

# Verzeichnis medien

[vdav] Mitglieder-Zeitschrift \_ Ausgabe 4 | November 2020



## [vdav] intern:

Telekommunikationsrecht: heiße Phase der Novellierung beginnt

Seite 3

**Aus den Mitgliedsunternehmen:**  
Vorländer Mediengruppe trauert um Wolfgang Rothmaler

Seite 4

Neues Buch von Patrick Hünemohr:  
Lokal Digital Unschlagbar

Seite 5

Ehrlich, zuverlässig, glaubwürdig –  
Das Telefonbuch startet mit neuer  
Imagekampagne in den Herbst

Seite 16

[IN EIGENER SACHE]

## VERTRAUEN – ERWARTUNG – HOFFNUNG

**Liebe Kolleginnen und Kollegen!**

*„Vertrauen bezeichnet die subjektive Überzeugung von der Richtigkeit, Wahrheit von Handlungen, Einsichten und Aussagen bzw. der Redlichkeit von Personen. Vertrauen kann sich auf einen anderen oder das eigene Ich beziehen.“*

*(Wikipedia)*

Ich bin mir sicher, dass Sie die Wörter „Corona“ oder „Covid-19“ nicht mehr lesen und hören können und dennoch müssen auch wir uns tagtäglich mit den möglichen und tatsächlichen Szenarien auseinandersetzen. Vertrauen müssen wir den Aussagen der Wissenschaft, der Politik und allen in der Verantwortung stehenden Personen. Es ist aber eine subjektive Überzeugung in die Richtigkeit der angeordneten Maßnahmen. Sie können falsch, unvollständig, unverständlich oder nicht zumutbar sein, aber wir sollten sie in unseren Unternehmen so positiv und verantwortungsbewusst wie möglich vertreten. Corona ist eine ernstzunehmende Pandemie, über deren Bekämpfungsmaßnahmen sich trefflich streiten lässt. Gerade deshalb sollten alle Regeln, die wir selbst aufstellen, so logisch nachvollziehbar und gerecht wie möglich sein. Dabei kommt es insbesondere auf die Redlichkeit an, an der wir auch in der Zeit nach Corona gemessen werden.

*„Der Begriff Erwartung spielt eine zentrale Rolle in der Soziologie. Zum einen beschreibt er die Annahme eines Handelnden darüber, was ein anderer oder mehrere andere tun würden, zum anderen auch das, was er oder andere billigerweise tun sollten.“*

*(Wikipedia)*

Es ist immer schnell gesagt, was wir von den anderen erwarten. Dabei geht es in diesen Wochen mehr um das, was andere tun sollten als zu hinterfragen, was andere tun würden. Wir alle wollen unsere Betriebe möglichst unbeschadet durch diese kritische Zeit lenken und erwarten dabei von allen ein Höchstmaß an Flexibilität und Rücksichtnahme. Insbesondere von unseren Mediberatern erwarten wir ihren vollen Einsatz beim Kunden vor Ort, am Laptop oder verstärkt am Telefon, um die geplanten



Ergebnisse zu erreichen. In der immer noch währenden schwierigen Phase der Transformation von den klassischen Print- hin zu den Multimedia-Erzeugnissen erwarten wir nun fast Unmögliches beim Verkauf von Produkten, die unseren Kunden helfen, gerade in dieser Zeit wiederum ihre Umsätze zu retten. Auf der anderen Seite dürfen alle Beschäftigten aber auch von den Führungskräften erwarten, dass sie mehr als sonst die größtmögliche Unterstützung erhalten und viele Hemmnisse rasch auf eine unkonventionelle Art beseitigt werden. Vieles, was zu anderer Zeit so und nicht anders gemacht wurde, wird heute viel unbürokratischer und effizienter erledigt. Oft wundert man sich, warum man nicht viel früher auf diese vereinfachten Arbeitsabläufe gekommen ist, bei deren Digitalisierung es notwendigerweise einen gewaltigen Schub gegeben hat. Not macht eben doch immer noch erfinderisch. Was dürfen wir noch alles erwarten? Oder erwarten wir am Ende doch wieder zu viel?

*Hoffnung ist eine zuversichtliche innerliche Ausrichtung, gepaart mit einer positiven Erwartungshaltung, dass etwas Wünschenswertes eintreten wird, ohne dass wirkliche Gewissheit darüber besteht.*

*(Wikipedia)*

Mit einer zuversichtlichen und äußerst positiven Haltung in das Erreichbare blicke ich ohne wirkliche Gewissheit, wann wir wieder in den „Normalbetrieb“ schalten können, im Vertrauen auf unsere Stärken voller Erwartungen und Hoffnung in die Zukunft.

Herzlichst Ihr

Olaf H. Tonner  
Präsident des VDAV

## Telekommunikationsrecht: heiße Phase der Novellierung beginnt

Wie schon mehrfach berichtet, wird das Telekommunikationsrecht in Deutschland in den nächsten Wochen und Monaten novelliert.

Dies betrifft auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen unserer Branche.

Die bisherigen Vorschriften des Telekommunikationsgesetzes (TKG), das die Rahmenbedingungen bislang enthielt, werden zukünftig in zwei Gesetzen geregelt: dem Telekommunikationsmodernisierungsgesetz (TKMoG) und dem Gesetz über den Datenschutz in der elektronischen Kommunikation und bei Telemedien (TTDSG). Für beide Gesetze sind erste Entwürfe bekannt geworden, allerdings noch nicht offiziell veröffentlicht.

Während der Entwurf des ersten Gesetzes für uns „nur“ regelt, dass Teilnehmerverzeichnisse zukünftig nicht mehr als Universaldienstleistung definiert werden sollen, enthält das TTDSG diejenigen Vorschriften des alten TKG, die sich mit den Rechten der Nutzer hinsichtlich einer Eintragung und den Pflichten der Anbieter zur Lieferung und Bereitstellung der Teilnehmerdaten beschäftigt.

Hier wird zwar im Großen und Ganzen der jetzige Status Quo weiter beibehalten und definiert, allerdings werden wichtige Punkte, die schon in den Entwürfen der eprivacy auf EU-Ebene verbessert worden sind, noch nicht aufgeführt. Auch scheinen einige Klarstellungen dringend notwendig.

Gefahr für das Geschäftsmodell „Telefonbuch“ scheint hier augenblicklich also nicht zu bestehen, es gilt aber, dringend notwendige Optimierungen noch in den Entwurf

einzubringen, sobald dieser tatsächlich veröffentlicht wird und in die politische Diskussion geht.

Hinsichtlich der vom Bundeswirtschafts- und dem in diesem Punkt federführenden Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur geplanten Streichung der Teilnehmerverzeichnisse als Universaldienstleistung bleibt uns derzeit nur der Weg über den Bundestag. Nachdem beide Ministerien nach zahlreichen Gesprächen und Diskussionen nicht bereit waren, von ihrem Standpunkt der Streichung abzurücken, hat der Vorstand beschlossen, nicht aufzugeben, sondern nun über den Bundestag, der das Gesetz ja noch verabschieden muss, zu versuchen, die Streichung abzuwenden.

Dazu haben wir auch die einzelnen Mitgliedsunternehmen gebeten, sich direkt an ihre Bundestagsabgeordneten zu wenden. Erfahrungsgemäß kann ein wenig Druck aus dem Wahlkreis nur helfen, ein Problembewusstsein bei einzelnen Abgeordneten zu entwickeln, damit diese sich dann in den Fraktionen für unsere Interessen einsetzen. Selbstverständlich setzt auch der Verband seine umfangreichen Bemühungen fort, über Gespräche mit federführenden Playern im Bundestag und über Allianzen mit anderen Verbänden und Interessensvertretern eine Streichung zu vermeiden. Eine konzentrierte Aktion aller Betroffenen verspricht aber eben immer mehr Erfolg als die Bemühungen eines Verbands allein.

Zum TTDSG hat der Verband bereits eine umfangreiche Stellungnahme erarbeitet, die aber erst veröffentlicht wird, wenn auch der Gesetzentwurf offiziell veröffentlicht wurde und die wohl noch andauernde interministerielle Abstimmung abgeschlossen ist.

Interessierte können die Entwürfe und die Stellungnahme gerne über eine Mail an [grammatik@vdav.org](mailto:grammatik@vdav.org) erhalten.

## SaaS-Experte André Czerny startet nach Salesforce und Microsoft bei Uberall als SVP Customer Success

*Uberall, führender Anbieter für Marketinglösungen rund um die ‚Near Me‘ Brand Experience, gibt die Ernennung von André Czerny zum Senior Vice President Customer Success bekannt. In seiner neuen Position wird Czerny dazu beitragen, Uberall weiter zum Scale-up zu stärken und darüber hinaus zu entwickeln. Für diese Aufgabe bringt er langjährige relevante Erfahrungen aus führenden SaaS-Unternehmen mit.*

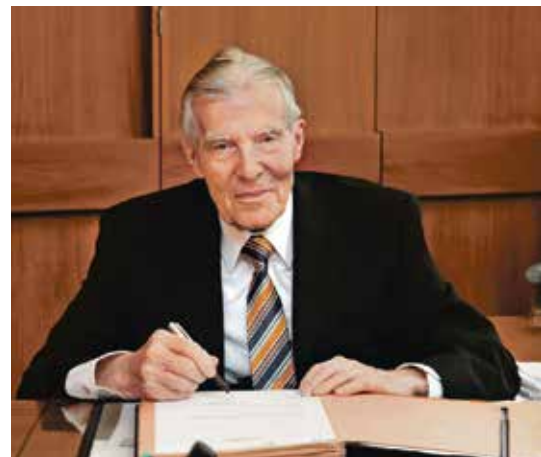
Als neuer SVP Customer Success wird Czerny die Beziehungen zwischen Uberall und seinen Kunden sowie Partnern intensivieren. Für diese wichtige Aufgabe hat er sich insbesondere durch seine langjährigen Erfahrungen im Stakeholder- und Change-Management bei führenden Technologie-Unternehmen qualifiziert: Czerny hat bei Salesforce.com (ehemals Demandware Inc.) das Customer Success Programm für die europäischen Kunden der Commerce Cloud Plattform mitgestaltet und aufgebaut und später den kompletten Renewal Revenue Stream für die DACH-Region sowie den nordischen Raum verantwortet. Bei der Customer Success Unit von Microsoft leitete Czerny zuletzt das Business Applications Team und unterstützte Enterprise Kunden durch strategisches Change Management bei deren digitalen Transformation von On-Premise in die Cloud.

„André verfügt über umfangreiches Wissen im SaaS-Bereich und bringt beeindruckende Kenntnisse mit, um Change-Prozesse bei global agierenden Unternehmen voranzutreiben. Wir freuen uns sehr, von seiner Erfahrung in SaaS- und im Transformationsmanagement zu profitieren“, sagt Florian Hübner, Gründer und CEO von Uberall.



## AUS DEN MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### Vorländer Mediengruppe trauert um Wolfgang Rothmaler



Der Aufbau einer vertrauensvollen, nachhaltigen Geschäftsbeziehung zu Kunden und Partnern ist bei Uberall zentral für den weiteren Erfolg. Czernys Vision ist es, Geschäftspartner genauso wie Kunden im Customer Success Framework von Uberall zu integrieren, um Uberalls marktführende Position nachhaltig auszubauen. „Für mich ist es sehr spannend, den gegenwärtigen Scale-up-Prozess von Uberall mitzugestalten und die hierfür geeigneten Change-Prozesse umzusetzen. Wir werden noch engagierter Value fokussierte Kundenbeziehungen führen, um unsere Kunden bei der Realisierung ihrer ‚Near Me‘ Brand Experience zu unterstützen“, sagt André Czerny, SVP Customer Success bei Uberall.

#### Über Uberall

Uberall 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 Uberall-Plattform optimieren Marken ihre Standorte auf zahlreichen Online-Plattformen für die ‚Near Me‘-Suche und stärken Kundeninteraktion sowie ihren Umsatz im stationären Geschäft. Das Uberall-Netzwerk umfasst hierfür ein wachsendes Ökosystem von über 125 Suchmaschinen, Online-Verzeichnissen, Apps, Navigationsdiensten und mehr. Florian Hübner und David Federhen haben Uberall 2013 gegründet. Neben dem Hauptsitz in Berlin hat Uberall Standorte in Amsterdam, Berlin, Detroit, London, Paris und San Francisco. Zu den Kunden zählen Fortune-500-Unternehmen und Marktführer aus der ganzen Welt. Erfahren Sie mehr auf [uberall.com](http://uberall.com).

