

Verzeichnis medien

[vdav] Mitglieder-Zeitschrift _ Ausgabe 1 | März 2021



Deutschlands beste Schülerfirma SchoCana von der Klara-Oppenheim-Schule aus Würzburg

[vdav] intern:
Branchentreff 2021 auf
Oktober verlegt!

Seite 3

Aus den Mitgliedsunternehmen:
Gelbe Seiten Marketing erweitert
die Geschäftsführung

Seite 4

**Gefunden: Deutschlands
beste Schülerfirma!**

Seite 6

**Am Puls der Zeit. Das Örtliche,
Das Telefonbuch und Gelbe Seiten
nehmen Impfzentren in die
digitalen Verzeichnisse auf**

Seite 15

[IN EIGENER SACHE]

Deutschland – schönes „Neuland“

„Teilnehmerverzeichnisse sind nicht der vollkommen veraltete, nur gedruckt erhältliche und kaum noch genutzte Vorgänger seines modernen digitalen Nachfolgers Google. Stimmt nicht? Das müssen Sie mir aber mal erklären.“ So ähnlich beginnen Gott sei Dank nicht alle, aber leider etliche Gespräche, die der [vdav] gerade mit Vertretern der Politik jeder Couleur führen muss. Muss, weil mit dem sog. TKModG, dem Telekommunikationsmodernisierungsgesetz und dem TTDSG, der neuen Datenschutzregelung in Sachen elektronischer Kommunikation, gleich zwei Gesetze im Endstadium des politischen Verabschiedungsverfahrens stehen, die die maßgeblichen Regeln und Rahmenbedingungen für Teilnehmerverzeichnisse regeln und die entsprechenden Altregeln des TKG ersetzen. Was da an Kenntnis wirtschaftlicher Zusammenhänge, digitaler Medienangebote oder schlicht auch an Allgemeinwissen zu Tage tritt, ist in einigen Fällen wirklich erschreckend. Von „die armen Bäume“ (eine Bundestags-Abgeordnete aus NRW bei der Erwähnung des Begriffs Telefonbücher) über „gibt’s die Gelbe Seiten denn auch schon im Internet?“ (der Bundesminister für Wirtschaft) bis „da unterstützen wir Sie natürlich gerne“ (der Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur, während ihm sein zuständiger Abteilungsleiter sanft in die Rippen sticht und dabei (fast unmerklich) den Kopf schüttelt – Szenen von Slapstick bis Tragik, aber alle aus der politischen Welt von heute. Dass man die Regelungen des alten TKG nun in zwei neue Gesetze aufteilt, macht das Ganze nicht einfacher, öffnet es doch Missverständnissen Tür und Tor. Auf der einen Seite „nur“ die Frage um eine weitere Definition der Teilnehmerverzeichnisse als Teil der garantierten Grundversorgung, als Universaldienstleistung, auf der anderen Seite alle Fragen um Teilnehmerdaten, Weiterleitung etc.. Klar, dass dann die Frage kommt: „Wenn Sie also nicht mehr als Universaldienstleistung definiert sind, bekommen Sie keine Daten mehr?“ Und im Umkehrschluss: „wenn Sie die Daten weiter bekommen, ist doch alles in Ordnung.“ Ja, klasse, alles in Ordnung.

Das TTDSG macht es nicht einfacher, will uns doch der Gesetzgeber damit in die Steinzeit der Telekommunikation zurückführen: Telefonbucheinträge nur noch für Festnetzanschlüsse (!), weiterhin das Antragserfordernis (wo steht in der DSGVO etwas

von einem Antrag?) – von Modernisierung oder gar Anpassung an die digitale Welt da draußen – nach wie vor keine Spur, ganz im Gegenteil. Und das alles, während WhatsApp und jetzt auch Clubhouse ganz ungeniert die Daten ihrer Nutzer und von deren Kontakten abgreifen, ohne auch nur im Geringsten reguliert zu werden. Der Datenschutz sieht keine Möglichkeit für ein Opt-in bei Telefonbucheinträgen, während unbeteiligte Dritte noch nicht mal ein Widerspruchsrecht gegen die Weiterleitung ihrer Daten an die neuen Dienste geltend machen können.

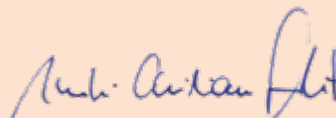
Corona und die Folgen machen das ganze politische Verfahren auch nicht einfacher, Fristen für Stellungnahmen werden drastisch verkürzt, früher übliche Anhörungen fallen aus, virtuelle Gesprächstermine werden zur reinen Glückssache.

Trotzdem – wir haben hervorragende Argumente, die wir wieder und wieder vortragen und versenden, die Zusammenarbeit zwischen Verband und DTM läuft hervorragend, wir kämpfen und hoffen, zumindest den Status Quo mit kleinen Optimierungen sichern zu können.

Herzlichen Dank an dieser Stelle auch an die Mitgliedsunternehmen, die „ihre“ Bundestagsabgeordneten mit der Problematik vor Ort bekannt gemacht haben oder dies versucht haben. Dank auch an die FDP, die die Problematik nicht nur ausführlich mit uns diskutiert und verstanden hat, sondern sogar im Bundestag einen Änderungsantrag pro Teilnehmerverzeichnisse eingebracht hat. Die nächsten Wochen werden spannend für uns, beide Gesetzgebungsvorhaben sollen sicherlich noch vor der Sommer- und Wahlkampfpause in Berlin verabschiedet werden.

Für weitere Informationen stehe ich Ihnen selbstverständlich jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit den besten Grüßen



Rhett-Christiane Grammatik



Branchentreff 2021 auf Oktober verlegt!

Trotz aller Bemühungen beruhigt sich die Corona-Lage nur sehr langsam. Durch die auftretenden Mutationen ist auch nicht damit zu rechnen, dass sich die Lage in den nächsten Wochen so stabilisiert, dass wir alle zu einem halbwegs normalen Leben werden zurückkehren können, risikolos werden reisen und uns persönlich treffen können.

Dies hat natürlich auch Auswirkungen auf die Planungen hinsichtlich des eigentlich für Ende Juni vorgesehenen Branchentreffs. Obwohl wir alle uns wahrscheinlich auf einen persönlichen Austausch von Mensch zu Mensch freuen und fast schon danach dürsten, haben wir uns schweren Herzens mit unserem Co-Veranstalter, SIINDA, dazu entschlossen, den Juni-Termin abzusagen und einen neuen Termin im Herbst zu wählen.

In Absprache mit dem Hotel in Berlin haben wir uns entschlossen, vorerst den **10. bis 14. Oktober** als neuen Termin vorzusehen. Wir alle hoffen, dass sich die Lage bis dahin so stabilisiert hat, dass wir die kombinierte SIINDA/[vdav] Tagung im mehr oder weniger gewohnten Rahmen durchführen und Ihnen allen eine hoffentlich risikolose Teilnahme ermöglichen können.

Herzlichen Dank für Ihr Verständnis.

Novellierung des TKG – Stand der Dinge

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen für Teilnehmerverzeichnisse werden derzeit überarbeitet. Mit dem Telekommunikations-Modernisierungsgesetz (TKModG)

sollen die Teilnehmerverzeichnisse bekanntermaßen als Universaldienstleistung gestrichen werden. Der entsprechende Gesetzentwurf geht in den nächsten Tagen in die parlamentarische Diskussion und Abstimmung.

Der VDAV hat dazu nochmals alle maßgeblichen Abgeordneten der insgesamt damit beschäftigten sieben (!) Bundestagsausschüsse ausführlich informiert. Ob sich trotz aller vorhandenen und guten Argumente eine Mehrheit für eine Beibehaltung der Universaldienstleistung finden wird, ist zumindest zweifelhaft: die Mehrheitsfraktionen müssten sich gegen einen Entwurf und die (vollkommen fehl gehende) Argumentation ihren „eigenen“ Ministerien (vorrangig BMWI (CDU) und BMVI (CSU)) aussprechen. Da gerade das Ministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur unter Minister Scheuer für den Entwurf federführend zeichnet, wäre dies ein Affront gegen den sowieso stark unter Beschuss stehenden Minister.

Der zweite, wesentlich wichtigere, da die Grundlagen zum Thema Daten und Datenweiterleitung betreffende Gesetzentwurf des TTDSG befindet sich noch in der Überarbeitungsphase, nachdem die betroffenen Verbände und Unternehmen corona-bedingt sehr kurzfristig zum Entwurf Stellung nehmen mussten.

Unter <https://www.bmwi.de/Navigation/DE/Service/Stellungnahmen/TTDSG/stellungnahmen-ttdsg.html> hat das BMWI die bislang zum Entwurf des TTDSG insgesamt 31 eingegangenen Stellungnahmen der Verbände und Organisationen veröffentlicht.

Zum Thema Teilnehmerverzeichnisse haben sich neben dem VDAV Bitkom, der BVDW, die United Internet AG, der VATM und der ZAW geäußert. Dabei hat der ZAW die Stellungnahme des VDAV größtenteils übernommen. Die Stellungnahmen von Bitkom und BVDW sind teilweise identisch, kein Wunder, dort geben die Carrier und Provider den Ton mit an, die mit der Gesamtthematik nur noch wenig zu tun haben und ihre bisherigen Verpflichtungen größtenteils minimiert sehen wollen.

Besonders „nett“ die Stellungnahme der United Internet AG zum Thema gedrucktes Telefonbuch:

„Die Pflicht zur Aufnahme der Teilnehmerdaten gem. § 17 Abs. 2 TTDSG-E in ein gedrucktes Teilnehmerverzeichnis muss gestrichen werden. Die bisherige Universaldienstverpflichtung zur Vorhaltung eines vollständigen gedruckten Teilnehmerverzeichnisses in § 78 Abs. 2 Nr. 3 TKG wird mit dem TKModG entfallen. Folgerichtig muss auch der Anspruch des Teilnehmers auf Aufnahme in ein solches gedrucktes Verzeichnis entfallen. Auch passt ein gedrucktes Teilnehmerverzeichnis aus Praktikabilitäts- und auch aus ökologischen Gründen nicht mehr in die aktuelle Zeit.“

Auch für das TTDSG ist damit zu rechnen, dass die Ministerien den Entwurf noch vor dem Beginn des Wahlkampfs und der Sommerpause durchpeitschen wollen.

PERSONALIEN

Überall ernennt SaaS-Experten Tijs van Santen zum neuen Chief Customer Officer

Das Unternehmen baut sein expertenreiches Führungsteam nach einer starken Entwicklung im letzten Jahr damit für die nächste Wachstumsphase aus.

Überall, führender Anbieter von Marketinglösungen rund um die ‚Near Me‘ Brand Experience, gibt die Ernennung von Tijs van Santen zum Chief Customer Officer bekannt. In der neu geschaffenen Position wird van Santen dazu beitragen, das Wachstum von Überall weiter voranzutreiben und innovative Lösungen für die Kund:innen des Unternehmens zu schaffen.

Van Santen bringt mehr als zehn Jahre Erfahrung im Aufbau und der Leitung führender Technologieunternehmen mit – da-



runter HP, Forrester Research und Impact. Zuletzt war er als Chief Revenue Officer bei der Mobile-Commerce-Plattform Button tätig. Als VP Global Sales bei Forrester leitete er eine neu geschaffene Vertriebsseinheit in den USA, Europa sowie Asien. Bei Impact, dem globalen Marktführer für Performance-Software, begleitete van Santen als CRO die Transformation zu einer reinen SaaS-Go-to-Market-Strategie.

„Wir freuen uns, Tijs zu so einer ereignisreichen Zeit bei Überall begrüßen zu können“, sagt Florian Hübner, Mitgründer und CEO von Überall. „Er ist ein ausgezeichnete Manager mit umfassenden Kenntnissen über den SaaS-Markt – und er beherrscht Go-to-Market-Strategien wie kein Zweiter! Tijs ergänzt unser globales Team perfekt und wird uns dabei helfen, weiter zu wachsen und für unsere Kund:innen der ideale Partner zu sein.“

„Ich bin begeistert, während einer so spannenden Phase bei Überall starten zu können“, sagt Tijs van Santen, Chief Customer Officer von Überall. „Dieses Unternehmen will einen Mehrwert liefern für seine Mitarbeiter:innen, Partnerunternehmen und natürlich seine Kund:innen. Genau hier werde ich als CCO ansetzen: Wir wollen zu ihrem Erfolg beitragen und sie in die Lage versetzen, das Beste von Überall zu bekommen. Überall ist bereits unglaublich gut aufgestellt und ich freue mich darauf, die aussichtsreiche Zukunft des Unternehmens mitzugestalten.“

Van Santen nimmt seine Arbeit bei Überall nach einem sehr herausfordernden Jahr auf. Viele Kund:innen und Partner:innen aus dem Einzelhandel, der Gastronomie, dem

Tourismus und anderen Branchen hatten 2020 mit weitreichenden Veränderungen im B2B- sowie B2C-Umfeld zu kämpfen. Trotz dieser Umstände konnte Überall ein Wachstum von 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielen. Das Unternehmen startet aktuell in die nächste Wachstumsphase, um den Markt bei seiner Erholung im Laufe des Jahres zu begleiten.

