

Pressemitteilung

Marketingtrend: Leads gegen die Krise

Käuferportal.de macht Vermittlung qualifizierter Kundenkontakte salonfähig

Berlin, 11. November 2009 - In den USA gehört die Vermittlung heißer „Leads“ im Internet zu den beliebtesten Marketingaktivitäten. Laut IDC wird der Lead-Generierungsmarkt bis zum Jahr 2012 auf 5,9 Milliarden Dollar allein in den USA wachsen - trotz sinkender Marketingbudgets. Auch in Deutschland sind messbare Marketingmaßnahmen in Zeiten der Krise, gerade bei kleinen und mittelständischen Unternehmen, besonders begehrt.

Die Generierung von Kundenkontakten ist keine Marketing-Neuerfindung. Den passenden Kunden mit echtem Kaufinteresse im Internet ohne Streuverluste zu akquirieren schon. „Prinzipiell ist es für Unternehmen wesentlich schwieriger Neukunden zu gewinnen, als bestehende Kunden zu halten. Dabei unterschätzen kleine und mittelständische Anbieter vielfach die Wirkung des Internets als Absatzmultiplikator und Neukundenquelle“, begründet Mario Kohle, Mitgründer von Käuferportal.de und Online-Marketing-Experte, diese Entwicklung. Wenn man bedenkt, dass 87,5% aller Internetnutzer in Suchmaschinen oder Webkatalogen nach Produkten recherchieren, erlaubt gerade das Online-Lead-Marketing die Teilnahme am Zukunftsmarkt Internet ohne hohe Anfangsinvestitionen. Messbarkeit und Kostenkontrolle siegen über Branding und Imagewerbung.

Im Heimatland des Lead Marketing Amerika ist die Methode seit Jahren gang und gäbe. Durch die Krise als Katalysator wird das gezielte Akquirieren mit direktem Return-on-Marketing-Investment-Effekt nun verstärkt in Europa angewendet. Online-Vermittler wie BuyerZone.com in den USA, die britische Firma Approvedindex.co.uk oder Companeo.com in Frankreich sind etablierte Onlineplattformen, die das Konzept des Lead Marketing schon seit geraumer Zeit zu ihrem Geschäftsmodell gemacht haben. Sie agieren als Vermittler zwischen Anbieter und Kaufinteressenten. Auch in Deutschland erkennen Agenturen und Onlineplattformen inzwischen das Potential dieses Marketingtools. Jedoch unterscheiden sich Vermittler bei der Herausgabe häufig in Qualität und Quantität, denn ein Kontakt bedeutet nicht automatisch auch Kaufinteresse. Man differenziert deswegen zwischen zwei verschiedenen Lead-Formen bzw. -Methoden: Bei der Vermittlung eines qualifizierten Leads wird vorher überprüft, ob ein tatsächliches Kaufinteresse besteht. Bei unqualifizierten Leads ist dies nicht der Fall. Sie werden pauschal, meist in großen Mengen und ohne Prüfung verkauft. Der Anbieter selbst muss hier selektieren.

Käuferportal.de und das Topf-Deckel Prinzip

Das Berliner Internet Start-Up hat sich die Vermittlung qualifizierter Leads zum Geschäftsmodell gemacht. Anders als bei der pauschalen Verteilung von Leads, wie bei Gewinnspielen oder Massenemails, holt Käuferportal.de die Kaufinteressenten im Kaufentscheidungsprozess ab und übergibt sie an den passenden Anbieter. Sind die Anbieter in der Lage, den Produktwunsch des Kaufinteressenten zu bedienen, können sie anschließend per Knopfdruck die Kontaktdaten erwerben. „Dabei liefert ihnen Käuferportal.de den ‚transparenten Kunden‘. Das heißt, dass man als Anbieter alle notwendigen Informationen vorab einsehen kann und erst dann entscheidet. Man kauft so nicht die Katze im Sack“, sagt Mario Kohle. Das Geschäftsmodell Lead-Generierung bietet so die Möglichkeit, Kaufinteressenten online und ohne übertriebene Transaktionskosten, sowie Streuverluste zu akquirieren. „Durch diesen Service müssen Unternehmen gerade in wirtschaftlich schwachen Zeiten kein großes Marketingbudget zur Verfügung stellen und können, je nach Bedarf und Auftragslage, Neukunden akquirieren“, erklärt Mario Kohle die Vorteile des Lead-Marketings.

