

Die Netzwerker

Kommt der nächste Internet-Hype aus dem bayerischen Deggendorf? Dort hat der Bauunternehmer Alois Erl das soziale Netzwerk **SENIORBOOK** gegründet. Facebook hat schon mal seine Anwälte in Bewegung gesetzt

TEXT: FELIX HUTT FOTOS: ENNO KAPITZA



Webunternehmer im niederbayerischen Kornfeld: Alois und Markus Erl

Seniorbook: Das klingt wie Facebook für Senioren, wie eine Produkterweiterung, mit der Mark Zuckerberg ältere Zielgruppen erschließen will. Es klingt nach einem kommenden Global Player im Internet, nach Silicon Valley und vielen Dollar. Nach Deggendorf klingt Seniorbook so ganz und gar nicht.

Da kommt es aber her, aus dem Ortsteil Mietzing, der eingebettet zwischen Weiden und Apfelbäumen am Stadtrand liegt. Hier, wo einem ebenso viele Traktoren wie Autos begegnen, hat die Firma Erl-Bau ihren Sitz, die Alois Erl vor mehr als 30 Jahren gegründet hat und die heute über 80 Angestellte beschäftigt und 50 Millionen Euro Jahresumsatz macht. Wenn alles gut läuft, dann weiß auch Facebook-Gründer Mark Zuckerberg bald, wo Mietzing liegt.

Vor ein paar Wochen sitzt Alois Erl im Konferenzraum und erklärt, wie aus ihm jetzt auch ein erfolgreicher Internetunternehmer werden soll. Auf dem Tisch steht Weißbier, dazu gibt es Weißwürste, zehn Uhr, Frühstückszeit. Erl hat nichts gemein mit dem Internet-Entrepreneur, wie man ihn aus den Wirtschaftsteilen der Zeitungen kennt.

Er ist nicht jung und in der digitalen Welt sozialisiert, sondern 56 Jahre alt und Maurermeister. Er trägt weder Gel im Haar noch Turnschuhe, sondern hat einen Schnauzer und sieht aus wie Tom Selleck mit Appetit. Erl ist nicht anglophil, sondern spricht derben niederbayerischen Dialekt. Und von gestelzten Pressemitteilungen will er nichts wissen. „David hatte auch nur eine Steinschleuder, als er Goliath besiegte“, sagt er, um zu beschreiben, warum Seniorbook neben den Großen bestehen wird.

Seine Steinschleuder sind drei Millionen Euro, die er seinem Sohn Markus und einem ehemaligen Verlagsmanager zur Verfügung stellt, damit in drei Jahren mit Seniorbook Geld verdient wird. Offiziell gestartet wird Erls Onlineportal im Herbst 2012, zurzeit wird noch mit einer Testversion gearbeitet. Es soll das



Mitglieder von Seniorbook sollen das Netzwerk vor allem für ihre lokalen Belange und Interessen nutzen können

**3 Mio.
Euro lässt sich
Alois Erl den
Versuch kosten,
mit Seniorbook
ein erfolgreiches
soziales Netzwerk
zu schaffen**

erste soziale Netzwerk für die Generation 50 plus sein und das erste soziale Netzwerk, das den Begriff „sozial“ ernst nimmt. Seine Nutzer sollen lokal und regional interagieren, und auch auf ihre gegenseitigen Bedürfnisse und Nöte eingehen.

Erl sieht sich selbst als Teil der Zielgruppe. „Als 56-Jähriger finde ich bei Facebook und Co. nichts, was mich in meinem Leben weiterbringt. Das Zurschaustellen meines Privatlebens – dies interessiert mich nicht. Ich möchte nützliche Tipps von Leuten, die sich auskennen“, sagt Erl. Neulich sei er mit seiner Frau spontan ins Zillertal gefahren, und als er dann dort gewesen sei, sei keine Hütte mehr frei gewesen. In Zukunft möchte er bei Seniorbook andere Nutzer nach einer Hütte fragen, sie buchen, und noch einen Tipp für ein gutes Lokal dazubekommen. Von einem Menschen, nicht von einer Maschine.

Die Idee zu Seniorbook ist ihm und Sohn Markus gekommen, als sie sich mit der Firma immer mehr auf den Bau von Pflegeheimen spezialisierten. Bevor sie ein Heim bauen, führen sie am Standort eine Bedarfsanalyse durch, befragen die Stadt und die Gemeinde nach Wünschen und Notwendigkeiten. Dabei fiel ihnen auf, dass weder kleine Gemeinden noch ältere Menschen im Internet vernetzt sind. Hier soll Seniorbook ansetzen.

Das einfache Layout der Website, die Rubriken, die Ansprache, sie sind darauf angelegt, schnell verstanden zu werden, ausgerichtet auf die Zielgruppe, die keine Spiele spielen möchte, sondern Nutzwert und wertige Informationen.

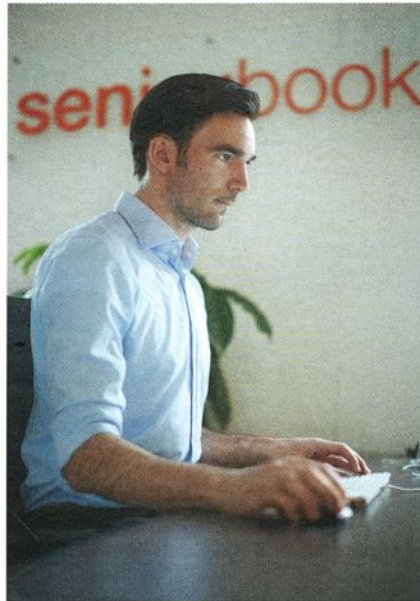
Sein Bauchgefühl sagt Erl, dass seine Generation reif ist für ein soziales Netzwerk. Seine Generation, das sind die sogenannten Silversurfer, die anfangs von Marketingexperten als Oldies des Internets belächelt wurden, weil man ihnen sogar die Funktion einer E-Mail erklären musste. Man gab ihnen den Namen „Silversurfer“ wegen ihrer silbergrauen Haare. Menschen eben, die nicht mit dem iPhone auf die Welt gekommen ▶

sind, sondern noch wissen, was ein Telegramm ist.

Mittlerweile lacht über diese Zielgruppe niemand mehr, weil sie sehr zahlungskräftig ist, ihre Onlineaktivitäten rasant zunehmen. Reiseanbieter, Partnerbörsen, Konsumgüterkonzerne buhlen um die Silversurfer, laut einer Studie der „Arbeitsgemeinschaft Online Forschung“ (AGOF) vom April sind bereits 73,7 Prozent der 50- bis 59-Jährigen regelmäßig online. Da liegt es nur nahe, dass sie nun ein soziales Netzwerk bekommen, das an ihren Bedürfnissen ausgerichtet ist.

A llerdings ist es nicht so, dass die Silversurfer nicht längst ihre Oasen im Internet geschaffen und gefunden hätten. Seniorbook muss sich nicht nur gegen die anderen sozialen Netzwerke durchsetzen – auch ältere Internetnutzer sind längst bei Facebook aktiv –, sondern auch gegen erfolgreiche Silversurfer-Sites wie seniorentreff.de und platinnetz.de, die zum Teil dieselben Inhalte bedienen und auch die gleichen Werbekunden ansprechen. Dabei wird von aktivwellness.de über singlereisen49plus.de bis senioreninternetz.de versucht, jeden Bereich ihres Interesses abzudecken.

Zur Konkurrenz könnte für Seniorbook noch ein Problem kommen: Facebook. Bereits Ende vergangenen Jahres ließ das US-Unternehmen via Anwalt mitteilen, dass es mit Namen und Bild von Seniorbook nicht einverstanden sei. Seniorbook änderte sein Logo, behielt aber den Namen. Sollte die Website erfolgreich werden – Seniorbook möchte im ersten Jahr mindestens 250 000 registrierte Nutzer erreichen –, ist davon auszugehen, dass Facebook Klage einreicht. Das könnte dann bis zu einer knappen Million Euro kosten, ließ Erl ausrechnen. Aber abhalten würde ihn auch das nicht. Er glaubt an Seniorbook, und schließlich brächte eine Klage von Facebook eine Menge Aufmerksamkeit. Palo Alto vs. Mietzing, Goliath gegen seine Steinschleuder, das würde ihm gefallen, dem Erl.



Seniorbook hat zurzeit rund 30 Mitarbeiter. André Renvert ist Webdesigner und kümmert sich darum, dass die Website gut aussieht

73,7 %
der 50- bis 59-
Jährigen gehen
regelmäßig online.
Die Silversurfer
belächelt längst
niemand mehr

Silversurfer im Netz

Seniorentreff

Der Klassiker

Die Website gibt es bereits seit 1998. Sie hat ein biederes, konservatives Layout, aber ein reichhaltiges Angebot und ist sehr beliebt. Vor allem die Chats erfreuen sich großer Nachfrage. Zudem können User ihre eigenen Blogs hochladen.

www.seniorentreff.de

Platinnetz

Die Jungen unter den Alten

Eine Website für User ab 50. Überzeugt durch eine Leiste, auf der aktuelle Fragen im Sekunden-takt aktualisiert werden. Zudem sieht man, wer gerade online ist. Übersichtlich und modern. Die Rubriken sind allerdings sehr allgemein gehalten.

www.platinnetz.de

Wellness

Die Fitmacher

Mutet auf den ersten Blick etwas esoterisch an, überzeugt aber inhaltlich. Von Heilkreide bis Wanderurlaube, von Sauna-Anleitungen bis zur Ausrüstung für Ausflüge findet man hier alles für das körperliche Wohl.

www.aktivwellness.de

Singlereisen

Die Urlaubsvermittler

Wer allein reist, braucht nicht allein zurückzukehren. Die Gruppen werden so arrangiert, dass Gleichgesinnte sich gut kennenlernen können. Die Website könnte übersichtlicher sein.

www.singlereisen49plus.de

Feierabend

Die Entspannten

Eine große Community, mit der man fast alles teilen kann. Die Website bietet ein breites Angebot und ermöglicht lockere und ungezwungene Interaktion zwischen den Mitgliedern.

www.feierabend.de

http://www.focus.de/digital/internet/seniorbook-gestartet-der-facebook-killer-fuer-silver-surfer-_aid_828185.html

Seniorbook gestartet

Der Facebook-Killer für Silver Surfer

Donnerstag, 27.09.2012, 16:02



Seniorbook ist ein neues Online-Netzwerk

Screenshot Seniorbook

„Das erste wirklich soziale Netzwerk“ nennt Seniorbook das gleichnamige Portal. Es richtet sich an über 45-Jährige und bietet neben der Möglichkeit zur Vernetzung auch Themenwelten, lokale News und Bürgerhilfe.

Seniorbook wendet sich „an Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren, einander helfen und der Gesellschaft etwas zurückgeben wollen“. So beschreibt sich das neue Online-Netzwerk. Anders als bei **Facebook** oder **Google+** geht die Plattform aber über die reine

Vernetzung mit Freunden hinaus.

Themenwelten und Bürgerhilfe

So gibt es Themenwelten mit redaktionellen Beiträgen, in der Nutzer gemeinsame Interessen entdecken können. Regionale Inhalte finden sich im Lokalteil. Der Bereich Bürgerhilfe soll einen Online-Marktplatz für bürgerschaftliches Engagement schaffen. Dort können User oder Organisationen Hilfsprojekte anlegen, und wer helfen will, findet eine Aufgabe. Zudem können sich Firmen und Vereine auf der Plattform engagieren.

Trotz des Namens richtet sich **Seniorbook** aber nicht ausschließlich an Senioren. „So adressiert Seniorbook vor allem Lebenserfahrung, Wissen sowie die Bereitschaft für gesellschaftliches Engagement und zieht dabei bewusst keine Altersgrenze“ heißt es.

Fünf Millionen Nutzer anvisiert

Die Vorstände sehen großes Potenzial für das Netzwerk. Einer der beiden, Thomas Bily, sagt: „Wir glauben, dass gut fünf Millionen Menschen in Deutschland schon heute bereit sind, sich für die Anliegen zu engagieren, die wir mit Seniorbook verfolgen. Tendenz: stark zunehmend.“ Zum Vergleich: **Facebook** hat derzeit knapp 27 Millionen Mitglieder in Deutschland.

Die Plattform legt nach eigenen Angaben großen Wert auf Sicherheit, Privatsphäre, Datenschutz, Transparenz und Benutzerfreundlichkeit. Die Seniorbook AG wurde im Juli 2011 von den Vorständen Thomas Bily und Markus Erl gegründet.

claf

Foto: Screenshot Seniorbook

Alle Inhalte, insbesondere die Texte und Bilder von Agenturen, sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur im Rahmen der gewöhnlichen Nutzung des Angebots vervielfältigt, verbreitet oder sonst genutzt werden.

Artikel publiziert am: 21.10.2012 - 20.40 Uhr

Artikel gedruckt am: 19.07.2013 - 14.44 Uhr

Quelle: <http://www.merkur-online.de/lokales/muenchen/stadt-muenchen/erwachsene-alternative-facebook-2558280.html>

Neues Online-Netzwerk

Die erwachsene Alternative zu „Facebook“

München - Seit zwei Wochen gibt es das neue Online-Netzwerk: „Seniorbook“ heißt das Portal, das Menschen jenseits der 45 vernetzen, aber auch lokale Neuigkeiten verbreiten und vor allem einen Marktplatz für bürgerschaftliches Engagement bieten will.



