

Verzeichnis medien

[vdav] Mitglieder-Zeitschrift _ Ausgabe 1 | Februar 2018

[vdav] intern

epriacy – Das erste Jahr ist nun vorbei!

Seite 2

Aus den Mitgliedsunternehmen

Siegerehrung Bundes-Schülerfirmen-Contest

Seite 5

GfK-Studie: Gelbe Seiten ist wichtige Informationsquelle – Mobile Suche deutlich gestiegen

Seite 11

„Rufen Sie bitte nicht mehr an!“
Das Örtliche warnt vor Spam-Anrufen

Seite 16



vdav

Der Deutsche
Medien-Mittelstand.
Kommunikation. Information. Kontakte

Mein Name: Olaf H. Tonner

Mein Alter: 62 Jahre

Geburtsort und aufgewachsen:
in Pinneberg, eine Stadt im schönsten Bundesland der Welt.

In der Branche seit:
1988 bei der Dumrath & Fassnacht KG in Hamburg.

Damit habe ich vorher schon mal meine Brötchen verdient:
– Schifffahrtskaufmann bei der HAPAG-LLOYD AG
– Soldat bei der Bundesmarine
– Angestellter in einer Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Mein ursprünglicher Berufswunsch war:
Studierter Land- oder Forstwirt, hätte mir zeitweise aber auch eine Ausbildung zum nautischen Offizier bei der Handelsmarine vorstellen können.

Ich bin stolz auf:
Meine Kinder und darauf im Leben nicht alles falsch gemacht zu haben.

Ich bin dankbar, dass:
es das Schicksal bislang so gut mit mir gemeint hat.

Meine größte Herausforderung:
Ein Unternehmen so zu leiten, dass Gesellschafter und MitarbeiterInnen zufrieden sind über das Erreichbare und Vertrauen in die zukünftige Entwicklung haben.

Meine Leidenschaft(en):
Süßigkeiten, Pferd, Hund und die Natur.

Was ich unbedingt noch machen muss (möchte):

Muss: Unzählige Fotos sortieren und von gesammelten Sachen trennen.
Möchte: Afrika, Australien und Neuseeland bereisen.

Meine Musik:
Klassik und POP.

Liebblingsreiseziel:
Sankt Peter-Ording.

Womit mir meine Mitmenschen am meisten auf den Keks gehen:
Mit Krümelkackern und Besserwissern habe ich so meine Probleme.

Wofür ich andere bewundere:
Für ihre Zielstrebigkeit, ihr Durchsetzungsvermögen, die gleichbleibend gute Laune und den Optimismus.

Was ich an mir selbst mag:
Meinen Sinn für Humor und meinen zeitlosen Haarschnitt.

Was ich an mir selbst nicht mag:
Alle, die sich für sehr dynamische Manager halten beantworten diese Frage immer mit „Ungeduld“. Bei mir sind es aber eher bestimmte Angewohnheiten, die andere an mir auch nicht mögen.

Was ich unbedingt hier noch loswerden möchte:
Ich bin sehr dankbar, dass ich ein hoch interessantes Berufsleben und ein Leben in Freiheit habe, in dem ich bislang viele Persönlichkeiten treffen durfte, die mir sehr viel bedeuten.



[STECKBRIEF]

[OLAF H. TONNER]

[VDAV] INTERN

eprivacy – Das erste Jahr ist nun vorbei!

Es ist Zeit, eine kurze Zusammenfassung des Sachstands zu geben:

Der vor einem Jahr erstmals „geleakte“ und am 11. Januar dann offiziell veröffentlichte Entwurf der Kommission enthielt in dem die Verzeichnismedien betreffenden Art 15 Formulierungen, die ein weiteres Erscheinen von Teilnehmerverzeichnissen in der heutigen Form unmöglich gemacht hätten, da u. a. nicht mehr die Telkos, sondern die Verleger ein Einverständnis der user hätten einholen müssen. Diese Formulierung dürfte schlicht dem Umstand geschuldet gewesen sein, dass in der Kommission noch niemand mitbekommen hatte, dass die Branchen für Telekommunikation und für Teilnehmerverzeichnisse bereits seit rund zwei Jahrzehnten in so gut wie allen Mitgliedsstaaten vollkommen voneinander getrennt agieren, d. h. nur in den seltensten Fällen die Telkos noch und auch für die Herausgabe der Verzeichnisse zuständig sind.

TERMINE 2018

Branchentermine

11. April – 13. April 2018

LOCALCOMM 2018

London, England

Weitere Branchentermine finden Sie unter www.vdav.org

18. Juni – 19. Juni 2018

[vdav]-Branchentreff 2018

Kosmos KG, Berlin

Dieser mit etlichen Fehlern behaftete Entwurf wurde dann mehrere Monate im Parlament beraten. Durch intensivste Lobby-Arbeit und natürlich gute Argumente ist es uns gelungen, die im Parlament zuständigen Entscheider davon zu überzeugen, fast alle für uns kritischen Punkte des Art 15 in unserem Sinne positiv zu verändern. Nicht durchzusetzen war bislang nur die Forderung nach einem vollen opt-out auch für die Daten privater User, also einer Regelung, die in Deutschland zwar seit 1996 der Vergangenheit angehört, in anderen EU-Mitgliedsstaaten allerdings nach wie vor Anwendung findet und nicht zuletzt im Sinne eines sog. level playingfields – also der Gleichbehandlung - mit Anbietern wie Skype, WhatsApp und Facebook im Sinne des europäischen Gesetzgebers liegen sollte und auch dem Grundsatz des „right to be forgotten“ der Datenschutzgrundverordnung entspricht.

Seit einigen Wochen befasst sich nun der Rat, also die Vertretung aller Mitgliedsstaaten, mit der eprivacy-Verordnung. „Natürlich“ nicht etwa auf der Grundlage des Parlamentsentwurfs, sondern auf der Basis eines eigenen Textentwurfs. Dieser enthält erneut in Art 15 Formulierungen, die nicht unseren Interessen entsprechen. Ganz neu ist nun auf einmal auch eine Beschränkung der Verzeichnisinhalte auf Daten von „number-based interpersonal communication services“, was wiederum viele der sog. OTT ausschließen würde, uns den Zugang zu nicht nummern-basierten Kommunikationsadressen neuer Anbieter (u. a. z. B. auch De-Mail oder EPost) verwehren würde und der grundsätzlichen Intention der Kommission und auch des Parlaments – level playingfield für alle - widersprechen würde.

Wir versuchen dementsprechend seit einigen Wochen die Vertreter der Mitgliedsstaaten in Brüssel mit unseren guten Argumenten davon zu überzeugen, in den Verhandlungen über diesen Entwurf in unserem Sinne zu argumentieren. Ausgerechnet das deutsche Wirtschaftsministerium stellt sich hier im Augenblick quer und favorisiert aus welchen Gründen auch immer (natürlich betreiben auch die OTT und alle anderen Beteiligten ein intensives

Lobbying) die Beschränkung auf die number-based-services. Also gilt es auch hier, erneut intensive Gespräche zu führen, um die Entscheider in Bonn und Berlin von der Richtigkeit unserer Argumente zu überzeugen. Weitere Gespräche stehen hier Mitte Januar 2018 an.

Der ursprüngliche Zeitrahmen – eprivacy sollte mit der Datenschutzgrundverordnung im Mai 2018 in Kraft treten – lässt sich nicht halten, das steht fest. Derzeit wird auch nicht damit gerechnet, dass im ersten Halbjahr wesentliche Fortschritte erzielt werden können, obwohl die Kommission viel Druck auf die Mitgliedsstaaten auszuüben scheint. Vielleicht gelingt es dem Rat, bis zur Sommerpause einen gemeinsamen Standpunkt zu formulieren, der dann in den sog. Trilog, also Verhandlungen mit dem Parlament und der Kommission, eingebracht werden könnte. In diesem Trilog, der wahrscheinlich im zweiten Halbjahr 2018 unter der Ratspräsidentschaft der Österreicher durchgeführt wird, wird dann versucht, Kompromisse zu erzielen, die für alle Beteiligten tragbar sind.

Das bedeutet für uns, weiter bei allen Playern auf ein offenes Ohr zu hoffen und die Formulierungen eines endgültigen Art 15 in unserem Sinne zu beeinflussen - also weiterhin viel Arbeit.

Festzuhalten bleibt hierbei auch, dass Art 15 aber nur einer von etlichen, zum Teil noch erheblich kritischer zu beurteilenden Vorschlägen ist, die intensiv verhandelt werden. Da es bei den Punkten „cookies“, Targeting und Sicherheitseinstellungen im Browser, elementar wichtigen Punkten für die gesamte Online-Branche, bislang kaum Bewegung in eine wirtschaftsfreundlichere Richtung gegeben hat, sind wir de facto im Augenblick die Einzigen, die zumindest mit Teilerfolgen aufwarten können. Das liegt sicherlich an unserem intensiven Lobbying, aber natürlich auch daran, dass die ursprünglichen Entwürfe des Art 15, sowohl der der Kommission als auch der des Parlaments, so vollkommen „daneben“ waren.

Wir haben uns im Laufe des Jahres – neben unseren Kollegen aus den anderen Ländern, bei SIINDA, unserem europäischen Verband, dem ZAW und weiteren

deutschen Kollegenverbänden – weitere „Verbündete“ gesucht. Insbesondere die Mitgliedschaft in der Mittelstandsinitiative des BVMW, des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft, hilft und unterstützt uns hier sehr.

Es gäbe sicherlich noch viel über weitere Aspekte und Geschehnisse zu berichten, ich möchte Sie aber damit nicht über Gebühr strapazieren. Für Rückfragen und weitere Informationen stehe ich Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Ich möchte diesen langen und doch viel zu kurzen Bericht nicht abschließen, ohne mich bei einigen Akteuren ganz besonders für ihr wirklich großes Engagement zur Optimierung der politischen Rahmenbedingungen und damit für eine erfolgreiche Zukunft auch Ihrer Unternehmen zu bedanken: Allen voran bei Frau Dr. Riedel und ihrem Arbeitgeber – allein die weit über 30 wahrgenommenen Termine in Sachen eprivacy in Berlin, Brüssel, Straßburg, Tallin, Wien oder Bonn erfordern ein riesiges zeitliches und auch finanzielles Engagement (von der Zeit, Entwürfe zu prüfen, Stellungnahmen mit zu formulieren, ganz abgesehen), bei Herrn Krückemeier, Herrn Kranich, Frau Verilhac und Frau Lewis von SIINDA, Frau Dr. Kaluza vom Herold aus Österreich, Herrn Dr. Hittmair von Kompass Österreich, aber auch bei Frau Bartolitus, Herrn Rödenbeck oder Frau Greger-Eitel, die uns zu Terminen mit wichtigen Abgeordneten begleitet oder sie „eingefädelt“ haben (ich bitte vorab um Entschuldigung, falls ich einige andere Akteure nicht ausdrücklich erwähnt haben sollte). Besonderer Dank gilt natürlich auch unserem Berater Dr. Koch und seinen Kollegen und Mitarbeitern, die uns an die Hand genommen, unermüdlich um Termine gekämpft und uns viel beigebracht haben.

■ *Ihr Rhett-Christian Grammatik*



Verzeichnismedien [vdav]-Mitglieder-Zeitschrift 2018, Ihre Anzeigen- schaltung

Die [vdav]-Zeitschrift Verzeichnismedien erscheint alle zwei Monate. Sie wird an alle Mitgliedsunternehmen und eine Vielzahl weiterer Multiplikatoren aus der Welt der Verzeichnismedien und der lokalen Suche versandt und berichtet über Aktuelles und neue Entwicklungen aus und in der Szene der Verzeichnismedien. Neben den regulär erscheinenden Ausgaben informiert ein ausführliches Special über den Branchentreff, die Lead-Veranstaltung im Bereich Verzeichnismedien für den deutschsprachigen Bereich.

Nutzen Sie die Gelegenheit und machen Sie auf sich aufmerksam! Im passwortgeschützten Mitgliederbereich unter www.vdav.org finden Sie das Buchungsformular und die Konditionen.

Wir freuen uns, wenn Sie in den [vdav] Verzeichnismedien eine Anzeige schalten würden. Die Preise haben wir gegenüber dem Jahr 2017 nicht verändert und stabil gehalten.

Außerdem empfehlen wir unseren kostenlosen Service, Ihre Stellenangebote auf der Website des [vdav] (s. Aktuelles: Jobs und Karriere) zu veröffentlichen. Nutzen Sie die Gelegenheit!

Bitte aktualisieren Sie Ihre Mitgliedsdaten in der [vdav]- Mediendatenbank!

