

# **Digitale rote Schleifen für die AIDS-Forschung: dotHIV nutzt Google Cloud Platform**

## **Das Unternehmen**

Das Unternehmen dotHIV ist ein junges Start-up aus Berlin und wurde 2011 gegründet. Das Produkt .hiv-Domain wurde jedoch erst im August 2014 ins Leben gerufen. dotHIV möchte Webseitenbetreiber dazu bewegen, neben ihrer .de- oder .com-Domain eine inhaltsgleiche Internetseite mit der Domain .hiv zu erstellen. Zudem hält der Besuch auf dieser Website eine Überraschung bereit: ein Mikrospendenprogramm, das jeden Zugriff über ein Code-Element in eine kleine Spende an ausgewählte HIV-Projekte verwandelt. Ein Click-Counter sagt dem Nutzer „Danke“ und kommuniziert in Echtzeit, wie viel Geld über die Klicks auf .hiv-Domains für einen guten Zweck gesammelt werden konnte. Kunden von dotHIV sind im engeren Sinn Unternehmen und Organisationen mit sozialem Engagement im Kampf gegen AIDS.

## **Die Herausforderung**

Als Start-up hatte dotHIV zu Anfang zwar ein umfangreiches IT-Know-How, aber verhältnismäßig niedrige Rechenzentrumskapazitäten, die nur für den Betrieb von Webseiten oder E-Mailing ausreichten. Das Spende-durch-Klick-Verfahren erfordert jedoch eine anspruchsvollere Infrastruktur – beispielsweise muss der Click-Counter weltweit zuverlässig verfügbar sein und auch bei hohen, schlecht planbaren Zugriffszahlen einwandfrei funktionieren. „dotHIV verknüpft Cause Related Marketing, das die kooperativen Bemühungen eines Unternehmens und einer Non-Profit-Organisation zum gegenseitigen Nutzen in den Mittelpunkt stellt, mit sozial verantwortlicher Kommunikation“, erklärt Carolin Silbernagl, Mitbegründerin und CEO von dotHIV. Um so viele Mikrospenden wie möglich zu sammeln, müssen hohe Besucherzahlen zustande kommen. Dabei ist es von großer Bedeutung, zum einen schnell skalieren zu können, ohne große Mengen eigener Hardware besitzen zu müssen. Zum anderen ist aber auch wichtig, bei vielen gleichzeitigen Nutzern alle Klicks korrekt zu zählen, um zu verhindern, dass die Erhebung verzerrt wird. Die Macher von dotHIV waren deshalb auf der Suche nach einem Tool, auf dem die Klickzähler-Anwendung und die damit verbundenen Apps ohne Schwierigkeiten laufen können. Ein parallelisiertes Datenbank-Backend war hierfür besonders wichtig. „Wir müssen mit einem kleinen Team eine global skalierbare Plattform betreiben – das ist mit klassischen Bare-Metal- oder Virtual-Host-basierten Architekturen nicht möglich“, so Carolin Silbernagl.

## **Die Lösung**

dotHIV und Google stehen bereits seit längerer Zeit in regem Kontakt. So wurde dotHIV bereits während des Antragsprozesses für die Top-Level-Domain .hiv kontinuierlich von Googles New gTLD-Team beraten, das sich um Partnerschaften mit Domain-Registraloren kümmert. Google hatte selbst über 100 Top-Level-Domains bei der ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) beantragt. Zudem wurde das erste Konzeptvideo des Unternehmens auf YouTube Deutschland am Welt-AIDS-Tag 2010 prominent platziert. dot.HIV nutzt außerdem mit

Google Apps for Nonprofits und Google Grants entweder kostenfreie oder stark preisreduzierte Google-Anwendungen für gemeinnützige Organisationen. Da liegt es nahe, dass es letztendlich der direkte Gedankenaustausch mit Google-Mitarbeitern war, der die Verantwortlichen von dotHIV dazu bewog, auf Google Cloud Platform zu setzen. Gleich zu Beginn entschieden sie sich daher für die App Engine, die Compute Engine und die Cloud DNS von Google Cloud Platform. Dabei erwiesen sich die Funktionalitäten hinsichtlich Protokollierung und Auswertung der Cloudnutzung als äußerst vorteilhaft.