Die Unternehmer Markus Erl (li.) und Thomas Bily wollen Lebenserfahrene für das Netzwerk „Seniorbook“ gewinnen.

Ziel des Unternehmens mit Sitz in München ist, das Potential der älter werdenden Gesellschaft besser zu nutzen.

Es heißt ja „Seniorbook“ und nicht „Seniorenbook“, sagt Thomas Bily, einer der beiden Vorstände des Unternehmens. „Senior“, englisch ausgesprochen. Damit seien Menschen mit Lebenserfahrung und Wissen angesprochen. Den Begriff hatten Bily und sein Geschäftspartner Markus Erl schon lange im Kopf, bereits vor zweieinhalb Jahren ließen sie sich deshalb die Domain sichern. Erl kommt aus der Baubranche, setzt unter anderem seniorengerechte Wohnprojekte um. So entstand auch die Idee, eine erwachsene Alternative zu Facebook ins Leben zu rufen.

Seit Ende September ist das Portal nun im Netz – und die beiden Vorstände sind zufrieden. „Wir haben inzwischen 1500 Benutzer, und jeden Tag kommen zwischen 50 und 100 dazu“, sagt Bily.

„Facebook“ für Ältere? Damit ist das neue Netzwerk aber nicht ausreichend beschrieben. Zwar können sich die Nutzer genauso kostenlos registrieren, mit Freunden vernetzen und austauschen. Doch es gibt zudem sogenannte Themenwelten mit redaktionellen Beiträgen, in denen Nutzer gemeinsame Interessen entdecken können. Und es gibt einen Lokalteil, der Inhalte aus den Landkreisen und Städten bündelt. „Für die Menschen wird immer relevanter, was um sie herum in der direkten Umgebung passiert“, sagt Bily. Dem trage man hier Rechnung. So könne jeder „sein Heimat-Ich im Internet“ haben. Vereine und Firmen können sich ebenfalls bei „Seniorbook“ registrieren und präsentieren.

Doch Ziel der Unternehmer ist auch, Menschen zusammenzubringen, die einander helfen und der Gesellschaft etwas zurückgeben wollen. „Ältere Menschen sind extrem bereit, Hilfe zu leisten, sie sind bereits jetzt das Rückgrat der Gesellschaft“, sagt Bily. Im Bereich „Bürgerhilfe“ des Portals können Hilfsprojekte aller Art angelegt werden. „Zum Beispiel der Kindergarten, der eine Wippe braucht – und Hilfe in Form von Holz, Handwerksleistungen oder auch von 1000 Euro braucht“, beschreibt Bily. Wer helfen kann, weiß dann, wo und wie er sich engagieren kann. So werde „Seniorbook“ zum „ersten wirklich sozialen Netzwerk“.

Um die Übersichtlichkeit des Portals zu gewährleisten, haben die Entwickler auf viele ablenkende Dinge auf der Benutzeroberfläche verzichtet. „Das Design und die Besucherführung sind reduziert“, sagt Bily. „Die Nutzer sollen mit maximal drei Klicks zum Ziel kommen.“

Wichtig sei auch, dass die Nutzer der Plattform vertrauen können. „Die Daten sind bei uns sicher und werden nicht an Dritte weiterverkauft“, betont Bily. Zudem sind alle Profileinstellungen – anders als bei „Facebook“ – zunächst nicht-öffentlich, jeder Nutzer entscheidet dann selbst, welche Informationen er öffentlich machen will. „Wir wollen transparent sein“, sagt Bily. Und das gilt auch für das Löschen eines Accounts: Mit einem Klick kann der Benutzer alle Daten komplett löschen. Caroline Wörmann

Das Netzwerk

ist unter www.seniorbook.de zu finden.

Artikel lizenziert durch © merkur-online

Weitere Lizenzierungen exklusiv über <http://www.merkur-online.de>

THOMAS BILY

Der gelernte Betriebswirt, Jahrgang 1965, gründete 2011 gemeinsam mit dem Deggendorfer Bauunternehmer Markus Erl (spezialisiert auf Objekte rund um „betreutes Wohnen“) die Seniorbook AG, deren Vorstand er ist. „Unabhängig vom Businessplan ist mein größter Wunsch, dass Seniorbook erfolgreich ist als ein Netzwerk, in dem Älterwerden Spaß macht und Wertschätzung findet“, sagt Thomas Bily. Zuvor war Bily für Hubert Burda Media, Gruner + Jahr und die Verlagsgruppe Milchstrasse tätig.
www.seniorbook.de

THOMAS BILY, SENIORBOOK

TEXT: KERSTIN MATTYS

Silver Surfer im Visier: „Reife, Gelassenheit, Lebenserfahrung, ein klarer Blick für das Wesentliche – das sind die Kriterien, die entscheiden, ob jemand alt genug ist für das soziale Netzwerk Seniorbook“ – sagt Thomas Bily.

„Mein Heimat-Ich im Internet“ – stehen Sie zu diesem Claim?

Klar, und wenn man ihn mal versteht, dann wirkt er richtig gut. Mein Heimat-Ich besteht aus vielen kleinen Bereichen des Lebens, in denen ich gern zu Hause bin. Bei mir wären das: meine Heimat im Bayerischen Wald, die Rocky Mountains zum Skifahren, der Gardasee, Hamburg, Fußballstadien, Wanderwege ... Meine persönlichen Seiten dazu kann ich mir auf Seniorbook individuell zusammensuchen.

Und dann auch noch der Name Seniorbook! Hat Ihnen niemand gesagt, dass ältere Mitbürger keinesfalls in die Schublade „Alte“ und „Senioren“ gestopft werden wollen, schon gar nicht mit entsprechender Beschriftung?

Ich lese da „senior“, nicht „Senioren“. Natürlich gibt es Kritik und Spötteleien. Gerade von Leuten, die schon mit 25 zum Senior-Manager befördert werden wollten.

Sie finanzieren sich über Werbeeinnahmen. Klosterfrau Melisengeist und der neueste Rollator als Pop-ups?

Es geht genau darum, solche Altersbilder aus den Köpfen zu radieren. Denken Sie selber mal nach, wie man über Sie sprechen soll, wenn Sie 55 oder 65 sind. Wie Sie wahrgenommen werden wollen, selbst wenn Sie ein paar Falten haben und die 100 Meter nicht mehr unter 15 Sekunden

laufen. Wollen Sie dann an der Ziellinie Melisengeist oder vielleicht doch ein alkoholfreies Weißbier?

Sie setzen bei der Werbung auf Pull-Strategie. Weiß Ihre Zielgruppe überhaupt, was das ist und wie sie damit umzugehen hat?

Seit wann muss die Zielgruppe wissen, wie Werbung funktioniert? Wir lösen ja erst einmal kein Erfolgsmodell ab in der Online-Werbung. Jüngste Bewegungen wie „4Q“ zeigen die momentane Verfassung der bisherigen Werbemodelle. Es scheint an der Zeit, neue Wege zu gehen.

Obwohl die Älteren längst als zahlungskräftige Kundschaft ausgemacht sind, geschieht relativ wenig auf diesem Sektor. Woran liegt das?

Es geschah nicht wenig, sondern bis dato hatte diese Zielgruppe keine große Relevanz. Die demografische Entwicklung ist so etwas wie der personalisierte Klimawandel. Sie betrifft uns alle, wir müssen uns umstellen – nur, der Klimawandel ist spürbarer. Die Betriebstemperatur steigt aber auch zum Thema „demografischer Wandel“. Sogar die Bundesregierung hat jetzt eine Strategie und wird das Thema in den Wahlkampf heben. Deswegen sehen wir in jüngster Zeit immer mehr Talkshows, Veranstaltungen, Berichte dazu. Das wird weiter zunehmen.

„Gefällt mir“-Knöpfe für ergraute Köpfe

In München sitzt das neue soziale Netzwerk Seniorbook, das Menschen ab 45 ansprechen will. Die Idee kommt von einem Bauunternehmer aus Niederbayern

München – Die einen nutzen „like-but-tons“ – die anderen bewerten einen Artikel als „lesenswert“. Die einen „verlinken“ Kommentare – die anderen nutzen die Funktion „weetersagen“. Die einen, das sind die Mitglieder von sozialen Netzwerken wie Facebook, StudiVZ oder „Wer kennt wen“. Die anderen sind die Nutzer der neuen Plattform Seniorbook. Seit knapp vier Monaten hat sich in die Landschaft der sozialen Netzwerke dieses neue Portal für Menschen ab 45 Jahren eingereiht. Der Name signalisiert ein Pendant zu Facebook. Und tatsächlich geht es auch auf www.seniorbook.de darum, Bekanntschaften zu knüpfen. Doch die Unterschiede in Aufmachung und Inhalten sind groß.

Auf den ersten Blick fällt die übersichtliche Struktur auf: schwarze Schrift auf weißem Grund, dezent farbige Applikationen sowie Fotos in einheitlicher Größe. Kurz: überschaubar. Der größte Unterschied liegt im Seitenaufbau, denn die Rubrik „Mein seniorbook“, in der das eigene Profil angelegt werden kann, ist hier nur eine von vielen. Die Idee hinter Seniorbook ist nämlich nicht nur, Freunde zu sammeln und kurze Statusmeldungen abzugeben, son-

dern sich auch über verschiedene Themen zu informieren. So können sich die Mitglieder unter der Rubrik „Themenwelt“ beispielsweise in Artikel zu Politik und Gesellschaft, Natur und Forschung oder Kultur und Unterhaltung einlesen, anschließend Kommentare abgeben und mit anderen Nutzern ins Gespräch kommen.

Besonders wichtig sei den Machern von Seniorbook, dass sich die Mitglieder ganz normal unterhalten könnten. „Wie im normalen Leben“, sagt Thomas Bily, Gründer und Vorsitzender der Seniorbook AG, die an der Maximilianstraße ihren Sitz hat. Dies mache das Portal europaweit, wenn nicht gar weltweit einzigartig.

Bereits vor rund drei Jahren kam die Idee für Seniorbook auf. Ein niederbayerischer Bauunternehmer, der vorwiegend Seniorenwohnheime errichtet, bemängelte die fehlende Kommunikation zwischen den einzelnen Institutionen und ebenso zwischen deren Bewohnern. Er war der Ansicht, dass ein Netzwerk allen Beteiligten zugute käme. Deshalb ließ er den Namen Seniorbook für sich schützen, ohne ihn aber zu nutzen.

Ein Jahr später wurde Thomas Bily mit

ins Boot geholt. Der heute 47-Jährige war 21 Jahre lang im Verlagswesen tätig und brachte das Hintergrundwissen mit. Gemeinsam mit Markus Erl, ebenfalls Gründer und Vorsitzender, erarbeitete Bily ein Konzept für das neue Netzwerk. Von Beginn an war klar, dass nicht nur ein Seniorenwohnheim-Netzwerk entstehen, sondern eine breitere Masse der Gesellschaft angesprochen werden sollte. „Demografie und Digitalisierung passieren beide – ob man mag oder nicht“, so der 47-jährige

Ältere Menschen sind häufig ängstlich und skeptisch, wenn es ums Internet geht

Münchner. Aus diesem Grund sei es heutzutage besonders wichtig, Angebote für ältere Menschen zu machen. Diese sind allerdings häufig ängstlich oder skeptisch, weswegen man sie auf besondere Art und Weise einladen und um ihr Vertrauen werben muss.

Den Machern von Seniorbook gelingt dies durch Transparenz. „Je älter die Menschen, desto wichtiger werden ihnen Wer-

te wie Heimat, Sicherheit und Verlässlichkeit“, erklärt Bily. „Diese wollen wir auf unserer Seite widerspiegeln“. Deshalb öffnen sich dort nicht plötzlich Werbebanner, und nur die absolut nötigsten Daten müssen zur Anmeldung angegeben werden: Name und E-Mail-Adresse. Auf deren Richtigkeit legen die Betreiber von Seniorbook allerdings großen Wert. Schließlich unterhalte man sich im realen Leben auch nicht mit anonymen Personen.

Die Realität spielt für die Seniorbook-Verantwortlichen insgesamt eine große Rolle. Auch bei der Gestaltung des Rubriken-Angebots haben sie sich nach dem eigentlichen Verhalten der Zielgruppe gefragt. Deshalb wurden nicht nur Themen wie „Krankheit“ und „knappe Renten“ umgesetzt. „Der Mehrheit geht es laut Umfragen gut – finanziell wie auch gesundheitlich“, begründet Thomas Bily. Die älteren Menschen wollten nicht nur jammern, sondern mit Gleichgesinnten über Neuigkeiten sprechen und sich über Aktivitäten informieren. Aus diesem Grund gehören auch die Rubriken „Bürgerhilfe“ sowie „Firmen und Vereine“ zum Angebot des Netzwerkes. Dort können sich Unternehmen

wie beispielsweise Pflorgeteams oder Thermalbäder vorstellen, aber auch private Projekte werden angesprochen. So nutzt ein Mitglied das Netzwerk beispielsweise für die Suche nach einem Roller für ein krebskrankes Kind in der Nachbarschaft.