■ PM uberall GmbH, 20.08.2020

Seniorverleger der Siegener Zeitung starb im Alter von 95 Jahren

Die Vorländer Mediengruppe trauert um Wolfgang Rothmaler. Der Verleger der Siegener Zeitung starb in der Nacht zum 3. Oktober im Alter von 95 Jahren.

Cornelie Rothmaler-Schön und Johannes Rothmaler, Geschäftsführer der Vorländer GmbH & Co. KG: „Eine herausragende Persönlichkeit ist von uns gegangen, die das Unternehmen und die Medienlandschaft in Westfalen mehr als ein halbes Jahrhundert lang entscheidend geprägt hat. Der Verlust unseres Vaters trifft uns schwer. Er wird in unserem Familienunternehmen fehlen.“ Unter der Führung von Wolfgang Rothmaler hat das traditionsreiche Medienhaus – am 10. Januar 1823 erschien die erste Ausgabe der Siegener Zeitung – in den vergangenen sechs Jahrzehnten eine Erfolgsgeschichte geschrieben.

Nach Krieg, Abitur, kaufmännischer Lehre, Meisterprüfung als Schriftsetzer und Betriebsleiter-Diplom begann Wolfgang Rothmaler 1951 als Assistent der Geschäftsführung im elterlichen Unternehmen. Zwei Jahre zuvor war die Siegener Zeitung mit einer Auflage von rund 16.000 Exemplaren unter der Ägide des Grundgesetzes in die junge Bundesrepublik gestartet. Es war ein „Blitzstart“, denn schon kurze Zeit später drehten sich 24.000 Ausgaben auf den beiden Rotationsanlagen, auf denen das Baujahr 1902 und 1922 prangte.

Früh musste Wolfgang Rothmaler nach dem Tod des Vaters im Jahre 1957 in die Verantwortung rücken, in der Geschäftsführung unterstützt von seinem Vetter Heinz Vorländer. Die Errichtung einer neuen Rotation in

den 70er-Jahren und die Umstellung vom Blei- auf den Fotosatz Anfang der 80er-Jahre waren nur zwei von vielen Investitionsentscheidungen, die den Aufschwung der Siegener Zeitung möglich machten. Neuen Techniken stets aufgeschlossen gegenüberzustehen und sie für die Zeitung zu nutzen, war bis zuletzt der Leitgedanke Wolfgang Rothmalers.

Unternehmerische Verantwortung zu tragen, hieß für Wolfgang Rothmaler immer, Chancen und Risiken ehrlich abzuwägen und sich nicht vom schönen Schein blenden zu lassen. Das war gut so – für die Zeitung, für die Belegschaft aus 330 fest angestellten Mitarbeitern, für die Verlegerfamilie und wohl auch für die Leserschaft.

Sehr anspruchsvoll wurde es, als Anfang der 90er-Jahre der Neubau einer Rotationsanlage in Siegen nicht möglich war, das Projekt für das Verlagshaus aber immer drängender wurde. In Dreis-Tiefenbach (Stadt Netphen) ließ Wolfgang Rothmaler das neue Druckzentrum des Verlages bauen. Erst kürzlich investierte der Verlag unter seiner Führung dort in eine hochmoderne Zeitungsrotationsdruckmaschine, die 45.000 Zeitungen pro Stunde mit geringerem Material- und Energieverbrauch drucken kann.

In vielen Familien ist die „SZ“ seit Generationen zu Hause. Für den Verleger war dies eine Verpflichtung, den Lesern täglich eine seriöse und informative Zeitung in voller Themenbreite – speziell zugeschnitten auf die Region – anzubieten. Zu einer ausgewogenen Berichterstattung gehörte für ihn

immer auch das, was in der Welt Menschliches gelingt, glücklich macht und Hoffnung verspricht – nicht nur eine Konzentration auf Katastrophen, Leid und Krieg.

„Eine gute inhaltliche Balance in der Zeitung war eines seiner wichtigsten Anliegen. Sein persönlicher zwischenmenschlicher Umgang in seinem Unternehmen machte ihn zu einem großen Vorbild für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wolfgang Rothmaler, der Mensch und sein Lebenswerk, wird uns auch zukünftig in tiefer Erinnerung verbleiben und begleiten“, sagt der Chefredakteur der Siegener Zeitung, Markus Vogt. ■ *PM Siegener Zeitung, 5.10.2020*

---

## Neues Buch von Patrick Hünemohr: Lokal Digital Unschlagbar

### Wie Sie Ihr Unternehmen mit digitalem Marketing vor Ort an die Spitze führen

- Von der Wichtigkeit digitaler Präsenz kleiner und mittelständischer Unternehmen
- Mit praxisnahen Fallbeispielen und nützlichen Tipps
- Seit 19. September 2020 überall im Buchhandel erhältlich

„Wie gelangen lokale Unternehmen mit digitalem Marketing an die Spitze?“ Dieser Frage geht Patrick Hünemohr in seinem neuen Buch Lokal Digital Unschlagbar auf den

Grund. Das Werk, das im Greven Verlag Köln erschienen und jetzt überall im Buchhandel erhältlich ist, zeigt auf 256 Seiten anhand praktischer Tipps, wie kleine und mittelständische Unternehmen ihren Erfolg durch regelmäßige Onlinepräsenz sichern. Zur Zielgruppe zählen lokale Firmen jeder Größe und Branche, die im Internet aktiv sein wollen und digitale Marketingwege suchen. Mit praxisnahen, schnell nachvollziehbaren Lösungen und verständlicher Sprache deckt das Buch neue Potenziale und Zukunftschancen auf. Damit macht es Mut für unternehmerische Veränderungen.

Die Wucht der rasend zunehmenden Digitalisierung bringt insbesondere lokale Unternehmen an ihre Grenzen. Längst sind die Zeiten vorbei, in denen sich ein Geschäft aufgrund eines attraktiven Standorts und positiver Mundpropaganda nachhaltig einen verlässlichen Kundenstamm aufbauen konnte. Das Internet hat den Wettbewerb drastisch verschärft. Für zahlreiche Unternehmen birgt diese Entwicklung allerdings nicht nur Gefahren, sondern im Gegenteil: neue Möglichkeiten! Viele Kunden fühlen sich ihrem Wohnort verbunden und suchen explizit nach Dienstleistungen oder Produkten in ihrer Nähe – sei es eine Arztpraxis, einen Handwerker, ein Restaurant oder eine Modeboutique. Die Vorteile des persönlichen Kontakts, gepaart mit der Möglichkeit des Anfassens und Ausprobierens der Ware, liegen auf der Hand. Um jedoch gefunden zu werden, ist es für Unternehmen vor Ort entscheidend, Kunden aus der Nachbarschaft nicht nur analog, sondern auch im Internet anzusprechen. In seinem Buch Lokal Digi-

tal Unschlagbar schlägt Patrick Hünemohr hierfür praktikable und direkt umsetzbare Methoden vor.

Hünemohr ist seit 20 Jahren als Geschäftsführer von Greven Medien tätig und verfügt nicht zuletzt durch seine zahlreichen Fachvorträge zum Thema „Digitales Marketing“ über tiefes Expertenwissen. Ohne Spezialkenntnisse in Technik oder Marketing vorauszusetzen, gibt das Buch anhand plausibler Beispiele und anschaulicher Grafiken klare Handlungsanleitungen zur konsequenten, zukunftsfähigen Stärkung von Unternehmen. „Wie erstelle ich eine gute lokale Website?“, „Wie kann ich zusätzlichen Umsatz machen?“ oder „Wie verbessere ich meine Kundenbindung?“ sind beispielhafte Fragen, die Hünemohr in insgesamt 13 Kapiteln ansprechend und konkret beantwortet. Das übersichtlich gegliederte Buch enthält detaillierte Informationen zu Fachthemen, die sowohl für Spezialisten als auch Einsteiger interessant sind. Mit präzisen Ideen für zukunftsorientiertes Marketing ist Lokal Digital Unschlagbar ein wichtiges Nachschlagewerk für alle lokalen Unternehmer, aber auch für Marketingverantwortliche in Firmen und Agenturen.

### Angaben zum Buch

Patrick Hünemohr  
Lokal Digital Unschlagbar  
Wie Sie Ihr Unternehmen mit digitalem Marketing vor Ort an die Spitze führen  
256 Seiten, Klappenbroschur,  
ISBN 978-3-7743-0931-9, 20,00 €  
E-Book, ISBN 978-3-7743-0937-1, 17,99 €  
Greven Verlag Köln

### Über den Autor

Der Autor Patrick Hünemohr ist seit über 30 Jahren in der digitalen Welt zu Hause. Stets den aktuellen Entwicklungen und neuen Möglichkeiten im Internet folgend, ist er seit nunmehr 20 Jahren Geschäftsführer der Kölner Greven Unternehmensgruppe und auf lokales Marketing spezialisiert. Mit großem Erfahrungsschatz und viel Inspiration beraten er und seine Mitarbeiter in bisher mehr als 5.000 Digitalprojekten kleine und mittelständische Unternehmen auf ihrem Weg zur erfolgreichen Onlinepräsenz. Sein Expertenwissen gibt er in zahlreichen Vor-





trägen und Fachartikeln weiter. In seinem Buch Lokal Digital Unschlagbar fasst er die wichtigsten Tipps und Tricks zusammen und zeigt anhand praxisnaher Beispiele, dass es für lokale Firmen notwendig ist, digital aufgestellt zu sein.

### Über den Greven Verlag Köln

Der Greven Verlag schreibt offiziell seit 1949 Verlagsgeschichte und verlegt seitdem Bücher, die mit Liebe und Sorgfalt lektoriert, individuell gestaltet sowie hochwertig gedruckt und verarbeitet sind. Das Verlagsprogramm deckt unter anderem regionale Themen zu Köln, Rheinland und Nordrhein-Westfalen ab – von Geschichte, Kunst und Kultur über Sprache, Bräuche und Humor bis zu Fotografie und Grafik. Für das Buch Lokal Digital Unschlagbar erweitert der Verlag sein Portfolio und bündelt zusammen mit Greven Medien seine Kräfte und Stärken, um den anspruchsvollen Inhalt des Buches bestmöglich im Markt zu platzieren.

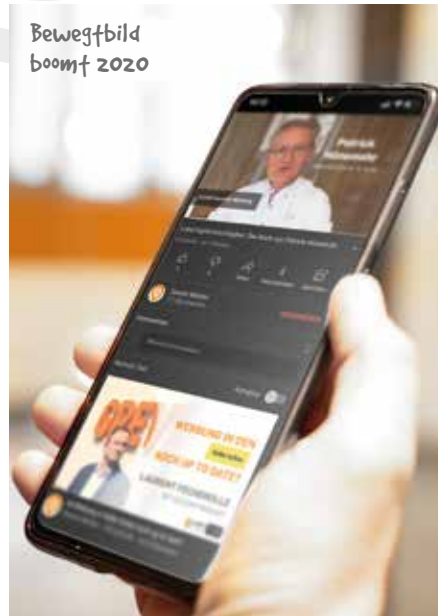
■ PM Greven Medien, 24.09.2020

## Drei aktuelle Trends für lokales digitales Marketing

*Welche Entwicklungen im digitalen Marketing für kleine und mittelständische Unternehmen hat die Corona-Krise beschleunigt?*



### Basisinformationen während der Corona-Krise



Die aktuelle Pandemie hat uns gezeigt, dass die Bürger bereit sind, ihre Händler vor Ort zu unterstützen – auch im Lockdown. Aber viele lokale Unternehmen wurden kalt erwischt: Sie waren es gewohnt, mit der üblichen Laufkundschaft Umsatz zu generieren. Zudem waren sie digital nicht gut aufgestellt. Als sie ihre Geschäfte zum Teil schließen mussten oder sie nur eingeschränkt nutzen konnten, setzte das Umdenken ein. Doch nicht erst seit der Corona-Krise gilt: Lokale Unternehmer müssen auch online auf sich aufmerksam machen und neue digitale Angebote schaffen, um zu überleben. Welche digitalen Trends vor allem für Handel und Dienstleister vor Ort in diesem Jahr rasant an Bedeutung gewonnen haben, weiß Patrick Hünemohr, Geschäftsführer von Greven Medien.