Über Überall

Überall ermöglicht es Unternehmen, eine überzeugende ‚Near Me‘ Brand Experience zu schaffen: Sie umfasst alle Online-Touchpoints, die ein Konsument mit dem physischen Standort einer Marke hat. So stellen Unternehmen einen einheitlichen Markenauftritt entlang der ‚Near Me‘ Customer Journey sicher – von der ‚Near Me‘-Suche über Online-Bewertungen hin zum Kauf und zur Markentreue. Mit der Überall-Plattform optimieren Marken ihre Standorte auf zahlreichen Online-Plattformen für die ‚Near Me‘-Suche und stärken Kundeninteraktion sowie ihren Umsatz im stationären Geschäft. Das Überall-Netzwerk umfasst hierfür ein wachsendes Ökosystem von über 125 Suchmaschinen, Online-Verzeichnissen, Apps, Navigationsdiensten und mehr. Florian Hübner und David Federhen haben Überall 2013 gegründet. Neben dem Hauptsitz in Berlin hat Überall Standorte in Paris, London, Amsterdam, San Francisco, Detroit, Montreal. Zu den Kunden zählen Fortune-500-Unternehmen und Marktführer aus der ganzen Welt. Erfahren Sie mehr auf uberall.com. ■ *PM Überall GmbH, 4.02.2021*

Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft erweitert die Geschäftsführung

Die Gelbe Seiten Marketing GmbH hat zum 1. Januar 2021 die Geschäftsführung erweitert: Neben Dr. Uwe Breier ist Dirk Schulte zum Geschäftsführer bestellt worden. Komplettiert wird das Führungsteam durch Barbara Faber. Michael Wolf ist aus der Geschäftsführung ausgeschieden. Schulte bringt als langjähriger Geschäfts-



führer der Das Örtliche Service- und Marketing GmbH umfangreiche Expertise im Feld der Verzeichnismedien und digitalen Produktentwicklung mit. In seiner Funktion als Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft wird er u. a. die nationalen Kommunikations- und Marketingaktivitäten der Marke Gelbe Seiten verantworten.

„Mit Dr. Uwe Breier, Barbara Faber und Dirk Schulte haben wir ein Geschäftsführungs-Trio, das aufgrund des langjährigen Erfahrungsschatzes mit den Kernthemen der Verzeichnismedien vertraut ist und die Marke Gelbe Seiten noch stärker digital aufstellen wird“, so Stefan Schnieder, Vorsitzender des Beirats der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft. „Ich danke Michael Wolf für sein Engagement und die vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünsche ihm für die Zukunft alles erdenklich Gute.“

„Gelbe Seiten ist nicht nur das größte Branchenverzeichnis in Deutschland, sondern auch eine vertrauensstarke Marke, die 92 Prozent aller Deutschen kennen. Ich freue mich, das Profil der Marke digital noch stärker in der Wahrnehmung zu schärfen und sowohl Unternehmen als auch Nutzern zukunfts- und nutzerorientierte Services zu bieten, die ihnen den Alltag vereinfachen. Dies ist gerade vor den aktuellen Herausforderungen unserer Zeit besonders wichtig“, so Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing GmbH.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 15 Gelbe Seiten Verlagen

gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern als Buch, online und mobil über www.gelbeseiten.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2020 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 705 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.*Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2020; repräsentative Befragung von 15.974 Personen ab 16 Jahren, Oktober 2020, In Auftrag gegeben von: Gelbe Seiten Marketing GmbH, Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 27.01.2021*



Anke Herbener wird CEO der TWT Group und Co-CEO der Muttergesellschaft Greven Group

Die TWT Group, einer der führenden Digitaldienstleister mit zahlreichen Agenturen in Deutschland, beruft Anke Herbener zur CEO der TWT Group sowie zur Co-CEO der Muttergesellschaft Greven Group. Mit Anke Herbener gewinnt die TWT Group zum 1. März 2021 eine erfolgreiche und international erfahrene CEO, die die strategische und operative Führung der Agenturgruppe übernimmt. Zu der international renommierten TWT Group gehören sieben Agenturen mit insgesamt 350 Mitarbeitern an den Standorten Köln, Düsseldorf, Bergisch Gladbach, Heidelberg und Berlin.

Zu Herbeners Aufgaben werden unter anderem die konsequente Weiterentwicklung der TWT Group mit ihren hochspezialisiert

ten Full-Service- und Spezialagenturen und die Positionierung der TWT Group als einen der führenden Dienstleister in Deutschland zählen. „Ich freue mich sehr auf meine neuen Aufgaben und bin fest davon überzeugt, dass ich mich in der TWT Group schnell zu Hause fühlen werde. Ich möchte das Wachstum der TWT Group auch in diesen herausfordernden Zeiten voranbringen und die Unternehmensgruppe strategisch für die Zukunft aufstellen“, sagt Herbener, die bislang als CEO der Digitalagentur MRM//McCann in Frankfurt am Main und Düsseldorf tätig war. Zudem seien weitere Akquisitionen geplant, um die TWT Group noch besser im Wettbewerb aufzustellen.

Darüber hinaus übernimmt Herbener neben Patrick Hünemohr die Funktion als Co-CEO des Medienunternehmens Greven Group. Hinter der Greven Group steht die Irene und Sigurd Greven Stiftung, die sich seit 1996 der Förderung kultureller und wissenschaftlicher Projekte und Zielsetzungen widmet. „Für die Greven-Stiftung spielt die TWT eine sehr wichtige Rolle, denn wir sehen sie als langfristige Weiterentwicklung dessen, wofür wir stehen: höchste Exzellenz im Business und Vertrauenswürdigkeit des Mittelstands. Wir freuen uns außerordentlich, eine so erfahrene und erfolgreiche Managerin für uns gewinnen zu können und sind überzeugt, dass Anke Herbener die TWT Group und die Greven Group erfolgreich im Sinne der Stiftung weiterentwickeln wird“, sagt Dr. Damian van Melis, Vorstand der Greven-Stiftung. Anke Herbener ist bestens vernetzt, verfügt über umfassende nationale und internationale Erfahrungen

im digitalen Full-Service-Agenturmarkt und hat zahlreiche Unternehmen erfolgreich bei der digitalen Transformation ihrer Marken und Geschäftsprozesse beraten. Vor ihrem Engagement als CEO der MRM und Mitglied der Geschäftsführung der McCann Worldgroup (Interpublic Group, New York) war sie CEO ihrer eigenen Agentur Digital Changers sowie Regional CEO DACH und Mitglied des internationalen Management-Teams von DigitasLBI, einer weltweit agierenden Digitalagentur (Publicis Groupe).

Herbener hat mit ihren Projekten und Beratungseingagements für namhafte Marken und Unternehmen zahlreiche Awards und Auszeichnungen gewonnen. Die MRM führte sie innerhalb eines Jahres auf Platz 5 des BVDW-Kreativrankings. Die Expertin ist seit mehr als 20 Jahren in der Digitalbranche tätig und gilt als Pionierin bei der digitalen Transformations- und Strategieberatung. In ihrer bisherigen Laufbahn hat sie namhafte Markenkonzerne und DAX-Unternehmen in den Bereichen Telekommunikation, Automotive, Finanzen, Konsumgüter, Einzelhandel und Energie beraten, darunter Kraft Foods, congstar, Bosch, Deutsche Telekom, Daimler und UBS, Opel, Master Card und Sanofi.

Seit vielen Jahren ist Herbener im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW e.V.) aktiv, seit 2019 als Vizepräsidentin. Sie vertritt innerhalb des BVDW insbesondere die Themen der Digitalagenturen und beschäftigt sich mit Diversity & Inclusion sowie Influencer Marketing. Herbener nimmt regelmäßig als Jurorin an nationalen und internationalen Awards und als Sprecherin bei Konferenzen teil. 2020 war sie Jury-Präsidentin des Deutschen Digital Awards. Zudem engagiert sie sich seit mehreren Jahren als Gastdozentin und veröffentlicht regelmäßig Fachbeiträge.

Über die TWT Group

Die TWT Group gehört mit ihren sieben hochspezialisierten Full-Service- und Spezial-Agenturen zu den führenden Digitaldienstleistern in Deutschland. Zu ihren Tochtergesellschaften gehören TWT Interactive, TWT Reality Bytes, Shift TWT Strategy Consulting, TWT Digital Health, TWT Online



Marketing, TWT Business Solutions sowie OEVERMANN Networks. Mit insgesamt rund 350 Mitarbeitern an den Standorten Düsseldorf, Köln, Bergisch Gladbach, Heidelberg und Berlin erarbeiten die Agenturen digitale Strategien, erstellen kreative Konzepte und begleiten ihre Kunden in den Bereichen Technologie, Betrieb und Service. Die TWT arbeitet unter anderem für Geberit, BASF, Commerzbank, Covestro und BASF.

Über die Greven Group

Die Greven Group GmbH ist die Muttergesellschaft der TWT Group und seit 1827 ein erfolgreiches Medienunternehmen in Köln. Sie begann mit dem „Fremdenblatt der Stadt Köln“, einer täglich aktualisierten Liste, die nach Köln Reisenden leichteren Zugang zu Gewerbetreibenden in der Stadt vermittelte. Mit immer neuen Medien und Technologien setzt sie diese Tradition bis heute fort und bündelt sie inzwischen in der Greven Medien GmbH & Co. KG als 360-Grad-Dienstleister für klein- und mittelständische Unternehmen im Bereich des lokal digitalen und klassischen Marketings.

Zudem erweiterte sich die Gruppe auch thematisch, etwa durch Druckereien und den bis heute erstklassigen Greven Verlag für Sachbücher und Bildbände. Die Greven Group gehört seit 2015 der gemeinnützigen Irene und Sigurd Greven Stiftung, deren wichtigste Aufgabe die Förderung von Wissenschaft, Forschung und Kultur ist. Damit steht sie in der mäzenatischen Tradition der Familie Greven, die sich ebenfalls für Museen, Universitäten, Bibliotheken und andere Orte von Kultur und Wissenschaft eingesetzt hat. ■ PM Greven Group GmbH, 11.11.2020

AUS DEN MITGLIEDSUNTERNEHMEN

Gefunden: Deutschlands beste Schülerfirma!

Deutschlands beste Schülerfirma erschloss während des Lockdowns neue Vertriebskanäle

Die Schülerfirma „SchoCana“ aus Würzburg gewinnt den 10. Bundes-Schülerfirmen-Contest. Die Staatsministerin für Digitalisierung, Dorothee Bär, verleiht den Sonderpreis „Digitale Geschäftsidee“ an die Schülerfirma „Samurai Games“, die interaktive Anwendungen für Amazon Alexa entwickelt.

Die Initiative unter der Schirmherrschaft des Bundeswirtschaftsministers Peter Altmaier, wurde vor 10 Jahren von der Unternehmensfamilie Müller Medien ins Leben gerufen, um Jugendliche zu motivieren, sich bereits während der Schulzeit unternehmerisch zu betätigen.



Die feierliche Preisverleihung fand zum 10-jährigen Jubiläum erstmals komplett digital im Rahmen des Nürnberg Digital Festival REMOTE statt.