Eine Schwierigkeit des neuen Netzwerkes sieht Thomas Bily allerdings im Namen. Denn mit dem Begriff „Senior“ verbinde man nur allzu oft Gebrechlichkeit – eine Assoziation, die der eigentlichen Idee hinter Seniorbook widerspricht. Vielmehr möchten die Macher den Begriff als Synonym für „Reife“ und „Erfahrung“ verstanden wissen. Eine Bedeutung, die allerdings erst bei einem genauen Blick auf das Portal und seine Funktionen offenbar wird. Trotzdem haben sich nach gerade einmal drei Monaten bereits 5000 Menschen auf Seniorbook angemeldet. Sie beteiligen sich nun rege mit Fotobeiträgen an der Pinnwand und schreiben Artikel für die Themenwelt. „Bei uns müssen sich die Nutzer eben ein bisschen anstrengen“, kommentiert Thomas Bily die Entwicklung des Netzwerkes. „Aber wie immer im Leben ist es da, wo man sich anstrengen muss, am besten.“

JESSICA MOROF

Vorgestellt: seniorbook – das soziale Netzwerk für Menschen mit Erfahrung

1971 SASCHA MAUERMANN am 4. APRIL 2013

1
Twittern
2
Gefällt mir
5
f Share



Eigentlich könnte man meinen, dass durch facebook der Bedarf an sozialen Netzwerken gedeckt ist. Immerhin versammeln sich auf dieser Plattform über 1 Milliarde Menschen. Aber gerade die Größe dieses Netzwerkes sorgt dafür, dass ausführliche und vor allem hochwertige Angebote, die auf konkrete Zielgruppen zugeschnitten sind, nicht angeboten werden können. Und so gibt es zahlreiche Menschen, die zwar Bedarf und Interesse an einer (virtuellen) Gemeinschaft haben, sich bei facebook aber dennoch nicht zu Hause fühlen.

Diese Lücke wird häufig durch quantitativ kleinere, qualitativ jedoch meist bessere Netzwerke geschlossen. Die höhere Qualität der Inhalte lässt sich alleine schon darauf zurückführen, dass die Zielgruppen klarer abgegrenzt und die entsprechenden Inhalte besser und hochwertiger aufbereitet werden können. Ein Gemeinschaftsgefühl kann hier leichter erzeugt werden, weil die Menschen hier tatsächlich auch etwas gemeinsam haben.

Eines dieser sozialen Netzwerke, welches sich auf eine klar abgegrenzte Zielgruppe spezialisiert hat, ist das neue **seniorbook**, welches Euch im Folgenden vorgestellt wird.

Was ist seniorbook?

Seniorbook sieht sich selbst als das soziale Netzwerk für Menschen mit Erfahrung. In diesem Zusammenhang steht das Wort "Senior" für Lebenserfahrung, Souveränität und einem klaren Blick fürs Leben. Als Zielgruppe hat sich seniorbook demnach Menschen ab einem Alter von 45 Jahren ausgesucht, die ihre Lebenserfahrung und ihr Wissen mit anderen teilen wollen. Anders als bei facebook & Co. geht die Plattform über das reine Vernetzen mit Freunden und Bekannten hinaus.

1
Twittern
2
Gefällt mir
5
f Share



Das "soziale" steht bei diesem Netzwerk im Vordergrund, weshalb es sich durchaus als wirklich soziales Netzwerk bezeichnen kann, wenn man sich mal die Bedeutung des Wortes "sozial" vor Augen führt. Erwachsene zeigen gesellschaftliches Engagement, übernehmen Ehrenämter, tauschen sich über diese aus und bringen ihr Wissen und ihre Lebenserfahrung in soziale Projekte ein.

Ein ausführlicher Lokaltell auf seniorbook informiert über Veranstaltungen in Region und über alles Wissenswerte aus nächster Nähe. Weitere Rubriken und Themengebiete drehen sich um Nachbarschaftshilfe, Firmen und gemeinnützige Vereine.

Kommunikation auf seniorbook

Die Kommunikation erfolgt in der Community auf einem "höheren" Niveau. Wobei mit höherem Niveau jetzt nicht gemeint ist, dass sich dort Akademiker im Fachjargon unterhalten, sondern vielmehr, dass auf gute Umgangsformen und ein respektvolles Miteinander Wert gelegt wird. Dies spiegelt sich auch in den Themen wieder, über die sich auf der Plattform ausgetauscht wird. Gesellschaft und Politik, Familie, Hobby und Kultur sind hierbei nur einige Themengebiete.

Abschließend noch folgendes Video zu seniorbook:



★★★★★ 5,00 von 5 Punkten, basieren auf 5 abgegebenen Stimmen.

1
Twittern
2
Gefällt mir
5
f Share

Quelle Foto oben: Screenshot der Seite seniorbook.de
Foto: © detailblick – Fotolia.com

INTERNEZIEL
CLEVER GRÜNDEN - ERFOHLICH
Gratis

GEFÖRDERTE GRÜNDUNG
So gelangen Sie an Vorwissen, Kontakte und Beratung

Überbaur Optimierung
für Ihre Geschäftsziele

4founders
Gefällt mir

227 Personen gefällt #founders.

Sociales Plug-In von Facebook

POSTER XXL

Poster ab 1,39 €
Leinwände ab 13,19 €
Fotobücher ab 7,99 €

Nur heute: 20% Rabatt auf alle Produkte!

Hier bestellen

* = Affiliate/Link

- DIE BELIEBTESTEN ARTIKEL:**
- Womit selbstständig machen?
 - Kredite für Selbstständige über auxmoney
 - Die besten Portale für Geschäftsideen
 - Empfehlungsmarketing Tipps
 - Regeln für virales Marketing
 - Kalkulationsschema - gratis download
 - Liquidität vs. Rentabilität
 - Welche Preisstrategie verfolgst Du?
 - Selbständig machen mit Drop-Shipping
 - Der Investitionsabzugsbetrag

Endlich wird über Ihr Produkt gesprochen

RankSider

Mehr erfahren

- BEST OF ARTIKEL:**
- Allgemeine Themen
 - Marketing
 - Recht
 - Gründen
 - Gründerinterviews
 - Finanzen

BLICKWISSE | BLOGGERS | MARKT | FÜR | FÜR | FÜR

Mit einem Klick mitten im Leben

Gerade mal zehn Monate ist das neue Netzwerk seniorbook.de online und zählt bereits über 40.000 Nutzer – Tendenz stark steigend. Mit aktuellen Themen, den Lokalteilen und Projekten für bürgerschaftliches Engagement richtet sich das neue Netzwerk an Menschen mit Lebenserfahrung. Übersichtlich gestaltet und nach deutschen Datenschutzrichtlinien – als erwachsene Alternative zu Facebook & Co.

Einer der größten Wünsche der Menschen ist, so lange wie möglich an der Gesellschaft teilnehmen zu können, gebraucht zu werden und Wertschätzung zu finden. Gerade in der zweiten Lebenshälfte wird es immer wichtiger, dass wir diese Jahre nicht als notwendiges Übel „absitzen“, sondern als großartige Chance nutzen. Wie die „Generali Altersstudie 2013“ vom Institut für Demoskopie Allensbach belegt, ist die Lebenszufriedenheit der 65- bis 85-Jährigen heute sehr hoch. Der großen Mehrheit geht es gut und sie fühlen sich fit. Sogar fit genug, um auch für andere da zu sein. Fast die Hälfte der Befragten engagiert sich bürgerschaftlich und jeder Fünfte würde sein Engagement sogar ausbauen.

Das neue soziale Netzwerk im Internet, www.seniorbook.de, greift genau dieses Lebensgefühl und diese Inhalte auf und trägt dazu bei, dass Menschen, wann immer sie wollen, an der Gesellschaft teilnehmen können. seniorbook fördert ein aktives und positives Bild vom Älterwerden und will mehr Anerkennung und Einbindung von Lebenserfahrung in unserer Gesellschaft erreichen. So heißt der Claim von seniorbook folgerichtig: „Wir verbinden Menschen mit Erfahrung.“

Themen entdecken – Kontakte knüpfen
Mit einem Klick mitten im Leben: Von Reisen, Genuss, Garten, Gesundheit bis Politik und Finanzen – die Themenwelt



auf seniorbook.de ist breit aufgestellt wie das Leben selbst und bietet praktische Tipps genauso wie engagierte Diskussionen, Umfragen oder unterhaltsame Kolumnen und Fotowettbewerbe. Jeder entscheidet selbst, wie aktiv er werden will. Man kann sich auf das Lesen beschränken, oder aber aktiv kommentieren und eigene Artikel online stellen. Eine Pinnwand bietet Platz, um Fotos und Sprüche zu veröffentlichen. Im Chat kann man andere User oder Themenexperten treffen. Kostenlose Spiele wie Sudoku oder Kreuzworträtsel sorgen für mentales Training und Spielvergnügen. Im seniorbook-

Radio stehen Kanäle unterschiedlicher Musikrichtungen bereit. Und über diesen Austausch knüpfen die Nutzer neue Kontakte. seniorbook verbindet die Menschen über gemeinsame Interessen und Berührungspunkte.

Konkrete Aufgaben finden

Die Bürgerhilfe ist ein weiterer großer Bereich auf seniorbook und eine Börse für bürgerschaftliches Engagement. Menschen, die helfen wollen, finden auf seniorbook.de konkrete Aufgaben und Ideen, wie und wo sie sich einsetzen können und rufen Hilfsprojekte auch selbst ins Leben. Projektkategorien von Spenden über Ehrenämter, Patenschaften, Tauschen und Schenken zeigen, wie mannigfaltig die The-

menbereiche dabei sind. seniorbook selbst unterstützt jeden Monat mit bis zu 500 Euro ein Hilfsprojekt der Aktion „Heimat-Helfer“, die bürgerschaftliches Engagement im eigenen Umfeld fördert.

Lokale Vernetzung

Regionale Inhalte fließen bei seniorbook in über 400 Lokalteilen zusammen, die Landkreisen bzw. kreisfreien Städten entsprechen. Lokalteile sammeln alle Veröffentlichungen wie Veranstaltungen aus der jeweiligen Umgebung. Jeder kann hier seinen persönlichen Tipp abgeben und zugleich von den Erfahrungen und Empfehlungen anderer Nutzer profitieren. Nach und nach entsteht so ein Bild der eigenen Region – online und mit anderen vernetzt.

Datenschutz und Übersichtlichkeit

Datenschutz und Übersichtlichkeit haben bei seniorbook einen besonders hohen Stellenwert. So ist seniorbook.de für ein einfaches, unbeschwertes Handling übersichtlich gestaltet. Daten werden nicht an Dritte weiterverkauft und können jederzeit vom User vollständig gelöscht werden. Auch entscheidet der Nutzer selbst, was er öffentlich oder nur mit Wenigen teilen will. Registrierung und Nutzung sind für Privatpersonen kostenlos. Firmen und Vereine sind auf seniorbook ebenfalls willkommen. Nordrhein-Westfalen hat bei seniorbook.de übrigens die Nase vorn: Jeder dritte der 600.000 Besucher pro Monat kommt von dort.

Bunt, schön, gelassen

ID55: Herr Bily, was steckt hinter dem neuen Portal seniorbook?

Thomas Bily: Mit einem Klick bin ich mitten im Leben, teile Erfahrungen, Erlebnisse und Erinnerungen, lerne neue Menschen kennen und bereichere so mein eigenes Leben ungemein. Was ganz wichtig ist, ich bin auf seniorbook sehr sicher unterwegs. Ich kann da rein gehen und muss nicht andauernd darüber nachdenken: Passiert jetzt irgendwas, wenn ich auf den Knopf hier drücke? Ich kann es einfach ausprobieren. Unbeschwert.

ID55: Wie unterscheidet sich seniorbook von Plattformen mit derselben Zielgruppe?

Thomas Bily: Wir pflegen ein positives und modernes Altersbild. Auf ähnlichen Seiten wird meist ein sehr tradiertes, beiges Altersbild bedient. Bei uns kann die Lösung nicht darin liegen, dass wir das Gleiche machen wie die anderen und das nur schicker kleiden. Wir vermeiden konsequent künstliche Begriffe wie Best Ager oder Silver Surfer. Uns geht es darum, wieder mehr Wertschätzung für das Älterwerden aufzubauen. seniorbook ist nicht nur mit besserem Design und attraktiveren Inhalten un-

terwegs, sondern vor allem mit einer positiven, souveränen Haltung dem Alter gegenüber.

ID55: Warum sollen Menschen in den besten Jahren auf seniorbook unterwegs sein und nicht auf Facebook?

Thomas Bily: Bei Facebook ist das Durchschnittsalter 29,7. Wenn ich als 47-Jähriger in München in eine Kneipe gehe, in der hauptsächlich 25-Jährige sind, dann ist das nicht mein Umfeld. Nicht, dass ich mich dort nicht zurechtfinden würde, aber die Tonalität wird nicht von meinen Themen geprägt. Zwischen beige und schrill ist bisher wenig bunt. Und genau das ist unsere Positionierung: das bunte, schöne, gelassene Älterwerden. Die alten 68er, die Generation, die Rolling Stones gehört und Flower Power gelebt hat, die sind jetzt 45 Jahre älter. Glauben Sie, die sind deswegen weniger verrückt? Die sehen halt nicht alle aus wie Keith Richards oder Mick Jagger. Die sind innen drin aber genauso gut drauf wie früher. Bloß mit mehr Erfahrung, Überblick und Lebensreife. Unsere Zielgruppe sind nicht Senioren – unsere Zielgruppe sind Personen, die aus dem Justin Bieber-Alter raus sind.



