

Bundesweiter Kunde für Listing-Startup Überall

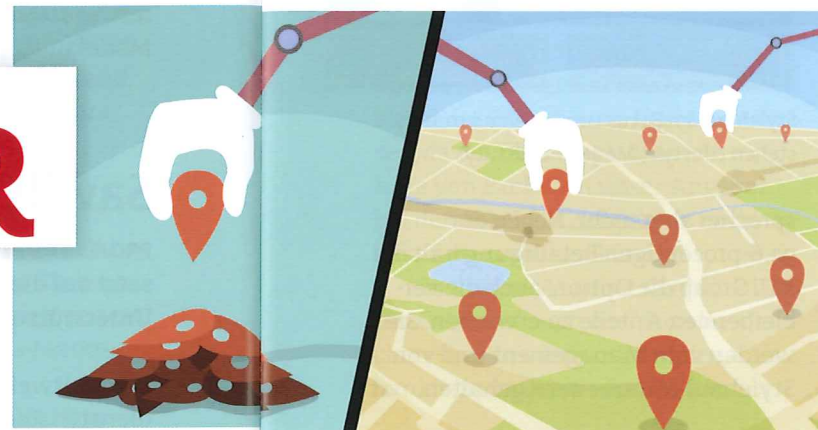
GEOMARKETING · Mit den DER Reisebüros und ihren 500 Filialen kann die Plattform Überall den nächsten großen Kunden vorweisen. Neben den Bestandsdienstleistungen in Sachen Geomarketing schraubt das Team auch an neuen Features.

Nach einer Reihe von Berliner Kunden kann das 2013 an den Start gegangene **Überall.com** mit **DER Deutsches Reisebüro** einen bundesweit aktiven Referenzkunden vorweisen. Für die über 500 Standorte der Tochter von **DER Touristik** übernimmt die Plattform die Überarbeitung und Vereinheitlichung der Datensätze in Onlineverzeichnissen. Überall sorgt dafür, dass die korrekten Daten der Filialen – wie Adresse, Öffnungszeiten, Beschreibung – hinterlegt werden. Das zeigt aber nur zum Teil den Nutzen von Überall auf. Letztendlich geht es den Berlinern um die

Effekte für Local Search und Geomarketing. Denn die jeweiligen Profile der regionalen Geschäfte helfen nicht nur Kunden auf direkter Informationssuche in den Verzeichnissen, sie zahlen auch positiv auf die Sichtbarkeit bei **Google & Co.** ein.

„Wir bedienen ein Partnernetzwerk von rund 30 Onlineverzeichnissen, Branchenbüchern, mobilen Apps und Kartendiensten“, sagt **Joshua Benner**, Mitgründer und Director Operations von Überall. Dazu zählen

Google Maps, **MeinStadt.de**, **YellowMap** oder Navigationsanbieter wie **TomTom** und **Garmin**, aber auch kleinere. „Die kleineren Verzeichnisse spielen auch



eine wichtige Rolle – in Summe bringen sie positive Effekte bei der Suchmaschinenpositionierung“, erklärt Benner.

Überall bietet seinen Service mit Jahresvertrag und Monatsgebühren an. Das Team überprüft dabei nicht nur Einträge, es werden auch neue Profile angelegt, die über die Plattform zentral gepflegt werden können. Neben den Stammdaten gehören zu den Profilen auch Öffnungszeiten, Schlagworte, Unternehmensbeschreibungen oder Bilder. Faktoren, die die Sichtbarkeit in Suchmaschinen erhöhen sollen. Zugleich schafft das kontrollierte Anlaufpunkte für Nutzerbewertungen oder Kommentare, die in Diensten wie **Yelp** einen wichtigen Rankingfaktor darstellen. „Wir informieren unseren Kunden in einem zentralen Postfach über sämtliche Bewertungen und Anfragen in den einzelnen Portalen“, sagt Benner. „So fördern wir einen besseren Kundendialog.“

Gleichzeitig schafft der Dienst eine gepflegte Datengrundlage, auf die regionale Maßnahmen aufsetzen könnten. Der Markt für regionales

Onlinemarketing ist in Deutschland immer noch nur begrenzt erschlossen. Eine Ausbaustufe von Überall soll den Punkt regionaler Angebote sogar aus der Plattform selbst heraus ermöglichen. „Im nächsten Jahr werden Kunden auch Angebote oder Specials bei uns einstellen können, die dann in Echtzeit an die Plattformen übermittelt werden, die derartige Funktionen unterstützen“, kündigt Benner an.