## **Das Ergebnis**

“Mit Google Cloud Platform zu arbeiten, war für uns aufgrund der einfachen Anwendung und umfangreichen Funktionen eine sehr gute Entscheidung”, sagt Carolin Silbernagl von dotHIV. Das Unternehmen schätzt insbesondere das App Engine-Feature „push to deploy“, das es für sein Click-Counter-Projekt nutzt. Durch das Feature wird das Click-Counter-Tool automatisch aktualisiert. Es ermöglicht viele kleine Änderungen vorzunehmen und diese – nach einem lokalen Test, schnell im Live-System zu überprüfen, was den Entwicklern die Arbeit deutlich erleichtert.

Ebenfalls positiv beurteilt dotHIV die Funktion „SSH via Browser“ in der Compute Engine. Damit ist die Möglichkeit gemeint, eine sichere und verschlüsselte Netzwerkverbindung mit einem weiter entfernten Gerät herzustellen. Die Konfiguration über CLI, also über eine Kommandozeile, ist ein zusätzliches hilfreiches Feature für dotHIV. “Wir profitieren von der sehr hohen Verfügbarkeit von Google Cloud Platform, der einfachen Programmierschnittstelle (API) oder auch der nutzungsbasierten Abrechnung. Darüber hinaus ist Google Cloud Platform äußerst innovativ und bietet uns stets einen stabilen Funktionsumfang”, betont Carolin Silbernagl. Doch auch über die Nutzung der Anwendungen hinaus ist Google für die Organisation ein zuverlässiger Partner. „Google steht uns schon lange informell und als offizieller Förderer zur Seite. Wir hatten die Ehre, das Konzept der .hiv-Domains im Rahmen eines Google Tech Talks im Google Headquarter in Mountain View vorzustellen und sogar CIO Ben Fried hat sich eine Stunde für uns Zeit genommen“, sagt Carolin Silbernagl. Auch für die Zukunft plant dotHIV eine weitere, intensive Zusammenarbeit mit Google fest ein.

## **Über Google Cloud Platform**

Google Cloud Platform ermöglicht Unternehmen, Applikationen und Websites auf Googles Infrastruktur zu erstellen, zu speichern und unter anderem große Datenmengen (Big Data) zu analysieren. Dabei profitieren Unternehmen von Googles hochgradig skalierbarer und zuverlässiger Infrastruktur. Das Google Cloud Platform-Angebot umfasst Computing-, Speicher- und App-Dienste für Web-, Mobil- und Back-End-Lösungen. Google übernimmt die Verwaltung der App-, Datenbank- und Speicherserver, sodass Unternehmen sich nicht um die Systemadministration sorgen müssen.

Weitere Informationen unter <https://cloud.google.com/>

## **Think with Google startet in Deutschland, Österreich und der Schweiz**

Die zunehmende Digitalisierung unserer Welt verändert in dramatischer Geschwindigkeit die Spielregeln und Möglichkeiten effektiven Marketings. So hat Google AdWords beispielsweise zielgenaue Werbung für viele kleine und mittelständische Unternehmen überhaupt erst erschwinglich gemacht und zu mehr Transparenz und Effizienz beigetragen. Werbeformate wie TrueView-Anzeigen auf YouTube, die für den Werbetreibenden nur Kosten verursachen, wenn ein Werbespot auch bis zu Ende angeschaut wird, verlängern diesen Gedanken in Richtung Bewegtbildwerbung.

Google bietet neben seinen Werbeplattformen auch eine Fülle von Analysen, Studien und Tools, die Unternehmen dabei helfen, die neuen Möglichkeiten von Marketing in der digitalen Welt voll auszuschöpfen. Unsere Ideen, Erkenntnisse und Gedanken rund um das Thema Online-Werbung wollen wir gerne teilen. Daher bieten wir mit Think with Google nun auch für unsere Kunden in Deutschland, Österreich und in der Schweiz eine wichtige und umfangreiche Informationsquelle. Hier kann jeder von der langjährigen Erfahrung und dem Wissen unserer Experten profitieren. Außerdem verweisen wir auf zahlreiche kostenlose Tools, mit denen Sie Ihre Werbeideen schnell und einfach verwirklichen können - das Consumer Barometer, ein interaktives Tool mit Studienergebnissen zum Online-Verhalten von Konsumenten in Dutzenden von Ländern, ist nur eines von vielen Beispielen auf der Plattform.