So funktioniert Käuferportal:

- ✓ Käuferportal.de ist die **erste unabhängige** Vermittlungsplattform für **beratungsintensive** Produkte und Dienstleistungen in Deutschland.
- ✓ Aktuell zählt das Anbieter-Netzwerk von Käuferportal knapp **2.000 registrierte Unternehmen**. Bisher wurden bereits mehr als **10.000 eingegangene Anfragen** bearbeitet.
- ✓ Das Produktportfolio umfasst z. B. **Kopierer, Telefonanlagen, Factoring-Dienstleister, Finanzbuchhaltung, Solaranlagen** oder **Treppenlifte** und mehr als 50 weitere beratungsintensive Produkte und Dienstleistungen.
- ✓ Für Kaufinteressenten ist Käuferportal.de **immer kostenlos**. Anbieter entscheiden sich, je nach Auftragslage, **individuell** für einen Neukunden und zahlen nur für die von ihnen **gekauften Kontakte**.

So funktioniert's:

1. Kaufinteressenten können auf Käuferportal.de kostenlos, binnen weniger Minuten Angaben zu ihrem **Wunschprodukt** machen und erhalten danach eine **telefonische Erstberatung**. Sie geben eine Art Wunschzettel auf – „Was soll das Gerät oder die Dienstleistung können?“ Hierbei qualifiziert Käuferportal die Anfragen und ermittelt so zielgerichtet den jeweiligen Bedarf der Kaufinteressenten.
2. Ausgewählte Anbieter erhalten in der Folge die Anfragen der Kaufinteressenten und entscheiden dann **individuell**, ob sie den Kaufinteressenten ein maßgeschneidertes Angebot für deren Beschaffungsbedarf unterbreiten wollen.
3. Gebühren für die Anbieter fallen nur dann an, wenn Käuferportal - praktisch auf Knopfdruck - einen **direkten Kontakt zum Kaufinteressenten** herstellt.
4. Anschließend erhalten die Kaufinteressenten **drei Qualitätsangebote** von regionalen Anbietern. Dies führt zu erheblicher Zeit- und Kostenersparnis im Beschaffungsprozess der Unternehmen.
5. Käuferportal ermöglicht es Anbietern ohne ausreichende eigene Online-Marketing Expertise, passende **Kaufinteressenten über das Internet zu gewinnen**. Dabei entstehen für die Anbieter bei ihren Marketingmaßnahmen weder Fixkosten noch Streuverluste.

Das ist Käuferportal:

- ✓ Gründer und Geschäftsführer von Käuferportal sind Robin Behlau (25) und Mario Kohle (25). Die Gründung im Juli 2008 wurde mit Unterstützung von **Team Europe Ventures** (u.a. Lukasz Gadowski - Internetunternehmer des Jahres 2007) durchgeführt. Die Anschubfinanzierung erfolgte durch erfahrene Business Angels. Im Mai 2009 konnte in einer zweiten Finanzierungsrunde die Nordwest-Zeitung als strategischer Partner hinzugewonnen werden. Die Kooperation umfasste ein Investment im mittleren sechsstelligen Bereich sowie ein umfangreiches Mediabudget.
- ✓ Die Beko Käuferportal GmbH ist am Berliner Gendarmenmarkt ansässig und beschäftigt derzeit knapp 30 feste Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Online-Redaktion, IT und Kommunikation.
- ✓ Käuferportal erhielt zahlreiche Auszeichnungen, u. a. gewann das Unternehmen den **Bitkom-Innovationspreis 2009** und den „**Media Award**“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Forschung. Mario Kohle und Robin Behlau waren zudem die „**Gründer des Monats**“ der **Financial Times Deutschland**. Im September 2009 belegte die Beko Käuferportal GmbH einen Spitzenplatz beim bundesweiten **WirtschaftsWoche Gründerwettbewerb**.



Pressekontakte:

Robin Behlau
Geschäftsführer
Tel.: 030/ 814 526 3190
E-Mail: robin.behlau@kaeufportal.de

Sebastian Manthey
Head of Corporate Communications
Tel.: 030/ 814 526 3170
E-Mail: sebastian.manthey@kaeufportal.de