Staatsministerin für Digitalisierung, Dorothee Bär, überreicht virtuell den Sonderpreis „Digitale Geschäftsidee“ an die Schülerfirma „Samurai Games“. „Als Staats-



ministerin für Digitalisierung und Unterstützerin des Bundes-Schülerfirmen-Contests freue ich mich ganz besonders, den Sonderpreis für Digitalisierung verkünden zu dürfen. Wir haben unter den Schülerfirmen viele tolle Beispiele. Ich würde mich freuen, wenn sich noch mehr Schülerinnen und Schüler mit dem Thema Unternehmung und Gründung beschäftigen würden. Deutschland braucht mehr Gründer, Deutschland braucht vor allem auch mehr Gründerinnen!“



Thomas Bareiß, Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energievertritt Bundeswirtschaftsministers Peter Altmaier. Er ist besonders beeindruckt von den kreativen und innovativen Geschäftsmodellen der Siegerteams. „Unternehmensgründer sind zentrale Akteure in der sozialen Marktwirtschaft. Deshalb freue ich mich, dass wir kreative und innovative Gründungskonzepte von jungen Menschen auszeichnen. Keine Erfahrung ist prägender als die.“



Dagmar Wöhr, bekannt aus Höhle der Löwen gratuliert zum 10-jährigen Jubiläum: „Wenn es den BSC nicht gäbe, müsste man ihn erfinden. Unternehmerisches Denken ist wichtig für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes. 25 % aller Schülerfirmen-gründer machen sich hinterher selbstständig! Ein toller Erfolg, oder?“

In diesem besonderen Jahr war der Umgang mit der Situation der Kontaktbeschränkungen im Frühjahr ein Kriterium besonders in den Fokus der Jury gerückt. Die Schülerfirmen haben mit ihren Ansätzen restlos begeistert: schnell wurde von den Schülerfirmen der Aufbau digitaler Vertriebskanäle wie eigenen Onlineshops oder die Nutzung von Social-Media-Kanälen für den Verkauf vorangetrieben.



Besonders aktiv wurde SchoCana, Deutschlands beste Schülerfirma 2020 von der Klara-Oppenheim-Schule aus Würzburg. Das Geschäftsmodell, mit dem Verkauf von Schokolade der Umwelt zu helfen sowie das Krisenmanagement während der Kontaktbeschränkungen – unter anderem die Nutzung des Lieferservices eines Restaurants als zusätzlichen Vertriebskanals – haben den ersten Platz gesichert. Platz zwei belegt die Schülerfirma der Astrid-Lindgren-Schule aus Dohr/Cochem. Die tollen Produkte aus Ton oder Recyclingmaterial sowie die Nutzung der sozialen Medien während der Schulschließungen haben die Jury überzeugt. Den dritten Platz belegt der badoeynhausen.shop der Europaschule Bad Oeynhausen. Sie produzieren Produkte rund um ihre Heimatstadt und haben die Hygienevorschriften in ihrem Laden hervorragend umgesetzt.

Michael Oschmann, CEO Müller Medien und Initiator der Bundes-Schülerfirmen-Contests: „Ich bin froh, dass wir die TOP 10 heute auszeichnen können. Die Teams der

Schülerfirmen haben große Anstrengungen unternommen, um gemeinsam die besonderen Herausforderungen des Jahres 2020 zu meistern. Für uns ist weiterhin wichtig, dass auch diese Zeit unternehmerische Chancen bietet und die Schülerinnen und Schüler in einem geschützten Umfeld lernen, was es heißt im Team ein Unternehmen zu managen.“ 209 Schülerunternehmen aus ganz Deutschland stellten sich der öffentlichen Online-Abstimmung auf dem Portal www.bundes-schuelerfirmen-contest.de. Insgesamt 8.000 EUR Preisgeld wurden an die Schülerfirmen verteilt.

Alle Informationen zum Bundes-Schülerfirmen-Contest gibt es unter bundes-schuelerfirmen-contest.de

Über Müller Medien:

Müller Medien bildet zusammen mit einem Netzwerk aus starken Partnern eine zukunftsorientierte Unternehmensfamilie der Medien- und Digitalbranche. Neben dem traditionellen Verzeichnisgeschäft mit Print- und Digitalversionen zählen dazu Radio- und Fernsehstationen, Buch- und Wochenzeitungsverlage. Im Geschäftsbereich New Business realisiert Müller Medien zusammen mit seinen Partnern neuer Geschäftsmodelle. ■ *PM Müller Medien GmbH & Co. KG, 12.11.2020*

Sutter LOCAL MEDIA spendet Weihnachtspresents an AWO-Senior*innen

Sutter LOCAL MEDIA veranstaltete in diesem Jahr mithilfe der Mitarbeiter an der Essener Hauptniederlassung eine Wunschbaumaktion für die Bewohner des Josef-Boestfleisch-Hauses der AWO.

Um die 50 AWO-Senior*innen können sich über ein Extrapaket unterm Weihnachtsbaum freuen. Denn Dank der Wunschbaumaktion der Essener Firma Sutter LOCAL MEDIA bekamen nun die 26 Bewohner*innen des Josef-Boestfleisch-Hauses der AWO in Bergerhausen ein fest-



Hanna Denkler und Jennifer Wallrad vom Sozialen Dienst in der Seniorenwohnanlage der AWO (i.u.z.v.l.) Nicole Rafalski, Marketingleiterin von Sutter LOCAL MEDIA und Oliver Kern, AWO-Geschäftsführer (z.u.v.l.)
Foto: AWO Essen

lich verpacktes Geschenk überreicht. Die zweite Hälfte der Gabe wird in den kommenden Tagen an die Senior*innen verteilt, die von den haushaltsnahen Dienstleistungen der AWO betreut werden.

Nicole Rafalski, Marketingleiterin von Sutter LOCAL MEDIA, kam selbst zur Verteilung beim Josef-Boestfleisch-Haus vorbei und erklärte das gemeinnützige Projekt: „Wir haben im Foyer unseres Unternehmens am Berthold-Beitz-Boulevard einen Weihnachtsbaum platziert, unter den die Kolleg*innen die Pakete im Wert von 15 bis 20 Euro legen konnten. Eingepackt hatten sie zum großen Teil Lebensmittel oder Drogerieartikel – Dinge, die auch wirklichen Sinn machen.“

In diesem Jahr haben unter anderem die Corona-Einschränkungen, die besonders stark in Altenheimen zu spüren sind, den Fokus auf Senior*innen gelenkt. Nicole Rafalski ergänzt: „Nachdem wir im vergangenen Jahr eine ähnliche Aktion für Kinder gestartet hatten, waren diesmal die Senior*innen dran. Sie leiden sehr unter den Einschränkungen in Corona-Zeiten.“

Gerade deshalb war die Freude bei AWO-Geschäftsführer Oliver Kern besonders groß, der auch nach Bergerhausen gekommen war: „Die Senior*innen sind häufig von ihren Angehörigen nach den jüngeren Corona-Entwicklungen nur schwer oder mit



einem gewissen Risiko zu erreichen, manche bekommen gar nichts zum Auspacken über die Feiertage. Da ist es sehr schön, dass Dank Sutter LOCAL MEDIA nun ein wenig Abhilfe geschaffen wird. Das Unternehmen ist unser langjähriger Partner, mit dem wir in jedem Jahr schöne Aktionen organisieren.“ Die Senior*innen dürfte das sehr freuen.

Über Sutter LOCAL MEDIA

Als Spezialist und Komplettdienstleister entwickelt Sutter LOCAL MEDIA maßgeschneiderte, lokale Marketinglösungen für kleine und mittelständische Unternehmen. Von mobiloptimierten Websites, professionellen Image-Filmen und virtuellen 360°-Panoramen, über wirksame SEO-Maßnahmen und seriöses Empfehlungsmarketing, bis hin zu gezielten Werbekampagnen via Google, Facebook und Co. – wir finden für jeden Bedarf die passende Lösung. Zu unserem Portfolio gehören zudem die reichweitenstarken Verzeichnisse Das Telefonbuch, Gelbe Seiten und Das Örtliche.

Mit über 150 Mediaberatern im Außendienst bietet Sutter LOCAL MEDIA individuelle Beratung vor Ort. Über 60.000 Kunden knüpfen mit unseren Produkten jährlich erfolgreich Geschäftskontakte und steigern nachhaltig ihre Umsätze – bundesweit sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich.

Zur Leistungsmarke Sutter LOCAL MEDIA gehören: Sutter Telefonbuchverlag GmbH | Verlag Karl Leitermeier | Maximilian Telefonbuchverlag | Telefonbuchverlag Potsdam | Sutter Verzeichnisverlag GmbH & Co. KG | Websmart GmbH & Co. KG | regiidot GmbH & Co. KG. – Mehr auf www.sutter-local-media.de.

Großer Erfolg für den 1. Virtuellen Weihnachtsmarkt Frankfurt & Rhein-Main



Die von Frankfurt-Tipp initiierte Online-Aktion verbucht über 100 Händler & Schausteller.

Einsam steht Weihnachtsbaum „Bertl“, ein Geschenk aus dem Gröbminger Land in der steirischen Urlaubsregion Schladming-Dachstein, seit Ende November auf dem Römerberg. 2020 gestaltet sich die Adventszeit etwas anders als sonst: Das feierliche Anschalten der Weihnachtsbeleuchtung am Baum und das festliche Markttreiben drumherum, das Jahr für Jahr viele Hunderttausend Menschen in die Frankfurter Innenstadt lockt, können Corona-bedingt nicht stattfinden. Wie dem Frankfurter Weihnachtsmarkt ergeht es nahezu allen anderen Weihnachtsmärkten in Deutschland. Der Verzicht schmerzt Besucher, insbesondere aber auch Schausteller und Händler, denen dadurch wichtige Einnahmen wegbrechen. Und genau da möchte Frankfurt-Tipp mit dem 1. Virtuellen Weihnachtsmarkt Frankfurt & Rhein-Main, der im November 2020 als Facebook-Gruppe ins Leben gerufen wurde, ansetzen.

Dem Team des Stadtportals geht es nicht darum, das besondere Weihnachtsmarkt-Gefühl in die digitale Welt zu übertragen. Der virtuelle Weihnachtsmarkt soll vielmehr Händlern eine Plattform bieten, auf der sie trotz der Absage des physischen Marktes ihre Waren anbieten können. Für Besucher*innen

ist das eine schöne Möglichkeit, Händler und Manufakturen aus der Region zu unterstützen und viele tolle Geschenkideen für die Feiertage zu finden.

Über 100 Händler, mehr als 1.600 Gruppenmitglieder

Die hohe Resonanz und das anhaltende Interesse aus den unterschiedlichsten Branchen freuen dabei insbesondere die Initiatoren. „Wir sind sehr glücklich, dass sich über 100 Händler und Schausteller bei unserem 1. Virtuellen Weihnachtsmarkt Frankfurt & Rhein-Main angemeldet haben und die zugehörige Facebook-Gruppe mehr als 1.600 Mitglieder zählt“, sagt Björn Fritsch, Marketing-Leiter des Trifels Verlags. „Das positive Feedback zeigt uns, dass es auch in diesen schwierigen Zeiten, in denen wir auf so vieles verzichten müssen, möglich ist, mit einfachen Mitteln Zusammenhalt und Hoffnung zu verbreiten.“

Besonders erfreut zeigt sich das Frankfurt-Tipp Team über das vielseitige Angebot, das es auf dem virtuellen Weihnachtsmarkt zu entdecken gibt. So sind neben traditionellen Weihnachtsmarktständen wie dem „Nuss Michel“, dem „Schwarzwaldhaus am Kamin“ oder den gebrannten Mandeln von M. Eiserloh auch die Frankfurter Braumanufaktur BrauStil und das Maßatelier Stephan Görner mit von der Partie. Und selbst Zauberer Nicolai Friedrich, Weltmeister der Mentalmagie, ist mit einem Stand auf dem 1. Virtuellen Weihnachtsmarkt Frankfurt & Rhein-Main vertreten.

Das Frankfurt-Tipp Team hofft, dass mit dieser virtuellen Weihnachtsmarkt-Variante ein kleiner Teil dazu beitragen werden kann, den Winter für die betroffenen Händler und Schausteller etwas zu erleichtern.

Festliches Rahmenprogramm für Groß und Klein

Neben dem Marktplatz wurde den großen und kleinen Online-Besuchern gemeinsam mit regionalen Partnern aus dem Kulturbereich außerdem ein stimmungsvolles Begleitprogramm geboten. So wurde neben dem Nikolaus-Livestream des Galli Theaters

Wiesbaden unter anderem ein Jazzkonzert des Duos Kapp & Chino präsentiert, letzteres mit freundlicher Unterstützung vom Taunus Wunderland. Ein Weihnachtssingen für Jung und Alt mit Oliver Mager sowie herrlich hesische Besinnlichkeit mit Frankfurts Kult-Star Bäppi und seinem „Crazy Christmas“ sind ebenfalls Teil des Programms. Die Angebote wurden bereits von mehr als 10.000 Menschen gestreamt.

Über Frankfurt-Tipp.de

Das Online-Portal Frankfurt-Tipp.de ist eines der reichweitenstärksten Guide- und Tipp-Portale im Rhein-Main-Gebiet. Besondere Stärke des Mediums sind die angegliederten Social Media Kanäle auf Facebook, Instagram und YouTube. Weitere Informationen über Frankfurt-Tipp finden Sie unter www.frankfurt-tipp.de sowie auf Facebook.

