

# Verzeichnis medien

[vdav] Mitglieder-Zeitschrift \_ Ausgabe 1 | März 2024

**[vdav]**  
Branchentreff 7E8\*  
14.05. – 15.05.24

Steigenberger Hotel  
am Kanzleramt · Berlin

In Kooperation mit:  
**Siinda Live**  
12.05. – 14.05.

Nachhaltigkeit

Artificial Intelligence

social media news

Europe - Branchenvergleich

\*7E8 hex = 2024 dezimal

## [vdav] intern:

12. bis 15. Mai 2024  
SIINDA DIGITAL SUMMIT und  
[vdav] Branchentreff Berlin 2024

Seite 2

## Aus den Mitgliedsunternehmen:

Das Örtliche und DFB-Schiris  
verlängern Partnerschaft

Seite 6

heise medien beteiligt  
sich an DEEP CONTENT

Seite 7

TOP-Auszeichnungen  
für SELLWERK:

Hier überzeugt der  
Teamgeist

Seite 9

## VDAV und andere 17 Mittelstandsverbände fordern von Bundesländern rasche Umsetzung des Wachstumschancengesetzes

Nach einigen personellen und organisatorischen Umstrukturierungen hat die Verbändeallianz des Bundesverbands Mittelständische Wirtschaft BVMW unter dessen neuem Sprecher der Bundesgeschäftsführung Christoph Ahlhaus zügig Fahrt aufgenommen. Medial stark beachtet wurde so Mitte Februar ein von 18 Verbänden, darunter dem [vdav], unterzeichneten offenen Brief an die Ministerpräsidenten der Länder, in dem massiv gefordert wurde, das Wachstumschancengesetz nicht zu blockieren und so schnell wie möglich zu verabschieden.

Tagesschau.de und viele weitere Medien in ganz Deutschland berichteten über den Brief, der unter der Federführung von Sebastian Krauß, dem Leiter public affairs der Mittelstandsallianz, organisiert wurde. Der Verbändeallianz gehören neben dem [vdav] zahlreiche weitere Verbände des Mittelstands, u. a. die Anzeigenblätter, der Bundesverband digitale Wirtschaft oder auch der Taxiverband an. ■ RCG

## 12. bis 15. Mai 2024 SIINDA DIGITAL SUMMIT und [vdav] Branchentreff Berlin 2024



*Auch 2024 ist Berlin Mitte Mai der Mittelpunkt der Branche.*

Am 12. Mai beginnt SIINDA, die europäische Plattform für lokale Suche, Digitale Werbung und Medien, mit dem SIINDA DIGITAL SUMMIT 2024, an dem auch Mitarbeiter/innen von [vdav] Mitgliedsunternehmen, die noch keine SIINDA-Partnerschaft nutzen, zu Sonderkonditionen teilnehmen können.

Bis Dienstagmittag präsentieren internationale Experten die neuesten Entwicklungen im Bereich digitaler Werbung und diskutieren mit Ihnen über neue Geschäftsmodelle, Rahmenbedingungen, smart cities, smart companies, smart visions und die rising stars der Branche. Angesichts der internationalen Zielgruppe wird hier nur Englisch gesprochen.

Ab Dienstagmittag schließt sich dann der [vdav]-Branchentreff an, der neben allen digitalen Themen in und für Deutschland auch noch Themen rund um die Protagonisten der lokalen Suche, die Verzeichnisse, im Fokus

hat. Die Hauptsprache ist hier Deutsch. Der Branchentreff 24 setzt Impulse, kommuniziert neue Entwicklungen, zeigt Chancen auf, informiert und setzt Orientierungspunkte in einem sich stetig verändernden Umfeld.

Durch die Kooperation mit dem SIINDA DIGITAL SUMMIT können die Teilnehmer/innen des Branchentreffs 24 erneut auch von internationalen Entwicklungen partizipieren und weit über den deutschen Tellerrand hinaussehen. Das Themenangebot am gemeinsamen Dienstag, den alle nur für den [vdav] Branchentreff angemeldeten Teilnehmer/innen kostenlos nutzen können, ist extra darauf abgestimmt.

Darüber hinaus bietet der Branchentreff die gewohnt-bewährten Benefits – die Plattform zum Austausch mit alten und neuen Kollegen/innen, News aus erster Hand, was ist erfolgversprechend, was klappt (noch) nicht, das Ganze angereichert mit attraktiven Abendveranstaltungen und nicht zuletzt auch der Verleihung der Deutschen Verzeichnismedienpreise.

Wer und was Sie in Berlin erwartet? Schwerpunkte sind in diesem Jahr neben erfolgreichen best practise Präsentationen, Insides in das digitale Deutschland und künstlicher (aber auch viel menschlicher) Intelligenz, das immer wichtiger werdende Thema Nachhaltigkeit und employer satisfaction. Dazu eine Keynote eines Erfolgstrainers in einer Sportart, in der Deutschland Weltmeister geworden ist und Vieles mehr, lassen Sie sich überraschen.

Infos und Einzelheiten gibt es wie immer in den nächsten Tagen und Wochen auf der Webseite und per Newsletter.

## TERMINE 2024

### Branchentermine

12. Mai – 15. Mai 2024

SIINDA DIGITAL SUMMIT und [vdav]-Branchentreff

Steigenberger Hotel am Kanzleramt, Berlin

Weitere Branchentermine finden  
Sie unter [www.vdav.org](http://www.vdav.org)

Berlin ist also im Mai auf jeden Fall eine Reise wert – geben Sie Ihren Mitarbeitern/innen die Chance, ihr Netzwerk und ihr Know-how selbst vor Ort optimieren zu können – als Incentive oder ganz normale Weiterbildung. Günstiger geht es nicht. Wir freuen uns, Sie und möglichst viele Ihrer Kollegen/innen und Mitarbeiter/innen beim Branchentreff 24 begrüßen zu dürfen.

**Bitte melden Sie sich zeitnah an, Sie helfen uns damit enorm bei der Planung.**

**Unser Zimmer-Kontingent im Steigenberger am Kanzleramt ist begrenzt, bitte nehmen Sie Ihre Reservierung hier auch möglichst zeitnah vor.**

Alle notwendigen Unterlagen zur Anmeldung sowie den Link zur Zimmerreservierung im Steigenberger Hotel am Kanzleramt finden Sie natürlich auf unserer Website nach einem Klick auf dem Branchentreff Banner oder unter dem Punkt Termine.

Wir freuen uns auf Sie und Ihre Kollegen/innen!

#### **Keyfacts zum SIINDA DIGITAL SUMMIT und zum [vdav] Branchentreff 2024:**

**SIINDA beginnt das Tagungsprogramm am Montag, dem 13. Mai 2024**

- Die Teilnahme an diesem ersten Tag ist nicht in den Kosten für „die“ [vdav] enthalten, kann aber zu Sonderkonditionen zugebucht werden
- Die Tagungssprache am Montag ist Englisch
- Wer den SIINDA-Tag zubucht, kann auch an der SIINDA-Abendveranstaltung teilnehmen

**Dienstag, der 14. Mai 2024 ist ein gemeinsamer SIINDA/[vdav]-Tag**

- Die Teilnahme auch am Vormittag ist in den Kosten für die [vdav] inkludiert
- Das Tagungsprogramm ist vormittags in Englisch, nachmittags in Deutsch
- Die Teilnahme an der Beachparty am

Dienstag-Abend ist für alle Teilnehmer inkludiert – bitte melden Sie sich aber dafür an, damit wir planen können

**Mittwoch, der 15. Mai 2024** ist ein reiner [vdav] Tag, alle Beiträge sind in Deutsch

- Die Teilnahme an der [vdav] DirectoryNight ist nicht inkludiert und muss zugebucht werden.

**Donnerstag, 16. Mai 2024** – DTM hat eine Gesellschafterversammlung angekündigt, bitte berücksichtigen bei Ihrer Reise- und Zimmerbuchung diese Ankündigung.

## **Reservieren Sie Ihre Ausstellungsfläche bis zum 16. April 2024**

Der [vdav] Branchentreff 24 bietet Partnern und Dienstleistern der [vdav] Mitgliedsunternehmen die optimale Möglichkeit, mit allen wesentlichen Playern und Führungskräften der Branche innerhalb von zwei (mit dem SIINDA DIGITAL SUMMIT only day am Montag drei) komprimierten Tagen in Verbindung treten zu können, alte Kontakte zu pflegen, neue zu knüpfen und die eigenen Angebote und Lösungen einem hoch-interessierten Fachpublikum ohne Streuverluste präsentieren zu können. Diese einmalige Chance sollten Sie unbedingt mit einer persönlichen Präsenz und einem Auftritt in der Ausstellung nutzen.

Für Ihre Präsenz in der Ausstellungsfläche im Foyer des Steigenbergers bieten wir Ihnen die Optionen – Small (4 qm) und Premium (8 qm) an. Die Kosten hierfür betragen pro Tag 1.000,- Euro (small) oder 2.000,- Euro (premium) pro Tag (alle Preise zzgl. MwSt.).

Aufgrund der Kooperation mit SIINDA DIGITAL SUMMIT gibt es 2024 die zusätzliche Option, das Ganze auf ein internationales

Fachpublikum zu erweitern – eine weltweit einmalige Chance, so gut wie alle europäischen und deutschen Branchenexperten an einem Ort zu treffen. Für eine Präsenz in der Ausstellung am Montag, dem 13. Mai beim SIINDA DIGITAL SUMMIT Tag gelten die gleichen Preise.

Darin enthalten ist bereits eine Grundausstattung mit Tisch, Stühlen und Energieversorgung. Zusätzlich gewünschte Optionen vermitteln wir Ihnen selbstverständlich wie gewohnt gerne zum Selbstkostenpreis.

Die **Reservierung einer Standfläche** innerhalb des [vdav]-Branchentreffs 2024 im Steigenberger Hotel am Kanzleramt Berlin (Ella-Trebe-Straße 5) kann bis zum 16. April 2024 vorgenommen werden. Anmeldungen, die nach diesem Termin eingehen, können – falls keine Standflächen mehr zur Verfügung stehen – nicht berücksichtigt werden. Bitte melden Sie sich daher zeitnah an.

## **Wir suchen ein Zuhause ...**



## **Binden Sie sich einen [vdav] Bären auf! Noch stehen die bei uns, bald vielleicht bei Ihnen ...**

**Einsendeschluss für die Verzeichnismedienpreise ist der 5. April 2024**

Am 15. Mai bekommen die [vdav] Bären ein neues Zuhause:

Die Verzeichnismedienpreise 2024 im Berliner Bären-Design werden im Rahmen des Branchentreffs 24 in Berlin verliehen. Die Kategorien bleiben wie gewohnt: Print, digitale Angebote und Marketing (weit ausgelegt).



Also auf – holen Sie sich und Ihren Mitarbeitern die verdiente Belohnung für herausragende Ideen und deren Umsetzung.

Wie geht das? Ganz einfach: Sie stellen Ihre Bewerbung kurz vor.

Wie? Egal, Sie haben die Wahl, wie Sie die Jurymitglieder überzeugen wollen: Präsentation, Text, Bild, Video, ganz egal, Hauptsache kurz, knackig – bärig halt.

Erläutern Sie Ihre Bewerbung und deren Preiswürdigkeit so kurz und prägnant wie möglich, bereits messbare Optimierungen oder Erfolge dürfen Sie gerne integrieren. Verzeichnisangebote, die zum Zeitpunkt der Einreichung noch nicht veröffentlicht wurden und nur als Dummy etc. vorliegen, können leider nicht berücksichtigt werden.

Die Jury, bestehend aus erfahrenen Branchenexperten, bewertet dann die Bewerbung, ganz neutral und objektiv. Wer die Jury überzeugt, bekommt dann den [vdav] Bären, der im Rahmen der Directory Night am Mittwoch-Abend übergeben wird, aufgebunden.

Also – kreativ sein, Bewerbung fertigen und ab damit an die Geschäftsstelle, damit Sie dann am 15. Mai 2024 nicht allein nach Hause müssen. Ein Formblatt finden Sie unter [vdav.org](http://vdav.org) – Aktuelles – Deutscher Verzeichnismedienpreis.

Die Teilnahmebedingungen finden Sie im passwortgeschützten Mitgliederbereich unter [www.vdav.org](http://www.vdav.org). Sollten Sie Ihr Passwort nicht mehr kennen, melden Sie sich bitte in der Geschäftsstelle.

Schon vorab viel Erfolg und beste Grüße, wir sehen uns in Berlin!

## Verzeichnismedien [vdav]-Mitglieder-Zeitschrift 2024, Ihre Anzeigenschaltung

Die [vdav]-Zeitschrift Verzeichnismedien erscheint alle drei 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.

