



presseinformation – www.trnd.com/presse

trnd GmbH
the real network-dialogue
Winzererstraße 47d
D-80797 München
www.trnd.com
eMail: presse@trnd.com

Neue Online-TV-Show Trends im Praxistest.

München, 30. Mai 2007 – Die Mundpropaganda-Agentur trnd GmbH startet ab sofort mit der wöchentlichen Online-TV-Sendung „toptrnd Show“, in der die besten Trends der Woche auf Praxistauglichkeit getestet werden. Das Online-TV-Format ist eine Erweiterung der bisherigen Plattform „toptrnds“, auf der die 35.000 Mitglieder der Community trnd Trends und zukunftsweisende Produkte aus dem Netz sowie ihrem Alltag vorstellen und bewerten können.

Der Begriff „Trend“ wird heutzutage fast nur noch als kurzfristige Modeerscheinung im Sinne von „In-und-Out“ benutzt. Ob ein Produkt tatsächlich ein neuer Trend wird, entscheiden jedoch die Konsumenten und nicht die Firmen, die ihre neuen Produkte als trendig vermarkten. Die „toptrnd-Show“ geht genau dieser Sache auf die Spur. So testet die 25-Jährige Moderatorin Nina Eichinger jede Woche, welche Szene-Produkte, Gadgets, Ideen und Technologien tatsächlich „Trend-Charakter“ aufweisen und welche wohl kaum eine Chance auf den allgemeinen Durchbruch im Alltag haben.

„Die 'toptrnd-Show' ist für alle Leute interessant, die sich schnell und bequem darüber informieren wollen, was derzeit als hip und zukunftsweisend diskutiert wird.“, erklärt Rob Nikowitsch, Geschäftsführer der trnd GmbH. „ Ab sofort genügt es, wöchentlich die Online-TV-Sendung zu gucken, um sich über 'Cooles neues Zeug' eine eigene Meinung zu bilden und mitreden zu können.“, so Rob Nikowitsch über das Konzept der Sendung.

Nina Eichinger, Journalistin und Moderatorin, moderiert die 10-minütige „toptrnd-Show“. Produziert wird die Show von den Web-TV Spezialisten H2OMEDIA in Kooperation mit Podcast-Pionier Alex Wunschel, der den bekannten Marketing-Podcast „Blick über den Tellerrand“ produziert und Kunden wie Playboy, Starbucks und MSN in Sachen Podcasting berät.

Die Pilotfolge der „toptrnd-Show“ ist seit gestern online auf www.toptrnd.com zu sehen.

Weitere Infos und Bildmaterial:

<http://www.trnd.com/presse>

Ihre Ansprechpartnerin:

trnd GmbH

Verena Schmunk

Telefon (0 89) 307 668 – 130

eMail: verena@trnd.com

Über Mundpropaganda:

Mundpropaganda (Word-of-Mouth) bezeichnet den privaten Austausch marketingrelevanter Informationen (z.B. Empfehlungen, Kauftipps) von Konsument zu Konsument. Seit jeher werden Kaufentscheidungen zum Großteil aufgrund von Empfehlungen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis gefällt. Die Unternehmensberatung McKinsey hat festgestellt, dass zwei Drittel der US-Marktwirtschaft von Mundpropaganda beeinflusst werden. Umso erstaunlicher ist es, dass Mundpropaganda bisher von Marken und Unternehmen nicht aktiv im Marketing eingesetzt wird.

Über trnd:

trnd - die Abkürzung für "the real network dialogue" - ist der Mundpropaganda-Marketing-Pionier im deutschsprachigen Raum. trnd bietet Unternehmen erstmals die Möglichkeit, das hocheffektive Instrument Mundpropaganda im Marketingmix plan- und messbar einzusetzen und damit gezielt private Gespräche von Konsument zu Konsument anzuregen. Dazu hat die trnd GmbH das notwendige Instrumentarium geschaffen: das einzigartige trnd-Mundpropaganda-Netzwerk mit tausenden aktiver Influentials (Meinungsführer/ Multiplikatoren), sowie die Technologieplattform trndsphere zur gezielten Steuerung und Analyse von Mundpropaganda-Kampagnen. Seit Anfang 2005 wurden Projekte für Kunden wie ElectronicScout24, Nintendo, Opel, PAYBACK, simyo, smart, Spreadshirt oder Wrigley realisiert.

trnd GmbH . Winzererstraße 47d . D-80797 München . Sitz in München - Registergericht München - Handelsregister-Nr: HRB 138066 - Amtsgericht München - UStID gemäß § 27a UStG: DE238390954 - Geschäftsführer: Rob Nikowitsch, Torsten Wohlrab, Robert Schlittenbauer. www.trnd.com . eMail: presse@trnd.com .