■ PM Trifels Verlag GmbH, 21.12.2020

Über 4.000 Weihnachtsmarkt-Boxen wurden verkauft

Die Organisatoren freuen sich über eine der größten Bethmännchen-Aktionen der Frankfurter Geschichte und eine erfolgreiche Spendeninitiative.

Die Pandemie macht auch vor der Adventszeit keinen Halt und so mussten in diesem Jahr schweren Herzens deutschlandweit die Weihnachtsmärkte abgesagt werden, darunter auch der am Frankfurter Römer. Um den Menschen ein Stück Weihnachtsmarkt-Feeling direkt nach Hause zu bringen sowie betroffene Händler zu unterstützen, hat sich das Stadtportal Frankfurt-Tipp.de mit namhaften Manufakturen aus der Region sowie Weihnachtsmarkt-Standbetreibern zusammengetan und gemeinsam eine liebevoll designte Präsentbox kreiert.



Diese ist mit lokalen Leckereien gefüllt und soll bei großen und kleinen Naschkatzen auch in diesem schwierigen Winter für die richtige Adventsstimmung sorgen.

Seit dem Verkaufsstart am 11. November war die Nachfrage enorm. So wurden bis Mitte Dezember über 4.000 Boxen verkauft. Die bekannte Konditorei Hollhorst produzierte dafür unglaubliche 24.000 Bethmännchen – eine der größten Verkaufsaktionen des Traditionsgebäcks in der Frankfurter Geschichte. Darüber hinaus wurden 4.000 Liter Winzerglühwein vom Weingut Schreiber, 600.000 g gebrannte Mandeln von M. Eiserloh, 16.000 Weihnachtspralinen von Köhler Küsse, 4.000 Lebkuchenherzen der Confiserie Graff, 4.000 Mispel & Calvados von Miss Pell sowie 8.000 Weihnachtspostkarten von den fleißigen Frankfurt-Tipp-Weihnachtselfen sorgfältig verpackt und anschließend ausgeliefert.

Europaweit gefragt

Besonders als Mitarbeitergeschenk für (virtuelle) Weihnachtsfeiern erfreute sich die Weihnachtsmarkt-Box großer Beliebtheit – und das nicht nur in der Rhein-Main Region: „Wir haben Bestellungen aus ganz Deutschland und dem europäischen Ausland erhalten. Um die immense Nachfrage bedienen zu können, hat das Team die größte Pakektion in der Geschichte des Trifels Verlags auf die Beine gestellt“, sagt Björn Fritsch, Marketingleiter des für Frankfurt-Tipp verantwortlichen Trifels Verlags. Das große Interesse habe sogar dazu geführt, dass der Verkauf über den Frankfurt-Tipp-Shop kurzfristig gestoppt werden musste. Die Kontingente wurden jedoch schnell aufgestockt und die Bestellmöglichkeiten auf das euro-

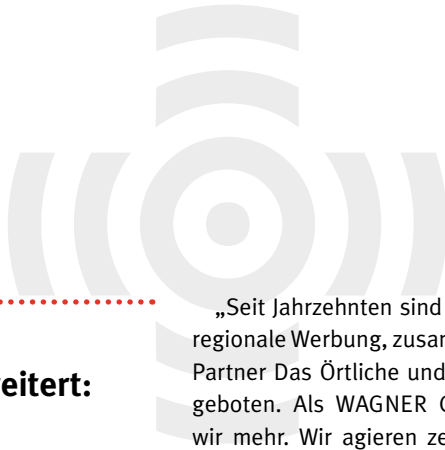
päische Ausland ausgeweitet, so dass auch weiterhin Boxen geordert werden konnten.

Spendenaktion für die Kinderengel Rhein-Main

Der große Erfolg der Weihnachtsmarkt-Box macht die Verantwortlichen auch noch aus einem anderen Grund sehr glücklich: „Mit jeder verkauften Box steigt der Betrag, den wir an die Kinderengel Rhein-Main spenden werden“, freut sich Michael Meckel, Geschäftsführer des Trifels Verlags. Denn pro Box geht 1 Euro als Spende an die Sozialeinrichtung, die schwer- oder lebensverkürzt erkrankte Kinder und Jugendliche sowie deren Familien unterstützt, um ihr tägliches Leben etwas leichter zu gestalten. Weitere Infos zu den Kinderengeln Rhein-Main finden Sie unter www.kinderengel-rheinmain.de.

Die Weihnachtsmarkt-Box war restlos ausverkauft. Bis zuletzt ging bei dem Team von Frankfurt-Tipp eine Vielzahl von Anfragen ein. Mit weiteren Kontingenten hätten in diesem Zusammenhang noch mehrere Tausend Boxen verkauft werden können.

Für die Adventszeit 2021 ist bereits eine Neuauflage der Weihnachtsmarkt-Box geplant. ■ PM Trifels Verlag GmbH, 21.12.2020



Produktpalette erweitert: Röser Medienhaus bietet Online-Shop mit „Shopify“ an

Gerade in diesen Zeiten von Pandemie und Lockdowns wird für viele Unternehmen spürbar, wie wichtig die Digitalisierung ist – für den Einzelhandel bedeutet das oftmals ganz konkret die Notwendigkeit zur Investition in einen eigenen Online-Shop. Viele Stammkunden möchten nämlich tatsächlich „ihrem“ Weinhändler oder „ihrer“ Parfümerie treu bleiben!

Das Röser Medienhaus hat als langjähriger Dienstleister im Bereich Webdesign und Webseitenerstellung in diesem Zusammenhang verschiedene „Shoplösungen“ getestet: der eindeutige Favorit ist aktuell das System Shopify. Einmal eingerichtet, ist das System für jeden Händler sehr einfach zu handhaben und den Kunden bietet es alle Services, die man inzwischen von den großen Verkaufsplattformen gewohnt ist.

„Shopify bietet jedem, der seine Produkte auch online verkaufen will, einen schnellen, unkomplizierten und extrem kostengünstigen Einstieg“, so Herr Lochner, Geschäftsführer von Röser MEDIA, „und wir freuen uns natürlich, dass wir schon für einige Kunden ihren Shopify-Shop einrichten und sie dabei begleiten konnten.“ ■ *Quelle: roeser-medienhaus.de, 20.01.2021*

Der Verlag Wagner ist WAGNER CROSSMEDIA

Der Verlag Wagner läutet ein neues Kapitel in seiner über 120-jährigen Geschichte ein. Als lebendiges und wachsendes Unternehmen haben wir uns entschieden, unter unserer Dachmarke WAGNER CROSSMEDIA aufzutreten.

„Seit Jahrzehnten sind wir Ihr Partner für regionale Werbung, zusammen mit unserem Partner Das Örtliche und dessen Onlineangeboten. Als WAGNER CROSSMEDIA sind wir mehr. Wir agieren zeitgemäß und entwickeln unser Angebot entsprechend Ihren Bedürfnissen und Anforderungen weiter. Wir haben starke Partner aus Druck und Design im Haus, die unser Produktportfolio umfangreich erweitern und Ihnen für den kompletten Werbeauftritt passend zu Ihrem Budget zur Verfügung stehen.“

Unser Name ist neu – sonst ändert sich für Sie nichts, außer noch mehr Möglichkeiten, Ihr Unternehmen mit unserer Unterstützung bekannter zu machen. Ihre langjährigen Ansprechpartner stehen Ihnen selbstverständlich weiterhin wie gewohnt, jedoch mit neuer E-Mail-Adresse, zur Verfügung.

Wir freuen uns, zusammen mit Ihnen ein neues Kapitel in unserer Unternehmensgeschichte schreiben zu können. Sollten Sie Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.“ ■ *Quelle: wagner-crossmedia.de, 26.01.2021*

Zusammenschluss im Verlagsgeschäft

Heise Medien erwirbt den Rheinwerk Verlag

Die Heise Medien GmbH & Co. KG erwirbt zum Beginn des neuen Jahres den Rheinwerk Verlag in Bonn. Damit untermauert das hannoversche Medienunternehmen seine Position als Experte für digitale Themen. Der Rheinwerk Verlag wird als eigenständiges Unternehmen weitergeführt.

Die Heise Medien GmbH & Co. KG erwirbt 100 Prozent der Geschäftsanteile an der Rheinwerk Verlag GmbH von Tomas Wehren, Rainer Kaltenecker und Ralf Kaulisch. Der Kaufvertrag wurde am 1.12.2020 abgeschlossen. Tomas Wehren legt sein Amt als geschäftsführender Gesellschafter mit Vollzug nieder.

Der Rheinwerk Verlag wird als eigenständiges Unternehmen unverändert durch die bisherigen Geschäftsführer Judith Stevens-Lemoine und Stephan A. Effertz fortgeführt. Heise Medien baut mit dem Erwerb des Fachbuchverlags sein Content-Medien-Angebot im IT-Bereich weiter aus.

Der geschäftsführende Gesellschafter der Heise Gruppe Ansgar Heise freut sich, ein sehr gut aufgestelltes Medienunternehmen mit einem hochkarätigen Mitarbeiterteam für die Heise Unternehmensfamilie gewinnen zu haben. „Rheinwerk ist der perfekte Partner für eine gemeinsame erfolgreiche Zukunft im Buchgeschäft“, betont der Verleger. Der Erwerb steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung der zuständigen Wettbewerbsbehörden.

Heise Medien steht für hochwertigen und unabhängigen Journalismus. Mit c't und iX verlegt das Medienunternehmen zwei erfolgreiche Computertitel, außerdem das zukunftsweisende Technologiema­gazin Technology Review sowie das mehrfach ausgezeichnete Online-Magazin Telepolis. Der Internet-Auftritt für IT-Interessierte, heise online, ist das Leitmedium für deutschsprachige Hightech-Nachrichten. Mit Konferenzen, Seminaren und Workshops spricht Heise Events ein gehobenes IT-Fachpublikum an. Heise Medien ist ein Unternehmen der Heise Gruppe.

Der Rheinwerk Verlag gehört zu den renommiertesten Fachbuchverlagen für digitale Themen in Deutschland: Ob Computing, Design oder Fotografie, ob Ausbildung, Beruf oder digitaler Alltag – Rheinwerk macht Bücher für Einsteiger und Experten, für Studenten, Azubis, Berufsanfänger und Profis, für Liebhaber, Kreative und Wissensdurstige. ■ *PM Heise Medien GmbH & Co. KG, 8.12.2020*

.....

re:ceeve und KSP Rechtsanwälte modernisieren gemeinsam die Wertschöpfungskette für unbezahlte Forderungen

Das Hamburger Unternehmen re:ceeve, das eine Cloud-basierte Software für den gesamten Prozess des Mahnwesens anbietet und die Hamburger Rechtsanwaltskanzlei KSP, Deutschlands führender Anbieter für anwaltliches Forderungsmanagement, vereinbaren eine Zusammenarbeit in den Bereichen Banken und Finanzdienstleister sowie im E-Commerce. re:ceeve ermöglicht seinen Kunden mit einer White-Label Lösung einen Technology-first-Ansatz im Rahmen des kaufmännischen Mahnwesens. Bei diesem disruptiven Ansatz sind alle eingeleiteten Maßnahmen überwiegend digital und basieren auf Künstlicher Intelligenz (KI) und datengestützten Erkenntnissen. Das führt zu einer passgenauen Ansprache und damit zu einer schnelleren Realisierung und geringeren Forderungsausfällen.

Die Kooperation ist ein Fingerzeig in die Zukunft: Für das Jahr 2021 rechnen die beiden Anbieter mit einem deutlichen Anstieg von überfälligen Forderungen sowie Kreditausfällen infolge der COVID-19-Pandemie. Dies wird zu einem deutlichen Nachfrageschub nach innovativen und effizienten Forderungsmanagement-Lösungen führen.

Mit der Anbindung von KSP Rechtsanwälte komplettiert re:ceeve das Leistungsportfolio um einen erfahrenen Dienstleister, der seine Stärken in der Beitreibung notleidender Forderungen hat. Mittels API werden die nicht mit re:ceeve realisierten Forderungen beim Übergang in das anwaltliche Forderungsmanagement an KSP geroutet. Die Klienten von re:ceeve erhalten damit eine volldigitale end-to-end Bearbeitung ihrer offenen Forderungen.

„Mit KSP schreiben wir unsere Erfolgsgeschichte fort. Mit der Expertise, Qualität und Reputation im anwaltlichen Forderungsmanagement ist KSP der richtige Partner, der

unser Business auf ein neues Level hebt und uns leistungsstärker macht“, so Paul Jozefak, Gründer und CEO von re:ceeve.