Nutzen Sie die Gelegenheit und machen Sie auf sich aufmerksam! Im passwortgeschützten Mitgliederbereich unter [www.vdav.org](http://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 2023 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!

## PERSONALIEN

### Sylvia Raschke-Eckerle wird Geschäftsführerin bei heise medienwerk

Sylvia Raschke-Eckerle, bisher Abteilungsleiterin des Bereichs produkt & design und zugleich Prokuristin bei der Heise Medienwerk GmbH & Co. KG in Rostock, wird rückwirkend zum 15. Dezember 2023



zur Geschäftsführerin bestellt. Gemeinsam mit Ansgar Heise und Karsten Marquardsen bildet sie künftig die Geschäftsführung des ehemaligen Heise Adressbuch Verlags, der 2017 in Heise Medienwerk GmbH & Co. KG umfirmiert wurde. Zum Portfolio des Rostocker Unternehmens gehören Dienstleistungen und Produktionen von Print- und Online-Medien, unter anderem für heise regioconcept, heise medien, heise media service und den Hinstorff Verlag.

Ansgar Heise, geschäftsführender Gesellschafter von heise, betont die Bedeutung der Berufung: „Wir sind überzeugt, dass Sylvia Raschke-Eckerle mit ihrer jahrzehntelangen Erfahrung in der Leitung des Teams produkt & design und ihrer zunehmenden Verantwortung für übergreifende Aufgaben am Standort Rostock eine Bereicherung für unsere Geschäftsführung sein wird.“

Sylvia Raschke-Eckerle (55) startete ihren Werdegang in der Medienbranche mit einem Studium des Medienmanagements. 1992 begann sie ihre Karriere im Hinstorff Verlag, wo sie zuletzt als Herstellungsleiterin tätig war. 2018 wechselte sie zur Heise Medienwerk GmbH & Co. KG, wo sie seitdem den Bereich produkt & design leitet und gemeinsam mit ihren Teams innovative Konzepte, Produktionsprozesse und Designs für Print- und Digitalprodukte entwickelt und vorantreibt.

Sylvia Raschke-Eckerle gehört der Kommission Medienproduktion bei der Deutschen Fachpresse an und ist zudem Mitglied des DIHK-Ausschusses für Kommunikation, Medien- und Kreativwirtschaft mit den Schwerpunkten Bildungsförderung, digitaler Kompetenz und Schaffung eines unternehmerfreundlichen Umfelds.

Mit der Berufung von Sylvia Raschke-Eckerle zur Geschäftsführerin unterstreicht heise seinen Anspruch, Führungstalente aus den eigenen Reihen zu fördern und die Zukunft des Unternehmens zu sichern. ■ *Quelle: heise-gruppe.de, 11.01.2024*



## Schlütersche setzt 2024 digitale Transformation konsequent fort: CTO und CFOO verstärken Führungsteam

Die Schlütersche Mediengruppe forciert ihre Transformation vom klassischen Verzeichnisverlag zu einem modernen Medienunternehmen weiter und strukturiert ihre Führungsebene neu. Mit der Einführung von zwei Schlüsselpositionen, einem Chief Financial and Operating Officer (CFOO) und einem Chief Technology Officer (CTO), treibt das Unternehmen die eigene Digitalisierung und den Einsatz agiler Arbeitsweisen voran.

### Schlütersche stellt sich zukunftsorientiert auf und schafft strategische Positionen

Die Schlütersche Mediengruppe sieht in dieser strategischen Fokussierung den Schlüssel für ihre zukünftige Relevanz und ihren Erfolg im sich stetig wandelnden Medienumfeld. Als CTO tritt im Januar 2024 Christian Gland-Altenberend bei der Schlüterschen seine neue Position an. Ab März ergänzt Roland Hauke das Führungsteam der Mediengruppe als CFOO. „Mit Roland und Christian gewinnt die Schlütersche zwei äußerst erfahrene Führungskräfte, die den Weg der digitalen Transformation der Gruppe tatkräftig mitgestalten werden“, erklärt Ingo Mahl, CEO der Schlüterschen Mediengruppe. Er betont: „Wir tun aktuell viel dafür, dass wir in unserem Schaffen innovativer und digitaler werden. Christian und Roland bringen noch einmal zusätzliches Know-how, viel Dynamik und jeweils einen großen Erfahrungsschatz für ihre Fachbereiche mit. Sie sind die perfekte Ergänzung für das Führungsteam – fachlich, methodisch und menschlich“.

### Technische und prozessuale Fortentwicklung im Jahr 2024

Um den Herausforderungen der Digitalisierung des Portfolios und der technischen



Christian Gland-Altenberend und Roland Hauke am Hauptsitz der Schlüterschen Mediengruppe in Hannover. © Schlütersche

Fortentwicklung, insbesondere auch im Kontext des Einsatzes von KI, gerecht zu werden, wird Christian Gland-Altenberend als CTO die unternehmensweite Softwareentwicklung und die Etablierung agiler Methoden vorantreiben und übernimmt dabei auch die organisatorische Zusammenführung der IT-Einheiten der Unternehmensgruppe.

Roland Haukes Verantwortungsbereich als CFOO erstreckt sich vom Controlling über die Finanzbuchhaltung bis hin zu strategischem Einkauf, Gebäudemanagement und Vermietung. Durch die Zusammenführung dieser Aufgaben strebt die Schlütersche eine Vereinfachung und noch konsequentere Digitalisierung und Automatisierung ihrer Arbeitsprozesse an. Die beiden neuen Führungskräfte sind sich einig: „Die Schlütersche entwickelt eine Dynamik, die ansteckend ist und die wir aktiv mitgestalten möchten. Bereits bei den ersten Gesprächen haben wir gemerkt, dass die Teams spürbar etwas bewegen wollen. Wir freuen uns sehr darauf, in so einer Atmosphäre zu arbeiten.“

### Neue Produkte und digitale Angebote als Meilensteine

Bereits in den letzten Jahren hat die Schlütersche die Organisation und ihr Portfolio weiterentwickelt und strategisch erweitert. Zuletzt hat sie sich im Sommer 2023 an der The Digital Architects GmbH aus Würzburg mehrheitlich beteiligt und im Herbst unter der Domain [www.coco.one](http://www.coco.one) das Communi-

cation Cockpit COCO für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) in neuer Form gelauncht. Das Tool ermöglicht eine einfache und übersichtliche Steuerung der digitalen Kommunikation und vereinfacht damit die Unternehmensführung. Darüber hinaus bauen die Schlüterschen Fachmedien ihre digitalen Produkte aus und schaffen neue Angebote, um Branchen zu vernetzen und das Unternehmensmanagement zu erleichtern. So feierte das bfp FORUM, eine Messe für innovative betriebliche Mobilität, im September 2023 einen erfolgreichen Neustart. „In vielem sind wir schon gut, in einigem müssen wir aber noch besser und zukunftsorientierter werden. 2024 machen wir hier die nächsten entscheidenden Schritte“, unterstreicht Ingo Mahl.

### Über die Schlütersche

Die Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG bildet zusammen mit ihren bundesweiten Beteiligungen die Schlütersche Mediengruppe. Als Mediendienstleister für mittelständische Unternehmen konzipiert die Schlütersche Werbe- und Marketingkonzepte – digital, in Print oder crossmedial, alles aus einer Hand.

Das Service-Angebot umfasst unter anderem Einträge in Branchenverzeichnissen, die Erstellung von Unternehmenswebseiten und Suchmaschinenmarketing zur optimalen Sichtbarkeit im Web. Daneben verfügt die Schlütersche Mediengruppe über umfangreiches Branchenwissen: Rund 35 Fachzeitschriften und -zeitungen, Online-Medien, zahlreiche Bücher sowie führende Fachveranstaltungen gehören zum Portfolio.

Durch die Verbindung von Branchenexpertise und Mediendienstleistungen ermöglicht die Schlütersche den idealen Marketingauftritt ihrer Kunden.

Weitere Informationen unter [schluetersche.de](http://schluetersche.de). ■ PM Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 2.01.2024

## AUS DEN MITGLIEDS- UNTERNEHMEN

### SELLWERK und Das Örtliche sagen zusammen mit dem Berliner Fußball-Verband „Danke Schiri!“

*Mit dieser Aktion werden bundesweit Schiedsrichterinnen und Schiedsrichter geehrt, die nicht nur durch ihre Leistung auf dem Platz überzeugen, sondern auch darüber hinaus ehrenamtlich Aufgaben und Verantwortung übernehmen.*



**v.l.n.r.:** Michael Oschmann (CEO SELLWERK), Klaus Windmann (SR-Disziplinarkommission), Bodo Kriegelstein (Gewinner Ü50), Nathalie Buse (Gewinnerin Schiedsrichterin), Stefan Schumacher (Gewinner U50), Bernd Schultz (Präsident BFV).

Am Montag, den 12. Februar 2024 wurde zur diesjährigen Verleihung DANKE SCHIRI in Berlin zu einem Ehrungs-Empfang geladen. Nach Grußworten durch Bernd Schultz, Präsident des Berliner Fußball-Verbands, Alexander Molzahn, Präsidialmitglied Schiris BFV und SELLWERK CEO Michael Oschmann wurden aus rund 1.000 Schiedsrichterinnen und Schiedsrichtern des Berliner Fußball-Verbandes 24 Gewinnerinnen und Gewinner in drei Kategorien geehrt:

#### Kategorie Schiedsrichterin:

- Saida Barthels
- Nathalie Buse
- Amra Cakovic
- Aylin Stankovski
- Andrea Zech

#### Kategorie Schiedsrichter Ü50:

- Dirk Asmussen
- Jörg Frankowski
- Sven Hänszke
- Frank-Ulrich Harnisch
- Ulrich Heise
- Reiner Jäger
- Bodo Kriegelstein
- Jens May
- Martin Reinhardt

#### Kategorie Schiedsrichter U50:

- Bozidar Bobi Miljkovic
- Jörg Mollitor
- Daniele Nuzzo
- Michael Prohm
- Ricardo Scheurer
- Stefan Schumacher
- Jacob Slotta
- Frank Tallner
- Philipp Vierock
- Pascal Wien

Darüber hinaus wurden aus diesen Schiris die drei Landessiegerinnen und Landesieger geehrt, die stellvertretend für den BFV auf Einladung des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) zum Bundestreffen nach Frankfurt reisen:

- Weiblich – Nathalie Buse
- Ü50 – Bodo Kriegelstein
- U50 – Stefan Schumacher

Herzlichen Glückwunsch und vielen Dank für den bemerkenswerten Einsatz!

Der Wettbewerb wird unterstützt vom DFB-Sponsor Das Örtliche mit seinen regionalen Verlagen. Für Berlin war SELLWERK – Der Digitalpartner für den Mittelstand als Sponsor vor Ort.

Michael Oschmann unterstrich in seiner Rede den herausragenden Einsatz der Amateur-Schiris:

„Schiedsrichterinnen und Schiedsrichter sind die unverzichtbaren Hüter der Fairness auf dem Spielfeld. Denn wie im Mittelstand sind auch im Sport faire Regeln und ihre konsequente Einhaltung von entscheidender Bedeutung, um ein ausgewogenes und

gerechtes Spielfeld zu schaffen. Ihr unermüdetes Engagement, Woche für Woche, bis in höchste Ligen zusätzlich zu beruflichen und familiären Verpflichtungen, verdient höchsten Respekt.“

#### Sellwerk GmbH & Co. KG

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist. ■

Quelle: *lifepir.de*, 14.02.2024

### Das Örtliche und DFB-Schiris verlängern Partnerschaft

Das Örtliche und die DFB-Schiedsrichter\*innen verlängern ihre Partnerschaft um weitere vier Jahre. Die Kooperation begann am 1. Juli 2021 und wurde zunächst für drei Jahre vereinbart. Nun sind beide Seiten vorzeitig übereingekommen, ihre Zusammenarbeit bis zum 30. Juni 2028 fortzuführen.

Sichtbar wird die Partnerschaft vor allem durch das Logo von Das Örtliche auf den Trikotärmeln sowie der Trainings- und Aufwärmbekleidung der DFB-Schiedsrichter\*innen,

Schiedsrichter-Assistent\*innen und Vierten Offiziellen. Die Partnerschaft umfasst dabei die Wettbewerbe Bundesliga, 2. Bundesliga, DFB-Pokal, DFB-Pokalfinale der Frauen, die Google Pixel Frauen-Bundesliga und ab der Saison 2024/25 auch die 3. Liga.