Wir haben Ihnen ein Schreiben zugesandt, mit der Bitte, Ihre Mitgliedsdaten in der [vdav]-Mediendatenbank (www.vdav.org - Mitglieder & Medien) zu aktualisieren. Aktualisierungen können wir jederzeit durchführen lassen. Bitte senden Sie uns aber auf jeden Fall Ihre Freigabe für den Standard-Internetbeitrag 2018, falls nicht schon geschehen. Nutzen Sie auch die Möglichkeit, Ihren Eintrag prägnanter zu präsentieren. Schalten Sie Ihr Logo, erweitern Sie Ihren Eintrag mit einem aussagekräftigen Firmenprofil oder setzen Sie auf die Wirkung Ihrer eigenen Homepage mit einem Banner. Sie haben auch die Möglichkeit, Ihr Video zu präsentieren – sogar kostenlos! Haben Sie Fragen, rufen Sie uns an!

Im passwortgeschützten Mitgliederbereich unter www.vdav.org finden Sie das Buchungsformular und die Konditionen.

Neu im [vdav]-Newsletter: Ihre Kommunikation im [vdav]-Newsletter

Haben Sie Interesse, eine Anzeige, einen Banner oder eine Präsentation im [vdav]-Newsletter zu schalten? Wir versenden den Newsletter in regelmäßigen Abständen an alle Abonnenten in der Verzeichnismedienbranche. Nutzen Sie die Gelegenheit und machen Sie auf sich aufmerksam! Im passwortgeschützten Mitgliederbereich unter www.vdav.org finden Sie das Buchungsformular und die Konditionen.

PERSONALIEN

Ex-AOL Chef Heddendorp heuert bei Freelancer Marktplatz Yoummday an: „Virtuelle Service Center ent- sprechen den Bedürfnissen von Mensch und Natur“

Der frühere AOL Chef Uwe Heddendorp wird COO bei Yoummday, dem Online Marktplatz für Telefondienstleistungen. Die Online Plattform verbindet Unternehmen mit Service-Bedarf mit selbständigen Anbietern, die aus dem eigenen Büro Telefonie, Social Media oder andere Dienstleistungen wie Übersetzungen oder Sekretariat anbieten.



Gestartet wurde die Plattform Anfang 2016 von Dr. Klaus Harisch, der 1996 bereits die Telefonauskunft telegate AG* („11880 – Da werden Sie geholfen“), gegründet hatte. Heddendorp fungierte damals als Aufsichtsrat bei telegate und hat auch als Verantwortlicher der Operations Center von Lufthansa Miles & More, AOL, Payback und PayPal international viel Erfahrung in schnell wachsenden Service und Online Plattformen gesammelt.

„Wir freuen uns, dass wir mit Uwe Heddendorp einen ausgewiesenen Experten der Dienstleistungs- und Internet Branche für Yoummday gewinnen konnten,“ sagt Dr. Klaus Harisch. Uwe Heddendorp schwärmt über das Konzept des Online-Marktplatzes: „Yoummday ist ein innovatives und bereits erfolgreiches Beispiel der Plattform-Ökonomie. Es erfüllt perfekt die Bedürfnisse der Industrie, die ihren Bedarf an erstklassigen Service- und Verkaufsrepräsentanten auf traditionellen Wegen häufig kaum decken

kann. Gerade, wenn es um die Unterstützung neuer Geschäftsmodelle oder stark wechselnde Volumina geht, ist Yoummday eine zukunftsweisende und umweltfreundliche Alternative. Sie bietet selbständigen Personen, denen die Fahrt zu einer Arbeitsstelle zu weit ist, eine finanziell und inhaltlich attraktive Möglichkeit, selbstbestimmt ihren Lebensunterhalt zu erwirtschaften. Für die beauftragenden Firmen sind besonders die hohe Flexibilität und Motivation der Anbieter von Vorteil.“

* heute 11880 Solutions AG

Yoummday.com

steht für „You made my day“ und ist ein internationaler Marktplatz für telefonische Dienstleistungen. Das Unternehmen mit Sitz in München wurde nach 12-monatiger Vorbereitungsphase im Frühjahr 2016 von telegate- und GoYellow-Gründer Dr. Klaus Harisch gemeinsam mit seinen Söhnen Pablo und Lion gegründet. ■ *PM 11880 Solutions AG, 6.12.2017*

Neue Produkte im Bereich Gesundheitspolitik: Berliner Redaktionsteam um Thomas Grünert wechselt zur Schlüterschen

Ab Januar 2018 eröffnet die Schlütersche ein Büro in Berlin und erweitert ihr Portfolio im Bereich Gesundheits- und Pflegepolitik. Dazu wird das 6-köpfige Redaktionsteam um Thomas Grünert, ehemaliger Chefredakteur von „Der Gelbe Dienst“ sowie „Pflege intern“, und Holger Göpel, ehemaliger Leiter von Care Invest, zum 1. Januar 2018 zur Schlüterschen wechseln.

Durch das seit Jahren etablierte Redaktionsteam werden zusätzliche Ressourcen sowie digitales Know-how gewonnen, um neue Produktangebote zu entwickeln und das Angebot der Schlüterschen im Bereich Gesundheit und Pflege zu erweitern. „Zu unseren neuen Angeboten werden Informations- und Netzwerkdienste sowie Ver-

anstaltungsformate aus dem Bereich Soziales, Gesundheit und Pflege zählen, die vom Team um Thomas Grünert und Holger Göpel unter dem Markennamen sgp herausgebracht werden“, so Lutz Bandte, Geschäftsführer der Schlüterschen Verlagsgesellschaft.

Zu den ersten Produkten ab Januar zählen der sgp INSIDER, der als Leitmedium für Entscheider der Gesundheitspolitik alle 14 Tage Informationen zu Entwicklungen im Gesundheitsmarkt herausbringt sowie zusätzlich als Wissensdatenbank unter dem Namen sgp INSIDER PRO erhältlich sein wird. Der sgp REPORT ergänzt das Portfolio mit umfassenden Informationen aus dem Finanz-, Immobilien- und Pflegemarkt.

Das Segment Pflege und Gesundheit bei der Schlüterschen wird damit strategisch weiter ausgebaut: Nach der Übernahme des Fachverlags Carry-On Trade Publishing zum 1. Juli 2017 wird die Schlütersche nun weiter in den Standort Berlin investieren.

„Wir freuen uns, mit Thomas Grünert, Holger Göpel und Team neue Kollegen an Bord zu haben, die über ein ausgezeichnetes und über Jahre gewachsenes Netzwerk im Gesundheitswesen verfügen sowie zusätzliche redaktionelle Expertise einbringen. Der neue Standort Berlin mit eigenen Räumlichkeiten ist für die Schlütersche von strategischer Bedeutung, da dort bereits unser digitaler Fachverlag Carry-On Trade Publishing ansässig ist und wir in der Hauptstadt auch den jährlichen Deutschen Pfl egetag ausrichten und so die Expertise am Standort bündeln“, ergänzt Lutz Bandte.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.sgp-insider.de und www.sgp-report.de.

Über die Schlütersche

Das Themenfeld Gesundheit und Pflege gehört zu den Kernkompetenzen der Schlüterschen Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG: Das Portfolio umfasst in den Verlagsprogrammen Schlütersche Pflege und Brigitte Kunz Verlag eine Vielzahl von Pflege medien für die Praxis mit dem Schwerpunkt auf Fachbüchern, dem Online-Portal

pflegen-online.de und dem Magazin der Pflegekammer Rheinland Pfalz. Das Tochterunternehmen Carry-On Trade Publishing GmbH ist im Bereich Digital Publishing aufgestellt. Das Angebot im Bereich Gesundheit und Pflege wird mit der Produktlinie sgp (Sozial-, Gesundheits- und Pflegewirtschaft) erweitert.

Die Schlütersche hat langjährige Erfahrung in der Organisation von Fach-Veranstaltungen, Kongressen und Messen. In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Pfl egerat e. V. veranstaltet das Unternehmen seit 2015 den Deutschen Pfl egetag – den führenden Fachkongress im Bereich Pflege in Deutschland.

Die Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG ist ein Mediendienstleister für mittelständische Unternehmen. Für ihre Kunden entwickelt die Schlütersche Werbe- und Marketingkonzepte – digital, in Print oder crossmedial, alles aus einer Hand. ■ *PM Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 21.11.2017*

AUS DEN MITGLIEDSUNTERNEHMEN

Siegerehrung Bundes-Schülerfirmen-Contest, 10. November 2017

8.000,- EUR Preisgeld für Schülerfirmen

Heimspiel in Berlin für den Sieger beim Bundes-Schülerfirmen-Contest

Unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie in Berlin wurden im Rahmen des Bundes-Schülerfirmen-Contest die besten Schülerfirmen Deutschlands ausgezeichnet. Für zehn Siegerteams gab es einen Pokal,



eine Urkunde sowie einen Geldbetrag. Ein Sonderpreis wurde von der Firma Startnext ausgelobt und beinhaltet ein Coaching der Jungunternehmer.

Die Siegerfirmen konnten sich im Online-Voting durchsetzen, wurden anschließend durch eine Jury ausgewählt und nach Berlin zur Preisverleihung eingeladen.



Über Platz 1 und ein Preisgeld in Höhe von € 2.000,- freut sich die „Garten-Gang“ von der Hagenbeck-Schule in Berlin-Pankow. Die Sieger verkaufen Produkte vom schuleigenen Bauernhof und überzeugten die Jury durch ihre Liebe zu Natur und Tieren und nicht zuletzt durch ein durchdachtes Konzept und die gelungene Darstellung. Mit den Einnahmen wird der Schulzoo mitfinanziert.



Platz 2 und ein Preisgeld in Höhe von € 1.500,- geht an „Samurai-Games“ vom Johanna-Geissmar-Gymnasium in Mannheim. Die Schülerfirma entwickelt und verkauft erfolgreich Brett- und Kartenspiele und konnte die Jury insbesondere durch eine gut durchdachte Marketingstrategie sowie die detaillierte Strukturierung der Abteilungen für sich gewinnen.

Der 3. Platz und eine Siegerprämie in Höhe von € 1.000,- geht an den Kostümverleih Realschule Schwabach. Hier werden Musi-



cal- und Theaterroben angefertigt und verliehen, was die Jury als geniale Idee bewertet hat.

Sieben weitere Schülerfirmen konnten jeweils ein Preisgeld in Höhe von € 500,- mit nach Hause nehmen.

Neu in diesem Jahr war der Sonderpreis der Crowdfunding-Community Startnext. Die Siegerfirma „Green-Flame“ des Richard-Wagner-Gymnasiums in Baden-Baden kann sich über ein Coaching bei Startnext freuen. Mit der Wiederverwertung von alten Waschtrommeln und Betonschalen als Feuerschalen entstehen ausgefallene Produkte aus unbrauchbar erscheinenden Dingen. Besonderes Augenmerk wurde hier von Startnext auf die Zukunftsfähigkeit der Geschäftsidee gelegt.

Im Rahmen der Preisverleihung führte Startnext die Anwesenden in einem interaktiven Vortrag in das Thema Crowdfunding ein. Danach gaben Vertreter von Unternehmen und Startups während eines Podiumsgesprächs wertvolle Einblicke rund um Unternehmensgründung und Selbständigkeit: Philipp Schott von AdScads, Melanie Mohr von YEAY GmbH, Julius Bertram von Librileo und Patrick Kurth von FlixBus nahmen sich viel Zeit für die Fragen der Finalteilnehmer. Anschließend hatten Schüler und Lehrer Gelegenheit, sich mit Gästen und Vertretern aus Wirtschaft und Politik auszutauschen.

Die Auswahl des Preisträgers erfolgte unter allen Teilnehmern des Wettbewerbs, aus denen mittels öffentlichem Online-Voting auf der Plattform <https://www.bundes-schuelerfirmen-contest.de/> zunächst die beliebtesten 20 Schülerfirmen bestimmt wurden. Aus den 20 Bewerbern mit den meisten Votes wählte eine Fachjury aus Sponsoren und Vorjahressiegern die 10 Finalisten aus, die zur Preisverleihung ins Bundeswirtschaftsministerium nach Berlin eingeladen wurden.

■ PM Müller Medien GmbH & Co. KG, im November 2017



Wirtschaftsmedaille Baden-Württemberg an Dr. Sabine Röser verliehen

Anlass zur Freude im Röser Medienhaus: Vierzehn Persönlichkeiten, darunter die Unternehmerin Dr. Sabine Röser, wurden im November 2017 in Stuttgart mit der Wirtschafts-



medaille des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnet. Die Medaille wird seit 1987 an Persönlichkeiten und Unternehmen, die sich in herausragender Weise um die Wirtschaft des Landes verdient gemacht haben, verliehen.