„Mit re:ceeve als Partner treiben wir den Transformationsprozess unserer Branche und den Umgang mit offenen Forderungen konsequent zum Wohle der Mandanten voran. Wir sind daher glücklich, die Wertschöpfung von re:ceeve mit unserer Kompetenz im anwaltlichen Forderungsmanagement abzurunden“, so Dr. Andreas Seegers, geschäftsführender Gesellschafter von KSP Rechtsanwälte. ■ *PM KSP Kanzlei Dr. Seegers, Dr. Frankenheim Rechtsanwalts-gesellschaft mbH, 17.11.2020*

.....

UPM auf Platz 22 der Corporate Knights Liste der 100 nachhaltigsten Unternehmen

UPM erreichte den 22. Platz auf der von dem in Kanada ansässigen Medien- und Marktforschungsunternehmen Corporate Knights erstellten Liste der 100 nachhaltigsten Unternehmen.

„Der Global 100-Index wird auf der Grundlage quantitativer Nachhaltigkeitskennzahlen erstellt. Dieser Ansatz passt gut zum Ansatz von UPM. Wir legen besonderes Augenmerk auf anspruchsvolle und langfristige Ziele sowie die Transparenz von Ergebnissen und Daten,“ sagt Sami Lundgren, Vice President, Responsibility, UPM.

UPM ist eines der 28 im Global 100 vertretenen Unternehmen, die sich dem 1,5-Grad Ziel der Vereinten Nationen angeschlossen haben. UPM setzt sich für eine Reduzierung seiner CO₂-Emissionen, klimafreundliche Forstwirtschaft und die Entwicklung innovativer, nachhaltiger Produkte als Alternative zu fossilen Produkten ein. G100-Unternehmen erzielen im Vergleich zu ihren Mitbewerbern eine höhere Wertschöpfung aus Produkten oder Dienstleistungen, die im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDG) stehen. Als eines von nur 41 Mitgliedsunternehmen des Global Compact LEAD der

Vereinten Nationen hat UPM große Anstrengungen zur Integration der SDG in seine Produktentwicklungsprozesse unternommen. Unsere Innovationen schaffen Mehrwert und Geschäftsmöglichkeiten, getreu unserem Unternehmensansatz Beyond Fossils.

„Das Ergebnis der diesjährigen Analyse zeigt, dass die weltweit führenden Unternehmen aus der Finanzkrise 2008/2009 gelernt haben,“ sagt Toby Heaps, CEO, Corporate Knights. „Sie haben erkannt, dass Nachhaltigkeit ein Erfolgsfaktor bei der Bewältigung von Krisen sein kann.“

Corporate Knights hat rund 8.080 Unternehmen mit einem Umsatz von über 1 Milliarde USD analysiert. Der Global 100 Index basiert auf Nachhaltigkeitskennzahlen wie Wertschöpfung aus verantwortungsvollem Wirtschaften und dem Anteil von Investitionen mit positiven ökologischen oder sozialen Auswirkungen. Beim diesjährigen Ranking kamen auch etliche neue Leistungskennzahlen zum Einsatz, welche die gesellschaftliche Relevanz der Unternehmen bewerten. Die meisten Unternehmen im diesjährigen Ranking kommen aus Europa (41). Überproportional stark vertreten waren Unternehmen aus Skandinavien.

Das vollständige Global 100-Ranking und Einzelheiten zur Methodik finden Sie auf corporateknights.com/global100

UPM

Wir liefern erneuerbare und verantwortungsvolle Lösungen sowie Innovationen für eine Zukunft ohne fossile Rohstoffe. Unser Konzern besteht aus sechs Geschäftsbereichen: UPM Biorefining, UPM Energy, UPM Raflatac, UPM Specialty Papers, UPM Communication Papers und UPM Plywood. Als Branchenführer im Bereich Nachhaltigkeit schließen wir uns dem 1,5 Grad-Ziel der Vereinten Nationen an, um durch wissenschaftlich fundierte Maßnahmen den Klimawandel abzumildern. Wir beschäftigen weltweit etwa 18.700 Mitarbeiter und unsere Umsatzerlöse liegen bei etwa 10,2 Mrd. Euro pro Jahr. Die Aktien von UPM werden an der Wertpapierbörse Nasdaq Helsinki Ltd notiert. UPM Biofore – Beyond fossils. www.upm.de ■ *Quelle: upmpaper.com, 25.01.2021*



IT2media ist Top-Arbeitgeber Mittelstand 2021

Wir freuen uns, dass wir bereits nach 2019 und 2020 nun auch für das kommende Jahr zum Top-Arbeitgeber Mittelstand im Bereich EDV / IT ausgezeichnet worden sind.

Kleine und mittlere Unternehmen sind das Rückgrat unserer Wirtschaft – und vor allem die wichtigsten Arbeitgeber. Wie das in Zeiten von Corona, Digitalisierung und zunehmendem Fachkräftemangel weiterhin gelingen kann, zeigen eindrucksvoll die Sieger des diesjährigen Rankings von FOCUS-Business, zu denen wir uns ebenfalls zählen dürfen.

Offene Stellen bei IT2media

Die IT2media GmbH & Co.KG ist der größte IT-Dienstleister in Europa für Verlags- und Verzeichnissysteme in den Ausprägungen Print, Online und Mobile. Als zukunftsfähiger IT-Dienstleister ist IT2media SAP Premiumpartner, Microsoft Goldpartner und SugarCRM-Partner.

Wir stellen ein und suchen immer motivierte Fachkräfte, Azubis und Quereinsteiger.

Bewertungskriterien

Folgende Bewertungsparameter waren bei der Auswahl der Top-Arbeitgeber Mittelstand 2021 wichtig:

- Mindestens 10 Arbeitgeberbewertungen auf kununu.com
- Davon mindestens 5 Bewertungen seit 1.1.2018
- Bewertungsdurchschnitt von mindestens 3,5 Sternen
- Mindestens eine Weiterempfehlungsrate von 70 %
- Mitarbeiterzahl zwischen 11 und 500
- Unternehmensstandort in Deutschland

kununu ist derzeit mit über 3,8 Millionen Bewertungen zu mehr als 900.000 Unternehmen die größte Arbeitgeber-Bewertungs-

plattform in Europa. kununu als Feedback Plattform liefert Unternehmen wertvolle Einblicke in Wahrnehmung ihrer derzeitigen und ehemaligen Mitarbeiter, Bewerber oder Azubis/Lehrlinge. Zusätzlich bietet kununu Unternehmen vielseitige Möglichkeiten, die eigene Employer Brand zu präsentieren. ■ *PM IT2media GmbH & Co. KG, 4.12.2020*

Mohn Media als Top-Ausbilder 2020 ausgezeichnet

Mohn Media gehört auch in diesem Jahr zu den 500 besten Ausbildungsunternehmen Deutschlands. Das belegt die CAPITAL-Ausbilderstudie 2020. Die Ausbildungsabteilung von Europas führender Offsetdruckerei hat bei der diesjährigen Erhebung besonders gut abgeschnitten und erreichte die Höchstbewertung. Bereits zum vierten Mal hat sich das Wirtschaftsmagazin CAPITAL zusammen mit der Talentplattform Ausbildung.de und den Personalmarketing-Experten der Gruner + Jahr-Tochter TERRITORY EMBRACE auf die Suche nach Deutschlands besten Ausbildern gemacht und ist unter anderem in Gütersloh fündig geworden. Mit fünf von fünf möglichen Sternen zählt Mohn Media demnach zu den 170 besten Ausbildungsunternehmen in Deutschland.

„Einen Titel zu gewinnen, ist schwer genug, ihn zu verteidigen, nochmals deutlich anspruchsvoller. Umso mehr freuen wir uns über das ausgezeichnete Ergebnis, das eine Bestätigung für die engagierte Arbeit ist, die unsere Ausbilderinnen und Ausbilder seit vielen Jahren leisten“, betont Dirk Kemmerer, Geschäftsführer von Mohn Media. „Bei Mohn Media bilden jedes Jahr rund 30 junge Menschen in unterschiedlichen Berufsbildern aus, von Mediengestaltern und Medientechnologen in den Bereichen Druck- und Druckweiterverarbeitung über Elektronikern bis hin zu Mechatronikern und Industriemechanikern. Was uns allerdings noch viel wichtiger ist als die Quantität, ist die Qualität unserer Ausbildung, denn gut ausgebildete Fachkräfte sind das Rückgrat unseres Unternehmens“, so Kemmerer weiter.

Die Erhebung, bei der ein detaillierter Fragenkatalog mit mehr als 90 Fragen beantwortet werden musste, lief von Ende März bis Mitte Juni – als die gesamte deutsche Wirtschaft im Corona-Modus steckte. Dennoch nahmen mehr als 660 Unternehmen – vom Dax-Konzern bis zum örtlichen Handwerksbetrieb – an der Befragung teil, immerhin elf Prozent mehr als im Vorjahr. Das wichtigste Ziel der Studie: Jungen Menschen, die auf der Suche nach dem richtigen Ausbildungsplatz sind, eine Orientierungshilfe in der Arbeitswelt zu geben. ■ *PM Mohn Media Mohndruck GmbH, 2.12.2020*

11880.com unter „Deutschlands Besten Arbeitgebern“ ausgezeichnet von WELT und ServiceValue GmbH

Das Kölner Analyse-Institut ServiceValue GmbH hat in Kooperation mit der WELT eine deutschlandweite Untersuchung vorgenommen, welche Unternehmen sich ein positives Image in der Bevölkerung verdient haben. Das Ergebnis der Studie zeigt: die 11880.com erreicht eine „Sehr hohe Arbeitgeber-Attraktivität“ und ist damit unter den besten Arbeitgebern Deutschlands.

„Wir sind sehr stolz auf das Ergebnis der Studie, denn es zeigt, dass ein stimmiges und authentisches Image zu produktiven sowie nachhaltigen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen führen kann“, sagt Birgit Hausmann (Bereichsleiterin Recht & Personal) und freut sich mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der 11880 Internet Services AG über dieses großartige Ergebnis. ■ *PM 11880 Solutions AG, 24.11.2020*

Bessere Online-Auffindbarkeit in Suchmaschinen: suchmaschinenoptimierte Webseite mit MEIN SEO von der 11880.com

Der Online-Marketingexperte 11880.com bringt mit MEIN SEO ein neues, innovatives Produkt auf den Markt, mit dem Suchmaschinenoptimierung für jedes Unternehmen erschwinglich wird. Mit MEIN SEO verbessern die SEO-Experten der 11880.com die Auffindbarkeit von Webseiten bei Google und Co. Diese optimierte Sichtbarkeit führt automatisch zu gesteigerten und qualitativ hochwertigeren Besuchern auf der Webseite. Damit schöpfen Unternehmen das Maximum aus ihrer Internetpräsenz und steigern ihr Neukundenpotenzial.

„Als erfahrener Spezialist für Online-Marketing und durch die von uns kürzlich akquirierte Kölner Firma Fairrank, die seit 15 Jahren erfolgreich Suchmaschinenmarketing betreibt, können wir Unternehmen jeglicher Größe und Branche bei ihrer Online-Marketingstrategie bestmöglich beraten und unterstützen“, erklärt Christian Maar, Vorstandsvorsitzender der 11880 Solutions AG.

„Das Preis-Leistungs-Verhältnis von MEIN SEO ist auf dem hiesigen Markt konkurrenzlos. Wir sind davon überzeugt, dass das SEO-Produkt in unserem Portfolio für unsere Kunden eine bereichernde Ergänzung ist.“, so Maar weiter.

Die technische und inhaltliche Grundoptimierung von MEIN SEO ist ab sofort zu einer monatlichen Gebühr von 69 Euro und einer zwölfmonatigen Laufzeit verfügbar. Mit dem Produkt werden fünf Seiten bzw. die Startseite und vier Unterseiten einer Domain optimiert. Zu den weiteren Leistungen zählt u. a. die Erstellung von hochwertigen Inhalten, die einheitliche Darstellung und Listung von geschäftsrelevanten Daten (Name, Address, Phone Number – NAP) auf



MEIN SEO – optimierte Auffindbarkeit in Suchmaschinenergebnissen

25 wichtigen Internetportalen und die Anmeldung bei Google My Business.