Darüber hinaus wirkt Das Örtliche mit dem DFB an der Förderung des Schiedsrichterwesens in Deutschland mit – zuletzt vor allem im Rahmen des Projekts „Jahr der Schiri“ – und ist in die Ehrungen „Schiedsrichter und Schiedsrichterin des Jahres“ eingebunden. Auch die Kampagne „Danke Schiri“, die das Engagement von Amateurschiedsrichter\*innen würdigt, wird von Das Örtliche unterstützt. Gleiches gilt für die Rubrik „Da fragen wir doch mal den Schiri“ in der Fußball-Talkshow „Doppelpass“ des Fernsehsenders Sport1 oder auch für das kürzlich erschienene Panini-Stickeralbum „Faszination Schiri“.

Dirk Schulte, Geschäftsführer Das Örtliche Service und Marketing GmbH: „Mit der Verlängerung unserer Partnerschaft möchten wir frühzeitig unser Vertrauen aussprechen und damit die gute Zusammenarbeit mit den Schiedsrichterinnen und Schiedsrichtern, der DFB Schiri GmbH, aber auch den Landesverbänden in den letzten Jahren bestätigen. Die Ausweitung der Partnerschaft auf die 3. Liga ist für uns dabei ein folgerichtiger Schritt und wir freuen uns, dass wir unsere Präsenz damit auf alle knapp 1.200 Spiele der nationalen Top-Wettbewerbe ausweiten können.“

Florian Götte, Geschäftsführer Management und Organisation DFB Schiri GmbH: „Die Vertragsverlängerung mit Das Örtliche um weitere vier Jahre bekräftigt unsere sehr gute Zusammenarbeit und die erfolgreiche Partnerschaft. Wir haben den Schiedsrichterbereich in den vergangenen Jahren immer weiter professionalisiert, insbesondere durch die strukturelle Veränderung hin zur DFB Schiri GmbH und die Ausweitung unserer Kommunikation rund um die Spiele. Wir sind dankbar, dass uns Das Örtliche auf diesem Weg begleitet und unterstützt. Auch das Engagement von Das Örtliche für die Landesverbände und im Jahr der Schiri trägt dazu bei, das Schiedsrichterwesen weiterzuentwickeln.“

Moiken Wolk, DFB-Abteilungsleiterin Schiedsrichter\*innen: „Mit der Unterstützung durch Das Örtliche ist es in den vergangenen Jahren gelungen, unsere Spitzen-Schiedsrichterinnen vor allem nach außen noch präsenter zu machen. Die Verlängerung der Partnerschaft zeigt, wie zufrieden beide Seiten mit der bisherigen Kooperation sind, und setzt ein starkes Zeichen – auch für die Förderung der weiblichen Unparteiischen. Gemeinsam möchten wir in Zukunft weiter an deren Entwicklung und Professionalisierung arbeiten.“



Seit 2021 verlässliche Partner: die DFB-Schiedsrichter\*innen und Das Örtliche, Foto: Thomas Boecker/DFB

### Über Das Örtliche:

Das Örtliche wird von DTM Deutsche Tele Medien und 92 Verlagen Das Örtliche gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Örtliche den Nutzern als Buch, online und mobil über [www.dasoertliche.de](http://www.dasoertliche.de) sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2021 verzeichneten die Produkte von Das Örtliche medienübergreifend ca. 957 Mio. Nutzungen\*. Darüber hinaus ist Das Örtliche auch als sprachbasierter Alexa Skill verfügbar und kann mit „Alexa, öffne Das Ö“ aufgerufen werden.

Die Wortmarke Das Örtliche ist im Markenregister für die DasÖrtliche Zeichen-GbR eingetragen und kennzeichnet alle Produktausprägungen in sämtlichen Medien. Auch die typisch blau-weiße Farbkombination sorgt für eine gezielte Wiedererkennung des Markenauftritts.

\* Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2021; repräsentative Befragung von

15.849 Personen ab 16 Jahren, Juli-September 2021

### Über den Deutschen Fußball-Bund:

Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) ist die Vereinigung der Landesverbände, Regionalverbände und des Ligaverbandes, in denen Fußballsport betrieben wird. Die wichtigste Aufgabe des DFB ist die Organisation des Fußballsports in Meisterschaftsspielen und Wettbewerben. Der DFB vertritt die Interessen seiner Mitgliedsverbände im In- und Ausland. Mit rund sieben Millionen Mitgliedern ist der DFB einer der größten Sportfachverbände der Welt. Der DFB handelt in sozialer und gesellschaftspolitischer Verantwortung und fühlt sich in hohem Maße dem Gedanken des Fair Play verbunden. Seiner besonderen Förderung unterliegt auch der Freizeit- und Breitensport. ■ PM Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, 23.01.2024

## heise erweitert Geschäftsbereich heise content heise medien beteiligt sich an DEEP CONTENT



Die Heise Medien GmbH & Co. KG hat Anteile an der DEEP CONTENT GmbH erworben. Das Medien- und Kommunikationshaus DEEP CONTENT mit Sitz in Leipzig realisiert Kommunikation für Unternehmen und Organisationen. Themenschwerpunkte sind KI, VR, AR und digitale Transformation. Darüber hinaus gibt DEEP CONTENT die digitalen Magazine MIXED, THE DECODER und SPACE4GAMES heraus und entwickelt mit DC I/O ein KI-gestütztes Workflow-Framework für Content-Teams und Redaktionen. Bereits seit Juni dieses Jahres kooperiert heise medien mit THE DECODER bei der Produktion des werktäglichen Podcasts KI-Update.





„Die sehr gute Zusammenarbeit bei unserem KI-Podcast hat uns überzeugt, dass DEEP CONTENT hervorragend zu unserem Geschäftsbereich content passt“, betont **Ansgar Heise**, Geschäftsführer der heise group. **Der werktägliche Podcast KI Update erreichte in nur sechs Monaten fast eine Million Abrufe.** „Wir freuen uns auf eine noch engere Zusammenarbeit, vor allem beim Aufbau unseres KI-Fachdienstes und weiteren Austausch von KI-Kompetenzen, etwa bei Newslettern, Webinaren und Workshops.“

**Benjamin Danneberg**, einer der Gründer und Geschäftsführer von DEEP CONTENT sagt: „heise steht für Qualitätsjournalismus in der IT-Welt und ist daher für uns der perfekte Partner, wenn es um die Skalierung unserer Geschäftsmodelle geht. **Sowohl im Tech-Journalismus als auch in der Beratung von Unternehmen und Organisationen – hier insbesondere beim sinnvollen Einsatz von KI – werden wir in den nächsten Monaten und Jahren weitere starke Synergien schaffen.**“

### Über heise medien

heise medien steht für hochwertigen und unabhängigen Journalismus. Mit c't und iX verlegt das Medienunternehmen zwei erfolgreiche Computertitel, außerdem das zukunftsweisende Technologiema-gazin Technology Review sowie das mehrfach ausgezeichnete Online-Magazin Telepolis. Der Internet-Auftritt für IT-Interessierte, heise online, ist das Leitmedium für deutschsprachige Hightech-Nachrichten. Die E-Learning-Plattform heise Academy spricht mit digitalen Kursen, Webinaren, Schulungen und Konferenzen ein gehobenes IT-Fachpublikum an. heise medien ist ein Unternehmen der heise group, zu der auch die Preisvergleichsportale geizhals.de, guentiger.de und tarife.at gehören.

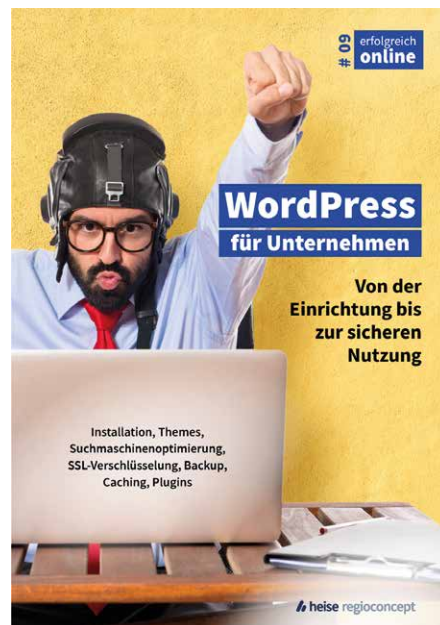
### Über DEEP CONTENT

Das Medien- und Kommunikationshaus DEEP CONTENT macht digitale Kommunikation für Unternehmen und Organisationen. Die Hauptthemen sind KI, VR, AR und digitale Transformation. Zudem gibt DEEP CONTENT die Digital-Magazine MIXED, THE DECODER und SPACE4GAMES heraus. Mit

der KI-Plattform DC I/O bietet DEEP CONTENT zudem die Unternehmenslösung für anpassbare, zuverlässige und transparente Content-Workflows mit generativer KI. ■  
*Quelle: heise-gruppe.de, 22.12.2023*

## E-Book von heise regioconcept

### WordPress für Unternehmen – von der Einrichtung bis zur sicheren Nutzung



WordPress ist das beliebteste Content Management System zum Erstellen von Websites. Nicht ohne Grund: Es ist kostenlos, benutzerfreundlich und erweiterbar. Damit ist es für individuelle Websites von Unternehmen aller Branchen und Größen geeignet. Doch ganz ohne Fachwissen kann das CMS zur Herausforderung werden. Ein kostenfreies E-Book von heise regioconcept zeigt, wie vor allem kleine und mittlere Unternehmen ihre digitale Präsenz mit WordPress professionell gestalten können.

Im Ratgeber „WordPress für Unternehmen – Von der Einrichtung bis zur sicheren Nutzung“ erhalten die Leser eine praktische Checkliste für Einsteiger. Außerdem erfahren sie, wie sie

- WordPress in nur sechs Schritten installieren,
- das optimale Design (Theme) für die WordPress-Website finden,
- die ersten Beiträge in WordPress veröffentlichen,
- mit Suchmaschinenoptimierung in den organischen Trefferlisten von Google weiter oben gerankt werden,
- die WordPress-Website mit SSL-Verschlüsselung schützen,
- mit einem Backup ihre WordPress-Website sichern,
- die WordPress-Website mit Caching schneller machen
- und welche Erweiterungen (Plugins) für WordPress unverzichtbar sind.

„Wir erstellen für unsere Kunden auf Wunsch auch Websites mit WordPress, daher wissen wir, worauf es ankommt“, sagt Karsten Marquardsen, Geschäftsführer bei heise regioconcept. „Als digitale Marketing-agentur haben wir eine mehr als 20-jährige Erfahrung mit der Umsetzung erfolgreicher Website-Projekte und bereits mehr als 10.000 Web-Auftritte gestalten dürfen.“

Bei der Erstellung des E-Books hat heise regioconcept mit just 4 business zusammengearbeitet, einem Tochterunternehmen von heise medien. Interessierte können die PDF-Datei kostenfrei auf der Website von heise regioconcept anfordern: <https://www.heise-regioconcept.de/ebook-wordpress-fuer-unternehmen>

heise regioconcept bietet kleinen und mittleren Unternehmen Dienstleistungen für lokales Marketing an. Dazu zählen sowohl Homepage-Lösungen und App-Entwicklung als auch Suchmaschinenwerbung und Suchmaschinenoptimierung. Professionelle Präsentationen in sozialen Netzwerken und Online-Verzeichnissen gehören ebenfalls zum Leistungspaket. heise regioconcept ist zertifizierter Microsoft Advertising Select Channel Partner und Google Premium Partner. ■  
*Quelle: heise-gruppe.de, 11.01.2024*



## TOP-Auszeichnungen für SELLWERK: Hier überzeugt der Teamgeist

- kununu: SELLWERK erneut mit dem renommierten Top Company Siegel 2024 ausgezeichnet
- Focus Business Magazin: SELLWERK belegt 4. Platz als Top Arbeitgeber Mittelstand im Bereich Medien in Deutschland
- Du-Kultur, flexibles Arbeitsumfeld und empathische Führung fördern die Mitarbeiterzufriedenheit bei Kolleginnen und Kollegen

SELLWERK präsentiert sich zum wiederholten Mal als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands und wurde nun zum zweiten Mal mit dem renommierten Top-Company-Siegel von kununu ausgezeichnet. Dieses exklusive Label, das nur 5 Prozent der vertretenen Unternehmen erhalten, rückt neben hervorragenden Arbeitsbedingungen vor allem die beispiellose Mitarbeiterzufriedenheit in den Fokus. Der bundesweite Digitalisierungspartner für den Mittelstand erhielt die Ehrung für seine positive Unternehmenskultur, die von Teamgeist, Wertschätzung und offener Kommunikation geprägt ist. Ein Erfolg, der SELLWERK als herausragenden Betrieb mit einer klaren Präsenz auf kununu hervorhebt. Im Ranking von Focus Business belegt SELLWERK zudem den 4. Platz als Top Arbeitgeber Mittelstand im Bereich Medien und gehört somit zu der Top 5 der 4.500 qualifizierten Mittelständlern der Auswertung.

