



Integration **dynamischer Daten**
aus **beliebigen Quellen**
in **jedem Output-Format**
in **beliebige Vertriebskanäle**

syntax
neue medien

spitzwegstr. 1a
81373 münchen
tel. +49 89 215555 - 09

am krautgarten 3
86926 greifenberg
tel. + 49 8192 99709 - 60

web: <http://www.syntax-neue-medien.de>
mail: info@syntax-neue-medien.de

Inhalt

1. Zielsetzung	3
2. Grundkonzept	4
3. Anwendungsszenarien	5
4. Module	6
4.1 CMS-Modul	7
4.1.1 Überblick	7
4.1.2 Channel-/Content Generierungs- und Publishing-Prozess	8
4.2 SEM-Modul	9
4.2.1 Überblick	9
4.2.2 AdWords Steuerungs- und -Update-Prozess	10
4.3 Affiliate-Modul	11
4.3.1 Überblick	11
4.3.2 Definitions- und Update-Prozess	12
4.4 SEO- / Shop-Modul	13
4.5 Retargeting-Modul	14
4.6 Datenanalyse-/Konkurrenzbeobachtungsmodul	14
5. Features	15
6. Vorteile	16
7. Typische Anwendungsbeispiele	16
8. Anhang: Beispiele – FM360° in der Praxis	17

1. Eigentliche Zielsetzung

Anforderung:

Flexible Generierung und Distribution von mit dynamischen Daten angereicherter Content in beliebige Kanäle – in beliebigen Bild- und .

Ziele:

- Steigerung der Aktualität, Attraktivität und Verfügbarkeit des jeweiligen Angebots
- Maximierung von CTR, Conversion und Sales
- Minimierung des manuellen Konfigurations- und -Pflegeaufwands
- Entlastung von IT-Ressourcen durch Minimierung des Entwicklungsaufwands
- Optimierung von vertriebskanalspezifischen Kosten

Lösung:

FM360° - entwickelt, um effiziente Integration dynamischer Daten aus beliebigen Quellen in jedem Output-Format in jeden beliebigen Output-Kanal zu ermöglichen.



2. Grundkonzept

FM360° ist eine modulare und generische Lösung, mit der sich **dynamische Daten und -Angebote** aus **beliebigen Datenquellen** heraus in **alle Medien, Formate und Distributionskanäle** integrieren lassen.

Durch die automatisierte Einbindung und Aussteuerung dynamischer Angebotsdaten aus beliebigen Datenquellen in Websites, Teaser, Werbemittel, SEM- und Affiliate-Kampagnen sorgt FM360° für eine **Steigerung der Attraktivität, Aktualität und Verfügbarkeit** von Angeboten bei gleichzeitiger **Entlastung von Kreativ- und IT-Ressourcen, Minimierung des manuellen Pflegeaufwands** sowie **Senkung der vertriebskanalbedingten Kosten** – gemäß folgendem Ansatz:

1. Der Kunde verfügt über oder benötigt Daten aus beliebigen Schnittstellen – zum Beispiel
 - eigene oder fremde APIs,
 - web-basierte Interfaces wie XML, SOAP, REST, etc.,
 - Pseudo-Schnittstellen wie gewöhnliche Websites/Formulare, die FM360° über individuelle Spider/Parser zu vollwertigen Schnittstellen umwandelt, oder
 - simple CSV-/XML-/Excel-Dateien o.ä.

Durch FM360° können diese Daten sehr schnell und ressourceneffizient angebunden werden – d.h. die Anbindung von Schnittstellen ist mit erheblich **geringerem zeitlichen, finanziellen und v.a. laufenden Aufwand** möglich als in konventionellen Implementierungsszenarien.

2. Die so erschlossenen Daten können mit FM360° effizient und konsistent
 - in beliebigen Content (Werbemittel, Teaser, Landing pages, Newsletter etc.) integriert und
 - in beliebig formatierten Output (HTML, Images, Anim. GIFs, Flash, XML, RSS, JS, Code, Google Adwords- oder Affiliate-Werbemittel etc.) transformiert werden
3. Mit FM360° kann man dies maximal flexibel, modular und generisch tun:
 - Schnittstellen-, Channel-, Branchenübergreifende Definition und Integration von Angeboten
 - Einfache und generische Definition von Output-Templates ohne IT-/toolspezifische Kenntnisse
 - Nutzung von Content und Daten über alle Medien und Vertriebskanäle hinweg
 - Weitergabe von Daten, Werbemitteln etc. an Dritte (z.B. Agenturen, Affiliates) zwecks Angebotsindividualisierung und Conversion-Optimierung
4. Den generierten Content kann FM360° dann
 - in beliebige Kanäle (Website, Koops, Adwords-/Ad-Kampagnen, Affiliate-Programme, Newsletter, Facebook u.a. Social Media etc.) distribuieren, und optional
 - auf kundeneigene Server transferieren, wodurch der Kunde komplett unabhängig von Präsenz und Funktion von FM360° und den dahinterliegenden Datenquellen agieren kann

Fazit: Basierend auf FM360° lässt sich prinzipiell jedes erdenkliche Problem bzgl. Content-Generierung und -Distribution im Online-, Content- und Performance Marketing lösen

Auf Grundlage dieser Kernfunktionen von FM360° sind außerdem viele andere Szenarien abseits des eigentlichen Funktions-bzw. Modulumfangs realisierbar.