Schluss mit alten Zöpfen: Die seniorbook-Zielgruppe sind keine Senioren, sondern Menschen, die aus dem Justin Bieber-Alter raus sind.



Will mehr: seniorbook.de-Vorstand Thomas Bily.

Ein Mann mit Verlagserfahrung

Thomas Bily, 47, ist einer der beiden Gründer und Vorstände der Seniorbook AG mit Sitz in München. Nach seinem BWL-Studium mit den Schwerpunkten Marketing und Unternehmensforschung war er 20 Jahre in leitenden Funktionen in großen deutschen Verlagshäusern wie Gruner+Jahr und Hubert Burda Media tätig. Im Sommer 2011 entschloss er sich, zusammen mit seinem Partner Markus Erl die Seniorbook AG aufzubauen. Als Vorstand verantwortet Thomas Bily unter anderem die Bereiche Vertrieb, Marketing und Kommunikation. Thomas Bily lebt mit seiner Frau und den beiden Kindern, Julia und Tobias, in München.

www.seniorbook.de



Mobiles Leben und neue Technologien

Silver Surfer 2.0

teleschau der medien dienst Teleschau - Do., 6. Jun 2013

E-Mail Freigeben Twittern +1 4

seniorbook

Wir verbinden Menschen mit Erfahrung

Registrierung Themenwert Begrüßte Firmen & Vereine Premium Lokaleit Komment verpackt



Mit Sicherheit in guter Gesellschaft

Sicherheit und Privatsphäre sind mir nicht nur im wirklichen Leben wichtig. Auch im Internet lege ich Wert auf gute Umgangsformen und ein respektvolles Miteinander.



Teleschau - Hemmschwelle senken: Auf Seniorbook sind die Silver Surfer erst mal unter sich. Quelle: www.seniorbook.de

MEISTGELESENE ARTIKEL - TECHNIK

- Toiletten defekt: Bahn entschuldigt sich für Durchsage
 - Fleischfressende Maden aus Ohr einer Peruvianerin entfernt
 - Fetter Fang in Neuseeland
 - Bushido-Lied steht auf Index - jugendgefährdend
 - Schön durch Schneckenenschleim
- lebendigen Diskussionen lautet eine der wildesten verbalen Entgleisungen: "Das rutscht mir grad so den Buckel runter und geht noch weiter unten vorbei."

Armes Facebook: Langsam laufen ihm die jungen Nutzer davon; sie orientieren sich lieber an hipperen Diensten wie Tumblr. Und auch die älteren Nutzer finden im Netz allmählich Alternativen - so etwa bei Seniorbook.

Die soziale Plattform baut mit einem aufgeräumteren Layout und klar voneinander getrennten Themenbereichen Hemmschwellen für die letzten Silver Surfer ab, die sich noch nicht ganz ins Web 2.0 trauen.

Rubriken wie "Bürgerhilfe" und "Lokalteil" fungieren als Bindeglied ins Real Life, geworben wird mit Sprüchen wie: "Auch im Internet lege ich Wert auf gute Umgangsformen und ein respektvolles Miteinander." Und stimmt das auch? Scheint zumindest so: Auch in

Werden Sie ein Fan von Yahoo! Nachrichten auf Facebook [Gefällt mir](#) 28 Tsd.

Yahoo! TechYou Deutschland

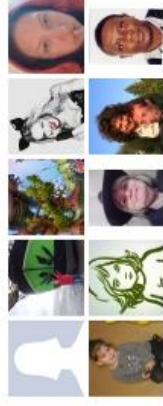
[Gefällt mir](#) 4.610



Yahoo! TechYou Deutschland

[Gefällt mir](#)

4.610 Personen gefällt Yahoo! TechYou Deutschland.



Soziales Plug-in von Facebook

1 Jahr volle Preisgarantie sichern.

Zum günstigen Gas



MEISTGELESENE ARTIKEL »

- Toiletten defekt: Bahn entschuldigt sich für Durchsage
- Fleischfressende Maden aus Ohr einer Peruvianerin entfernt
- Fetter Fang in Neuseeland
- Bushido-Lied steht auf Index - jugendgefährdend
- Schön durch Schneckenenschleim
- Eine Sekunde täglich aus dem Leben eines Babys

NEUESTE VIDEOS

1 - 6 von 200



Sexy Shooting: Irina Shayk auf GQ-Cover



Putin-Gegner Kawahiri aus Haft entlassen



Merkel verspricht Aufklärung in NSA-Bundeskanzlerin

Angela Merkel hat am Freitag in Berlin Aufklärung ...



Wilder Westen? US-Polizist geht mit



Zukunft braucht Menschlichkeit.

VdK-Mitglied
werden!



[Der VdK Bayern](#) [Angebote](#) [Ehrenamt](#) [Presse](#) [Mitglied werden](#) [VdK vor Ort](#)

Suche

[Pressemitteilungen](#) | [Pressekontakt](#) | [VdK-Zeitung](#) | [VdK-TV](#) | [Newsletter](#)

Sie befinden sich hier: [Der VdK Bayern](#) [Presse](#) [VdK-Zeitung](#) [Weitersagen! Der VdK Bayern bei Seniorbook](#)

[Empfehlen](#) [Facebook](#) [Google+](#) [Twitter](#) [RSS-Feed](#) [Drucken](#)

VdK-ZEITUNG

vor 4 Tagen

Weitersagen! Der VdK Bayern bei Seniorbook

Besuchen Sie den Auftritt Ihres Sozialverbands im ganz neuen digitalen Netzwerk für Menschen ab 45

Seniorbook nennt sich ein neues soziales Netzwerk für Menschen ab 45 Jahren. Das Internetportal wendet sich an „*Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren, einander helfen und etwas zurückgeben wollen*“. Neben der Möglichkeit, Kontakte zu pflegen und sich zu vernetzen, bietet das Portal nämlich auch zahlreiche Anknüpfungspunkte für gesellschaftliches Engagement.



„Seniorbook richtet sich an ein anspruchsvolles, erwachsenes Publikum“, sagen die beiden Gründer Thomas Bily und Markus Erl über das junge Netzwerk. Das spiegelt sich auch in der Namensgebung wieder: „Senior“ steht im Englischen nicht etwa für Alter und Gebrechlichkeit, sondern für Erfahrung und Reife. Das soziale Miteinander und der respektvolle Umgang untereinander sind, einer Umfrage unter den Seniorbook-Nutzern zufolge, die wichtigsten Kriterien für ihre Mitgliedschaft.



„Wir verbinden Menschen mit Erfahrung“ verspricht das Portal. Auf Seniorbook können die Mitglieder selbst als Autoren aktiv werden und in den Themenwelten eigene redaktionelle Beiträge zu ihren Lieblingsthemen oder Spezialgebieten verfassen. Die Themenpalette reicht von Politik und Gesellschaft über Kultur und Unterhaltung bis hin zu Reisen und Natur. Zu den einzelnen Beiträgen kann man Kommentare abgeben und mit anderen Nutzern ins Gespräch kommen.

Mediadaten

Hier finden Sie die aktuellen Preise (bayernweit) für gewerbliche Anzeigen für die VdK-Zeitung als Download:

[Mediadaten 2013.pdf](#) (231,44 KB, PDF-Datei)

Kleinanzeigen

[Aktuelle Kleinanzeigen Juni 2013](#)

Impressum

Hier finden Sie das Impressum der VdK-Zeitung:

[Impressum VdK-Zeitung](#)

Archiv

Hier finden Sie Artikel aus älteren Ausgaben der VdK-Zeitung:

[Archiv VdK-Zeitung](#)

Weitere Artikel aus der VdK-Zeitung finden Sie auf den Seiten des VdK Deutschland: [VdK-Zeitung](#)

Lokale Neuigkeiten

Regionale Veranstaltungen, Aktuelles oder Wissenswertes aus der Heimat findet man im Lokalteil. In der Rubrik „Bürgerhilfe“ können Nutzer regionale Hilfsprojekte starten. Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren wollen, können dort eine Aufgabe finden. So wurde beispielsweise zur Hochwasserkatastrophe in Bayern eine Onlinebörse für Hilfesuchende und Hilfsangebote in den betroffenen Gegenden ins Leben gerufen.

Seniorbook ist ein junges bayerisches Startup-Unternehmen und ging im September 2012 online. Mittlerweile hat das Netzwerk bereits 40 000 Mitglieder. Seniorbook legt nach eigenen Angaben großen Wert auf Datenschutz, Sicherheit und Transparenz. Bei der Anmeldung müssen beispielsweise nur die absolut nötigsten persönlichen Daten angegeben werden. Ein einmal erstelltes Profil kann mit nur drei Mausklicks wieder restlos gelöscht werden. „Wir halten uns an die deutschen Datenschutzbestimmungen“ verspricht Vorstand Thomas Bily.

Lesenswerte Artikel

In einem separaten Bereich können sich Firmen und Vereine auf der Plattform präsentieren. Auch der Sozialverband VdK Bayern ist mit einem Verbandsprofil auf Seniorbook vertreten und informiert dort über Aktionen und Presseaktivitäten. Termine, Ankündigungen und Verweise auf interessante Publikationen und lesenswerte Links runden das Angebot ab.

Schauen Sie doch einmal vorbei und falls Sie schon Mitglied der Community sind, freuen wir uns, wenn Sie unsere Seite abonnieren oder uns ein „lesenswert“ schenken, wenn Ihnen einer unserer Beiträge auf Seniorbook gefallen hat. Sie finden unseren Auftritt unter folgendem Link: www.seniorbook.de/vdk-bayern

cpl

SCHLAGWORTE [Seniorbook](#) | [soziales Netzwerk](#) | [Internetportal](#)

PRESSE



Pressemitteilungen

In unseren Pressemitteilungen und Pressekonferenzen informieren wir Journalistinnen und Journalisten regelmäßig über wichtige Forderungen, Positionen, Ziele und Termine des Sozialverbands VdK Bayern.

VdK-ZEITUNG



VdK-Zeitung

Mit einer Druckauflage von über 570.000 Exemplaren zählt die VdK-Zeitung zu den auflagenstärksten Printmedien in ganz Bayern. Alle VdK-Mitglieder bekommen sie zehnmals pro Jahr kostenlos per Post zugestellt.

VdK-TV



VdK-TV

Die Videoprogramme des Sozialverbands VdK bieten spannende Interviews, aktuelle Reportagen und anschauliche Berichte. Sie sind über das Video-Portal VdK-TV jederzeit im Internet abrufbar.

NEWSLETTER



Newsletter

Bleiben Sie auf dem neuesten Stand – abonnieren Sie jetzt den kostenlosen Newsletter des VdK Bayern. Er bietet Monat für Monat eine kompakte Auswahl an Nachrichten rund um den Sozialverband.

TIPPS UND TERMINE



Tipps und Termine

Mit seinen Aktionen und Veranstaltungen gelingt es dem VdK Bayern immer wieder hohe Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu erzielen. Dazu gehört auch die Präsenz auf wichtigen Fach- und Publikumsmessen.

© 2013
Sozialverband VdK Bayern e.V.
Schellingstraße 31
80799 München

[Wer wir sind](#)
[Kontakt](#)
[Impressum](#)
[Datenschutz](#)

[VdK vor Ort](#)
[Mitglied werden](#)
[Pressemitteilungen](#)
[Newsletter](#)

[Inhalt](#)
[Suche](#)
[Stellenangebote](#)
[Infomaterial](#)

Sie befinden sich hier: [Der VdK Bayern](#) [Presse](#) [VdK-Zeitung](#) [Weitersagen! Der VdK Bayern bei Seniorbook](#)

Kurzlink zu dieser Seite: <http://www.vdk.de/permalink/65826>

[Bildrechte einblenden](#)

Rein in die Laufschuhe, raus aus der Depression

Gemeinsam bewegen: In München trifft sich montags eine Laufgruppe für Menschen mit seelischer Erkrankung

Wenn Heidi Hecht läuft, ist sie der Depression einen Schritt voraus. Diese Erfahrung wollte sie mit anderen Erkrankten teilen und gründete mit Unterstützung des Münchner Bündnisses gegen Depression eine Laufgruppe. Mit von der Partie ist auch die deutsche Halbmarathon-Meisterin Ingelena Heuck.

Aufstehen kostete unglaublich viel Überwindung, an Sport war überhaupt nicht zu denken. Als Heidi Hecht in einer psychosomatischen Klinik dann trotz ihrer schweren Depressionen Frühspurt machen sollte, war sie entsetzt. Wussten die Ärzte und Therapeuten nicht, wie schlecht es ihr ging? Widerwillig ließ sie sich doch darauf ein - und ging am selben Abend gleich noch einmal laufen. Das war vor 35 Jahren. Damals machte Heidi Hecht ihre ersten Schritte aus der Depression. Es folgten Bergtouren, Marathon- und 100-Kilometer-Läufe. Auch



Gemeinsam laufen, gemeinsam dehnen: Nach jedem Training im Englischen Garten macht die Laufgruppe für Menschen mit Depressionen vor der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität eine Schlussrunde. Lauftrainer Norbert Manhardt (vorne) gibt Tipps, Initiatorin Heidi Hecht (Zweite von links) hält die Truppe zusammen.

nach einem heftigen Rückschlag Jahre später war es das Laufen, das ihr half, wieder aufzustehen.