Was ebenfalls technisch machbar wäre, sobald es ein Kunde wünscht,

Standortdaten stellen einen nicht zu unterschätzenden Faktor für das Onlinemarketing für Filialgeschäfte dar.

ist die automatische Erstellung von Landingpages für einzelne Filialen, auch für den Zugriff über Mobilgeräte optimiert. Oder die Integration sogenannter Widgets in bestehende Seiten, in denen dann die aktuellen Informationen der jeweiligen Ortsfiliale – Öffnungszeiten, besondere Angebote und mehr – angezeigt werden. Auch das wären Bausteine, auf die regionales Onlinemarketing gut aufsetzen könnte.

Zu den Kunden des Unternehmens zählen bislang **Lotto Berlin** sowie das Berliner Basecamp von **E-Plus**. Die Technik von Überall stellt auch die Grundlage für das im Oktober gestartete Angebot **List Local** von **1&1** dar. Mit dem **United Internet-Reich** ist Überall ohnehin verbunden: Mit **1&1** existiert ein langfristiger Kooperationsvertrag, **United Internet Ventures** hält ein Viertel der Anteile an Überall. *rp*

IS24-App für Smart-TV

INFOTAINMENT · Mit einer Smart-TV-App legt **ImmobilienScout24** den Grundstein für eine neue themenbezogene Mediathek.

Ab sofort bietet **ImmobilienScout24** eine gemeinsam mit dem **Fraunhofer-Institut** entwickelte Gratis-App an, die sich auf Smart-TVs von **Samsung** über den geräte-eigenen App-Store installieren lässt. Der Schwerpunkt der App liegt auf dem Aspekt Infotainment, die Beiträge haben keinen rein werblichen Charakter, sondern sollen unterhaltsam und informativ Inhalte mit hohem Mehrwert für den Nutzer transportieren. So soll es interaktive Ratgeber-Videos geben oder Rundgänge durch Musterhausparcs. „Diese Beiträge können mit hoher Sichtbarkeit von Partnerunternehmen gebranded werden“, erklärt eine Unternehmenssprecherin. Die Inhalte kuratiert **ImmobilienScout24** und stimmt die Konzeption und Produktion gemeinsam mit den Partnern ab. User, die eine Immobilie über die Webseite des Unternehmens gesucht haben, können sich das Exposé dazu auf dem Smart-TV ansehen. Aber auch der Aufruf von Immobilien am Smartphone oder Tablet über integ-



Smart-TV Die neue App ist auf Samsung Smart-TVs der neuesten Generation installier- und nutzbar.

rierte QR-Codes ist möglich. Die App bietet eine Reihe weiterführender Informationen wie Stadtteil-Videos oder Infografiken mit Marktdaten sowie virtuelle 360-Grad-Rundgänge, die bequem vom Sofa aus per Fernbedienung gesteuert werden können.

Die mit der App gestartete themenbezogene Mediathek will **ImmobilienScout24** zukünftig auch auf das Web und Tablets erweitern. 57 Prozent der Visits erfolgen heute bereits über mobile Geräte, rund 30 Prozent der User nutzen mehrere Geräte wie PC, Smartphone oder Tablet parallel. *st/lp*

Rebuy erweitert seine App

GEBRAUCHTWAREN · Die An- und Verkaufsplattform **Rebuy** erlaubt Nutzern jetzt auch den Verkauf von Elektronikartikeln via App.

Rebuy Commerce will seine mobilen Umsätze ausbauen: Ab sofort können Nutzer der App des Unternehmens nicht nur Medienartikel, sondern auch Elektronikprodukte wie Smartphones über die App verkaufen. Genauer gesagt: Sie können die Produkte **Rebuy** zum Verkauf anbieten und den entsprechenden Auftrag via App abschlie-

ßen. Medienprodukte lassen sich mit der App über Code-Erkennung einscannen, bei Elektronik muss der entsprechende Modellname ausgewählt werden.

