

## **radcarpet startet erstes ortsbasiertes Werbenetzwerk in Europa**

- servtag gründet als Pionier des Location-based Advertising eigenes Anzeigen-Netzwerk
- Auf 10 Meter genaue Aussteuerung von Werbeanzeigen auf Smartphones
- Hohe Relevanz der Ads durch hyperlokale Aussteuerung und individuelle Interaktion

**Berlin, 13.06.2012 – Nichts hat seit der Erfindung des Fernsehens die Phantasie im Handelsmarketing mehr beflügelt als der Mobilfunk: Die Vision, den Passanten im Vorbeigehen auf dem Handy anzusprechen und in den Laden zu locken, treibt Händler, Entwickler und Marketing-Experten gleichermaßen an. Mit radcarpet, dem ersten großen Netzwerk für ortsbasierte Werbeanzeigen in Europa, wird die Vision Wirklichkeit.**

radcarpet erlaubt die Schaltung von Anzeigen auf mobilen Websites, die dem Betrachter nur in einem vorab ausgewählten Radius angezeigt werden. Die Aussteuerung kann dabei bis zu zehn Meter genau um eine Filiale justiert werden. Die Entfernung zur Filiale wird dynamisch in der Werbeanzeige dargestellt. Dass damit die Responseraten signifikant erhöht werden können, belegen empirische Untersuchungen der servtag GmbH. Je geringer der angezeigte Weg zum Store, desto höher die Klickraten.

Alle Werbekunden im Netzwerk erhalten individuelle Landingpages, auf denen sie umfassende Interaktionsmöglichkeiten bieten können. Bezahlt werden nur tatsächlich erfolgte und messbare Reaktionen wie zum Beispiel der Aufruf der Kartenansicht, der Versand von Email und SMS oder die Anforderung eines Rückrufs.

„Mit der hyperlokalen Aussteuerung und den Interaktionsmöglichkeiten verbinden wir das Beste aus Performance Marketing und Location-based Advertising“ sagt Dr. Florian Resatsch, geschäftsführender Gesellschafter der Servtag GmbH. „Mit einer Lösung, die den Kauf im Store messbar macht, werden wir noch in diesem Jahr die letzte Hürde nehmen, um eine 100% barrierefreie Conversion zu ermöglichen.“

### **Umsatzwachstum von 70% erwartet**

Eine jetzt veröffentlichte Studie von BVDW und Nielsen prognostiziert für Mobile-Werbung ein kumuliertes Marktwachstum für das Gesamtjahr 2012 in Höhe von mindestens 70 Prozent. "Angesichts solch positiver Kennzahlen darf man tatsächlich von einer 'Umsatzexplosion' im Mobile Advertising sprechen", sagt Resatsch.

### **Viel Erfahrung in dem neuen Markt**

radcarpet ist das neue Kernprodukt der 2008 gegründeten Servtag GmbH, die als Pionier des Location Based Advertising bereits umfassende Erfahrung mit den Apps dealomio und friendticker sammeln konnte und nun ihr Angebot auf alle mobilen Medien ausweitet, die

unterwegs genutzt werden. Seit Anfang 2012 unterstützt mit Uwe Bormann, zuvor langjähriger Marketingleiter bei zanox, ein ausgewiesener Performance-Advertising-Experte die strategische Ausrichtung des Angebots. Zu den eingebundenen bundesweiten Publishern gehören vom Start weg u.a. das Mobilangebot der BILD. Startkunden von radcarpet sind u.a. L'TUR, Biotherm und Holmes Place.

### **Über radcarpet**

radcarpet ist das erste ortsbasierte Werbenetzwerk in Europa. Werbetreibende können über den Dienst der Berliner servtag GmbH Anzeigen auf mobilen Websites schalten, die nur in einem festgelegten Radius um einen vordefinierten Ort angezeigt werden. Dieser hyperlokale Bezug macht Werbung zu erwünschter Information und erhöht die Wirksamkeit um ein Vielfaches. Werbekunden zahlen nur für tatsächlich getätigte Transaktionen, Publisher profitieren von bisher unerreichten Konvertierungsraten. Zu den Kunden und Partnern zählen u.a. L'TUR, barcoo und Biotherm.

servtag konzipiert, entwickelt und betreibt seit 2008 innovative mobile Geschäftsmodelle wie den größten europäischen Check-in-Dienst, friendticker oder die ortsbasierte Angebotsplattform, dealomio. Zu den Investoren gehören DuMont Venture, NRW Bank und Nordwest Zeitung.

### **Kontakt:**

Sebastian Schwerk

Prießnitzstr. 7

01099 Dresden

[sebastian.schwerk@frische-fische.com](mailto:sebastian.schwerk@frische-fische.com)

0351 – 21522970

[www.frische-fische.de](http://www.frische-fische.de)