„Sie stehen alle für Eigenschaften und Unternehmertugenden, die für den Erfolg und Wohlstand unseres Landes unverzichtbar sind“, sprach Wirtschaftsministerin Hoffmeister-Kraut die Preisträger während ihrer Festrede an. „Ihre Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, hat auch an den Werkstoren nicht aufgehört. Im Gegenteil: Auf ganz individuelle Weise haben Sie sich weit über Ihr Unternehmen hinaus um Baden-Württemberg verdient gemacht“, so die Ministerin. ■ *Quelle: roeser-medienhaus.de, November 2017*

Online-Marketing-Dienstleistungen aus einer Hand

Fusion von Heise Media Service und Trede

Die Trede GmbH & Co. KG in Hamburg und die Heise Media Service GmbH & Co. KG in Hannover haben ihre Geschäftsbereiche zusammengelegt. Seit dem 30. Dezember 2017 agieren alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Heise Media Service. Auch sämtliche Vertragsverhältnisse

gehen mit der Fusion auf die Heise Media Service über. Beide Unternehmen sind bereits seit dem 1. Juli 2016 unter dem Dach der Heise & Dumrath Medien GmbH & Co. KG angesiedelt.

Heise Media Service wird damit künftig an den Standorten in Hannover, Hamburg und Stuttgart tätig sein. Kunden der Heise Gruppe erhalten nun alle Online-Marketing-Dienstleistungen aus einer Hand. Hintergrund der Fusion ist die deutlich gewachsene Bedeutung des Geschäftsfeldes Online-Marketing für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und eine weitere Konzentration sämtlicher digitaler Dienstleistungen in einem Unternehmen. „Durch die Fusion wachsen wir zu einem der führenden Google Premium Partner mit Qualifizierungen im Bereich Suchmaschinenwerbung, Mobile Werbung, Displaywerbung und Google Shopping. Unsere Kunden profitieren somit von einem umfassenden Know-how und nachgewiesener Expertise im Bereich Online-Marketing“, sagt Karsten Marquardsen, Geschäftsführer von Heise Media Service.

Bereits seit Juli 2016 erfolgten die Online-Marketing-Dienstleistungen der beiden Gesellschaften unter der einheitlichen Absendermarke Heise RegioConcept.

Über Heise & Dumrath Medien

Die Heise & Dumrath Medien GmbH & Co. KG vereint unter ihrem Dach alle Verzeichnismedien- und Online-Marketing-Unternehmen der Heise Gruppe. Seit dem Zusammenschluss der Verzeichnismedien- und Online-Marketing-Unternehmen der Heise Gruppe und von Dumrath & Fassnacht in Hamburg hält die Heise Gruppe 79 Prozent an Heise & Dumrath Medien.

Die Unternehmen von Heise & Dumrath Medien treten im Markt unter bzw. als Partner der einheitlichen Absendermarke Heise RegioConcept auf und bieten mittelständisch geprägten Kunden aus einer Hand alles, was sie für ihre regionale bzw. lokale Werbung benötigen: eine optimale Auffindbarkeit in Verzeichnissen, Web- und App-Auftritte, professionelles Suchmaschinenmarketing sowie Social-Media-Konzepte.

Geschäftsführer der Heise & Dumrath Medien GmbH & Co. KG mit Sitz in Hannover ist Ansgar Heise. Die Gründung erfolgte am 1. Juli 2016. ■ *PM Heise RegioConcept, 2.01.2018*

Heise & Dumrath Medien

Umfirmierung des Oberösterreichischen Telefonbuchverlags

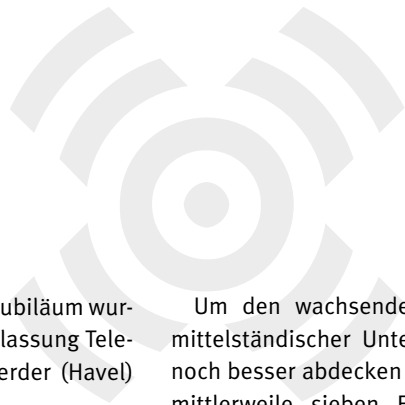
Seit dem 1. Januar 2018 firmiert der Oberösterreichische Telefonbuchverlag Verlag für Telemedien GmbH & Co. KG in Wels unter dem Namen Heise RegioConcept GmbH & Co. KG.

Das zur Heise & Dumrath Medien GmbH & Co. KG gehörende Unternehmen ist einer der führenden Verlage für Bezirks- und Regional-Telefonverzeichnisse in Österreich. Bereits seit dem 1. Juni 2016 bietet der Verlag unter der Dachmarke Heise RegioConcept zusätzlich zeitgemäße Dienstleistungen für kleine und mittlere Unternehmen aus dem Bereich Online-Marketing an. Aufgrund dieser erweiterten Produkt- und Dienstleistungspalette wurde zum Jahresbeginn 2018 die Firmierung des Unternehmens angepasst. ■ *PM Heise RegioConcept, 10.01.2018*

Telefonbuchverlag Potsdam feiert 90. Jubiläum seines Stammhauses

Telefonbuchverlag
Potsdam

Vom klassischen Verlag zum Rundum-Berater für lokale Unternehmen: So lässt sich die mittlerweile 90-jährige Firmenhistorie des Sutter Telefonbuchverlags bündig



zusammenfassen. Das große Jubiläum wurde am 5.12.2017 in der Niederlassung Telefonbuchverlag Potsdam in Werder (Havel) begangen.

Mit einer Wochenzeitung fing alles an: 1927 veröffentlichten die Unternehmensgründer August Sutter und Ernst Möller die erste Ausgabe der „Essener Lokal Post“. Neun Jahre später folgte das erste „Örtliche Fernsprechbuch von Groß Essen“ und mit ihm der Vorstoß ins lokale Verzeichnismediengeschäft.

Mittlerweile hat die Sutter Telefonbuchverlag GmbH ihren Wirkungskreis mit der Niederlassung Telefonbuchverlag Potsdam nicht nur auf weite Teile des westlichen Brandenburger ausgedehnt, sondern auch ihr Geschäftsfeld neu erfunden. Während vormals das Drucken und Verlegen von Verzeichnismedien auf der Tagesordnung stand, versteht sich das Unternehmen heute als kompetenter Ansprechpartner in allen Vermarktungsfragen, die kleine und mittlere Unternehmen umtreiben. Dabei kann klassische Anzeigenwerbung ebenso eine Rolle spielen wie die Erstellung einer Website oder Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung.



Geschäftsführer Bernhard Lüders, Sutter Telefonbuchverlag GmbH

„Wir denken schon lange nicht mehr in ‚Produkten‘. Unser ganzes Augenmerk liegt auf der individuellen Beratung vor Ort und der Entwicklung von ganzheitlichen Lösungen“, erklärt Geschäftsführer Bernhard Lüders. „Deshalb analysieren wir die Firmenpräsenz jedes Kunden sowie dessen Wettbewerberumfeld und erstellen auf Basis der Ergebnisse ein maßgeschneidertes Vermarktungskonzept. So stellen wir sicher, dass wir unseren Kunden ausschließlich Lösungen anbieten, die ihnen tatsächlich zum Geschäftserfolg verhelfen. Und das kann mit einem Eintrag in Gelbe Seiten ebenso gelingen, wie mit Facebook-Anzeigen oder einem cleveren Mix aus verschiedenen Maßnahmen.“

Um den wachsenden Beratungsbedarf mittelständischer Unternehmen zukünftig noch besser abdecken zu können, wird die mittlerweile sieben Firmen umfassende Unternehmensfamilie Anfang kommenden Jahres einen gemeinsamen Markenauftritt namens Sutter LOCAL MEDIA an den Start bringen. „Dadurch können wir noch schneller werden und die Synergien unserer Experten weiter ausschöpfen“, so Lüders. „Schließlich wollen wir auch in Zukunft immer noch ein verlässlicher Partner für den Mittelstand sein.“

Über den Telefonbuchverlag Potsdam

Mit den bekannten Verzeichnissen Das Telefonbuch, Das Örtliche, Gelbe Seiten sowie einer breiten Palette an Onlinemarketing-Lösungen stellt der Telefonbuchverlag Potsdam im westlichen Brandenburg erfolgreiche Verbindungen zwischen Privatpersonen, Verbrauchern und Gewerbetreibenden her. Die individuelle und bedarfsgerechte Beratung von kleinen und mittleren Unternehmen steht dabei seit jeher im Mittelpunkt.

Der Telefonbuchverlag Potsdam ist eine Zweigniederlassung der Sutter Telefonbuchverlag GmbH.

Über die Sutter Telefonbuchverlag GmbH

Als Experte und Komplettdienstleister für verkaufstarke Werbekonzepte unterstützt die Sutter Telefonbuchverlag GmbH kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit individuellen Marketinglösungen. Von reichweitenstarker Verzeichniswerbung in Gelbe Seiten, Das Telefonbuch und Das Örtliche über performance-basiertes Advertising via Google, Facebook und Co. bis hin zur Erstellung mobilfreundlicher Websites, professioneller Image-Filme, virtueller 360°-Panoramatauren und Business Apps steht hierbei immer der Erfolg und die nachhaltige Umsatzsteigerung regional agierender Unternehmen im Fokus.

Die Sutter Telefonbuchverlag GmbH hat ihren Hauptsitz in Essen und verfügt über weitere Niederlassungen in Stuttgart, Potsdam und Detmold. ■ *PM Sutter Telefonbuchverlag GmbH, 5.12.2017*

Sutter Telefonbuchverlag unterstützt Paten für Arbeit in Essen e. V.

Kostenlose Give-aways gegen eine freiwillige Spende: So brachte der Sutter Telefonbuchverlag beim diesjährigen 24-Stunden-Rennen in Duisburg 544 Euro zusammen. Die Spendensumme durften die Vorstände des Paten für Arbeit in Essen e. V. nun in Empfang nehmen.



Scheckübergabe bei Sutter. V. l. Wolfgang Weber (Vorstand, Paten für Arbeit e. V.), Nicole Lümmen (Marketingleiterin, Sutter), Detlef Brähler (Vorstand, Paten für Arbeit e. V.), Alice Heigl (Produktion, Sutter)

Als Sponsor des 24-Stunden-Rennens im Landschaftspark Duisburg-Nord ging der Sutter Telefonbuchverlag auch in diesem Jahr mit der Verzeichnismarke Gelbe Seiten an den Start. Wie immer erfreuten sich zahlreiche Besucher der Sportveranstaltung an den beliebten Give-aways des Verlags, griffen beherzt zu Rassel, Quietsche-Ente und Energydrink, um sich mit einer freiwilligen Spende für den guten Zweck zu revanchieren.

Der erzielte Betrag von insgesamt 544 Euro kommt nun dem Paten für Arbeit in Essen e. V. zugute, welcher dem Sutter Telefonbuchverlag seit langem eng verbunden ist. Bereits seit Jahren unterstützen angehende Mediengestalter des Unternehmens den Verein beim Webdesign sowie bei der Umsetzung von Werbebroschüren, Plakaten und ähnlichem.

„Die Zusammenarbeit mit Paten für Arbeit e. V. bedeutet uns und unseren Auszubildenden viel“, erklärt Alice Heigl, die sich beim Sutter Telefonbuchverlag für das Unterstützungsprojekt verantwortlich zeigt. „Auf diese Weise können unsere Nachwuchskräfte dazu beitragen, dass junge Menschen in der Region beim Einstieg ins Berufsleben Unterstützung erfahren.“

Über Paten für Arbeit in Essen e. V.

Paten für Arbeit in Essen e. V. unterstützt benachteiligte Jugendliche im Übergang von Schule zu Beruf durch Begleitung von ehrenamtlichen Paten. Darüber hinaus bietet Paten für Arbeit e. V. Bewerbungstraining an und fördert zusätzliche Ausbildungsplätze. ■ *PM Sutter Telefonbuchverlag GmbH, 7.11.2017*



mit Rap, Hip-Hop und Breakdance in die Jugendkultur transportiert. Mit dabei ist die Break-Dance-Formation „Breaking Mozart“ aus Schweinfurt. Auch das MozartLabor hat sich als wichtiger Bestandteil des Mozartfestes etabliert. Zum fünften Mal öffnet es 2018 seine Tore und lädt ein zum lebendigen Forschen mit und für Mozart.

Auf der Landesgartenschau in Würzburg ist das Mozartfest ebenfalls zu Gast. Zum einen findet am 5. Juli 2018 ein Open-Air-Konzert statt zum 100. Geburtstag von Leonard Bernstein mit Evergreens aus dessen Schaffen. Zum anderen wird auf der Landesgartenschau der „Mozarttag“ zur Eröffnung des Festivals am 26. Mai 2018 gefeiert. Die festliche Eröffnung des Mozartfestes findet im Kaisersaal der Würzburger Residenz mit der Camerata Salzburg unter der Leitung von Hartmut Haenchen am 25. und 26. Mai 2018 statt.