3. Anwendungsszenarien

Einsatz **generischer Werbemittel, Teaser, Animationen** etc.
Einmal erstellt lassen sie sich intern, in Kooperationen, Affiliate-Programmen verwenden und bequem und intuitiv mit beliebigen Angeboten befüllen.

So können sich z.B. Affiliates/Publisher in **Nischensegmenten** bzgl. Angebot und Layout **individuelle** und daher **erheblich performantere Werbemittel** konfigurieren – auch bei komplexen oder grafischen Ads.



Integration von **dynamischen Angeboten in Newsletter**, um so Daten/Preise/Verfügbarkeiten stets aktuell halten zu können.

Und das nicht nur zum Versand-, sondern sogar **zum Öffnungszeitpunkt** der E-Mail.

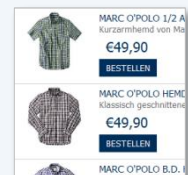


Integration von Echtzeitdaten (z.B. Preis, Lagerbestand) in Google-Ads zur **CTR-/Conversion-Steigerung** und **Kostenminimierung**.

Automatisierte Reaktion auf Events, d.h. Kampagnen- und Datenanpassung bei Änderung von Angebotsverfügbarkeit, Preis etc.

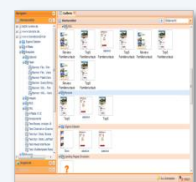


Optimierung eigener Sites, CRM- und OM-Kampagnen durch flexible und generische Erstellung, Verwaltung, Strukturierung von statischem sowie auf dynamischen Daten basierendem **Content, Teasern, Bannern, kontextsensitiven Angeboten, SEO-Katalogen, Landing Pages, Newslettern** etc.



Flexible und kontrollierte Weitergabe der eigenen bzw. Partnerdaten und Schnittstellen an Dritte durch die **Mandantenfähigkeit** von FM360°.

Kooperationspartner, Whitelabel, Affiliates etc. können auf diese Weise **ohne spezifische API-/Schnittstellenkenntnisse** beliebige eigene, conversion-optimierte Inhalte auf dem Datenbestand des Kunden aufbauen.



Integration eigener oder fremder Daten in eigene Angebote, Analyse- oder Reporting-Tools - auch **ohne vorhandene**, verwendbare oder angebundene **APIs und Schnittstellen**.

Die benötigten Daten werden durch **interaktive Selektion** in den betreffenden Websites definiert und fortan automatisch aktualisiert.



4. Module

FM360° ist eine modular aufgebaute Lösung, mit der sich dynamische Echtzeitdaten und -Angebote aus beliebigen Datenquellen heraus in beliebige Medien, Formate und Distributionskanäle integrieren lassen. Dazu stehen derzeit folgende Module zur Verfügung:

CMS-Modul

Das CMS-Modul dient der Erstellung und Verwaltung von Templates, Channels und Daten. Hier werden Vertriebs- und Ausgabekanäle definiert, (Echtzeitdaten-)Angebote konfiguriert sowie Templates zur Steuerung des Ausgabeformats/-layouts erstellt und in vollkommen frei definierbaren hierarchischen Strukturen verwaltet.

SEM-Modul

Das SEM-Modul deckt komplementär zum CMS-Modul Google-Accounts und -Kampagnen ab. Über den AdWords-Editor lassen sich zum einen **Echtzeit-Daten in Google AdWords-Anzeigen** und -Keywords zur **Steigerung der Conversion** bzw. **Optimierung der CTR** integrieren und zum anderen Anzeigen in Abhängigkeit von der Verfügbarkeit des zugrundeliegenden Angebots de-/reaktivieren, um so vermeidbare Ad-Kosten zu eliminieren.

Affiliate-Modul

Mittels des Affiliate-Moduls kann die Funktionalität der FM360°-Suite Mandanten wie Kooperationspartnern oder Affiliates in Form von vordefinierten oder komplett frei definierbaren (Echtzeitdaten-)Werbemitteln zur Verfügung gestellt werden.

Damit können diese sehr einfach und v.a. ganz ohne Schnittstellen- und Programmierkenntnisse **Angebots-** und **Layoutmäßig** auf exakt ihren spezifischen Einsatzkontext **conversionoptimierte Werbemittel** in ihre eigenen Sites/Kanäle integrieren. Die An-/Einbindung kann direkt oder über Provider wie z.B. **Affilinet** und **Zanox** erfolgen.

SEO-/Katalog-/Shopmodul

Hiermit können in sich geschlossene und nach selbstdefinierten Regeln crossverlinkte Sites/Kataloge/Landing Pages auf Grundlage des eigenen Datenbestands dynamisch generiert und u.a. in SEO-/SEM-Kontext verwendet werden.

Retargeting-Modul

Trackingdaten-gesteuerte Angebotsgenerierung und -distribution für/an Retargeting-Provider.