### Trend 1: Öffnungszeiten-Snippets – relevante Basisinformationen für Kunden

Schon seit Anfang des Jahres wurden die Answer Boxen bei Google, auch Featured Snippets genannt, immer wichtiger. Sie liefern dem User direkt eine Antwort auf eine konkrete Frage. Gerade die angepassten Öffnungszeiten der Unternehmen informieren während der Corona-Krise in Echtzeit. Für die Läden und Betriebe vor Ort sind daher die Snippets wichtiger denn je. Sie

sind ein wesentliches Sprachrohr und Instrument, die Position im Google Index zu verbessern. Um lokale Geschäfte bei ihrer Darstellung in der Google-Suche zu unterstützen, hat Google für die Google My Business-Profilen in den vergangenen Monaten einige Updates eingeführt, die im Kontext der Pandemie stehen. So können Unternehmen inzwischen Updates zu Covid-19 prominent anzeigen. Bei den Öffnungszeiten lassen sich nun bei Bedarf auch „Weitere Öffnungszeiten“ anwählen, um zusätzliche und besondere Öffnungszeiten zur Anzeige hinzuzufügen. Für die lokalen Unternehmen vor Ort ist es heute unabdingbar, als Visitenkarte auf Google ihr Google My Business Profil aktuell zu halten, um die potenziellen Kunden mit Basisinformationen zu versorgen.

### Trend 2: Videomarketing – Bewegtbild boomt

Wer sich in sozialen Netzwerken bewegt, dem ist die wachsende Dominanz des Bewegtbildes nicht entgangen. Nicht ohne Grund boomen auch neue Kommunikationskanäle wie Tik Tok. Da die Pandemie persönliche Kontakte beschränkt, wird das Videomarketing zunehmend interessanter für Unternehmen. Wichtige Geschäftskontakte lassen sich so persönlicher ansprechen, ob mit Live-Videos, personalisierten Videos zur individuellen Ansprache von Kunden oder mit kaufbarem Video Content, der die Customer Journey verkürzt und es den Usern ermöglicht, Produkte ganz einfach zu bestellen. Gerade für regionale KMU sind die Chancen sehr gut mit kurzen, prägnanten und lokal relevanten Videos in den Suchergebnissen vorne mit dabei zu sein und sich erfolgreich als Vorreiter gegenüber den Wettbewerbern zu positionieren.

### Trend 3: Social Commerce – läuft nicht erst seit Corona

Die Corona-Krise hat den Trend verstärkt, dass Unternehmen soziale Medien nicht nur als Werbeplattform nutzen, sondern mit sogenannten Shoppable Posts auch immer häufiger als direkten Verkaufskanal. Da Social Commerce über Instagram oder Facebook deutlich kostengünstiger ist als

klassische Commerce Kampagnen wie beispielsweise Google Shopping, nutzen auch viele kleine und mittlere Unternehmen diese Möglichkeit. Dank Targeting lassen sich die Posts gezielt regional ausspielen und die richtigen Zielgruppen mit relevanten Angeboten ansprechen. Social Commerce hat sich in kürzester Zeit erfolgreich im digitalen Marketing-Mix von lokalen KMU etabliert – nicht zuletzt aus der Notwendigkeit heraus, während der Pandemie neue Verkaufsmöglichkeiten zu schaffen.

#### Über die Greven Medien GmbH & Co. KG

Greven Medien bietet als 360-Grad-Dienstleister kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Website-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung und Social-Media-Angebote. Greven Medien pflegt über 20.000 Kundenbeziehungen im Rheinland. ■ *PM Greven Medien, 13.10.2020*

## 1188o Solutions AG integriert Fairrank GmbH: Erstes gemeinsames Produkt bereits im November

Nach der Übernahme der Kölner Online Marketing-Agentur Fairrank GmbH treibt die 1188o Solutions AG den Integrationsprozess beider Unternehmen erfolgreich voran: Bereits im November startet mit MeinSEO\* das erste gemeinsame Produkt. Mit dem neuen Angebot profitieren zukünftig auch kleine und mittlere Unternehmen von einer professionellen Suchmaschinenoptimierung, die ihnen nicht nur zu einer stärkeren Online-Präsenz verhilft, sondern auch rechtliche Sicherheiten wie beispielsweise die Erfüllung von Datenschutzvorgaben garantiert.

„MeinSEO ist das erste Produkt, bei dem wir Know-how und Ressourcen beider Unternehmen zugunsten unserer Kunden bündeln. Erstmals können ab November auch kleinere Betriebe ihren Online-Auftritt suchmaschinenoptimiert gestalten, ohne eigene

SEO-Experten beschäftigen zu müssen“, sagt Christian Maar, Vorstandsvorsitzender der 1188o Solutions AG. „Wir stechen damit in ein Wespennest, denn die Coronakrise hat kleineren und mittleren Betrieben in Deutschland gezeigt, dass eine professionelle Online-Vermarktung unerlässlich ist und dass sie im Netz schnell gefunden werden müssen. Mit unserem durch die Fairrank-Akquisition gestärkten Team können wir die gestiegene Nachfrage noch besser und gezielter bedienen.“

MeinSEO ist das erste gemeinsame Projekt von mehr als 30 weiteren, die in den kommenden Monaten umgesetzt werden. Dabei geht es um die Optimierung und Harmonisierung der Produktpalette, um effizientere Vertriebsstrukturen, die Bündelung von Kompetenzen und um Kosteneinsparungen. Der Boutique-Charakter von Fairrank mit individuell zugeschnittenen Lösungen für Mittelstandskunden bleibt erhalten, während die mittlerweile rund 43.000 1188o-Kunden jetzt über eine noch größere und stetig wachsende Auswahl an Bausteinen für einen optimalen Online-Auftritt verfügen. Dazu zählen auch neue Möglichkeiten, um soziale Medien künftig stärker für einen professionellen Online-Auftritt zu nutzen. Bestands- und Neukunden beider Unternehmen können noch in diesem Jahr aus einer breiteren Produktpalette auswählen und werden von einem speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Kundenteam betreut. Das Ziel: Jeder Euro ihrer Marketingbudgets soll so effizient wie möglich eingesetzt werden.

„Der gerade erst begonnene Integrationsprozess zeigt uns jetzt schon, dass die Fairrank-Übernahme der perfekte Schritt für weiteres Wachstum war. Wir wollen die lokale Nummer 1 bei der Online-Vermarktung kleinerer und mittlerer Unternehmen werden. Diesem Ziel sind wir mit der Akquisition ein großes Stück nähergekommen“, so Christian Maar.

\*SEO: Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung) ■ *PM 1188o Solutions AG, 5.10.2020*

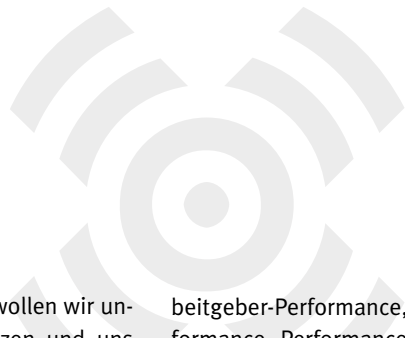
## 1188o Solutions AG im ersten Halbjahr 2020 weiter auf Wachstumskurs: Höherer Umsatz und besseres EBITDA auch in der Krise

Trotz der Corona-Krise ist es der 1188o Solutions AG gelungen, auch im ersten Halbjahr 2020 weiter zu wachsen und einen höheren Umsatz gegenüber Vorjahr zu erwirtschaften. Die Zahl der Vertragskunden im Digitalgeschäft konnte erneut deutlich gesteigert werden: Sie kletterte um fast 3.000 Kunden auf 41.664.

Zum 30. Juni 2020 lag der Umsatz der Gesellschaft bei 24,0 Millionen Euro (1. HJ 2019: 23,2 Mio.). 18,1 Millionen Euro entfielen dabei auf das Digitalgeschäft (1. HJ 2019: 16,7 Mio.) und 5,9 Millionen Euro auf die Telefonauskunft (1. HJ 2019: 6,5 Mio.).

Das EBITDA der 1188o Solutions AG wurde zwar im ersten Halbjahr 2020 durch außerordentliche Kosten im Zusammenhang mit der Einführung neuer IT-Systeme belastet, beläuft sich aber zum 30. Juni 2020 trotzdem auf 1,4 Millionen Euro. Damit liegt es um 27,4 Prozent über dem Vorjahreswert (30.06.2019: 1,1 Mio.).

Die Entwicklung des Unternehmens im ersten Halbjahr 2020 zeigt, dass die digitale Transformation mit dem in den vergangenen Jahren aufgebauten Produktportfolio erfolgreich gelungen ist. Die verbraucherorientierten 1188o-Portale werkenntdenBESTEN.de und wirfindeneinenJOB.de haben in der Corona-Krise einen besonderen Schub erfahren. Viele Verbraucher in Deutschland haben die Portale als wichtige Alltagshilfe genutzt und sich über aktuelle Angebote und Öffnungszeiten von Ärzten, Dienstleistern, Handwerkern oder Restaurants informiert. Bei werkenntdenBESTEN.de überschritt die Anzahl der Verbraucherbewertungen im Juni 2020 die 100 Millionen-Marke.



„In den nächsten Monaten wollen wir unseren Wachstumskurs fortsetzen und uns der Krise entgegenstemmen. Mit unserem Großaktionär united vertical media werden wir weitere Kooperationsansätze evaluieren und umsetzen“, sagt Christian Maar, Vorstandsvorsitzender der 11880 Solutions AG, mit Blick auf die zweite Jahreshälfte 2020.

Den vollständigen Halbjahresbericht 2020 finden Sie hier: <https://ir.11880.com/finanzberichte> ■ PM 11880 Solutions AG, 6.08.2020

## 11880 Solutions AG ist mit dem renommierten Siegel „Höchste Reputation“ ausgezeichnet



Die 11880 Solutions AG erhält das renommierte Siegel „Höchste Reputation“. In einer deutschlandweiten Studie von Focus Money und Deutschland Test hat die 11880 Solutions AG mit 100 von 100 möglichen Punkten den Benchmark in ihrer Branche gesetzt.

Die 11880 Solutions AG mit ihrer Telefonauskunft unter der Nummer 11880\*, ihren vielseitigen Call-Center-Services, ihrem Online-Branchenbuch 11880.com und ihren zahlreichen Online-Portalen sowie Apps zählt laut der Studie von Focus Money und Deutschland Test zu den reputationsstärksten Unternehmen in Deutschland. In der durch das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) durchgeführten Studie wurden die 5.000 größten deutschen Unternehmen hinsichtlich Ar-

beitgeber-Performance, wirtschaftliche Performance, Performance des Managements, Produkt- und Service-Performance und Performance durch Nachhaltigkeit untersucht. Laut US-amerikanische Marktforschungsgesellschaft Harris Interactive entscheiden diese Themenfelder über eine exzellente Reputation eines Unternehmens.

Insgesamt hat das IMWF rund 15,7 Millionen Nennungen im Internet zu 5.000 Unternehmen vom 1. März 2019 bis 28. Februar 2020 ausgewertet. Diejenigen Unternehmen, die mindestens 67 Punkte in der Gesamtwertung erreichten, wurden mit dem Siegel „Höchste Reputation“ ausgezeichnet. Als Branchensieger der Branche „Telekommunikation“ mit 100 Punkten erhält die 11880 Solutions AG die Auszeichnung „Höchste Reputation“ und das Prädikat „Herausragend“.

„Die Auszeichnung ‚Höchste Reputation‘ ist für uns eine große Anerkennung. Denn sie spiegelt unser Engagement auf den verschiedenen Ebenen wider, so unter anderem als mitarbeiterfreundlicher Arbeitgeber, performantes Wirtschaftsunternehmen und moderner Dienstleister. Eine herausragende Reputation kann sich kein Unternehmen erkaufen, nur erarbeiten“, erklärt Christian Maar, Vorstandsvorsitzender der 11880 Solutions AG.

### 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 Eintragungsservice in den größten Suchmaschinen über professionelle Homepages bis hin zu Suchmaschinenwerbung 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 Über 11880 Solutions AG, 29.07.2020

## SELLWERK auf dem Siegerpodest vom europäischen Innovations Award 2020

SELLWERK gewinnt zweimal Silber: beim europäischen Innovation Award 2020 erhält SELLWERK, die erste Anlaufstelle für Fragen und Probleme bei der Digitalisierung für klein- und mittelständische Unternehmen, zweimal Silber für die Unterstützung des Mittelstands in der Corona Zeit.

Siinda (die führende europäische gemeinnützige Gesellschaft, die Agenturen, Marken, Medien und Tech Unternehmen mit wichtigsten Kontakten aus den Sektoren lokale Suche, digitale Werbung, Medien, mobile und On-Demand Gewerbe zusammenbringt) würdigt die Aktion #sofortdigital mit SELLWERK Prime, dem Digitalisierungs-Dashboard für den Mittelstand. Ein wichtiger Kanal zur Verbreitung – die Mund-zu-Mund Propaganda – entfällt in Zeiten von Social Distancing komplett. Während der Krise stellt SELLWERK daher das Produkt Prime für 3 Monate komplett kostenlos zur Verfügung, um den Mittelstand unbürokratisch zu unterstützen. Die begleitende 360





Grad-Werbekampagne erhält ebenfalls den zweiten Platz in der Kategorie „Digitales Marketing“.