Der Regen stört hier keinen

An einem Montag im Mai, der grauer und nasser nicht sein könnte, steht Heidi Hecht inmitten einer bunten Gruppe vor der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) in München. Es ist kalt, sie zittert ein bisschen, aber lacht übers ganze Gesicht. Die 68-jährige begrüßt Junge und Ältere, Männer und Frauen, die sich nach und nach dazu gesellen. Ein paar Mal haben sie sich schon hier getroffen, um je nach Kondition und Erfahrung in drei Gruppen eine Stunde lang zu laufen. Um Punkt 18.30 Uhr traben etwa 20 Teilnehmer und acht Trainer los Richtung Englischer Garten. Der Regen scheint niemanden zu stören.

Vor wenigen Monaten hätte Heidi Hecht ihre Idee, eine Laufgruppe für Menschen mit Depressionen zu gründen, fast wieder verworfen. „Ich bin einfach nicht weitergekommen“, sagt sie. Vor allem die Suche nach Trainern gestaltete sich schwierig. Bis sie über

die Laufgruppe der Stadtwerke München an Ingelena Heuck geriet. Die deutsche Meisterin im Halbmarathon war sofort Feuer und Flamme für das Projekt. „Als passionierte Läuferin und Sportwissenschaftlerin weiß ich, welche positive Auswirkungen regelmäßiges Laufen auf die Psyche hat“, erklärt sie. „Es macht mir unglaublich viel Freude, mich dafür ehrenamtlich zu engagieren.“ Nicht nur, dass sie selbst zusagte, die 26-jährige hatte auch den richtigen Tipp, andere Ehrenamtliche zu finden. Über das Netzwerk des Münchner Lauftrainers Klaus Ruscher fanden sich schließlich viele geübte Läufer - viel mehr als erwartet. Auch einen Facharzt konnte Heidi Hecht rekrutieren: Dr. Bernd Malchow, Oberarzt in der Nussbaumklinik.

Im Englischen Garten sucht sich die Anfänger-Gruppe einen großen Baum. Es tropft von den Kastanienblättern, doch halten sie den Regen während der Dehnungsübungen ein wenig ab. Norbert Manhardt erklärt, wie Arme, Beine und Füße richtig gelockert und gedehnt werden. Beim Hopper-Lauf spritzt das Wasser aus den Pfützen

an Hosen, Shirts und Jacken. „Wozu gibt's Waschmaschinen?“, sagt eine Teilnehmerin und lacht. Um wieder warm zu werden, treibt der Trainer seine Schützlinge zweimal zum Monopteros hinauf. Wer nicht will oder kann, darf natürlich unten bleiben. Gezwungen wird hier keiner, zu nichts. Dann geht's gemütlich zurück zur Universität, wo nach und nach auch die anderen zwei Gruppen ankommen. Alle haben ein Lächeln auf den Lippen.

„Ich wusste, dass Laufen bei Depressionen hilft, aber ich wusste auch, dass es eine Herausforderung ist, Menschen mit dieser Krankheit dafür zu begeistern.“ Rita Wüst, Geschäftsführerin des Münchner Bündnisses gegen Depression, freut sich deshalb umso mehr, dass das Angebot so gut angenommen wird und sich Heidi Hecht mit ihrer Idee an das Bündnis wandte. Es ist noch genug Platz für interessierte Mitläufer. „Wer mitmachen will, muss sich nicht anmelden oder irgendwelche Voraussetzungen erfüllen, sondern kann einfach zum Treffpunkt vor der LMU kommen“, betont Rita Wüst. Auch Freunde und Ange-

hörige von Menschen mit Depressionen sind willkommen, genauso wie diejenigen, die einfach nur einen Ausgleich zum stressigen Alltag suchen. Wer sich keine Laufschuhe leisten kann, wird auch nicht ausgeschlossen. Das macht die Adventskalender-Aktion der Süddeutschen Zeitung möglich. „Es wäre doch traurig, wenn eine Teilnahme am Geld scheitert“, sagt Heidi Hecht.

Kontinuität ist wichtig

Bevor es nach Hause geht, stellen sich die Läufer im Kreis auf. Während sie sich dehnen, recken und strecken, wird gekichert, gequatscht und sich fürs nächste Mal verabredet. Denn eines ist für Menschen mit Depressionen besonders wichtig: Kontinuität. Deshalb trifft sich die Gruppe jeden Montag. Egal ob Werk- oder Feiertag, egal ob Regen oder Sonne. „Das Laufen ist eine Möglichkeit, sich selbst zu helfen“, weiß Heidi Hecht aus Erfahrung. „Man kann der Depression zwar nicht davonlaufen, aber durch die Auszeit in der Natur stärker werden.“

Caroline Faltus

Anzeige

Thermalkuren in Hajdúszoboszló
Nach Umbau eines der schönsten und modernsten Heilbäder Europas! Seit über 25 Jahren führen wir Sie mit Leidenschaft in eines der größten Thermalbäder Ungarns. Ausgezeichnete Heilerfolge bei Rheuma, Venen- und Gelenkerkrankungen, Bluthochdruck, Gefäßverengung und allgemeiner Regeneration. Saisonübergreifende Kuren im modernen 4-Sterne-Hotel Beka mit eigenem Kurpark, Spazierwegen mit Heilwasser, Erlebnis- und Saunabereich, Saunawelt, Kur-Familienrestaurant.

Weitere Details und Informationen in unserem Katalog Wert 8, 3 bis 7, 8, und 9, 9 bis 29, 10 2013 im Luxusbuch nahezu jeden Freitag. Zutritt entlang der S10, Frankfurter-Heilbrunn-Weinberg-Nürnberg-Regensburg-Passau 9 Tage = 7 x HP ab € 473,- (Verdauungswoche) 1 x HP ab € 298,- Flugtickets möglich ab Frankfurt, Stuttgart oder München möglich. Preise auf Anfrage.

Hofmann's Reisen
Bahnhofstraße 24 - 97070 Würzburg
Tel. 0931/3419089, Fax 0931/34190-51

INFO



Wer selbst mitmachen möchte: Die Laufgruppe trifft sich immer montags kurz vor 18.30 Uhr am Brunnen vor der Ludwig-Maximilians-Universität, Geschwister-Scholl-Platz 1. Rückkehr ist gegen 19.30 Uhr. Bitte Sportkleidung und -schuhe mitbringen. Schließfächer gibt es in der Universität. Die Teilnahme ist kostenlos. Weitere Informationen gibt's beim Münchner Bündnis gegen Depression unter der Nummer (089) 54 04 51-20 und per Mail unter info@muenchen-depression.de

Weitersagen! Der VdK Bayern ist jetzt auch bei Seniorbook

Besuchen Sie den Auftritt Ihres Sozialverbands im ganz neuen digitalen Netzwerk für die Generation 50plus

Seniorbook nennt sich ein neues soziales Netzwerk für Menschen ab 45 Jahren. Das Internetportal wendet sich an „Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren, einander helfen und etwas zurückgeben wollen“. Neben der Möglichkeit, Kontakte zu pflegen und sich zu vernetzen, bietet das Portal nämlich auch zahlreiche Anknüpfungspunkte für gesellschaftliches Engagement.

„Seniorbook richtet sich an ein anspruchsvolles, erwachsenes Publikum“, sagen die beiden Gründer Thomas Bily und Markus Erl über das junge Netzwerk. Das spiegelt sich auch in der Namensgebung wieder: „Senior“ steht im Englischen nicht etwa für Alter und Gebrechlichkeit, sondern für Erfahrung und Reife. Das soziale Miteinander und der respektvolle Umgang untereinander sind, einer Umfrage unter den Seniorbook-

Nutzern zufolge, die wichtigsten Kriterien für ihre Mitgliedschaft.

„Wir verbinden Menschen mit Erfahrung“ verspricht das Portal. Auf Seniorbook können die Mitglieder selbst als Autoren aktiv werden und in den Themenwelten eigene redaktionelle Beiträge zu ihren Lieblingsthemen oder Spezialgebieten verfassen. Die Themenpalette reicht von Politik und Gesellschaft über Kultur und Unterhaltung bis hin zu Reisen und Natur. Zu den einzelnen Beiträgen kann man Kommentare abgeben und mit anderen Nutzern ins Gespräch kommen.

Lokale Neuigkeiten

Regionale Veranstaltungen, Aktuelles oder Wissenswertes aus der Heimat findet man im Lokalteil. In der Rubrik „Bürgerhilfe“ können Nutzer regionale Hilfsprojekte starten. Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren wollen, können dort eine Aufgabe finden. So

wurden beispielsweise zur Hochwasserkatastrophe in Bayern eine Onlinebörse für Hilfesuchende und Hilfsangebote in den betroffenen Gegenden ins Leben gerufen.

Seniorbook ist ein junges bayerisches Startup-Unternehmen und ging im September 2012 online.

Mittlerweile hat das Netzwerk bereits 40 000 Mitglieder. Seniorbook legt nach eigenen Angaben großen Wert auf Datenschutz, Sicherheit und Transparenz. Bei der Anmeldung müssen beispielsweise nur die absolut nötigsten persönlichen Daten angegeben werden.

Ein einmal erstelltes Profil kann mit nur drei Mausklicks wieder restlos gelöscht werden. „Wir halten uns an die deutschen Datenschutzbestimmungen“ verspricht Vorstand Thomas Bily.

Lesenswerte Artikel

In einem separaten Bereich können sich Firmen und Vereine auf der Plattform präsentieren. Auch der Sozialverband VdK Bayern ist mit einem Verbandsprofil auf Seniorbook vertreten und informiert dort über Aktionen und Presseaktivitäten. Termine, Ankündigungen und Verweise auf interessante Publikationen und lesenswerte Links runden das Angebot ab.

Schauen Sie doch einmal vorbei und senden Sie uns ein „lesenswert“, wenn Ihnen einer unserer Beiträge auf Seniorbook gefallen hat. Sie finden unseren Auftritt unter folgendem Link: www.seniorbook.de/vdk-bayern

Carola Plötz



„Wir verbinden Menschen mit Erfahrung“, lautet das Motto des neuen sozialen Netzwerks Seniorbook. Auch der VdK Bayern ist jetzt mit einem eigenen Profil auf der Online-Plattform vertreten.



✓ CP Shop, Newsletter



✓ Ratgeber, Trends und Analysen

Seniorbook startet Vermarktung



Das im September 2012 gestartete soziale Netzwerk www.seniorbook.de öffnet seine Seiten für die Vermarktung. Vorgesehen ist eine Anzeige pro Seite; im Lokalteil werden zwei Werbeflächen angeboten. Die Abwicklung erfolgt inhouse. Nach eigener Aussage wendet sich das Netzwerk an "Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren und sich in der Gesellschaft engagieren wollen".

Mittlerweile sind laut **Seniorbook** mehr als 43.000 aktive Nutzer bei dem Netzwerk registriert, das über 500.000 Visits pro Monat verzeichnet. Über 90 Prozent der Nutzer sind zwischen 45 und 75 Jahren alt. Dabei handele es sich um eine kaufkräftige, qualitätsbewusste und gleichzeitig kritische Klientel, die für viele Unternehmen einen

wichtigen Absatz- und Wachstumsmarkt darstelle, so das Unternehmen.

Die Seniorbook AG wurde im Juli 2011 von den Vorständen Thomas Bily (Foto) und Markus Erl gegründet. Bily war zuvor in leitenden Funktionen in Verlagshäusern wie Gruner+Jahr und Hubert Burda Media tätig. Als Vorstand ist er bei Seniorbook für die Bereiche Vertrieb, Marketing und Kommunikation zuständig. Erl arbeitete zuvor im väterlichen Unternehmen Erl Bau und betreut nun als Vorstand die Bereiche Finanzen, Personal und Unternehmensentwicklung. Die AG ist zu 100 Prozent privat und unabhängig finanziert. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 17 feste Mitarbeiter an den Standorten München und Plattling.

[zurück](#)

[Druckansicht](#)



(yw) 10.07.2013

[Artikel empfehlen](#)

ANZEIGE

Research & Results 2013

DIE MARKTFORSCHUNGSMESSE

new business



[Inhalt](#) | [Bestellung](#)

new business



[Blättern](#) | [Download](#)

new business





Bewertung:

Gefällt mir Tweet XING Share

Seniorbook startet Vermarktung Eine Anzeige pro Seite

skr 10.07.2013 15:00



(Foto: Fotolia.de/apopos)

Das soziale Medium für ältere Netzwerker, Seniorbook, beginnt neun Monate nach seinem Start mit der Einführung von Werbeplätzen. Die klassische Displaywerbung kann an verschiedenen Stellen im Netzwerk eingebunden werden.

Bei mittlerweile über 43.000 angemeldeten Nutzern und 500.000 Seitenbesuchen pro Monat will Seniorbook seinen Dienst nunmehr monetarisieren. Dazu führt das Netzwerk Anzeigen ein. Dabei gibt es auf jeder Seite des Netzwerks nur einen Werbeplatz. Ausnahme ist der Lokalteil mit, dort können ein überregionaler Werbeproduzent mit regionaler Verankerung (wie Drogeriemarkt-Ketten) und ein regional ausgerichtetere vertreten sein. Die Anzeigen werden während des gebuchten Zeitraums an fester Stelle rechts oben auf jeder Seite ausgewiesen. Im Programm sind neben Display auch Sponsoring und Werbung im Chat-Bereich, sowie die Integration von Online-Shops bei Themen-Specials wie beispielsweise die Verlinkung einer Online-Apotheke beim Thema Gesundheit und Fitness.