Datenanalyse- / Konkurrenzbeobachtungsmodul

Automatisierter Zugriff auf beliebige Elemente in eigenen oder fremden Websites - z.B. zu Konkurrenzbeobachtungs-, Performanceanalyse- oder Dokumentationszwecken oder um diese Daten auch ohne vorhandene, verwendbare oder angebundene API in eigene Angeboten zu integrieren.

4.1 CMS-Modul

4.1.1 Überblick

Kernbestandteil von FM360° ist ein modernes und flexibles Content Management System (CMS) zur Definition und Generierung von auf dynamischen Daten basierendem Output.

Die Komponenten (Marketing-/Vertriebskanäle, Angebote, Layouts) können dabei vollkommen frei und flexibel organisiert und individuell an die organisatorischen Vorgaben des Kunden angepasst werden.

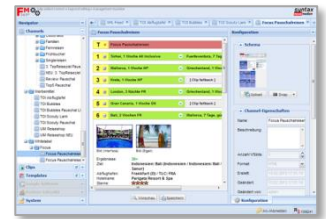
Die Content-Generierung erfolgt auf Grundlage von ad-hoc sowie zyklisch über (Partner-)Schnittstellen des Kunden (XML, SOAP, REST, CSV-Dateien, Site scraping etc.) bezogenen Angebotsdaten in individuell frei definierbaren Layouts und Ausgabeformaten (u.a. HTML, Flash, Image, Animiertes GIF, XML, Text, Codefiles beliebiger Programmiersprachen wie Javascript, PHP, ASP etc. sowie diverse Schnittstellen zum Export in Affiliate-Programme, Google AdWords, Facebook und andere Social Media-Networks).

Dabei ist es unerheblich, über welche Schnittstellen, APIs, Datenbanken und Kanäle Sie Ihre Angebotsdaten beziehen und welche Systeme und Infrastruktur Sie selbst verwenden.

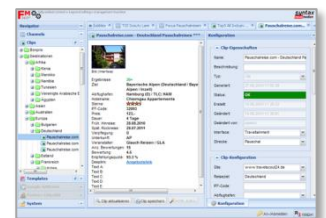
Das CMS-Modul garantiert die permanente Verfügbarkeit und Aktualität Ihrer Angebote ohne manuellen Aufwand. Sie konfigurieren Ihre Vertriebskanäle, Angebote und Layouts einmalig und verwenden sie generisch über Kampagnen, Medien, Kanäle und Sites hinweg.

Platzieren Sie diese On-Site, in Werbemitteln, Landing Pages, SEM-/AdWords-Kampagnen oder in Affiliate-/Partner-Programmen.

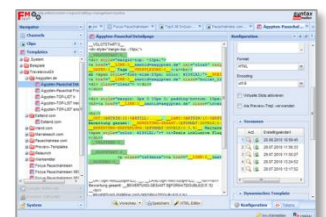
Oder in Newsletter und E-Mails. Dabei können Sie diese nicht nur lange vor dem eigentlichen Versand vorbereiten und dann mit den garantiert aktuellsten Angebotsdaten verschicken - mit FM360° können Sie die Angebote auch beliebig lange nach Versand aktuell halten: Der Empfänger sieht und klickt auf das zum Zeitpunkt der Newsletteröffnung aktuelle Angebot.