Klein- und mittelständische Unternehmen nutzen die kostenlose digitale Soforthilfe, um ihre Kunden auf geänderte Öffnungszeiten, Produkte oder Services aufmerksam zu machen und bei Anfragen über digitale Sprachassistenten wie Alexa & Co. von ihren Kunden gefunden zu werden. Das Firmenprofil macht es den Nutzern möglich, eine digitale Visitenkarte in kurzer Zeit zu erstellen oder ihren Nutzern einen Online-Termin-Kalender zur Verfügung zu stellen. Das Portfolio von SELLWERK Prime enthält darüber hinaus einen Bewertungsalarm und Antwortfunktion für Onlinebewertungen.

Die Preisverleihung fand am 14. Oktober 2020 im Rahmen der Siinda statt, die in diesem Jahr komplett digital durchgeführt wurde. Keyplayer der Branche treffen sich, um Erfahrungen auszutauschen und sich über neue Entwicklungen und Innovationen zu informieren. In diesem Rahmen wird jährlich der europäische Innovation Award für herausragende Produkte und Aktionen vergeben.

SELLWERK ist der gemeinsame Markenauftritt bundesweit agierender Verzeichnisverlage der Unternehmensfamilie Müller Medien. Gegründet vom damals 65-jährigen Hans Müller schreibt sich SELLWERK die Betreuung des Mittelstands auf die Fahnen und hilft, mit umfangreichem Know-how den Geschäftserfolg ihrer Kunden zu steigern. Das Familienunternehmen ist persönlicher Begleiter für klein- und mittelständische Unternehmen in die Digitalisierung. Individuelle Marketinglösungen bringen nachweislich erfolgreiche Kundenkontakte und mehr Umsatz für die Unternehmen vor Ort. ■ PM Telefonbuchverlag Hans Müller, 15.10.2020

## Siinda Awards 2020 – Sutter LOCAL MEDIA zweifach mit Gold prämiert

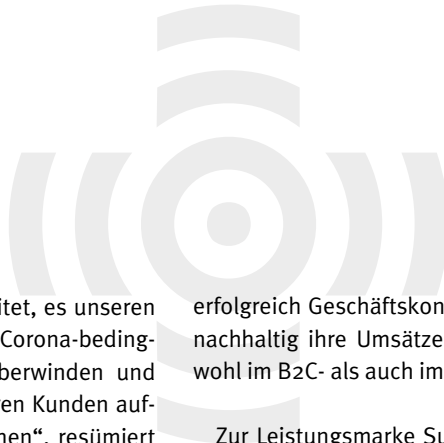
*Digital und innovativ durch die Corona-Krise: Bei den „Siinda Digital Marketing and Innovation Awards“ konnte Sutter LOCAL MEDIA zweifach punkten. Für die kostenlosen Corona-Soforthilfen „Bestell-Lokal.de“ und den Onlineshop „smartshop free“ wurde der Spezialist für lokales Marketing in gleich zwei Kategorien mit Gold ausgezeichnet.*

Award-Verleihung auf Abstand: Corona-bedingt wurden auch die „Digital Marketing and Innovation Awards“ in diesem Jahr erstmals digital vergeben. Die von der Digital Marketing and Local Search Association „Siinda“ verliehenen Preise wurden in diesem Jahr live aus dem deutschen Hauptsitz von Sutter LOCAL MEDIA in den Rest der Welt übertragen.

Dabei wurde der Spezialist für lokales und digitales Marketing doppelt vom Wettbewerbs-Komitee ausgezeichnet: In der Kategorie „COVID-19 Service Innovation Award“ konnte Sutter LOCAL MEDIA mit dem Shop-Angebot „smartshop free“ punkten und sich den ersten Gold-Award sichern. Mit der kostenlosen Soforthilfe wird kleinen und mittelständischen Unternehmen die Möglichkeit geboten, sich ohne digitale Vorkenntnisse einen Onlineshop inklusive Zahlungsmöglichkeiten einrichten zu lassen, über den sie ihr Angebot schnell und einfach im Internet verkaufen können. Dadurch bekommen auch Betriebe, die vor der Corona-Krise noch nicht ausreichend digital aufgestellt waren, die Möglichkeit, nun schnell nachzurüsten.

In der Kategorie „COVID-19 Master Innovation Award“ überzeugte, gemeinsam mit dem Webshop, die kostenlose digitale Bestell-App Bestell-Lokal.de, mit der kleine und mittelständische Unternehmen ihre Produkte online zur Abholung oder Lieferung anbieten können – ohne eine eigene Website oder digitales Knowhow besitzen zu müssen. „Wir haben in den letzten





Monaten hart daran gearbeitet, es unseren Kunden zu ermöglichen, die Corona-bedingten Einschränkungen zu überwinden und trotzdem den Kontakt zu ihren Kunden aufnehmen und halten zu können“, resümiert Geschäftsführer Bernhard Lüders am Ende der Preisverleihung. „Dazu haben wir einen kostenlosen Webshop sowie eine App für Bring- bzw. Abholservices entwickelt. Ein ganz besonderer Dank gilt unserem gesamten Team, das hochengagiert und ausgesprochen schnell ausgezeichnete Produkte entwickelt hat.“

Einen zusätzlichen Ehrenpreis gab es zudem für die intensive Netzwerkarbeit mit Siinda.

#### Über Siinda

Siinda is the leading European based non-profit association bringing together agencies, brands, media and technology companies and professions in the local search, digital advertising, media, mobile and “on demand” industry sectors. We offer a variety of market research services and studies, educational events and critical legislative updates and working groups in the areas of digital advertising, mobile and e-commerce. We foster partnerships through an extensive members network. Siinda represents many of the most prominent media outlets in Europe and globally.

#### 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 | regidot GmbH & Co. KG. – Mehr auf [www.sutter-local-media.de](http://www.sutter-local-media.de). ■ *PM Sutter LOCAL MEDIA, 15.10.2020*

## Bestell-Lokal.de: Digitale Bestell-Liste weiterhin kostenlos

Neue Maßnahmen, neuer Lockdown: Um die Ausbreitung von COVID-19 zu verlangsamen, hat die Regierung weitere Einschränkungen beschlossen, die vor allem die Gastronomie erneut hart treffen. Da Restaurants und Cafés ihr Angebot ab dem 2.11.2020 wieder ausschließlich über Abhol- oder Lieferservices anbieten dürfen, bleibt Bestell-Lokal.de, die digitale Bestell-Liste von Sutter LOCAL MEDIA, weiterhin kostenlos.

Bestell-Lokal.de ist ohne digitales Know-how nutzbar und wird bis Ende des Jahres weiterhin kostenlos und ohne vertragliche Bindung bleiben. Die digitale Bestell-Liste ist für nahezu jedes lokale Unternehmen geeignet und bringt die eigenen Produkte unkompliziert ins Netz. Mit Blick auf die neuen Einschränkungen können vor allem Restaurants und Cafés mit Hilfe des Services sofort umsteigen und ihre Speisen schnell und unkompliziert zur Abholung- oder Lieferung anbieten.

„Da die Einschränkungen vor allem die Gastronomie im November erneut hart treffen werden, bieten wir Bestell-Lokal.de weiterhin kostenlos an“, erklärt Bernhard Lüders, Geschäftsführer von Sutter LOCAL MEDIA. „Viele Unternehmen haben uns in den letzten Monaten signalisiert, dass unsere digitale Bestell-Liste ihnen während

des ersten Lockdowns und auch in der Zeit danach sehr geholfen hat. Als verlässlicher Partner kleiner und mittelständischer Betriebe bieten wir deshalb weiterhin größtmögliche Unterstützung an.“

#### Bestell-Lokal.de: Wer kann es nutzen?

Der Service ist vor allem für Unternehmen geeignet, die Speisen oder Waren zum Mitnehmen anbieten, wie etwa Restaurants, Cafés oder Imbissbetriebe. Grundsätzlich kann jedoch der gesamte Einzelhandel Bestell-Lokal.de nutzen, um einem zu hohen Personenaufkommen im Laden vorzubeugen, um sich und die Kunden zu schützen und den Geschäftserfolg weiterhin zu sichern.

#### Bestell-Lokal.de: Wie funktioniert's?

Nachdem sich die Unternehmen unter Bestell-Lokal.de registriert haben, können sie eigenständig ihre Produkte und Preise in der digitalen Bestell-Liste hinterlegen. Ein kurzes Video-Tutorial erklärt die ersten Schritte zur Nutzung des Services. Die Betriebe laden mit nur wenigen Klicks ihr Logo hoch, informieren über Servicezeiten und legen fest, ob sie einen Lieferservice anbieten oder ihre Kunden die Bestellung vor Ort abholen können. Über den Service können sie sowohl im Netz, als auch über einen QR-Code informieren, der automatisch generiert und im Schaufenster oder an Firmenwagen platziert werden kann. Über eingehende Bestellungen werden die Betriebe via E-Mail in Echtzeit informiert, sodass sie die Waren direkt vorbereiten und verpacken können. ■ *PM Sutter LOCAL MEDIA, 30.10.2020*

## Sutter LOCAL MEDIA unter „Essens Attraktivsten Arbeitgebern 2020“

Besonderes Engagement, soziale Verantwortung und eine aktive Prägung des Wirtschaftsstandorts – bereits zum zweiten Mal nahmen Statista und das Wirtschaftsmagazin Capital diese Kriterien als Grundlage, um in 25 Städten herausragende Unternehmen als „Attraktivste Arbeitgeber der Stadt 2020“ auszuzeichnen. Sutter LOCAL MEDIA kann

sich in Essen zu den glücklichen Prämierten zählen.

Wow, was sehen wir heute wieder gut aus! Das finden scheinbar auch das deutsche Statistik-Portal Statista sowie das Wirtschaftsmagazin Capital, die Sutter LOCAL MEDIA in einer gemeinschaftlichen Analyse jüngst als einen der „Attraktivsten Arbeitgeber der Stadt“ Essen 2020 ausgezeichneten.

Hinter der Auszeichnung verbirgt sich natürlich kein Schönheitswettbewerb, sondern eine Auszeichnung von insgesamt 495 Firmen, die sich als herausragende lokale Arbeitgeber hervorgetan haben. In der bereits zum zweiten Mal stattfindenden Analyse haben Statista und Capital in 25 Großstädten all diejenigen Unternehmen ausgezeichnet, die nicht nur soziale Verantwortung für die eigene Belegschaft übernehmen, sondern sich zudem für gemeinnützige Zwecke in der Region engagieren, ihren Wirtschaftsstandort aktiv prägen und dort als attraktiver Arbeitgeber weiterempfohlen werden.

Eine Gesamtübersicht der attraktivsten Arbeitgeber in 25 verschiedenen Großstädten finden Sie unter <https://www.capital.de/karriere/attraktivste-arbeitgeber>. Die vollständige Methodik ist zudem hier <https://de.statista.com/page/attraktivste-arbeitgeber-der-stadt-2020> einsehbar. ■ *PM Suter LOCAL MEDIA, 15.09.2020*

## Gemeinsam die Medienwelt von morgen kreieren: Der Ausbildungsstart 2020 bei Sutter LOCAL MEDIA

*Nachwuchsförderung ist in der Unternehmensstrategie von Sutter LOCAL MEDIA ein zentrales Leitbild. Daher starten auch in diesem Jahr drei motivierte, junge Erwachsene ihre Ausbildung bei der Sutter Telefonbuchverlag GmbH.*

Der Ausbildungsstart hat eine lange Tradition bei Sutter LOCAL MEDIA. Die erste Woche ihres noch frischen Berufslebens

befinden sich die drei auszubildenden Medienkaufleute in der sogenannten Einführungswoche. Der Fokus liegt hierbei auf dem Kennenlernen der Unternehmensfamilie und deren vielseitigen Abteilungen sowie Tipps und Tricks für den Einstieg ins Berufsleben. Dabei arbeiten die Ausbilder\*innen und die Auszubildenden der höheren Lehrjahre Hand in Hand. Ihnen obliegt die gemeinsame Organisation der ersten Arbeitstage mit dem Ziel, den Azubis einen optimalen Boden zu bereiten. Trotz geltender Corona-Regularien konnten wir heute unseren Nachwuchs gebührend begrüßen – nur eben in diesem Jahr mit Abstand.