Über 11880 Solutions AG

Die 11880 Solutions AG bietet mit ihrer Telefonauskunft unter der Nummer 11880* persönliche Unterstützung und mit ihrem Online-Branchenbuch 11880.com und der gleichnamigen App gezielte Informationen zu Anbietern in Deutschland. Über branchenspezifische Fachportale bringt 11880.com Verbraucher und Anbieter schnell und effizient zusammen. Kleine und mittelständische Unternehmen nutzen die 11880.com und die dazu gehörigen Fachportale zur Vermarktung ihres Angebots, um Kunden ohne Streuverluste zu erreichen. Von einem Eintragsservice in den größten Suchmaschinen über professionelle Homepages bis hin zu Suchmaschinenwerbung und -optimierung bietet das 11880.com-Portfolio eine Vielzahl von Produkten. Ergänzt wird das Online-Angebot um einen Sekretariatsservice, der insbesondere von Kleinunternehmen ohne Back Office genutzt wird. Mit dem Bewertungsportal werkenntdenBESTEN.de bietet die 11880 Solutions AG Unternehmern eine einzigartige Möglichkeit des effektiven Managements von Online-Bewertungen. 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 ist. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Essen beschäftigt rund 600 Mitarbeiter an insgesamt drei Standorten in Essen, 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 ■ PM 11880 Solutions AG, 11.11.2020

„Steck dein Jobcenter in die Tasche!“

Das Jobcenter Berlin Mitte fördert die Digitalisierung mit eigener App

Die Corona-Pandemie zwingt auch die Jobcenter, Kontaktmöglichkeiten und Angebote auf digitale Kanäle zu verlagern. Hierfür nutzt das Jobcenter Berlin Mitte eine datenschutzkonforme App als digitalen Anlaufpunkt. Die App reduziert unnötige Wege- und Wartezeiten für KundInnen. Anfragen und Anträge lassen sich orts- und zeitunabhängig einfach per App übermitteln. In Zusammenarbeit mit der AppYourself GmbH hat das Jobcenter Berlin Mitte die Jobcenter App realisiert und damit ein erfolgreiches Beispiel für die Digitalisierung öffentlicher Institutionen und Behörden geschaffen.

Das digitale Jobcenter: „Steck dein Jobcenter in die Tasche!“

Getreu dem Motto „Steck dein Jobcenter in die Tasche!“ zeigt das Jobcenter Berlin Mitte wie Digitalisierung funktioniert. KundInnen haben alles Wissenswerte kompakt auf dem Smartphone. Sie können Anträge und Anfragen übermitteln oder Beratungsstellen sowie Ansprechpartner auf einen Blick finden. Die Jobcenter App steht sowohl im Apple App Store als auch im Google Play Store zum Download bereit. Als Web App ist das digitale Jobcenter auch über den mobilen Browser oder Desktop erreichbar.

Datenschutzkonformität laut EU-DSGVO

KundInnen übermitteln über die App auch personenbezogene Daten. Der Schutz dieser Daten ist für das Jobcenter Berlin Mitte ein wichtiges Kriterium, daher war es wichtig, dass die App den Vorgaben der EU-DSGVO entsprechen muss. Der App-Baukasten von AppYourself und dessen Server Infrastruktur in Deutschland und Europa erfüllen diese aktuellen Datenschutzanforderungen.



Einfache Digitalisierung dank Baukasten-Prinzip

Die Jobcenter Berlin Mitte App basiert auf dem modularen App-Baukasten von Appyourself, so dass eine langwierige und kostenintensive Entwicklung wegfällt. Die App lässt sich jederzeit um gewünschte Features erweitern und konfigurieren. Dank der schnellen Umsetzung startete das Jobcenter Berlin Mitte mit der Jobcenter App und bietet einen Anreiz, die Digitalisierung Deutscher Jobcenter – auch in Krisenzeiten – voranzutreiben.

Dazu Michael Malsch, Geschäftsführer von AppYourself: „Die Corona-Pandemie war sicherlich der Treiber, aber das Projekt mit den Jobcentern in Berlin hat gezeigt, wie schnell Digitalisierung gehen kann. Hilfreich waren das gemeinsame Ziel und der Ansatz, das Rad nicht komplett neu zu erfinden, sondern eine bestehende Baukastenlösung einzusetzen.“

Heise Gruppe GmbH & Co KG Die AppYourself GmbH aus Berlin

Die AppYourself GmbH mit Sitz in Berlin ist mit über 3.000 Apps der marktführende App-Baukasten in der D-A-C-H Region. Seit der Gründung im Jahr 2011 unterstützt AppYourself Unternehmen und öffentliche Einrichtungen bei der schnellen und effizienten Digitalisierung über mobile Applikationen. Grundlage dafür ist die innovative App-Plattform, die bereits zahlreiche Standardkomponenten für die App-Konfiguration bereitstellt.

Die Heise Gruppe GmbH & Co. KG ist mitteilbar über die Heise Media Service GmbH & Co. KG seit 2012 an der AppYourself GmbH beteiligt. ■ *Quelle: pressebox.de, 10.12.2020*

Corona: Berliner Unternehmen unterstützt Gastronomen mit kostenloser App

In der aktuellen Situation stehen Gastronomen vor großen finanziellen Herausforderungen. Restaurants, Bars und Cafés müssen bis zum 10. Januar 2021 schließen. Wie es danach weitergeht, ist noch nicht abzusehen. Mit digitalen Lösungen können Gastronomen Umsatzeinbußen abfangen. Wie das geht, zeigt das Berliner App Entwicklungsteam AppYourself, das mit einem kostenlosen Gastro App Hilfspaket Gastronomen unter die Arme greift.

Vom Lieferservice bis zum digitalen Check-in

Während des Lockdowns erhalten Restaurantbesitzer eine App inklusive Lieferservice-Funktion, digitaler Speisekarte und Bonusprogramme für die Kundenbindung. Für die Zeit nach dem Lockdown steht ein Check-in-Feature für die kontaktlose und hygienische Gästedatenerfassung bereit.

Kontakte zu Stammgästen aufrechterhalten

In der Zeit des Lockdowns ermöglicht die App, den Kontakt zu Stammgästen aufrechterhalten und auszubauen. Hierfür nutzen Gastronomen Push-Nachrichten, mit denen sie wechselnde Angebote ihrer Speisekarte – Mittagstische oder Menüs – an ihre Gäste verschicken. Informationen zu neuen Entwicklungen, z. B. Vorschriften für zukünftige Restaurantbesuche oder andere relevante News lassen sich ebenfalls per Push-Nachricht übermitteln.

Baukasten Prinzip für zeitnahe Bereitstellung

Mit dem Baukastensystem von AppYourself liegt das Grundgerüst der App bereits fertig vor. Das AppYourself Team nimmt lediglich individuelle Anpassungen, z. B. Design und Layout, auf Wunsch des Gast-

ronomiebetriebes vor. Mögliche Kosten für ein Entwicklerkonto bei den App Stores von Apple und Google entfallen. Als Web-App ist die Gastro App in kurzer Zeit online und einsatzbereit.

Dazu Michael Malsch, Geschäftsführer von AppYourself: „Da die Gastronomie momentan in einer prekären Lage ist, war für uns klar, dass wir etwas tun sollten – denn wir alle gehen gerne essen und wollen kein Restaurantsterben! Vor allem in Hinblick darauf, dass unsere technische Infrastruktur bereits alle Voraussetzungen erfüllt, um den Gastronomen während des Lockdowns schnell zu helfen und damit gleichzeitig die Digitalisierung der Gastrobranche voranzutreiben.“ ■ *PM AppYourself GmbH, 3.12.2020*

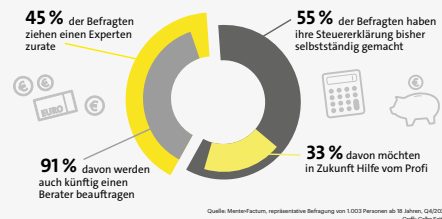
Aktuelle Umfrage: Bei der Steuererklärung brauchen künftig mehr Menschen Unterstützung

Privatpersonen und Unternehmen stehen vor neuen Herausforderungen.

Das deutsche Steuerrecht ist komplex und wird durch die neuen Corona-Regelungen noch unübersichtlicher. Die Pandemie hat unseren Alltag und unser Arbeitsleben weiterhin fest im Griff. Gewerbetreibende müssen sich mit neuen Regelungen auseinandersetzen. Das hat auch Auswirkungen auf steuerliche Angelegenheiten. Für Privatpersonen, aber auch für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) kann sich daher gerade jetzt die Unterstützung durch einen Steuerberater lohnen. Laut einer aktuellen Umfrage von Gelbe Seiten in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut Mentefactum ziehen 45 Prozent der Befragten, die eine Steuererklärung erstellen, dafür einen Experten zurate.

Abgabefrist der Steuererklärung verlängert

Bei der Steuererklärung ist häufig Unterstützung gefragt



Durch die Corona-Sonderregelungen steigt die Verunsicherung bei den Verbrauchern und mehr Menschen wünschen sich zusätzliche Unterstützung bei der Steuererklärung. So wollen von den 55 Prozent der Befragten, die diese Aufgabe bislang selbst erledigt haben, künftig 31 Prozent lieber Hilfe von einem Steuerberater in Anspruch nehmen. Und das scheint sich auch auszuzahlen: Von den Befragten, die für die Bearbeitung ihrer steuerlichen Angelegenheiten einen Fachmann engagiert haben, möchten 91 Prozent dies auch weiterhin tun. Das Problem: Viele Steuerberater sind zur Zeit überlastet. Das Bundesfinanzministerium hat bereits reagiert, sodass die offizielle Abgabefrist der Steuererklärung 2019 der 31. Juli 2020 war.

Vermittlung von Steuerberatern

Um die Suche nach professionellen Dienstleistern in Wohnortnähe zu erleichtern, bietet Gelbe Seiten seit April letzten Jahres einen Vermittlungsservice an. Verbraucher und Unternehmen können direkt online nach Fachleuten verschiedener Branchen suchen und werden dort auch fündig, wenn es um das Thema Steuerklärung geht.

„Sich auf die professionelle Unterstützung eines Experten verlassen zu können, bedeutet eine große Entlastung. Als Deutschlands größtes Branchenverzeichnis haben wir zum Ziel, dass unsere Nutzer trotz hoher Auslastung der Steuerberater einen passenden Fachmann in ihrer Umgebung finden. Unser Vermittlungsservice macht das möglich – einfach und schnell“, so Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing GmbH, 9.02.2021*

Am Puls der Zeit: Das Örtliche, Das Telefonbuch und Gelbe Seiten nehmen Impfzentren in die digitalen Verzeichnisse auf

Ab sofort sind alle Impfzentren Deutschlands in den digitalen Verzeichnissen Das Örtliche, Das Telefonbuch und Gelbe Seiten gelistet – dies entspricht rund 450 Einträgen in jedem Verzeichnismedium. Anlass dafür ist der Start einer der größten Impfkampagnen Deutschlands im Dezember 2020, die mit effektiven und sicheren Impfungen einen entscheidenden Beitrag zur Eindämmung der Corona-Pandemie leisten kann. Im Mittelpunkt stehen dabei Impfzentren, die für eine reibungslose, flächendeckende Impfung der Bevölkerung sorgen sollen und für eine korrekte Lagerung der Impfstoffe optimal ausgerüstet sind.

Verantwortung als bedarfsgerechtes Informationsangebot für Endverbraucher

„Mit der Aufnahme der Impfzentren erweitern wir unser Informationsangebot und stellen der Bevölkerung zum nahenden Start eines flächendeckenden Impfangebots alle relevanten Informationen zur Verfügung“, so Dirk Schulte, Geschäftsführer der Service- und Marketinggesellschaften Das Örtliche, Das Telefonbuch und Gelbe Seiten. „Die drei Marken kommen damit ihrer Verantwortung einer seriösen Informationsquelle mit jährlich medienübergreifend rund 2,6 Milliarden Nutzungen* nach.“

Impftermine werden weiterhin zentral vergeben

Aufgrund der hohen Nachfrage und den begrenzten Produktionskapazitäten der Impfstoffe werden aktuell zunächst vor allem die vulnerablen Gruppen wie zum Beispiel Bewohner von Pflegeheimen und Pflegepersonal geimpft. Impfberechtigte werden von den Bundesländern aktiv informiert. Die Terminvergabe ist zentral orga-

nisiert, damit es nicht zu Warteschlangen vor Impfzentren kommt. Fast alle Bundesländer nutzen dabei die 116117 als zentrale Rufnummer für die Terminvergabe. Diese Rufnummer ist auch in den Einträgen der Impfzentren in den Verzeichnismedien Das Örtliche, Das Telefonbuch und Gelbe Seiten vermerkt.