Channel Editor



Clip Editor

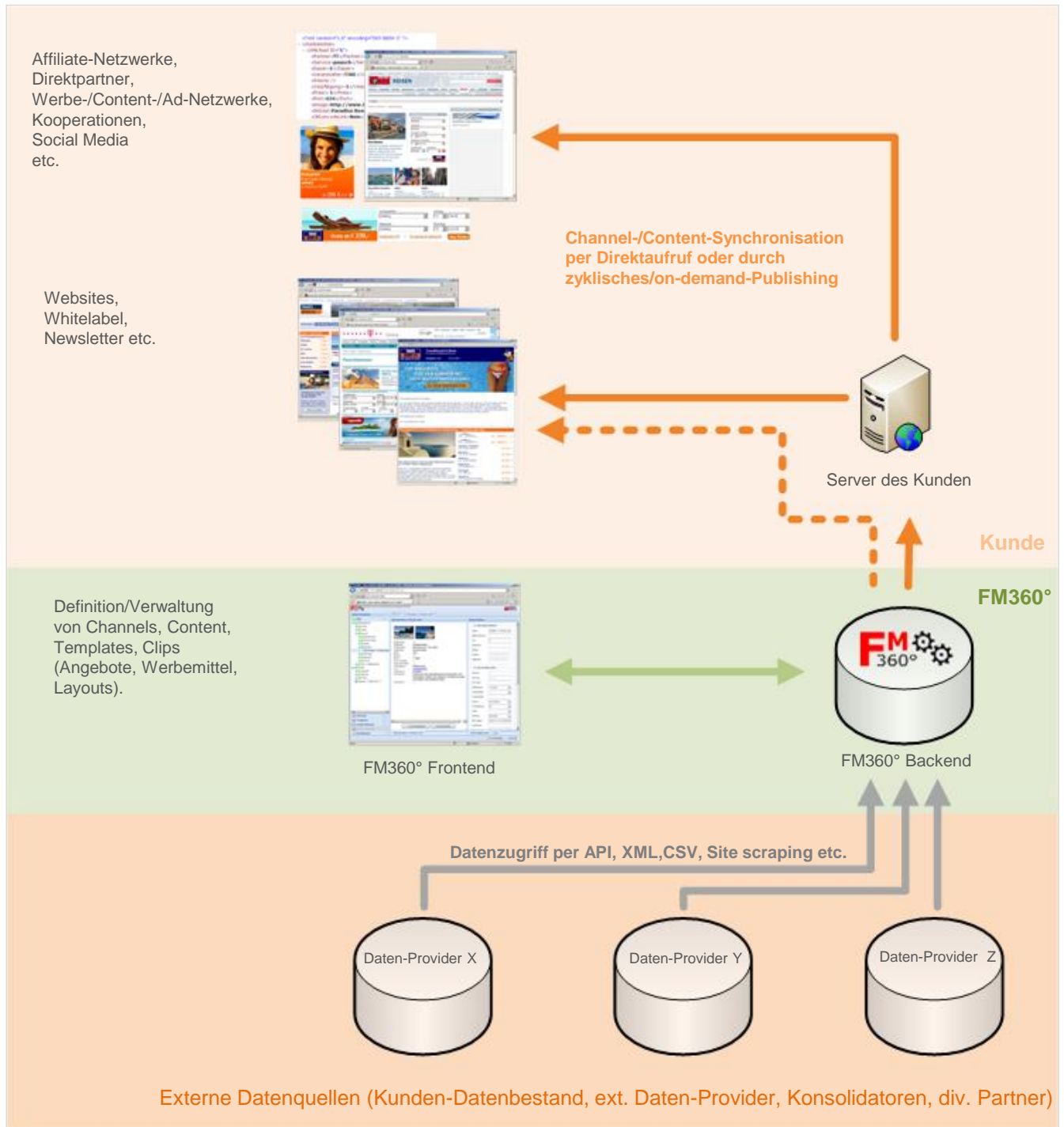


Template Editor

4.1.2 Channel-/Content Generierungs- und Publishing-Prozess

Im FM360°-System werden Channels entweder zyklisch gerendert und via Server-Infrastruktur des Kunden distribuiert oder in Echtzeit/bei Aufruf generiert und direkt ausgeliefert.

Folgendes Schaubild verdeutlicht dieses Prinzip:



4.2 SEM-Modul

4.2.1 Überblick

Im Rahmen des SEM sind folgende Zusammenhänge evident:

- Je besser die Ad-Performance, desto geringer die Platzierungskosten bzw. Gebotsbeträge
- Je mehr unqualifizierte Klicks auf ein nicht hinreichend spezifiziertes Angebot, desto höher die Aussteigerrate, desto geringer die Conversion und umso höher die CPC-basierten Kosten
- Je geringer die Übereinstimmung zwischen dem angepriesenen und dem tatsächlichen Angebot, desto geringer der Vertrauensvorschuss des Kunden
- Je mehr sich eine Anzeige von ihrem Umfeld abhebt, desto größer der Aufmerksamkeitsfaktor und desto höher die Klickwahrscheinlichkeit
- Je genauer die Übereinstimmung zwischen dem angepriesenen und dem tatsächlichen Angebot, desto höher die Conversion-Wahrscheinlichkeit

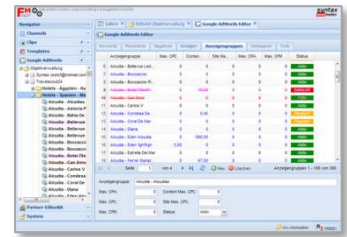
In einem preislich und verfügbarkeitsmäßig hochvolatilen Umfeld wie z.B. dem Reisemarkt ist deshalb die zeitnahe Reaktion auf veränderte Parameter ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Manuell ist dies allerdings kaum zu bewältigen und entsprechend fehleranfällig.

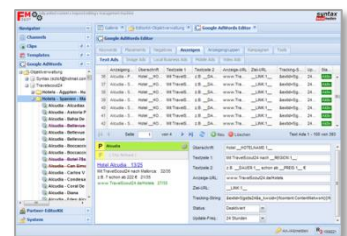
Mit FM360° können Sie Ihre Anzeigen mit dynamisch aktualisierten Angebotsdaten anreichern und so die Conversion und CTR optimieren sowie die Platzierungskosten erheblich senken.

Zudem können Sie die Steuerung ihrer SEM-Kampagnen automatisieren und Adgroups/Ads/Keywords in Abhängigkeit von der Verfügbarkeit der zugrundeliegenden Angebote de-/reaktivieren, um Ad-Kosten weiter zu optimieren.

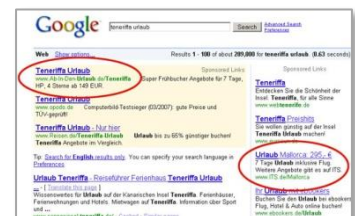
Die gesamte Interaktion kann sowohl zyklisch und vollautomatisiert über die Google API als auch manuell in gewohntem Umfeld und ohne API-Tokenverbrauch über den Google Adwords Editor erfolgen.