### Tagesgeschäft und eigenständige Projektarbeit

Unsere Auszubildenden sind von Anfang an mit im Tagesgeschäft involviert. So können sich unsere drei Medienkaufleute Bianka Brazak, Maike Nicolai und Richard Adam direkt in zahlreichen Projekten austoben und eigenverantwortlich arbeiten. Beispielsweise wird ihnen zeitnah die redaktionelle und technische Betreuung des Azubi-Portals [www.slm-ausbildung.de](http://www.slm-ausbildung.de), die Themenfindung der Social Media Kanäle sowie die Unterstützung der Personalabteilung bei der Auswahl neuer Auszubildender übertragen.

Dass das auf Selbstständigkeit, Verantwortungsgefühl und Teamfähigkeit ausgelegte Ausbildungskonzept aufgeht, bestätigt auch der TÜV-Hessen, der die Sutter Telefonbuchverlag GmbH seit 2010 jährlich mit dem TÜV-Zertifikat „Geprüfte Ausbildungsqualität“ auszeichnet.

### Bewerbungsphase für 2021 beginnt zeitnah

Wer eine Ausbildung in der Medienbranche für das kommende Jahr sucht, kann sich schon in Kürze für den Start im kommenden Jahr bewerben. Informationen zu den ausgeschriebenen Stellen in den einzelnen Niederlassungen werden zum Ende der Sommerferien auf [www.slm-ausbildung.de](http://www.slm-ausbildung.de) eingestellt.


■ *PM Sutter LOCAL MEDIA, 3.08.2020*

## Bailaho sucht Kooperationen für den Vertrieb außerhalb des deutschsprachigen Raums

Die B2B-Firmensuchmaschine Bailaho, bislang mit Hauptfokus auf die Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz, bietet zukünftig auch Firmen aus allen anderen EU- und Non-EU-Ländern an, mit einem Unternehmensprofil auf Bailaho eine weitere Anlaufstelle im Netz zu schaffen und so die Online-Presence um einen weiteren Kanal zu erhöhen. Hierfür sucht die Betreibergesellschaft der B2B-Firmensuchmaschine nach Kooperationen mit ausländischen Partnern, die den Vertrieb im jeweiligen Land übernehmen.

Angeboten werden soll ein Firmenprofil auf der Firmensuchmaschine Bailaho allen B2B-Firmen aus der Industrie und Industrie-Peripherie, für die Deutschland, Österreich und Schweiz Absatzmärkte sind. Also alle Firmen, die in den deutschsprachigen Raum liefern, sollen für ein Unternehmensprofil auf der B2B-Firmensuchmaschine Bailaho infrage kommen. Die User aus Deutschland, Österreich und Schweiz sollen so noch mehr Angebote zur Verfügung haben, wenn es um Beschaffung im B2B-Bereich geht.

„Oftmals suchen User im Web ja nicht unbedingt das, was es schon an jeder Ecke gibt, und wo die Bezugsquellen ja größtenteils präsent sind, sondern das, was es eben gerade nicht an jeder Ecke gibt. Stichwort: Problemlösung. Manchmal wird man da auch im eigenen Land gar nicht fündig und muss einfach über die Landesgrenzen spickeln. Mit noch mehr Unternehmenspräsenzen von Firmen aus dem nichtdeutschsprachigen Raum erhöht sich so das Angebot für die User, aber auch den werbenden Firmen wird so Gelegenheit und Möglichkeit gegeben, ihre Produkte und Leistungen noch mehr Zielgruppen zu präsentieren. In jedem Land gibt es Firmen, die noch Kunden aus dem deutschsprachigen Raum bedienen könnten, es aber aufgrund der fehlenden Präsenz momentan



noch nicht tun.“ so die Betreiberfirma der B2B-Firmensuchmaschine Bailaho.

Die Firmen aus dem nicht-deutschsprachigem Ausland sollen sich aber ganz klar in deutscher Sprache, mit deutschsprachigem Werbetext und deutschsprachigen Keywords präsentieren, um auch wirklich deutschsprachige User zu den Firmeninformationen zu kanalisieren.

Da man bei der Betreibergesellschaft mit Sitz in Baden-Baden den Vertrieb in den einzelnen Ländern nicht selber übernehmen möchte, sucht man hier nach geeigneten Partnern, die das im jeweiligen Land übernehmen.

Im Fokus stehen zunächst einmal alle Länder, die an Deutschland grenzen, wie vor allem die BeNeLux-Länder, Skandinavien, Frankreich, Polen und Tschechien. Aber auch die an Österreich grenzenden Länder Ungarn, Slowakei, Slowenien und Italien. Natürlich können sich aber auch Vertriebsprofis aus allen anderen Ländern melden, um im jeweiligen Land die Vermittlung und Akquise von Leistungen in der B2B-Firmensuchmaschine zu übernehmen.

Gerne dürfen sich entsprechende Anbieter in den jeweiligen Ländern bei Bailaho melden und sich für die Akquise in ihrem Land bewerben.

### Über Bailaho

Bailaho ist eine B2B-Firmensuchmaschine für Deutschland, Österreich und die Schweiz und unterstützt Firmen, Hersteller, Händler und Dienstleister beim Präsentieren ihrer Firma und beim Anbieten ihrer Produkte und Leistungen im World-Wide-Web, im Ausbau des Online-Presence-Managements und bei der Digitalisierung der Firmenkommunikation. Mit einem Firmenprofil auf Bailaho schaffen Firmen sich eine zusätzliche Anlaufstelle im Web. Bailaho besteht seit 2011. ■ *PM Bailaho Firmensuchmaschine, 29.04.2020*

## Heise Knowledge GmbH & Co. KG – Heise Medien gründet neue Gesellschaft für digitale Weiterbildung

Heise Medien gliedert sein neues Geschäftsfeld mit dem Arbeitstitel Lifetime Learning in eine neue Schwestergesellschaft mit dem Namen „Heise Knowledge GmbH & Co. KG“ aus. In der neuen Gesellschaft sollen die Initiativen zur digitalen Weiterbildung gebündelt und neue Angebote entwickelt werden.

Heise Knowledge steht für hochwertige digitale Weiterbildungsangebote zu den Themen IT, Security und Softwareentwicklung. „Unser Anspruch ist es, Lösungen anzubieten, mit denen IT-Professionals selbstbestimmt, flexibel und unabhängig lernen können. Zusammen mit kompetenten Experten aus allen Fachgebieten entwickeln wir dafür innovative Online-Kurse, virtuelle Seminare und Online-Konferenzen“, sagt Thorsten Mücke, Produktmanager bei Heise Knowledge.

Bereits seit Ende Januar kooperiert Heise Medien mit StackFuel, dem führenden Anbieter für praxisnahe Online-Trainings im Bereich Data Analytics und Data Science im deutschsprachigen Raum. In den Online-Trainings können sich Interessierte zu zertifizierten Datenexperten weiterqualifizieren. Erste Erfahrungen in puncto Online-Konferenzen sammelte das Team um Thorsten Mücke mit den virtuellen Veranstaltungen Mastering Microservices und Slack, Teams, Zoom & Co..

Die neue Gesellschaft „Heise Knowledge GmbH & Co. KG“ nimmt Anfang Mai ihre Arbeit auf. Geschäftsführer sind Ansgar Heise und Dr. Alfons Schröder.

Neben Thorsten Mücke, der von Heise Medien zu Heise Knowledge wechselt, arbeitet dann auch Björn Bohn, bisher Redakteur bei heise Developer, für Heise Knowledge und wird den Content-Aufbau verantworten.

Heise Medien steht für hochwertigen und unabhängigen Journalismus. Wir verlegen mit c't und iX zwei erfolgreiche Computertitel, das zukunftsweisende Technologiema-gazin Technology Review sowie das mehrfach ausgezeichnete Online-Magazin Telepolis. Unser Internet-Auftritt heise online ist das Leitmedium für deutschsprachige Hightech-Nachrichten. Mit Konferenzen, Seminaren und Workshops spricht heise Events ein gehobenes IT-Fachpublikum an. Geschäftsführer der Heise Medien GmbH & Co. KG sind Ansgar Heise und Dr. Alfons Schröder. Heise Medien ist Mitglied im VDZ – Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. und eco – Verband der Internetwirtschaft e. V. ■ *PM Heise Medien, 16.04.2020*

## Wie der City Blog Würzburg Unternehmen in die digitale Welt begleitet

*Neues Konzept mit großer Wirkung: Der City Blog Würzburg verhilft lokalen Unternehmen zu mehr Sichtbarkeit, und das online und offline.*

Das Gemeinschaftsprojekt des Stadtmarketing Würzburg macht Spaß e.V., des Handelsverbands Bayern und krick.com hat es sich zur Aufgabe gemacht, Würzburger Unternehmen den Schritt in die Digitalisierung zu erleichtern. Händler und Dienstleister bekommen hier die Möglichkeit sich online und offline besser zu positionieren. Der Blog trägt dazu bei, die Einkaufsstadt Würzburg in allen Facetten zu präsentieren. Durch externe Beiträge von Influencern können die Unternehmen über Dritte zu potenziellen Kunden zu sprechen.

Anfang März in den Startlöchern, wurde der Blog kurzfristig als kostenfreie Soforthilfe für Würzburgs Unternehmer zur Verfügung gestellt, um diese in der schweren Zeit der Corona Krise zu unterstützen. Nachdem das öffentliche Leben langsam wieder hochgefahren wurde, konnte im Juli mit der

ursprünglichen Version und den Influencer-Kooperationen auf Social Media gestartet werden.

Seitdem sind auf dem City Blog zahlreiche exklusive Einblicke und besondere Geschichten aus Würzburgs Unternehmen zu entdecken. So findet man hier Beiträge zum Besuch der Kaffee Manufaktur, des Feinkostladens Hoffmanns No.1, des Modehauses Schlier und vielem mehr.

Die Idee des Blogs fand auch überregional Anklang: im Juli 2020 belegte der City Blog den 2. Platz des Stadtmarketingpreises Bayern.

Krick.com will weiterhin Unternehmen den Schritt in die Digitalisierung erleichtern und ihnen das Thema Influencer Marketing näher bringen. Deshalb halten die City Blog Initiatoren Christina Hartmann, Geschäftsführerin des Robert Krick Verlags, und Wolfgang Weier, Geschäftsführer des Stadtmarketings Würzburg macht Spaß e.V., auf der Würzburg Web Week einen Vortrag zum Thema „Wie bringen wir lokale Unternehmen nach DIGITALIEN?“.

Auch die Radboten sprechen in diesem Zusammenhang von einem neuen Feature und warum es der #gamechanger für den lokalen Einzelhandel sein wird. ■ *Quelle: krick.com, newsroom 8.10.2020*

## 360-Grad-Projekt der VRM gewinnt Sonderpreis des Nova Innovation Award

Überraschend, technologisch anspruchsvoll, kreativ oder nachhaltig: Das Mainzer Medien- und Serviceunternehmen VRM wird mit dem Nova Innovation Award der deutschen Zeitungen 2020 ausgezeichnet. Die siebenköpfige Jury würdigt in diesem Jahr das redaktionelle Projekt „Kulturjournalismus trifft VR: Virtuelle und interaktive 360-Grad-Tour durch Museen, die wegen der Corona-Krise schließen mussten“.

Ein redaktionelles Team aus dem Bereich Content Development rund um Simon Rau, Digitalreporter mit Schwerpunkt Bewegtbild bei der VRM, hatte während des Corona-Lockdowns aufwändige und detailreiche VR/360-Grad-Touren durch ausgewählte Museen der Region produziert und den Usern auf den Nachrichtenportalen der VRM zugänglich gemacht. Das Versprechen des Projekts: Wir führen Nutzer auch in Zeiten von Corona und Kontaktverbot in die Ausstellungen mit unseren digitalen Rundgängen in 360-Grad-Bildern. Dieser Ansatz, sich interaktiv in den Museen zu bewegen und diese zu erkunden, hat die Nova-Jury überzeugt und dazu bewogen, das Projekt mit einem Sonderpreis für besondere Aktivitäten oder Innovationen während der Corona-Pandemie zu honorieren.

Das Projekt der VRM umfasst sieben Museen in Rheinland-Pfalz und Hessen. Alle wichtigen Räume der Museen wurden mit einer speziellen 360-Grad-Kamera fotografiert, um aus den so entstandenen Fotos eine interaktive, virtuelle Tour zu erstellen – angereichert mit Fotos, Videos und Audio-Elementen des jeweiligen Museums. Der User kann mit seinem digitalen Endgerät und sogar mit einer VR-Brille die Museen erkunden. Das 360-Grad-Projekt ist auf allen Nachrichtenportalen der VRM zu finden.