### Ein unverfälschter Blick in die Unternehmens-DNA

Die unabhängige Bewertungsplattform kununu schafft mit ihren Arbeitgeberbewertungen Transparenz für Jobsuchende und vergibt das begehrte Top Company Siegel an Unternehmen, die ihre strengen Kriterien erfüllen. In die Entscheidung fließen unter anderem die Aspekte Karrierechancen, Gehalt, Führungsqualitäten sowie das Betriebsklima ein. SELLWERK sticht durch seine Mitarbeiterzufriedenheit hervor. Ba-

sierend auf 370 Bewertungen erreicht der Digitalisierungspartner des Mittelstands eine Gesamtbewertung von 3,9 Punkten auf einer Skala von 1 bis 5. Damit liegen sie nicht nur über dem Branchendurchschnitt, sondern sie zeugt auch von einer starken Unternehmenskultur.

### Work-Life-Balance, Teamspirit und strategische Vision führen zu Spitzenposition

Bei SELLWERK ist die Zufriedenheit der Angestellten wichtig, was sich auch in der Work-Life-Balance widerspiegelt, um Beruf und Privatleben unter einen Hut zu bekommen.

Zudem herrschen bei SELLWERK eine Du-Kultur und flache Hierarchien. Hier navigieren empathische und zugängliche Führungspersönlichkeiten, die von den Teamkolleg:innen positiv wahrgenommen werden. Sie loben den offenen Austausch und den Mangel an Konkurrenzverhalten. „Jeder im Team motiviert und freut sich über die Erfolge der anderen“, äußert sich eine unbekannte Stimme auf der kununu-Plattform. Die klare strategische Ausrichtung von SELLWERK trägt entscheidend zur positiven Atmosphäre im Unternehmen bei. Angestellte gestalten nicht nur ihre Arbeit, sondern auch die Zukunft des Unternehmens aktiv mit und schätzen SELLWERKs Engagement für Veränderung und Fortschritt.

„Die erneute Auszeichnung mit dem Top-Company-Siegel von kununu macht uns sehr stolz. Unser Erfolg resultiert schließlich daraus, dass die Kolleg:innen Tag für Tag an einem Strang ziehen. Der Award zeigt, dass sich unser kontinuierlicher Einsatz für unser Team lohnt und lässt uns motiviert ins neue Jahr starten.“, so Constanze Oschmann, Geschäftsführerin von SELLWERK.

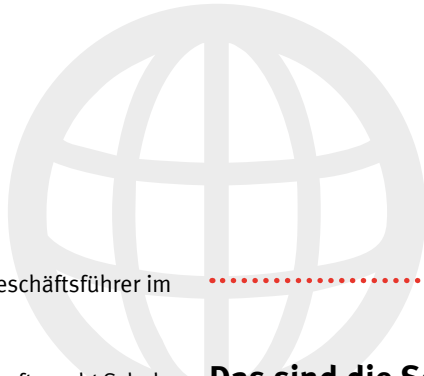
Als weiterer Motivator für 2024 kam zudem die Auszeichnung von Focus Business als Top Arbeitgeber Mittelstand hinzu. Bei dem Ranking des Wirtschaftsmediums, bei dem SELLWERK den 4. Platz in der Branche Medien belegt, wird anhand eines umfangreichen Verfahrens ermittelt, welche mittelständischen Unternehmen als Arbeitgeber besonders geschätzt werden. Hierfür wur-

den die analysierten Firmen hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Entwicklungsmöglichkeiten, Wertschätzung und Unternehmenskultur bewertet. Insgesamt wurden 650.000 Bewertungen für 36.000 Betriebe abgegeben.

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist. ■ *PM sellwerk.de, 31.01.2024*

## Röser Medienhaus und die IHK Karlsruhe vereinbaren Fortführung der bewährten Zusammenarbeit beim „Stellenmarkt für Auszubildende: die AZUBI-Initiative geht in die nächste Runde!

„Die Ausbildungsexpertise der IHK ist für uns immens wichtig und ein richtiges ‚Gütesiegel‘, auf welches wir nicht verzichten wollen. Wir sind sehr dankbar, dass wir die gute Zusammenarbeit fortsetzen können“,



erklärt Thomas Lochner, Geschäftsführer im Röser Medienhaus.

Jörn Pelzer, Leiter Wirtschaft macht Schule I Berufsorientierung der IHK Karlsruhe: „Der Stellenmarkt für Auszubildende leistet einen wertvollen Beitrag, um Jugendliche bei der Berufswahl und Ausbildungsplatzsuche zu unterstützen – unter anderem durch Bewerbungstipps, Informationen zu Berufen und konkreten Ausbildungsplatzangeboten. Wir freuen uns daher sehr, dass der Stellenmarkt auch 2024 wieder in Zusammenarbeit erscheint.“

Der „Stellenmarkt für Auszubildende“ ist in der Print- und Online-Variante ein wichtiger Baustein bei der Rekrutierung von Azubis und Studierenden in der Region. Berufsbilder, Stellenangebote, Bewerbungs-Tipps mit Interessen- und Eignungstests sowie viele weitere nützliche Informationen und Tipps unterstützen potentielle Auszubildende bei der Berufsfindung, Bewerbung und Arbeitsplatzsuche.

Das Magazin wird mit einer Auflage von 25.000 Exemplaren Anfang Juni 2024 kostenfrei an die künftigen Abgangsklassen aller allgemeinbildenden Schulen in der TechnologieRegion Karlsruhe gesendet und kommt darüber hinaus bei Messen und der IHK zum Einsatz. Mit dem „Stellenmarkt für Auszubildende“ suchen und finden Firmen und Institutionen, Print und Online, Azubis, Schüler und Studenten.

Das Online-Portal [www.stellenmarkt-fuer-auszubildende.de](http://www.stellenmarkt-fuer-auszubildende.de) sorgt darüber hinaus für noch mehr Kontakte und bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich sowie ihre Ausbildungsplatzangebote zusätzlich mit einem Premiumprofil zu präsentieren und sich die besten Bewerber und Bewerberinnen zu sichern. ■ *PM Röser Media GmbH Co. KG, 11.12.2023*

## Das sind die Sorgen des Handwerks

*Aktuelle Umfrage zeigt, welchen Herausforderungen sich Handwerksbetriebe in den kommenden fünf Jahren gegenübersehen; Fachkräftemangel, Inflation und die Suche nach Auszubildenden dominieren; Liste der Herausforderungen für das Handwerk ist lang*

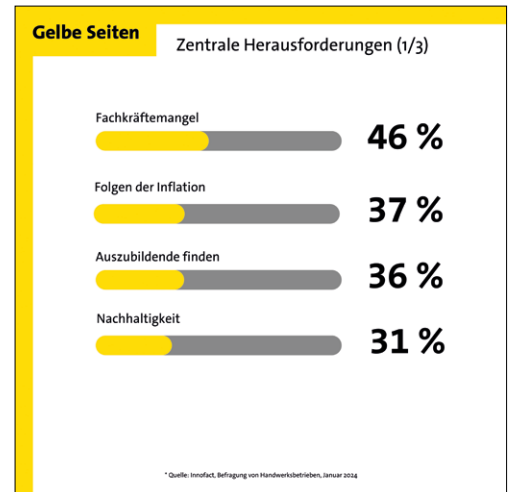
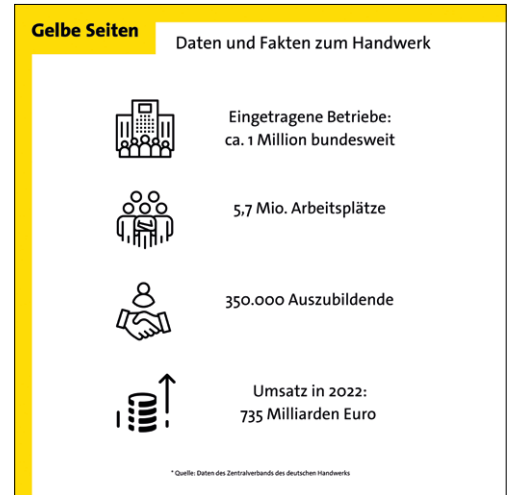
Das Handwerk ist eines der wichtigsten und das vielleicht vielseitigste Wirtschaftsegment in Deutschland – und bildet mit seinen kleinen und mittelständisch geprägten Betrieben ein Herzstück der deutschen Wirtschaft. Umso wichtiger ist die Frage, welchen Herausforderungen sich Handwerksbetriebe derzeit gegenübersehen. Eine aktuelle Umfrage des Marktforschungsunternehmens Innofact ist dieser Frage nun nachgegangen und hat dafür mehr als 300 Handwerksbetriebe in Deutschland befragt.

Derzeit sind laut Daten des Zentralverbands des deutschen Handwerks bundesweit gut eine Million Betriebe eingetragen, in denen rund 5,7 Millionen Männer und Frauen in Lohn und Brot stehen, etwa 350.000 Lehrlinge erhalten dort derzeit eine qualifizierte Ausbildung. Damit sind 12,3 Prozent aller Erwerbstätigen und sogar 28,7 Prozent aller Auszubildenden im Handwerk tätig. 2022 erzielten die Betriebe in diesem Segment einen Umsatz in Höhe von 735 Milliarden Euro.

### Auch Umweltaforderungen werden im Handwerk als Herausforderung gesehen

Doch was sind die zentralen Herausforderungen für die Unternehmen in den bevorstehenden fünf Jahren? Diese Frage stellte Innofact den mehr als 300 Betrieben und erhielt spannende und bisweilen alarmierende Antworten.

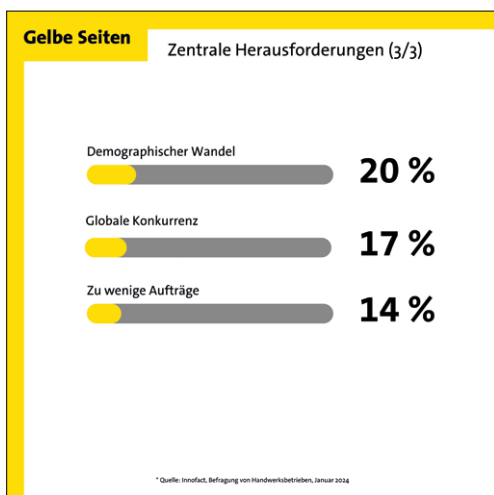
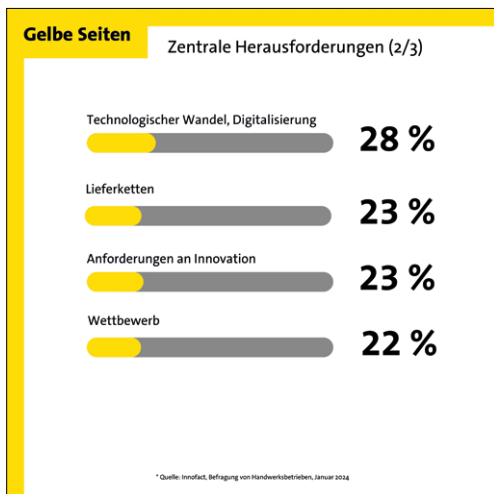
An zentrales Thema des nächsten halben Jahrzehnts sehen Betriebe den Fachkräftemangel. 37 Prozent fürchten die Folgen der Inflation auf ihr Geschäft, 36 Prozent fragen



sich, ob sie künftig noch Auszubildende finden werden. Die Anforderungen des Themas Nachhaltigkeit sehen 31 Prozent der Handwerksbetriebe als eine zentrale Herausforderung, 28 Prozent nennen den technologischen Wandel und die Digitalisierung.

### Sorgen des Handwerks: „Alarmsignal für die deutsche Wirtschaft“

„Die Zahlen sind ein Alarmsignal für die deutsche Wirtschaft. Wenn Handwerker nicht mehr genügend Fachkräfte und Auszubildende finden, wird das erhebliche Folgen auf die Betriebe selbst und mithin auch auf die Bürger\*innen haben. Das Handwerk ist ein Rückgrat unserer Wirtschaft, seine Sorgen sollten Politik und Gesellschaft Mahnung sein, für die Probleme schnell echte Lösungen zu finden“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft.



