

## **Studi.biz zeigt seine grüne Seite – oder: Muesli ist das neue Studentenfutter!**

Pforzheim/Passau Mai 2009

Wie man sich erfolgreich differenziert und gleichzeitig den dynamischen Kundenbedürfnissen gerecht wird hat das prämierte Startup „**mymuesli.de**“ im vergangenen Geschäftsjahr eindrucksvoll demonstriert. Personalisiertes Bio-Müsli hat sich als attraktives Geschäftsmodell entpuppt. Jetzt soll noch stärker die attraktive Zielgruppe der Studenten angesprochen werden!

**studi.biz**, das Businessportal, das „Studenten mit Marken ins Geschäft“ bringt, eröffnet eine neue Rubrik rund um das Thema „Bio-Lebensmittel“ und **mymuesli** ist gleich von Anfang an mit dabei.

Zusätzlich zur schon vorhandenen Kommunikations- und Saleslösung als sogenannter **biz.Partner**, durch die sich in den letzten Monaten bereits Marken wie **s.Oliver**, **e-Plus** oder die **Citibank** erfolgreich präsentiert haben, bietet **studi.biz** ab Mai 2009 bekannten Markenherstellern von Bio-Lebensmitteln eine Plattform, auf der ihre Produkte in Interaktion mit der Zielgruppe getestet und empfohlen werden können.

Dieses neue Angebot läuft unter dem einprägsamen Titel „**Sok San Bio**“. Sok San ist ein ausgewählter Student der Ernährungswissenschaften, der ab Mai Bio-Marken und ihre Produkte testen und empfehlen sowie in regelmäßigen Abständen über Innovationen und sonstige News aus dem Bio-Markt berichten wird. Diese Rezensionen (Reviews) werden Studenten auf einer eigens dafür eingerichteten Seite in unterhaltsamer Video-Form präsentiert. **mymuesli.de** wird als erste Marke von Sok San vorgestellt.

Und weil nichts authentischer ist als die Ansprache der potentiellen Kunden durch die Zielgruppe selbst („Empfehlungen von Studenten für Studenten“) wird **studi.biz** dieses Empfehlungssystem in Video-Form, kurz **studi.biz Review** genannt, auf ein erweitertes Markenportfolio anwenden. Geplant ist eine Rubrik, in der ein deutschlandweit aktiver Kinobetrieb ausgewählten Studenten freien Eintritt zu Filmvorstellungen bietet. Diese verpflichten sich im Gegenzug regelmäßig persönliche Filmkritiken und Empfehlungen zu veröffentlichen und der Marke Feedback zum Kinoangebot zu geben.

### **Firmenportrait**

**studi.biz** ist das Businessportal für Studenten. Ziel des 2008 gegründeten Portals ist es, Marken und Studenten miteinander ins Geschäft zu bringen (u.a. über Contests, Empfehlungen, Produkt- und Markentests). Das siebenköpfige Team wird dabei von den rund 20 **studi.biz**-Botschaftern unterstützt, die deutschlandweit für **studi.biz** auf dem Campus unterwegs sind. Zu den auf **studi.biz** vertretenen Marken zählen u.a. die Deutsche Bahn, Citibank, s.Oliver und Yves Rocher.