Das Programmbuch ist ab sofort erhältlich und unter www.mozartfest.de abrufbar. Schriftlich können Karten für das Mozartfest 2018 ab sofort bestellt werden. Das Kartenbüro ist ab 15. Januar 2018 geöffnet. ■ *Quelle: krick.com/unternehmen/newsroom, 8.12.2017*

Mozartfest Würzburg 2018

„Aufklärung. Klärung. Verklärung“ ist das Thema, dem das Mozartfest Würzburg mit seinem Programm vom 25. Mai bis 24. Juni 2018 folgt. Das Programm wurde am 7. Dezember 2017 von Intendantin Evelyn Meining im Rahmen einer Pressekonferenz vorgestellt. Die Krick Unternehmensfamilie folgt ihrem langjährigen Engagement und freut sich auch 2018 als Premium-Sponsor darauf, eines der ältesten und renommiertesten Musikfestivals in Deutschland unterstützen zu können.

Zwischen Aufklärung und Verklärung werden in 61 Konzerten, an 24 Spielstätten und im viertägigen MozartLabor verschiedene Aspekte des Festivalthemas präsentiert. Der „Artiste étoile“ des Mozartfestes 2018 ist erstmals ein Kammermusik-Ensemble: Das Schumann Quartett, bestehend aus drei Brüdern namens Schumann und der Bratschistin Liisa Randalu aus Lettland. In acht Konzerten und unterschiedlichen Formationen wird das Quartett zu hören sein.

Als weiteres Highlight steht „Zauberflöte reloaded“ am 19. und 20. Juni 2018 im Mainfranken Theater auf dem Programm. Dabei wird die Lieblingsoper der Deutschen



Bei Röser gibt es einen neuen Webauftritt mit umfassenden Serviceangeboten. Foto: Röser Medienhaus

Röser mit neuem Webauftritt

Fragen wie diese beschäftigen viele mittelständische Unternehmen. Doch häufig fehlt die Zeit, sich intensiv mit den Fragen rund um Kommunikation und Werbung auseinanderzusetzen. Lösungen bietet das vielfältige Angebot aus dem Röser Medienhaus, das jetzt mit neuem Webauftritt das Know-How der Röser AG und das von Röser MEDIA kundenfreundlich zusammenführt.

Für jeden Kunden die richtige Strategie

Auf der frisch gelaunchten Website www.roeser-medienhaus.de wird das Komplettangebot für den mittelständischen Unternehmer übersichtlich präsentiert. Ob es um optimale Web- oder Printplatzierung in den Auskunftsmedien geht, eine neue Homepage, die passenden Social Media Maßnahmen oder um das Outsourcen grafischer Arbeiten – mit der vielfältigen Angebotspalette wird für jeden Kunden die richtige Strategie entwickelt. Die neu gestaltete Homepage ist mobil optimiert, zeitgemäß, einfach zu navigieren und verständlich strukturiert und bietet sogar viele kostenfreie Serviceangebote für den Nutzer: vom digitalen Kundencheck, dem Eintragsservice Business oder privat bis hin zum Online-Terminservice.

Mit wenigen Klicks zu den passenden Angeboten

Mit wenigen Klicks bekommt der Besucher in den Bereichen „Auskunftsmedien“ (Das Örtliche, Das Telefonbuch, Gelbe Seiten) „Digitale Produktwelt“, „Satz & Service“, „Video-Wand“ und „Stellenmarkt für Auszubildende“ passende Angebote und Lösungen, sowie den richtigen Ansprechpartner für weitere Fragen und Tipps inklusive. ■ *Quelle: regio-news.de, 22.12.2017*

Neuer Webauftritt: Röser jetzt mit noch mehr Kundenservice

Website? Facebook? Wie schaffe ich es, in den wichtigen Suchmaschinen einheitlich zu stehen? Eine Anzeige in Das Örtliche? Wie findet man mich und mein Angebot?



Deutscher Pfl egetag 2018 – „Teamarbeit – Pflege interdisziplinär“

Thieme wird neuer Medienpartner des Deutschen Pfl egetags

Deutschlands führender Pflegekongress, der Deutsche Pfl egetag, geht eine neue Medienpartnerschaft mit dem Georg Thieme Verlag ein. Gemeinsam mit der Schlüterschen Verlagsgesellschaft als ausführende Veranstalter trägt Thieme dazu bei, der Profession Pflege eine Plattform zu geben und die Pflege über Medien und Lernangebote dabei zu unterstützen, sich weiter zu professionalisieren und in den öffentlichen Diskurs zu rücken. Als offizieller Medienpartner des Deutschen Pfl egetags übernimmt Thieme damit eine verantwortungsvolle Rolle.

Mit einem breiten Spektrum an Büchern und Zeitschriften sowie Serviceleistungen im Bereich Medizin und Pflege trägt Thieme maßgeblich dazu bei, professionell Pflegen- de aus- und fortzubilden und relevantes Wissen zu vermitteln. „Wir möchten angehende und erfahrene Pflegekräfte bestmöglich dabei unterstützen, in ihrem anspruchsvollen und vielseitigen Beruf stets auf dem Laufenden zu sein. Ausbildung, Fortbildung und Weiterqualifizierung sind die Grundlagen für kompetente, bedarfsgerechte Pflege.“ Als Medienpartner des Deutschen Pfl egetags wird Thieme den Kongress künftig in CNE Certified Nursing Education, dem multimedialen Fortbildungsangebot für die Pflege, sowie in weiteren Fachzeitschriften begleiten. „Damit tragen wir weiter dazu bei, für die Berufsgruppe relevantes Wissen in der Breite verfügbar zu machen“, erklärt Carmen Happe, Programmbereichsleiterin Pflege bei Thieme.

„Mit dem Georg Thieme Verlag, der bereits seit Jahren fester Bestandteil als Aussteller auf dem Kongress ist, haben wir einen neuen starken Medienpartner auf Augenhöhe, mit dem wir die Profession Pflege gemeinsam voranbringen können“, ergänzt Dr. Hendrik Pugge, Leitung Nationaler Verkauf bei der Schlüterschen.

Am 15. - 17. März 2018 ist es wieder so- weit: Deutschlands führender Pflegekon- gress findet zum fünften Mal in der STATI- ON Berlin statt und setzt sich zum Ziel: Die Pflege zu stärken. In diesem Jahr werden über 10.000 Besucher aus der Branche auf dem Deutschen Pfl egetag erwartet, die sich gemeinsam zu Themen „Teamarbeit – Pfl ege interdisziplinär!“ austauschen und weiterbilden. Das vielseitige Programm nimmt auch aktuelle Trends wie IT in der Pflege oder sexuelle Orientierung Pflegebedürftiger auf und berücksichtigt die Dauerthemen wie Personalgewinnung und Teambuilding.

Neben Fachvorträgen, Workshops und Podiumsdiskussionen stehen in diesem Jahr vor allem das Netzwerken und der Austausch der Teilnehmer untereinander im Mittelpunkt. Bei den vielseitigen Weiterbil- dungsangeboten wie auch bei der Abend- veranstaltung und der Fachaustellung steht der intensive Erfahrungsaustausch im Fokus. Gemeinsam will die Pflege sich aus- tauschen, Wissen vermitteln und weiterge- ben sowie auch bundesweit auf die Profes- sion Pflege aufmerksam machen.

Weitere Informationen unter: www.deut- scher-pfl egetag.de.

Über den Deutschen Pfl egetag

Der Deutsche Pfl egetag ist eine Veranstal- tung des Deutschen Pfl egerats e.V. und gilt als die zentrale Veranstaltung für Pflege in Deutschland. Hier gestalten Experten und Entscheider aus Politik, Wirtschaft, Pflege und Gesellschaft die Zukunft der Pflege.

Über Thieme

Thieme ist Anbieter von Büchern, Zeit- schriften, elektronischen Medien, Dienst- leistungen und Services rund um Medizin und Gesundheit sowie die angrenzenden Naturwissenschaften. Das Familienunter- nehmen entwickelt mit seinen rund 1000 Mitarbeitern weltweit vernetzte Angebote auf Basis von über 160 Fachzeitschriften so- wie einem lieferbaren Programm von 4400 Buchtiteln print und online weiter. Damit spricht Thieme sämtliche Akteure im Ge-

sundheitswesen an: von Medizinstudieren- den bis zu Fachärzten, von Pflegekräften über Hebammen bis zu Physiotherapeuten, von Bibliothekaren über Krankenkassen und Kliniken bis hin zu Gesundheitsinteres- sierten. Der Name Thieme steht seit vielen Jahrzehnten für verlässliche Qualität und Seriosität.

Über die Schlütersche

Die Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG ist Organisator des Deut- schen Pfl egetags und einer der führenden Anbieter von Fachinformationen und Bran- chenverzeichnissen in Deutschland. Als Mediendienstleister im Bereich Gesundheit und Pflege umfasst das Portfolio der Schlü- terschen unter anderem das Portal pflegen- online.de, das digitale Pflegemagazin Le- benlang sowie zahlreiche Fachbücher. ■ *PM Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 8.11.2017*

Neue Kooperation: Schlütersche produziert E-Magazin „Hannover Living“

Die „Tipps & Termine“ für Hannover kann man jetzt auch online erleben:



Die Schlütersche setzt die beliebte Publi- kation der Hannover Marketing und Touris- mus Gesellschaft (HMTG) als E-Magazin um. Die erste digitale Ausgabe von „Hannover Living“ steht ab sofort kostenlos zum Down- load bereit.

Das Magazin lässt sich auf allen Endgeräten lesen, ob Smartphone, Tablet, PC oder Notebook. Die Leser erhalten einen kompakten Überblick über Dauerhighlights der Region Hannover, gepaart mit aktuellen Veranstaltungstipps. Besonderes Highlight des E-Magazins sind die multimedialen Inhalte – zu vielen Themen gibt es Videos, Fotogalerien, 360°-Aufnahmen oder direkte Verlinkungen, die jede Menge Zusatzinfos bereit halten. Die Medienprofis der Schlüterschen sorgen hierbei für die optimale Umsetzung und Aufbereitung. Thematische Schwerpunkte liegen auf unter anderem auf Stadteilporträts, Konzert- oder Silvesterparty-Tipps!

Jetzt kostenlos lesen –
<https://issuu.com/schluetersche/docs/test?e=25375043/55455145> geht's zum E-Magazin Hannover Living! ■ *Quelle: schluetersche.de, 22.11.2017*

11880 Solutions AG kooperiert mit Yoummday: Mehr Flexibilität im Call Center-Drittgeschäft

Die 11880 Solutions AG kooperiert im Call Center-Drittgeschäft jetzt mit Yoummday, dem ersten Marktplatz für Telefondienstleistungen. Das Ziel der Zusammenarbeit: die Verknüpfung der jahrzehntelangen Contact Center-Expertise der 11880-Mitarbeiter mit der Flexibilität und dem Spezial-Know-how der Yoummday-Agenten, um auch außergewöhnliche und spontane Anforderungen im Drittgeschäft optimal erfüllen zu können.

„Unsere Call Center wickeln bereits seit letztem Jahr sehr erfolgreich den Kundenservice für große mittelständische Unternehmen ab. Um zukünftig noch flexibler reagieren zu können, arbeiten wir jetzt mit Yoummday zusammen. So können wir uns rund um die Uhr zu Spitzenzeiten Unterstützung der freiberuflichen Yoummday-Agenten dazu holen“, sagt Christian Maar, Vorstandsvorsitzender der 11880 Solutions AG.

Das Besondere an der Zusammenarbeit: Yoummday-Gründer und Geschäftsführer ist Dr. Klaus Harisch, der 1996 gemeinsam mit Peter Wunsch die 11880-Telefonauskunft gründete. Im Frühjahr 2016 entwickelte er mit seinen zwei ältesten Söhnen den ersten digitalen Marktplatz für Telefondienstleistungen. Hier arbeiten freiberufliche Agenten in allen Sprachen rund um die Uhr für Kunden aus aller Welt, die ihre Aufträge bei Yoummday ausschreiben.

„Wir sind seit zwei Jahrzehnten der Platzhirsch, wenn es um freundliche und kompetente Ansprache am Telefon geht. Dank unseren perfekt ausgebildeten Mitarbeitern steht 11880 für höchste Qualität. Gemeinsam mit Yoummday können wir zukünftig noch schneller und flexibler auf die Wünsche unserer Unternehmenskunden reagieren“, so Christian Maar.