Firmen können Seniorbook auch für die nicht-werbliche Kommunikation einsetzen und dort Artikel veröffentlichen. Diese sind mit einem Logo gekennzeichnet: "Nicht alles, was Unternehmen verlautbaren, muss Werbung sein. Geschichten über Mitarbeiter, Erfolge, [Veranstaltungen](#), soziales Engagement sind nur ein kleiner Ausschnitt nicht-werblicher Botschaften", so Vorstand Thomas Bily. "Gerade für kleine Firmen ist dies eine Riesenchance." Ein Content-Publishing-Service steht dabei auch für Werbetreibende zur Verfügung, die bisher noch keine Social-Media-Aktivitäten unterhalten. Das Seniorennetzwerk wurde 2011 gegründet und ist seit September online. Über 90 Prozent der Nutzer sind zwischen 45 und 75 Jahren alt.

Dass das Internet nicht nur etwas für jüngere Nutzer ist, steht schon seit langem fest. Auch mobil sind die Senioren mittlerweile **längst im Web aktiv**, wie eine aktuelle Statistik feststellte. In einer **Leserbefragung** stellte Internetworld BUSINESS kürzlich fest, dass es durchaus einen Bedarf gibt, speziell auf ältere Nutzer zugeschnittene Plattformen zur Kommunikation oder zum Shopping ins Netz zu stellen.

Mehr zum Thema

- Silver Surfer erobern das Web: E-Commerce für Senioren
- Die Generation 50 Plus entdeckt das mobile Internet: Smartphone-Verbreitung unter Älteren
- Eine besondere Zielgruppe: Online-Plattformen für Ältere
- Mehr als ein Viertel der Senioren nutzt Facebook und Co.: Silver Surfer entdecken Social Media
- Alter schützt vor Facebook nicht: Social-Media-Nutzung von Senioren

Aus dem Heftarchiv

- E-COMMERCE FÜR SENIOREN: Anspruchsvolle Zielgruppe
- Viel Geld, wenig Beachtung

TOP-THEMEN

- Luxus, Mode und Daten**
Frauen und Digitales passen zusammen - und zwar nicht nur beim Online-Shopping. Das bewies die DLD Women Conference. [mehr](#)
- Raus aus der Komfortzone**
Soziale Netzwerke können eine Karriere beschleunigen. Doch wie richtig vorgehen, ohne plump zu wirken? [mehr](#)
- Die fünf Gründer-Trends**
Was sind die heißesten Trends in der Start-up Szene? Worin liegt die Zukunft und wann lohnt sich eine Investition? [mehr](#)

internet WORLD BUSINESS Magazin

Alle 14 Tage umfassend informiert!

Das Fachmagazin für Internet Professionals

TECHNIK E-COMMERCE ONLINE-WERBUNG ERFOLG

NEUE STELLENANGEBOTE

- Senior Consultant Digital (m/w)**
Porst + Steiner GmbH
 - Online Marketing Manager (m/f)**
Tiscover GmbH
 - Geschäftsführer - Online Marketing Agentur (m/w)**
Talents Wanted Germany - Executive Search
 - Online-Marketing Spezialisten SEA/SEO (m/w)**
Verlag C.H.BECK
- [zu weiteren Stellenanzeigen](#)

NEWSLETTER

Zweimal täglich das Neueste aus Online-Marketing, E-Commerce, Online-Recht und Technik sowie topaktuelle Personalien. Jetzt kostenlos bestellen!

Ihre E-Mail-Adresse:

Internetworld.de

Gefällt mir

Soziales Plug-in von Facebook

Recruiting auf allen Kanälen

Qualifizierte Mitarbeiter gesucht?
Jetzt unser Karriereportal nutzen!

- Print, Online, Newsletter, Apps
- Top-Reichweite
- Optimale Zielgruppenansprache
- effizient und ohne Streuverluste

Kerstin Berthmann
0 89 / 7 41 17 - 327
kerstin.berthmann@nmg.de



Weiterempfehlen Drucken Heft-Abo Newsletter-Abo

Kommentare via facebook (beta)

Was ist das?



Kommentar hinzufügen ...

Auf Facebook
veröffentlichen

Als Verena Simon posten (Ändern)

Kommentieren

Soziales Plug-in von Facebook

Empfehlungen



Twitter aktualisiert Apps: Alle Geräte im Gleichklang

Eine Person empfiehlt das.



Axel Springers Vermarktungschef Würtenberger zum Online-Marketing: Zehn Trends aus den USA

Magdalena Rogl empfiehlt das.



Nutzer-Einstellungen gegenüber den fünf Internet-Riesen: Facebooks Führungsrolle ist besorgniserregend

4 Personen empfehlen das.



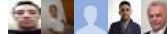
Egon Krenz zum Einfluss von Social Media:

2 Personen empfehlen das.

Soziales Plug-in von Facebook

Wir sind auf

Folgen



+5.165

@internet_world folgen

19.7Tsd Follower

UMFRAGE

Immer mehr Arbeitgeber gewähren ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten oder sich die Arbeitszeit sogar flexibel einzuteilen. Andere, wie zum Beispiel Yahoo, verpflichten ihre Angestellten, ins Büro zu kommen. Das Argument von Yahoo-CEO Marissa Mayer: Die Kommunikation in den Teams soll gestärkt werden. Bei einer **Diskussion auf der DLD Women** hielt Arbeitsministerin Ursula von der Leyen dagegen: "Ich konnte meine Arbeit als Politikerin nur schaffen, weil ich selbst entscheiden konnte, wo ich arbeite."

Wie sieht die Zukunft der Arbeit aus: Stets im Büro oder örtlich ungebunden, aber erreichbar?

- Leistung ist wichtiger als Anwesenheit. Flexible Zeiteinteilung und freie Ortswahl sind gut für Arbeitnehmer und Unternehmen.**
- Anwesenheit im Büro ist nicht immer nötig, manchmal aber wichtig und sollte dann auch gefordert werden können.**
- Anwesenheit im Büro trägt entscheidend zum Austausch mit den Kollegen bei. Das vereinfacht Vieles, verbessert die Abstimmung und beschleunigt Prozesse.**

JETZT ABSTIMMEN

TOP 10 ARTIKEL

1. Die E-Commerce-Trends des Tages - 18.07.2013: Butlers erfindet Online-Beratung neu

Ganz neu ist die Idee nicht: Der Kinder-Spielturmbauer Demmelhuber tüftelt zusammen... [mehr](#)

2. Cross-Channel-Effekte in der Modebranche: Online-Shops helfen dem stationären Modehandel

Stationäre Händler beklagen oft, dass der E-Commerce ihnen das Geschäft kaputt macht. D... [mehr](#)

3. Butlers baut Online-Beratung aus: Wenn der Verkäufer zur Kamera greift

Wie sieht dieses Produkt wirklich aus? Diese Frage stellen sich Online-Shopper oft... [mehr](#)

MEDIAPLANET: Sonderpublikation E-Commerce



INTERNET WORLD BUSINESS
AUSGABE 15/2013
REICHE AUSWAHL AN KUNDEN
 E-Commerce-Agenturen sind
 ausgebucht und können bei
 der Kundschaft wählerisch
 sein [weiterlesen](#)

[HEFTARCHIV](#)

- SERVICES**
- DIENSTLEISTER DATENBANK**
Verzeichnis von redaktionell geprüften Einträgen
 - SEMINARPILOT**
Seminare für .Net, PHP, Datenbanken und Internet
 - STELLENMARKT**
Interessante Stellenangebote und Jobs

Praxistipps **Studien** **Virale Videos**

Erfolg mit Social Commerce
 Eric Abensur, CEO des Shopsystem-Anbieters Venda, erklärt, wie Social Commerce ein Erfolg wird. [mehr](#)

Trau, schau, wem!
 Der Payment-Anbieter Sage Pay hat fünf Tipps gegen Online-betrug zusammengestellt. [mehr](#)

Einführung von SEPA
 INTERNET WORLD Business zeigt, was sich durch die Einführung von SEPA ab 2014 verändert. [mehr](#)

TAGS

Google Facebook Twitter E-Commerce Online Marketing iPhone Social Media Wer kennt wen SEM SEO Affiliate Marketing Yahoo Mobile-Marketing Conversion Rate eBay Wikileaks Apple Amazon



[KONTAKT](#) | [IMPRESSUM](#) | [DATENSCHUTZ](#) | [DIENSTLEISTERVERZEICHNIS](#) | [AGB](#) | [WEBHOSTING BY HOST EUROPE](#)

HEFTARCHIV: [2013](#) | [2012](#) | [2011](#) | [2010](#) | [2009](#) | [2008](#) | [2007](#) | [2006](#) | [2005](#)

WEITERE PORTALE DER NEUEN MEDIENGESELLSCHAFT ULM MBH

[APPSUNDCO.DE](#) | [CODEKICKER.DE](#) | [COM-MAGAZIN.DE](#) | [CONVERSIONRATE-FORUM.DE](#) | [DEVELOPER-WEEK.DE](#) | [DOTNET-DEVELOPER-CONFERENCE.DE](#) | [DOTNETPRO.DE](#) | [ECOMMERCE-CONFERENCE.DE](#) | [INTERNETWORLD-ACADEMY.DE](#) | [INTERNETWORLD-AFTERWORK.DE](#) | [INTERNETWORLD-MESSE.DE](#) | [IPHONE-DEVELOPER-CONFERENCE.DE](#) | [LOCAL-MEDIA-CONFERENCE.COM](#) | [MOBILE-BUSINESS-CONFERENCE.DE](#) | [MOBILE-DEVELOPER-CONFERENCE.DE](#) | [MOBILE-NEXT.DE](#) | [ONLINEMARKETINGFORUM.DE](#) | [ONLINEPC.CH](#) | [REPUTEER.DE](#) | [SEARCH-CONFERENCE.DE](#) | [SOCIALMEDIACONFERENCE.DE](#) | [SPORTONLINE.DE](#) | [TELECOM-HANDEL.DE](#) | [WEB-DEVELOPER-CONFERENCE.DE](#) | [WEBUNDMOBILE.DE](#)

REISEPORTALE IM SUCHMASCHINEN-CHECK

WEBSEITE	PRÄSENZ	TOP-POSITION	SITE-LINKS	VERKÄUFER-BEWERTUNGEN	SOZIALE HINWEISE	LONGER AD HEADLINES	KEYWORD-NUTZUNG IM TEXT	WEITERE GOOGLE-FEATURES
ab-in-den-urlaub	☹️	☹️	😊	😊	😊	😊	☹️	😊
ab-ins-blaue	☹️	😞	😞	😞	😞	😞	😊	😞
expedia	☹️	😞	😞	😞	😞	😞	😊	😞
holidaycheck	☹️	😞	😞	☹️	☹️	😞	😞	😞
opodo	☹️	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😞
travel24	☹️	☹️	☹️	😊	☹️	☹️	😊	😞
trivago	☹️	☹️	☹️	😊	☹️	☹️	☹️	😞
weg	☹️	😞	😞	😊	😞	😞	😞	😞
neckermann-reisen	☹️	☹️	☹️	☹️	😊	☹️	😊	😞
thomascook	☹️	😞	😞	😞	😊	😞	😊	😞
reisegeier	☹️	😞	😞	😞	😞	😞	😞	😞
swoodoo	☹️	☹️	☹️	☹️	😊	☹️	☹️	☹️
1-2-fly	☹️	☹️	☹️	😞	😞	☹️	☹️	😞

😊 gut ☹️ mittel 😞 optimierbar

AB IN DIE SUCHE



Reiseportale-Check Nach den zig verregneten Wochen wollen Urlauber nur noch eins: Sonne pur und zudem garantiert. Entsprechend Hochkonjunktur herrscht derzeit bei den Reiseanbietern. 49 Prozent der Deutschen informieren sich zumindest online, bevor sie buchen. Wer da als Reiseanbieter punkten – sprich gefunden werden – will, hat bekanntlich umso bessere Chancen, je weiter oben er sich in die Suchmaschinenrankings von Google und Co. katapultiert. Wie sich

die gängigen Reiseportale hier aufstellen und welche Unterschiede es gibt, hat die Agentur Quisma anhand von Keywords wie Urlaub, Reisen, Mallorca Flüge oder Hotel analysiert. Dabei wurde differenziert nach bezahlten Anzeigen (siehe obige Tabelle), für die Klickkosten an die Suchmaschinenbetreiber zu entrichten sind, und nach kostenfreien organischen Suchergeb-

nissen differenziert. Kriterien waren unter anderem Präsenz, Headlines, Positionierung, Keywordnutzung im Text, soziale Verknüpfungen oder auch, ob ansprechende Sitelinks angeboten wurden.

