

Produkt statt nur Prospekt: Marktjagd spielt mit neuem mobilen Portal die Überlegenheit seiner lokalen Produktsuche aus

- Angebotsportal reagiert auf 62 Prozent mehr Besuche über mobile Browser seit 2010
- Suchtiefe auf Produktebene bietet gerade auf mobilen Geräten mehr Übersicht als reine Prospekt-Portale
- Mobile Website generiert höhere Reichweite und ist flexibler als App
- Bisher bereits über 3,7 Mio. mobile Zugriffe über Partnerkooperationen

Dresden, 12.09.2011 – Das Angebotsportal Marktjagd bietet seinen Nutzern ab sofort eine mobile Website an, um sich auch von unterwegs über tagesaktuelle Angebote in der Umgebung informieren zu können. Der schnelle und übersichtliche Zugriff auf einzelne Produkte steht bei dem neuen Service im Fokus. Das Konzept der Produktorientierung von Marktjagd gegenüber reiner Prospektdarstellung ist bei den kleinen Handy- und Smartphone-Bildschirmen besonders vorteilhaft, da Überblick und Navigation den Usern deutlich leichter fallen.

Bereits seit 2010 ist Marktjagd mit der Einbindung in die Shopping-Apps von barcoo und woabi mobil präsent. Die Apps beider Partnerkooperationen erreichen bisher über 3,7 Mio. Installationen auf mobilen Geräten. Nun baut Marktjagd diesen Vorsprung in der Reichweite mit seiner eigenen mobilen Plattform noch weiter aus. Die neue Web-App (<http://m.marktjagd.de/>) ist plattformunabhängig für Smartphones wie iPhone, Blackberry, HTC, Samsung sowie für alle weiteren internetfähigen Handys und Tablets optimiert. Insbesondere auf Geräten von Apple und mit Android-Betriebssystem steht die Usability der mobilen Website fest installierten Apps in nichts nach.

Tagesaktuelle Angebote im Umkreis auf einem Blick

Unabhängig von Ort und Zeit hat der Nutzer Zugriff auf bis zu 50.000 ausführlich beschriebene Angebote pro Region. Die Angebotssuche wird auf allen gängigen Browsern durch eine intuitiv angelegte Nutzeroberfläche erleichtert. Nach Aufrufen des gesuchten Angebots können auch die nächstgelegenen Geschäfte angezeigt werden – mitsamt Adresse, Öffnungszeiten und telefonischem Kontakt. Das Mobil-Portal umfasst auch alle weiteren wichtigen Inhalte der stationären Website wie die Umkreissuche aller Geschäfte und die Angebote im Prospektformat. Zudem besteht die Möglichkeit einer Routenplanung vom eigenen Standort bis zum Einzelhändler. Ein „Gefällt mir“- und ein Empfehlungsbutton erlauben außerdem, interessante Angebote auf Facebook zu teilen.



Customer-Decision-Journey rückt näher an den Einzelhändler

„Wir verzeichnen eine Steigerung des mobilen Traffics von rund 62 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum“, beschreibt Thomas Harzer, Geschäftsführer IT und Product Development bei Marktjagd, die Gründe für den Launch des mobilen Services. „Gerade auf den kleineren Displays mobiler Geräte wollen die Nutzer nicht in Prospekten stöbern, sondern ganz gezielt nach Schnäppchen in ihrer Nähe suchen. Kaufentscheidungen werden so von unterwegs mobil vorbereitet und erfolgen schließlich im Ladengeschäft.“

Weiterführende Links

Die mobile Website von Marktjagd finden Sie ab sofort unter: <http://m.marktjagd.de/>

Nähere Informationen zu woabi unter: <http://www.woabi.de/>

Nähere Informationen zu barcoo unter: <http://www.barcoo.com/>

Bilddownload mobile Website von Marktjagd auf iPhone:

<http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/marktjagd-iPhone.png>

Bilddownload mobile Website von Marktjagd auf BlackBerry Smartphone:

<http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/Marktjagd-BlackBerry.png>

Bilddownload mobile Website von Marktjagd auf HTC Smartphone:

<http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/Marktjagd-HTC-Smartphone.png>

Bilddownload QR-Code der URL der mobilen Website von Marktjagd:

http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/QR-Code-mobile-Website-Marktjagd_img.php.png

Bilddownload Thomas Harzer, Geschäftsführer IT und Product Development:

http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/Thomas-Harzer_Geschaefsfuehrer-IT_Marktjagd.jpg

Hintergrundinformationen Mobile Local Commerce (weltweit):

- 95% der Smartphone-Nutzer suchen nach lokalen Angeboten
- 77% der mobilen Nutzer, die auf der Suche nach lokalen Angeboten sind, nehmen auch Kontakt zu einem lokalen Anbieter auf – davon u.a. 61% per Telefon und 59% als Laufkundschaft
- 36% der mobilen Nutzer kaufen nach der Suche das Angebot im Ladengeschäft

(in: The Mobile Movement Study, Google/Ipsos OTX MediaCT, April 2011,

http://www.gstatic.com/ads/research/en/2011_TheMobileMovement.pdf)



Über Marktjagd

Marktjagd startete im Februar 2008 mit der ersten lokalen Angebotssuche im Internet in Deutschland. Verbraucher finden auf der Plattform tagesaktuelle Angebote und Informationen zu Einzelhändlern direkt in ihrer Stadt. Händlern bietet Marktjagd ein übersichtliches Portal und reichweitenstarkes Partnernetzwerk für die Verbreitung ihrer lokalen Inhalte über ortsbasierte digitale Medien. Derzeit sind auf Marktjagd über 120.000 Einzelhandelsstandorte gelistet.

Der Branchen-Pionier Marktjagd wird von der Marktjagd GmbH aus Dresden betrieben. Das Unternehmen wurde von Jan Großmann und Thomas Harzer gegründet. Seit 2010 sind bei Marktjagd namhafte nationale Investoren wie Heise Media Service oder der Müller Verlag beteiligt.

Weitere Informationen unter: <http://www.marktjagd.de>

Marktjagd Blog: <http://blog.marktjagd.de>

Marktjagd bei Twitter: <http://twitter.com/marktjagd>

Marktjagd bei Facebook: <http://www.facebook.com/marktjagd>

Pressekontakt:

Marktjagd GmbH
Peter Sorgau
Königsbrückerstraße 33
01099 Dresden
Tel.: 0351 418 894-42
Mail: peter.sorgau@marktjagd.de

Agentur Frische Fische
Annie Schoppe
Priessnitzstraße 7
01099 Dresden
Tel.: 0351 215 229-712
Mail: as@frische-fische.com