Über die 11880 Solutions AG

Seit zwei Jahrzehnten stehen 11880* und 11880.com für schnelle und zuverlässige Ergebnisse bei der Suche nach Privatpersonen und lokalen und überregionalen Anbietern aller Branchen. Beide Marken gehören zur 11880 Solutions AG. Deutschlands zweitgrößte Telefonauskunft unter der Nummer 11880** bietet persönliche Unterstützung, während das Online-Branchenbuch 11880.com und die gleichnamige App gezielte Informationen liefern und direkt zu passenden Anbietern in der gewünschten Region vermitteln. Über Fachportale für eine Vielzahl von Branchen bringt 11880.com Verbraucher und Anbieter schnell und effizient zusammen. Weil kleine und mittelständische Unternehmen bei 11880.com ihre Kunden ohne Streuverluste erreichen, nutzen sie die Plattform und ihre Fachportale zur Vermarktung ihres Angebots. Von einem Eintragsservice in den größten Suchmaschinen über professionelle Homepages bis hin zu Google-Kampagnen bietet das 11880.com-Portfolio eine Vielzahl von Produkten. Ergänzt wird das Online-Angebot um einen Sekretariatservice, der insbesondere von Kleinunternehmen ohne Back Office genutzt wird. Mit der Meta-Suche werkenntdenbesten.de bietet die 11880 Solutions AG Unternehmen eine einzigartige Möglichkeit des effektiven Managements von Online-Bewer-

tungen. Sowohl die Telefonauskunft 11880* als auch die digitale Tochtergesellschaft 11880 Internet Services AG gehören zur börsennotierten Muttergesellschaft 11880 Solutions AG, deren Aktie im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Martinsried bei München beschäftigt 640 Mitarbeiter an insgesamt vier Standorten in Essen, Martinsried, Neubrandenburg und Rostock.

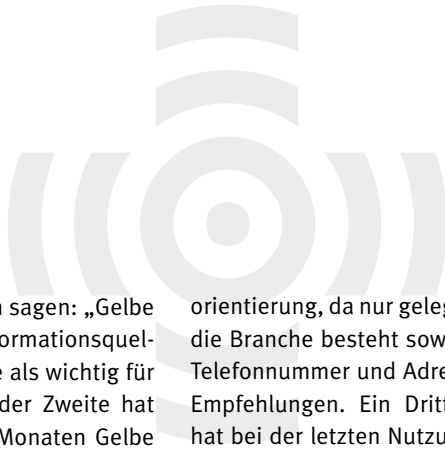
* 1,99 €/Min. aus dem deutschen Festnetz. Mobilfunkpreise können ggf. abweichen. Preis einer SMS-Anfrage 1,99 € (VF D2 Anteil 0,12 €) im Inland

Über Yoummday.com

Yoummday.com (www.yoummday.de) steht für „You made my day“ und ist ein internationaler Marktplatz für telefonische Dienstleistungen. Das Unternehmen mit Sitz in München und Niederlassungen in Sofia und Kapstadt wurde nach 12-monatiger Vorbereitungsphase im Frühjahr 2016 von telegate- und GoYellow-Gründer Dr. Klaus Harisch gemeinsam mit seinen Söhnen Pablo und Lion gegründet. ■ *PM 11880 Internet Services AG, 20.11.2017*

GfK-Studie: Gelbe Seiten ist wichtige Informationsquelle – Mobile Suche deutlich gestiegen

- 94 Prozent der Deutschen schätzen Gelbe Seiten als seriöse und 86 Prozent als wichtige Informationsquelle
- Anstieg der mobilen Suche über Smartphone und Tablets auf knapp 200 Millionen Recherchen pro Jahr bzw. 538.000 Suchen pro Tag
- Im Schnitt werden 740 Euro nach erfolgreicher Kontaktaufnahme mit anschließender Transaktion ausgegeben, im Handwerk sogar knapp 1.400 Euro
- Mit rund 94 Prozent Bekanntheit zählt Gelbe Seiten zu den bekanntesten Marken Deutschlands



94 Prozent der Deutschen sagen: „Gelbe Seiten sind eine seriöse Informationsquelle“, 86 Prozent erachten Sie als wichtig für ihre Information. Knapp jeder Zweite hat in den vergangenen zwölf Monaten Gelbe Seiten genutzt, das sind 30,5 Millionen Personen. Eine sehr hohe Reichweite hat weiterhin die gedruckte Form mit nahezu 40 Prozent und 25 Millionen Nutzern. Rund jeder Fünfte griff auf die digitalen Angebote von Gelbe Seiten zurück. Das Online-Angebot zogen dabei 10,2 Millionen Personen zurate (16,0 Prozent), das mobile Angebot 5,0 Millionen Personen (7,9 Prozent).

Über alle Kanäle verzeichnet Gelbe Seiten rund 880 Millionen Suchen im Jahr. Das sind 2.411.200 Suchen pro Tag. Das belegt eine Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die im August/September 2017 im Auftrag der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft durchgeführt wurde.

Dabei stieg insbesondere die Suche über Smartphones und Tablets an. Rund 200 Millionen Mal suchten Nutzer auf ihren mobilen Endgeräten in Gelbe Seiten. Das entspricht einer deutlichen Steigerung um 26 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das sind insgesamt 538.000 Recherchen pro Tag. Dabei nutzen 31 Prozent „häufig“, das heißt mindestens einmal im Monat, Gelbe Seiten auf ihrem Smartphone. Gelbe Seiten kann mit dem mobilen Angebot zudem verstärkt neue Nutzer aktivieren: 41 Prozent der Mobil-Nutzer hatten 2016 Gelbe Seiten noch nicht genutzt. Ein weiteres Ergebnis: Rund eine Million verwenden mittlerweile ausschließlich ihr Mobiltelefon für die Suche.

Für über 80 Prozent der Nutzer sind die Verzeichnisse bei der Suche in der Region eine wichtige Informationsquelle. Für etwa zwei Drittel bieten die Anbieter in den Verzeichnissen eine gute Qualität und stellen eine wertvolle Entscheidungshilfe dar.

Gelbe Seiten ist dabei vor allem ein Hilfsmittel um einen neuen, passenden Anbieter zu finden. Als wichtigste Gründe für die letzte gewerbliche Suche in Gelbe Seiten wurden genannt: Die Suche nach einem seriösen und qualifizierten Anbieter, die Neu-

orientierung, da nur gelegentlich Bedarf für die Branche besteht sowie die Suche nach Telefonnummer und Adresse auf Basis von Empfehlungen. Ein Drittel der Befragten hat bei der letzten Nutzung von Gelbe Seiten nach Ärzten/Heilberufen gesucht, jeder Fünfte nach einem Anbieter im Handwerk.

Über alle Branchen hinweg gilt eine sehr guten Conversion Rate: 88 Prozent der Nutzer kauften nach einer erfolgreichen Kontaktaufnahme bei einem oder mehreren Anbietern ein. 70 Prozent derjenigen, die nach einer Recherche in Gelbe Seiten bei einem Anbieter kaufen, sind für diesen dabei Neukunden.

Im Schnitt wurden – gleich ob Neu- oder Bestandskunde – 740 Euro ausgegeben. Das ist deutlich mehr als bei jeder anderen Plattform. In der Branche „Handwerk“ liegen die durchschnittlichen Ausgaben sogar bei knapp 1.400 Euro. Bei Händlern/Geschäften sind es 771 Euro, bei Dienstleistern im Schnitt 522 Euro.

Für die Nutzer sind bei der Suche die Angaben von Öffnungszeiten, Leistungs- und Produktangebot sowie ein klarer und verständlicher Aufbau in den Anzeigen von hoher Bedeutung. Auch sollte unbedingt die Internetadresse angegeben sein – das sagen 69 Prozent der Befragten.

Die Verzeichnisse auf dem Smartphone werden als hilfreicher Begleiter und Orientierungshilfe gesehen, etwa 40 Prozent der Nutzer werden zum Stöbern animiert.

Die kostenlosen Apps von Gelbe Seiten wurden bis heute über 3,5 Millionen Mal heruntergeladen. Sie sind unter anderem für die Betriebssysteme iOS und Android verfügbar.

„Die aktuellen GfK-Zahlen beweisen: Unsere digitale Transformation ist erfolgreich. Rund 200 Millionenmal wurde unsere Angebote 2017 mittlerweile über Smartphones und Tablets genutzt – das ist eine deutliche Steigerung im Vergleich zum Vorjahr. Besonders freut uns, dass wir für unsere Inserenten ein effizienter Weg sind, um potente Neukunden zu gewinnen. Wir werden

auch 2018 unser Angebot weiter ausbauen, um Endkunden und Gewerbetreibende gezielt zu vernetzen“, sagt Stephan Theiß, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft.

Alle genannten Ergebnisse stammen aus der Nutzeranalyse von Gelbe Seiten, die von der GfK stichprobenartig durchgeführt wurde. Die Ergebnisse stehen repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 16 Jahre. Die entsprechende Grundgesamtheit sind 63,6 Millionen Personen. Innerhalb der Studie wurde im August/September 2017 eine Stichprobe von netto 15.329 Personen befragt.

Über Gelbe Seiten:

Gelbe Seiten wird von Deutsche Tele Medien und 16 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben und verlegt. Die Herausgeber- und Verlegergemeinschaft gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern in allen medialen Ausprägungen als Buch, online, mobil sowie u. a. als Smartphone- und Tabletversion zur Verfügung gestellt und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2017 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 880 Mio. Nutzungen*. Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen-GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht u.a. Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 10.01.2018*

.....

Umfassend optimierte Unternehmensprofile und zusätzliche Transaktions- und Interaktionsmöglichkeiten schaffen nachhaltigen Mehrwert für Kunden und Nutzer von Gelbe Seiten

- Unternehmen können sich durch Neuerungen mit ihren individuellen Profilen in Gelbe Seiten optimal darstellen
- Neue Funktionen sorgen für die direkte Kundenverbindung
- Kunden und Nutzer profitieren von Interaktionsmöglichkeiten und Empfehlungen

Gelbe Seiten hat mit einer Reihe von neuen und weiterentwickelten Features seine digitalen Angebote für Unternehmen und Konsumenten nachhaltig aufgewertet. Im Mittelpunkt dieser weitreichenden Optimierung steht die runderneuerte Profilseite, mit der Unternehmen sich im Angebot von Gelbe Seiten präsentieren. Sie wurde optisch und funktional umfassend neugestaltet, so dass Unternehmen sich dort nun perfekt ihren potentiellen Kunden präsentieren. Darüber hinaus wurde sie mit neuen Funktionen performant aufgewertet, teilweise in Kooperation mit weiteren Partnern: So können Transaktionen wie Buchungen und Reservierungen jetzt direkt aus der Seite heraus getätigt bzw. generiert werden und ermöglichen eine einfache und direkte Kundengewinnung und -bindung. Zusätzlich wird die Interaktion von Kunden und Nutzern groß geschrieben: Das Digitalverzeichnis wandelt sich zur Mitmachplattform.

Die Neuerungen im Überblick:

1. Optimale Unternehmenspräsentation durch die neue Profilseite

Die runderneuerten Unternehmensprofile überzeugt durch eine moderne und aufgeräumte Optik, Unternehmen präsentieren sich hier den Nutzern zukünftig noch übersichtlicher: Eine Fokussierung auf das

Wesentliche zeigt alle relevanten Informationen auf einen Blick. Hierauf zahlen insbesondere eine nutzerorientierte Anordnung aller Inhalte für einen optimalen Lesefluss ein. Komplexere Inhalte wie Karten und Bewertungen werden übersichtlicher dargestellt. Die Konsequenz: Das Wesentliche kann schnell erfasst werden, gleich ob am Desktop oder mobil. Eine neue „Headergrafik“ sorgt zudem für die perfekte Außendarstellung. Die neue Profilseite wird für den Unternehmer dadurch zur responsiven „Website-in-Website“ auf GelbeSeiten.de und in den Apps von Gelbe Seiten. Umgekehrt kann der Konsument dank der Neuerungen noch schneller und genauer den richtigen Partner finden.

2. Gelbe Seiten wird zur Transaktionsplattform

Im Zentrum der Neuerung steht vor allem der Ausbau der Kernkompetenz von Gelbe Seiten - in Kooperation mit weiteren Partnern: Endkunden und Gewerbetreibende zusammen zu bringen. Transaktionen wie Buchungen, Reservierungen oder Terminvereinbarungen für zahlreiche Einträge und Services auf den digitalen Angeboten von Gelbe Seiten können daher jetzt direkt aus dem Angebot heraus generiert bzw. getätigt werden. Gezielt kann so ein Termin vereinbart oder ein Tisch reserviert werden – per Anruf, Mail oder Buchungsfunktion. Auf diese Weise hat der Gewerbetreibende sofort den direkten Draht zum Kunden und generiert im zweiten Schritt Umsatz. Auf der anderen Seite kann der Nutzer in Sekundenschnelle eine Antwort auf seine Anfrage erhalten. So profitieren Unternehmen wie Nutzer gleichermaßen von den Neuerungen.