**Quelle: GfK-Studie zur Bekanntheit und Nutzung der Verzeichnismedien 2020. Repräsentative Befragung von 15.974 Personen ab 16 Jahren, Oktober 2020. ■ PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 5.02.2021*

Schnell starten oder lange warten? Ein Viertel der Deutschen, die einen Dienstleister benötigen, bewertet die Reaktionszeit als zu langsam

Knapp jeder Sechste wartet länger als einen Monat auf ein Angebot. Bei kleineren Arbeiten oder Reparaturen fühlt sich fast die Hälfte der Befragten als Bittsteller.

Wer einen Handwerker oder anderen Dienstleister sucht, benötigt häufig zeitnahe Unterstützung. Eine aktuelle Studie von Gelbe Seiten¹ hat ergeben, dass es einem Viertel der Suchenden zu lange dauert, bis sich ein Fachmann nach Kontaktaufnahme bei ihnen meldet. 17 Prozent warten länger als einen Monat bis zur Angebotserstellung des Dienstleisters. Doch es geht auch anders: 34 Prozent freuen sich über schnelle Reaktionszeiten der Anbieter. So warten 22 Prozent nur ein bis zwei Tage auf Rückmeldung, knapp ein Viertel (24 Prozent) erhält ein erstes Angebot innerhalb einer Woche und 29 Prozent innerhalb eines Monats. 36 Prozent der Befragten haben je nach Dienstleister unterschiedliche Wartezeiten erlebt.

Dabei lässt die jeweilige Einschätzung auch eine unterschiedliche Erwartungshaltung in den verschiedenen Altersgruppen

erkennen: Während bei den bis 29-Jährigen nur 29 Prozent der Meinung sind, dass sich Handwerker und andere Dienstleister in der Regel schnell auf Anfragen hin melden, scheint die Altersgruppe 60+ etwas gelassener zu sein. Hier beurteilen 37 Prozent die Reaktionszeiten der kontaktierten Fachleute als zügig.

Qualität oder Preis? Was ist den Deutschen wichtiger?

Eine qualitativ hochwertige Umsetzung der Arbeiten ist für 31 Prozent der Befragten wichtiger als der Preis, der sich allerdings im Rahmen halten sollte. Lediglich für elf Prozent ist allein die Qualität maßgeblich, während die Kosten keine Rolle spielen. 29 Prozent der Deutschen legen auf Qualität und Preis der Dienstleistung gleich viel Wert. Für 24 Prozent sind angemessene Kosten wichtiger, wobei bestimmte Qualitätsstandards jedoch vorausgesetzt werden. Lediglich vier Prozent achten ausschließlich auf den Preis einer Dienstleistung. Mit zunehmendem Alter gewinnt die Qualität der ausgeführten Arbeiten an Bedeutung: In der Altersgruppe 60+ legen 47 Prozent mehr oder ausschließlich Wert auf eine perfekte Umsetzung. Bei den bis 29-Jährigen sind es 38 Prozent.

Diese Arbeiten liegen an

In den kommenden sechs bis zwölf Monaten planen 23 Prozent der Befragten die Umsetzung von Projekten im Innenbereich. Bei knapp jedem Fünften (19 Prozent) stehen Außenarbeiten am Haus an, während 16 Prozent sich ihrem Garten widmen möchten. Projekte im Bereich Recht und Finanzen haben neun Prozent der Deutschen auf ihrer Agenda.²

Leider ein häufiges Problem: Wenn es nicht gerade um die Umsetzung eines größeren Projekts geht, sondern lediglich kleinere Arbeiten oder Reparaturen zu erledigen sind, ist es vielen Befragten unangenehm einen Dienstleister zu kontaktieren. So fühlt sich aufgrund bisheriger Reaktionen der Anbieter fast die Hälfte der Deutschen (43 Prozent) in solchen Situationen eher als Bittsteller anstatt als Auftraggeber.

Vermittlungsservice punktet bei Verbrauchern

Seit April 2020 bietet Gelbe Seiten einen eigenen Vermittlungsservice für Dienstleistungen verschiedenster Branchen an. „Mit diesem Angebot haben wir auf die Bedarfe der Verbraucher reagiert und eine effiziente Lösung für die Probleme geschaffen, die sich häufig bei der Suche nach Handwerkern und Co. ergeben. Der Vermittlungsservice bringt Verbraucher und Dienstleister schnell und unkompliziert zusammen, sodass längere Wartezeiten vermieden werden können. Zudem erhalten Nutzer nur von solchen Anbietern ein Angebot, die auch an dem Auftrag interessiert sind. Das bedeutet, es spielt keine Rolle, ob es sich um ein Großprojekt oder kleinere Reparaturarbeiten in Haus und Garten handelt. Gelbe Seiten findet stets die passenden Dienstleister für die anstehenden Aufgaben“, erklärt Dr. Uwe Breier, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH.

Dass das Angebot ankommt, zeigen die Umfrageergebnisse: Nach Einführung des Vermittlungsservices können sich bereits 46 Prozent der Deutschen vorstellen, diesen zu nutzen. Die hohe Akzeptanz hängt nicht zuletzt mit dem positiven Image des Branchenverzeichnisses zusammen: Wird ein Dienstleister von Gelbe Seiten empfohlen, stellt dies für 35 Prozent der Befragten einen Qualitäts- und Vertrauensnachweis dar.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 16 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern als Buch, online und mobil über www.gelbeseiten.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2020 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 700 Mio. Nutzungen*. Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen-GbR eingetragene Wortmarke.

Gelbe Seiten

Selber machen oder Fachmann beauftragen?

Haushalt*	Mache ich selbst	Beauftrage einen Dienstleister
Wohnungs- und Gebäudereinigung	90 %	10 %
Innenrenovierung	71 %	29 %
Heizungsbau	3 %	97 %
Elektroarbeiten	32 %	68 %
Außenrenovierung	36 %	64 %
Sanitärarbeiten	39 %	61 %

*Personen, die in diesem Bereich tätig geworden sind

Quelle: MarketFactum, repräsentative Befragung von 1.003 Personen ab 18 Jahren, Q4/2020
Quelle: Gelbe Seiten

Gelbe Seiten

Selber machen oder Fachmann beauftragen?

Garten*	Mache ich selbst	Beauftrage einen Dienstleister
Einfache Gartenarbeiten	84 %	16 %
Stein-, Holz- und Lackierarbeiten	58 %	42 %

Finanzen*	Mache ich selbst	Beauftrage einen Dienstleister
Steuererklärung	55 %	45 %
Auswahl von Versicherungen	75 %	25 %

*Personen, die in diesem Bereich tätig geworden sind

Quelle: MarketFactum, repräsentative Befragung von 1.003 Personen ab 18 Jahren, Q4/2020
Quelle: Gelbe Seiten

Gelbe Seiten

Hier informieren sich die Heimwerker*



*Werkstattumfragen möglich

Quelle: MarketFactum, repräsentative Befragung von 1.003 Personen ab 18 Jahren, Q4/2020
Quelle: Gelbe Seiten

Gelbe Seiten

Würden sich beim nächsten Projekt anders entscheiden und einen Dienstleister beauftragen ...

Heizungsbau	67 %	Sanitärarbeiten	64 %
Elektroarbeiten	50 %	Schreinerarbeiten	43 %
Außenrenovierung	35 %	Einfache Gartenarbeiten	26 %
Stein-, Holz- und Lackierarbeiten	23 %	Innenrenovierung	21 %

Quelle: MarketFactum, repräsentative Befragung von 1.003 Personen ab 18 Jahren, Q4/2020
Quelle: Gelbe Seiten

Gelbe Seiten

Würden beim nächsten Projekt wieder einen Dienstleister beauftragen ...

Energetische Sanierung	99 %	Innenrenovierung	99 %
Sanitärarbeiten	98 %	Heizungsbau	98 %
Elektroarbeiten	97 %	Außenrenovierung	97 %
Anbringung von Markisen	95 %	Schreinerarbeiten	92 %

Quelle: MarketFactum, repräsentative Befragung von 1.003 Personen ab 18 Jahren, Q4/2020
Quelle: Gelbe Seiten

Ebenfalls besteht u. a. Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

1 *Mente>Factum, repräsentative Befragung von 1.003 Personen ab 18 Jahren, Q4/2020*

2 *Mehrfachnennungen möglich*

* *Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2020; repräsentative Befragung von 15.974 Personen ab 16 Jahren, Oktober 2020, In Auftrag gegeben von: Gelbe Seiten Marketing GmbH, Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH. ■ PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 11.01.2021*

Gelbe Seiten und Sozialhelden suchen rollstuhlgerechte Orte

Am Internationalen Tag der Menschen mit Behinderung starten Gelbe Seiten und Sozialhelden e.V. eine Crowdsourcing-Aktion, um mehr rollstuhlgerechte Orte zu finden und sichtbar zu machen.

Ob Stufen, Treppen oder defekte Aufzüge – für viele Menschen mit Behinderungen handelt es sich hierbei um große Barrieren, welche die selbstbestimmte Teilnahme am Leben stark einschränken oder sogar unmöglich machen. Am Internationalen Tag der Menschen mit Behinderungen möchten Aktivist*innen sowie Institutionen auf solche Hindernisse aufmerksam machen. Auch das Branchenverzeichnis Gelbe Seiten engagiert sich hier aktiv und unterstützt als Förderer den Berliner Sozialhelden e.V. bei der „Mapping Aktion“ auf der Internetseite <http://www.wheelmap.org/december3>.

Menschen mit Mobilitätseinschränkungen müssen sich häufig fragen, ob und wie sie ihr Ziel ohne größere Hürden erreichen. Während Stufen, Treppen oder ein defekter Aufzug für viele Personen kein Problem darstellen, können sie für

Rollstuhlfahrer*innen, Menschen mit Rollatoren oder auch Familien mit Kinderwagen zu einem unüberwindbaren Hindernis werden. Nicht selten stellt sich dann die Frage, ob der Besuch eines Geschäfts, Restaurants oder Dienstleisters überhaupt möglich ist, oder ganz aktuell: ob man die Arztpraxis, in der man sich auf Covid-19 testen lassen möchte, problemlos erreichen kann.

Für die Beantwortung dieser und weiterer Fragen hat der Berliner Verein Sozialhelden e.V. mit „Wheelmap.org“ eine interaktive Online-Karte entwickelt, auf der alle für Rollstuhlfahrer*innen zugänglichen Orte angezeigt werden. Die Wheelmap ist die weltweit größte Karte dieser Art. In den letzten zehn Jahren haben Freiwillige weltweit über eine Million Orte markiert. Jeden Tag kommen rund 300 neue Markierungen hinzu. Mit einer Crowdsourcing-Aktion soll die Suche nun nochmals intensiviert und die Liste erweitert werden.

„Wir wollen mit dieser Aktion an viele andere tolle Mapping Events anknüpfen“, erklärt Raul Krauthausen, Gründer der Sozialhelden und Erfinder von Wheelmap.org. „Aufgrund der aktuellen Corona-Regulationen sind die Möglichkeiten, sich gesellschaftlich zu engagieren, derzeit beschränkt. Die Wheelmap bietet eine schöne Möglichkeit, sich weiterhin aktiv für einen guten Zweck einzusetzen und anderen Menschen zu helfen. Die gesammelten Informationen tragen zur Freiheit und Selbstbestimmung aller bei und machen den Tag für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen planbarer.“

Gelbe Seiten unterstützt die Arbeit der Sozialheld*innen als finanzieller Förderer und schließt sich dem öffentlichen Aufruf zu dem Mapping Event an. „Shops, Cafés, Museen, Kinos – auch wenn aktuell natürlich viele Einrichtungen aufgrund der Corona-Pandemie noch nicht wieder geöffnet haben, so sollte im Normalfall jeder Mensch uneingeschränkter Zugang zu ihnen haben. Leider ist das nach wie vor nicht der Fall. Daher ist das Mindeste, was jeder von uns tun kann, sich an dem Mapping Event zu beteiligen und so zu einer besseren Mobilität und stärkeren gesellschaftlichen Teilhabe von

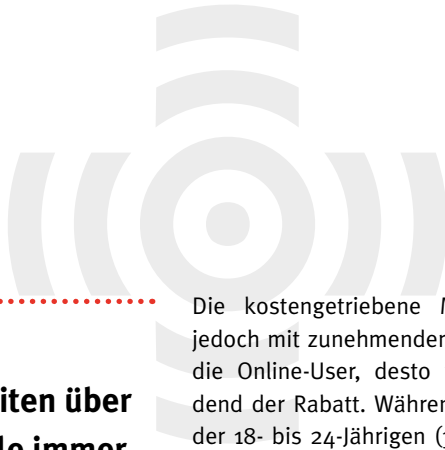
Menschen mit Behinderungen beizutragen. Als Branchenverzeichnis mit langer Tradition ist es uns wichtig, auch soziale Verantwortung zu übernehmen. Dass wir diese tolle Aktion der Sozialhelden unterstützen und gemeinsame Wege gehen, freut uns sehr“, sagt Dr. Uwe Breier, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft.

