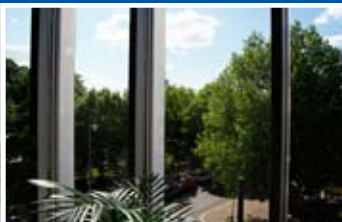




LOMEX Media GmbH



Unternehmensdarstellung **2009**



Inhaltsverzeichnis

2

Über LOMEX Media 3

Das Management 4

Medienerotik - neue Zugänge zur Erwachsenenunterhaltung 4

Expertise 5

Unternehmensentwicklung 6

Vertrauenswürdigkeit & Transparenz 6

Jugendschutz 6

Zielgruppe 7

Portfolio 7

Kontakt 8

Über LOMEX Media

LOMEX Media ist ein konzernunabhängiges Internet-Unternehmen mit Sitz in Berlin, das Anfang 2002 gegründet wurde und auf die Konzeption, Entwicklung, Redaktion und Vermarktung von hochwertigen vollerotischen Medienformaten ausgerichtet ist.

LOMEX Media ist der führende deutsche Anbieter im Bereich der Medienerotik und damit spezialisiert auf die enge Zusammenarbeit mit großen Medienmarken im Internet. In diesem Kontext entwickelt das Unternehmen Kooperationsformen, die die hohen Ansprüche redaktioneller General- und Special-Interest-Umfelder berücksichtigen und umsetzen. Das gilt für Fragen des Jugendschutzes, der Transparenz und der Vertrauenswürdigkeit ebenso wie für eine stilvolle Präsentation der Inhalte. Auf der Liste der Unternehmen, mit denen LOMEX Media erfolgreich an der Konvertierung großer Traffickmengen in konkrete Umsatzzahlen arbeitet oder gearbeitet hat, stehen Anbieter wie Bild.de, Sat1.de, Bauer Media AG, Vodafone, GMX und Sevenload.

Das Unternehmen betreibt außerdem eine Reihe sehr erfolgreicher Erotik-Portale, denen unterschiedliche Konzepte zugrunde liegen. Über diese Kanäle vertreibt es ausgesuchte erotische Inhalte (Videos, Livecams, Fotos), die im In- und Ausland eingekauft und „web-adäquat“ aufbereitet werden. **LOMEX Media** konzentriert sich also ausschließlich auf den Vertrieb erotischer Inhalte und verzichtet auf eigene Produktionen.

Das Unternehmen hat sein Geschäftsmodell von Anfang an auf das Internet ausgerichtet. Es betreibt ein ständiges Tracking und Controlling der Nutzungsabläufe und arbeitet laufend an deren Optimierung. Daher verfügt **LOMEX Media** über eine ausgeprägte Marketing- und Monetarisierungskompetenz. Herausragende Bedeutung genießt ein ausgefeiltes Customer Relationship Management (CRM), aufgrund dessen LOMEX Media auf ungewöhnlich langfristige Kundenbeziehungen blickt und hohe Umsatzergebnisse pro Kunde erzielt.

Diesem Know-how ist es zu verdanken, dass der Traffic auf den **LOMEX Media** Portalen überdurchschnittlich oft in bezahlpflichtige Abschlüsse umgewandelt wird. Die Fokussierung auf sogenannte Membership-Modelle generiert einen ständig wachsenden Kundenstamm und eine entsprechend positive Umsatzentwicklung, von der auch die Kooperationspartner unmittelbar profitieren. Mit Zuwachsraten im hohen zweistelligen Bereich hat sich dieses Geschäftsmodell trotz der Umbrüche in der Erotikbranche und auch vor dem Hintergrund der schwierigen Wirtschaftslage als außerordentlich krisenfest erwiesen.

Das Management

Christian Lang (42) ist Gründer und Geschäftsführer von **LOMEX Media**. Nach dem Abschluss seines Studiums sammelte der Diplom-Kaufmann bei Procter&Gamble sieben Jahre umfassende Marketing- und Managementenerfahrung und verantwortete dort als Brandmanager diverse Marken wie Hugo Boss Prestige Fragrances und Pampers. Im Jahr 2000 schloss er sich als Senior Vice President Marketing dem Internet-Startup mytoys.de an, zwei Jahre später gründete er die **LOMEX Media GmbH**. Dort liegen seine inhaltlichen Schwerpunkte in den Bereichen Marketing, Finanzen und New Business.

Mirko Schlossmacher (35) ist seit 2003 bei **LOMEX Media** und seit März 2008 Mitglied der Geschäftsleitung. Er studierte in Hannover Wirtschaftswissenschaften, wechselte während des Booms der Dotcom-Phase an die Mediadesign Hochschule Berlin und machte dort sein Diplom im Bereich ‚Neue Medien‘. Seit 2003 betreut er bei **LOMEX Media** diverse Webauftritte der Angebotsform Abonnement & Pay-per-View. Seine Expertise liegt besonders in den Bereichen Marketing, Konzeption und Jugendschutz.