3. Neue Mitmach-Features verstärken Interaktivität

Neben Transaktionen werden Interaktivität und Interaktion ab sofort großgeschrieben, Gelbe Seiten wird zur attraktiven Mitmach-Plattform. Unter „Meine Gelbe Seiten“ können Kunden ihre favorisierten Einträge in individuell angelegten Listen speichern, zum Beispiel ihre Lieblingsrestaurants in Frankfurt oder Adressen, die sie oft besuchen. Die Listen und Favoriten können dann geteilt werden. Im Ergebnis

können die Nutzer von Gelbe Seiten nun von den Empfehlungen anderer Nutzer profitieren und die Unternehmen von dem zusätzlichen Werbeeffect der Nutzerempfehlungen.

Für weitere Kunden- und Nutzerempfehlungen und zusätzliche Transparenz sorgt die neu gestaltete Bewertungsfunktion auf Gelbe Seiten. In diese fließen die Bewertungen verschiedenster Partnerportale wie z. B. Varta, Meinungsmeister und GoLocal ein und machen die Bewertungen auf Gelbe Seiten aussagekräftig und wertvoll. Die Gesamtbewertung eines Anbieters ist dabei auf einer Seite dargestellt. Damit sieht man auf einen Blick, wie ein Anbieter bewertet ist. Auch erfasst man sofort, aus welcher Quelle eine Bewertung stammt. Durch die aussagekräftigen Bewertungen kann der Konsument den passenden Partner finden und diesen dann auch aktiv bewerten und empfehlen.

Noch mehr Interaktion findet in den fünf Themenwelten Gesünder leben, Haus & Garten, Recht & Finanzen, Ausbildungsnavigator und Lokales Marketing statt. Hier können Nutzer Kommentare zu jedem Artikel abgeben.

Stephan Theiß, Geschäftsführer Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft: „Ziel der umfassenden Überarbeitung und Erweiterung unserer Angebote ist es, unseren gewerblichen Kunden eine noch bessere Wertschöpfung und den Nutzern mehr Service und eine schnellere Orientierung zu bieten. Dazu haben wir eine Reihe von Maßnahmen umgesetzt, bei der die funktionale und optische Überarbeitung der Profilseite, auf der Unternehmen sich jetzt noch besser präsentieren können, im Mittelpunkt steht und durch weitere nutzerorientierte Funktionen ergänzt wird. Mit den Neuerungen schöpfen wir die Möglichkeiten einer digitalen Plattform konsequent aus und bieten einen nachhaltigen Mehrwert.“

*Quelle: GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2017; repräsentative Befragung von 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren
■ PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 8.01.2018



Neuer Service von Gelbe Seiten: Seriösen Schlüsseldienst jetzt in 17 deutschen Städten direkt zum Festpreis buchen

- Nie wieder auf Abzocker reinfallen mit dem Schlüsseldienst von Gelbe Seiten für Türnotöffnungen
- Verbraucher sind durch festgelegte Richtlinien und verbindliche Festpreise geschützt
- Buchbar in den Städten Augsburg, Bremen, Düsseldorf, Essen, Hamburg, Hannover, Karlsruhe, Kiel, Lübeck, Mannheim, Mönchengladbach, München, Mülheim (Ruhr), Nürnberg, Oberhausen, Remscheid, Stuttgart

Gelbe Seiten bietet einen einzigartigen und noch nie da gewesenen Service: Einen sicheren und seriösen Schlüsseldienst für Türnotöffnungen zum Festpreis, der ab sofort in 17 deutschen Städten angeboten wird. Mit Gelbe Seiten können Konsumenten dort ab jetzt nicht nur einen lokalen Schlüsseldienst finden, sondern über die Website <http://schluesseldienst.gelbeseiten.de> eine Türnotöffnung direkt zu einem fairen Festpreis beauftragen.

In Essen und Hannover gibt es dieses Angebot bereits seit November 2016. In beiden Städten zeigten sich sowohl Kunden als auch Schlüsseldienstanbieter außerordentlich zufrieden mit dem Dienst. Jetzt ist dieser Service in 15 weiteren Städten – Augsburg, Bremen, Düsseldorf, Hamburg, Karlsruhe, Kiel, Lübeck, Mannheim, Mönchengladbach, Mülheim (Ruhr), München, Nürnberg, Oberhausen, Remscheid, Stuttgart – an den Start gegangen und wird nun kontinuierlich ausgebaut und damit zukünftig in immer mehr Städten verfügbar sein.

Stephan Theiß, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft: „Wir

nehmen unsere Rolle als verlässlicher Partner sehr ernst und haben deshalb auch dieses einzigartige Festpreis-Modell entwickelt. Die Rückmeldungen in unserem Pilotprojekt in Essen und Hannover haben gezeigt, dass seriöse Schlüsseldienste wie auch Konsumenten einen solche Service dringend brauchen. Wir garantieren den Kunden absolute Sicherheit und große Servicevorteile. Wer über uns bucht, bucht Zuverlässigkeit und Seriosität zum garantierten Festpreis.“

Streng festgelegter Anforderungskatalog

Wer im Auftrag von Gelbe Seiten Marketing unterwegs ist, muss streng festgelegte Anforderungskriterien einhalten: Der Monteur arbeitet zu einem Festpreis. Des Weiteren muss der Monteur ein ortsansässiges Gewerbe betreiben und seine Qualifikation, Schadlosigkeit und Erfahrung nachweisen. Dabei hat Gelbe Seiten Marketing stets das Wohl des Verbrauchers im Blick und übernimmt hierfür auch die Verantwortung.

Lokale Anbieter stehen im Vordergrund

Gelbe Seiten Marketing vermittelt einen Auftrag dabei an den lokalen Dienstleister, der für den Kunden in kürzester Zeit zu erreichen ist. Die Schlüsseldienste bzw. deren Monteure erhalten eine für diesen Service neu entwickelte Smartphone App, auf der sie nicht nur Aufträge annehmen und abwickeln können. Die App erlaubt eine ortsbasierte Vermittlung von Aufträgen, um die Distanz und die Fahrtzeit bei aktueller Verkehrslage zu minimieren und die Wartezeit in Minuten an den Kunden zu kommunizieren. Damit werden gerne gemachte Marketingsprüche „Wir sind gleich da.“, durch Fakten ersetzt.

Wie funktioniert die Türnotöffnung?

Der Nutzer gibt in wenigen Schritten auf seinem Smartphone oder am PC über die Website <http://schluesseldienst.gelbeseiten.de> sein Problem – Tür zugefallen oder abgeschlossen – ein und bestellt die Leistung zum Festpreis inklusive einer Pauschale für An- und Abfahrtskosten. Im Hintergrund wird zuerst der Schlüsseldienst lokalisiert, der sich in nächster

Nähe zum Kunden befindet und über den Auftrag informiert. Lehnt dieser Schlüsseldienst den Auftrag ab oder reagiert nicht, wird der Auftrag an den Schlüsseldienst mit der zweitkürzesten Distanz vermittelt. Sobald ein Monteur bestätigt, dass er den Auftrag übernimmt, erhält der Kunde folgende Zusammenfassung: Wer den Auftrag ausführen wird und wie weit dieser vom Auftragsort entfernt ist mit der ungefähren Anfahrtszeit. Der Nutzer bezahlt den vorher bekannten Festpreis an den Monteur dann vor Ort nach erledigter Arbeit – Bar oder per EC-Karte. Wenn der Nutzer in seiner Notsituation nur über ein Festnetztelefon verfügt, kann er über eine 24-Stunden-Telefonhotline mit der Rufnummer 0800 333 8 111 einen Schlüsseldienst auch telefonisch beauftragen.

Der Festpreis beträgt dabei:

Zugefallene Türen

Zeitraum	Werktags	So + FT
08:00-20:00 h	69,- €	89,- €
20:00-08:00 h	89,- €	119,- €
An-/Abfahrt	Pauschal 20,- €	

Verschlossene Türen

Zeitraum	Werktags	So + FT
08:00-20:00 h	99,- €	119,- €
20:00-08:00 h	119,- €	149,- €
An-/Abfahrt	Pauschal 20,- €	

Im Nachhinein hat nur der Kunde bzw. der Auftraggeber die Möglichkeit, den jeweiligen Monteur zu bewerten. Damit wird sichergestellt, dass die Bewertungen authentisch und real sind. Auch durch das Nutzerfeedback wird sichergestellt, dass nur zuverlässige Schlüsseldienste dauerhaft auf dieser Plattform vermittelt werden.

■ PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 1.12.2017

Aktuell, informativ und sogar lecker: Das Telefonbuch für Essen ist da!



Dank 60 neuer Gastro- und Freizeit-Gutscheine von 'Probier' das Revier können Essener auch in diesem Jahr mit Das Telefonbuch bares Geld sparen.

Mit der aktuellen Ausgabe von Das Telefonbuch für Essen erscheint am 13. November 2017 die Neuauflage von „Probier' das Revier“ mit 60 wertvollen Restaurant- und Erlebnisgutscheinen. Wie immer erhalten die Essener Das Telefonbuch und Gelbe Seiten im praktischen Doppelpack.

Ab Montag, den 13. November 2017, liegen Das Telefonbuch inklusive des Gutscheinehefts „Probier' das Revier“ und Gelbe Seiten für alle Essener bereit. Im Postbank Finanzcenter und in Partnerfilialen der Post sowie bei REWE und Netto kann das vielseitige Doppelpack vier Wochen lang abgeholt werden. Wer sich seine Exemplare bei Bäcker Peter sichert, erhält gegen Vorlage der Abholkarte sogar zwei Gratis-Brötchen.

Dank 60 neuer Gutscheine von „Probier' das Revier“ können Essener auch in diesem Jahr mit Das Telefonbuch wieder bares Geld sparen. Einen Überblick über das vielfältige Angebot können sich Sparfüchse, Feinschmecker und Erlebnishungrige auf der Aktionsseite www.probier-das-revier.ruhr verschaffen.

In diesem Jahr bei „Probier' das Revier“ (Auszug)

- Schlemmen, tanzen, fröhlich sein – all das vereint das Rüttenscheider Restaurant Habanna Club und verzaubert seine Gäste mit lateinamerikanischen Hochgenüssen. Wer hier Tapas bestellt, bekommt die zweite Portion mit „Probier' das Revier“ gratis.

- Im Haus Hermes in Mülheim werden ausgefallene Kreationen deutscher Traditionsgerichte serviert. Mit „Probier' das Revier“ gibt es hier zwei Hauptspeisen zum Preis von einer.

- Köstliche Schnitzel nach Hausmannsart lassen sich im Essener ruhrstop unmittelbar am Rheinufer genießen. Mit dem Gutschein von „Probier' das Revier“ bekommt man hier zwei Schnitzelgerichte zum Preis von einem.

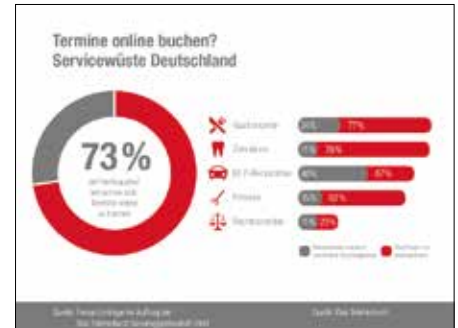
- Urlaub für den Gaumen verspricht das Restaurant International in Oberhausen, das sowohl durch original kroatische als auch internationale Küche betört. Für „Probier' das Revier“ Teilnehmer geht hier das zweite Hauptgericht aufs Haus.

Sämtliche Teilnehmer aus Gastronomie, Freizeit und Kultur finden sich auf www.probier-das-revier.ruhr ■ PM Sutter Telefonbuchverlag GmbH, 10.11.2017

Terminvergabe wie im Mittelalter – Dienstleistungsbranche ignoriert Verbraucherbedarfe

73 % der Verbraucher wünschen sich, dass sie ihre Termine bei Dienstleistern online vereinbaren können. Doch die Branche hinkt diesen Bedürfnissen meilenweit hinterher.

Die Digitalisierung macht's eigentlich möglich: Der nächste Arzttermin lässt sich ganz einfach online vereinbaren, auch die Tischreservierung im Restaurant ist online möglich. Und das ganz ohne nervige



Warteschleifen und ohne Rücksicht auf Öffnungs-/Sprechzeiten, 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche. Klingt praktisch und entsprechend ist der Bedarf bei Verbrauchern für Online-Terminservices enorm gestiegen, wie eine aktuelle Studie der Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH in Kooperation mit Forsa ergeben hat. Demnach wünschen sich 73 % der Befragten, dass Unternehmen/Dienstleister Online-Buchungstools anbieten – insbesondere in der Gastronomie (77 %) oder bei Zahnärzten (76 %).