Mit den genannten Aspekten ist die Liste der Herausforderungen für das Handwerk aber noch nicht zu Ende geschrieben. Jeweils 23 Prozent der Befragten nehmen die Lieferketten als Problem wahr, mit dem sie sich in den kommenden fünf Jahren konfrontiert sehen. Ebenso viele fürchten die Anforderungen an Innovation und Produktentwicklung. Immerhin noch 22 Prozent fürchten sich vor dem Wettbewerb, 20 Prozent blicken mit Sorge auf den Demographischen Wandel und auf Probleme, das geplante Wachstum finanzieren zu können. Lediglich 17 Prozent fürchten die globale Konkurrenz, mit 14 Prozent ist die Angst davor, künftig zu wenige Aufträge zu erhalten, am wenigsten stark ausgeprägt.

**Gelbe Seiten: Verlässlicher Begleiter des Handwerks**

„Die Menge der Herausforderungen, mit denen sich Handwerksbetriebe konfrontiert sehen, wird zunehmend länger“, sagt Dirk Schulte. Gelbe Seiten versuche daher, mit Umfragen wie dieser, aber auch mit konkreten Leistungen das Handwerk dabei zu unterstützen, sich zukunftsfähig aufzustellen. So sind die Partnerverlage von Gelbe Seiten seit Jahren zuverlässiger Berater an der Seite von Handwerksunternehmen. Zugleich spült Gelbe Seiten den Unternehmen verlässlich neue Kund\*innen in die Auftragsbücher, die durch hohe Auftragsvolumina überzeugten, so Schulte weiter. Gelbe Seiten Sorge für eine Sichtbarkeit der Betriebe im Netz, die in vielfältiger Weise wichtig sei, auch für die Wahrnehmung von Unternehmen als moderne, digitale Arbeitgeber.

„Für Unternehmen wird es immer wichtiger, sich als zukunftsorientiert zu präsentieren. Dazu gehört gerade für Traditionsbetriebe, sich modernen Formaten und digitalen Kanälen zu öffnen. Gelbe Seiten ist der ideale Ort für Handwerker, um mit Bestands- und Neukund\*innen in Kontakt zu treten und zu bleiben und durch die vielfältigen Services viel Zeit zu sparen, die sie in ihre wichtigen Dienstleistungen bei Kund\*innen investieren können“, sagt Dirk Schulte.

**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](http://www.gelbeseiten.de) sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Darüber hinaus ist Gelbe Seiten auch über moderne Voice und Messenger-Dienste verfügbar, u. a. über die Messenger von Apple und Facebook sowie bei Amazon Alexa über den Sprachbefehl „Alexa, öffne Gelbe Seiten“. Im Jahr 2023 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 553 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 2023; repräsentative Befragung von 14.471 Personen ab 16 Jahren, Juli-September 2023 ■ PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 5.02.2024*

**Mehr als eine halbe Milliarde Zugriffe auf Gelbe Seiten**

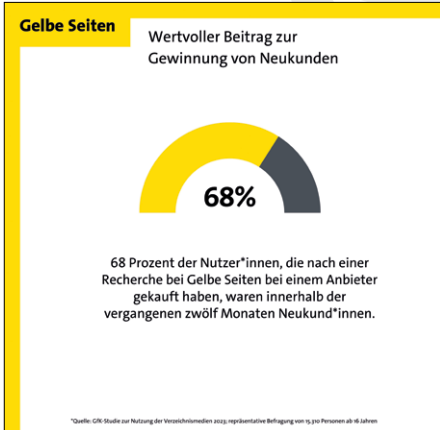
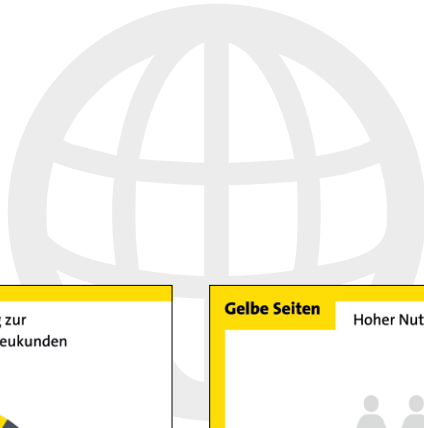
*Branchenverzeichnis erfreut sich nach wie vor hoher Beliebtheit; digitale Kanäle werden in jüngeren Zielgruppen wichtiger*

Mehr als eine halbe Milliarde Zugriffe innerhalb der vergangenen zwölf Monate: Das Branchenverzeichnis Gelbe Seiten erfreut sich bei den Deutschen nach wie großer Beliebtheit.

Dabei profitiert Gelbe Seiten weiterhin von einem hohen Bekanntheitswert: 86,3 Prozent aller Deutschen im Alter von über 16 Jahren gaben einer repräsentativen Befragung des Marktforschungsinstituts GfK zufolge an, Gelbe Seiten zu kennen, das sind 53,5 Millionen Bürger\*innen. Dabei zeigt sich, dass die digitalen Angebote des Branchenverzeichnisses auch einer breiten Öffentlichkeit bekannt sind. Zudem kennen immer mehr Deutsche auch die mobile und die Online-Variante.

**Jeder vierte Deutsche über 16 hat Gelbe Seiten in den letzten zwölf Monaten genutzt**

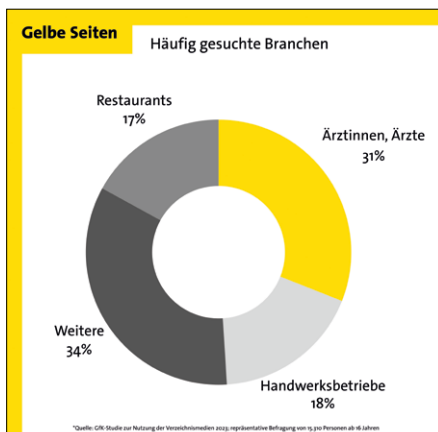
Der Studie zufolge haben 15,6 Millionen Deutsche Gelbe Seiten im vergangenen Jahr auch genutzt, also jeder vierte Deutsche im Alter von mindestens 16 Jahren. „Das zeigt, dass Gelbe Seiten nach wie vor ein wichtiger Begleiter im Alltag von Millionen Deutschen ist“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketinggesellschaft. Neben den wichtigen Säulen Online und Mobil



zeigt aber auch die Print-Ausgabe von Gelbe Seiten eine weiterhin hohe Beliebtheit, So haben allein 18,3 Prozent der Deutschen in den vergangenen zwölf Monaten die Printausgabe genutzt.

„Wer Gelbe Seiten kennt, kommt immer wieder zu dem Angebot zurück: Das ist der Lohn dafür, dass wir seit Jahrzehnten auf hohe Qualität der Einträge achten und unsere Kund\*innen genau das auch zu schätzen wissen. Gelbe Seiten ist nicht irgendeine Suchplattform, sondern die ideale Schnittstelle, um Verbraucherinnen und Verbraucher mit Dienstleistern zusammen zu bringen“, so Schulte. „Die Ergebnisse sind uns aber auch eine Verpflichtung, unseren Kund\*innen weiter das bestmögliche Erlebnis zu bieten, wenn sie auf der Suche nach Handwerkern, Händlern oder anderen Dienstleistern sind.“

44 Suchen pro Nutzer\*in in einem Jahr  
Die mobile Suche wird im Schnitt pro Nutzer\*in noch häufiger in Anspruch ge-



nommen als die übrigen Kanäle: Hier geht jeder Nutzer\*in durchschnittlich 44 Mal im Jahr auf die Suche nach einem Unternehmen, das ihm bei der Lösung eines Problems oder bei der Bearbeitung eines Auftrags hilfreich sein kann. Ein professioneller Auftritt bei Gelbe Seiten verspricht dementsprechend hohen Nutzen für Unternehmen, Restaurantbetreiber oder Ärzt\*innen. Letztere Berufsgruppe wird über Gelbe Seiten am häufigsten gesucht: 31 Prozent der Recherchen galt Ärzt\*innen, 18 Prozent der Nutzer suchten nach einem Handwerker, 17 Prozent nach Restaurants oder Gaststätten.

In der Folge dieser Suchaufträge landen im Schnitt 835 Euro pro Auftrag bei den Betrieben. Am meisten profitiert hier das Handwerk, bei dem pro Auftrag 1.714 Euro im Schnitt als Honorar hängen bleiben. 68 Prozent der Nutzer\*innen, die nach einer Recherche bei Gelbe Seiten bei einem Anbieter gekauft haben, waren innerhalb der vergangenen zwölf Monaten Neukund\*innen.



„Es zahlt sich auch für unsere Kunden aus, dass wir unsere digitalen Services immer weiter ausbauen“, sagt Schulte und verweist unter anderem auf Dienstleistungen wie den digitalen Vermittlungsservice, über den Kund\*innen mit wenigen Klicks ihr Problem schildern und umgehend Angebote dafür von Betrieben erhalten. „Damit setzt sich Gelbe Seiten deutlich zum Beispiel gegenüber Suchmaschinen ab: Wir liefern Verbraucher\*innen einen Nutzen, der über einen Link oder eine Telefonnummer hinausgeht.“

Für die repräsentative Studie hat GfK in den Monaten Juli bis September mehr als 15.000 Deutsche im Alter von mindestens 16 Jahren befragt.

*\*Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2023; repräsentative Befragung von 15.310 Personen ab 16 Jahren, Juli-September 2023 ■ PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 29.01.2024*

## So finden Sie den richtigen Handwerker für Ihre Hausanierung

- *Gelbe Seiten startet Energieberatung für Verbraucher*
- *Vielfältige Tipps für energetische Sanierungen*
- *Mit wenigen Klicks können Kunden Angebote für Maßnahmen einholen*

Ob die Installation der Solaranlage auf dem Dach, die Erneuerung der Heizung im Keller, der Austausch von Fenstern in der Wohnung oder die Dämmung der Fassade: In Millionen Häusern und Wohnungen in Deutschland stehen in den kommenden Jahren energetische Sanierungen an. Um die Klimaziele zu erreichen, rechnen Experten damit, dass pro Jahr rund eine Million Einheiten modernisiert werden müssen. Doch viele Betroffene wissen nicht, wie sie vorgehen sollen, welche Fördermöglichkeiten es gibt und wie sie den geeigneten Handwer-

ker finden können. Um dieses Problem zu lösen, hat das Branchenverzeichnis Gelbe Seiten nun ein umfassendes Wissensportal entwickelt, das zudem hilft, schnell und einfach den richtigen Handwerker zu finden.

„Egal, ob sich Kund\*innen für eine Komplettanierung oder eine einzelne Maßnahme entscheiden: Wir unterstützen sie mit allen notwendigen Informationen bei Ihrem Projekt“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH. Und das geht so: Auf der Website [www.gelbeseiten.de](http://www.gelbeseiten.de) finden Verbraucher\*innen umfangreiche Informationen sowie Expert\*innenwissen darüber, welches die wichtigsten Maßnahmen zur energetischen Sanierung eines Hauses sind und wie sie sich umsetzen lassen. Zudem sind dort weitere Tipps hinterlegt, etwa über gesetzliche Vorgaben, staatliche Fördermöglichkeiten und über die Kosten möglicher Maßnahmen.

### Direkter Kontakt zu qualifizierten Handwerkern

Doch neben der Bereitstellung von hilfreichen Informationen kann Gelbe Seiten noch viel mehr, nämlich den direkten Kontakt zu qualifizierten Dienstleistern herstellen, die sich auf energieeffiziente Haussanierungen spezialisiert haben. „Auf Gelbe Seiten finden Sie schnell und einfach vertrauenswürdige Partner, um Ihre Sanierung professionell, effektiv und möglichst günstig durchzuführen“, sagt Schulte. Über den Vermittlungsservice können Verbraucher\*innen ihr Anliegen schnell und einfach dokumentieren und über diesen Weg direkt Angebote von geeigneten Fachbetrieben einholen, die den Kund\*innen automatisch zugehen. „Es gibt keinen einfacheren und besseren Weg, den richtigen Dienstleister für eine Modernisierung zu finden, als über unsere Plattform.“

In dem Vermittlungsservice sind Hunderte Betriebe hinterlegt, die auf alle Fragen und Probleme von Verbraucher\*innen eine Antwort und eine Lösung finden – egal, ob es um den Einbau einer Wärmepumpe, ein neues Dach oder eine energetische Grundsanierung geht. Dabei setzt Gelbe Seiten auch auf das Vertrauen, das Kund\*innen

über Jahrzehnte hinweg in das Angebot aufgebaut haben.