Ob mit Tools, Studien oder kreativen Anregungen – das Ziel aller Angebote auf “Think with Google” ist es, Ihnen dabei zu helfen, Ihre Marketingmaßnahmen zu optimieren. Die Plattform zeigt Ihnen als Werbetreibenden, wie Sie mit Google immer einen Schritt voraus sein und Ihren Geschäftserfolg weiter vergrößern können.

Viel Spaß beim Lesen!

Philipp Justus, Vice President, Google Germany, Austria & Switzerland



Pressemitteilung

## **Klarna Checkout erhält TÜV-Zertifizierung Siegel bestätigt die Sicherheit der Zahlungslösung**

Köln, 20. Januar 2015 - Die 2014 in Deutschland eingeführte Zahlungslösung Klarna Checkout verfügt nun über eine TÜV-Zertifizierung. Als unabhängige Prüforganisation bestätigt der TÜV damit die Sicherheit des Klarna Checkout. Das Zertifizierungssiegel des TÜV ist ab sofort in den Klarna Checkout integriert. Somit ist es im Kassensbereich jedes Händlers, der Klarna Checkout anbietet, für alle Käufer sichtbar und weist die Zahlungslösung als vertrauenswürdig und sicher aus. Zudem wurden die Klarna-Services Rechnung für Deutschland und Österreich sowie Ratenkauf und Klarna Festgeld für Deutschland rezertifiziert. Der deutsche TÜV ist die größte Gesellschaft für Produktzertifizierung weltweit und ihre Zertifikate genießen international höchstes Ansehen.

„Klarna bietet sowohl Kunden als auch Händlern einen vertrauenswürdigen Service für den Online-Einkauf. Ein höchstmöglicher Sicherheits- und Datenschutzstandard hat auch im Klarna Checkout höchste Priorität – dafür haben Kunden und Händler nun einen objektiven und international anerkannten Nachweis“, sagt Gerrit Seidel, Senior Vice President DACH bei Klarna.

Bereits im Jahr 2011 verlieh der TÜV Saarland Klarna das Zertifikat „TÜV-geprüftes Zahlungssystem“ für die Services Rechnung und Ratenkauf. Die Prüfer hatten die internen Verfahren, die käuferbezogenen Geschäftsprozesse sowie die technischen und organisatorischen Maßnahmen zu Informationssicherheit und Datenschutz für die beiden Dienste analysiert.

Zudem wurde auch die im Klarna Checkout integrierte SOFORT Überweisung vom TÜV Saarland mit dem Zertifikat „Geprüftes Zahlungssystem“ ausgezeichnet. Die SOFORT AG besitzt außerdem das TÜV-Siegel „Geprüfter Datenschutz“ des TÜV Saarland und unterwirft sich freiwillig den strengen Vorgaben des Informations-Sicherheits-Managements nach ISO 27001.“

Und nicht nur das TÜV-Zertifikat beweist die Vertrauenswürdigkeit von Klarna: Das Unternehmen ist seit 2011 „Trusted Shops Authorized Partner“. Das Unternehmen zur Zertifizierung von Online-Shops überprüft Händler anhand von über 100 Einzelkriterien wie Bonität, Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz und vergibt daraufhin sein Gütesiegel. Das Siegel zeigt, dass die Prozesse von Klarna perfekt an die Qualitätskriterien von Trusted Shops angepasst sind.

### **Über Klarna**

Klarna wurde 2005 in Stockholm mit der Idee gegründet, das Einkaufen zu vereinfachen. Dies erreichen wir, indem wir es den Verbrauchern ermöglichen, erst nach Warenerhalt zu

bezahlen, und gleichzeitig das Kredit- und Betrugsrisiken für die Händler übernehmen. Heute ist Klarna eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen Europas.



Im Jahr 2014 haben wir uns mit SOFORT zusammengeschlossen und die Klarna Group geschaffen, Europas führenden Anbieter alternativer Zahlungslösungen. Die Klarna Group beschäftigt mehr als 1.200 Mitarbeiter und ist in 16 Märkten aktiv. Über 35 Millionen Online-Shopper nutzen unsere Services und wir arbeiten mit 50.000 Händlern zusammen. Unser Ziel: wir wollen die weltweit beliebteste Art zu bezahlen werden.