Aber was für den Verbraucher mittlerweile normal ist, findet bei Dienstleistern wenig Resonanz. Sie hinken in Sachen Digitalisierung noch meilenweit hinterher: Demnach bieten z. B. nur 24 % der Gastronomen und nur 11 % der Ärzte und Anwälte bislang einen Online-Terminservice an. Insgesamt zeigt die Studie, dass die Dienstleistungsbranche in Deutschland in Hinblick auf die Terminvergabe bei weitem noch nicht im Zeitalter der Digitalisierung angekommen ist – vielmehr wird nach wie vor zumeist auf Basis von Stift und Papier geplant. „Die Dienstleistungsbranche verschläft einen echten Trend und übersieht den Wunsch der Verbraucher nach digitaler Terminvergabe“, ordnet Michael Wolf, Geschäftsführer Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH die Studienergebnisse ein: „Dabei bieten digitale Services für kleine und mittelständische Unternehmen immense Chancen und sind zum Beispiel Dank des digitalen Terminservice von Das Telefonbuch ganz unkompliziert einzurichten.“

Und auch zukünftig ist keine Änderung in Sicht – denn während bei den Gastronomen immerhin jeder zehnte zumindest den



Einsatz eines Online-Buchungssystems plant, sind es bei den Anwälten nur 7 % und bei Ärzten sogar nur 3 %. Die häufigste Begründung: Kunden würden nicht explizit danach fragen. Dabei halten es 38 % der Kunden für „sehr wahrscheinlich“, dass sie sich eher für einen Dienstleister entscheiden, der ihnen eine Online-Terminvereinbarung anbietet. Als Vorteil nennen sie unter anderem das schnelle Einsehen verfügbarer Termine (88 %) und die Zeitersparnis (78 %). ■ *PM Sutter Telefonbuchverlag GmbH, 24.11.2017*

„Rufen Sie bitte nicht mehr an!“

Das Örtliche warnt vor Spam-Anrufen

Wir kennen sie doch alle: Werbeanrufe, die uns nerven und nichts als einfach lästig sind / Abhilfe schafft in diesem Fall die Ö-App von Das Örtliche / Sie erkennt lästigen Spam bereits beim Klingeln und warnt per Mitteilung auf dem Display

Werbeanrufe erreichen uns zu jeder Tageszeit. Gerade zu Jahresanfang locken viele Anbieter mit günstigen Angeboten. Mit ihnen will man uns so gut wie alles verkaufen: von günstigem Strom, über den neusten Staubsauger bis hin zur High-Tech-Alarmanlage. Dabei interessieren uns die Angebote meistens gar nicht und die Anrufe sind häufig nicht mal zulässig - seit 2013 sind sie ohne Zustimmung des Verbrauchers nämlich verboten. Abschrecken tut das jedoch leider die Wenigsten.

Abhilfe?

Bisher half nur freundlich und bestimmt mit rechtlichen Konsequenzen drohen und sich zum Beispiel bei der Bundesnetzagentur beschweren. Für Android-Nutzer kommt jetzt eine neue Lösung in Form der Ö-App von Das Örtliche. Denn diese warnt per Anruf-Erkennung vor unerwünschten Spam-Anrufen.

Und so funktioniert's:

Eingehende Anrufe werden automatisch von der App geprüft und mit einer Spam-Datenbank abgeglichen. Wird ein Anrufer als „Spammer“ erkannt, öffnet sich ein Overlay mit entsprechender Warnung. Bei Anrufen, die nicht in die Kategorie „Spam“ fallen, wird wie gewohnt geprüft, ob sich der Anrufer mit Hilfe der Rückwärtssuche von Das Örtliche identifizieren lässt und es erscheint ein Overlay mit den wichtigsten Daten wie Name, Adresse oder Kontaktinfo. Bei einem „normalen Anruf“ erhält der Nutzer nach dem Gespräch zusätzlich weitere Informationen zu dem Anrufer und hat die Möglichkeit, ihn mit den Daten aus Das Örtliche direkt seinen Kontakten hinzuzufügen. Voraussetzung für die Anruf-Erkennung ist lediglich eine Verbindung mit dem Internet, um den Abgleich zu ermöglichen.

Der neue Service ist wie immer kostenlos und steht ab Version 4.5.1 der Ö-App für Android zur Verfügung. Die App lässt sich im Play-Store oder über dasoertliche.de/apps herunterladen. Alle Infos zur Spam-Erkennung gibt es unter dasoertliche.de/anruf-erkennung.

*Quelle: *Aktueller Jahresbericht der Bundesnetzagentur: Märkte im digitalen Wandel 2016* <http://bit.ly/2qXtYHB>

Das Örtliche Service- und Marketing GmbH

Das Örtliche wird von Deutsche Tele Medien und 93 Verlagen Das Örtliche gemeinschaftlich herausgegeben und verlegt. Die Herausgeber- und Verlegergemeinschaft gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Örtliche den Nutzern als Buch, online und mobil über www.dasoertliche.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2017 verzeichneten die Produkte von Das Örtliche medienübergreifend ca. 1,4 Mrd. Nutzungen**.

Die Wortmarke Das Örtliche ist im Markenregister für die DasÖrtliche Zeichen-GbR eingetragen und kennzeichnet u. a. neben der typisch blau-weißen Farbkombination alle Produktausprägungen in sämtlichen Medien.

***GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2017; repräsentative Befragung von 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren ■ PM Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, 2.01.2018*

Leider keine Kartenzahlung Mit Das Örtliche zum Geldautomaten

Es ist zwar selten, aber ab und zu passiert es doch: Man möchte gerne die Rechnung bezahlen, hat aber kaum Bargeld dabei und das Restaurant nimmt keine Karten an. In dieser Situation hilft nur eins: Mit der Geldautomatensuche von Das Örtliche schnell zum nächsten Bankautomaten.

Ob unterwegs, auf Dienstreise oder im Urlaub: Hin und wieder sitzt man in einem kleineren Restaurant, fragt nach der Rechnung und kann leider nicht bezahlen, da die Besitzer nur Bargeld annehmen. Was tun? Peinlich berührt fragt man entweder den Kellner um Rat oder schaut bei Das Örtliche schnell nach dem nächsten Bankautomaten.

Teuer muss nicht sein

Nicht immer kennen die Gastwirte alle Automaten in der Umgebung. Häufig nennen sie einfach den Nächstgelegenen, der nicht immer der von der eigenen Bank sein muss. Dann steht man mürrisch vor dem Gerät und ärgert sich über die hohen Gebühren für die Barauszahlung. Nutzer der Geldautomatensuche von Das Örtliche können sich dieses Lehrgeld jedoch sparen.

Und so funktioniert's:

Entweder online oder in der Ö-App auf „Geldautomaten“ tippen und alle EC-Automaten von sämtlichen Banken in der Nähe werden in Sekundenschnelle per Liste oder in der Kartenansicht angezeigt. Ist auf den ersten Blick kein passender Automat dabei, können die Ergebnisse im Anschluss noch nach der bevorzugten Bankengruppe gefiltert werden. Wer es ganz praktisch angeht, lässt sich durch die integrierte Wegführung

in der Ö-App direkt via Google Maps zum Ziel leiten. Damit steht der schnellen Barzahlung nichts mehr im Weg.

Mehr Informationen über Das Örtliche und die praktischen Services des Verzeichnisses finden Sie unter www.dasoertliche.de. Die Ö-App gibt es in den jeweiligen Stores für iOS und Android zudem kostenlos zum Download.

Noch ein Tipp zur Sicherheit:

Bevor Sie Bargeld an einem Bankautomaten abheben, prüfen Sie diesen vorab kurz. Fällt Ihnen an dem Gelautomaten etwas Ungewöhnliches auf, beispielsweise an der Tastatur oder am Kartenschlitz, wechseln Sie den Automaten im Zweifelsfall lieber. Wenn Sie Bargeld abheben, konzentrieren Sie sich auf den Vorgang und lassen Sie sich nicht ablenken. ■ *PM Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, 27.12.2017*

Günstig tanken mit Das Örtliche

Autofahrer sparen durch Benzinpreis-Apps

Stolze 3,24 Cent: Laut einer Studie* im aktuellen „Wirtschaftsdienst“ ist das die Differenz, die Nutzer von Benzinpreis-Apps nachweislich pro Liter sparen. Wir erklären, warum die Tankstellen überhaupt ihre Preise melden und wie Sie mit der Ö-App von Das Örtliche stets am günstigsten tanken.

Gerade zu Ferien- und Feiertagszeit wird einiges teurer, da guckt der ein oder andere Verbraucher doch auf die Preise. Eine gute Hilfe sind da Benzinpreis-Apps. Sie sorgen nachweisbar für mehr Transparenz auf dem Kraftstoffmarkt. Das ist das Ergebnis einer Studie aus der aktuellen Ausgabe der Fachzeitschrift „Wirtschaftsdienst“. Seit im Jahr 2013 die offizielle „Markttransparenzstelle für Kraftstoffe“ (MTS-K) eingeführt wurde und die Tankstellen ihre Preise rund um die Uhr melden müssen, wissen Nutzer von

Benzinpreis-Apps jederzeit, wo der Sprit gerade am günstigsten ist.

Eine solche Transparenz gibt es in ähnlicher Form auf keinem anderen Markt. Die Tankstellen ändern seit der Einführung der Apps öfter am Tag ihre Preise und haben den Wettbewerb untereinander verschärft. Die Autofahrer profitieren: Sie tanken seitdem vermehrt in Preistälern und sparen durch die Preisvergleiche durchschnittlich 3,24 anstatt 1,47 Cent pro Liter. Umso praktischer ist es deshalb, dass die kostenlose Benzinpreissuche in der Ö-App von Das Örtliche bereits integriert ist. Nutzer der Ö-App können direkt mit dem Sparen loslegen ohne vorher noch eine zusätzliche App installieren zu müssen.

Die günstigste Zapfsäule finden – So geht's mit Das Örtliche:

Beim ersten Klick auf „Benzinpreise“ werden die Nutzer der Ö-App dazu aufgefordert, ihre bevorzugte Sprintsorte auszusuchen. Ist diese hinterlegt, bekommen sie zukünftig alle Tankstellen im Umkreis samt aktuellem Spritpreis, der Entfernung und den Öffnungszeiten auf Abruf angezeigt. Je nach Wunsch lässt sich die Liste der Anbieter entweder nach dem günstigsten Preis oder der geringsten Distanz zum Standort sortieren. Optional kann die Lage der umliegenden Tankstellen auch mittels Kartenansicht nachvollzogen werden.

Auf den Detailseiten der Tankstellen können die Nutzer vorab checken, welche Bezahlmöglichkeiten vor Ort akzeptiert werden oder ob die Tankstelle weitere Services wie etwa eine Werkstatt oder Autowäsche anbietet. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, sich via „Google Maps“ oder „V-Navi“ direkt aus der App zur Zapfsäule navigieren zu lassen.

Häufig besuchte Tankstellen können zudem einer Favoritenliste hinzugefügt werden, in der die Nutzer auswählen können, ob sie mittels Direkt-Benachrichtigung informiert werden möchten, sobald sich der Spritpreis dort verändert. Die Funktion ist vor allem für Pendler oder Vielfahrer von Vorteil, da sich einstellen lässt, ob man nur

an bestimmten Wochentagen oder zu ausgewählten Uhrzeiten benachrichtigt werden möchte. Echte Sparfüchse können sich auch nur dann informieren lassen, wenn der Spritpreis unter eine bestimmte Grenze fällt.

Um die Benzinpreissuche jederzeit schnell nutzen zu können, ist lediglich eine bestehende Verbindung zum Internet erforderlich. Zusätzliche Kosten für die Funktion fallen nicht an. Die aktuellste Version der Ö-App steht sowohl im Play Store als auch im App-Store zum direkten Download zur Verfügung.

**Quelle: Studie „Auswirkungen der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe“ (<https://link.springer.com/article/10.1007%2F510273-017-2204-4>) ■ PM Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, 19.12.2017*

Kostenloser Reise- und Freizeitführer von Das Örtliche: Mit der Bremen-App die Vorweihnachtszeit genießen



Für viele Menschen ist die Vorweihnachtszeit die schönste Zeit des Jahres. Ein gemütlicher Weihnachtsmarktbummel in den stimmungsvoll beleuchteten Innenstädten gehört einfach dazu. In Bremen laden die vielen Stände rund um Rathaus und Roland zum Stöbern und Glühwein trinken ein. Festliches Flair herrscht auch beim Schlachtezauber an der Weserpromenade. Was die Hansestadt sonst noch zu bieten hat, verrät der kostenlose Reise- und Freizeitführer von Das Örtliche für das Smartphone oder Tablet. Ob bei der Suche nach einem Schmuckgeschäft für das passende Weihnachtsgeschenk, einem Café für die Pause zwischendurch oder dem Theaterstück für



einen unterhaltsamen Abend – die Bremen-App liefert nützliche Informationen, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungs- und Ausflugstipps. Erhältlich ist die App bei Google Play und im App Store sowie im Internet unter www.bremen-app.net/.