Christian Lang
Geschäftsführer



Mirko Schlossmacher
Geschäftsführer

Medienerotik - neue Zugänge zur Erwachsenenunterhaltung

Das Kooperationsgeschäft von **LOMEX Media** stützt sich auf ein tiefgehendes Verständnis für die Belange und Anforderungen redaktioneller Medienmarken im Internet. Mit der Medienerotik sind neue Zugänge für Publisher entstanden, die ihnen den Anschluss ans Erotikgeschäft ermöglichen, ohne dadurch Nachteile für ihre Marken und Umfeldler in Kauf nehmen zu müssen.

- Medienerotik berücksichtigt die besonderen Interessen und Anforderungen, die reichweitenstarke Portale an ihre Inhalte und Kooperationspartner stellen
- Die Verpackung muss stimmen - sämtliche Inhalte müssen sich geschmackvoll, hochwertig und glossy präsentieren
- Alle Elemente, die in das redaktionelle Umfeld von Medienmarken eingebunden werden, werden zugunsten einer nahtlosen Integration individuell konzipiert und angepasst
- Das Angebot muss sich zeitgemäß präsentieren und nachgefragte Trendthemen berücksichtigen, wie derzeit zum Beispiel den Bereich Frauenerotik
- Die Trennung zwischen Medienmarke (jugendfreier Content) und Erotikanbieter (Ü18-Inhalt) muss erkennbar bleiben
- Sämtliche Jugendschutzregelungen werden kompromisslos eingehalten
- Sicherheit und Verlässlichkeit: Pricing und Abrechnungsmodalitäten müssen absolut transparent, kalkulierbar und vertrauenswürdig gestaltet sein

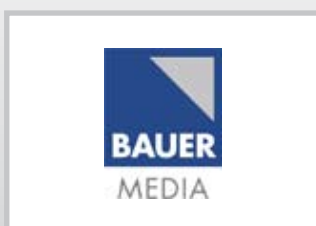
Expertise

Das Hauptaugenmerk erstreckt sich auf die zentralen Felder des eCommerce und auf die Betreuung und Redaktion der jeweiligen Angebote.

Zu den Kernpunkten gehören neben Online Marketing die Bereiche:

- transaktionsbasiertes Paid Content Geschäft
- Subskriptionsmodelle
- Customer Relationship Management
- Customer Services
- Digital Rights Management
- Tracking Tools
- Content Management Systeme
- Online Communities
- Video-on-Demand
- Mobile Content
- Jugendschutz

Von diesen Erfahrungen und Kompetenzen profitieren auch die Kooperationspartner von **LOMEX Media**. Das Unternehmen ist seit Jahren bevorzugter Partner großer Medienportale von Verlagen, Internet-Dienstleistern und privaten TV-Sendern. Auf der Liste der Unternehmen, mit denen LOMEX Media erfolgreich an der Konvertierung großer Trafficismengen in konkrete Umsatzzahlen arbeitet oder gearbeitet hat, stehen Anbieter wie **Bild.de**, **Sevenload.de**, **Sat1.de**, **Bauermedia.com**, **Vodafone.de** und **GMX.de**. Die Angebote werden jeweils eng auf die individuellen Bedürfnisse des Kooperationspartners zugeschnitten. Sie zeichnen sich durch einen aufwendigen Darstellungsstil aus, der sich konsequent an den Qualitätsansprüchen der jeweiligen Partnermarke orientiert.



Unternehmensentwicklung

Die Erfolgsgeschichte von **LOMEX Media** beginnt im Jahr 2002 in einer kleinen Berliner Zweizimmer-Wohnung. Dort entwickelt ein vierköpfiges Gründungsteam - erfahren im Bereich E-Commerce, aber ohne jegliche Vorkenntnisse im Erotikgeschäft - die ersten beiden Portale Babeslounge.de und Foxclub.de und bringt sie schließlich erfolgreich an den Start. 2004 folgen die ersten Kooperationen mit großen Medienmarken, unter anderem mit Bild.de. Im Jahr darauf kommt eine Kooperation mit Sat.1 hinzu. Im Jahr 2005 fällt auch der Startschuss für die FSK16-Site SQ-Girls.de: der Launch der Plattform erotik1.de (in Zusammenarbeit mit Bild.de) sowie die Verleihung des Web-E-Line-Awards für SQ-Girls.de folgen 2006. 2007 findet das inzwischen 17 Mitarbeiter umfassende Team im Herzen Berlins ein neues Zuhause, das ausreichend Raum für weiteres Wachstum bietet. **LOMEX Media** hebt das Video-on-Demand-Portal BLUVISTA.tv aus der Taufe und führt damit eine neue Erfolgsmarke in den Markt ein, die nach und nach mit weiteren Angeboten diversifiziert wird. BLUVISTA.tv und erotik1.de werden 2007 ebenfalls mit dem eLine Award ausgezeichnet. Mitte 2008 startete mit dem Livecam-Portal BLUVISTAcams.tv die erste Line-Extension der Marke BLUVISTA.tv, kurz danach folgt das Flatrate-Angebot BluvistaClub.tv. Das Unternehmen investiert weiterhin in innovative Technologien und Anwendungen; Zukunftsfelder sind beispielsweise die Bereiche IP-TV und Digital-TV.