## **Automatisierung von Werbemitteln in Google AdWords: Wie sprechen Sie Ihre Zielgruppen richtig an?**

Täglich stellen sich Werbetreibende Fragen wie "Gibt es eine Möglichkeit bei der Organisation meiner Werbeanzeigen Zeit zu sparen" und "Kann ich meiner Zielgruppe trotzdem individuelle Anzeigen bieten, die genau zu ihren Bedürfnissen passt?". Eine praktische Lösung für Werbetreibende ist hier die Automatisierung von Werbemitteln in Google AdWords, die sich gerade bei zeitintensiven, sich stets wiederholenden Aufgaben anbietet.

Miriam Tappe, Solution Specialist Automation & Attribution, Google Germany, Austria & Switzerland, erläutert im Folgenden die Automatisierung von Werbemitteln in AdWords anhand zweier unterschiedlicher Herangehensweisen – den dynamischen Remarketing-Anzeigen und den Anzeigenanpassungen mit Echtzeitinformationen.

### **1. Dynamische Remarketing-Anzeigen: Erzielen Sie mehr Conversions und höhere Umsätze**

Durch herkömmliche Remarketing-Anzeigen können Werbetreibende Anzeigen für Nutzer schalten, die ihre Website schon einmal aufgerufen haben. Mit bestimmten Werbebotschaften können diese Anzeigen dann speziell für einzelne Zielgruppen angepasst werden. Das dynamische Remarketing geht einen Schritt weiter: Dynamische Werbemittel orientieren sich daran, welche Produkte oder Dienstleistungen von einem Website-Besucher schon einmal angesehen wurden. Die Nutzer bekommen dann genau das Produkt wieder angezeigt, das sie bereits zuvor gesehen hatten, letztendlich aber doch nicht gekauft haben.

Automatisierung findet hier insofern statt, als dass die dynamischen Remarketing-Anzeigen von Google auf Basis eines hinterlegten Produkte-Feeds automatisiert befüllt werden. Konkret heißt das: Die Produkte, die sich der Nutzer bereits angesehen hat, werden dynamisch in die Anzeige eingefügt. Der Werbetreibende muss hier nicht selbst aktiv werden. Im Idealfall führt das Ansehen der Anzeige dann dazu, dass der Nutzer die Website des bereits besuchten Onlineshops erneut aufsucht und den Kauf durchführt, den er zuvor noch abgebrochen hatte. So unterstützt diese Methode der Automatisierung, die sowohl auf dem PC als auch auf mobilen Geräten funktioniert, Werbetreibende maßgeblich beim Generieren von Conversions und Umsätzen.

### **2. Anzeigenanpassungen mit Echtzeitinformationen: Schneiden Sie Textanzeigen speziell auf Ihre Nutzer zu**

Eine weitere Möglichkeit zur Automatisierung von Werbemitteln in AdWords ist die Anzeigenanpassung mit Echtzeitinformationen. Die Automatisierung geschieht hier, indem AdWords-Anzeigen individuell an Werte angepasst werden, die sich dynamisch je nach Kontext oder Zeitpunkt verändern. Solche Anzeigenanpassungen sind Parameter innerhalb geschweifeter Klammern, die der Werbetreibende in Form eines Code-Schnipsels in seine Anzeige einfügt. Wird beispielsweise durch die Suche eines Nutzers nach einem bestimmten

Begriff bei Google eine Anzeige ausgelöst, so wird der jeweilige Parameter durch einen dynamischen Text ersetzt. Solche Anpassungen lassen sich in jeder Textanzeige vornehmen. So kann zum Beispiel ein dynamischer Countdown in die Anzeigen eingebaut werden, der dem Nutzer die Zeile "Nur noch \_\_\_ Tage!" anzeigt. Die Zahl der verbleibenden Tage passt sich automatisch kontinuierlich an. Dies ist besonders im Saisongeschäft wie beispielsweise zur Weihnachtszeit äußerst hilfreich. Denn gerade in diesen Zeiten können Onlineshops mit der richtigen Werbung besonders hohe Umsätze erzielen. Möchten Werbetreibende bestehende und mögliche Kunden stets auf dem Laufenden halten und über aktuelle Angebote informieren, so bietet sich diese Funktion daher für sie an.

