

Holiday Check startet Social-Web-Kampagne

erschiene in „Der Kontakter“ (Magazin der WuV)

Ausgabe 30/2010, Seite 19

■ Yoc

Sportgate ist wieder da

Das überarbeitete Portal wird von einem neuen Vermarkter betreut.

Comeback von **Sportgate**: Einst hatten **Boris Becker**, Medien-Experte **Helmut Thoma**, Pixelpark-Chef **Paulus Neef** und der **Deutsche Sportbund** das Portal Sportgate aus der Taufe gehoben. Die führende Plattform für den deutschen Sport sollte es werden, dann aber ging das Geld aus. Mehrere Prozesse folgten. Im vergangenen Jahr wurde das letzte Verfahren gegen Becker gegen Zahlung einer Geldauflage endgültig eingestellt. Nach dem Gang in die Insolvenz schien das Ende der prominenten Site besiegelt, doch die Berliner **Yoc AG** haucht der Seite nun neues Leben ein.

Bis Ende vergangenen Jahres führte die Münchner Agentur **onMarketing** die Geschäfte der Sportgate KG. Das Portal wurde zum Großteil automatisch von Meldungen der Nachrichtenagentur **Sport-Informationendienst (SID)** ge-

speist. Traffic erzielte Sportgate über die Suchmaschinen: Über eine gute Suchmaschinen-Optimierung der Website wurde Sportgate in Google hoch geführt.

Das machte die Seite attraktiv genug, um von der Yoc AG übernommen zu werden (Kontakter 46/09). Zu den Plänen wollte sich **Dirk Kraus**, Vorstandsvorsitzender des Berliner Mobile-Spezialisten, damals nicht äußern. Nun wird einiges klarer: Die Seite wurde vor Kurzem gründlich überarbeitet. Die Inhalte kommen nun hauptsächlich von der Nachrichtenagentur **dpa**. Einen redaktionellen Verantwortlichen führt das Impressum allerdings nicht auf.

Als weitere Content-Partner agieren der Fernsehdienst der Internet-Gruppe Hi-media, **TV-Sportprogramm.de**, sowie das Fußballradio **90elf.de**. Zudem



Sportgate.de Über das Portal laufen hauptsächlich Tickermeldungen.

kommt laut Yoc ein Sportbar-Finder in Kooperation mit dem Pay-TV-Sender **Sky** hinzu.

Auch in der Vermarktung wurde ein Partner gefunden: Seit Mai gehört Sportgate zum Vertikalen Netzwerk Netzathleten.de. Die Münchner bündeln Reichweiten von Sport-Sites unterschiedlichster Ausrichtung. Momentan weist Netzathleten eine Reichweite von insgesamt 3,5 Millionen Unique Usern aus. *ks*

■ Werbetoten

HOLIDAY CHECK STARTET SOCIAL-WEB-KAMPAGNE

Unliebsame Urlaubsüberraschungen stehen erneut im Mittelpunkt einer Kampagne für das Urlaubsbewertungs-Portal **Holiday Check**. Diesmal jedoch sollen die potenziellen Kunden selbst die Videoclips produzieren und in sozialen Netzwerken wie **Facebook** und **Twitter** verbreiten. Zusammen mit der **Werbetoten Media**, die die Kampagne organisiert, wählt Holiday Check 100 Multiplikatoren aus, die dem typischen Nutzer des Portals entsprechen. Zudem sollen sie eine möglichst hohe Kontaktreichweite innerhalb der sozialen Web-Communities vorweisen. Am Tag der Aktion, dem 8. September, sollen diese Werbetoten T-Shirts tragen, auf denen ein Slogan von Holiday Check zu sehen ist. Werbetoten-Chef **Sandro Günther**: „Die T-Shirt-Werbung und die Social-Media-Komponente ergänzen einander und sorgen für eine noch größere Wahrnehmung im Web.“ *ht*

■ Tradedoubler

Tool liefert Inhalte für soziale Netzwerke automatisch

Mit **TD Social** launcht der Spezialist für digitales Marketing **Tradedoubler** auch in Deutschland eine Lösung, mit der Seitenbetreiber digitale Marketing-Inhalte direkt in sozialen Netzwerken veröffentlichen können. Über das Interface von

Tradedoubler werden automatisch Social-Media-konforme Nachrichtentexte und Internet-Kurzadressen (Tiny URL) zum Einsatz auf **Twitter** und **Facebook** generiert. Wenn die Werbetoten in den Freunde-Gruppen oder bei den Followern zu Bestellungen führen, verdienen die Publisher Geld. **Torben Heimann**, Country Manager von Tradedoubler Deutschland, kündigt an: „Wir arbeiten bereits an der Entwicklung weiterer Features für TD Social.“ *ht*

Torben Heimann bringt Marketing-Inhalte direkt in soziale Netzwerke.