Fazit von Quisma: „Ob bezahlte Anzeigen auf Google oder die organischen Ergebnisse – die Reisebranche versteht ihr Online-Geschäft besser als manch andere Branche, nutzt aber längst noch nicht alle Features, die zur Verfügung stehen.“ Im Quisma-Check der bezahlten Anzeigen waren Ab-in-den-Urlaub.de und Opodo.de die Favoriten. Expedia.de und Holidaycheck waren dagegen bei der organischen Suche top. ct

INTELLIGENTES WOHNEN

Smart Home Die Möglichkeiten rund um Smart Home beflügeln die Fantasie, denkt man nur an den nie in der Praxis angekommenen „Sprechenden Kühlschrank“. Der 4. Fachkongress „Innovations in Microsystems“ in München, organisiert von Bayern Innovativ, war vielmehr bemüht, sich an tatsächlichen Möglichkeiten, Bedürfnissen und Herausforderungen zu orientieren. Smart Home fokussiert im Wesentlichen vier Bereiche des „vernetzten“ Wohnens: Energie mit intelligenten Energielösungen wie Smart Grid, Komfort, etwa bei Entertainmentgeräten oder Hausautomatisierung, der Sicherheit und, einem wachsenden Feld, Assisted Living, wo vernetzte Medizingeräte älteren und kranken Menschen ein selbstständiges Leben ermöglichen. Darum drehten sich an dem zweitägigen Symposium die Fachbeiträge von Experten etwa von Infineon, Siemens, EnOcean, EnBW, dem FZI Karlsruhe. Die Crux an Smart Home: Es fehlt an ganzheitlichen Lösungen. Hightech-Marketeer Sven Kielgas, Serviceplan Gruppe und Vorstand Connected Living e.V., brachte es auf den Punkt: „Ganzheitliche Lösungen erfordern eine intensive Kooperation vieler Partner. Die Gefahr für unseren innovativen, aber dezentral organisierten Mittelstand ist das Auftauchen eines ‚One-size-fits-all‘-Ansatzes aus der Hand eines großen Herstellers wie Samsung oder Panasonic.“ ct

SENIORBOOK DOSIERT

Vermarktungsstart Seit 1. Juli kann im Netzwerk Seniorbook Werbung geschaltet werden. Während andernorts Websites damit nicht voll genug sein können, propagiert Geschäftsführer Thomas Bily, dass es pro Seite nur einen Werbeplatz gibt. Zudem will er weg von Standard-Werbung: „Nicht alles, was Unternehmen verlautbaren, muss Werbung sein. Geschichten über Mitarbeiter oder soziales Engagement sind nur ein Ausschnitt nichtwerblicher Botschaften und können dank sozialer Netzwerke kostengünstiger verbreitet werden als über andere Kanäle.“ ct

Seniorbook AG startet soziales Netzwerk

Münchener Unternehmen will Potenzial des demografischen Wandels heben

www.seniorbook.de

München, 27. September 2012: Die Seniorbook AG mit Sitz in München startet heute unter www.seniorbook.de das erste wirklich soziale Netzwerk: seniorbook wendet sich an Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren, einander helfen und der Gesellschaft etwas zurück geben wollen.

seniorbook vernetzt nicht nur - seniorbook verbindet Menschen und bietet dafür folgende Bereiche an:

In der Themenwelt können Nutzer gemeinsame Interessen und Leidenschaften entdecken und darüber neue Kontakte knüpfen. Beiträge namhafter Autoren und der Nutzer bringen laufend neue Seiten und damit neue Verbindungen zu Tage.

Regional verbundene Inhalte fließen im Lokalteil zusammen. So holt seniorbook Menschen mitten aus ihrem Leben ab. Die Lokalteile entsprechen Landkreisen bzw. kreisfreien Städten.

seniorbook schafft mit der Bürgerhilfe einen Online-Marktplatz für bürgerschaftliches Engagement. Hier lassen sich einfach und lebensnah Hilfsprojekte anlegen. Menschen, die helfen wollen, finden konkrete Aufgaben und Ideen, wie und wo sie sich engagieren können.

Zum täglichen Leben gehören Firmen und Vereine. Auch sie finden von Anfang an ihren Platz auf seniorbook und erreichen hier ein anspruchsvolles und offenes Publikum.

seniorbook will ein zeitgemäßes, zukunftsweisendes Bild vom Älterwerden fördern und dazu beitragen, das große Potenzial der geburtenstarken Jahrgänge für die Gesellschaft zu erhalten. Kernanliegen ist, eine Kultur der Wertschätzung und Anerkennung für die Lebensleistung der Menschen zu stärken. So adressiert seniorbook vor allem Lebenserfahrung, Wissen sowie die Bereitschaft für gesellschaftliches Engagement und zieht dabei bewusst keine Altersgrenze.

„Wer einen klaren Blick auf das Leben erlangt hat, kann sich auf die für ihn relevanten Menschen, Themen und Projekte konzentrieren – auch online. Die Zeile Mein Heimat-Ich im Internet will auf einen Nenner bringen, was unseren Nutzern im Leben wichtig ist,“ so Markus Erl, Vorstand bei der Seniorbook AG.

„Die demografische Entwicklung verändert unser Land und unsere Gesellschaft nachhaltig. Mit seniorbook wollen wir einen Beitrag leisten, dass dies zum Vorteil aller in ein besseres Miteinander mündet.“ ergänzt Vorstand Thomas Bily. Er sieht großes Potenzial für das neue Netzwerk: „Wir glauben, dass gut fünf Millionen Menschen in Deutschland schon heute bereit sind, sich für die Anliegen zu engagieren, die wir mit seniorbook verfolgen. Tendenz: stark zunehmend.“

seniorbook pflegt eine erwachsene Tonalität und einen respektvollen Umgang miteinander. Sicherheit, Privatsphäre, Datenschutz, Transparenz und Benutzerfreundlichkeit haben oberste Priorität und werden kontinuierlich durch externe Kontrollen sichergestellt.

Die Seniorbook AG wurde im Juli 2011 von den Vorständen Thomas Bily und Markus Erl gegründet. Das Unternehmen ist privat und unabhängig finanziert und beschäftigt derzeit 16 feste Mitarbeiter an den Standorten München und Plattling.

Pressekontakt

Carolin Rottländer
Carolin Rottländer Kommunikationsberatung GmbH
Telefon: +49(0)171-3119027
Mail: cr.kommunikation@rottlaender.eu

Kontakt seniorbook

Thomas Bily
Vorstand Seniorbook AG
Telefon: +49(0)89-818968411
Mail: t.bily@seniorbook.de

EMNID-Umfrage im Auftrag von seniorbook.de: Die Deutschen und die sozialen Netzwerke – die Angst vor Datenmissbrauch ist groß

Was denken die Deutschen wirklich über Social Networks? TNS Emnid hat im Auftrag der Seniorbook AG 1000 Erwachsene zwischen 18 und 65 Jahren zu ihrem Nutzungsverhalten und ihren Einstellungen zu sozialen Online Netzwerken befragt. Bei der Frage nach dem Stellenwert sozialer Netzwerke in ihrem Leben zeigten die Befragten eine kühle Haltung: Die Mehrheit der Deutschen kann nach eigenen Angaben momentan noch problemlos auf Social Networks verzichten. Die größten Bedenken liegen im Bereich der Datensicherheit.

München, 25. Juni 2013 – Obwohl immer mehr Menschen in Deutschland soziale Netzwerke nutzen, ist die Angst vor Datenmissbrauch sehr groß. Die TNS Emnid Umfrage im Auftrag der Seniorbook AG zeigte, dass die überwiegende Mehrheit vermutet, dass die gesammelten Daten aus den sozialen Netzwerken gespeichert, kommerziell verwendet oder gar missbraucht werden (90 %). Nur 4% der 30 bis 39-Jährigen und 3% der 50 bis 59-Jährigen glauben, dass mit dem Löschen des Profils alle Daten aus dem Internet entfernt werden. Hinter dem kühlen Verhältnis zu den Netzwerken stecken bei Nutzern und Nichtnutzern oftmals Ängste, Bedenken oder nicht erfüllte Erwartungen. Dies geht einher mit dem Ergebnis, dass für mehr als die Hälfte der Befragten (57%) die sozialen Netzwerke keine Rolle spielen. Insbesondere die ältere Generation steht ihnen skeptisch gegenüber. Diese Ergebnisse bestätigen seniorbook darin, den Datenschutz ganz groß zu schreiben. Als soziales Netzwerk versichert seniorbook seinen Nutzern, dass sämtliche Daten ihr persönliches Eigentum bleiben und nicht gespeichert oder kommerziell genutzt werden. "Wir verbinden Menschen mit Erfahrung - Menschen, die wissen, wie Leben geht. Dabei liegt die Betonung klar auf SOZIAL", so Thomas Bily, Vorstand von seniorbook.

Im Anhang stellt Ihnen seniorbook auszugsweise die Umfrageergebnisse im Original bei Nennung von seniorbook.de kostenlos zur weiteren Verarbeitung zur Verfügung.

Über die Umfrage: In der TNS Emnid Umfrage wurden mittels CATI BUS (Computer Assisted Telephone Interview) Verfahren 1000 Menschen zwischen 18 und 65 Jahren im Zeitraum vom 16.04.-18.04.2013 befragt. Die Links zu den Videos:

<http://www.youtube.com/watch?v=7hnV7F-OxXM>

<http://www.youtube.com/watch?v=gIUcPOcAjv0>

Über seniorbook:

seniorbook ist seit dem 27. September 2012 online und zählt bereits über 40.000 registrierte Nutzer. Das soziale Netzwerk wendet sich an Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren und sich in der Gesellschaft engagieren wollen. seniorbook pflegt eine erwachsene Tonalität, der Umgang der Nutzer untereinander ist respektvoll. Sicherheit, Transparenz und einfache Benutzerführung sind entscheidende Argumente für seniorbook. Die Seniorbook AG wurde von den Vorständen Thomas Bily und Markus Erl im Juli 2011 gegründet. Das Unternehmen ist privat und unabhängig finanziert.

Pressekontakt:

Verena Simon
seniorbook.de
Tel.: +49 (0)89/ 818 9684 - 285
E-Mail: v.simon@seniorbook.de

Kontakt seniorbook:

Thomas Bily
Vorstand Seniorbook AG
Tel.: +49 (0)89/818 9684 -11
E-Mail: t.bily@seniorbook.de

Tabelle 1: Stellenwert Sozialer Netzwerke im eigenen Leben
Welchen Stellenwert haben Soziale Netzwerke im Internet für Ihr Leben? Ich lese Ihnen jetzt dazu drei Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche der Aussagen am ehesten auf Sie persönlich zutrifft.

	Total		Geschlecht				Alter					Schulbildung des Befragten				
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler		
															Total	Total
Basis (=100%)	1003 %	822 %	181 %	491 %	512 %	212 %	138 %	191 %	165 %	297 %	48 %	355 %	292 %	261 %	47 %	
Soziale Netzwerke spielen in meinem Leben keine Rolle.	57	56	63	59	55	19	48	67	69	75	45	73	50	53	11	
Ich nutze Soziale Netzwerke, aber ich könnte jederzeit darauf verzichten	32	33	25	30	34	60	42	28	24	14	31	19	43	32	57	
Ich wollte oder könnte mir nicht mehr vorstellen ohne Soziale Netzwerke zu leben	8	9	6	8	9	20	9	3	5	5	23	3	5	13	30	
weiß nicht, keine Angabe	3	2	5	3	2	0	-	2	2	6	-	5	2	1	2	
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Befragungszeitraum: 16.04.-18.04.2013



Tabelle 1: Stellenwert Sozialer Netzwerke im eigenen Leben
Welchen Stellenwert haben Soziale Netzwerke im Internet für Ihr Leben? Ich lese Ihnen jetzt dazu drei Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche der Aussagen am ehesten auf Sie persönlich zutrifft.

	Total	Nielsengebiete								BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)				
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr	
														I
Basis (=100%)	1003 %	161 %	218 %	136 %	130 %	152 %	43 %	82 %	81 %	47 %	86 %	223 %	301 %	346 %
Soziale Netzwerke spielen in meinem Leben keine Rolle.	57	55	52	56	56	59	71	66	57	66	61	57	52	59
Ich nutze Soziale Netzwerke, aber ich könnte jederzeit darauf verzichten	32	30	33	41	34	31	22	24	30	17	34	30	40	28
Ich wollte oder könnte mir nicht mehr vorstellen ohne Soziale Netzwerke zu leben	8	14	13	2	8	4	7	5	6	15	4	8	7	10
weiß nicht, keine Angabe	3	1	2	1	2	6	-	5	6	2	1	5	1	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.04.-18.04.2013



Tabelle 1: Stellenwert Sozialer Netzwerke im eigenen Leben
Welchen Stellenwert haben Soziale Netzwerke im Internet für Ihr Leben? Ich lese Ihnen jetzt dazu drei Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche der Aussagen am ehesten auf Sie persönlich zutrifft.

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)					Nutzung Soziale Netzwerke:		Konsequenz beim Datenschutz	
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +	ja	nein	ja	nein
Basis (=100%)	1003 %	549 %	454 %	225 %	378 %	179 %	222 %	102 %	137 %	128 %	130 %	344 %	413 %	535 %	746 %	223 %
Soziale Netzwerke spielen in meinem Leben keine Rolle.	57	59	55	59	65	56	43	51	45	61	56	61	5	97	60	48
Ich nutze Soziale Netzwerke, aber ich könnte jederzeit darauf verzichten	32	34	30	27	25	37	45	29	47	30	34	29	75	-	30	39
Ich wollte oder könnte mir nicht mehr vorstellen ohne Soziale Netzwerke zu leben	8	7	10	10	7	6	12	13	6	8	8	9	20	-	8	11
weiß nicht, keine Angabe	3	1	5	4	4	0	0	8	1	1	2	1	0	3	2	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.04.-18.04.2013



Tabelle 2: Löschen persönlicher Angaben aus Sozialen Netzwerken
Das Anmelden in einem Sozialen Netzwerk ist einfach und erfolgt in wenigen Schritten. Glauben Sie, dass es ebenso unkompliziert ist, sich wieder aus einem sozialen Netzwerk abzumelden und dabei rückstandslos seine persönlichen Spuren im Netz zu beseitigen? Welche der beiden folgenden Aussagen entspricht eher Ihrer Meinung?

