bereich Monetarisierung
- Daten zu haben ist gut. Sie zu verstehen - und vor allem im Kontext betrachten zu können, ist die Herausforderung
- Vorhandene Ressourcen beeinflussen die Möglichkeiten stark → BI aus meiner Sicht aber unverzichtbar
- Extrem schnelles Marktumfeld → Stillstand beim Produkt kann sehr nachteilig sein → ständige Weiterentwicklung
- Auch die Monetarisierung ist extrem schnelllebig → Markt muss fortlaufend beobachtet werden und man muss sich anpassen
- Theoretisch hervorragende Monetarisierungsoptionen können trotzdem unpassend zur Plattform sein → Daten und deren Analyse ist unabdingbar
- Technische Ressourcen sind extrem wertvoll

Persönliches Fazit zum Thema

- Wer die Plattform nicht weiterentwickelt, wird langfristig verlieren → Anpassung an Trends und Technologien extrem wichtig
- Wer sich selbst und seine Nutzer nicht kennt, wird langfristig verlieren → Auseinandersetzen mit der Audience und sie aktiv integrieren als Chance verstehen
- Wer seine Daten nicht im Griff hat und nicht versteht, wie man sie lesen muss, wird langfristig verlieren → Je mehr Daten, desto besser! Aber es ist essentiell diese Daten im Kontext zu verstehen. Sonst können sie kontraproduktiv sein
- Wer sich nur auf eine Monetarisierungsform konzentriert und diese überreizt, verliert → man muss verschiedene Optionen und Möglichkeiten kombinieren und integrieren
- Wer sich nur auf einen Aspekt konzentriert (Produkt, SEO oder Monetarisierung), wird langfristig verlieren → limitierte Ressourcen müssen so eingesetzt werden, so dass eine möglichst ausgewogene Balance entsteht
- Wer seine Redaktion vernachlässigt, wird langfristig verlieren → Die Redaktion ist der Kern und die Verbindung zum User

address:

NextPit GmbH
Strelitzer Straße 58
10115 Berlin

contact:

Christian Niemann
e-mail: christian@nextpit.com