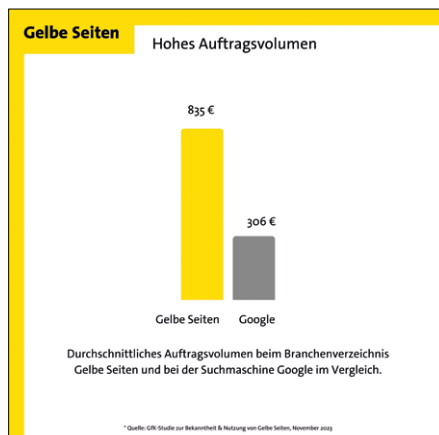
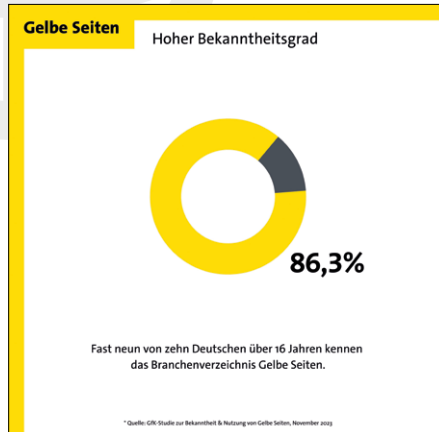
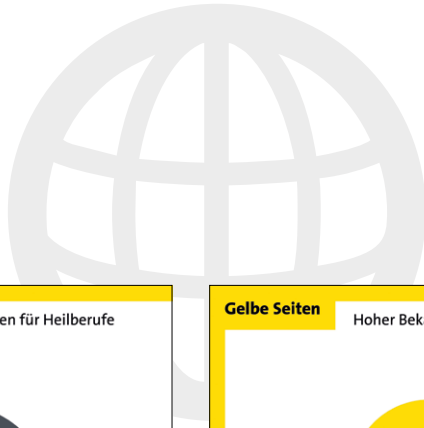
### Energetische Sanierung: Schlüssel zur Erreichung der Klimaziele

„Die energetische Sanierung ist der Schlüssel zur Erreichung der Klimaziele und darüber hinaus auch gut für den Geldbeutel. Haus- und Wohnungsbesitzer, die heute in ihr Eigentum investieren, werden dadurch nicht nur etwas zum Klimaschutz beitragen, sondern auch noch bares Geld sparen“, sagt Dirk Schulte. Durch gezielte bauliche Maßnahmen ließen sich in Gebäuden nicht nur Energiekosten sparen, sondern damit auch der Wert der Immobilie steigern und der Wohnkomfort erhöhen. „Doch viele Verbraucher\*innen wissen nicht genau, wie sie das Thema angehen sollen. Unser Energieportal ist ein relevanter und wertvoller Wegweiser für eine energetische Sanierung“, so Schulte. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing GmbH, 12.01.2024*

## Wieso Ärzt\*innen stark von Gelbe Seiten profitieren

*31 Prozent aller Suchen auf Gelbe Seiten gelten Ärzten; Nutzer\*innen schätzen Gelbe Seiten als seriöse Informationsquelle; Terminbuchungsservice bringt Patient\*innen und Ärzt\*innen direkt zusammen*

Die Suche nach dem richtigen Arzt oder Ärztin ist für Patient\*innen ein zentrales Element zum Schutz ihrer Gesundheit. Branchenverzeichnisse wie Gelbe Seiten stellen dabei für Verbraucher\*innen eine vertrauenswürdige Quelle dar, um nicht nur den richtigen Arzt oder Ärztin zu finden, sondern dort auch schnell und einfach einen Termin zu vereinbaren. Eine repräsentative Studie des Marktforschungsunternehmens GfK im Auftrag von Gelbe Seiten hat nun abermals ergeben, dass Ärzt\*innen auf dem beliebtesten Branchenverzeichnis ganz besonders oft gesucht werden.



dieser Ort, der seinen Nutzer\*innen einen kurzen, effizienten Weg zum richtigen Arzt oder Ärztin verspricht“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft. Die Studie belege abermals eindrucksvoll, dass es sich für Ärzt\*innen lohne, sich auf Gelbe Seiten professionell zu präsentieren. Umgekehrt könnten sich Patient\*innen darauf verlassen, hier effizient und vertrauensvoll mit den wichtigsten Informationen und Kontakten versorgt zu werden. Dabei profitieren Ärzt\*innen von der nach wie vor überwältigenden Bekanntheit von Gelbe Seiten. 86,3 Prozent aller Männer und Frauen im Alter von mindestens 16 Jahren gaben an, die Plattform zu kennen. Neben Ärzt\*innen mit 31 Prozent profitierten davon am meisten Handwerker (18 Prozent) und Restaurants (17 Prozent).

**Hinter Gelbe Seiten stecken für Betriebe lukrative Aufträge**

Hinter den Suchen auf Gelbe Seiten stecken für die dort verzeichneten Unternehmen und Dienstleister nicht nur direkte Kontakte zu Kund\*innen und Patient\*innen, sondern auch vielfältige Aufträge. Der GfK-Befragung zufolge haben von den Verbraucher\*innen, die Gelbe Seiten innerhalb der vergangenen zwölf Monate genutzt haben, über 50 % tatsächlich Kontakt zu einem Arzt, Händler, Handwerker oder einem anderen Dienstleister aufgenommen. In 75 Prozent der Kontaktaufnahmen dieser Fälle führten diese Versuche zum Erfolg. Dabei wurden im Durchschnitt 835 Euro ausgegeben – und damit signifikant mehr als bei einer Google-Suche, die lediglich Käufe

Demnach galten von den mehreren 100 Millionen Suchvorgängen auf der Plattform Gelbe Seiten innerhalb der vergangenen zwölf Monate 31 Prozent einem Arzt oder einem anderen Vertreter eines Heilberufes. Insgesamt haben der GfK-Befragung zufolge im vergangenen Jahr 15,6 Millionen Deutsche Gelbe Seiten zu Recherchezwecken genutzt, das entspricht unter der deutschen Bevölkerung im Alter von mindestens 16 Jahren einem Anteil von 25,2 Prozent.

**Gelbe Seiten: Seriöse und regionale Informationsquelle**

Dass die Deutschen weiterhin stark auf das Angebot von Gelbe Seiten setzen, um nach einem Arzt, Ärztin oder auch nach Handwerkern, Anwalt\*innen und anderen Dienstleistern zu suchen, hat gute Gründe: So schätzen 94 Prozent aller Befragten, die in den vergangenen zwölf Monaten das Portal genutzt haben, Gelbe Seiten vor allem als seriöse Informationsquelle.

Aber auch die regionale Nähe des Ange-

bots, die unter anderem durch das lange und enge Verhältnis der dort verzeichneten Betriebe zu den Partnerverlagen von Gelbe Seiten zustande kommt, ist ein Argument für Nutzer\*innen, auf die bekannte Plattform zuzugreifen; 90 Prozent der Teilnehmer\*innen an der Studie gaben dieses Motiv an. Neun von zehn Befragten sagten zudem, das zentrale Kriterium zur Nutzung von Gelbe Seiten sei, dass es sich hier um eine wichtige Informationsquelle für die Suche von Produkten und Dienstleistungen in der eigenen Region handele. Auch die übersichtliche Gestaltung der Seite wird positiv eingeschätzt (89 Prozent).

**Ärzte profitieren von hohem Bekanntheitsgrad von Gelbe Seiten**

„Die Suche nach Ärzt\*innen ist für Menschen elementar. Umso wichtiger ist ein verlässlicher Ort, an dem Patient\*innen den richtigen Ansprechpartner für die Vorsorge oder die Behandlung von Krankheiten finden können. Gelbe Seiten ist seit Jahrzehnten

im Wert von 306 Euro in Schnitt nach sich zogen.

Besonders interessant für Unternehmen und Dienstleister ist die Zahl der Neukund\*innen, die sie mithilfe von Gelbe Seiten gewinnen können; fast 70 Prozent der Nutzer, die nach einer Anfrage auf der Plattform etwas gekauft haben, waren der Studie zufolge Neukunden.

### **Terminbuchungsservice stößt auf Zufriedenheit und Interesse**

„Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Plattformen der zentrale Ort als Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage sind. Über Gelbe Seiten gelingt es, Patient\*innen zu den besten Ärzt\*innen und Kund\*innen zu den besten Anbietern zu bringen“, sagt Dirk Schulte. Der Anteil der Anfragen über Computer oder mobile Endgeräte wachse dabei stetig an und wird somit immer wichtiger. „Deshalb werden wir auch in Zukunft in Qualität, Effizienz und Nutzerfreundlichkeit unserer Services investieren. Die Kontaktaufnahme zu Unternehmen über Gelbe Seiten ist schon heute dank der Einfachheit und der besonderen Services ein Erlebnis“, so Schulte weiter.

Das hat im Falle der Suche nach Ärzt\*innen auch mit dem Terminbuchungsservice zu tun, bei dem sich Nutzer\*innen mithilfe von Gelbe Seiten unkompliziert und schnell einen Termin bei einem Arzt buchen, ihn aber auch online absagen oder verschieben können. Einer Befragung des Marktforschungsunternehmens Innofact zufolge zeigt sich unter den Ärzt\*innen, die das Tool bereits einsetzen, eine hohe Zufriedenheit damit, weshalb viele weitere Praxen bereits darüber nachdenken, das Tool in der nächsten Zeit zu implementieren. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 27.11.2023*

## **NEWS**

### **Für 25 % der mittelständischen Unternehmen sind Digitale Fähigkeiten zentrale Kompetenz**

Aktuelle Studie „Transformation und Zukunftskompetenzen im deutschen Mittelstand“ des Mittelstand-Digital Zentrum Berlin

Mit der aktuellen Studie „Transformation und Zukunftskompetenzen im deutschen Mittelstand“ präsentiert das Mittelstand-Digital Zentrum Berlin eine umfassende Bestandsaufnahme der digitalen Kompetenzen in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Die Ergebnisse zeigen, dass ein Viertel der Unternehmen digitales Denken bereits als entscheidende Fähigkeit ihrer Mitarbeitenden erkennt, was die wachsende Relevanz digitaler Fähigkeiten in einer zunehmend technologieorientierten Wirtschaftswelt unterstreicht. Die Studie erforscht, in welchem Maße KMU digitale Kompetenzen als Schlüssel zu Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum betrachten und bietet mit ihrem Fokus auf digitales Denken, Anpassungsfähigkeit und effektives Informationsmanagement einen detaillierten Einblick in die gegenwärtigen Qualifikationen, die Unternehmen im Digitalisierungsprozess vorweisen.

Martin Talmeier, Projektleiter des Mittelstand-Digital Teams am Hasso-Plattner-Institut, hebt die zentrale Bedeutung der Untersuchung hervor: „In unserer Arbeit haben wir die einzigartige Gelegenheit, mittelständische Unternehmen auf ihrem Weg durch die digitale Transformation zu begleiten. Dabei haben wir festgestellt, dass die Zukunftskompetenzen der Mitarbeitenden eine entscheidende Rolle spielen.“

### **Zukunftsfähigkeit im Fokus**

Die Ergebnisse der Studie zeigen unter anderem, dass ein Viertel der deutschen

KMU ihren Mitarbeitenden eine hohe Kompetenz im Bereich des digitalen Denkens zuschreibt. Etwa 30 % der Unternehmen erkennen in ihrer Belegschaft eine starke Fähigkeit, Wandel und Veränderungen positiv mitzugestalten. Zudem wird von vier von fünf Unternehmen ein kompetenter Umgang ihrer Mitarbeitenden mit Informationen, Daten, Medien und Kommunikationstools hervorgehoben. Daneben bietet die Studie einen guten Überblick über verwendete Weiterbildungsformate in KMU.

### **Digitale Kompetenz & Anpassungsfähigkeit als Wettbewerbsvorteil**

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Unternehmen je nach Zukunftskompetenz unterschiedlich aufgestellt sind, was die Notwendigkeit betont, nicht nur auf aktuelle Herausforderungen zu reagieren, sondern auch proaktiv und vorausschauend zu agieren. Die Studie legt nahe, dass insbesondere bei der menschlichen Komponente der digitalen Transformation Handlungsbedarf besteht. Es ist wichtig, in die Weiterbildung der Mitarbeiter:innen zu investieren, anstatt den Fokus ausschließlich auf Technologien zu legen – eine Kultur der Anpassungsfähigkeit und des lebenslangen Lernens ist hierfür essenziell.

Martin Talmeier ergänzt: „Digitales Denken und Handeln sowie die Bereitschaft, sich in neue Technologien einzuarbeiten, sind Schlüsselkomponenten für den Erfolg. Diese Fähigkeiten müssen erst erlernt werden und genau dafür sind wir da. Es ist unsere Mission, Unternehmen dabei zu unterstützen, diese Fähigkeiten zu erkennen und zu fördern, damit der deutsche Mittelstand in der sich ständig verändernden digitalen Landschaft erfolgreich sein kann.“

Die Studie betont zudem die Bedeutung von lebenslangem Lernen und flexibler Weiterbildung, die sich nahtlos in den Arbeitsalltag integrieren lassen. Sie bietet praktische Empfehlungen und Strategien, wie KMU die Herausforderungen der digitalen Transformation meistern und ihre Potenziale voll ausschöpfen können. Das Mittelstand-Digital Zentrum Berlin liefert mit dieser Studie einen wichtigen Leitfaden für



KMU, der es ermöglicht, eigene Kompetenzen mit Branchenstandards zu vergleichen und somit die Weichen für eine erfolgreiche und zukunftsfähige Unternehmensführung zu stellen.