Letztendlich zeigen diese beiden Möglichkeiten der Automatisierung Werbetreibenden, wie sie die Verwaltung ihrer Kampagnen zukünftig deutlich einfacher gestalten können und gleichzeitig ihre Zielgruppen bestmöglich erreichen. Zu den Unternehmen, die dies bereits erfolgreich getan haben, gehört auch Defshop, ein Berliner Online-Händler für Streetwear und Hip-Hop-Kleidung. Durch die Nutzung von dynamischem Remarketing erzielte er einen Anstieg der markenbezogenen Suchanfragen um 38 Prozent und erhöhte seine Verkäufe um 12 Prozent. Das Unternehmen Extra Space Storage, ein US-Anbieter von Self-Storage-Einheiten, nutzte die Anzeigenanpassung mit Echtzeitinformationen und steigerte die Anzahl von Klicks auf seine Werbeanzeigen um 113 Prozent.

Mehr zur Automatisierung in Google AdWords erfahren Sie auch auf <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/article/drei-formen-der-automatisierung-in-adwords/>.

Anzeige

## Online-Payment: Klarna Checkout jetzt noch einfacher [Sponsored Post]

Den Online-Einkauf zu einem nahtlosen Erlebnis machen – das ist das Ziel des schwedischen Online-Payment-Anbieters Klarna. Nun hat das Unternehmen das neue Feature „Remember Me“ für den Klarna Checkout in Deutschland eingeführt.

Eine neue Funktion beim Payment mit Klarna soll das Bezahlen online jetzt noch unkomplizierter machen: die „Remember Me“-Funktion für Smartphones und Tablets. Das bedeutet, dass Kunden beim Kaufabschluss über [Klarna Checkout](#) zukünftig nicht einmal mehr „Email-Adresse“ und „Postleitzahl“ eingeben müssen und somit schon ab dem zweiten Besuch mit einem einzigen Klick auschecken können.

### Und so funktioniert die neue Funktion:

Beim ersten Einkauf über Klarna Checkout mit Smartphone und Tablet gibt der Kunde wie gewohnt nur E-Mail und Postleitzahl ein. Schon beim nächsten Einkauf sind nicht nur die Rechnungs-/Lieferadresse, sondern auch die Felder „E-Mail“ und „Postleitzahl“ bereits ausgefüllt. Es genügt also ein Klick auf den „Buy Now“-Button, um den Einkauf abzuschließen. Dazu werden die beiden Informationen „E-Mail“ und „Postleitzahl“ lokal auf dem internen Speicher des Geräts hinterlegt.

Der Kunde kann diese Funktionen natürlich auch jederzeit deaktivieren, indem er die Option „Remember Me“ einfach wieder abwählt. Ein weiterer Vorteil: „Remember Me“ funktioniert über sämtliche Geräte hinweg, ganz gleich ob Smartphone oder Tablet. Und das neue Feature funktioniert bei allen gängigen Browsern bis auf Safari. Eine Erweiterung für den iOS-Browser erfolgt in den nächsten Monaten.

In Schweden ist die neue Funktion bereits seit längerem im Einsatz und die Ergebnisse sprechen für sich: Die ohnehin durch den Klarna Checkout schon hohe mobile Konversionsrate stieg noch einmal um fast 30 Prozent an. Und auch für den deutschen Markt ist die neue Funktion erfolgversprechend. Denn wie ein Blick zurück auf die vergangenen Monate zeigt, ist der Klarna Checkout seit seiner Einführung im April 2014 für den deutschen Online-Handel bereits jetzt eine Erfolgsgeschichte.

Das Erfolgsrezept ist die Einfachheit: Nur mit der Eingabe von E-Mail-Adresse und Postleitzahl ist ein kompletter Online-Einkauf möglich. Dabei kann der Kunde zwischen den Zahlungsarten Klarna Rechnung, Klarna Ratenkauf, SOFORT Überweisung, Lastschrift, Visa und MasterCard wählen.

Dass das Zahlungssystem Online-Händlern zum Erfolg verhilft, zeigt sich zum Beispiel auch an der Einführung von Klarna Checkout für den deutschen Shop des Online-Händlers Stylepit. Seit der Integration von Klarna Checkout stieg die Konversionsrate bei PCs um 23 Prozent an und bei mobilen Geräten sogar um 44 Prozent.

### Klarna übernimmt volle Zahlungsgarantie

Händler, die Klarna Checkout integrieren, sind also alle Sorgen in Sachen Payment und Checkoutoptimierung los. Denn Klarna Checkout ist zum einen für alle Endgeräte optimiert. Zum anderen können sich Händler sicher sein, dass sie immer ihr Geld erhalten, da Klarna stets die volle Zahlungsgarantie übernimmt.