„Das Projekt ist ein gelungenes Beispiel für kreativen Digitaljournalismus, der die technischen Möglichkeiten im Sinne der Bedürfnisse unserer Nutzer während des Corona-Lockdowns in besonderer Weise einzusetzen weiß. Dass wir damit auch die Jury des Nova Innovation Award beeindrucken konnten, hat unsere Erwartungen übertroffen“, äußert sich Joachim Liebler, Sprecher der Geschäftsführung der VRM, erfreut über die gewonnene Auszeichnung.

Der Nova Innovation Award wird seit 2017 jährlich vom Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) in Kooperation mit der Unternehmensberatung Schickler in drei Kategorien vergeben. Dazu kam in diesem Jahr erstmalig ein Sonderpreis. ■ *PM VRM Holding GmbH & Co. KG, 10.08.2020*

## Überall und Technologieriese Huawei geben Partnerschaft bekannt: Integration von neuer Suchmaschine Petal Search und Überall

Überall, führender Anbieter für Marketinglösungen rund um die ‚Near Me‘ Brand Experience, gibt seine Partnerschaft mit Huawei bekannt. Mit Petal Search launcht der chinesische Hightech-Riese seine erste eigene Suchmaschine, die ab sofort auf allen neuen Huawei Smartphones vorinstalliert und für alle anderen Smartphone-Generationen in der AppGallery verfügbar ist. Die Suchmaschine wurde von Huawei zusammen mit Partnern entwickelt. Die Integration mit der Überall-Plattform ermöglicht es Unternehmen mit physischen Standorten, bei der Suche über Huawei Petal Search gefunden zu werden. Überall übermittelt Huawei Daten zu Geschäftseinträgen und Kundenbewertungen.

Mit der Einführung von Petal Search durch Huawei und der Zusammenarbeit mit dem Berliner Softwarehersteller fügt Überall eine wichtige Plattform zu seinem Angebot hinzu. Die Suchmaschine wird in allen 150 Ländern, in denen Überall aktiv ist, live gehen und in den entsprechenden Landessprachen verfügbar sein. Im Rahmen der Partnerschaft stellt Überall Huawei die Informationen zu den Geschäftsstandorten seiner Kunden zur Verfügung. Für Kunden von Überall ermöglicht die Integration von Petal Search eine noch stärkere Sichtbarkeit bei Online-Suchen und wird dadurch deren Reichweiten erheblich steigern. Firmen jeglicher Größe werden von der erhöhten Sichtbarkeit profitieren.

Zusätzlich zu den üblichen Suchparametern können Nutzer mit Petal Search Nachrichten, Wettervorhersagen, Videos und Einkaufsmöglichkeiten finden. Neben vielen weiteren Features ist es auch möglich, Apps herunterzuladen, Termine zu planen sowie Hotelzimmer und Flüge zu buchen. Huawei



ist einer der global führenden Smartphone-Hersteller und hat derzeit mehr als 700 Millionen aktive Nutzer weltweit.

„Wir sind überzeugt, dass das Wachstum mobiler ‚Near Me‘-Suchen eine bahnbrechende Entwicklung ist und das Verbraucherverhalten radikal verändert hat. Unternehmen müssen überdenken, wie sie mit ihren Kunden in Kontakt treten, wenn sie lokal nach ihren Marken, Produkten sowie Dienstleistungen suchen.“, sagt Norman Rohr, SVP Marketing von Uberall. „Die Partnerschaft mit Huawei bietet einen enormen Mehrwert für all unsere Kunden – und zwar sowohl für große als auch kleinere Unternehmen mit lokalen Standorten.“

„Überalls umfassendes Know-how im Bereich Online Presence Management wird unsere Ergebnisse bei der Suche mit Petal Search verbessern. Uberall hat mit erfahrenen Entwicklern und Ingenieuren von Huawei zusammengearbeitet, um schnell und effizient eine Lösung zu entwickeln. Es war von Anfang bis Ende eine großartige Erfahrung und wird unseren Kunden und Nutzern ein optimiertes Sucherlebnis bieten.“, sagt Jaime Gonzalo, VP Consumer Cloud Services, Huawei Europe.

### Über HUAWEI Consumer BG

Die Produkte und Services von HUAWEI sind in über 170 Ländern verfügbar und werden von rund einem Drittel der Weltbevölkerung genutzt. HUAWEI ist der aktuell weltweit größte Smartphone-Anbieter und betreibt aktuell 18 Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen in den USA, Schweden, Russland, Indien, China und Deutschland. Die HUAWEI Consumer Business Group ist neben Carrier Network und Enterprise Business einer von HUAWEIs drei Geschäftsbereichen, der folgende Bereiche abdeckt: Smartphones, Audio, mobile Breitbandgeräte, Wearables, Computer, Accessoires und Cloud-Services. Das globale Netzwerk von HUAWEI basiert auf über 30 Jahren Erfahrung in der Telekommunikationsbranche und bietet Verbrauchern überall auf der Welt neueste technologische Innovationen.

### Über Uberall

Uberall 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 Uberall-Plattform optimieren Marken ihre Standorte auf zahlreichen Online-Plattformen für die ‚Near Me‘-Suche und stärken Kundeninteraktion sowie ihren Umsatz im stationären Geschäft. Das Uberall-Netzwerk umfasst hierfür ein wachsendes Ökosystem von über 125 Suchmaschinen, Online-Verzeichnissen, Apps, Navigationsdiensten und mehr. Florian Hübner und David Federhen haben Uberall 2013 gegründet. Neben dem Hauptsitz in Berlin hat Uberall Standorte in Amsterdam, Berlin, Detroit, London, Paris und San Francisco. Zu den Kunden zählen Fortune-500-Unternehmen und Marktführer aus der ganzen Welt. Erfahren Sie mehr auf [uberall.com](http://uberall.com). ■ *PM Uberall GmbH, 11.09.2020*

### Wirksam der Schlüssel-dienst-Abzocke vorbeugen

Mit einem Gesetzesentwurf will der Bundesrat Verbraucher besser vor unseriösen Anbietern schützen. Der von Stiftung Warentest ausgezeichnete Schlüsseldienst-Service von Gelbe Seiten bietet Nutzern Transparenz durch Festpreis-Garantie.

Wegen Wuchers muss sich derzeit ein Schlüsseldienstbetreiber in Düsseldorf vor Gericht verantworten. Er soll die Notlage seiner Kunden ausgenutzt und für seine Leistungen bis zu 2.400 Euro berechnet haben. Vorfälle wie diese ereignen sich täglich in Deutschland. Der Bundesrat hat daher einen Gesetzesentwurf vorgelegt, der Anbieter dazu verpflichtet soll, ihre aktuellen Preisverzeichnisse bei der jeweils zuständigen Aufsichtsbehörde zu hinterlegen. So kann diese die Kosten auch im Internet veröffentlichen und Verbraucher gezielt informieren.

„Der Gesetzesentwurf des Bundesrats ist ein sehr wichtiger Schritt, um den Machenschaften unseriöser Schlüsseldienstbetreiber einen Riegel vorzuschieben und Verbraucher besser zu schützen. Die tägliche Berichterstattung zeigt, dass immer mehr Menschen Opfer von Betrug durch zweifelhafte Anbieter werden und eine gesetzliche Regelung dringend erforderlich ist. Als größtes Branchenverzeichnis Deutschlands, das ein hohes Vertrauen genießt, haben wir die für Verbraucher äußerst kritische Situation frühzeitig erkannt und uns entschieden, etwas dagegen zu unternehmen. Mit unserem Schlüsseldienst-Service bieten wir Nutzern seit November 2016 die Möglichkeit, Türöffnungen zum Festpreis zu buchen. Sämtliche Infos zu Ablauf und Kosten sind vorab einsehbar und die Dienstleister sind geprüft und lokal ansässig. Damit schaffen wir Transparenz und beugen Betrugsfällen effektiv vor“, so Dr. Uwe Breier, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH.

Im Frühjahr 2019 hatte Stiftung Warentest in fünf deutschen Großstädten überregional arbeitende Schlüsseldienst-Vermittler und lokale Schlüsseldienste unter die Lupe genommen. Dabei ging der Service von Gelbe Seiten als Testsieger hervor. Neben routinierten Türöffnungen und verlässlichen Kosten punktete das Angebot auch mit seiner für sehr gut befundenen Hotline und geringen Wartezeiten. Alle anderen Vermittlungsportale fielen mit der Note Mangelhaft durch. Die Türöffnung zum Festpreis kann bei Gelbe Seiten online oder telefonisch gebucht werden und ist derzeit in 56 deutschen Städten verfügbar. Kostenpunkt: 89 Euro für eine zugefallene und 119 Euro für eine abgeschlossene Tür – Tagesstarif, Montag bis Freitag von 8:00 bis 18:00 Uhr.

Auch die Verbraucherzentrale rät dazu, stets einen bekannten und vertrauenswürdigen Schlüsseldienst-Vermittler oder Fachbetrieb zu kontaktieren. Wer im Notfall erst nach einem geeigneten Dienstleister suchen muss, sollte darauf achten, einen Anbieter aus der näheren Umgebung zu wählen. Besonders wichtig ist es zudem, die individuelle Situation vorab genau zu schildern und einen entsprechenden Fest-

preis zu vereinbaren. Erscheint das Angebot übersteuert, sollte es direkt abgelehnt und ein anderer Schlüsseldienst kontaktiert werden. Weist die Rechnung nach erledigtem Auftrag unklare Positionen auf oder weicht der Betrag ohne triftigen Grund vom vereinbarten Festpreis ab, sollte auf keinen Fall gezahlt werden. Auch dann nicht, wenn der Anbieter versucht, Druck auszuüben. Im Zweifel, so die Verbraucherzentrale, ist die Polizei zu rufen. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing, 5.10.2020*

## Transparenz und Übersicht in Zeiten wachsender Angebotsvielfalt – Vermittlungsservices als digitale Brücke zwischen mittelständischen Dienstleistern und Endverbrauchern

Wer in der heutigen Zeit nach einem Dienstleister sucht, ist mit einer wachsenden und unüberschaubaren Anbietervielfalt konfrontiert. Preistransparenz und Übersichtlichkeit sind – gerade in digitalen Umfeldern – kaum noch gegeben. Welchen Dienstleister man vertrauen kann, ist in Zeiten von Fake-Bewertungen ebenfalls kaum noch recherchierbar. Entsprechend schwer fällt die Entscheidung für einen Fachmann. Hilfe bei der Auswahl können Vermittlungsservices bieten. Laut einer repräsentativen Umfrage, die das Unternehmens- und Branchenverzeichnis Gelbe Seiten in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa durchgeführt hat, halten 61 Prozent der Deutschen Vermittlungsservices bei der Suche nach Dienstleistern für hilfreich.

### Qualität und Transparenz stehen bei Nutzern an erster Stelle

Laut forsa-Befragung hat ein Fünftel der Befragten schon einmal einen Vermittlungsservice zur Dienstleistersuche in Anspruch genommen, 47 Prozent davon haben auch einen Anbieter beauftragt. Alle Befragten,

die der Suche per Vermittlungsservice abgeschlossen gegenüberstehen, legen Wert auf eine transparente und verlässliche Kostengestaltung. 98 Prozent sind eine gesicherte Qualität sowie die Passgenauigkeit der ausgewählten Dienstleister wichtig. Datensicherheit und ein einfaches Ausfüllen des Anfrage-Formulars sind für 95 Prozent der Befragten von Bedeutung.

Mit Blick auf die Buchung über Vermittlungsservices wünschen sich 99 Prozent feste Preiszusagen, 98 Prozent möchten sich auf die Verbindlichkeit der Angebotsinhalte verlassen können. Dass der Anbieter Leistungen und Services detailliert darstellt, ist für 97 Prozent der Befragten relevant. Und diese Kriterien scheinen die per Vermittlungsservice gebuchten Dienstleister auch mehrheitlich zu erfüllen: Sechs von zehn Deutschen, die auf diesem Weg einen Anbieter gefunden und beauftragt haben, waren mit Umsetzung und Ergebnis zufrieden.

### Vermittlungsservice von Gelbe Seiten überzeugt

Seit April dieses Jahres bietet auch Gelbe Seiten als vertrauensvoller und verlässlicher Partner von Unternehmen und Verbrauchern einen eigenen Vermittlungsservice an. Dieser umfasst aktuell 28 Branchen und verzeichnet bislang über 2.500 Anfragen. „Im Fokus unseres Angebots stehen Qualität und Transparenz sowie eine hohe Nutzerfreundlichkeit.