Die Plattform erzielte 2013 mit dem An- und Verkauf gebrauchter Produkte rund 55 Millionen Euro Umsatz. Die Schwerpunkte im Shopangebot stellen Medienartikel – DVDs, Blu-Rays, CDs oder Bücher – und Elektronikartikel dar. Kunden schicken ihre Produkte an **Rebuy**, das sie anschließend weiterverkauft. *rp*

Advertising

- 4 **Kerrygold** screent den Agenturmarkt, Etathalter TBWA ist beim Auswahlprozess nicht dabei
- 5 **Joop** will seine Dachmarke aufpolieren und begibt sich auf Agentursuche
- 6 **GDV** Finale im Pitch um den Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft
- 8 **Lesch + Frei** gewinnt mit Clariant und Architekt Mäckler zwei Neukunden
- 9 **BBDO Berlin** verstärkt ihr Kreativteam für den Kunden Smart
- 10 **Rabbicorn Media** spaltet sich in Bakery Films und Rabbicorn Films auf
- 11 **Brandyourlife** sorgt für den Produkt-Launch von Oneglass Cocktail
- 12 **Nextbrand** hat einen neuen Partner und baut die Gesundheitsexpertise aus
- 13 **Powerkeks** holt den PR-Etat des Lifestyle-Versandunternehmens Impressionen

New Media

- 14 **Überall** Listing-Startup gewinnt DER Reisebüros als Kunde
- 15 **ImmobilienScout24** launcht Gratis-App für Smart-TV
- 16 **RTL** erhöht seinen Anteil am US-Modenetzwerk Stylehaul
- 17 **Exelution** gewinnt Institut für Vermögensaufbau als Neukunden
- 18 **Studie** „Aufnahmefähigkeit“ und „Aufmerksamkeit“ als neue Metriken zur Messung von Onlinewerbung
- 20 **Startup-Check** Vive lässt die Community chatten

SERIE Business-Trends

- 22 **Internationale Digitalmärkte, Teil 1** Die Suche nach spannenden Märkten

Medien

- 24 **Springer** ASMI-Chef Peter Würtenberger sehnt sich nach neuen Aufgaben
- 25 **Norbert Fuhs** Der Osnabrücker Verleger muss Schadenersatz leisten
- 26 **M. DuMont Schauberg** will in Kürze einen neuen Onlinevermarkter präsentieren
- 27 **Tandem Communications** Erfolg mit internationalen Projektpartnern
- 28 **Bauer** zieht sich aus Erotikgeschäft zurück
- 29 **Burda** sucht das Geschäft mit Kunst
- 30 **Capital** Das Magazin startet mit Capital History ein Sonderheft zur Wirtschaftsgeschichte
- 32 **Gruner + Jahr** baut Verwaltungskosten ab und spart an der Security

32 Impressum

34 Client Award



© Christoph Born

Ralph-Bernhard Pfister
Redakteur

In die Ferne schweifen

Trotz des sauberen Triebwerksstotterns an der Börse: In Sachen Skalierung und Internationalisierung stellt Rocket Internet das Paradebeispiel der deutschen Digitalszene dar. Europa, Asien, Afrika, Australien, Amerika – die Rocket-Weltkarte ist gut besetzt. Aber auch Unternehmen mit eigenen Geschäftsideen machen sich Gedanken über ihre Internationalisierung. Nicht nur, weil sich im globalen Wirtschaftsraum Gewichte verschieben und neben China auch Nationen wie Brasilien, Mexiko oder Russland an Deutschland in Sachen Bruttoinlandsprodukt perspektivisch vorbeiziehen werden. Auch deshalb, weil die Reichweite im deutschen Markt begrenzt ist, sich aber viele Geschäfte – selbst wenn sie digital sind – nicht ohne Präsenz vor Ort erfolgreich etablieren lassen.

Um das Blickfeld einmal jenseits der üblichen Verdächtigen zu erweitern, stellt der Kontakter in den kommenden Wochen fünf Märkte anhand von Unternehmen vor, die dort bereits aktiv sind oder gerade einsteigen. Einen grundsätzlichen Überblick über die Länder und die Gründe, warum wir sie ausgewählt haben, finden Sie ab Seite 22.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

■ DIREKT-KONTAKT

Fragen an die Redaktion:

Tel. 0 89/2183-76 57, chefredaktion@wuv.de
Hultschiner Straße 8, 81677 München

Ihr Abonnenten-Service:

Tel. 0 61 23/92 38-2 03, wuv@vuservice.de