Die Publikation steht ab sofort unter <https://digitalzentrum-berlin.de/zukunftskompetenzen-im-mittelstand> zum Download bereit.

### Über das Mittelstand-Digital Zentrum Berlin

Der Mittelstand BVMW e.V. leitet federführend das Mittelstand-Digital Zentrum Berlin. Das Zentrum eröffnet kleinen und mittleren Unternehmen in Berlin und Brandenburg einen umfassenden Zugang zu kostenfreien Digitalisierungsressourcen. Mit Workshops, Umsetzungsprojekten und umfangreichen Materialien zielt das Zentrum darauf ab, mittelständische Unternehmen langfristig wirtschaftlicher, resilienter, agiler und wettbewerbsfähiger zu machen.

Das Mittelstand-Digital Zentrum Berlin gehört zu Mittelstand-Digital. Mit dem Mittelstand-Digital Netzwerk unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk. Weitere Informationen finden Sie unter [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de) ■ *Quelle bvmw.de, 7.11.2023*

## DATENSCHUTZ

### Bilanz Cyberkriminalität 2023: 7 von 10 Internetnutzern betroffen

- Durchschnittlicher Schaden von 262 Euro
- Nur 14 Prozent haben sich an die Polizei gewandt – und dabei keine wirklich guten Erfahrungen gemacht

Ausspionieren von Passwörtern, Betrug beim Onlinehandel oder schwere Beleidigungen in sozialen Netzwerken: Die große

Mehrheit (67 Prozent) der Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland ist 2023 Opfer von Cyberkriminalität geworden. 30 Prozent mussten in den vergangenen zwölf Monaten keine solchen Vorfälle verzeichnen, 3 Prozent wollten dazu keine Angaben machen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.018 Personen in Deutschland ab 16 Jahren,

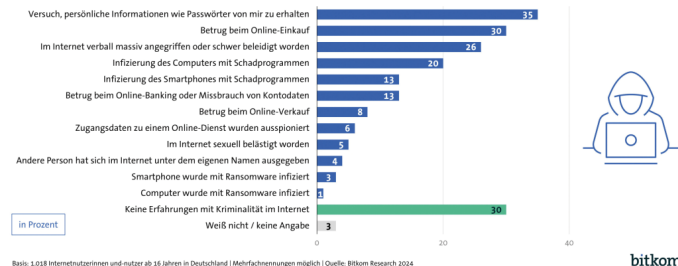
die das Internet nutzen. Vor einem Jahr waren noch 75 Prozent von Cyberkriminalität betroffen gewesen. „Digitale Technologien sind in unserem Berufs- und Privatleben omnipräsent, und das sind auch die Online-Kriminellen. Dabei machen wir es ihnen leider noch zu oft zu leicht. Mit einigen wenigen Maßnahmen lässt sich der weit überwiegende Teil der Angriffe abwehren, und dabei sind alle Nutzerinnen und Nutzer gefordert“, sagt Bitkom-Präsident Dr. Ralf Wintergerst. „Dazu gehört zum Beispiel sichere Passwörter oder Passkeys zu wählen, Updates zeitnah einzuspielen und bei ungewöhnlichen Nachrichten von vermeintlichen Familienmitgliedern oder Arbeitskollegen skeptisch zu sein.“

### Phishing, Betrug beim Online-Shopping und Beleidigungen kommen am häufigsten vor

Am häufigsten berichten Internetnutzerinnen und -nutzer über Phishing, also Versuche, per Mail, Kurznachricht oder Telefon, persönliche Informationen wie Passwörter herauszubekommen (35 Prozent). Bei 6 Prozent wurden auf diesem Weg Zugangsdaten zu einem Online-Dienst erfolgreich ausspioniert. 30 Prozent sind beim Online-Einkauf betrogen worden, 8 Prozent wurden als Verkäufer von Waren online betrogen. Rund ein Viertel (26 Prozent) ist im Internet verbal massiv angegriffen oder schwer beleidigt worden, 5 Prozent wurden sexuell belästigt. Bei einem Fünftel (20 Prozent) wurde der Computer mit Schadprogrammen wie Viren infiziert, bei 13 Prozent das Smartphone. Einen Angriff mit Ransomware, bei dem Daten verschlüsselt und nur gegen Lösegeld wieder zugänglich gemacht werden, haben auf ihrem

### Cybercrime-Bilanz: 7 von 10 Internetnutzern betroffen

Welche der folgenden Erfahrungen mit kriminellen Vorfällen haben Sie persönlich in den vergangenen 12 Monaten im Internet gemacht?



PC 1 Prozent erlebt, auf dem Smartphone 3 Prozent. 13 Prozent wurden Opfer von Betrug beim Online-Banking oder ihre Kontodaten wurden missbraucht. Darüber hinaus geben 4 Prozent an, dass eine Person sich im Internet unter dem eigenen Namen ausgegeben hat, bei 2 Prozent wurden E-Mails in ihrem Namen versendet.

### Schadenshöhe im Durchschnitt bei 262 Euro

Bei einem Drittel (33 Prozent) der von Cyberkriminalität Betroffenen ist kein finanzieller Schaden entstanden, 14 Prozent können oder wollen dazu keine Aussagen machen. Bei den übrigen ist im Durchschnitt im vergangenen Jahr ein Schaden von 262 Euro entstanden. 9 Prozent haben ein Schaden von weniger als 50 Euro erlitten, 30 Prozent einen von 50 bis 150 Euro, 10 Prozent von 150 bis 500 Euro und 5 Prozent wurden sogar um 500 Euro oder mehr geschädigt. „Ein erfolgreicher Angriff von Cyberkriminellen kann im Einzelfall teuer für die Opfer werden. Aber oft ist es nicht nur der materielle Schaden, der schmerzt, etwa bei persönlichen Angriffen oder Bedrohungen“, so Wintergerst.

### Eine Anzeige bei der Polizei bleibt in der Regel erfolglos

3 von 10 Betroffenen (30 Prozent) haben nach einem kriminellen Vorfall nichts unternommen. Rund die Hälfte (54 Prozent) hat das Gespräch mit Familie oder Freunden gesucht. Ähnlich viele (48 Prozent) haben sich an das Unternehmen gewandt, dessen Plattform für kriminelle Aktivitäten genutzt wurde, also etwa das soziale Netzwerk, der Online-



Shop oder die Bank. 17 Prozent haben anschließend ihren dortigen Account gelöscht oder gekündigt. 8 Prozent haben in einem öffentlichen Beitrag, etwa auf Social Media, auf den kriminellen Vorfall aufmerksam gemacht, 4 Prozent haben einen Rechtsanwalt aufgesucht und 1 Prozent ist auf die Forderungen der Kriminellen eingegangen und hat zum Beispiel Lösegeld bezahlt. Eine Anzeige bei der Polizei haben nur 14 Prozent erstattet, weitere 9 Prozent haben sich an andere Behörden gewendet, etwa das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI).

Die Erfahrungen mit der Polizei waren bei denjenigen, die Anzeige erstattet haben, überwiegend negativ. So wurde nach Angaben der Befragten in keinem Fall ein Täter ermittelt oder verurteilt. 15 Prozent mussten sich an verschiedene Stellen wenden, bevor ihnen geholfen werden konnte, 43 Prozent bewerten den Aufwand durch die Anzeige im Nachhinein als zu hoch. 46 Prozent geben an, sie würden beim nächsten Mal auf eine Anzeige verzichten. Zugleich sagen immerhin 23 Prozent, die Polizei habe kompetent beraten und unterstützt. „Cyberkriminalität wird häufig aus dem Ausland verübt, teilweise mit Wissen oder zumindest Duldung der dortigen Behörden. Das erschwert eine Verfolgung und Bestrafung der Täterinnen und Täter. Dennoch sollten Opfer nicht auf eine Anzeige verzichten, denn durch Öffentlichkeit und den Verfolgungsdruck können zumindest weitere Taten verhindert werden“, so Wintergerst. „Wir müssen Polizei und Sicherheitsbehörden aber personell und technisch so ausstatten, dass sie gegen Kriminelle auch in der Online-Welt mit Nachdruck erfolgreich vorgehen können.“

Die Stärkung der Cybersicherheit und der Kampf gegen Cyberkriminalität sind auch die Themen der Munich Cyber Security Conference am 15. und 16. Februar. Die MCSC, die in diesem Jahr zum zehnten Mal stattfindet, legt den Schwerpunkt auf Strategien und Managementkonzepte zur Bewältigung der aktuellen Bedrohungslage und gibt einen Einblick in die zukünftige Entwicklung der Cybersicherheitspolitik. Alle Informationen online unter [mcsc.io/mcsc-2424](https://mcsc.io/mcsc-2424). ■ *Quelle: bitkom.org, 18.01.2024*

## Datenschutz: Deutsche Anbieter genießen das größte Vertrauen

- Zwei Drittel der Deutschen vertrauen heimischen IT-Unternehmen beim Umgang mit ihren persönlichen Daten
- Nur jeder Fünfte hält seine Daten im Netz für sicher

Die große Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland sorgt sich um ihre persönlichen Daten im Netz. Nur rund ein Fünftel (19 Prozent) gibt an, dass die Daten online sehr sicher oder eher sicher seien, 77 Prozent halten sie dagegen für eher unsicher oder sehr unsicher. Verglichen mit dem Vorjahr ist das allerdings eine minimale positive Entwicklung, damals hielten nur 16 Prozent die Daten für sicher, aber 80 Prozent für unsicher. Das sind Ergebnisse einer Befragung von 1.018 Personen in Deutschland ab 16 Jahren, die das Internet nutzen, die der Digitalverband Bitkom im Vorfeld des Europäischen Datenschutztages am kommenden Sonntag (28. Januar) veröffentlicht. Am vertrauenswürdigsten beim Umgang mit persönlichen Daten erscheinen den Menschen dabei IT-Anbieter aus Deutschland, denen fast zwei Drittel (65 Prozent) sehr stark oder stark vertrauen. Die übrigen EU-Mitgliedsstaaten kommen auf 50 Prozent, Großbritannien auf 37 und die USA auf 32 Prozent. Kaum vertraut wird dagegen Unternehmen aus China (3 Prozent) und Russland (1 Prozent).

„Datenschutz ist eine Daueraufgabe, sowohl für die Politik als auch für die Wirtschaft. Mehr als fünf Jahre nach Inkrafttreten der Datenschutz-Grundverordnung sind wir immer noch mit zu vielen offenen Auslegungsfragen und lebensfernen Umsetzungsvorschlägen beschäftigt. Das stärkt weder den tatsächlichen Schutz von Daten noch das Vertrauen der Menschen in den verantwortungsvollen Umgang mit diesen“, sagt Susanne Dehmel, Mitglied der Bitkom-Geschäftsleitung. „Wir brauchen eine klare, europaweit einheitliche Auslegung der

Verordnung im Lichte neuer Rechtsakte wie dem Data Act und in Deutschland eine Strukturreform der Datenschutz-Aufsichtsbehörden.“ Zudem müssten die Vorgaben zum Schutz von Daten auf der einen Seite und zur Nutzung von Daten für die Forschung, Wirtschaft und Gesellschaft auf der anderen Seite, eine verantwortungsvolle Nutzung ermöglichen und unterstützen. Dehmel: „Wir müssen in Deutschland und Europa die Weichen für eine Datenökonomie stellen, die es unseren Volkswirtschaften erlaubt, einen Wettbewerb auf Augenhöhe mit Ländern aus Asien und den USA zu führen, und gleichzeitig Grundrechte zu wahren.“

■ *Quelle: bitkom.org, 26.01.2024*

## WERBUNG

### Werbemarkt 2023 dank digitaler Erlöse im leichten Plus

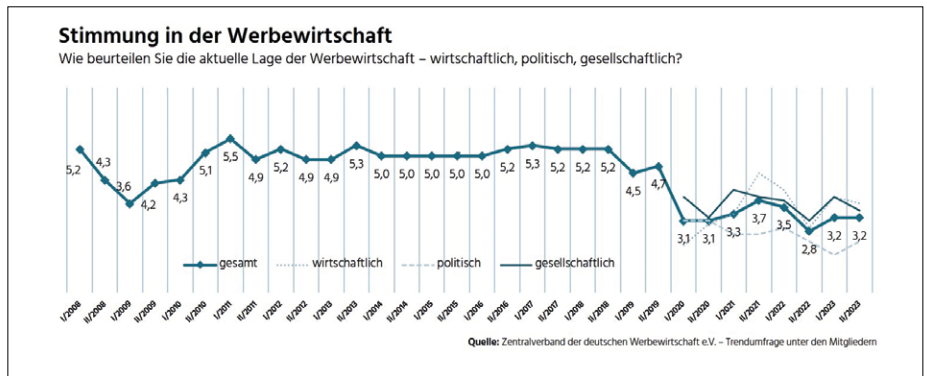
*ZAW-Marktprognose 2023 und Ausblick 2024: Potenzial für Wachstum, Gefahr durch Überregulierung und weitere Wettbewerbsverzerrungen*

Die Werbewirtschaft in Deutschland wächst nach der Jahresendprognose des ZAW in 2023 auf 48,87 Mrd. Euro (+1,6 Prozent). Mit diesem vorläufigen Ergebnis lässt die Werbewirtschaft die Corona-Krisenjahre (2020: 44,86 Mrd. Euro; 2021: 47,34 Mrd. Euro) und das erste Kriegsjahr 2022 (48,09 Mrd. Euro) hinter sich und liegt über der Vor-Corona-Zeit (48,33 Mrd. Euro). Die Investitionen in Werbung steigen auf 37,07 Mrd. Euro (+2,5 Prozent), die Netto-Werbeinnahmen der Medien auf 26,06 Mrd. Euro (+1,4 Prozent). Die endgültigen Daten wird der ZAW zusammen mit der ersten Jahresprognose 2024 im kommenden Frühjahr vorlegen.