Kampagnen, Adgroups



Dynamische Ads, Keywords

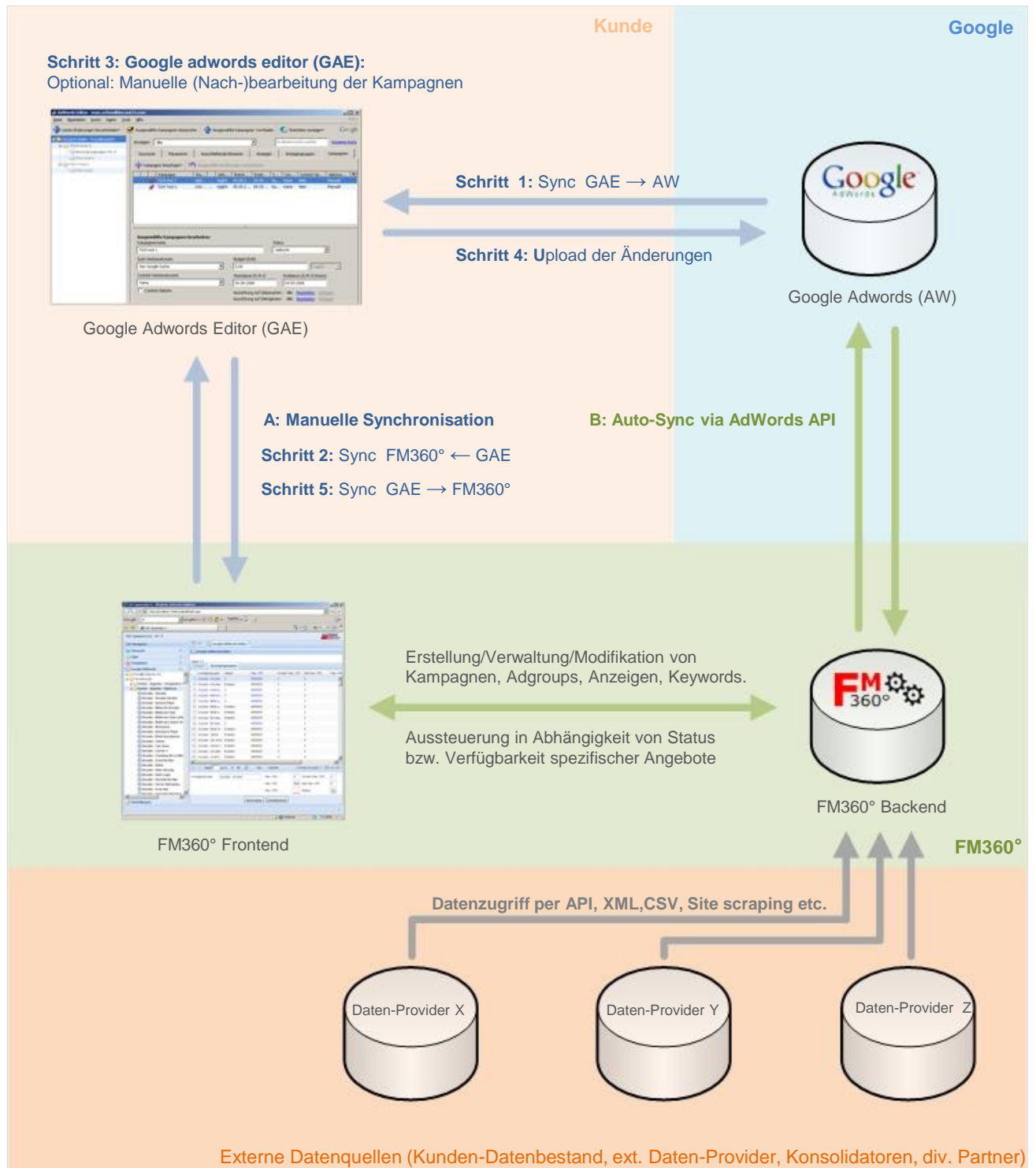


AdWords Ads mit dyn. Daten

4.2.2 AdWords Steuerungs- und -Update-Prozess

Das nachfolgende Schema bildet den SEM-Steuerungs- und Update-Prozess der FM360°-Suite ab und veranschaulicht die beiden grundsätzlich verfügbaren Varianten:

Zyklisch und vollautomatisiert über die Google API und/oder manuell über den Google AdWords Editor.

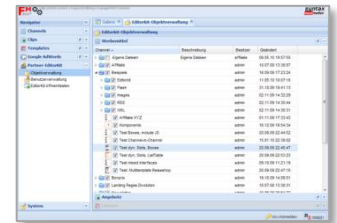


4.3 Affiliate-Modul

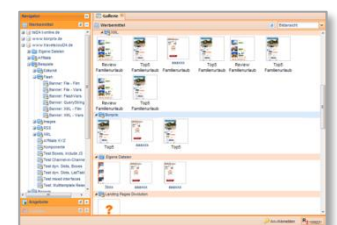
4.3.1 Überblick

Das Affiliate-Modul beruht auf u.a. folgenden Überlegungen:

- Je nahtloser die Integration des Werbemittels auf der Publisher-Site, desto höher die Akzeptanz sowohl seitens des Publishers als auch seitens des End-Users
- Je besser sich Angebote auf die individuelle Marktnische des Publishers zuschneiden lassen, desto höher die Klick- und Conversion-Wahrscheinlichkeit
- Je einfacher und flexibler diese Anpassungen durch den Publisher selbst vorgenommen werden können, desto höher die Akzeptanz und desto ressourcenschonender und beidseitig profitabler lässt sich die Partnerschaft betreiben
- Je besser der Publisher selbst die Ad-Performance beeinflussen kann, desto profitabler für den Publisher und für den Advertiser
- Im Übrigen gelten die zuvor formulierten SEM-Grundsätze



Affiliate-Editor



Skinnable Affiliate-Interface

Diese Zusammenhänge werden auch publisherseitig durchaus wahrgenommen und der Bedarf an individuell zugeschnittenen Angeboten ist stets präsent – Publisher sind meist aber weder technisch bzw. ressourcenbedingt in der Lage noch ggf. lizenzrechtlich befugt, sich mit spezifischen APIs und Datenschnittstellen auseinanderzusetzen.

Mit Hilfe des Affiliate-Moduls kann die volle Funktionalität der FM360-Suite Mandanten wie Kooperationspartnern oder Affiliates in Form von vordefinierten oder komplett frei layout- und konfigurierbaren (Echtzeitdaten-)Werbemitteln und Angeboten zur Verfügung gestellt werden.

Modifizierbare Bereiche lassen sich sehr einfach und flexibel festlegen, mit Default-Werten vorbelegen und per Rechtevergabe absichern.

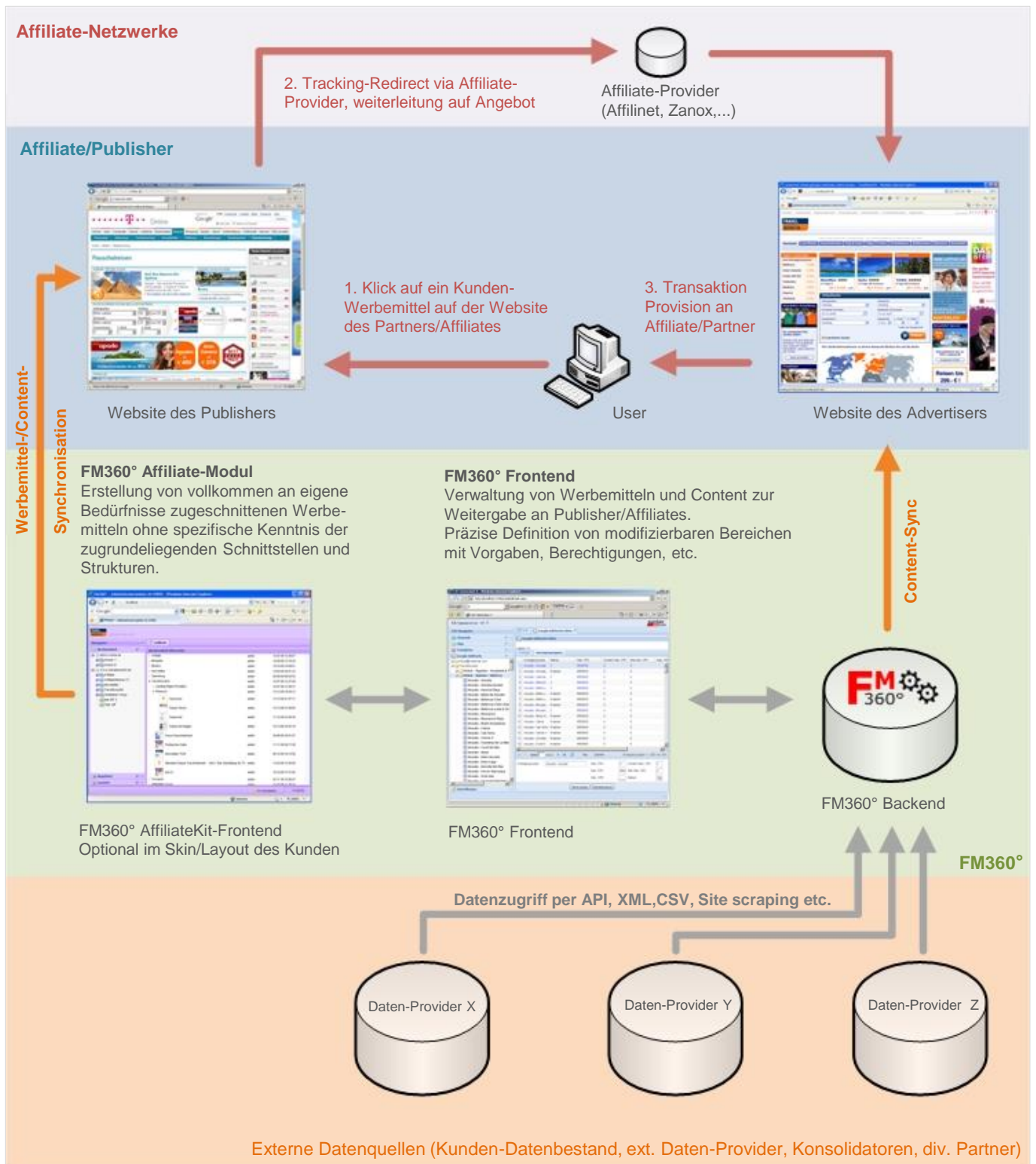
Die An-/Einbindung kann sowohl direkt als auch über Affiliate-Netzwerke von z.B. Affilinet und Zanox erfolgen .