Entwickelt hat den mobilen Reise- und Freizeitführer der Verlag Heinz Heise unter der Dachmarke Heise RegioConcept. Den nützlichen Begleiter gibt es übrigens auch als kostenlose handliche Printausgabe.

Fahrradfans sollten beim Gewinnspiel der Bremen-App mitmachen. Alle Teilnehmer haben die Chance auf einen Citybike-Gutschein in Höhe von 1.000 Euro. Außerdem gibt es vier Präsentkörbe mit „Bremer Spezialitäten“ im Wert von je 50 Euro zu gewinnen. Teilnahmeschluss ist der 28. Februar 2018. Weitere Informationen gibt es online unter www.bremen-gewinnspiel.de.

Über Heise RegioConcept

Mehrere Unternehmen von Heise & Dumrath Medien sowie der Verlag August Thuhoff agieren unter der gemeinsamen Dachmarke Heise RegioConcept. Dabei handelt es sich um eine einheitliche Absendermarke der Geschäftsbereiche Verzeichnismedien und Online-Marketing, unter der insgesamt vier Verzeichnisverlage, zwei Agenturen der Heise Gruppe und eine Dumrath & Fassnacht-Tochter, die Agentur Trede, auftreten. Die Verzeichnisverlage von Dumrath & Fassnacht agieren als Partner der Marke.

Heise RegioConcept bietet mittelständisch geprägten Kunden und Inserenten das, was sie für ihre regionale und lokale Werbung suchen, aus einer Hand: eine optimale Auffindbarkeit in Verzeichnissen, Web- und App-Auftritte, professionelles Suchmaschinenmarketing sowie Social-Media-Konzepte. ■ *PM Heise RegioConcept, 29.11.2017*

Sekretariatsservice verzeichnet schnelles Wachstum Kfz-Werkstattbranche lagert Anrufannahmen in der Umrüstsaison aus

Die Kundenzahl des 11880-Sekretariats-services (www.11880-sekretariatservice.com) wächst derzeit stark. Besonders Kfz-Werkstätten suchen in der Reifenwechselsaison die Unterstützung der erfahrenen 11880-Telefonagenten bei der Annahme von Kundenanrufen.

Der 11880-Sekretariatsservice, der vor zwölf Monaten an den Start gegangen ist, wird branchenübergreifend immer stärker angenommen. Neben Kfz-Werkstätten ist er insbesondere bei Steuerberatern, Immobilienmaklern und Rechtsanwälten sehr beliebt.

Das Angebot sorgt dafür, dass kleine Firmen oder Selbstständige jederzeit telefonisch für ihre Kunden erreichbar sind und gleichzeitig ungestört ihrem Tagesgeschäft nachgehen können. Die erfahrenen 11880-Telefonexperten nehmen auf Wunsch rund um die Uhr an sieben Tagen pro Woche Gespräche im Namen der Kunden entgegen. Kunden können über eine App genau festlegen, wann sie in welcher Form über Anrufe informiert werden möchten und haben gleichzeitig einen detaillierten Überblick über ihr eingehendes Anrufvolumen.

Wer als Unternehmer über kein eigenes Back Office verfügt, kann seinen Außenaustritt und seine Kundenkommunikation mit dem 11880-Sekretariatsservice deutlich professioneller gestalten und verpasst keinen einzigen Neukundenkontakt. ■ *PM 11880 Solutions AG, 4.12.2017*

Gut durch den Herbst mit der neuen Ausgabe von Das Örtliche für Wismar und Umgebung

Die neue Ausgabe von Das Örtliche für Wismar und Umgebung ist da! Wer jetzt im Herbst seine Heizung oder sein Auto fit für die kalte Jahreszeit machen möchte, wird bei Das Örtliche schnell fündig. Das Verzeichnis gibt es als Buch, im Internet und als App. Ab dem 7. November 2017 kann die aktualisierte gedruckte Ausgabe von Das Örtliche für Wismar und Umgebung in Zweigstellen der Postbank Finanzcenter, in Partner-Filialen der Post und in den Märkten von Rewe und Netto Marken-Discount abgeholt werden.

Der Austausch des Buches lohnt sich: Bis zu 30 Prozent der Einträge ändern sich innerhalb eines Jahres. Auf 176 Seiten enthält Das Örtliche für Wismar und Umgebung 16.078 Kontaktdaten – von Privatpersonen und Firmen. In den Themenbereichen „Ärzte, Gesundheit & Wellness“, „Rund ums Auto“ und „Firmen kompakt“ präsentieren sich Mediziner, Dienstleister und Unternehmen übersichtlich und kompakt.

Herausgeber und Verleger von Das Örtliche für Wismar und Umgebung ist der Verlag für Telekommunikation Nord unter der Dachmarke Heise RegioConcept in Kooperation mit Deutsche Tele Medien GmbH. Neben der Buchausgabe steht Das Örtliche auch online unter www.dasoertliche.de sowie mobil als App zur Verfügung.

„Ob print, online oder mobil – wir berücksichtigen die unterschiedlichen Bedürfnisse von Nutzern und Inserenten und bieten für jeden die passende Variante“, sagt Geschäftsführer Ansgar Heise. „Und die Zahlen geben uns recht: 63,6 Prozent der Deutschen ab 16 Jahren nutzen Das Örtliche, das ist das Ergebnis der aktuellen Studie des Marktforschungsinstituts GfK. Die Bekanntheit von Das Örtliche liegt sogar bei 93,4 Prozent.“

Über Heise RegioConcept

Mehrere Unternehmen von Heise & Dumrath Medien sowie der Verlag August Thuhoff agieren unter der gemeinsamen Dachmarke Heise RegioConcept. Dabei handelt es sich um eine einheitliche Abendermarke der Geschäftsbereiche Verzeichnismedien und Online-Marketing, unter der insgesamt vier Verzeichnisverlage, zwei Agenturen der Heise Gruppe und eine Dumrath & Fassnacht-Tochter, die Agentur Trede, auftreten. Die Verzeichnisverlage von Dumrath & Fassnacht agieren als Partner der Marke.

Heise RegioConcept bietet mittelständisch geprägten Kunden und Inserenten das, was sie für ihre regionale und lokale Werbung suchen, aus einer Hand: eine optimale Auffindbarkeit in Verzeichnissen, Web- und App-Auftritte, professionelles Suchmaschinenmarketing sowie Social-Media-Konzepte. ■ *PM Heise RegioConcept, 7.11.2017*

DATENSCHUTZ

Kammergericht Berlin: Facebook muss sich bei Online-Spielen an das deutsche Datenschutz-Recht halten

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) mit Sitz in Berlin hat sich beim Kammergericht Berlin erneut gegen den Internet-Konzern Facebook durchgesetzt. Im vorliegenden Fall geht es um die Weitergabe von Daten bei der Teilnahme an Online-Spielen aus dem App-Zentrum von Facebook, wo Nutzer die Möglichkeit haben, kostenfreie Spiele von sogenannten Dritt-Anbietern zu spielen. Nach Einschätzung des vzbv wurden die Nutzer nicht ausreichend über den Umfang und den Zweck der Daten-Weitergabe informiert. Das hat nun auch das Kammergericht Berlin entsprechend entschieden (Urteil vom

22. Sept. 2017 – Az.: 5 U 155/14) und damit das Urteil des Landgerichts Berlin bestätigt (Urteil vom 28. Okt. 2014 – Az. 16 O 60/13). Wegen der grundsätzlichen Bedeutung des Falls hat das Kammergericht die Revision zum Bundesgerichtshof zugelassen.

In der Presse-Information vom 6. November 2017 stellt Heiko Dünkel, Rechtsreferent beim vzbv fest: „Facebook muss besser darüber informieren, was Drittanbieter auf seiner Webseite mit den Daten der Nutzerinnen und Nutzer anstellen. Es kann nicht sein, dass Spiele-Anbieter ohne jegliche Einschränkung im Profil des Nutzers Beiträge posten können.“ Weiter heißt es: „In seinem App-Zentrum bietet Facebook seinen Kunden die Möglichkeit, kostenfreie Spiele von anderen Anbietern zu spielen. Dort war im November 2012 unter anderem das Spiel „The Ville“ verfügbar. Unter dem Button „Sofort spielen“ wurden Hinweise zur Weitergabe von personenbezogenen Daten des Nutzers angezeigt. So sollten mit Beginn des Spiels die E-Mail-Adresse, Statusmeldungen und weitere Informationen über den Nutzer an den Betreiber des Spiels übermittelt werden. Angaben über den Zweck der Datenverarbeitung fehlten. Bei drei weiteren Spielen wurden vergleichbare Informationen angezeigt. So hieß es beim Spiel „Scrabble“: „Diese Anwendung darf Statusmeldungen, Fotos und mehr in deinem Namen posten.“

„Die bereitgestellten Informationen waren in keinem Fall geeignet, eine informierte und freiwillige Einwilligung der Nutzer in die Weitergabe ihrer personenbezogenen Daten einzuholen“, erklärt Dünkel. Damit verstoße Facebook gegen deutsches Datenschutzrecht.

Informationen für Datenweitergabe nicht ausreichend

Das Berliner Kammergericht stellte klar, dass deutsches Datenschutz-Recht trotz des irischen Unternehmenssitzes (Dublin) anwendbar sei. Hierzu genüge, dass Facebook sein Angebot auch an deutsche Nutzer richte und in Hamburg eine für die Förderung des Anzeigen-Geschäfts zuständige Schwestergesellschaft der Beklagten unterhalte.

Die erforderliche Einwilligung in die durch Facebook angekündigte Weitergabe der Daten lag nach Auffassung des Gerichts nicht vor, denn die bereitgestellten Informationen reichten nicht aus, um eine freie und informierte Entscheidung der Nutzer über die begehrte General-Einwilligung herbeizuführen. Die ebenfalls beanstandete Berechtigung zum Posten im Namen des Verbrauchers hielten die Richter für zu unbestimmt, denn die nach der Klausel möglichen Posts seien für Verbraucher in Zahl und Inhalt nicht absehbar. Selbst Werbung für sexuell anzügliche Produkte sei von der Formulierung abgedeckt. Die Vertragsbestimmung verstoße daher gegen das AGB-rechtliche Transparenz-Gebot sowie gegen Datenschutz-Vorschriften.“ ■ *Quelle: Der Titelschutz Anzeiger Nr. 1351, Woche 46, 14.11. 2017*

JOBS & KARRIERE

Ausbildung E-Commerce Kauffrau/-mann ab August 2018

In Deutschland gibt es ab jetzt den offiziellen Ausbildungsberuf „Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce“. Ab 2018 können alle Betriebe ausbilden, die die Online-Kanäle für den Vertrieb ihrer Waren und Dienstleistungen nutzen. Dabei eingeschlossen sind auch Onlinespiele-Anbieter, Reiseveranstalter, Ticketing-Dienstleister sowie die herstellende Industrie. Unter der Website www.ecommerce-ausbilden.de können Unternehmen anonym mitteilen, ob und wie viele Ausbildungsplätze für E-Commerce-Kaufleute man 2018 anbieten möchte. Inhaltlich soll es in der dreijährigen Ausbildung unter anderem um die Beurteilung von Vertriebskanälen, Online-Marketing und Kundenkommunikation gehen. Nähere Informationen finden Sie unter http://www.ecommerce-ausbilden.de/fileadmin/templates/ecommerce-ausbilden/Basisinformationen_Kaufleute_im_E-Commerce_2018_-_DIHK.pdf. ■ *Quelle: onlinehaendler-news.de, 19.12.2017*

Verzeichnis medien

IMPRESSUM

Herausgeber:

[vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und
Verzeichnismedien e. V.
Postfach 20 27
D-47861 Willich

Geschäftsstelle

Jakob-Krebs-Str. 126 a
47877 Willich
Telefon +49 2156.774 385-6
Telefax +49 2156.774 385-5
Mail: info@vdav.org
URL: www.vdav.org

Verantwortlich:

Rhett-Chr. Grammatik

Redaktion:

Rhett-Chr. Grammatik (RCG),
Jakob-Krebs-Str. 126 a
47877 Willich

Layout:

Wildpark GrafikDesign, Düsseldorf

Satz und Gestaltung:

Mark Wesemeyer, Langenfeld

Druck:

Eversfrank Berlin GmbH, Berlin

Titelbild:

number 2018, as the new year © nito – Fotolia.com

Alle Bilder sind per Pressemitteilung zur Verfügung
gestellte Materialien der jeweils im Artikel genannten
Unternehmen