	Total		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten					
	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks ohne Lehre	Volks mit Lehre	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	noch Schüler	
Basis (=100%)	1003 %	822 %	161 %	491 %	512 %	212 %	138 %	191 %	165 %	297 %	48 %	355 %	292 %	261 %	47 %
Mit dem Löschen des Profils sind vermutlich alle Daten rückstandslos aus dem Internet entfernt.	5	5	2	5	4	3	4	3	3	8	14	6	3	3	8
Ich vermute die gesammelten Daten werden weiter gespeichert, kommerziell verwendet oder gar missbraucht.	90	90	91	90	91	97	96	97	92	78	76	84	95	96	92
weiß nicht, keine Angabe	5	4	7	5	5	-	-	0	4	14	9	10	2	1	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.04.-18.04.2013



Tabelle 2: Löschen persönlicher Angaben aus Sozialen Netzwerken
Das Anmelden in einem Sozialen Netzwerk ist einfach und erfolgt in wenigen Schritten. Glauben Sie, dass es ebenso unkompliziert ist, sich wieder aus einem sozialen Netzwerk abzumelden und dabei rückstandslos seine persönlichen Spuren im Netz zu beseitigen? Welche der beiden folgenden Aussagen entspricht eher Ihrer Meinung?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1003 %	161 %	218 %	136 %	130 %	152 %	43 %	82 %	81 %	47 %	86 %	223 %	301 %	346 %
Mit dem Löschen des Profils sind vermutlich alle Daten rückstandslos aus dem Internet entfernt.	5	7	8	5	2	4	1	2	4	1	3	5	6	5
Ich vermute die gesammelten Daten werden weiter gespeichert, kommerziell verwendet oder gar missbraucht.	90	92	86	94	93	88	99	91	89	99	91	91	92	87
weiß nicht, keine Angabe	5	1	7	2	5	8	-	7	8	-	6	4	3	8
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.04.-18.04.2013



Tabelle 2: Löschen persönlicher Angaben aus Sozialen Netzwerken
Das Anmelden in einem Sozialen Netzwerk ist einfach und erfolgt in wenigen Schritten. Glauben Sie, dass es ebenso unkompliziert ist, sich wieder aus einem sozialen Netzwerk abzumelden und dabei rückstandslos seine persönlichen Spuren im Netz zu beseitigen? Welche der beiden folgenden Aussagen entspricht eher Ihrer Meinung?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)					Nutzung Soziale Netzwerke:		Konsequenz beim Datenschutz	
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen	- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 +	ja	nein	ja	nein
Basis (=100%)	1003 %	549 %	454 %	225 %	378 %	179 %	222 %	102 %	137 %	128 %	130 %	344 %	413 %	535 %	746 %	223 %
Mit dem Löschen des Profils sind vermutlich alle Daten rückstandslos aus dem Internet entfernt.	5	3	6	9	3	2	5	18	8	3	2	2	5	5	5	3
Ich vermute die gesammelten Daten werden weiter gespeichert, kommerziell verwendet oder gar missbraucht.	90	95	84	84	90	95	94	71	85	95	98	96	94	93	91	93
weiß nicht, keine Angabe	5	1	9	7	7	2	0	11	7	2	1	2	1	3	4	4
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 16.04.-18.04.2013



Der Abdruck der Pressemitteilung und/ oder auszugsweise der Emnid-Daten ist unter Nennung von seniorbook kostenfrei.

seniorbook startet mit Vermarktung: Angebote für klassische Werbung und Content-Publishing

Anvisierte Zielgruppe bestätigt/ Solide Zahlenbasis/Nutzerorientiertes Werbekonzept

München, den 10. Juli 2013 – Im September 2012 startete das soziale Netzwerk www.seniorbook.de. Seitdem haben sich über 43.000 aktive Nutzer registriert. Das Netzwerk verzeichnet über 500.000 Visits pro Monat. Über 90 Prozent der Nutzer sind zwischen 45 und 75 Jahren alt. Damit erreicht die Münchener AG präzise die anvisierte Zielgruppe. Es handelt sich um eine kaufkräftige, qualitätsbewusste und gleichzeitig kritische Klientel, die für viele Unternehmen einen wichtigen Absatz- und Wachstumsmarkt darstellt. Das Gesamtbild liefert eine solide Basis für den Start der Vermarktung. Ab sofort kann man erste Werbeplätze buchen. Das Werbekonzept von seniorbook setzt auf:

- **Exklusivität:** Es gibt auf jeder Seite des Netzwerks genau einen Werbeplatz. Ausnahme: Im Lokalteil werden zwei Werbeplätze angeboten, je einer für überregional Werbetreibende mit regionaler Verankerung (Beispiel: Drogeriemarkt-Ketten) und einer für regional ausgerichtete Werbetreibende (Autohaus vor Ort).
- **Sichtbarkeit:** Werbemittel auf seniorbook werden während des gebuchten Zeitraums an fester Stelle rechts oben auf jeder Seite ausgewiesen.
- **Regionale oder thematische Content-Einbettung:** Kunden können nach Lokalteilen werben und so ein bestimmtes Gebiet ansteuern. Oder sie wählen ein bestimmtes Themenumfeld, in dem die Werbung erscheinen soll.

Dieses Werbekonzept ist konsequent auf die Haltung der Zielgruppe im Umgang mit Werbung ausgerichtet. Die Nutzer schätzen eine dosierte Ansprache in stabiler und damit gewohnter Position mit verwertbaren Botschaften an passender Stelle. So verspricht die Werbung einen positiven Effekt auf Image, Bekanntheit und Relevanz. Abgerechnet wird dementsprechend auf Basis von Tausend-Kontakt-Preisen für die Werbemittel Medium-Rectangle und Video-Rectangle. Möglich sind Shop-Integrationen (Beispiel: Online Apotheke in der Kategorie Fitness & Gesundheit). Diese werden individuell nach Absprache vereinbart. Darüber hinaus eröffnet seniorbook weitere Möglichkeiten der Kommunikation. So können Unternehmen seniorbook als Publishing Plattform für nicht-werbliche Öffentlichkeitsarbeit nutzen: Beiträge, Veranstaltungen, Projekte oder auch Fotos lassen sich von seniorbook schnell und unkompliziert in anderen Netzwerken verbreiten oder per Mail an Adressverteiler versenden. Dieses "Story Telling" ist ein wesentlicher Teil der Social Media Aktivitäten und eine ideale Ergänzung der klassischen Werbung.

„seniorbook will das echte Leben abbilden. Dazu gehören auch Firmen. Nicht alles, was Unternehmen verlautbaren, muss Werbung sein. Geschichten über Mitarbeiter, Erfolge, Veranstaltungen, soziales Engagement sind nur ein kleiner Ausschnitt nicht-werblicher Botschaften. Diese Geschichten können Unternehmen heute dank sozialer Netzwerke schneller, einfacher und kostengünstiger verbreiten als über andere Kanäle", so Thomas Bily, Vorstand der Seniorbook AG.

Für Unternehmen, die (noch) keine Ressourcen für diese Form der Social Media Arbeit vorhalten, bietet seniorbook einen Content Publishing Service: Unternehmen können ein Autoren-Netz von seniorbook mit diesen Aufgaben beauftragen.

Über seniorbook:

seniorbook ist seit dem 27. September 2012 online und zählt bereits über 43.000 registrierte Nutzer. Das soziale Netzwerk wendet sich an Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren und sich in der Gesellschaft engagieren wollen. seniorbook pflegt eine erwachsene Tonalität, der Umgang der Nutzer untereinander ist respektvoll. Sicherheit, Transparenz und einfache Benutzerführung sind entscheidende Argumente für seniorbook. Die Seniorbook AG wurde von den Vorständen Thomas Bily und Markus Erl im Juli 2011 gegründet. Das Unternehmen ist privat und unabhängig finanziert.

PR Seniorbook AG:

Verena Simon
seniorbook.de
Tel.: +49 (0)89/ 818 9684 - 285
E-Mail: v.simon@seniorbook.de

Vorstand Seniorbook AG

Thomas Bily
Vorstand Seniorbook AG
Tel.: +49 (0)89/818 9684 -11
E-Mail: t.bily@seniorbook.de

Zwei Unternehmen, ein Ziel: seniorbook.de und ordermed.de widmen sich gemeinsamen Aufgaben

Beide Online-Unternehmen bringen Menschen zusammen und gestalten das Leben ein bisschen leichter und bunter.

Jetzt kooperieren die Unternehmen, und schaffen damit Vorteile für ihre Nutzer.

München, 18. Juli 2013 - Warum schwierig, wenn es auch einfach geht? Das Netzwerk, seniorbook.de, verbindet Menschen mit Erfahrung. Man hilft sich, tauscht Informationen aus, organisiert lokale Treffen – alles auf einer respektvollen Ebene. Gebündelt auf einer übersichtlich und ansprechend gestalteten Plattform, die Service und Datensicherheit groß schreibt.

Die Ordermed GmbH verbindet mit ihrer gleichnamigen Internet-Plattform und Handy-App, Patienten und deren pflegende Angehörige, Arzt und Apotheker. So ist es möglich, ärztliche Verordnungen und Medikamente vorzubestellen und bei Bedarf mittels Botendienst liefern zu lassen. Vor allem für chronisch Kranke und deren Pflegerinnen stellt dieser neue Service eine erhebliche Vereinfachung dar. Wartezeiten und Wege entfallen. Gleichzeitig laufen erstmals in Deutschland alle Medikamenten-Informationen beim vertrauten Apotheker vor Ort zusammen, so dass nun auch endlich ein wirksamer Schutz vor Wechselwirkungen mit anderen Medikamenten gegeben ist.

Menschen in der zweiten Lebenshälfte sind ein großer und wichtiger Teil unserer Gesellschaft. Längst sind die „neuen Alten“ agil, bedienen sich der neuen Medien, vernetzen sich, haben viele Interessen. Mit zunehmendem Alter kommen neue Bedürfnisse hinzu. Ein bisschen bequemer darf es dann sein und wenn die ersten Zipperlein oder Erkrankungen kommen, gibt es gute medizinische Hilfe und Hilfsmittel, die organisiert sein wollen. Geringere Mobilität bedeutet nicht, auf soziale Kontakte zu verzichten – im Gegenteil!

Die Generation 50plus kämpft oft mit Doppelbelastungen im Alltag: Beruf, Haushalt und die Pflege bedürftiger Angehöriger. Mobile Pflegedienste bieten hier gute Unterstützung, nehmen aber bei Weitem nicht alle Aufgaben ab. Auch hier ist es gut, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen, sich auszutauschen und von gemeinsamen Erfahrungen zu profitieren.

seniorbook bereichert das Leben durch neue Kontakte und zielgruppengerechte Inhalte. ordermed schafft Erleichterung, Sicherheit und neue Freiräume. Vor allem durch den Zeit- und Wege sparenden Service, die Organisationshilfe, den Schutz vor Wechselwirkungen und den automatischen Pillenwecker, der sowohl an die pünktliche Einnahme, als auch an die rechtzeitige Nachbestellung erinnert. Je mehr Menschen wissen, dass es die Plattformen www.seniorbook.de und www.ordermed.de gibt, umso mehr können davon profitieren. Die Kooperation beider Unternehmen soll den Nutzern hilfreiche Inhalte einfach zugänglich machen. Darum finden seniorbook-User ab sofort Informationen über ordermed und medizinische Themen, und ordermed-Kunden erhalten Informationen, wo sie sich auf seniorbook mit Gleichgesinnten vernetzen können. Zudem informieren die ordermed Partner-Apotheken ihre Kunden und Patienten über die neue Kooperation. „Wir bereichern und erleichtern das Leben von Menschen!“ lautet das Motto der neuen Kooperation von seniorbook und ordermed.

Über seniorbook:

seniorbook ist seit dem 27. September 2012 online und zählt bereits über 43.000 registrierte Nutzer. Das soziale Netzwerk wendet sich an Menschen, die Lebenserfahrung und Wissen mit anderen teilen wollen, die sich für ihre Mitmenschen interessieren und sich in der Gesellschaft engagieren wollen. seniorbook pflegt eine erwachsene Tonalität, der Umgang der Nutzer untereinander ist respektvoll. Sicherheit, Transparenz und einfache Benutzerführung sind entscheidende Argumente für seniorbook. Die Seniorbook AG wurde von den Vorständen Thomas Bily und Markus Erl im Juli 2011 gegründet. Das Unternehmen ist privat und unabhängig finanziert.

Pressekontakt:

Verena Simon
seniorbook.de
Tel.: +49 (0)89/ 818 9684 - 285
E-Mail: y.simon@seniorbook.de
engels@ordermed.com

Kontakt seniorbook:

Thomas Bily
Vorstand Seniorbook AG
Tel.: +49 (0)89/818 9684 -11
E-Mail: t.bily@seniorbook.de

Kontakt ordermed:

Thomas Wagner-Engels
Geschäftsleitung ordermed
Tel.: +49 (0)4181/ 92890-09
E-Mail: thomas.wagner-