Generische Werbemittel

4.3.2 Definitions- und Update-Prozess

Im Folgenden wird die Erstellung, Steuerung und Distribution von generischen Werbemitteln und Content via FM360° im Rahmen eines Affiliate-Publishingprozesses schematisch dargestellt.



4.4 SEO- / Shopmodul

Mittels dieses Moduls können in sich geschlossene und nach selbstdefinierten Regeln cross-verlinkte Sites, SEO-Kataloge, Landing Pages, Online-Shops und ähnliches sehr einfach und effizient dynamisch generiert werden.

Die Basis dafür bilden im Regelfall Produktdaten aus beliebigen Quellen wie Datenbanken, APIs/Schnittstellen oder CSV-Dateien.

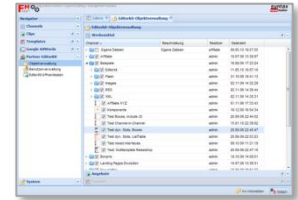
Diese Datenbasis kann durch eigenerstellte und/oder nach eigendefinierten Vorgaben automatisch generierten und mit entsprechenden Keywords versetzten Texte angereichert werden.

Somit können fortlaufend tausende von hierarchisch geordneten Seiten nach eigenen SEO-Maßgaben generiert, automatisch untereinander verlinkt, mit kontextsensitiven Angeboten angereichert und Suchmaschinen und/oder Usern zugänglich gemacht werden.

Beispiele aus der Praxis hierfür wären:

- Landing Pages für SEM-Kampagnen
- SEO-Kataloge zum Content-Aufbau zwecks Ranking-Verbesserung
- Thematisch abgegrenzte Microsites
- Produktkataloge und –Apps
- alles vorgenannte mit kontextsensitiven Angeboten angereichert

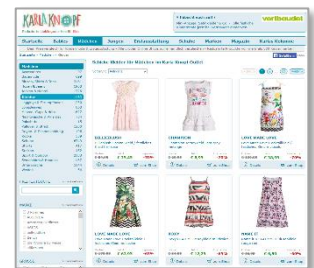
Ein gewichtiger Vorteil des FM360°-Ansatzes ist neben der übergreifenden Verwendung bestehender Elemente die Möglichkeit, mit sehr wenigen Templates und somit äußerst geringem und von der IT losgelöstem Pflegeaufwand dynamischen Content, der sowohl aus der User- als auch aus der Suchmaschinenperspektive heraus performt, generieren zu können.



Landing Page Editor



SEO-Katalog



Online-Shop basierend auf Affiliate-Produktdaten



Dynamische Landing Pages

4.5 Retargeting-Modul

An dieses Modul können kundeneigene Tracking-Systeme wie z.B. Google Analytics angeschlossen werden, um so eine kontinuierliche performance-gesteuerte Angebotsgenerierung und –distribution in spezifisch definierbaren Zielfdatenormaten an Retargeting-Dienstleister wie z.B. Criteo zu gewährleisten.

So ist es möglich, laufend nachweislich erfolgsrelevante Angebote mit zwischenzeitlich aktualisierten Daten in den Retargeting-Prozess einzuspeisen.



Retargeting-Modul

4.6 Datenanalyse- / Konkurrenzbeobachtungsmodul

Im Datenanalysemodul können bequem und interaktiv beliebige Elemente in eigenen oder fremden Websites selektiert, ggf. modifiziert und als dynamische Daten analog zu Schnittstellen-/API-Daten verwendet, in beliebige Darstellungen umgewandelt und/oder in eigene Anwendungen importiert werden.

Dies könnte z.B. zu Konkurrenzbeobachtungs-, Performanceanalyse- oder Dokumentationszwecken geschehen.

Möglich wäre aber ebenfalls, diese Daten auch ohne vorhandene, verwendbare oder angebundene API in eigene Angeboten zu integrieren.

Die Resultate stehen dabei nicht nur web- oder e-mailbasiert zur Verfügung, sondern lassen sich parallel dazu auch in Excel oder beliebigen anderen Analysetools verwenden.