Das Branchenverzeichnis unterstützt den Sozialhelden e.V. seit vielen Jahren und war bereits 2016 Kooperationspartner im Rahmen der Wheelmap-Aktion. Gelbe Seiten war der erste Anbieter, der die umfangreiche Datensammlung integriert und diesen Service zur Verfügung stellt. Diese Informationen helfen in ihrer Mobilität eingeschränkten Menschen, mobiler zu werden und einfacher am Leben teilnehmen zu können. Damit tragen Gelbe Seiten und Sozialhelden e.V., der die Wheelmap betreibt, langfristig zu einer stärkeren Teilhabe behinderter Menschen in der Gesellschaft bei. Darüber hinaus hat Gelbe Seiten 2018 gemeinsam mit dem Verein fünfzig mobile Rampen verlost und sowohl Geschäfte als auch Betriebe unterstützt, für Rollstuhlfahrer*innen, Menschen mit Rollatoren und Eltern mit Kinderwagen leicht erreichbar zu sein.

Der Sozialhelden e.V. setzt darauf, dass sich noch mehr Unternehmen, öffentliche Einrichtungen und Einzelpersonen an dem Mapping Event beteiligen und Leute in ihrem Netzwerk auf die Aktion aufmerksam machen. Weitere Informationen finden sich unter www.sozialhelden.de.

Über SOZIALHELDEN e.V.

Die Sozialhelden sind eine Gruppe von Menschen, die seit 2004 gemeinsam kreative Projekte entwickeln, um auf soziale Probleme aufmerksam zu machen und sie im besten Fall zu beseitigen. Innovative Ideen und eine gute Portion Humor haben sich dabei als erfolgreich erwiesen: Das Berliner Team wurde unter anderem mit dem Deutschen Engagementpreis, dem Deutschen Bürgerpreis, dem World Summit Award, Smart Accessibility Award und dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 3.12.2020*



Einkaufsmöglichkeiten über Social Media-Kanäle immer beliebter

Studie von Greven Medien zeigt: Vergünstigte Preise, vertrauenswürdige Marken und individuelle Angebote machen Social Commerce attraktiv

Die Pandemie zwingt lokale Geschäfte und Dienstleister zur Erschließung neuer Absatzwege: Ein Drittel der Deutschen hat bereits einmal über Social Media-Kanäle eingekauft. Das zeigt die aktuelle Studie von Greven Medien^[1] und beleuchtet die vielfältigen Motivationsgründe: Vor allem vergünstigte Preise, vertrauenswürdige Marken und individuelle Angebote überzeugen die Social Shopper. Die Studie gibt kleinen und mittelständischen Unternehmen wichtige Insights, um zu prüfen, wie hoch das Potenzial für das eigene Geschäft ist.

Ob Facebook oder Instagram, WhatsApp oder Youtube: Die sozialen Medien sind längst nicht mehr nur ein Ort zum Informations- und Meinungsaustausch. Die Social Media-Kanäle bieten ihren Usern inzwischen auch die Möglichkeit zum Einkaufen – erfolgreich. Die Pandemie hat die Akzeptanz der Kanäle zum Shoppen noch einmal verstärkt: Jeder Zehnte ist während der Corona-Krise zum Social Shopper geworden. Dies zeigt eine aktuelle Umfrage von Greven Medien, dem Spezialisten für lokales Marketing.

Top-Gründe für Social Media-Einkäufe: Vergünstigte Preise, vertrauenswürdige Marken und individuelle Angebote

Auf die Frage, was die Internetnutzer motiviert oder motivieren würde, über Social Media-Kanäle einzukaufen, nannte ein Viertel der Befragten einen vergünstigten Preis.

Die kostengetriebene Motivation nimmt jedoch mit zunehmendem Alter ab. Je älter die Online-User, desto weniger entscheidend der Rabatt. Während rund ein Drittel der 18- bis 24-Jährigen (39 %), der 25- bis 34-Jährigen (34 %) sowie der 35- bis 44-Jährigen (31 %) den vergünstigten Preis als Top-Motivation für einen Einkauf über Social Media-Kanäle nennen, sind es bei den 45- bis 54-Jährigen nur noch 23 Prozent und bei den Älteren nur noch knapp ein Fünftel (19 %).

Als zweiter Faktor überzeugen Marken die User: Knapp ein Fünftel der Befragten (18 %) gibt an, dass vertrauenswürdige Marken sie motivieren über eine Social Media-Plattform einzukaufen. Auf Platz drei rangiert die Aussage, dass Angebote auf Facebook, Instagram und Co. interessant sind, da sie genau auf die eigenen Interessen zugeschnitten sind (17 %). Platz vier und fünf belegen die Begründungen, dass die Bestellung unkompliziert ist (16 %) und dass sehr gute Bewertungen von anderen Usern (14 %) dazu inspiriert haben.

Studierende und große Haushalte sind Schnäppchenjäger

Eindeutig geht aus der Studie von Greven Medien hervor: Studierende sind Schnäppchenjäger. 41 % der Hochschulreife reizt ein Rabatt, so dass sie über Social Media einkaufen.

Außerdem verleiten vergünstigte Preise große Haushalte zum Shoppen: Je größer der Haushalt, desto häufiger wird ein Rabatt für den Grund zum Einkauf über Facebook & Co. angegeben. Während nur rund ein Viertel der Befragten aus kleinen Haushalten (bis zu drei Personen) den Rabatt als Shopping-Grund angibt, sind es bei Vier-Personen-Haushalten bereits ein Drittel und bei Haushalten mit fünf oder mehr Personen sogar 40 Prozent. Gerade mit drei Kindern ist das Interesse an Rabatten überdurchschnittlich groß (45 %).

Auch jeder dritte gut Verdienende (33 %) mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 5.000 bis 10.000 Euro wird von einem Rabatt zum Kauf motiviert.

Junge User schätzen vertrauenswürdige Marken, individuelle Angebote und hören auf Influencer

Starke Marken punkten bei Männern und Frauen gleichermaßen: Knapp ein Fünftel (18 %) der Befragten gibt an, dass eine **vertrauenswürdige Marke** sie zum Kauf über eine Social Media-Plattform motiviert. Junge User sind besonders markenbewusst: 29 Prozent der 18- bis 24-Jährigen zeigen bei Marken Kaufbereitschaft, bei den 25- bis 34-Jährigen sind es 22 Prozent. Auch Internetnutzer, die sich noch in Ausbildung (24 %) oder Studium (34 %) befinden, lassen sich überdurchschnittlich oft von starken Marken zum Einkaufen über Social Media motivieren.

Je jünger der User ist, desto eher kauft er über einen Social Media-Kanal ein oder würde darüber einkaufen, weil die Angebote hier **genau auf die eigenen Interessen zugeschnitten** sind. Während dies im Durchschnitt 17 Prozent der Deutschen wichtig ist, sind es bei 18- bis 24-Jährigen 25 Prozent und bei den 25- bis 34-Jährigen 23 Prozent. Auch hier stechen Azubis (29 %) sowie Studierende (26 %) mit einer besonders großen Konsumbereitschaft hervor.

Laut der Studie von Greven Medien motiviert die **Empfehlung von sympathischen Influencern und Prominenten** die User im Allgemeinen kaum, Social Media-Kanäle als Shopping-Plattform zu nutzen. Dies trifft nur bei vier Prozent der Befragten zu. In jüngeren Zielgruppen spielen Influencer und Promis jedoch eine deutlich wichtigere Rolle: 11 Prozent der 18- bis 34-Jährigen geben an, einer solchen Empfehlung zu folgen.

Limitierte Angebote über Social Media interessieren Gutverdienende

Wenn Firmen ein limitiertes Angebot kreieren, das nur über Social Media erhältlich ist, aktiviert dies lediglich sieben Prozent der Deutschen zum Kauf. Überdurchschnittlich interessant ist dies jedoch für jeden zehnten Gutverdienenden mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 5.000 Euro. Somit kann es sich für Unternehmen mit hochpreisigen Produkten durchaus lohnen, den Vertriebs-

weg über ihre Social Media-Plattformen mit limitierten Angeboten zu testen.

Tipps für lokale Unternehmer: Digitale Chancen nutzen

„Unsere aktuelle Umfrage zu Social Commerce zeigt auf, welches Potenzial die Social Media-Plattformen auch für kleine und mittelständische Unternehmen als Verkaufskanal haben. Ich rate jedem Unternehmer, seine Marketing-Strategie zu überprüfen und neue Vertriebswege wie Social Media-Kanäle zu testen. Nicht nur während der Corona-Krise wird sich gezieltes digitales Marketing positiv auf die Geschäftsentwicklung auswirken“, sagt Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien. „Da die Verbraucher sogar den Wunsch haben, lokale Händler zu unterstützen, sollten die Unternehmen ihnen dies so leicht wie möglich machen und passende digitale Angebote schaffen.“

1 Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH für Greven Medien, an der 2015 Personen zwischen dem 6. und 9. November 2020 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

■ PM Greven Medien GmbH & Co. KG, 28.01.2021

GfK-Studie 2020: Nutzer geben nach gewerblicher Suche über Das Telefonbuch fast 20 Prozent mehr aus als nach Google-Suche

96 Prozent der Verbraucher schätzen das Verzeichnis als seriöse Informationsquelle im Alltag. Dabei punktet Das Telefonbuch nicht nur bei der regionalen Suche, sondern auch als schneller persönlicher Helfer in Notsituationen.

Als Verzeichnismedium mit langer Tradition, das sich stets weiterentwickelt und Nut-

zern auch online und mobil mit nützlichen Features zur Verfügung steht, ist Das Telefonbuch weit mehr als ein wichtiger Begleiter bei der Suche nach Privatpersonen. So haben in den vergangenen 12 Monaten 18,3 Millionen Menschen in Deutschland einen gewerblichen Kontakt in Das Telefonbuch gesucht. Dies hat eine aktuelle GfK-Studie ergeben. Nach erfolgreicher Kontaktaufnahme haben 87 Prozent der Nutzer ein Produkt oder eine Dienstleistung bei diesem Anbieter gekauft oder planen, dies zu tun. Davon sind 53 Prozent Neukunden.

Das Telefonbuch überholt Google

Verbraucher, die einen gewerblichen Anbieter nach einer Suche über Das Telefonbuch erfolgreich kontaktiert und sich für einen Kauf entschieden haben, geben im Durchschnitt 373 Euro für ein Produkt oder eine Dienstleistung aus, bei Nutzung der Printausgabe sogar 383 Euro. Nach einer entsprechenden Suche über Google geben Verbraucher mit durchschnittlich 313 Euro fast 20 Prozent weniger aus. Damit hat Das Telefonbuch Google in diesem Jahr deutlich überholt: So lagen im vergangenen Jahr die Ausgaben nach einer gewerblichen Suche noch bei 348 Euro für Das Telefonbuch und bei 360 Euro für Google.

Nutzerfreundlichkeit und Seriosität zahlen sich aus

„Diese erfreulichen Ergebnisse sind sicherlich auch auf das positive Image zurückzuführen, welches Das Telefonbuch seit vielen Jahren bei den Verbrauchern hat. Denn die GfK-Studie zeigt nicht nur, dass 87,1 Prozent der deutschen Bevölkerung das Verzeichnis kennen, sondern macht auch seine Relevanz als Alltagshelfer deutlich“, sagt Michael Wolf, Geschäftsführer Das Telefonbuch-Servicegesellschaft. So bewerten 96 Prozent Das Telefonbuch als seriöse Informationsquelle. 90 Prozent begrüßen die übersichtliche Gestaltung, die das Auffinden passender Ergebnisse erleichtert, und 88 Prozent schätzen insbesondere die regionalen Suchmöglichkeiten, mit denen man stets den richtigen Kontakt in der Nähe findet. Und nicht nur das: Für 81 Prozent der Nutzer ist Das Telefonbuch

auch in Notsituationen ein wichtiger Helfer, um schnell und unkompliziert die benötigten Adressen ausfindig zu machen. ■ PM Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH, 1.12.2020

Verzeichnis medien

IMPRESSUM

Herausgeber:

[vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und
Verzeichnismedien e. V.

Postfach 20 27
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 Netkaew, Langenfeld

Druck:

X-PRESS Grafik & Druck GmbH, Berlin

Bilder:

Titelbild: Deutschlands beste Schülerfirma SchoCa-
na von der Klara-Oppenheim-Schule aus Würzburg,

Foto PM Müller Medien

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