Vertrauenswürdigkeit & Transparenz

Vertrauenswürdigkeit, Service und Sicherheit werden bei **LOMEX Media** groß geschrieben. Nicht zuletzt deshalb hat sich das Unternehmen bewusst für einen Firmensitz in der Mitte Berlins entschieden, während viele deutschsprachige Erotik-Anbieter aus dem Ausland operieren, um rechtliche Hürden zu umgehen. Sämtliche LOMEX-Portale weisen die vollständige Adresse und Telefonnummer des Unternehmens aus. Ein hauseigener Kundenservice ist tagsüber jederzeit am Firmensitz zum Normaltarif erreichbar, die Mitarbeiter geben Hilfestellungen bei technischen und portalspezifischen Fragen. Transparenz und Datenschutz gelten auch im Hinblick auf die angebotenen Zahlverfahren. Die Berliner arbeiten ausschließlich mit anerkannten, namhaften Partnern zusammen, die ein Maximum an Sicherheit garantieren.

Jugendschutz

LOMEX Media legt großen Wert auf die Einhaltung höchster Jugendschutz-Maßstäbe. Bevor Usern Zugang zu Vollerotik-Inhalten gewährt wird, fordert das Unternehmen gemäß den strengen gesetzlichen Bestimmungen in Deutschland ausnahmslos eine verlässliche Altersverifikation. Zur Wahl stehen dafür unterschiedliche Verfahren, die zur Bestätigung der Volljährigkeit des Nutzers akzeptiert werden: das Post-Ident-Verfahren, eigenhändiges Einschreiben, Altersnachweis per Webcam sowie das Konto-PIN-Verfahren. Als verantwortungsbewusster Erotik-Anbieter unterstützt das Unternehmen darüber hinaus aktiv das Jugendschutzsystem JusProg (www.jusprog.de). JusProg ist die einzige Filterschutzsoftware, die von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) als Modellversuch zugelassen wurde, da sie entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte effizient blockt und somit ein hohes Maß an Schutz für Minderjährige bietet. Installieren Eltern den JusProg-Filter auf dem heimischen PC, sind indizierte Webseiten nur noch per Passwort-Eingabe zu erreichen.

Zielgruppe

Die Klientel von **LOMEX Media** setzt sich mehrheitlich zusammen aus männlichen, solventen Nutzern im Alter über 35 Jahren, die die Nutzung von vollerotischen Angeboten als Teil ihres Lifestyles verstehen. Sie legen größten Wert darauf, sich dabei keinen Sicherheitsrisiken auszusetzen und Inhalte legal zu erwerben.

Portfolio

BLUVISTA.tv

ist das 2007 erfolgreich gestartete Video-on-Demand-Portal von **LOMEX Media**. Es bietet mehr als 1.200 Vollerotik-Videos, die als Download oder als Stream angeschaut werden können und jeweils für 24 Stunden zur Verfügung stehen. Täglich kommen neue Produktionen hinzu. BLUVISTA.tv arbeitet mit einer hoch entwickelten Download- und Stream-Technologie, die auch für künftige Produktinnovationen von Bedeutung sein wird.

.....



BLUVISTAcams.tv

ist das erste Spin-Off der erfolgreich eingeführten Marke BLUVISTA.tv. Das Angebot umfasst mehr als 1.000 Live-Cams von Frauen, Männern und Paaren, mit denen die Nutzer rund um die Uhr in Kontakt treten können.

.....



BluvistaClub.tv

ist ein Membership-Angebot, das seit August 2008 die Markenfamilie BLUVISTA vervollständigt. Damit findet der User alle relevanten Erotikangebote unter dem blauen BLUVISTA-Markendach.

.....



Weitere Angebote

erotik1.de

Das Angebot des Erotikportals liefert einen Mix aus hochwertigem Erotik-Content, bestehend aus Videos, Bildergalerien und verschiedenen Reality-Formaten aus den USA.

.....



erotik1cams.de

Bei erotik1cams.de, einer Line Extension von erotik1.de, handelt es sich um ein separates LiveCam-Angebot, bei dem mehr als 1.000 Frauen, Männer und Paare live von zu Hause senden.



Kontakt

LOMEX Media GmbH

Monbijouplatz 5

D-10178 Berlin

fon +49 (0) 30 8 14 50 63 0

fax +49 (0) 30 8 14 50 63 33

mail info@lomexmedia.de