Darüber hinaus ist für Online-Händler lediglich eine einmalige Integration von Klarna Checkout nötig und sie haben mit Klarna nur einen Vertragspartner. Sollte sich in der Anwendung etwas verändern, so geschieht dies automatisch und es sind keine weiteren Updates seitens des Händlers nötig.

Jetzt mehr über [Klarna Checkout](#) erfahren!



## **PRESSEINFORMATION**

Travemünde, den 13. Januar 2014

### **Boutique Hotel Lieblingsplatz eröffnete in Travemünde**

**Der beliebte Urlaubsort an der Ostsee bekommt Hotelzuwachs. Das Hotel Lieblingsplatz - Meine Strandperle bietet Gästen auf der Suche nach Erholung hochwertige Zimmer und eine vielfältige Gastronomie mit Sonnenterrasse in direkter Strandlage zum attraktiven Preis.**

Das Unternehmen entwickelte bereits 2012 ein junges und innovatives Hotelkonzept. Im vergangenen Jahr eröffnete die Lieblingsplatz Hotels GmbH erfolgreich das erste Hotel Lieblingsplatz im bekannten Ferienort Sankt Peter Ording an der Nordsee.

„Der Name ist bei uns Programm. Unser Hotel Lieblingsplatz in Travemünde zeichnet sich neben der wunderschönen Immobilie, der exzellenten Lage und einer exklusiven Ausstattung durch eine ganz persönliche Note aus. In unserem Restaurant servieren wir von der heißgeliebten Currywurst mit hausgemachter Currysauce bis zu lokalen Gerichten mit frischem Fisch alles was das Herz begehrt“, so Vivien Neigert, Geschäftsführerin der Lieblingsplatz Hotels GmbH.

Das Hotel Lieblingsplatz - Meine Strandperle befindet sich direkt an der Strandpromenade von Travemünde. Das Boutique Hotel bietet eine Sonnenterrasse sowie ein Restaurant mit Blick auf das Meer. Die zehn Hotelzimmer sind individuell gestaltet. Sie verfügen über einen zeitgemäßen Komfort wie Flachbildfernseher, kostenfreies W-LAN und ein ansprechendes Interieur.

Travemünde gilt nach wie vor als beliebtes Reiseziel. Neben der historischen Bäderarchitektur und der Nähe zum Zentrum der Hansestadt Lübeck verfügt das Ostseeheilbad ebenfalls über kilometerlange Sandstrände. Eine vielfältige Auswahl an gastronomischen Leistungen und sportlichen Aktivitäten machen die „schönste Tochter Lübecks“ für den Urlaub attraktiv.

## Über Lieblingsplatz – Meine Strandperle:

Das Boutique Hotel liegt im Ferienort Travemünde. Das Ostseebad hat durch seine Lage an der Lübecker Bucht einen unmittelbaren Zugang zum Meer. Das Hotel Lieblingsplatz – Meine Strandperle bietet seinen Gästen zehn hochwertig und elegant gestaltete Hotelzimmer. Die frisch renovierte Jugendstilvilla liegt direkt am Strand. Ein Restaurant mit innovativer Speisekarte sowie eine großzügige Sonnenterrasse mit Meerblick ergänzen das Angebot.

Travemünde zählt zu den beliebtesten Reisezielen an der Ostsee. Kilometerlange Sandstrände, Steilküsten und die Nähe zum Zentrum der Hansestadt Lübeck prägen die Umgebung des Kurortes. Im Zentrum Travemündes findet der Gast ein umfangreiches Angebot an Freizeitaktivitäten.

<http://www.hotel-lieblingsplatz.de>

1.737 Anschläge mit Leerzeichen (Ohne Unternehmens-Footer)

### **Kontakt Hotel Lieblingsplatz:**

Hotel Lieblingsplatz – Meine Strandperle  
Frau Vivien Neigert  
Kaiserallee 10  
D-23570 Travemünde  
Tel.: +49 (0) 4502 88 89 707

E-Mail: [v.neigert@hotel-lieblingsplatz.de](mailto:v.neigert@hotel-lieblingsplatz.de)  
<http://www.hotel-lieblingsplatz.de>

### **Kontakt Presse:**

Agentur Karl & Karl  
Herrn Wolf-Thomas Karl  
Erich-Kästner-Straße 19a  
D-60388 Frankfurt/Main  
Tel.: +49 (0) 6109 506535

E-Mail: [tk@karl-karl.com](mailto:tk@karl-karl.com)  
<http://www.karl-karl.com>