Mit ein paar grundlegenden Infos zum Projekt, die in wenigen Minuten online unter [vermittlungsservice.gelbeseiten.de](http://vermittlungsservice.gelbeseiten.de) hinterlegt werden können, bringen wir Verbraucher mit passenden, vertrauenswürdigen Dienstleistern aus ihrer Nähe zusammen. Und das kostenlos und unverbindlich. Am Ende entscheidet der Nutzer, ob er ein Angebot annehmen möchte oder nicht“, so Dr. Uwe Breier.

Inzwischen kennen laut forsa-Befragung 27 Prozent der Deutschen den Vermittlungsservice von Gelbe Seiten und 49 Prozent können sich vorstellen, ihn zu nutzen oder haben ihn bereits genutzt. Und auch die Inserenten von Gelbe Seiten profitieren: Dank struktu-

#### Gelbe Seiten

## Bekanntheit und Nutzung von Vermittlungsservices

Ergebnisse der forsa-Umfrage Q3/2020

Vermittlungsservices bieten wertvolle Unterstützung bei der Suche nach dem passenden Dienstleister

#### Gelbe Seiten



### Vermittlungsservice

Informationen für Unternehmen

Gelbe Seiten bringt Sie mit potenziellen Kunden zusammen

#### Die Vorteile

- **Kostenlose Vermittlung** von Projektanfragen, die zu Ihrem Dienstleistungsangebot passen
- **Schneller und unkomplizierter Kontakt** zu Neukunden aus der Region
- **Detailliertes Projektbriefing** dank branchenspezifischer Online-Formulare für Kunden
- **Hohe Auftragschancen** durch maximal 5 Angebote pro Anfrage
- **Filterung von Spam-Anfragen** durch Gelbe Seiten

#### So funktioniert's

Alle Unternehmen mit einem Eintrag auf [gelbeseiten.de](http://gelbeseiten.de) werden automatisch für den Vermittlungsservice berücksichtigt. Noch nicht eingetragen? Dann haben Sie die Möglichkeit, auf [www.gelbeseiten.de/starteintrag](http://www.gelbeseiten.de/starteintrag) einen kostenlosen Starteintrag zu erstellen.

**Tipp:** Indem Sie Ihrem Profil passende Sachworte zu Ihrem Leistungsumfang hinzufügen, helfen Sie uns, Ihnen passende Kundenanfragen zu senden.

- Geeignete Projektanfragen werden direkt an Ihre E-Mail-Adresse weitergeleitet.
- Bei Interesse nehmen Sie die Anfrage an.
- Anschließend können Sie den Kunden kontaktieren oder der Kunde meldet sich direkt bei Ihnen.

#### Gelbe Seiten



### Vermittlungsservice

Informationen für Verbraucher

Gelbe Seiten findet die passenden Dienstleister für Ihr Projekt

#### Die Vorteile

- **Kostenlose und unverbindliche Vermittlung** von Anbietern verschiedener Branchen
- **Keine Anmeldung oder Registrierung** notwendig
- **Einfache und schnelle Erstellung von Projektanfragen per Online-Formular**
- **Angebote von bis zu 5 Dienstleistern** mit freien Kapazitäten erhalten
- **Erste Rückmeldung** in durchschnittlich einer Stunde
- **Geringe Anfahrtszeiten und -kosten** durch **ortsnahe Vermittlung**

#### So funktioniert's

Wählen Sie auf [vermittlungsservice.gelbeseiten.de](http://vermittlungsservice.gelbeseiten.de) die gesuchte Branche aus und erstellen Sie eine Anfrage.

**Tipp:** Mit möglichst ausführlichen Informationen zu Ihrem Projekt helfen Sie uns, die richtigen Anbieter für Sie zu finden, und liefern den Dienstleistern wichtige Details zur Angebotsstellung. Auch Fotos von den örtlichen Gegebenheiten sind nützlich.

- Nach Bestätigung Ihrer E-Mail-Adresse erhalten Sie Angebote passender Dienstleister zur Auswahl.
- Anschließend melden sich die bevorzugten Dienstleister bei Ihnen oder Sie nehmen selbst Kontakt mit den Anbietern auf.



rierter Projektbriefings lässt sich sofort erkennen, ob eine Anfrage zum eigenen Profil passt. Ist das der Fall, können Dienstleister über den Service ein Angebot abgeben und einfach und schnell mit potenziellen Kunden aus der Umgebung in Kontakt treten.

### Über forsa

forsa ist ein unabhängiges privates Markt- und Meinungsforschungsinstitut mit Standorten in Berlin, Frankfurt am Main, Dortmund und Hamburg. Als „Full-Service“-Institut ermittelt forsa alle für ein Forschungs- oder Beratungsprojekt benötigten und relevanten Fakten unter Berücksichtigung aller verfügbaren Daten („Big Data“) und mithilfe maßgeschneiderter Primärerhebungen mit den bewährten Methoden der empirischen Sozialforschung.

Für die vorliegende repräsentative Umfrage wurden 1.000 Internetnutzer ab 18 Jahren befragt, die in den letzten 12 Monaten eine Dienstleistung in Anspruch genommen haben.

### 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.gelbe-seiten.de](http://www.gelbe-seiten.de) sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2019 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 637 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 2019"; repräsentative Befragung von 16 Tsd. Personen ab 16 Jahren, In Auftrag gegeben von: Gelbe Seiten Marketing GmbH, Das Örtliche Service- und Marketing GmbH, Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH. ■ PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 12.08.2020

## Ehrlich, zuverlässig, glaubwürdig – Das Telefonbuch startet mit neuer Imagekampagne in den Herbst

*Das Telefonbuch ist mit einer neuen Werbekampagne zurück!*

Ab dem 12. Oktober ist im Radio der erste von drei brandaktuellen Funkspots zu hören, der für zwei Wochen sowie zusätzlich am 2. November die Aufmerksamkeit der Radiohörer auf sich ziehen wird. Nach einer kurzen Pause gehen dann ab dem 16. November mit einer Laufzeit von jeweils drei Wochen zwei weitere Spots an den Start. Flankiert werden die Funkaktivitäten von einer reichweitenstarken Digitalkampagne, die sich über den gesamten Zeitraum von acht Wochen erstreckt und neben dem Audiopaket zudem visuell auf die Marke Das Telefonbuch aufmerksam macht.

Das Timing ist bewusst gewählt: Während der erste Radiospot vor der US-Wahl am 3. November 2020 ausgestrahlt wird, gehen die beiden weiteren im Anschluss daran on air. Mit den Funkspots knüpft Das Telefonbuch mit einem Augenzwinkern an die aktuellen Diskussionen rund um Fake News und Verschwörungstheorien an, die auch oder gerade vor politischen Debatten nicht haltmachen. Die Kernbotschaft der Kampagne:

„Für ein bisschen weniger Fake News auf der Welt: Das Telefonbuch. Denn wir haben, was Firmen und Menschen zuverlässig in Kontakt bringt.“

Michael Hein-Beuting, verantwortlich für Kommunikation & Werbung bei der Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH, über die Hintergründe der Kampagne: „Jeden Tag müssen Zuschauer, Hörer und Leser mehrmals die Entscheidung treffen, welche Informationen sie für glaubhaft halten und welche für unseriös. Da ist es natürlich eine wohltuende Abwechslung, wenn man jemanden hat, dem man uneingeschränkt vertrauen kann – ohne Wenn und Aber.“

Das Telefonbuch steht seit jeher für Seriosität und Glaubwürdigkeit. Dies zeigt auch die GfK-Studie zur Nutzung von Verzeichnismedien, laut der 94 Prozent der Menschen in Deutschland Das Telefonbuch als seriöse Informationsquelle schätzen. Wir bieten Nutzern zuverlässige Kontaktinformationen und lösen damit unser Markenversprechen ein: ‚Finden statt suchen.‘ Und genau das ist und bleibt für uns die wichtigste Voraussetzung, um Verbraucher und Dienstleister schnell und unkompliziert zusammenzubringen – mit millionenfachen Einträgen und zusätzlich zahlreichen digitalen Funktionen und Services, die Nutzer, Unternehmen und Behörden gleichermaßen einen Mehrwert bieten.“

Die Imagekampagne, mit der sich Das Telefonbuch nach den reichweitenstarken Aktivitäten im April 2020 in Funk und Digitalmedien zurückmeldet, wurde in Zusammenarbeit mit der Hamburger Mediaagentur pilot und der Kreativagentur Kastner aus Offenbach umgesetzt.

### Über Das Telefonbuch:

Das Telefonbuch wird von DTM Deutsche Tele Medien und 39 Verlagen Das Telefonbuch gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Telefonbuch den Nutzern als Buch, online und mobil über [www.dastelefonbuch.de](http://www.dastelefonbuch.de) sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2019 verzeichneten die Produkte von Das Telefonbuch medienübergreifend ca. 960 Mio. Nutzungen\*. Ausgezeichnet werden die Produkte von Das Telefonbuch u. a. mit der Wort-Bild-Marke sowie dem markanten roten Winkel, die im Markenregister für die DasTelefonbuch Zeichen-GbR eingetragen sind und durch ihren konsistenten Einsatz in allen Medien einen hohen Wiedererkennungswert genießen.

\*Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2019; repräsentative Befragung von 16.288 Personen ab 16 Jahren, November 2019 ■ PM Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH, 12.10.2020



## Aktuelle Studie zur Lage im Lokalgewerbe – Mehrheit der Gewerbetreibenden in Sachsen-Anhalt ist nicht mehr von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen

Nur noch 42,8 Prozent der Gewerbetreibenden in Sachsen-Anhalt nehmen die Folgen der Corona-Pandemie wahr. Dies hat eine fortlaufende repräsentative Umfrage ergeben, die das Meinungsforschungsinstitut Civey im Auftrag der „Initiative für Gewerbevielfalt“ von Das Telefonbuch durchführt. Die Befragung läuft seit April 2020 und richtet sich an Entscheider in kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Beschäftigte in Handel und Handwerk. Zu Beginn der Umfrage klagten noch 60,9 Prozent über die Auswirkungen der Corona-Pandemie. Auch die allgemeine Stimmungslage im Bundesland hat sich seitdem gebessert: Beurteilten am 23.04.2020 nur 7,9 Prozent der Gewerbetreibenden die wirtschaftliche Lage als gut, sind es jetzt bereits 12,3 Prozent.

### Wenig Konkurrenz durch Online-Handel

Die Studie ergab weiter, dass nur 19 Prozent der Befragten die Digitalisierung und den Online-Handel als Entwicklung wahrnehmen, die ihr Geschäft negativ beeinflusst. Damit steht Sachsen-Anhalt deutlich besser da als Gesamtdeutschland (32,1 %). Auch die Marktdominanz großer Ketten stufen nur 21,1 Prozent als problematisch ein, während der deutschlandweite Durchschnittswert bei 31,5 Prozent liegt. „Dieses Ergebnis zeigt, dass das Lokalgewerbe in Sachsen-Anhalt mit innovativen Konzepten und einer ausgeprägten Kundenorientierung nicht nur die Aufmerksamkeit der Verbraucher erreicht, sondern sie auch langfristig zu überzeugen weiß. Betriebe, die das schaffen, müssen die Konkurrenz durch Online-Handel oder große Ketten nicht fürchten. Sie bieten den Kunden nämlich einen einzigartigen Mehrwert. Als langjähriger Partner des Mittelstands erleben und begleiten wir den täglichen Einsatz der kleinen und mittelständischen Unternehmen und freuen uns sehr über die aktuelle positive Entwicklung“, erklärt Ansgar Heise, Geschäftsführer der Verlag Heinz Heise GmbH & Co KG, die unter anderem Das Telefonbuch für Halle zusammen mit der DTM Deutsche Tele Medien GmbH gemeinschaftlich herausgibt.

### Steigende Mietkosten und fehlende Fachkräfte machen KMU weiterhin zu schaffen

Während die Auswirkungen der Corona-Pandemie immer weniger zu spüren sind, treten bekannte Probleme wieder stärker in den Vordergrund. So kämpfen 23,3 Prozent der Befragten mit Inflation und steigenden Fixkosten. Der Azubi- und Fachkräftemangel stellt für 19,9 Prozent der Gewerbetreibenden eine Herausforderung dar. „Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass die Mehrheit der kleinen und mittelständischen Unternehmen bereit und in der Lage ist, sich in kürzester Zeit auf neue Herausforderungen und geänderte Verbraucherbedarfe einzustellen. Das ist eine tolle Eigenleistung, die es anzuerkennen gilt. Das heißt aber nicht, dass die Unternehmen alles allein schultern können. Insbesondere die seit langem bestehende Problemfelder wie steigende Mieten oder fehlender Fachkräftenachwuchs treffen die Gewerbetreibenden jetzt noch härter. Die Politik muss also weiterhin ein offenes Ohr für die Sorgen der Unternehmen haben und mit ihnen gemeinsam nach Lösungen suchen. Denn nur so können sich die Gewerbetreibenden auf ihr Kerngeschäft und ihre Stärken konzentrieren“, so Yvonne Bachmann, Volljuristin und juristische Redakteurin beim Händlerbund.

