

■ Testmylife.com

Erfahrungen hautnah

Das Portal vermittelt authentische Erlebnisse.

Am Leben anderer Menschen teilzuhaben ermöglicht die neue Online-Plattform **Testmylife.com**. Eine Mountainbike-Tour an der Isar in kundiger Begleitung, eine Kneipentour durch Berlin-Friedrichshain mit einem Insider oder von einem Einheimischen die

lokale Küche von Kathmandu kennenlernen – all das ist auf dem Portal buchbar.

Yara Wortmann war bislang vor allem im Bereich Online-Wetten aktiv.

Die Nutzer der Angebote haben die Möglichkeit, ihre Erlebnisse zu bewerten, Fotos zu posten und eigene Erfahrungsberichte zu schreiben. Die Plattform ist außerdem mit sozialen Netzwerken verknüpft.

Für die Seriosität der Angebote will sich Testmylife verbürgen: Das Geld fließt erst dann an den Anbieter, wenn der Käufer angereist ist und die Existenz des ausgeschriebenen Angebotes bestätigt hat.

Das Start-up ist das jüngste Projekt des Ex-Models **Yara Wortmann**. Die Geschäftsfrau hat sich vor allem mit Angeboten im Online-Wettbereich wie **Wettstar.de** und **Youwin.com** einen Namen gemacht. Geschäftsführer ist **Frank Hohenleitner**. Der Spezialist für Suchmaschinen-Optimierung (SEO) verantwortete als Director Consulting den Beratungsbereich von **Searchmetrics** in Berlin. ht

■ Autoscout24

Strategische Partnerschaft erweitert

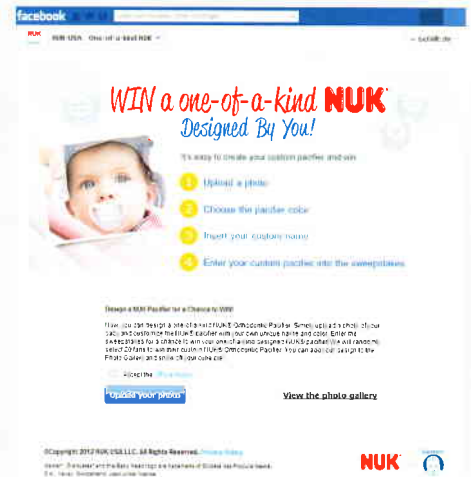
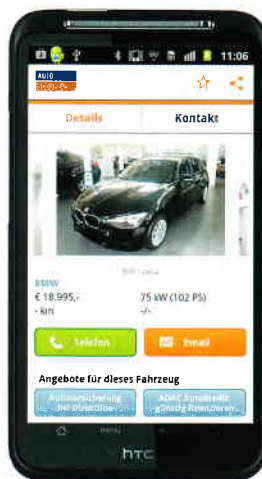
Die App des Online-Automarkts **Autoscout24** steht ab sofort auch auf Smartphones mit dem Betriebssystem Android und auf dem iPad zur Verfügung. Dort können die Nutzer, wie bereits am PC und auf dem iPhone, auf Services von **ADAC Finanzdienste** und des Versicherers **Direct Line** zugreifen.

Wenn App-User ihr Wunschfahrzeug auf Autoscout24 gefunden haben, erhalten sie innerhalb der Anwendung ein Finanzierungsangebot von ADAC Finanzdienste sowie Angebote für eine Kfz-Versicherung von Direct Line.

„Die Relevanz mobiler Endgeräte für Verbraucher bei der Autosuche

steigt immer mehr“, begründet **Jochen Ammelung**, Vicepresident Advertising Sales Europe beim Vermarkter **Autoscout24 Media**, die Erweiterung auf alle großen mobilen Plattformen. ht

Autoscout24 App jetzt auch fürs iPad und Android-Geräte.



Schnuller-Anprobe Die Facebook-Aktion wird ausgebaut.

■ Mapa

NUK-KAMPAGNE WÄCHST

Nach dem erfolgreichen Start der **Facebook**-Aktion für die Schnuller-Marke **NUK** im Frühjahr (Kontakter 15/12) startet nun Phase zwei: Das Jenaer Agenturnetzwerk **Socialmarketingagentur.com** hat für den Kunden **Mapa** die virtuelle Schnuller-anprobe um eine Shop-Integration erweitert. Jetzt können Nutzer nicht nur Schnuller aus dem gesamten Sortiment virtuell an ihren Babyfotos anprobieren, sie können auch direkt bestellen.

Geografisch wächst die Kampagne ebenfalls: Mit „One-of-a-kind NUK“ ist die virtuelle Anprobe samt Gewinnspiel jetzt auch im US-amerikanischen Markt live gegangen. „Bereits in den ersten Stunden wurden in den USA Dutzende Fotos hochgeladen“, sagt **Rabea Seiler**, Online Communication Manager bei NUK Baby Care National. So will die Marke den Kreis ihrer amerikanischen Facebook-Fans ausbauen und die Marke Nuk in Übersee weiter stärken.

In der Facebook-App können Nutzer Schnuller virtuell gravieren und verzieren, bevor sie mit den Babyfotos kombiniert werden. rp