Ausschlaggebend für die positive Entwicklung ist das überproportionale Wachstum der digitalen Werbung, das bei den vom ZAW erfassten digitalen Werbeträgern mit +5,4 Prozent deutlich über dem Gesamtmarkt (+1,4 Prozent) liegt. Fünf von 16 Werbeträgern schneiden im Vergleich zum Vorjahr schlech-

ter ab, drei halten das Vorjahresniveau, acht Werbeträger – darunter der gesamte Digitalbereich – wachsen. Der Marktanteil der digitalen Werbung steigt auf 48 Prozent (2022: 46 Prozent). Innerhalb der digitalen Angebote wachsen die wenigen Plattformen stark überdurchschnittlich und prägen das positive Bild des Sektors. Der ZAW und seine Mitglieder blicken besorgt auf die Entwicklung der Werbeträger- und Medienlandschaft in 2024: Im Vergleich zu 2023 eröffnen positive Konjunkturprognosen und Verbesserungen beim Verbrauchervertrauen aufgrund merklicher Lohnsteigerungen Potenziale. Belastungen durch drastische Werbeverbote und Behinderungen des Wettbewerbs im Digitalbereich können Chancen zunichtemachen und ganze Sektoren hart treffen.

Andreas F. Schubert, ZAW-Präsident: „Die Jahresbilanz ist branchenübergreifend zufriedenstellend. Die Widerstandskraft gegenüber dem hohen Kostendruck in 2023 und damit schwierigen Bedingungen für Werbeinvestitionen fällt aber unterschiedlich aus. Die Wettbewerbsfraktionen auf den digitalen Werbewachstumsmärkten wirken sich zudem immer stärker aus. Auch in 2024 wird die wirtschaftliche Gesamtlage angespannt sein. Die mit Werbeinvestitionen von Handel und Herstellern verbundene Rendite für die Gesamtwirtschaft und die Allgemeinheit – Stichwort: stabile Medienfinanzierung – braucht deshalb mehr denn je produktive Rahmenbedingungen: Bürokratieabbau und weniger Dirigismus für die Unternehmen gehören genauso dazu wie das Absehen von überbordenden Werbeverbotsplänen. Die ZAW-Trendbefragung belegt dies deutlich.“



Mit Blick auf die zweite große Herausforderung für die Branche betont Schubert: „Gestörte Wettbewerbsbedingungen bei der Digitalwerbung und einseitige Regelungsmacht digitaler Gatekeeper lassen die Schere im Werbeträgermarkt immer weiter aufgehen. Ohne aktives Gegensteuern von Politik und Wettbewerbshütern bewegen wir uns auf Kippunkte zu“.

### Kernaussagen der ZAW-Trendumfrage

50 Prozent der ZAW-Mitglieder befürchten Insolvenzen bei den ihnen angeschlossenen Unternehmen.

- 67 Prozent erwarten Fusionen aufgrund des hohen wirtschaftlichen Drucks.
- 72 Prozent sehen ein schlechtes Konsumklima gegeben, 6 Prozent stufen es sogar als sehr schlecht ein.
- 56 Prozent der ZAW-Mitglieder stufen den Fachkräftemangel als groß bzw. sehr groß ein.
- Nahezu die Hälfte der ZAW-Mitglieder sehen sich von den aktuellen Werbeverbotsplänen im Lebensmittelbereich sehr stark oder stark bedroht. 39 Prozent se-

hen hierdurch Arbeitsplätze gefährdet, 44 Prozent sehen die Gefährdung als wahrscheinlich an.

■ 61 Prozent erwarten für das erste Werbehalbjahr ein ähnliches Ergebnis wie 2023, 33 Prozent erwarten eine schwarze Null. Die Stimmungslage unter den ZAW-Mitgliedern bleibt angespannt: Auf die Frage „Wie beurteilen Sie die aktuelle Lage der Werbewirtschaft – wirtschaftlich, politisch, gesellschaftlich?“ lag der Wert mit 3,2 Punkten auf dem Niveau der Frühjahrsbefragung 2023. Vor allem der Wert von 2,5 Prozent für den politischen Teil der Frage zeigt die große Besorgnis der Branche. ■ Quelle: zaw.de, 21.12.2023

## RECHT

### Erweiterte Prüfpflichten für Amazon: OLG Frankfurt bestätigt Auffassung der Wettbewerbszentrale zur Plattformhaftung

In dem Grundsatzverfahren der Wettbewerbszentrale zur Frage der Reichweite der Haftung von Marktplatzbetreibern für Wettbewerbsverstöße von Drittanbietern hat jüngst das OLG Frankfurt am Main geurteilt (OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 21.12.2023, Az. 6 U 154/22 – nicht rechtskräftig). Es hat die erstinstanzliche Entscheidung bestätigt und die Berufung gegen das Urteil des LG Frankfurt am Main (LG Frankfurt am Main, Urteil vom 02.09.2022, Az.



3-12 O 42/21) zurückgewiesen. Danach trifft Marktplatzbetreiber im Ergebnis eine Prüf- und Beseitigungspflicht auch bei Verstößen gegen formale Marktverhaltensregeln wie hier den EU-Bezeichnungsschutz für Milchprodukte, wenn ihnen zuvor – im Wege des Notice & Take Down-Verfahrens – entsprechende andere konkrete Verstöße bekannt gemacht wurden. Der Senat hat die Revision zum Bundesgerichtshof zugelassen.

Wettbewerbern ist das Problem hinlänglich bekannt: Betreiber von Online-Plattformen, auf denen Händler ihre Produkte verkaufen können, haften grundsätzlich nicht für Rechtsverstöße dieser Händler. Sie haben aber nach dem bekannten Notice & Take Down-Verfahren bei Hinweisen auf Rechtsverstöße entsprechende Angebote zu entfernen. Das nehmen die Plattformen nach Erfahrung der Wettbewerbszentrale auch durchaus ernst.

Ein wettbewerbsverzerrendes Ärgernis ist aber, dass oftmals gleiche oder ähnlich gelagerte Rechtsverletzungen nach kurzer Zeit erneut auf den Verkaufsplattformen auftauchen. Hier können sich die Plattformen nicht auf eine nur eingeschränkte Haftung zurückziehen: Nachdem sie auf konkrete Verstöße hingewiesen worden sind, haben sie nicht nur entsprechende rechtverletzende Produkte/Angebote zu entfernen, sondern sie müssen nach der Rechtsprechung des BGH grundsätzlich dafür Sorge tragen, dass sich derartige Verstöße nicht wiederholen (Notice & Stay Down).

Wie weit diese Pflicht reicht, ist bisher gerichtlich noch nicht abschließend geklärt. Amazon ist der Auffassung, dass diese Verpflichtung „nur in Ausnahmefällen bei ganz besonders schutzwürdigen Interessen (Jugendschutz/Produktsicherheit)“ besteht und nicht gleichartige Verstöße umfasst, die zum Zeitpunkt des Hinweises bereits vorliegen.

Vor diesem Hintergrund hatte die Wettbewerbszentrale einen Fall vor das Landgericht Frankfurt am Main gebracht: Nachdem die Wettbewerbszentrale die Amazon Services Europe S.à.r.l. (nachfolgend: Amazon) auf Rechtsverstöße gegen den absoluten EU-

Bezeichnungsschutz für Milchprodukte im üblichen Notice & Take Down-Verfahren hingewiesen hatte, waren die gemeldeten Angebote zunächst von Amazon entfernt worden. Anschließend wurden aber weiterhin vegane Milchersatzprodukte mit denselben unzulässigen Bezeichnungen („Sojamilch“, „Hafermilch“ und „Reismilch“) auf dem Marketplace angeboten. Diese weiteren Verstöße lagen auch zum Zeitpunkt des ersten Hinweises bereits vor. Die Wettbewerbszentrale sprach daraufhin eine Abmahnung direkt gegen Amazon aus. Nachdem Amazon sich weigerte, eine Unterlassungserklärung abzugeben, erhob die Wettbewerbszentrale Klage.

Das Landgericht hat Amazon antragsgemäß untersagt, Dritten zu ermöglichen, auf seiner Verkaufsplattform die Begriffe „Sojamilch“, „Hafermilch“ und „Reismilch“ für vegane Milchersatzprodukte zu verwenden.

Auch das Oberlandesgericht folgt in diesem Punkt der Auffassung der Wettbewerbszentrale. Es führt in seiner Entscheidung aus, dass Amazon seiner wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflicht nicht genügt habe. Das Oberlandesgericht bestätigt die Rechtsansicht, dass die Prüf- und Erfolgsabwendungspflicht des Marktplatzbetreibers nicht nur bei jugendgefährdenden, volksverhetzenden oder gewaltverherrlichenden Inhalten besteht, sondern auch bei Verstößen gegen formale Marktverhaltensregeln, wie hier dem EU-Bezeichnungsschutz für Milchprodukte. Die vorgerichtlichen Hinweise der Wettbewerbszentrale hätten für Amazon eine Prüfungs- und Beseitigungspflicht ausgelöst, die über die bereits getroffenen Maßnahmen hinausgehe. Insoweit sei Amazon zuzumuten, Wörter wie „Sojamilch“, „Hafermilch“ und „Reismilch“ aus Angeboten Dritter herauszufiltern.

„Die Wettbewerbszentrale sieht sich in ihrer Auffassung bestätigt, dass Plattformbetreiber, die auf wettbewerbsrechtlich unzulässige Angebote von Drittanbietern hingewiesen worden sind, auch weitere Angebote auf gleichartige Verstöße prüfen und diese ggf. beseitigen müssen. Diese Pflicht kann zum Schutz des Wettbewerbs nicht auf Fälle besonders gravierender Rechtsgutver-

letzungen beschränkt werden. Eine ansonsten eintretende Hase-Igel-Konstellation wäre einem lauterem Wettbewerb abträglich.“, meint Alexander Strobel, zuständiger Referent bei der Wettbewerbszentrale.

Gegen das Urteil des Oberlandesgerichts kann Amazon nun noch das Rechtsmittel der Revision zum Bundesgerichtshof einlegen.

### Wettbewerbszentrale

Die Wettbewerbszentrale ist eine Selbstkontrollinstitution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb. Getragen wird die gemeinnützige Organisation von mehr als 1.100 Unternehmen und über 800 Kammern und Verbänden der Wirtschaft. Sie finanziert sich allein aus der Wirtschaft heraus und erhält keine öffentlichen Mittel. Als branchenübergreifende, neutrale und unabhängige Institution der deutschen Wirtschaft setzt sie die Wettbewerbs- und Verbraucherschutzvorschriften im Markt – notfalls per Gericht – durch. Sie bietet umfassende Informationsdienstleistungen, berät ihre Mitglieder in allen rechtlichen Fragen des Wettbewerbs und unterstützt den Gesetzgeber als neutraler Ratgeber bei der Gestaltung des Rechtsrahmens für den Wettbewerb. ■ *Quelle: wettbewerbszentrale.de, 17.01.2024*

# 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](mailto:info@vdav.org)  
URL: [www.vdav.org](http://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: © by vdav

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