## Corona und die Lage im Lokalgewerbe

Welche Entwicklungen nehmen Sie in Sachsen-Anhalt aktuell besonders wahr?



der Gewerbetreibenden in Sachsen-Anhalt spüren derzeit die Auswirkungen der Corona-Pandemie

21,1% Die Marktdominanz von großen Ketten

19,9% Den Azubi- und Fachkräftemangel

19,0% Die Digitalisierung und den Online-Handel



Quelle: Civey-Befragung im Auftrag der Initiative für Gewerbevielfalt, Juli 2020

Grafik: Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH

### Studiendesign

Die Befragung der Initiative für Gewerbevielfalt in Kooperation mit dem Umfrageunternehmen CIVEY richtet sich an Entscheider in KMU und Beschäftigte im Handel, in der Finanzdienstleistung, im öffentlichen Dienst und im Handwerk. Im ersten Teil der repräsentativen Umfrage wurden rund 1.000 Unternehmer und Arbeitnehmer in diesen Branchen zur Wettbewerbssituation und der Verantwortung sowie konkreten Maßnahmen zur Verbesserung befragt. Zusätzlich liefert eine fortlaufende Befragung tagesaktuelle Ergebnisse zur Einschätzung und Wahrnehmung der wirtschaftlichen Lage und den Wettbewerbsbedingungen im deutschen Mittelstand auf regionaler Ebene.

### Absender der Initiative

Das Telefonbuch, das von der DTM Deutsche Tele Medien GmbH und 39 Verlagen, durch Personengesellschaften verbunden,



gemeinschaftlich herausgegeben wird, ist Absender der Initiative und engagiert sich im Rahmen seiner Kernkompetenzen. Experten sowie regionale Projektgruppen zu dem Thema werden zusammengebracht, indem ihnen erstmals eine nationale Online-Plattform geboten wird, auf der sie sich präsentieren und gemeinsam für Gewerbevielfalt engagieren können. Vernetzung und Austausch stehen dabei im Mittelpunkt.

### Über die Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH

Die Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH konzipiert als Marketing-Gesellschaft für die Herausgeber und Verleger (insgesamt 39 Verlage und die DTM Deutsche Tele Medien GmbH) den digitalen sowie kommunikativen Auftritt von Das Telefonbuch. Dazu gehören die digitale Produktentwicklung ebenso wie Marktkommunikation, Marktanalyse und Marktforschung.

### Über die Das Telefonbuch Zeichen-GbR

Ausgezeichnet werden die Produkte von Das Telefonbuch u. a. mit der Wort-Bild-Marke sowie dem markanten roten Winkel, die im Markenregister für die Das Telefonbuch Zeichen-GbR eingetragen sind und durch ihren konsistenten Einsatz in allen Medien einen hohen Wiedererkennungswert genießen. ■ *PM Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH, 18. August 2020*

## Aktuelle Studie zur Lage im Lokalgewerbe – Mecklenburg-Vorpommern führt deutschlandweiten Positivtrend an

Welche Maßnahmen können dem stationären Einzelhandel langfristig helfen? Und wie sinnvoll ist eine Lockerung der Maskenpflicht? In Mecklenburg-Vorpommern scheint der Einzelhandel gut gerüstet für die kommende Phase der Pandemie. Nur noch etwas mehr als ein Drittel der Gewerbetreibenden ist dort aktuell von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen (35,7

%). In keiner anderen deutschen Region hat sich die Lage seither derartig verbessert. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage der „Initiative für Gewerbevielfalt“ von Das Telefonbuch, die sich für eine differenzierte Gewerbestruktur in Deutschlands Innenstädten einsetzt.

### Chance für Neustart erfolgreich nutzen

Die Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Civey seit April 2020 durchführt, richtet sich an Entscheider in kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Beschäftigte in Handel und Handwerk. Der Befragungsverlauf zeigt, dass sich die allgemeine wirtschaftliche Lage im Regierungsbezirk Mecklenburg-Vorpommern deutlich entspannt hat. Nur noch 27,2 % der Befragten spüren den Wettbewerbsdruck durch den Online-Handel, 24,5 % die Marktdominanz von großen Ketten. Damit liegt die Region jeweils knapp 20 Prozentpunkte unter der Metropolregion Berlin. „Abseits der großen Shopping-Standorte können viele Händler zwar von einer größeren Verbundenheit der Verbraucher zum stationären Handel profitieren“, erläutert Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Leiter des eWeb Research Center und Professor für Handel an der Hochschule Niederrhein. „Dafür müssen sie aber die Lehren aus der Krise ziehen und Unternehmergeist beweisen, noch näher an den Kunden dran sein, die Erwartungen der Verbraucher verstehen und bedienen. Ein Ausbau oder Start eines Online-Auftritts kann hierbei entscheidend sein“, erklärt Prof. Heinemann, der sich der Initiative für Gewerbevielfalt als Handelsexperte angeschlossen hat.

### Fachkräftemangel bleibt drängendes Problem

23,8 % der Befragten nehmen den Azubi- und Fachkräftemangel als drängendes Problem wahr. Unter allen deutschen Regionen ist das der höchste Wert. „Corona wirkt als Katalysator für die bestehenden Probleme des stationären Handels und des Lokalgewerbes. Um kleinen Unternehmen im Lokalgewerbe langfristig zu helfen, braucht es Lösungen für die strukturellen Probleme“, betont Prof. Heinemann.

„Genau für diese allgemeinen und individuellen Herausforderungen bieten wir klei-

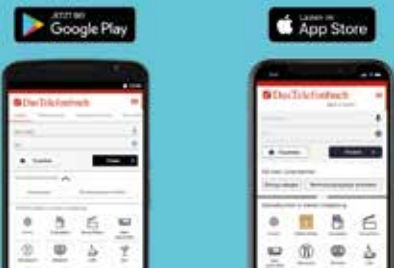


nen und mittelständischen Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern seit vielen Jahren pragmatische Lösungsansätze. Um für den Nachwuchs sichtbar und attraktiv zu sein, braucht es ein digitales Profil, das zum Unternehmen passt. Wir beraten Betriebe individuell und bedarfsorientiert“, erklärt Ansgar Heise, Geschäftsführer der Verlag Heinz Heise GmbH & Co KG, die unter anderem Das Telefonbuch für Rostock zusammen mit der DTM Deutsche Tele Medien GmbH gemeinschaftlich herausgibt und die Initiative für Gewerbevielfalt unterstützt. ■ *PM Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH, 17.08.2020*

## Das Telefonbuch feiert 5 Millionen App-Downloads – Die beliebte Anwendung überzeugt die Nutzer im Alltag mit vielen hilfreichen Funktionen

Wo finde ich das beste italienische Restaurant in der Umgebung? Und wo kann ich vor dem Essen gehen noch schnell Geld abheben? Welcher Friseur hat morgen einen Termin für mich frei? Eine Antwort auf diese und weitere Fragen liefert die App von Das Telefonbuch. Nach dem Motto „Finden statt Suchen“ leistet die kostenfreie Anwendung seit mehr als 10 Jahren Hilfe in verschiedenen Alltagssituationen. Und das kommt an: In diesem Monat knackt die App die magische Grenze von fünf Millionen Downloads.

5 Mio. App-Downloads



Zu den beliebten Funktionen der App zählen neben der Geldautomatensuche und dem Termin-Service unter anderem der Tankstellenfinder zur Ermittlung des günstigsten Benzinpreises in der Umgebung, die Suche nach dem nächstgelegenen Apotheken-Notdienst oder die Film- und Kinosuche. Darüber hinaus kann man sich natürlich auch schnell und unkompliziert über das Angebot und die Öffnungszeiten von Unternehmen informieren – je nach Bedarf per Umkreis- oder Branchensuche.

In Zeiten von Corona besonders nützlich: Mit der neuesten App-Version können Nutzer sich per Push-Nachricht erinnern lassen, ab wann ein ausgewähltes Unternehmen wieder geöffnet hat. Darüber hinaus lassen sich mit nur einem Klick auch alle News zum Thema Corona anzeigen. Heruntergeladen werden kann die Anwendung in den App Stores von Google und Apple. ■ *PM Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH, 22.07.2020*

## Welcher Gebrauchte ist der Richtige? Beim Autokauf aus zweiter Hand hilft eine professionelle Online-Checkliste

Der Markt für Gebrauchtfahrzeuge ist riesig – und wegen der großen Modellvielfalt auch recht unübersichtlich. Laien sind deshalb bei der Auswahl oft überfordert. Aber es gibt Hilfsmittel, um beim Kauf eines Autos aus zweiter Hand glücklich zu werden. Sowohl für die Suche als auch für



den Besichtigungstermin kann man beispielsweise die übersichtliche und gut strukturierte „Checkliste Gebrauchtwagen“ unter [www.dastelefonbuch.de](http://www.dastelefonbuch.de) nutzen. Das spezielle Online-Tool fasst alle wichtigen Prüfkriterien zusammen – vom Zustand der Reifen über die einwandfreie Funktion von Kupplung und Bremsen bis zu eventuell versteckten Rostschäden. Dank der integrierten Links ist es zudem ganz einfach, Ansprechpartner etwa für die Finanzierung des neuen oder die Entsorgung des alten Fahrzeugs zu finden.

Ob als Ersatz für das in die Jahre gekommene Auto oder weil die Familie Zuwachs bekommen hat: Aus den unterschiedlichsten Gründen muss irgendwann ein neues Fahrzeug her. Nicht jeder kann oder möchte sich dann einen Neuwagen leisten, viele entscheiden sich bewusst für einen „Gebrauchten“. Der Markt für Gebrauchtfahrzeuge ist allerdings riesig und wegen der großen Modellvielfalt auch recht unübersichtlich, Laien sind bei der Auswahl oft überfordert. Welche Marke? Welche Extras? Kleinwagen oder Familienkutsche? Aber es gibt Hilfsmittel, um beim Kauf eines Autos aus zweiter Hand glücklich zu werden.

### Online-Checkliste mit vielen Funktionen

Wer im Freundeskreis keinen Kfz-Experten hat, sollte sowohl für die Suche als auch für den Besichtigungstermin des Gebrauchtwagens eine übersichtliche und gut strukturierte Checkliste nutzen. Diese gibt

es, unabhängig von der Automarke, kostenfrei im Internet. Sie hilft bereits bei der Planung des Gebrauchtwagenkaufs und erklärt nicht nur, wie sich das Wunschfahrzeug tatsächlich finden lässt, sondern gibt auch Tipps für Besichtigung und Probefahrt. Eine „Checkliste Gebrauchtwagen“ kann man beispielsweise unter [www.dastelefonbuch.de](http://www.dastelefonbuch.de) ausdrucken, als PDF-Datei speichern oder per E-Mail versenden. Übersichtlich sind hier alle wichtigen Prüfkriterien zusammengefasst – vom Zustand der Reifen über die einwandfreie Funktion von Kupplung und Bremsen bis zu eventuell versteckten Rostschäden.

### Ansprechpartner für alle Bereiche des Gebrauchtwagenkaufs

Dank der integrierten Links ist es zudem ganz einfach, Ansprechpartner für alle Bereiche des Gebrauchtwagenkaufs zu finden – von der Finanzierung des Autos bis zur Entsorgung des alten Fahrzeugs. Das Telefonbuch, seit Jahrzehnten in fast jedem Haushalt zu finden, bietet nicht nur sinnvolle Checklisten, sondern ist ein Service-Portal mit großer Funktionsvielfalt, auf das online oder per App zugegriffen werden kann: So hilft zum Beispiel die kostenfreie Benzinpreissuche, die günstigste Tankstelle in der Nähe zu finden

*\*Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2019; repräsentative Befragung von 16.288 Personen ab 16 Jahren, November 2019 ■ PM Das Telefonbuch-Servicegesellschaft mbH, 19.06.2020*

# 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](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 Mark Netkaew © by [vdav] – Der Jahres-  
bericht 2019/2020 ist im mitgliedergeschützten  
Bereich [vdav.de/geschaeftsbericht](http://vdav.de/geschaeftsbericht) abrufbar.

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