Konkurrenzbeobachtung und Datenanalyse

5. Features

- Flexibel und erweiterbar: Modular bzgl. Aufbau und Lizenzierung
- Integration von beliebigen (Echtzeit-)Datenquellen, APIs und Interfaces
- Offen für sowohl beliebige Datenquellen und -Provider als auch Ausgabeformate und -kanäle
- Cloud-basiert: Unabhängig von Betriebssystem, Infrastruktur und Installationskontext
- Beliebige Kombinierbarkeit von Daten aus diversen Schnittstellen innerhalb des Outputs
- Vollseiten- oder Komponenten-/Include-Auslieferung
- Beliebige Output-Formate: u.a. HTML, Flash, Images, XML, PDF, RSS, JS, PHP etc.
- Integrierbar in beliebige eigene Server-/Hosting-Infrastruktur
- Integrierbar in bzw. komplementär zu beliebigen bereits verwendeten CMS
- Multi-Language-, Multi-Site- und Mandantenfähig
- Hochperformantes und –skalierbares Backend

Komfortabel und benutzerfreundlich

- Intuitiv bedienbare Benutzeroberfläche
- Simple und flexibles Templating – keine toolspezifischen Spezialkenntnisse erforderlich
- Integrierte Fehlerprüfung
- Variablen-Makros zur Steuerung der Ausgabe (Lauflänge, Encoding, Formatierung etc.)
- Intuitiv nachvollziehbare Variablen-Definition
- Nahtloser Import/Export bestehender SEM-Kampagnen in/aus Google AdWords Editor bzw. Google AdWords online
- Frei definierbare Tracking-Codes auf Angebotsebene, um Kampagnensteuerung und Optimierung auf Basis von dynamischen Sales-Parametern wie Preisen, Destinationen etc. zu ermöglichen
- Moderne SaaS-/Cloud-Architektur

Sicher und zuverlässig

- Vollkommene Autonomie von Schnittstellen- und FM360°-Verfügbarkeit durch die Option, den generierten Output physisch auf die eigene Plattform zu übertragen und dort zu hosten
- Automatische Versionierung von Content und Templates
- Fein granuliertes Gruppen- und Rollenbasiertes Berechtigungssystem

6. Vorteile

- Signifikante Steigerung der Attraktivität, Aktualität und Verfügbarkeit von Angeboten
- Entlastung von Kreativ- und IT-Ressourcen durch Minimierung von Entwicklungsaufwand
- Einsparung von Agenturleistungen
- Minimierung des manuellen Pflege- und Konfigurationsaufwands
- Autonomie über Sites, Newsletter, Werbemittel für nicht-technische Anwender gegenüber IT/Agenturen
- Vollkommene Content-/Produkthoheit für OM/CM/PM
- Senkung der vertriebskanalbedingten Kosten (z.B. SEM/Google AdWords-Ausgaben)
- Erhöhung von CTR und Conversion
- Massive Kosten- und Zeitersparnisse bei Relaunches und Styleguide-Änderungen

7. Typische Anwendungsbeispiele

- Integration von hochvolatilen Daten (z. B. von Reiseanbietern oder Online shop APIs) in Web sites, Werbemittel, Bilder, Code etc.
- Selbst-aktualisierende Angebote in Newslettern
- Automatisierte Publikation von Daten/Angeboten in Facebook-Posts/-Bildern (o.a. Social Media)
- Affiliate-Werbemittel mit vom Partner individuell anpassbaren Angeboten, Content und Layout
- Echtzeitdaten in Google AdWords-Anzeigen (z. B. Preise o.ä.)
- Automatisierte Google AdWords-Kampagnensteuerung auf Basis von Produktverfügbarkeit, Preisänderungen etc.
- Nutzungs- und Performancedaten-gesteuerte Retargeting-Feeds
- Auto-generierte (SEO-)Kataloge aus hierarchisch organisierten Datenstrukturen (z. B. Geo-Hierarchie im Reisebereich)
- Affiliate-/CSV-Feedbasierte Shopping-Websites

Anhang: Beispiele – FM360° in der Praxis

Nachfolgend einige Beispiele für diverse Einsatzszenarien von FM360°:

1.) Websites:

Reisen:

TravelScout24: <http://www.travelscout24.de>
Ab-in-den-urlaub.de: <http://www.ab-in-den-urlaub-deals.de>
Billigweg.de: <http://www.billigweg.de>
Snowtrex.de: <http://www.snowtrex.de>
PLUS Reisen: <http://www.plus-reisen.de> †
Reise-Preise: <http://www.reise-preise.de>

Mode:

Karla Knopf: <http://www.karlaknopf.de>

Auktionen:

Aladoo: <http://www.aladoo.de> †

2.) Newsletter:

TravelScout24: <http://ts24.gibz.net/shared/demo/newsletter.html>
Ab-in-den-Urlaub: a. A:

3.) Whitelabel:

Focus: <http://pauschalreisen.focus.de>
GMX: <http://www.gmx.net/themen/reise/travelscout>
Web.de: <http://web.de/magazine/reise/travelscout>

4.) Online-Shops:

Karla Knopf Kindermode-Outlet: <http://www.karlaknopf.de>

5.) SEO-Kataloge / kontextsensitive Angebote:

TravelScout24 Reisezielekatalog - z.B.:
<http://www.travelscout24.de/lastminute-mallorca.html>

6.) Kooperations-Werbemittel:

T-Online Pauschalreisen:
<http://download.fm360.gibz.net/t-online/travel/pauschalreisen.html>

TravelScout24 Flash:
<http://ts24.gibz.net/shared/demo/flashAd.html>

7.) Affiliate-Werbemittel, SEM-/Google AdWords-Kampagnen mit Echtzeitdaten

a. A., da stetiger Wechsel von Keywords/Kampagnen

ab-in-den-urlaub!.de
Wir schicken Deutschland in den Urlaub

